

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA ESCUELA DE
ADIESTRAMIENTO CANINO EN EL AREA METROPOLITANA DE
BUCARAMANGA**

**SANDRA PATRICIA DELGADO BAUTISTA
ESMERALDA PATIÑO VILLAMIZAR**

UNIVERSIDA INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO EDUCACION A DISTANCIA
GESTION EMPRESARIAL
BUCARAMANGA

2007

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA ESCUELA DE
ADiestRAMIENTO CANINO EN EL AREA METROPOLITANA DE
BUCARAMANGA**

**SANDRA PATRICIA DELGADO BAUTISTA
ESMERALDA PATIÑO VILLAMIZAR**

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

DIRECTOR
ANA CARMENZA BUITRAGO
Ingeniera Industrial

UNIVERSIDA INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO EDUCACION A DISTANCIA
GESTION EMPRESARIAL
BUCARAMANGA

2007

DEDICATORIA

Dedicamos este triunfo a Dios especialmente por permitirnos ser quienes somos, a nuestros padres quienes con su formación y sabia enseñanza nos han sacado adelante, a nuestros hermanos, amigos fieles de lucha y esfuerzos.

A dos grandes amigas Claudia y Yenny, quienes en el transcurso de la carrera se convirtieron mas que en compañeras de estudio en el diván de nuestras mas pesadas cargas.

“Dedico especialmente a mi esposo el logro de mi mas grande sueño pues ha sido él quien con su ayuda incondicional me ha permitido escalar este peldaño, y por último a mi hija quien sencillamente es el motor de mi vida”.

SANDRA PATRICIA DELGADO BAUTISTA

A mi esposo que con su amor, ayuda y comprensión me fortalece para seguir adelante día a día; a Camilo Andrés, mi hijo que es la luz de mis ojos y mi mayor motor; ¡ustedes son la razón de mi vida!.

ESMERALDA PATIÑO VILLAMIZAR

AGRADECIMIENTOS

Es para nosotras un orgullo alcanzar este logro en nuestras vidas, el cual es fruto de nuestro gran esfuerzo y dedicación, agradecemos a todas aquellas personas y entidades que de una u otra manera nos han colaborado para la realización de este proyecto:

En primera instancia agradecemos a Dios que nos premia con la vida y las fuerzas para seguir adelante, para luchar y alcanzar nuestros sueños.

A nuestras familias quienes nos han acompañado en las largas noches de desvelo y con su ayuda incondicional nos han empujado para llegar a la meta.

A nuestros compañeros de estudio quien a través de la carrera han sido apoyo constante de lucha, en especial a dos grandes amigas Claudia y Yenny valiosas mujeres, amigas sinceras que han reído y llorado a nuestro lado.

A la Ingeniera Ana Carmenza Buitrago, quien con su orientación y asesoramiento constante nos permitió realizar satisfactoriamente este proyecto.

A todos los tutores que durante el transcurso de la carrera nos aportaron sus conocimientos, valiosos para nuestro desarrollo profesional.

A la Cámara de Comercio, Notaría novena, DANE, Alcaldía de Bucaramanga y Ministerio de salud, entidades que suministraron información primordial para el desarrollo de este proyecto.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION	37
1. GENERALIDADES	39
2. ESTUDIO DE MERCADOS	77
2.1 OBJETIVOS	77
2.1.1 General	77
2.1.2 Específicos	78
2.2 DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO	79
2.2.1 Definición, Usos y especificaciones del servicio	79
2.2.2 Productos sustitutos	82
2.2.3 Productos Complementarios	82

2.2.4 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia	82
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	82
2.3.1 Mercado potencial	82
2.3.2 Mercado objetivo	83
2.4 LA DEMANDA	83
2.4.1 INVESTIGACION DE MERCADOS	83
2.4.1.1 Planteamiento del problema	83
2.4.1.2 Necesidades de información	83
2.4.1.3 Ficha Técnica	84
2.4.1.4 TABULACION Y PRESENTACIÓN Y ANALISIS DE RESULTADOS	87
2.4.2 Estimación de la demanda	116

2.4.3	Evolución histórica de la demanda producto /servicio.	117
2.4.4	Proyección de la demanda	118
2.5	LA OFERTA	119
2.5.4	Necesidades de información	119
2.5.5	Ficha técnica	120
2.5.6	Tabulación y presentación de resultados de la oferta	121
2.5.7	Análisis de la Situación actual de la competencia	127
2.5.8	Proyección de la oferta	135
2.6	RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA	137
2.7	CANALES DE COMERCIALIZACION	137
2.7.4	Estructura de los canales actuales	137
2.7.5	Ventajas y desventajas de los canales actuales	138

2.7.6 Selección de los canales de comercialización	139
2.8 PRECIO	139
2.8.4 Análisis de precios	139
2.8.5 Estrategias de fijación de precios.	140
2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCION	141
2.9.4 Objetivos	141
2.9.5 Logotipo	141
2.9.6 Lema	142
2.9.7 Análisis de medios	143
2.9.8 Selección de medios	144
2.9.9 Estrategias Publicitarias	145
2.9.10 Presupuesto De publicidad y promoción	146

2.9.10.1	De lanzamiento	146
2.9.10.2	De operación	147
2.10	CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO	148
3	ESTUDIO TÉCNICO	150
3.1.	TAMAÑO DEL PROYECTO	150
3.9.10	Descripción del tamaño del proyecto	150
3.9.11	Factores que determinan el tamaño de un proyecto	151
3.9.12	Capacidad del proyecto	153
3.9.12.2	Capacidad total diseñada	153
3.9.12.3	Capacidad instalada	153
3.9.12.4	Capacidad utilizada y proyectada.	154
3.10	LOCALIZACION	155

3.10.10 Macro localización	155
3.10.11 Micro localización	155
3.11 INGENIERIA DEL PROYECTO	161
3.11.11 Ficha técnica del servicio	161
3.11.12 Descripción técnica del proceso	163
3.11.13 Diagrama de operación, proceso y procedimiento	164
3.11.14 Control de calidad	165
3.11.15 Recursos	166
3.11.15.1 Recurso humano	166
3.11.15.2 Recurso físico	167
3.11.15.3 Recurso de insumos	170
3.11.16 Estudio de proveedores	170

3.11.17	Distribución de planta.	172
3.11.18	Logística de Distribución	175
3.12	CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO.	176
4	ESTUDIO ADMINISTRATIVO	177
4.11	FORMA DE CONSTITUCIÓN	177
4.12	CONSTITUCION DE LA EMPRESA	179
4.12.18	Visión	180
4.12.19	Misión	180
4.12.20	Objetivos	180
4.12.21	Principios corporativos	181
4.12.22	Políticas (personal, compras, ventas)	181
4.13	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	183

4.13.18	Organigrama	184
4.13.19	Descripción y perfil de cargos	185
4.13.20	Asignación salarial	203
5	ESTUDIO FINANCIERO	205
5.1	INVERSIONES	205
5.1.1	Inversión Fija	205
5.1.1.1	Terreno	206
5.1.1.2	Construcción y adecuación	206
5.1.1.3	Maquinaria y equipo	207
5.1.1.4	Muebles y enseres	207
5.1.1.5	Equipo de oficina	209
5.1.1.6	Herramientas	210

5.1.2	Total de Inversión fija	210
5.1.3	Inversión diferida	211
5.1.4	Inversión de capital de trabajo	212
5.1.4.1	Costos de prestación del servicio	212
5.1.4.1.1	Insumos	212
5.1.4.1.2	Mano obra directa	212
5.1.4.1.3	Costos indirectos de prestación del servicio	215
5.1.4.1.4	Total costos de prestación del servicio	216
5.1.4.2	Gastos de administración y ventas	216
5.1.4.3	Gastos Financieros	219
5.1.4.4	Total Capital de trabajo	219
5.1.5	Inversión total	220

5.1.6 Fuentes de financiación	220
5.6 COSTOS	223
5.2.3 Costos fijos	223
5.2.4 Costos variables	223
5.2.5 Costos totales unitarios	224
5.2.6 Precio de venta	225
5.6 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS	225
5.3.3 Egresos Proyectados	226
5.3.4 Ingresos Proyectados	226
5.6 PUNTO DE EQUILIBRIO	227
5.6 FLUJO DE CAJA PROYECTADO	229
5.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	230

5.7	BALANCE GENERAL (PRIMER AÑO).	230
5.8	BALANCE GENERAL PROYECTADO	231
6	EVALUACIÓN DEL PROYECTO	233
6.8	IMPACTO SOCIAL	233
6.9	IMPACTO AMBIENTAL	234
6.10	EVALUACION FINANCIERA	235
6.10.1	Valor presente neto	235
6.10.2	Tasa interna retorno TIR .	236
6.10.3	Periodo de recuperación.	237
6.10.4	Análisis de las razones financieras	238
6.4	CONCLUSIONES DE LA EVALUACION DEL PROYECTO	242
	CONCLUSIONES	243
	RECOMENDACIONES	246

BIBLIOGRAFIA 247

ANEXOS 249

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Ficha técnica de la encuesta	84
Cuadro 2. Distribución del número de encuestas a aplicar por municipios y estratos	86
Cuadro 3. Familias que en la actualidad tienen mascota canina	87
Cuadro 4. Edad de los perros	88
Cuadro 5. Qué raza es el canino	90
Cuadro 6. Cuál es su sexo	92
Cuadro 7. ¿Tienen dificultades con la educación de su mascota?	93
Cuadro 8. Clase de dificultad	94
Cuadro 9. Otro, ¿Cuál?	95
Cuadro 10. ¿Con que corrige a su perro?	96
Cuadro 11. ¿Con que juega su perro?	97
Cuadro 12. ¿Con que premia a su mascota?	98
Cuadro 13. Su mascota tiene algún nivel de adiestramiento	99
Cuadro 14. ¿De qué tipo?	100
Cuadro 15. Si la anterior respuesta es positiva por favor indique dónde adquirió su mascota este adiestramiento	101

Cuadro 16.	¿Encontró alguna dificultad con este servicio?	102
Cuadro 17.	¿De qué tipo?	103
Cuadro 18.	¿Cómo se entera de empresas que presten este tipo de servicios?	104
Cuadro 19.	¿Otro medio? ¿Cuál?	105
Cuadro 20.	¿Le gustaría que su mascota tuviera un debido adiestramiento para poder convivir en sociedad?	106
Cuadro 21.	¿Por qué no?	107
Cuadro 22.	¿Si existiera una escuela canina que le prestara el servicio de adiestramiento por niveles de 2 meses cada uno; usted enviaría a su perro?	109
Cuadro 23.	¿Si tuviera un precio fijo mensual independiente de nivel, cuánto estaría dispuesto a pagar por este servicio?	110
Cuadro 24.	¿Que días necesitaría los servicios de la Escuela Canina?	111
Cuadro 25.	¿En que horario necesitaría que se prestara el servicio?	112
Cuadro 26.	¿Le gustaría que esta escuela canina le ofreciera un servicio de transporte puerta a puerta para su mascota?	113
Cuadro 27.	¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por el servicio de transporte mensualmente? Valores en miles de pesos.	114
Cuadro 28.	¿Requiere servicio de Restaurante?	115
Cuadro 29.	Evolución de la demanda	118
Cuadro 30	Proyección de la demanda	118
Cuadro 31	Ficha técnica entrevistas de la oferta	120

Cuadro 32.	Lugares en que se presta servicio de adiestramiento	121
Cuadro 33.	Servicios adicionales ofrecidos	122
Cuadro 34.	Tipo de personería de la academia	123
Cuadro 35.	Costo de los servicios ofrecidos por la competencia	124
Cuadro 36.	Cantidad de caninos atendidos mensualmente	125
Cuadro 37.	Medios utilizados para darse a conocer al público	126
Cuadro 38.	Análisis de la competencia	128
Cuadro 39.	Proyección de la oferta	136
Cuadro 40.	Relación entre demanda y oferta	137
Cuadro 41.	Ventajas y desventajas del canal de comercialización directo	138
Cuadro 42.	Precio de servicio de la competencia	140
Cuadro 43.	Publicidad de Lanzamiento	146
Cuadro 44.	Publicidad de operación	147
Cuadro 45.	Capacidad total diseñada	153
Cuadro 46.	Capacidad total instalada	154
Cuadro 47.	Capacidad total utilizada	154
Cuadro 48.	Capacidad proyectada	155
Cuadro 49.	Ponderación de factores	158
Cuadro 50.	Evaluación de cada factor	159
Cuadro 51.	Evaluación de alternativas	160
Cuadro 52.	Ficha técnica del servicio	161
Cuadro 53.	Distribución de la planta	173

Cuadro 54.	Logística de distribución del servicio	175
Cuadro 55.	Descripción funciones cargo Coordinador Administrativo	185
Cuadro 56.	Especificaciones del cargo Coordinador Administrativo	186
Cuadro 57.	Descripción de funciones del cargo Coordinador Técnico	187
Cuadro 58.	Especificaciones del cargo Coordinador Técnico	188
Cuadro 59.	Descripción de funciones del cargo Instructor	189
Cuadro 60.	Especificaciones del cargo Instructor	190
Cuadro 61.	Descripción de funciones del cargo Asesor comercial	191
Cuadro 62.	Especificaciones del cargo Asesor comercial	192
Cuadro 63.	Descripción de funciones del cargo Auxiliar	193
Cuadro 64.	Especificaciones del cargo Auxiliar	194
Cuadro 65.	Descripción de funciones del Viviente	195
Cuadro 66.	Especificaciones del cargo Viviente	196
Cuadro 67.	Descripción de funciones del Conductor	197
Cuadro 68.	Especificaciones del cargo Conductor	198
Cuadro 69.	Descripción de funciones del Veterinario	199
Cuadro 70.	Especificaciones del cargo Veterinario	200
Cuadro 71.	Descripción de funciones del Contador	201
Cuadro 72.	Especificaciones del cargo Contador	202
Cuadro 73.	Asignación salarial	203
Cuadro 74.	Prestaciones sociales y aportes parafiscales	204
Cuadro 75.	Construcciones y adecuaciones	206

Cuadro 76.	Maquinaria y equipo	207
Cuadro 77.	Muebles y enseres departamento administrativo	208
Cuadro 78.	Muebles y enseres departamento técnico	209
Cuadro 79.	Equipo de oficina	209
Cuadro 80.	Herramientas	210
Cuadro 81.	Total de inversión fija	211
Cuadro 82.	Inversión diferida	211
Cuadro 83.	Insumos	212
Cuadro 84.	Mano de obra directa	214
Cuadro 85.	Gasto por depreciaciones	215
Cuadro 86.	Gasto por seguros	215
Cuadro 87.	Total de costos indirectos de prestación del servicio	216
Cuadro 88.	Total costos de prestación del servicio	216
Cuadro 89.	Gasto por seguros de administración y ventas	217
Cuadro 90.	Gastos generales de administración y ventas	217
Cuadro 91.	Gastos por depreciación de administración y ventas	218
Cuadro 92.	Nomina de administración y ventas	218
Cuadro 93.	Amortización de diferidos	219
Cuadro 94.	Gastos financieros	219

Cuadro 95. Total capital de trabajo	220
Cuadro 96. Inversión total	220
Cuadro 97. Fuentes de financiación	221
Cuadro 98. Amortización del crédito bancario	222
Cuadro 99. Costos fijos	223
Cuadro 100. Costos variables	224
Cuadro 101. Costos totales	224
Cuadro 102. Costos totales unitarios	225
Cuadro 103. Precio de venta	225
Cuadro 104. Egresos proyectados	226
Cuadro 105. Ingresos proyectados	226
Cuadro 106. Punto de equilibrio por servicio	227
Cuadro 107. Cálculo para representación gráfica	228
Cuadro 108. Flujo de caja proyectado	229
Cuadro 109. Estado de resultados proyectado	230
Cuadro 110. Balance general primer año	231
Cuadro 111. Balance general proyectado	232
Cuadro 112. Ingresos y egresos proyectados	235
Cuadro 113. Rentas anuales	237
Cuadro 114. Razón corriente	239

Cuadro 115. Nivel de endeudamiento	239
Cuadro 116. Rotación de activos totales	240
Cuadro 117. Margen bruto	241
Cuadro 118. Margen neto	241
Cuadro 119. Rentabilidad en relación al capital	241

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Bearded Collie (Collie barbudo)	56
Figura 2. Bobtail (Old English Sheepdog)	56
Figura 3. Border Collie	56
Figura 4. Bouvier de Appenzell	56
Figura 5. Bouvier de Flandes	56
Figura 6. El Briard (Pastor de Brie)	56
Figura 7. Bullmastiff	57
Figura 8. Dogo de Burdeos	57
Figura 9. Fila Brasileiro	57
Figura 10. Samoyedo	57
Figura 11. Mastín Napolitano	57
Figura 12. Mastín Inglés	57
Figura 13. Montaña de los Pirineos	58
Figura 14. Rottweiler	58
Figura 15. Siberian Husky	58
Figura 16. AkitaAlaskan Malamute	58
Figura 17. Boxer	58

Figura 18.	Canaan Dog (Perro de Canaan)	58
Figura 19.	Dobermann	59
Figura 20.	El Pastor Alemán	59
Figura 21.	San Bernardo	59
Figura 22.	Schnauzer mediano	59
Figura 23.	Terranova	59
Figura 24.	Welsh Corgi	59
Figura 25.	Beagle	60
Figura 26.	Basset Hound	60
Figura 27.	Cocker Americano	60
Figura 28.	Dachshund	60
Figura 29.	Cocker Spaniel Ingles	60
Figura 30.	Labrador Retriever	60
Figura 31.	Golden Retriever	61
Figura 32.	Setter Ingles	61
Figura 33.	Setter Irlandes	61
Figura 34.	Pointer	61
Figura 35.	Airedale Terrier	62
Figura 36.	Australian Terrier	62
Figura 37.	Bedlington Terrier	62
Figura 38.	Border Terrier	62
Figura 39.	Bull Terrier	62
Figura 40.	Fox Terrier	62

Figura 41.	Irish Terrier	63
Figura 42.	Norwich Terrier	63
Figura 43.	Staffordshire Bull Terrier	63
Figura 44.	Welsh Terrier	63
Figura 45.	Boston Terrier	63
Figura 46.	Jack Russell Terrier	63
Figura 47.	Kerry Blue Terrier	64
Figura 48.	Scottish Terrier	64
Figura 49.	Tibetan Terrier	64
Figura 50.	West Highland White Terrier	64
Figura 51.	Bulldog	64
Figura 52.	Bulldog Frances	64
Figura 53.	Chow Chow	65
Figura 54.	Dalmata	65
Figura 55.	Perro de Aguas	65
Figura 56.	Pinscher	65
Figura 57.	Shar Pei	65
Figura 58.	Zwergschnauzer	65
Figura 59.	Australian Terrier	66
Figura 60.	Bichon Frise	66
Figura 61.	Chihuahua	66
Figura 62.	Lhasa Apso	66
Figura 63.	Maltes	67

Figura 64.	Pequines	67
Figura 65.	Shih-Tzu	67
Figura 66.	Yorkshire Terrier	67
Figura 67.	Afghan Hound	67
Figura 68.	Borzoi	67
Figura 69.	Grey Hound	68
Figura 70.	Saluki	68
Figura 71.	Familias que en la actualidad tienen mascota canina	87
Figura 72.	Edad de los perros	88
Figura 73.	Qué raza es el canino	91
Figura 74.	Cuál es su sexo	93
Figura 75.	¿Tienen dificultades con la educación de su mascota?	94
Figura 76.	Clase de dificultad	95
Figura 77.	Otro, ¿Cuál?	96
Figura 78.	¿Con que corrige a su perro?	97
Figura 79.	¿Con que juega su perro?	98
Figura 80.	¿Con que premia a su mascota?	99
Figura 81.	Su mascota tiene algún nivel de adiestramiento	100
Figura 82.	¿De qué tipo?	101
Figura 83.	Si la anterior respuesta es positiva por favor indique dónde adquirió su mascota este adiestramiento	102
Figura 84.	¿Encontró alguna dificultad con este servicio?	103
Figura 85.	¿De qué tipo?	104

Figura 86.	¿Cómo se entera de empresas que presten este tipo de servicios?	105
Figura 87.	¿Otro medio? ¿Cuál?	106
Figura 88.	¿Le gustaría que su mascota tuviera un debido adiestramiento para poder convivir en sociedad?	107
Figura 89.	¿Por qué no?	108
Figura 90.	¿Si existiera una escuela canina que le prestara el servicio de adiestramiento por niveles de 2 meses cada uno; usted enviaría a su perro?	109
Figura 91.	¿Si tuviera un precio fijo mensual independiente del nivel, cuánto estaría dispuesto a pagar por este servicio?	110
Figura 92.	¿Que días necesitaría los servicios de la Escuela Canina?	111
Figura 93.	¿En que horario necesitaría que se prestara el servicio?	112
Figura 94.	¿Le gustaría que esta escuela canina le ofreciera un servicio de transporte puerta a puerta para su mascota?	113
Figura 95.	¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por el servicio de transporte mensualmente? Valores en miles de pesos.	114
Figura 96.	¿Requiere servicio de Restaurante?	115
Figura 97.	Proyección de la demanda	119
Figura 98.	Lugares en los que se presta el servicio de adiestramiento Canino	121
Figura 99.	Servicios adicionales ofrecidos	122
Figura 100.	Tipo de personería de la academia	123

Figura 101. Costo de los servicios ofrecidos por la competencia	124
Figura 102. Cantidad de caninos atendidos mensualmente	125
Figura 103. Medios utilizados para darse a conocer al público	126
Figura 104. Proyección de la oferta	136
Figura 105. Relación entre demanda y oferta	137
Figura 106. Canal de distribución	139
Figura 107. Logotipo	142
Figura 108. Diagrama de operaciones de prestación del servicio de Adiestramiento	164
Figura 109. Distribución de la planta	174
Figura 110. Estructura organizacional	184
Figura 111. Representación gráfica del punto de equilibrio Adiestramiento	228
Figuro 112. Representación gráfica del punto de equilibrio Transporte	228

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Encuesta de opinión	249
Anexo B. Estratificación de hogares por municipios ESSA	252
Anexo C. Mapa de macro localización (municipio de Piedecuesta)	253
Anexo D. Cronograma de actividades	254
Anexo E. Formato de buzón de sugerencias	255
Anexo F. Formado de visitas o atención a clientes	256
Anexo G. Formato de planillas de adiestramiento	257
Anexo H. Formato de planillas de control veterinario	258

GLOSARIO

El presente marco, permite identificar palabras de difícil comprensión para el lector del proyecto con su respectivo significado:

- ❖ **Acicalamiento:** el acto mediante el cual los animales se lavan unos a otros
- ❖ **Adiestramiento:** Amaestrar, domar un animal.
- ❖ **Amansamiento:** Acción y efecto de amanzanar.
- ❖ **Autómata:** Persona estúpida o excesivamente débil, que se deja dirigir por otra.
- ❖ **Caniles:** Habitaciones individuales adaptadas para los perros.
- ❖ **Congéneres:** Del mismo género, de un mismo origen o de la propia derivación.
- ❖ **Dominancia:** en etología, posesión de alto estatus social dentro de un grupo de animales que exhibe una organización social jerárquica, frecuentemente alcanzada y sostenida por agresión hacia los individuos inferiores. Al animal dominante dentro del grupo social se le denomina por la letra griega *Alfa* (a).
- ❖ **Endógenos:** Que se origina o nace en el interior, como la célula que se forma dentro de otra.
- ❖ **Estereotipia:** Repetición involuntaria e intempestiva de un gesto, acción o palabra, que ocurre sobre todo en ciertos dementes.
- ❖ **Ethológico:** Relativo a la disciplina desarrollada prioritariamente en Europa, sostiene que la conducta animal es innata (instintiva).
- ❖ **Exógenos:** Que se forma en el exterior de otro, como las esporas de ciertos hongos.

- ❖ **Fenotípicas:** Relativo a manifestación visible del genotipo en un determinado ambiente.
- ❖ **Gozque:** Callejeros.
- ❖ **Híbridos:** se considera al descendiente del cruce entre especies, géneros o, en casos raros, familias, distintas. Como definición más imprecisa puede considerarse también un híbrido aquel que procede del cruce entre progenitores de subespecies distintas o variedades de una especie.
- ❖ **Jurisdicción:** providencias de la expresión latina *iuris dictio* que significa 'decir el Derecho' y alude a la función que asume el Estado, a través de los jueces y tribunales, de administrar la justicia, aplicando el Derecho a los casos concretos que se les presentan. En este sentido se habla también de función jurisdiccional y corresponde a los juzgados y tribunales determinados por las leyes.
- ❖ **Lazarillo:** Persona o animal que guía o acompaña a otra necesitada de ayuda.
- ❖ **Mecanicistas:** Relativo en el psicoanálisis, el que utiliza el yo para protegerse de los impulsos o ideas que podrían producirle desequilibrios psíquicos.
- ❖ **Pyme:** siglas de Pequeñas y Medianas Empresas. Se consideran pequeñas empresas aquellas que tienen menos de 20 trabajadores, y medianas las que tienen entre 20 y 500 empleados aunque, como es natural, esta definición es susceptible de variar en función de los distintos contextos económicos e históricos. Por ello, no existe una definición única de la empresa en función de su dimensión, sino que se utilizan diversos criterios diferenciadores del tamaño.
- ❖ **Monogámico:** Dicho de un animal: Que solo se aparea con un individuo del otro sexo.
- ❖ **Morfológicamente:** Perteneciente en la parte de la biología que trata de la forma de los seres orgánicos y de las modificaciones o transformaciones que experimenta.

- ❖ **Ovejera:** Que cuida de las ovejas.
- ❖ **Pleistoceno:** Se dice de la sexta época del período terciario, que abarca desde hace 2 millones de años hasta hace 10 000 años
- ❖ **Reticencias:** Efecto de no decir sino en parte, o de dar a entender claramente, y de ordinario con malicia, que se oculta o se calla algo que debiera o pudiera decirse.
- ❖ **Salvamento:** Lugar en que alguien se asegura de un peligro.
- ❖ **Temple:** Fortaleza enérgica y valentía serena para afrontar las dificultades y los riesgos.
- ❖ **Test de Campbell:** Test creado con la finalidad de conocer al perro y a su dueño
- ❖ **Troquelada:** Es la acción de recortar con troquel piezas de cuero, cartones, etc.
- ❖ **Zoonosis:** Enfermedad o infección que se da en los animales y que es transmisible al hombre en condiciones naturales.

RESUESPA

TITULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA ESCUELA DE ADIESTRAMIENTO CANINO EN EL AREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA*

AUTORES: Delgado Bautista, Sandra Patricia. Patiño Villamizar, Esmeralda.**

PALABRAS CLAVES: Factibilidad
Escuela
Caninos

DESCRIPCION O CONTENIDO:

La factibilidad para crear una empresa que preste servicios de adiestramiento canino en el área metropolitana de Bucaramanga, obedece a la importancia que han adquirido las mascotas en los hogares de estratos socio-económicos medio-altos, para adaptar al cachorro a las normas que rigen la comunidad en que vive la familia es necesario enseñarles reglas de convivencia.

El estudio inicia con la investigación de las generalidades que rodean la idea de negocio. En el estudio de mercados se determina la demanda, la oferta y las variables de la mezcla del mercadeo. En el estudio técnico se define el tamaño y la ingeniería del proyecto. En el estudio administrativo se diseña la organización de la empresa. En el estudio financiero se cuantifica la inversión necesaria y se proyectan los ingresos-egresos. En la evaluación del proyecto se identifica el impacto social, ambiental y la evaluación económica.

La inversión fija, diferida y el capital de trabajo suman \$78.216.867.00, siendo necesario un crédito por el 51%. Se busca con el desarrollo de este proyecto ofrecer beneficios de carácter social mediante la generación de empleo y el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad en general. La empresa mediante normas preventivas busca ocasionar el mínimo impacto ambiental.

El VPN es igual a \$189.431.760.00, la TIR es del 55.47%, la inversión se recuperará en 23 meses y 10 días; además las razones financieras mostraron beneficios económicos representativos.

*Proyecto de grado

**Instituto de Educación a Distancia. Gestión Empresarial. Buitrago, Ana Carmenza

SUMMARY

FEASIBILITY STUDY FOR THE CREATION OF A CANINE TRAINING SCHOOL IN THE METROPOLITAN AREA OF BUCARAMANGA.*

Authors: Delgado Bautista, Sandra Patricia. Patiño Villamizar, Esmeralda.**

Key words: Feasibility
School
Canine animals

The feasibility for the creation of a canine training school in the metropolitan area of Bucaramanga, comes from the importance of having pets in the homes of upper medium class families and making sure these puppies can comply with specific community rules.

The study starts with the research of all the generalities around the business idea. In the marketing study one determines the demand and the supply and the variables of the mixture of the trade. In the technical study one defines the size and the engineering of the project. In the administrative study the organization of the company is designed. In the financial study the necessary investment is quantified and the income and outgoings are defined. In the evaluation of the project the social and environmental impact are defined as well as the economic aspect.

The fixed investment, deferred and the capital from work add \$78.216.867,00, being necessary a credit by 51%.. The development of this project looks to offer benefits of social character by creating employment and improving the quality of life of the community in general.

The company is looking to cause the minimum environmental impact by using preventive norms.

The NPV (Net present value) is equal to \$189.431.760,00, the IRR (Internal rate of return) equals to 55,47%, the investment will recover in 23 months and 10 days; in addition the financial studies showed representative economic benefits.

* Project of grade

** Institute of Studies at Distance. Managerial Administration. Buitrago, Ana Carmenza

INTRODUCCION

Con la realización del presente proyecto se busca establecer la viabilidad de la creación de una escuela de adiestramiento canino dentro del área metropolitana de Bucaramanga, dirigida a la población ubicada en los estratos socio-económicos 4, 5 y 6 en donde las mascotas son consideradas como un miembro más de la familia, por lo que requieren atención y trato adecuado.

Debido a la importancia que han tomado estos animales (los perros) dentro de los hogares en los últimos años y la necesidad inminente de educarlos para convivir en sociedad, evitando así episodios de violencia y falta de educación frente a la comunidad, se busca ofrecer un servicio de excelente calidad respaldado por una empresa seria y confiable. En la actualidad no se encuentra en la ciudad un servicio de las características aquí mencionadas por lo que se ha considerado una oportunidad para aprovechar.

Se ha desarrollado la investigación bajo la forma de factibilidad con el fin de analizar las variables existentes, y determinar que el proyecto sea viable, el progreso del proyecto se dividió en seis etapas, la inicial es la de las generalidades donde se ofrece una idea general del sector económico donde se ubicará la empresa y las leyes que regirán la misma.

En segunda instancia se encuentra el estudio de mercados, en el cual se establece el servicio a ofrecer, se estima el tamaño del mercado potencial, la oferta existente, debilidades y fortalezas de la misma con el fin de posicionar la futura empresa.

Seguidamente se ha elaborado el estudio técnico donde se busca definir el tamaño diseñado, instalado y utilizado del proyecto, precisar el sitio de ubicación

de la empresa, la distribución de la planta y especificar de manera detallada los recursos a utilizar para la puesta en marcha del mismo.

Luego se realiza el estudio administrativo en el cual se puede ver el procedimiento legal para la constitución de la empresa, se ha definido la estructura organizacional de la misma, políticas, el perfil, requerimientos de los cargos y la asignación salarial.

A continuación se ha desarrollado el estudio financiero, importante para establecer las necesidades de inversión, la disponibilidad de recursos económicos y la forma de consecución de las cantidades faltantes para la puesta en marcha del proyecto, se hicieron proyecciones de presupuestos que permitan determinar el beneficio económico de la empresa.

En última instancia se encuentra la evaluación del proyecto donde se ha analizado el impacto social, económico y ambiental que tendrá la creación de la empresa dentro de la región, se revisa la tasa interna de retorno, el valor presente neto, el periodo de recuperación de la inversión y los principales indicadores de razones financieras.

1. GENERALIDADES.

1.1. EL PERRO

1.1.1. Antecedentes históricos. El perro ha sido compañero del hombre desde hace más de 30.000 años, momento en que concluyó su proceso de domesticación, el cual se inició hace unos 70.000 años, cuando el hombre y las jaurías de lobos asiáticos competían por alimento y territorio.

El adiestramiento de animales se desarrolló de formas diversas en las diferentes partes del mundo, pero presumiblemente a partir de la base de un beneficio recíproco: el perro se alimentaba de las sobras que el hombre abandonaba cerca de su lugar de acampada, y este a su vez, si una manada de perros se instalaba cerca de él, a la espera de la comida, podía descansar al sentirse protegido de los ataques de los animales feroces.

Algunos huesos y restos fósiles recuperados en los diferentes continentes, y de unos 6500 años de antigüedad, revelan la presencia de diferentes tipos de perros que vivían en asentamientos humanos. En particular, parece que los molozoides fueron los primeros alimentados por el hombre, para asegurarse de que ejercían su función de defensa. Desde entonces, a través de procesos de función natural y artificial, es decir, manipulado por el hombre para tener animales “especializados” en diversas funciones, se han desarrollado miles de razas, muchas de las cuales se extinguieron en el transcurso de los siglos. Los primeros europeos que llegaron

a América en el siglo XV y XVI, encontraron allí veinte (20) razas caninas diferentes, de las cuales pocas sobreviven hoy.¹

Es probable que las primeras interacciones entre lobos y seres humanos primitivos tuvieran lugar en un marco de competencia por la comida, ya que ambos no sólo se alimentaban de los animales que cazaban sino que además utilizaban la misma estrategia -la caza en forma cooperativa-, para la obtención del alimento. No obstante, debido a que los lobos también podían actuar como animales carroñeros, con el tiempo algunos se fueron acercando a los campamentos de sus competidores en busca de desperdicios alimenticios”².

Este acercamiento sin duda tuvo consecuencias en la interacción entre los lobos y los seres humanos. Estas son:

- ❖ Algunos ejemplares de lobo fueron cazados por los humanos para su propio alimento.
- ❖ Posiblemente varios indefensos lobeznos -es decir, las crías de aquellos animales capturados para la alimentación- también hayan sido atrapados con la misma intención. Sin embargo, seguramente muchos de ellos no fueron sacrificados sino conservados para convivir con los niños, como compañeros de juego, durante su etapa de socialización. Esta situación implicó un amansamiento de estos animales.
- ❖ El ser humano, producto de su inteligencia, posiblemente en lugar de eliminar a todos los ejemplares de lobo que se acercaban al campamento comenzó a seguir a algunos de ellos en sus cacerías, utilizándolos como detectores de potenciales presas.

¹ El gran libro de los perros. Rino Fallapi. Editorial Geoplaneta 1997 pag 11.

²http://orbita.starmedia.com/allccodezamora/Articulos_de_Interes/Historia.htm#Proceso%20de%20domesticación

De estas tres circunstancias, la segunda fue con toda seguridad la que mayor relevancia e importancia tuvo en lo que respecta al proceso de domesticación, ya que debió ser el origen del vínculo directo entre el hombre y el antecesor del perro. La interacción entre ambas especies durante la primera etapa de la vida produjo la socialización de los lobeznos con el ser humano y, por consiguiente, su amansamiento en estado adulto. Estos animales amansados eran morfológicamente indistinguibles de sus congéneres salvajes pero ya acompañaban al ser humano, su compañero adoptivo, en las cacerías.

Debido a que los lobos poseían una capacidad auditiva mucho mayor que los humanos, detectaban los peligros para el campamento mucho antes, por lo que seguramente empezaron también a ser utilizados como centinelas. A cambio de estos servicios estos animales comenzaron a recibir alimento, agua y otro tipo de cuidados. De esta forma la competencia entre ambas especies dio paso a la colaboración.

Este nuevo vínculo se estrechó aún más debido a que además de compartir la misma estrategia para la obtención del alimento, hombres primitivos y lobos poseían otras características en común. Tanto unos como otros poseían estructuras sociales muy complejas y parecidas. Los humanos convivían en grupos y los lobos en manadas, donde cada individuo desempeñaba un rol específico. Ambas especies establecían un territorio al que defendían y ambas formaban un estrecho vínculo entre el macho y la hembra de tipo monogámico. En los dos casos los individuos jóvenes eran cuidados por todo el grupo, dentro del cual había una relación de parentesco. Finalmente, tanto en uno como en otro las formas de comunicación se basaban en expresiones faciales y posturas corporales.

De todo lo explicado se deduce que al comienzo del proceso de domesticación no existía un propósito concreto por parte del ser humano, por lo que los primeros pasos fueron relativamente muy simples. De hecho en un principio no hubo ningún tipo de selección ni apareamientos controlados por el hombre, por lo que muchos de los lobos amansados continuaron apareándose con sus congéneres salvajes.

Con el surgimiento de la agricultura, la protección de la propiedad cobró gran importancia y se empezaron a seleccionar a los individuos más aptos para cumplir con esa función. Esto marcó los comienzos de los planes de apareamiento destinados al desarrollo de las diferentes razas de perro. Probablemente eso sucedió en la antigua Grecia y en el Imperio Romano hasta su caída. Por ese entonces los perros debían cumplir ya diferentes funciones, lo cual explica la presencia de tres tipos diferentes de perros:

- ❖ Los perros pastores, de tamaño mediano.
- ❖ Los perros de guardia, de mayor tamaño.
- ❖ Los perros de caza, más pequeños y de patas cortas.

Más tarde en Europa, hacia finales de la Edad Media, comenzaron a crearse y desarrollarse diferentes razas de perro, aunque por ese entonces no existían más de una docena de razas distintas. Por supuesto en ese momento el apareamiento con animales salvajes era altamente indeseable e incluso el hombre ya los perseguía y los exterminaba.

Después de la Revolución Industrial se dejó de utilizar perros en las diferentes tareas que hasta ese momento venían desempeñando. A partir de entonces prosperaron las competencias protagonizadas por los perros llamados "de

exposición". Estas competencias surgieron en el siglo XVIII y fueron reglamentadas en el XIX. Sólo a partir de este momento y debido a la gran variabilidad genética que poseía el perro, comenzaron a proliferar las más de cuatrocientas diferentes razas que hoy conocemos y que compiten en numerosas exposiciones.

Hace todavía menos tiempo apareció la categoría del perro de compañía, cuya principal función, tal como su nombre lo indica, es acompañar a los seres humanos a cambio de alimento, afecto y cuidados diversos. Esta nueva forma de relacionarse demuestra que aquel contrato de cooperación entre ambas especies todavía hoy permanece vigente.

A lo largo de la historia, los perros han servido para múltiples propósitos: guía, salvamento, pastoreo y protección son algunos de ellos. Pero la tarea primordial de los perros ha radicado en la explotación de sus capacidades para la defensa propia y la destrucción del enemigo. Desde Lechernich, Alemania, donde fue fundada en el siglo XIX la primera escuela de perros para la guerra, salió una lección que hoy en día aún es repetida: la utilidad de los canes depende de su afinidad con el dueño.

Además de una excelente compañía, los perros son animales domésticos a los que el hombre les ha descubierto numerosas utilidades a lo largo de la historia. La primera fue la protección de la integridad física, y esto pasa por la transformación del animal en un arma.

Desde tiempos ancestrales, "el mejor amigo del hombre" fue utilizado para la defensa propia y la destrucción del enemigo. En las ruinas de la antigua Pompeya podía leerse: "Cave canem", o "Cuidado con el perro". Grandes combatientes como Atila El Huno y Alejandro Magno llevaban manadas caninas entre sus tropas. En algunos casos, los equipaban con cuchillas y púas al cuello. Al correr entre las filas enemigas cortaban las patas de los caballos.

Vasijas egipcias con antigüedad de siete siglos antes de Cristo dan cuenta de la utilización de perros para la caza de otros animales con los que serían alimentadas las tropas. En la conquista de México y Perú, los españoles utilizaron perros en contra de las tribus aborígenes.³

La primera escuela de perros con fines militares fue conocida con el nombre de Lechernich por el lugar donde fue fundada, en 1884. Los animales eran entrenados para complementar al ejército prusiano en labores tales como la orientación de las tropas y el envío de mensajes a través de las filas enemigas. También les fue asignada la función de trasladar los equipos de primeros auxilios en el campo de batalla.

De allí salió el primer manual para la educación canina. Este documento se convirtió en referencia para el ejército estadounidense, luego de traducirlo a principios del siglo pasado. Allí se señala la importancia de que los perros sean adiestrados por una sola persona, responsable además de velar por el bienestar de cada animal.

³ <http://www.apanovi.org.ar/info/seeingeye.htm>

La eficiencia de un perro, indica el manual de la Escuela Lechernich, depende en parte de la escogencia de sus cuidadores y de la instrucción que reciban. "Un tratamiento descuidado disminuirá la eficiencia del animal, también debe darse atención especial a sus patas, y si es necesario a su limpieza y secado", añade el texto.

Con el pasar de los años, las utilidades del perro han sido sistematizadas tomando en cuenta factores como la raza, la resistencia y el medio ambiente. En todos los casos, la documentación especializada hace énfasis en que la eficiencia de los perros entrenados depende en mucho de la empatía que desarrollen con la persona que los utilice. Hacen, por lo tanto, un trabajo en equipo⁴

En 1917, en Alemania se funda el primer centro de adiestramiento de perros guía, para los soldados que a causa de la primera guerra mundial perdieron la vista. Alrededor de 1925, en Suiza se inicia el adiestramiento de perros guía en forma experimental, donando el primer perro al Sr. Morris Frank, primer estadounidense que al regresar a su país se enfrenta a las barreras sociales y culturales que le impedían el acceso a transportes y lugares públicos. Existen documentos muy antiguos que muestran perros asistiendo a los seres humanos en distintas tareas y también como lazarillos de ciegos. La posibilidad de que los animales fueran entrenados para esa función aparece en distintas obras del siglo XIX, especialmente en Austria y Alemania. La primera escuela organizada para adiestrar perros guías surgió en Alemania 1916, durante la Primera Guerra, cuando muchos soldados regresaban ciegos del frente de batalla. Pero esta

⁴http://orbita.starmedia.com/allccodezamora/Articulos_de_Interes/Historia.htm#El%20perro%20como%20individuo

escuela tuvo poca repercusión internacional hasta que fue visitada por la estadounidense Dorothy Eutis en 1927.

Eutis tenía un criadero de perros en Suiza y trabajaba como adiestradora en la sección de perros de rescate de la Cruz Roja. Cuando regresó a su país, escribió una nota en The Saturday Evening Post, contando lo que había visto en el centro alemán. Morris Frank, un joven que había perdido la visión a causa de un accidente, se mostró muy interesado en la nota y le escribió a Eutis pidiéndole que adiestrara un perro para él. Eutis aceptó con la condición de que Morris fuera a buscar su perro a Suiza y allí recibió instrucción para manejarse con una ovejera hembra que fue su compañera y guía y con la que regresó, sin otra ayuda, a los Estados Unidos, Eutis y Frank decidieron abrir la escuela "The Seeing Eye", nombre que proviene de una cita bíblica: "El oído que oye y el ojo que ve, ambas cosas las hizo Dios"⁵.

Esta institución fue el modelo para las escuelas que más tarde se abrieron en distintos países del mundo. El perro brinda seguridad e independencia a las personas no videntes y en la actualidad se reconoce la importancia de su compañía para la atención de otras discapacidades.⁶

Por la perseverancia del Sr. Frank, se funda en 1929 la primera escuela de perros guía en estados unidos, en 1938 la legislación otorga el derecho a los usuarios de perros guía para acceder a todos los transportes y lugares públicos.

⁵ <http://www.prodigyweb.net.mx/perrosguiaparaciegos/temas/historicos.html>

⁶ <http://www.apanovi.org.ar/info/seeingeye.htm>

Desde 1939 se fundan más escuelas de perros guía en Estados Unidos, hasta llegar a diez (10). En México desde 1940, personas ciegas, que hablen inglés y cuenten con los recursos económicos, obtienen perros guía donados por instituciones de ese país.

Todos los países desarrollados cuentan con instituciones dedicadas a la educación y entrenamiento de perros guía para ciegos”. En la Base Aérea de San Antonio, Texas, el Escuadrón de Entrenamiento 341 prepara a los reclutas caninos y los convierte en héroes. Lackland, el único centro de entrenamiento para perros militares y sus encargados en los Estados Unidos, entrena anualmente a más de 300 perros trabajadores para que cumplan diversos roles en el Departamento de Defensa (DoD) y en la Administración de Aviación Federal (FAA), así como a más de 185 perros detectores de drogas y explosivos. En el año 2003, luego del desastre del World Trade Center, el grupo recluta de perros detectores de explosivos se duplicó a 350. En la actualidad, muchos de ellos están siendo entrenados también en la búsqueda de armas químicas tales como “gas sarín”.

A pesar de que los reclutas provienen de lugares remotos a otros lados del mar, así como de criadores locales, generalmente se limitan a tres razas: el pastor alemán, el pastor holandés y el pastor belga de Malinas. Estas razas, más que las otras, poseen la mejor combinación de un agudo sentido del olfato, resistencia, velocidad, fuerza, valor, inteligencia y adaptación a prácticamente cualquier condición climática.

Los reclutas entran a la base cuando tienen entre 12 y 36 meses y egresan convertidos en disciplinados perros militares en servicio. Se gradúan en deberes

de vigilancia, rastreo de minas enterradas, operaciones de búsqueda y rescate, detección de drogas y explosivos, sólo por nombrar algunas de las habilidades altamente especializadas que dominan estos diligentes caninos.

Gracias a su súper-hocico, su afinado sentido del oído y su aguda visión nocturna, no existe casi nada que un perro entrenado no pueda llevar a cabo. Y gracias a su inagotable devoción a sus entrenadores, correrá rápidamente hacia donde los soldados temen pisar. Los perros exploradores, por ejemplo, arriesgarán alegremente sus vidas para asegurarse de que la costa está libre de peligro para que pasen las patrullas de sus encargados.

En promedio, un perro entrenado para detectar explosivos es un 98% acertado en sus habilidades de detección. Un perro explorador puede oler la presencia de un soldado enemigo a 900 metros; puede incluso detectar el aliento de un saboteador bajo agua que sopla a través de un tallo de caña. Sólo en la Guerra de Vietnam, se estima que los perros militares en servicio y quienes los manejaban, salvaron más de 10.000 vidas.

En los trágicos sucesos ocurridos en New York el 11 de Septiembre, fecha que siempre quedará en nuestro recuerdo, junto con la acción heroica de bomberos y rescatistas, hay un grupo de trabajo que merece especial reconocimiento.

Se trata de 80 perros especialmente entrenados para estas labores, que son la mano derecha de los rescatistas, y que han trabajado incansablemente día y

noche para localizar personas vivas y muertas, de los escombros de las Torres Gemelas.

Su misión es tan importante, como peligrosa, ya que deben caminar entre los escombros, así como escalar éstos, olfateando constantemente en la búsqueda. De allí, que en la misma zona, se haya tenido que establecer un hospital veterinario ambulatorio de emergencia, para atender las caídas que han sufrido, las heridas en sus patas, y los problemas respiratorios ocasionados por la aspiración del polvo, tras incesantes horas de trabajo.

Un grupo de veterinarios de Carolina del Norte, se dirigió a prestar sus servicios a este grupo de valientes animales, y de Canadá, fue enviado un lote de botitas de las utilizadas por los perros de trineos. Este grupo de 80 perros de rescate, está integrado por diversas razas, entre las que pudimos ver, a través de los medios, Pastor Alemán y Labrador Retriever.

La Escuela de adiestramiento canino fue fundada en el año de 1962 por el señor Teniente VÍCTOR ALBERTO DELGADO MALLARINO, quien inició con 10 perros importados de Alemania y se comenzó con la especialidad de Rastro y Oteo asesorados por el señor Sargento Alemán JOHN BEECKER.

Con el pasar del tiempo y por razones del servicio se incrementó el número de semovientes y se comenzó con las especialidades de Narcóticos y Explosivos.

Posteriormente con la especialidad intervención (Captura).⁷ Héroes muchas veces anónimos, los perros se han convertido en valiosos aliados de las fuerzas militares. Víctimas invisibles, hasta ahora, de la guerra, los canes tienen su propio cementerio y su propia medalla de orden público, como reconocimiento por salvar la vida de cientos de militares.

Una mina estaba 'plantada' en medio del camino y 'Sasha', la perra antiexplosivos que iba a la cabeza del grupo, instantáneamente voló en pedazos. De ella sólo se pudo recuperar parte del collar, mientras que los 18 soldados que marchaban detrás se salvaron de correr la trágica suerte de la Labrador dorada.

Esta historia se ha repetido muchas veces en los últimos meses en las zonas de combate, donde los perros se han convertido en verdaderos héroes de guerra, al detectar explosivos y en muchos casos evitar heridas o la muerte de sus instructores y de las patrullas militares.

En lo que va corrido de este año, diez canes han perdido la vida en medio de misiones de contraguerrilla. Su presencia cada día parece ser más útil teniendo en cuenta que las FARC han convertido a las minas antipersonales en una de sus armas privilegiadas de guerra.

De hecho, según cálculos hechos en los primeros meses de este año, cerca del 40 por ciento de los militares que quedan fuera de combate (por heridas o muerte) es por la acción de este tipo de artefactos,

⁷ <http://www.policia.gov.co/inicio/portal/unidades/mecal.nsf/Paginas/EscuadroneCarabineros>

Algunos de los perros son 'gozques' (callejeros) que los militares encuentran en medio de sus travesías. Los 'profesionales', son los Pastores Alemanes y Labradores que reclutan en las escuelas de instrucción de las diferentes brigadas del país.

Perros profesionales

A diferencia de los 'gozques', los perros antiexplosivos que pasan por la Escuela de Caninos, tienen un régimen especial de comida (sólo comen concentrado), un entrenamiento especializado y un adoctrinamiento único con su guía.

En este aspecto es líder en el país el Centro de Adiestramiento Canino de Bucaramanga, de la II División del Ejército, que se ha encargado de preparar a los perros y luego enviarlos a las zonas de combate.

Con el lema "done un perro, salve una vida", los oficiales de la unidad militar iniciaron un proceso de reclutamiento para enviar perros a la guerra en el 2002. "La necesidad surgió de ver la cantidad de heridos que nos dejaban los campos minados, sobre todo en el sur de Bolívar, la provincia de Soto y el Catatumbo", recuerda uno de los oficiales que estuvo a cargo del programa. En la actualidad la escuela tiene 57 caniles en instrucción. Las otras escuelas se encuentran en Faca, la Policía Militar en Bogotá, Chiquinquirá, Cali y Bucaramanga.

Hay más de 200 perros en instrucción en este momento. "Los preparamos para la guerra y por eso sólo pueden dormir, recibir agua y comida y órdenes de su guía,

que por lo general es un soldado que se encarga del perro, desde el primer día de reclutamiento", agrega el oficial.

El entrenamiento de los animales dura cuatro meses. En este tiempo aprenden a detectar minas, adaptarse a la vida de la selva y a salvar la vida de los soldados, impidiendo que ellos pisen los explosivos, cuando la sorpresa les ha ganado a los que detectan las minas.

Así fue como 'Negro' salvó la vida del soldado José Restrepo, el 9 de noviembre de 2002, en San Carlos (Antioquia). Cuando el perro Labrador se percató de que su compañero se había parado en la mina, se lanzó encima de ella.

Le salvó la vida a Restrepo, pero él quedó ciego y sordo del lado izquierdo. Su recompensa, además de la vida de siete soldados, fue recibir la primera medalla para caninos en orden público, en la base de Tolemaida. Ahora está en uso de buen retiro en una de las escuelas de caniles.

Pero no todos corren la misma suerte de 'Negro'. Otros, como la perra 'Sasha', terminan desintegrados. Para ellos, la II División creó el Cementerio de Perros Combatientes. Una estatua de un canil y placas conmemorativas a los amigos que salvaron la vida, reposan en la unidad militar de Bucaramanga.

"Gracias por permitirme seguir combatiendo. Alto Cáchira, Suratá, octubre 13 de 2002. Soldado Jaimes Contreras Nelson". Así dice la placa de la tumba de 'Sasha'.⁸ Tatiana, una labrador de 13 meses, hace parte de los 44 ejemplares que actualmente se entrenan para ir al área de combate con su guía que se ha convertido en su amigo inseparable con el que tendrá que vivir en muchas ocasiones momentos difíciles y recorrer diferentes regiones del país, pues ella también hará parte del Batallón de Contraguerrilla No. 27.

Al entrar a la Escuela de Caninos, ubicada en las instalaciones del Batallón de Ingenieros No. 5 'Francisco José de Caldas', se encuentran cachorros labradores y pastores alemanes de seis y 18 meses de edad, siendo estas las razas más empleadas por el Ejército para la detección de explosivos.

El sargento viceprimero Arlet Mezu Mina, jefe de la escuela, explica que en el año se realizan tres cursos: de enero a abril, de mayo a agosto y de septiembre a diciembre, cada uno con una duración de tres meses y medio.

Para poder realizar el curso a cada canino se le hacen unas pruebas en las que tienen que demostrar un alto nivel de juego, de energía, donde se les mide el temperamento que debe ser estable y no sentir miedo a los ruidos fuertes como el que producen las armas de fuego y los explosivos.

⁸ <http://www.accc.com.co/boletin/index200411.asp?scr=20041106>

Los que clasifican comienzan el entrenamiento y si han demostrado un buen desempeño en el período de instrucción van a su Unidad. Si no cumplen con las condiciones básicas y se muestran lentos, sin interés y evasivos entonces son descalificados, retirados del curso y se les entrega un acta de baja. En estos casos se adquiere otro ejemplar y se le asigna al alumno guía para que pueda continuar.

Las jornadas en la Escuela inician a las cinco de la mañana con el trote de los soldados guías, el aseo de los caniles, luego un paseo con cada uno de los ejemplares, la alimentación y las clases de búsqueda, detección, obediencia y explosivos.

Pero este curso no es sólo práctico pues tiene algunas materias que junto con los ejercicios suman puntajes que son requisito para su aprobación. Los alumnos aprenden sobre técnicas de detección de artefactos explosivos, de obediencia, primeros auxilios, sinologías (clasificación de las razas), aseo, mantenimiento de caniles y marchas.

Un total de 3.500 puntos es la calificación que deben obtener los binomios, pasando todas las pruebas para hacerse merecedores del primer puesto. Los perros antiexplosivos reciben un régimen especial de comida, de entrenamiento especializado y un adoctrinamiento único. En este aspecto, la Escuela es líder a nivel nacional en preparación de caninos para luego ser enviados a las zonas de combate.

Estos cachorros se encuentran en la cuarta fase y cada día dan su mayor esfuerzo para obtener el primer puesto cuando finalice el curso en el mes de abril y estén listos para ir a sus unidades. Estos héroes anónimos tendrán la dura misión de detectar las minas, adaptarse a la vida de la selva y salvar la vida de los soldados.

Fases del entrenamiento

Este es sin duda un arduo entrenamiento que se divide en cuatro fases esenciales para el buen desempeño del ejemplar en la misión:

- ❖ Cobranza básica y asociación de olores: se le enseñan los primeros explosivos, iniciando con mecha lenta.
- ❖ Punto a punto y cuarteo: se continúa asociando el canino con los explosivos y se hace énfasis en ejercicios de registro en línea recta.
- ❖ Registro sistematizado y manejo de tradilla: se registran detalladamente paquetes y obstáculos.
- ❖ Registro a vehículos, aeronaves y adaptación a diferentes medios: se enseña la señal pasiva del sentado y a registrar de derecha a izquierda un vehículo, una aeronave y en recintos cerrados.

1.1.2. Clasificación de razas por grupos. Los perros han sido divididos en diferentes grupos desde finales del siglo XIX para facilitarles el trabajo a los jueces en los torneos de exhibición. Los perros en cada grupo poseen habilidades de trabajo similares.

El grupo de trabajo

Son animales fuertes con naturalezas adaptables. Sus papeles incluyen guardar la propiedad, halar objetos, guiar a los invidentes, conducir el ganado y ayudar a la policía.

Figura 1. Bearded Collie



Figura 2. Bobtail (Old English Sheepdog)



Figura 3. Border Collie



Figura 4. Bouvier de Appenzell



Figura 5. Bouvier de Flandes



Figura 6. El Briard (Pastor de Brie)



Figura 7. Bullmastiff



Figura 8. Dogo de Burdeos



Figura 9. Fila Brasileiro



Figura 10. Samoyedo



Figura 11. Mastín Napolitano



Figura 12. Mastín Inglés



Figura 13. Montaña de los Pirineos



Figura 14. Rottweiler



Figura 15. Siberian Husky



Figura 16. AkitaAlaskan Malamute



Figura 17. Boxer



Figura 18. Canaan Dog (Perro de Canaan)



Figura 19. Dobermann



Figura 20. El Pastor Alemán



Figura 21. San Bernardo



Figura 22. Schnauzer Mediano



Figura 23. Terranova



Figura 24. Welsh Corgi



El grupo de Caza

Estos perros ayudan a los cazadores mostrando, saltando y cobrando la caza. Poseen gran energía y un agudo sentido del olfato.

Figura 25. Beagle



Figura 26. Basset Hound



Figura 27. Cocker Americano



Figura 28. Dachshund



Figura 29. Cocker Spaniel Ingles



Figura 30. Labrador Retriever



Figura 31. Golden Retriever



Figura 32. Setter Ingles



Figura 33. Setter Irlandes

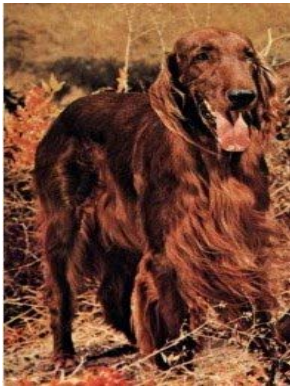


Figura 34. Pointer



El grupo Terrier

Los Terriers evolucionaron primeramente en Gran Bretaña como cazadores de presas pequeñas que se escondían enterrándose. El nombre del grupo proviene del latín "Terra", que significa tierra.

Figura 35. Airedale Terrier



Figura 36. Australian Terrier



Figura 37. Bedlington Terrier



Figura 38. Border Terrier



Figura 39. Bull Terrier



Figura 40. Fox Terrier



Figura 41. Irish terrier



Figura 42. Norwich terrier



Figura 43. Staffordshire bull terrier



Figura 44. Welsh terrier

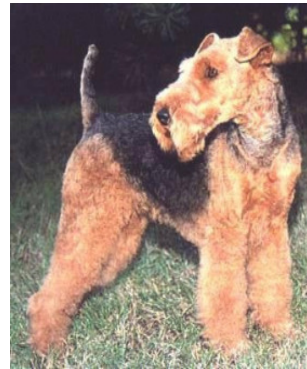


Figura 45. Boston Terrier



Figura 46. Jack Russell Terrier



Figura 47. Kerry Blue Terrier



Figura 48. Scottish Terrier



Figura 49. Tibetan Terrier



Figura 50. West Highland White Terrier



El grupo no deportivo

Los perros no deportivos fueron producidos para llenar muchos propósitos; desde ser compañía hasta servir como centinelas. Su apariencia y funciones varían dramáticamente.

Figura 51. Bulldog



Figura 52. Bulldog Frances



Figura 53. Chow Chow



Figura 54. Dalmata



Figura 55. Perro de Aguas



Figura 56. Pinscher



Figura 57. Shar Pei



Figura 58. Zwergschnauzer



El grupo de perros miniatura

Los perros miniatura descendieron de razas más grandes. A menudo sirven como centinelas o compañeros. Sus apariencias varían ampliamente.

Figura 59. Australian Terrier



Figura 60. Bichon Frise



Figura 61. Chihuahua



Figura 62. Lhasa Apso



Figura 63. Maltes



Figura 64. Pequines



Figura 65. Shih-Tzu



Figura 66. Yorkshire Terrier



Perros deportivos

Estos perros han cazado por miles de años. Una gran visión y velocidad los identifican; también poseen mucho vigor y un sentido del olfato extraordinario.

Figura 67. Afghan Hound



Figura 68. Borzoi



Figura 69. Grey Hound



Figura 70. Saluki



Actualidad de los perros. Actualmente en la sociedad, se observa que por cada cinco hogares, uno posee por lo menos un canino; los cuales son adquiridos como mascotas (amigo fiel, compañero incondicional), para ser compañía de adultos e infantiles.

Estas mascotas, con el tiempo han llegado a ser no una solución a la necesidad del hombre; sino que al igual que ellos también tienen necesidades y requieren atención; por lo tanto se tornan en un problema tanto social como económico para la comunidad, debido a la intolerancia del ser humano hacia ellos.

Al igual que el hombre los perros son educados para que aprendan a vivir en sociedad y eviten actos violentos; este último es el caso que registra más incremento en la actualidad: la mordedura del perro hacia extraños y a veces el mismo dueño a causa de estrés o ira acumulada. Se observa que en los primeros meses de vida los cachorros muestran un comportamiento destructivo e inquieto, es entonces cuando se hace necesario que reciban una educación correctiva. Cada solución de un problema de conducta lleva una técnica diferente.

Todo esto se debe a la constante necesidad del ahorro del tiempo que tiene la gente en su diario vivir; ya que sus diversas responsabilidades y ocupaciones les obligan a minimizar la gran mayoría de sus actividades fundamentales. De igual forma, se encuentra otro gran enemigo en la cotidianidad de las personas como es la economía, donde se busca constantemente la adquisición de los diversos servicios que presta el mercado con una excelente calidad a muy bajo costo.

1.2. CONTEXTO DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA

1.2.1. Ubicación geográfica. El proyecto busca atender la población residente en la Ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, que se ha visto afectada por dicho problema. Bucaramanga es la capital del Departamento de Santander, limita por el Norte con el municipio de Rionegro; por el Oriente con los municipios de Matanza, Charta y Tona; por el Sur con el municipio de Floridablanca y; por el Occidente con el municipio de Girón. Se encuentra situada en una terraza inclinada de la Cordillera Oriental a los 7° 08' de latitud norte con respecto al Meridiano de Bogotá y 73° 08' de longitud al Oeste de Greenwich. Su área metropolitana está conformada por Floridablanca, Girón y Piedecuesta. Con un total de 804.618 habitantes

1.2.2. Cultura y economía. Ciudades tan grandes como Bogotá, Medellín y Cali cuentan con una cultura adquirida sobre la educación de sus mascotas, la Secretaria de Salud y Medio Ambiente mediante campañas ha propagado información sobre la importancia de brindar cariño y un ambiente saludable a las mascotas, Bucaramanga se percibe como una metrópoli en evolución debido a su visible desarrollo económico, al crecimiento urbano y poblacional, lo que deja ver

que la ciudad sigue un camino hacia la adquisición del conocimiento sobre la educación de los caninos, en la actualidad debido en parte a la carencia de dicha cultura, en Bucaramanga sólo se encuentran cuatro empresas prestadoras del servicio de adiestramiento, de las cuales tres son personas naturales que trabajan bajo el marco de la informalidad, la restante cuenta con instalaciones propias pero se encuentra muy alejada del perímetro urbano (En la Mesa de los Santos). Como se mencionaba anteriormente en las ciudades de Bogotá, Medellín y Cali se encuentran escuelas muy bien estructuradas con amplias instalaciones, que ofrecen servicios adicionales como: peluquería, psicólogo, guardería y transporte. Entre las escuelas existentes se pueden mencionar:

En la ciudad de Bogotá:

Petrópolis Club

High Beri Land

Criadero de perros Chihuahua Puros La Ponderosa

Tenjo Dogs Club

Activity Dog (Activity Dog Ltda.)

C & K Dog Training (Congo Y Kroll Dog Training E.U.)

Agrozona Veterinaria

Centro Canino (Cruz Roja Departamental Cundinamarca Bogotá D.C.)

Díaz John

Ability Canine Adiestramiento Canino

Adiestramiento y Guardería Canina Juan Pablo Rodríguez

Adiscan

Adiestramiento Domiciliario

Dog Resort

Academia Sagen Kennel's

Luis Sanabria

Medagro
Adiestramiento Canino Almop
Colegio Canino
Escuela De Adiestramiento Canino Roswill 1988
Dogshire
Penachos Kennel E.U.
Adiestramiento Canino Dogest
Adiestramiento Canino Énfasis Psicológico
Swimdog Spa Canino
Escuela Superior de Adiestramiento
Adiestramiento Canino Max-Von
Escuela Superior de Crianza Y Adiestramiento Canino
Entrenamientos Caninos Ltda
Dog's Land
Guardiadiestramiento Canino M Y J
Academia De Adiestramiento Canino Vanrol
Marcela Vásquez
Abc Caninos De Colombia
Escuela de Adiestramiento y Formación El Buen Ciudadano Canino

En la ciudad de Cali:

Escuela De Adiestramiento Canino Firulay (Adiestramiento Canino Firulay)
Adiestramiento Canino Nelson Arley Diago
Darbanos
Escuela Canina de Adiestramiento Jaime Campo
Canin Club Dev
Centro de Entrenamiento Canino Valex
Adiestramiento Canino Virgilio Cuartas E Hijos

Diestros Entrenamiento Canino

Guardería Lindavia

K-Nino

Escuela De Adiestramiento Canino Dog's Master

Adiestramiento Canino Wilcucu

En la ciudad de Medellín:

Cadecan

Arca De Noe (Arca De Noé)

Centro De Mascotas Perroamor

Club Sociedad Canina

Criadero La Ceiba

Escuela De Adiestramiento Canino Profesional C.M.

Escuela De Entrenamiento Canino Handler

1.3. ASPECTOS LEGALES DE EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVICIOS PARA CANINOS

1.3.1 Declaración Universal de los Derechos del Animal. El texto definitivo de la Declaración Universal de los Derechos del Animal ha sido adoptado por la Liga Internacional de los Derechos del Animal y las Ligas Nacionales afiliadas tras la 3.^a reunión sobre los derechos del animal, celebradas en Londres del 21 al 23 de septiembre de 1977.

La declaración proclamada el 15 de octubre de 1978 por la Liga Internacional, las Ligas Nacionales y las personas físicas que se asocian a ellas, fue aprobada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO), y posteriormente por la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

1.3.2 Decreto 1608 del 31 de julio de 1978. Por el cual se reglamenta el Código Nacional de los Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente y la Ley 23 de 1973 en materia de fauna silvestre.

1.3.3 Ley 84 del 27 de diciembre de 1989. Por la cual se adopta el Estatuto Nacional de Protección de los Animales y se crean unas contravenciones y se regula lo referente a su procedimiento y competencia.

1.3.4 Constitución política de Colombia. La cual establece en el capítulo 3 del título II los derechos colectivos y del ambiente. En su artículo 78 dice: La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización. Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios.

1.3.5 Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo territorial. Su misión es garantizar la oferta de bienes y servicios ambientales y un hábitat adecuado que posibiliten el desarrollo económico y social sostenible, a través de la expedición de políticas, regulaciones, la promoción de la participación y de acciones integrales,

coordinadas en los niveles nacional, regional y local, para el mejoramiento de la calidad de vida de la población colombiana.

1.3.6 CDMB. Entidad en la cual se tramita el plan de manejo ambiental, certificado de vertimientos y licencia ambiental, por tratarse de una empresa prestadora de servicios que genera un impacto ambiental.

1.3.7 Decreto 089 de junio 9 de 2004. “Por el cual se compilan los Acuerdos 034 de 2000, 018 de 2002 y 046 de 2003 que conforman el Plan de Ordenamiento Territorial del Municipio de Bucaramanga”, a través de la secretaría de Planeación de la Alcaldía Municipal se establecen las zonas adecuadas para la ejecución de la actividad a realizar.

1.3.8 Ley 746 de julio 19 de 2002. Por la cual se regula la tenencia y registro de perros potencialmente peligrosos. Cuyo objeto es regular la tenencia de ejemplares caninos en las zonas urbanas y rurales del territorio nacional, con el fin de proteger la integridad de las personas, la salubridad pública y el bienestar del propio ejemplar canino.

1.3.9 Resolución número 23651 de noviembre 12 de 1999. El Consejo Nacional de Normas y Calidades tiene la competencia para la declaratoria de la obligatoriedad de las normas técnicas, para lo cual se considerarán aspectos relacionados con el Sistema Internacional de Unidades, la metrología, materiales y productos o procedimientos que constituyan un riesgo para la seguridad, la protección de la vida y la salud humana, animal y vegetal, así como la prevención

de prácticas que pueden inducir a error y criterios que promuevan el mejoramiento del medio ambiente y los ecosistemas y los recursos naturales.

1.3.10 Ley 590 10 de julio de 2000. Conocida como LEY MIPYME, la cuál creó importantes espacios de concertación.

1.3.11 Código de Comercio. Por el cual se reglamente la Ley Comercial, Legislación Civil, Costumbre Mercantil, Estipulaciones Contractuales; que se tendrá en cuenta para iniciar una actividad comercial.

1.3.12 Código sustantivo del trabajo. La finalidad primordial de este Código es la de lograr la justicia en las relaciones que surgen entre empleadores y trabajadores, dentro de un espíritu de coordinación económica y equilibrio social.

1.3.13 Estatuto laboral. Se reglamente todo acerca de la contratación de personal.

1.3.14 Código procesal de trabajo. Los asuntos de que conoce la Jurisdicción Ordinaria en sus especialidades laborales y de seguridad social se tramitaran de conformidad con el presente Código.

1.3.15 Ley 100 de 1993. Reglamenta todo el Sistema General de Seguridad Social en Salud (Sistema General de Pensiones; Sistema General de Seguridad Social en Salud; Sistema General de Riesgos Profesionales).

1.3.16 Estatuto Tributario Por el cual se establecen lo que todos los empresarios deben tener pleno conocimiento de los impuestos en que incurre la empresa por su actividad, con el fin de cumplir con ellos”.

1.3.17 Ley 818 de 2003. Por la cual se dictan normas en materia tributaria anexas al Estatuto Tributario y se dictan otras disposiciones, esenciales de conocimiento de todos para su posterior cumplimiento⁹.

1.3.18 Ley 797 y ley 860 de 2003. Por la cual se reforma algunas disposiciones del sistema general de pensiones previsto en la Ley 100 de 1993 y se adopta disposiciones sobre los Regimenes Pensionales exceptuados y especiales.

1.3.19 Ley 599 de 2000, nuevo código penal. El derecho penal tendrá como fundamento el respeto a la dignidad humana. La imposición de la pena o de la medida de seguridad responderá a los principios de necesidad, proporcionalidad y razonabilidad.

⁹ www.mincomercio.gov.co

2. ESTUDIO DE MERCADOS

El estudio de mercados, permite distinguir las variables de suma importancia que motiva a los demandantes a adquirir cualquier servicio.

El presente estudio, facilitará obtener información necesaria acerca de la descripción del servicio, así como los usos y especificaciones que permiten establecer argumentos precisos para demostrar que “la escuela de caninos” es una excelente opción, para que los clientes logren mayor convivencia con sus mascotas caninas.

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 General. Realizar una investigación que permita determinar la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el servicio que se piensa ofrecer, y precio que están dispuestos a pagar para obtenerlo. Identificar las características y especificaciones del servicio de acuerdo a las necesidades del cliente, recoger y analizar la información acerca del precio apropiado para competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.

2.1.2 Específicos.

- ❖ Identificar los servicios que se ofrecen actualmente en el mercado con el fin de ser competitivos.
- ❖ Identificar en el área metropolitana de Bucaramanga las familias que poseen como mascota un perro; y de estas cuales pueden llegar a hacer uso de los servicios de la escuela canina, las motivaciones de uso, sus opiniones respecto al precio y a la calidad.
- ❖ Realizar la recopilación, registro y análisis sistemático de datos relacionados con problemas presentados con el mercado del servicio.
- ❖ Identificar las empresas o personas naturales que brindan servicios similares al ofrecido por la escuela.
- ❖ Establecer la cantidad de servicios prestados en la actualidad, lo que ofrece la competencia y la capacidad para el cubrimiento de la demanda, de esta manera aprovechar las debilidades existentes y presentar una propuesta innovadora.
- ❖ Indagar en la actualidad los canales existentes para definir el canal de distribución más apropiado para llegar a los usuarios potenciales de la escuela canina.
- ❖ Indagar sobre los precios ofrecidos en el mercado y así establecer la metodología para la fijación del precio.
- ❖ Definir una campaña publicitaria mediante un portafolio bien estructurado (analizando los diferentes nichos del mercado) que permitan llamar la atención de los clientes.
- ❖ Posicionar el servicio de la escuela canina, realizando énfasis en que es único en el mercado, esto permitirá introducirlo destacando una excelente calidad y precios cómodos.

2.2 DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO

La escuela canina será un centro educativo para los animales de clase canina en el cual encontrarán una formación adecuada para la relación del perro – dueño y perro – comunidad.

2.2.1 Definición, usos y especificaciones del producto/servicio.

2.2.1.1 Usos. El servicio es prestado a la clase canina y del sector doméstico cuyos propietarios necesitan o desean buscar una educación apropiada para su mascota. La escuela canina cuenta con un personal altamente calificado en la formación y cuidado del animal. Ofreciendo los siguientes servicios:

- ❖ Ejercicios para enseñarle a ser limpio y responder a su nombre.
- ❖ Ejercicios para hacer que se dejen cepillar, bañar y revisar su cuerpo.
- ❖ Ejercicios para caminar con correa, caminando junto, vueltas a la derecha e izquierda, echado a la orden, orden de terminar, orden para jugar.
- ❖ Ejercicios especiales: Caminado hacia atrás, cambio de posiciones de sentado a echado, con correa corta.
- ❖ Atención médica veterinaria.
- ❖ Transporte puerta a puerta.

2.2.1.2 Especificaciones.

❖ El servicio principal que se prestará es el adiestramiento a los caninos. El adiestramiento será impartido en niveles de dos meses cada uno de acuerdo a las siguientes especificaciones:

Básico 1:

Convivir con diferentes personas y cachorros.

Hacer que se dejen cepillar, bañar y revisar su cuerpo.

Jugar con diferentes objetos.

Horarios de comida, descanso y juego.

Identificar su nombre.

Caminar con la correa.

Básico 2:

Orden para trabajo.

Caminando Junto.

Vueltas a la derecha e izquierda.

Cambios de velocidad.

Sentando automático.

Echado a la orden.

Quieto sentado.

Quieto echado.

Venir al llamado, con sentado al frente.

Orden de terminar.

Orden para jugar.

Que no brinque sobre el dueño.

Aprendizaje de la palabra NO.

Avanzado 1:

Echado sobre la marcha.

Venir al llamado sobre la marcha.

Caminando hacia atrás.

Caminando con correa corta, en mano izquierda.

Cambio de posiciones de sentado a echado sentado, con correa corta.

Avanzado 2:

Se repasan los ejercicios de los cursos acreditados con anterioridad. (Avanzado1)

Sin correa.

Con quietos a distancia.

Con quietos fuera de vista.

Con cambio de posiciones a distancia.

Venir al llamado sin sentado al frente (el perro se coloca directamente en la posición de junto).

- ❖ El servicio se prestará en una finca amplia con las adecuaciones necesarias y reglamentarias para llevar a cabo el desarrollo, adiestramiento y cuidado del perro.
- ❖ El servicio complementario que se prestará es el de transporte puerta a puerta.
- ❖ Los servicios se prestarán todas las semanas de lunes a viernes en el horario de 8:00 a.m. a 5:00 p.m.

2.2.2 Productos sustitutos. El servicio sustituto existente en el mercado es prestado por los adiestradores o instructores que trabajan de manera independiente y particular, realizando los ejercicios con los caninos en lugares públicos como parques, canchas, estadios, etc.

2.2.3 Productos complementarios. La escuela de adiestramiento canino garantiza el cuidado físico de las mascotas a través personal médico (veterinario), adicionalmente se ofrecerá el servicio de transporte puerta a puerta.

2.2.4 Atributos diferenciadores del producto/servicio con respecto a la competencia. La escuela de adiestramiento canino será ubicada en el área metropolitana de Bucaramanga facilitando el acceso y ubicación a los clientes; contará con una planta física cómoda y acogedora en la cual prestará sus servicios sin exponer a posibles peligros en la calle, al animal o a la comunidad. El servicio será prestado por personal altamente calificado que permita su excelente ejecución, cuenta con un servicio de transporte puerta a puerta para que los clientes con inconvenientes en llevar a los caninos a la escuela cuenten con la opción de enviarlos.

2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1 Mercado potencial. La escuela prestará sus servicios en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana a toda persona que tenga como mascota uno o más perros.

2.3.2 Mercado objetivo. El servicio se prestará en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana para los propietarios de los caninos que necesitan o desean buscar un bienestar y educación para ellos, y que tengan la capacidad económica (estratos 4, 5 y 6) para pagar por él.

2.4 LA DEMANDA

2.4.1 Investigación de mercados. La investigación de mercados permite recopilar, llevar registro y realizar un análisis sistemático de datos relacionados con los problemas de un mercado de bienes y servicios. “La función que enlaza al consumidor, al cliente y al público con el comercializador, a través de la información”¹⁰

2.4.1.1 Planteamiento del problema. Debido a la falta de información disponible sobre clientes, características de los servicios prestados, necesidades de la demanda, conocimiento de experiencias previas; se debe proceder a realizar una investigación de mercados.

2.4.1.2 Necesidades de información.

❖ Respecto al servicio: Indagar sobre las necesidades de las familias en relación con sus mascotas, necesidades del animal, qué ofrece el mercado en la actualidad, investigar otros modelos del servicio existentes en otras ciudades.

¹⁰ BENNETT, Peter D. 8ed) Dictionary of marketing Terms (Chicago American Marketing Association, 1998) P 117

- ❖ Respecto al mercado potencial y objetivo: Determinar según la Electrificadora de Santander el número de hogares ubicados en los estratos 4, 5 y 6 en los municipios de Bucaramanga y su área metropolitana, es decir, Floridablanca, Girón y Piedecuesta.
- ❖ Sondar la cantidad de familias interesadas en acceder a los servicios.
- ❖ Respecto a los precios: Conocer los precios manejados en el mercado.
- ❖ Respecto a la comunicación: Averiguar los medios de comunicación existentes para dar a conocer los servicios ofrecidos por la escuela.

2.4.1.3 Ficha Técnica

Cuadro 1. Ficha técnica de la encuesta

Tipo de investigación	Exploratoria y descriptiva
Método de investigación	Observación, deductivo e inductivo
Fuentes de información	Primarias y secundarias
Técnicas de recolección de información	Encuesta
Instrumento	Cuestionario estructurado (ver anexo A.)
Modo de aplicación	Directa
Definición de población (elemento, unidad de muestreo)	De acuerdo a la información suministrada por la ESSA son hogares existentes en Bucaramanga y su área metropolitana. son 58.116
Proceso de muestreo	381 (como se ve a continuación)

Marco muestral	Hogares estratos socio-económicos 4, 5 y 6 (Ver anexo B.)
Alcance	Ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana
Tiempo de aplicación	5 días

Para determinar el tamaño de la muestra se emplea el muestreo probabilística aleatorio simple, en el que cada elemento de la población tendrá una oportunidad real de ser seleccionado para la muestra. Para calcular el marco muestral se aplica la siguiente fórmula:

Bucaramanga	46.211
Floridablanca	10.124
Girón	601
Piedecuesta	<u>1.180</u>
	$\Sigma = 58.116$

N= Tamaño de la población (58.116)

p= Probabilidad de éxito (50%)

q= Probabilidad de fracaso (50%)

e= Error estimado (5%)

Z= Distribución normal (1.96)

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{(N-1) e^2 + p * q * Z^2}$$

$$n = \frac{(1.92^2) * 58.116 * 0.50 * 0.50}{(58.116-1) (0.05)^2 + 0.50 * 0.50 * 1.96^2}$$

$$n = 381$$

Para aplicar la encuesta estratificada se sacan los datos correspondientes a cada municipio y estrato socio-económico.

Cuadro 2. Distribución del número de encuestas a aplicar por municipios y estratos

MUNICIPIO	POBLACION TOTAL	ENCUESTAS PARA ESTRATO 4	ENCUESTAS PARA ESTRATO 5	ENCUESTAS PARA ESTRATO 6	TOTAL DE ENCUESTAS
BUCARAMANGA	46.211,00	238	23	42	303
FLORIDABLANCA	10.124,00	48	16	2	66
GIRON	601,00	4	0	0	4
PIEDECUESTA	1.180,00	7	1	0	8
TOTAL	58.116,00				381

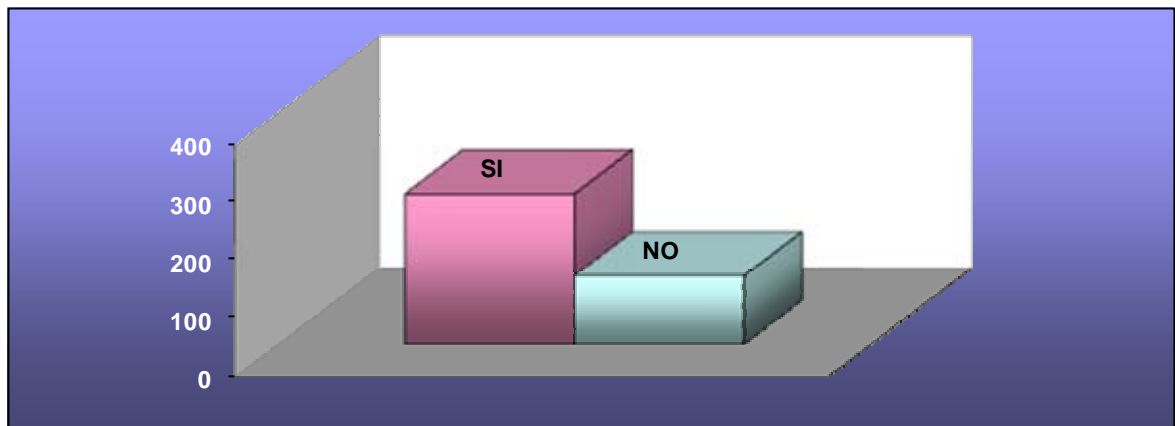
2.4.1.4 TABULACION Y PRESENTACIÓN Y ANALISIS DE RESULTADOS

Pregunta uno: ¿En la actualidad su familia tiene mascota canina?

Cuadro 3. Familias que en la actualidad tienen mascota canina

CIUDAD/ ESTRATO	ESTRATO 4		ESTRATO 5		ESTRATO 6		TOTAL		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	FRECUENCIA
BUCARAMANGA	164	74	23	0	26	16	213	90	303
FLORIDABLANCA	26	22	15	1	1	1	42	24	66
GIRON	2	2	0	0	0	0	2	2	4
PIEDRECUESTA	3	4	1	0	0	0	4	4	8
TOTALES	195	102	39	1	27	17	261	120	381
PORCENTAJE %							69%	31%	100%

Figura 71. Familias que en la actualidad tienen mascota canina



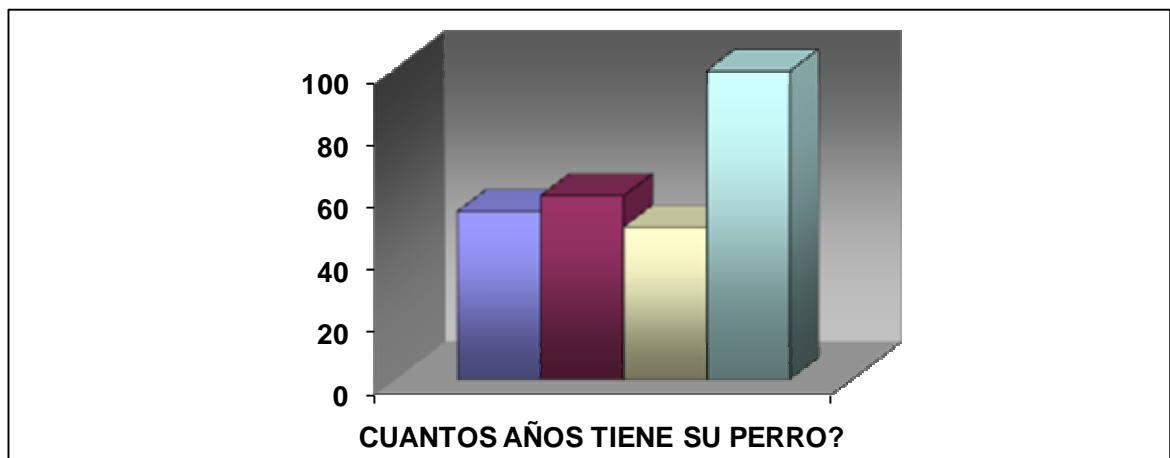
En los resultados se observa que de las familias encuestadas, el sesenta y nueve por ciento (69%) tienen mascota canina, lo cual es favorable por ser el posible mercado en el que se ejecute el proyecto.

Pregunta dos: ¿Qué edad tiene su perro?

Cuadro 4. Edad de los perros

CIUDAD / ESTRATO	ESTRATO 4				ESTRATO 5				ESTRATO 6				TOTAL				FRECUENCIA
	1-12 M	1-3 A	3-5 A	5-16 A	1-12 M	1-3 A	3-5 A	5-16 A	1-12 M	1-3 A	3-5 A	5-16 A	1-12 M	1-3 A	3-5 A	5-16 A	
BUCARAMANGA	38	30	34	62	3	8	5	7	5	7	3	11	46	45	42	80	213
FLORIDABLANCA	5	5	3	13	1	6	3	5	0	0	0	1	6	11	6	19	42
GIRON	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	2
PIEDRECUESTA	0	3	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	3	0	0	4
TOTALES	44	38	38	75	5	14	8	12	5	7	3	12	54	59	49	99	261
PORCENTAJE %													21%	23%	19%	38%	100%

Figura 72. Edad de los perros



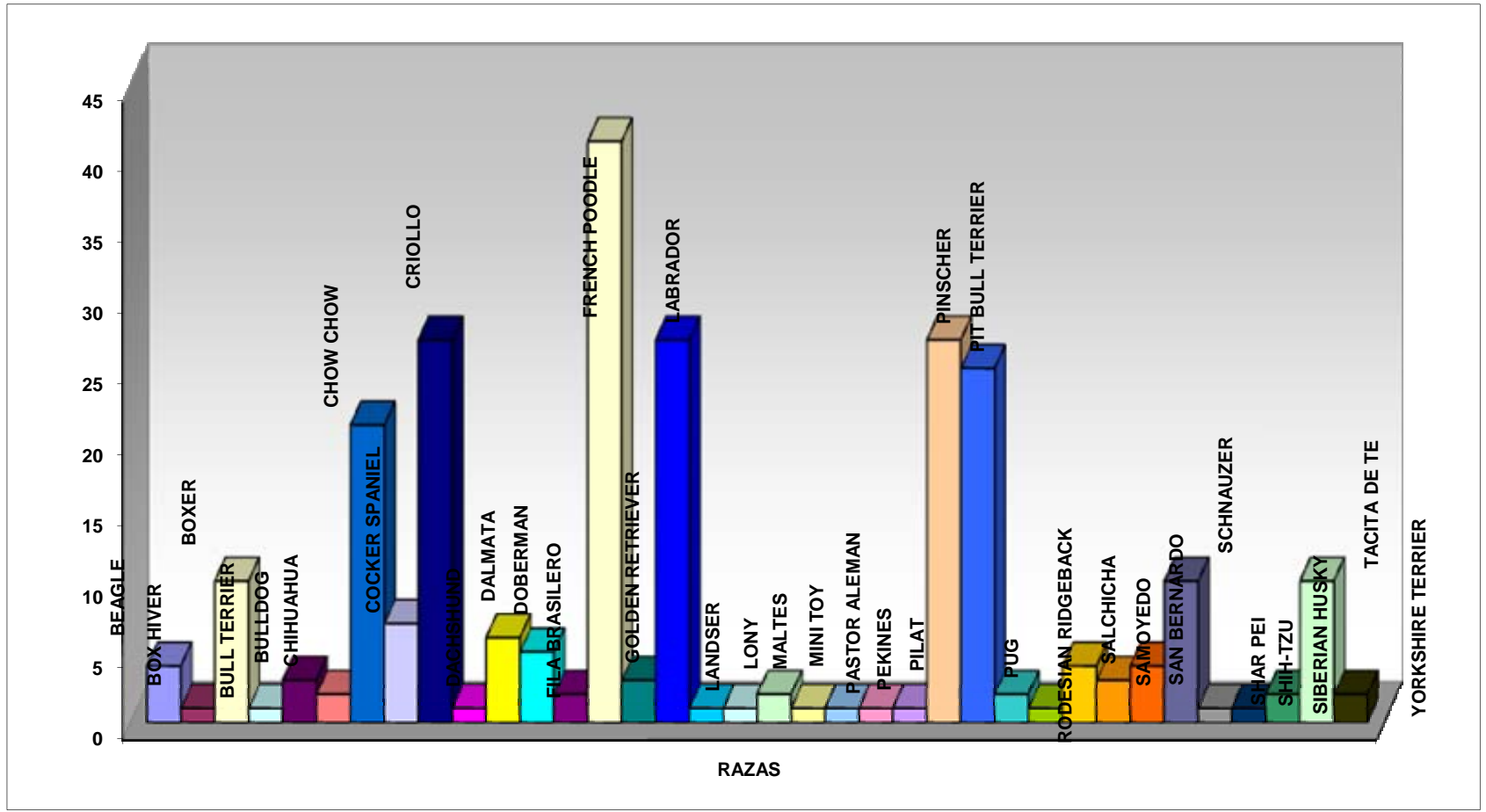
De acuerdo a los resultados obtenidos se puede apreciar que un porcentaje importante (38%) de los caninos existentes se encuentran en el rango de edad avanzada, el sesenta y dos por ciento (62%) restante se encuentra en los rangos de cachorro a adulto, esta información es muy importante para el estudio técnico.

Pregunta tres: ¿Qué raza es el canino?

Cuadro 5. Qué raza es el canino

RAZA	BUCARAMANGA			FLORIDABLANCA			GIRON			PIEDECUESTA			TOTAL RAZA	%
	EST.4	EST.5	EST.6	EST.4	EST.5	EST.6	EST.4	EST.5	EST.6	EST.4	EST.5	EST.6		
BEAGLE	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	4	1,53%
BOX HIVER	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0,38%
BOXER	5	1	1	3	0	0	0	0	0	0	0	0	10	3,83%
BULL TERRIER	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0,38%
BULLDOG	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	1,15%
CHIHUAHUA	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2	0,77%
CHOW CHOW	10	0	6	3	1	0	1	0	0	0	0	0	21	8,05%
COCKER SPANIEL	6	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	2,68%
CRIOLLO	19	1	2	3	2	0	0	0	0	0	0	0	27	10,34%
DACHSHUND	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0,38%
DALMATA	5	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	6	2,30%
DOBERMAN	4	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	1,92%
FILA BRASILEIRO	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0,77%
FRENCH POODLE	22	12	0	4	1	0	0	0	0	2	0	0	41	15,71%
GOLDEN RETRIEVER	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	3	1,15%
LABRADOR	19	2	1	2	3	0	0	0	0	0	0	0	27	10,34%
LANDSER	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0,38%
LONY	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0,38%
MALTES	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0,77%
MINI TOY	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0,38%
PASTOR ALEMAN	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0,38%
PEKINES	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0,38%
PILAT	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0,38%
PINSCHER	19	1	1	4	1	0	0	0	0	0	1	0	27	10,34%
PIT BULL TERRIER	18	2	2	1	1	0	0	0	0	1	0	0	25	9,58%
PUG	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0,77%
RODESIAN RIDGEBACK	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0,38%
SALCHICHA	1	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	4	1,53%
SAMOYEDO	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	1,15%
SAN BERNARDO	3	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	4	1,53%
SCHNAUZER	6	0	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	10	3,83%
SHAR PEI	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0,38%
SHIH-TZU	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0,38%
SIBERIAN HUSKY	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0,77%
TACITA DE TE	4	0	4	2	0	0	0	0	0	0	0	0	10	3,83%
YORKSHIRE TERRIER	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0,77%
TOTALES	164	23	26	26	15	1	2	0	0	3	1	0	261	100%

Figura 73. Qué raza es el canino



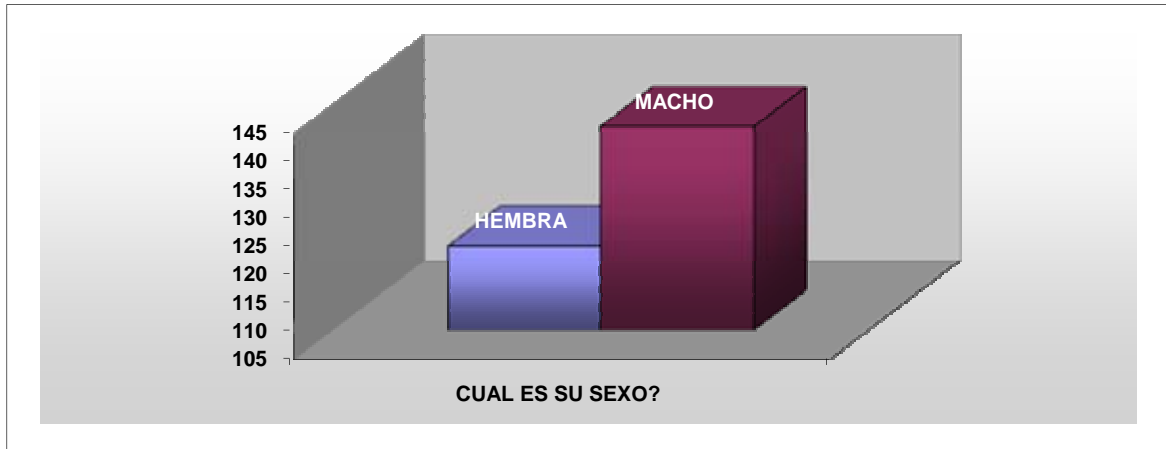
De acuerdo a las encuestas realizadas en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, en la actualidad existen treinta y seis razas de perros, la más representativa en cantidad es la del French Poodle con un 15,71%, seguida del Criollo, el Labrador y el Pinscher con un 10,34% cada uno; De igual forma la información obtenida en esta pregunta es de gran valor en el estudio técnico, pues permite establecer grupos de trabajo de acuerdo al tamaño y habilidad de la mascota.

Pregunta cuatro: ¿Cuál es su sexo?

Cuadro 6. Cuál es su sexo

CIUDAD/ ESTRATO	ESTRATO 4		ESTRATO 5		ESTRATO 6		TOTAL		
	HEMBRA	MACHO	HEMBRA	MACHO	HEMBRA	MACHO	HEMBRA	MACHO	FRECUENCIA
BUCARAMANGA	83	81	10	13	7	19	100	113	213
FLORIDABLANCA	8	18	8	7	1	0	17	25	42
GIRON	1	1	0	0	0	0	1	1	2
PIEDRECUESTA	1	2	1	0	0	0	2	2	4
TOTALES	93	102	19	20	8	19	120	141	261
PORCENTAJE %							46%	54%	100%

Figura 74. Cuál es su sexo



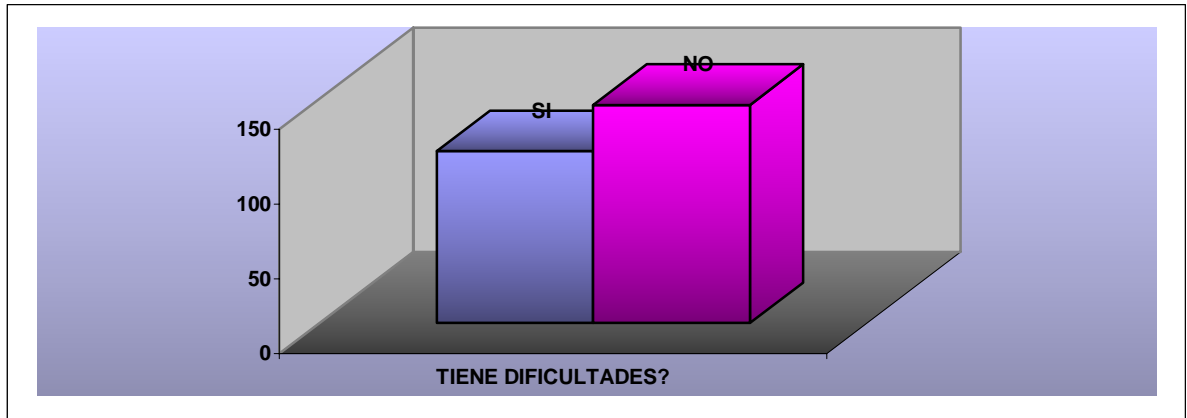
Al igual que las dos preguntas anteriores esta es información clave para los grupos de trabajo, para los periodos de aislamiento entre los sexos, y la dinámica de trabajo de las mascotas en la escuela de adiestramiento. Se puede apreciar que la población canina está distribuida en un 46% en hembras y el 54% en machos.

Pregunta cinco: ¿Tienen dificultades con la educación de su mascota?

Cuadro 7. ¿Tienen dificultades con la educación de su mascota?

CIUDAD/ ESTRATO	ESTRATO 4		ESTRATO 5		ESTRATO 6		TOTAL		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	FRECUENCIA
BUCARAMANGA	71	93	6	17	16	10	93	120	213
FLORIDABLANCA	10	16	9	6	1	0	20	22	42
GIRON	0	2	0	0	0	0	0	2	2
PIEDRECUESTA	2	1	0	1	0	0	2	2	4
TOTALES	83	112	15	24	17	10	115	146	261
PORCENTAJE %							44%	56%	100%

Figura 75. ¿Tienen dificultades con la educación de su mascota?



Menos de la mitad de las personas que manifestaron tener perro presentan dificultades con la educación de su mascota, no obstante un cuarenta y cuatro (44%) es una muy buena cifra para considerar el posible mercado a atender.

Pregunta seis: Si la anterior respuesta es positiva indique qué clase de dificultad

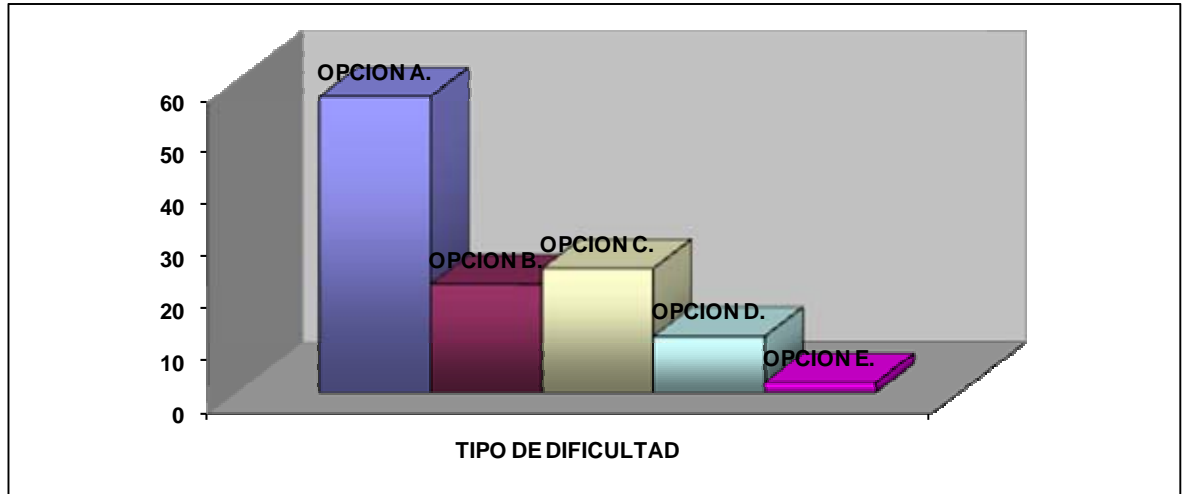
Cuadro 8. Si la anterior respuesta es positiva indique qué clase de dificultad

DIFICULTAD	BUCARAMANGA			FLORIDABLANCA			GIRON			PIEDECUESTA			TOTAL	%
	EST.4	EST.5	EST.6	EST.4	EST.5	EST.6	EST.4	EST.5	EST.6	EST.4	EST.5	EST.6		
OPCION A.	39	2	11	2	3	0	0	0	0	0	0	0	57	50%
OPCION B.	9	4	2	3	3	0	0	0	0	0	0	0	21	18%
OPCION C.	16	0	2	3	1	1	0	0	0	1	0	0	24	21%
OPCION D.	6	0	1	1	2	0	0	0	0	1	0	0	11	10%
OPCION E.	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2%
TOTAL	71	6	16	10	9	1	0	0	0	2	0	0	115	100%

CONVENCIONES

- OPCION A. NO HACE SUS NECESIDADES FISIOLÓGICAS EN EL SITIO ESTABLECIDO
- OPCION B. LADRA DEMASIADO
- OPCION C. NO OBEDECE ORDENES
- OPCION D. ES VIOLENTO
- OPCION E. OTROS

Figura 76. Si la anterior respuesta es positiva indique qué clase de dificultad



El cincuenta por ciento (50%) de los encuestados manifiestan tener dificultad con la realización de necesidades fisiológicas de su mascota.

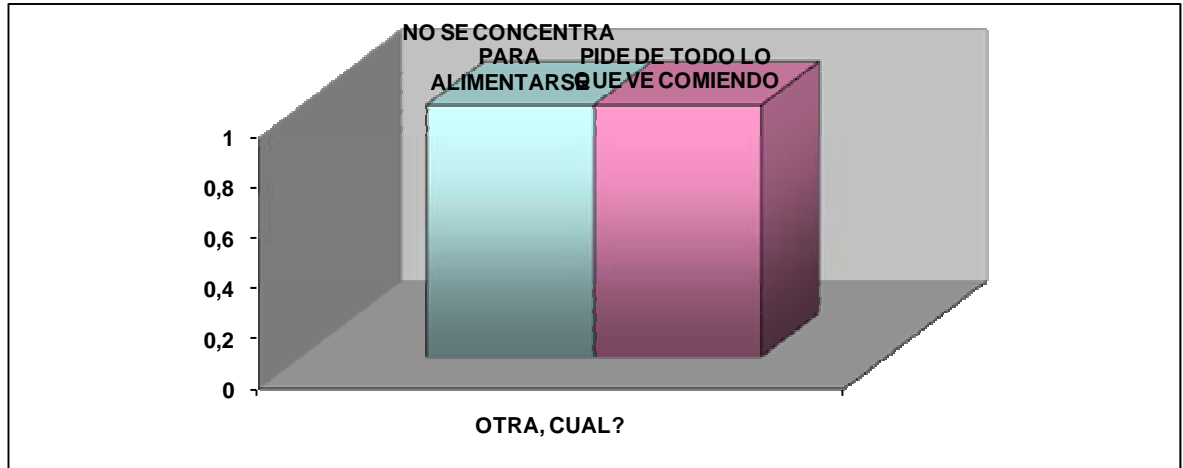
Otro, ¿Cuál?

Cuadro 9. Otro, ¿Cuál?

DIFICULTAD	BUCARAMANGA			FLORIDABLANCA			GIRON			PIEDECUESTA			TOTAL	%
	EST.4	EST.5	EST.6	EST.4	EST.5	EST.6	EST.4	EST.5	EST.6	EST.4	EST.5	EST.6		
OPCION 1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	50%
OPCION 2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	50%
TOTAL	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	100%

- OPCION 1 NO SE CONCENTRA PARA ALIMENTARSE
- OPCION 2 PIDE DE TODO LO QUE VE COMIENDO

Figura 77. Otro, ¿Cuál?



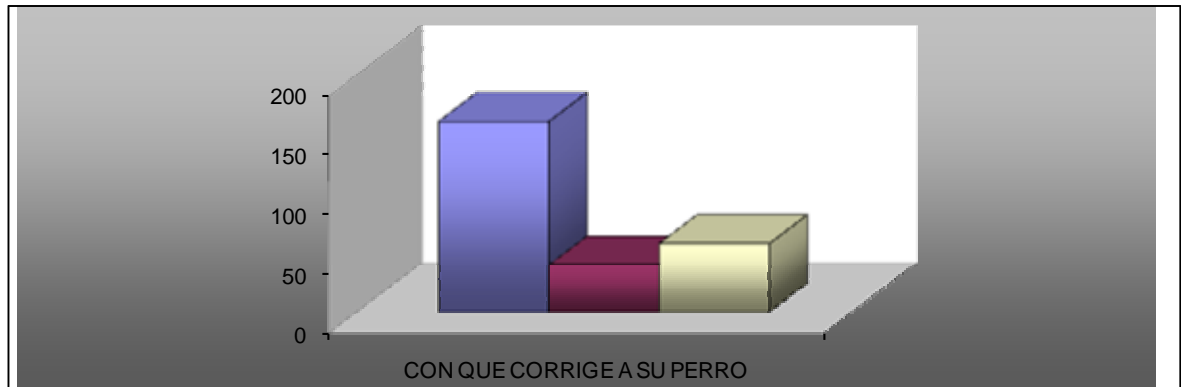
La información obtenida en esta pregunta también se convierte en pieza clave para el estudio técnico, de ella se puede extraer valiosa información sobre las necesidades del mercado a atender.

Pregunta siete: ¿Con que corrige a su perro?

Cuadro 10. ¿Con que corrige a su perro?

CORRECTIVO	BUCARAMANGA			FLORIDABLANCA			GIRON			PIEDECUESTA			TOTAL	%
	EST.4	EST.5	EST.6	EST.4	EST.5	EST.6	EST.4	EST.5	EST.6	EST.4	EST.5	EST.6		
PERIODICO	98	13	22	18	6	1	2	0	0	1	0	0	161	62%
CORREA	26	2	3	3	6	0	0	0	0	1	0	0	41	16%
OTROS	40	8	1	5	3	0	0	0	0	1	1	0	59	23%
TOTALES	164	23	26	26	15	1	2	0	0	3	1	0	261	100%

Figura 78. ¿Con que corrige a su perro?



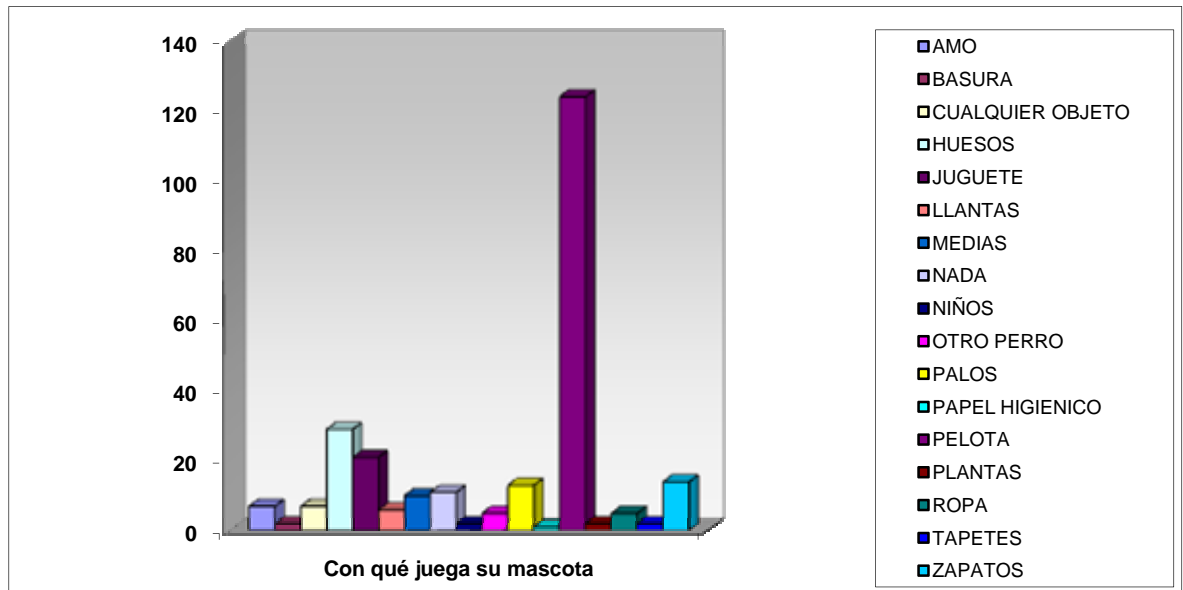
A través de esta pregunta también se obtiene información correspondiente al estudio técnico pues sirve para estudiar el comportamiento de los amos frente a sus mascotas, los medios a través de los cuales le corrigen y cómo se han venido acostumbrando los caninos, de igual manera establecer actuaciones equívocas frente al mejor amigo del hombre.

Pregunta ocho: ¿Con que juega su mascota?

Cuadro 11. ¿Con que juega su perro?

OBJETO	BUCARAMANGA			FLORIDABLANCA			GIRON			PIEDECUESTA			TOTAL	%
	EST.4	EST.5	EST.6	EST.4	EST.5	EST.6	EST.4	EST.5	EST.6	EST.4	EST.5	EST.6		
AMO	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	3%
BASURA	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1%
CUALQUIER OBJETO	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	3%
HUESOS	17	6	1	3	0	1	1	0	0	0	0	0	29	11%
JUGUETE	12	3	1	4	1	0	0	0	0	0	0	0	21	8%
LLANTAS	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	2%
MEDIAS	0	3	2	3	1	0	1	0	0	0	0	0	10	4%
NADA	10	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11	4%
NINOS	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1%
OTRO PERRO	0	1	1	0	2	0	0	0	0	1	0	0	5	2%
PALOS	8	0	1	1	2	0	0	0	0	1	0	0	13	5%
PAPEL HIGIENICO	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0%
PELOTA	87	8	12	10	5	0	0	0	0	1	1	0	124	48%
PLANTAS	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1%
ROPA	0	1	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	5	2%
TAPETES	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1%
ZAPATOS	8	0	1	4	1	0	0	0	0	0	0	0	14	5%
TOTAL	164	23	26	26	15	1	2	0	0	3	1	0	261	100%

Figura 79. ¿Con que juega su perro?



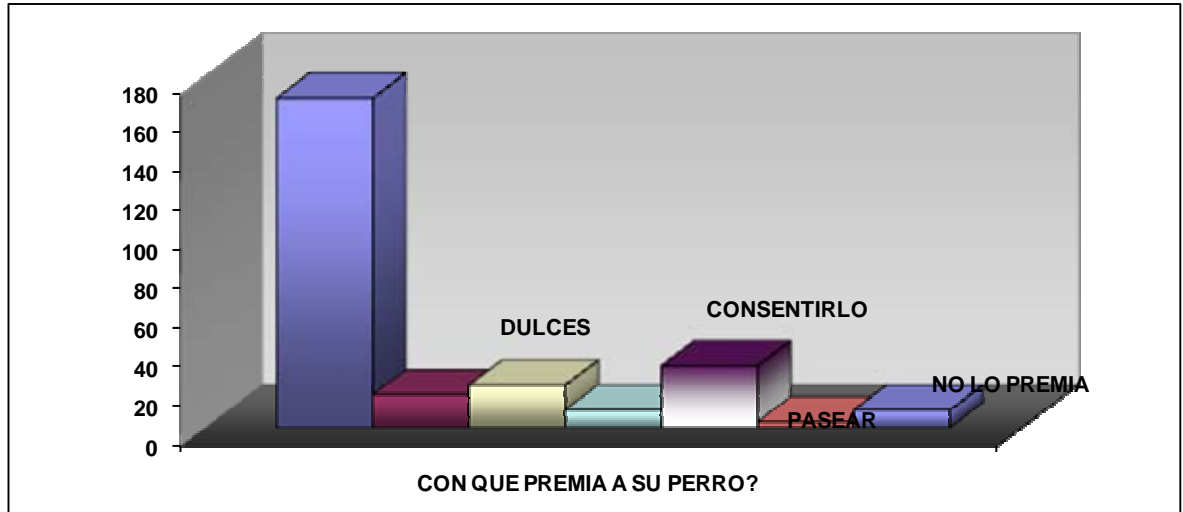
Como se puede apreciar en los datos analizados el objeto utilizado con más frecuencia es la pelota con un cuarenta y ocho por ciento (48%), seguido de los huesos con un once por ciento (11%).

Pregunta nueve. ¿Con que premia a su mascota?

Cuadro 12. ¿Con que premia a su mascota?

OBJETO	BUCARAMANGA			FLORIDABLANCA			GIRON			PIEDECUESTA			TOTAL	%
	EST.4	EST.5	EST.6	EST.4	EST.5	EST.6	EST.4	EST.5	EST.6	EST.4	EST.5	EST.6		
COMIDA	104	12	17	19	11	1	1	0	0	3	1	0	169	65%
HUESOS	12	1	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	17	7%
DULCES	10	4	1	5	1	0	1	0	0	0	0	0	22	8%
JUGUETE	7	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	3%
CONSENTIRLO	24	3	3	0	2	0	0	0	0	0	0	0	32	12%
PASEAR	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	3	1%
NO LO PREMIA	7	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	9	3%
TOTAL	164	23	26	26	15	1	2	0	0	3	1	0	261	100%

Figura 80. ¿Con que premia a su mascota?



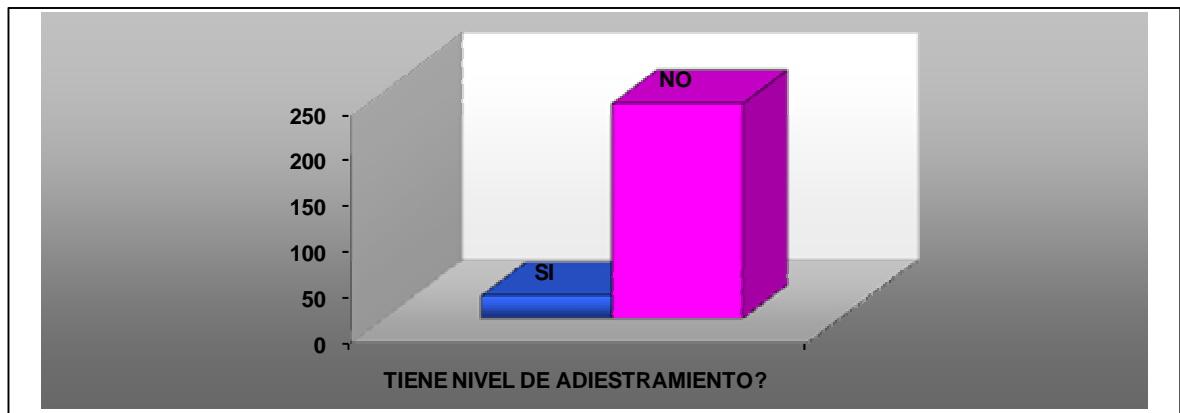
De acuerdo a los resultados obtenidos se puede apreciar que el mayor incentivo para las mascotas es la comida que lleva la delantera con un sesenta y cinco por ciento (65%), seguido por consentirlo que en términos técnico equivale a brindar cariño a los alumnos de la escuela de adiestramiento.

Pregunta diez. ¿Su mascota tiene algún nivel de adiestramiento?

Cuadro 13. Su mascota tiene algún nivel de adiestramiento

CIUDAD/ ESTRATO	ESTRATO 4		ESTRATO 5		ESTRATO 6		TOTAL		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	FRECUENCIA
BUCARAMANGA	20	144	1	22	0	26	21	192	213
FLORIDABLANCA	1	25	3	12	0	1	4	38	42
GIRON	0	2	0	0	0	0	0	2	2
PIEDECUESTA	0	3	0	1	0	0	0	4	4
TOTALES	21	174	4	35	0	27	25	236	261
PORCENTAJE %							10%	90%	100%

Figura 81. Su mascota tiene algún nivel de adiestramiento



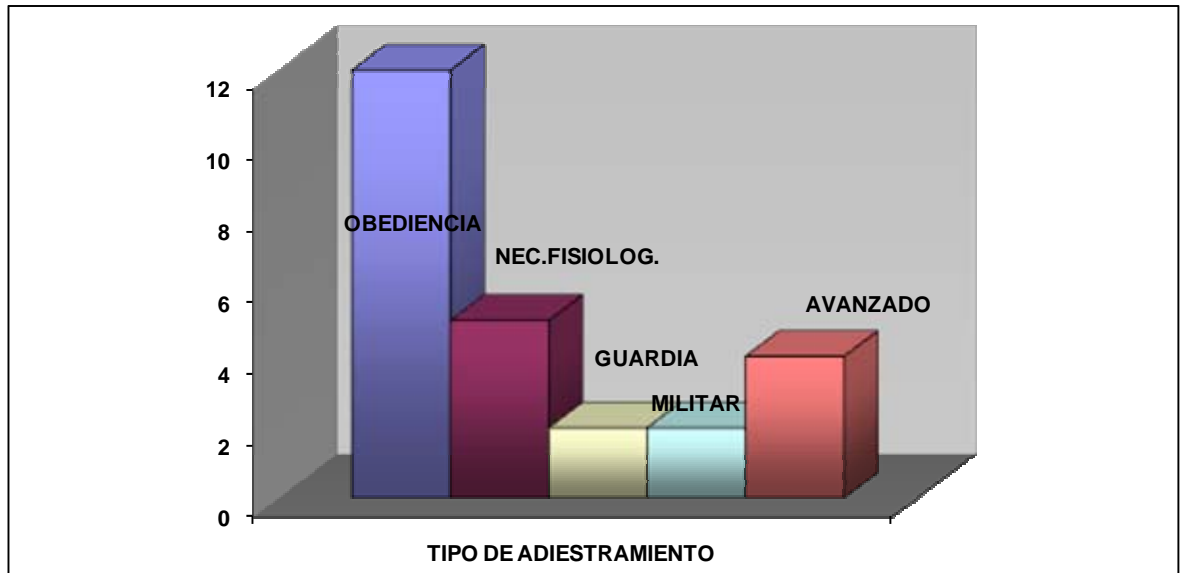
De acuerdo a la información alcanzada sólo el diez por ciento (10%) de la población encuestada tienen su mascota adiestrada, este dato es altamente favorable para la propuesta de la escuela canina, pues hay un considerable porcentaje (90%) de mercado por atender.

¿De qué tipo?

Cuadro 14. ¿De qué tipo?

TIPO	BUCARAMANGA			FLORIDABLANCA			GIRON			PIEDECUESTA			TOTAL	%
	EST.4	EST.5	EST.6	EST.4	EST.5	EST.6	EST.4	EST.5	EST.6	EST.4	EST.5	EST.6		
OBEDIENCIA	8	1	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	12	48%
NEC.FISIOLOGICAS	4	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	5	20%
GUARDIA	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	8%
MILITAR	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	8%
AVANZADO	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	16%
TOTAL	20	1	0	1	3	0	0	0	0	0	0	0	25	100%

Figura 82. ¿De qué tipo?



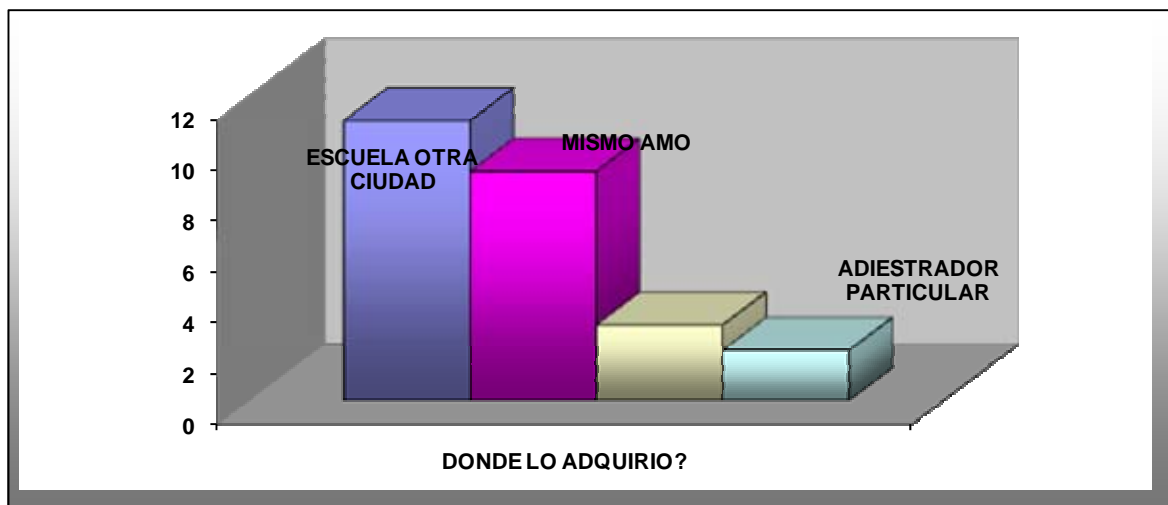
El sesenta y ocho por ciento (68%) de las mascotas que tienen algún tipo de adiestramiento es básico (obediencia y realización de necesidades fisiológicas).

Pregunta once. Si la anterior respuesta es positiva por favor indique dónde adquirió su mascota este adiestramiento

Cuadro 15. Si la anterior respuesta es positiva por favor indique dónde adquirió su mascota este adiestramiento

TIPO	BUCARAMANGA			FLORIDABLANCA			GIRON			PIEDECUESTA			TOTAL	%
	EST.4	EST.5	EST.6	EST.4	EST.5	EST.6	EST.4	EST.5	EST.6	EST.4	EST.5	EST.6		
ESCUELA OTRA CIUDAD	9	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	11	44%
MISMO AMO	8	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	9	36%
BATALLON	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	12%
ADIESTR. PARTICULAR	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2	8%
TOTAL	20	1	0	1	3	0	0	0	0	0	0	0	25	100%

Figura 83. Si la anterior respuesta es positiva por favor indique dónde adquirió su mascota este adiestramiento



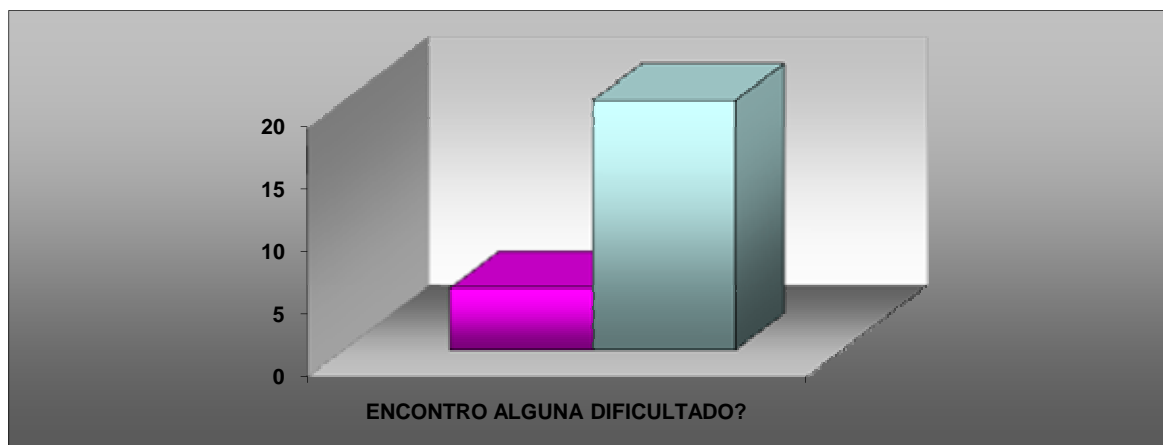
Las personas que han hecho uso de los servicios de una escuela de adiestramiento canino ha sido en otras ciudades (Bogotá y Medellín), esto debido al informalismo que se presenta en la ciudad de Bucaramanga, esta información es favorable para el desarrollo del proyecto.

Pregunta doce. ¿Encontró alguna dificultad con este servicio?

Cuadro 16. ¿Encontró alguna dificultad con este servicio?

CIUDAD / ESTRATO	ESTRATO 4		ESTRATO 5		ESTRATO 6		TOTAL		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	FRECUENCIA
BUCARAMANGA	4	16	0	1	0	0	4	17	21
FLORIDABLANCA	0	1	1	2	0	0	1	3	4
GIRON	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PIEDECUESTA	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTALES	4	17	1	3	0	0	5	20	25
PORCENTAJE %							20%	80%	100%

Figura 84. ¿Encontró alguna dificultad con este servicio?



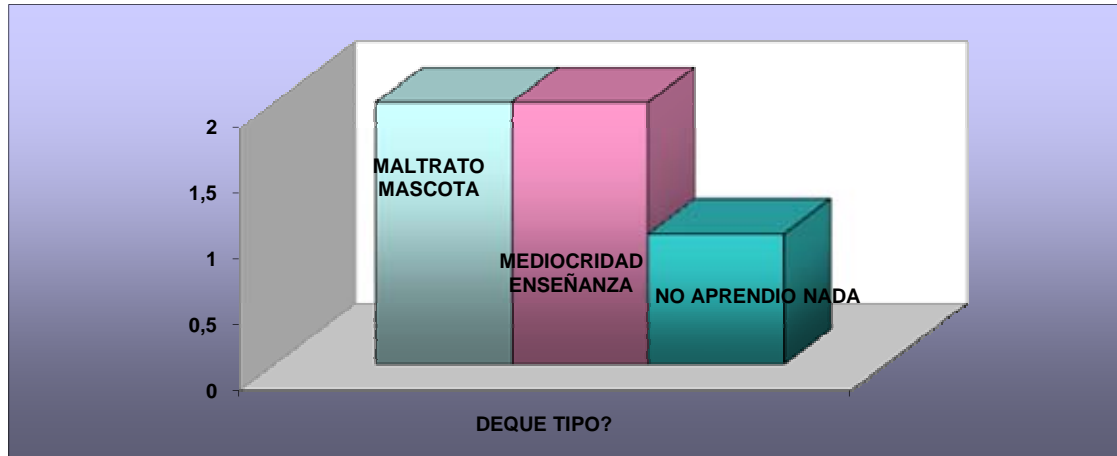
Las dificultades que se han presentado con otros prestadores del servicio ofrecido por la escuela canina, sirve como guía para fortalecer la empresa y evitar incurrir en los mismos errores.

¿De qué tipo?

Cuadro 17. ¿De qué tipo?

TIPO	BUCARAMANGA			FLORIDABLANCA			GIRON			PIEDECUESTA			TOTAL	%
	EST.4	EST.5	EST.6	EST.4	EST.5	EST.6	EST.4	EST.5	EST.6	EST.4	EST.5	EST.6		
MALTRATO MASCOTA	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	40%
MEDIOCRIDAD ENSEÑANZA	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	40%
NO APRENDIO NADA	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	20%
TOTAL	4	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	5	100%

Figura 85. ¿De qué tipo?



Por ser pocas las personas que han vivido la experiencia de educación para su mascota, se encuentran pocos tipos de dificultades, sin embargo la información es valiosa en la medida que indica las posibles fallas en que se podría incurrir.

Pregunta trece. ¿Cómo se entera de empresas que presten este tipo de servicios?

Cuadro 18. ¿Cómo se entera de empresas que presten este tipo de servicios?

MEDIO	BUCARAMANGA			FLORIDABLANCA			GIRON			PIEDRECUESTA			TOTAL	%
	EST.4	EST.5	EST.6	EST.4	EST.5	EST.6	EST.4	EST.5	EST.6	EST.4	EST.5	EST.6		
VOLANTES	73	7	20	13	7	0	1	0	0	0	1	0	122	47%
DIRECTORIO	17	4	2	9	3	1	1	0	0	2	0	0	39	15%
PRENSA	17	1	1	1	3	0	0	0	0	0	0	0	23	9%
RADIO	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	1%
TELEVISION	12	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	16	6%
RECOMENDACION	40	8	2	1	2	0	0	0	0	1	0	0	54	21%
OTROS	2	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	4	2%
TOTAL	164	23	26	26	15	1	2	0	0	3	1	0	261	100%

Figura 86. ¿Cómo se entera de empresas que presten este tipo de servicios?



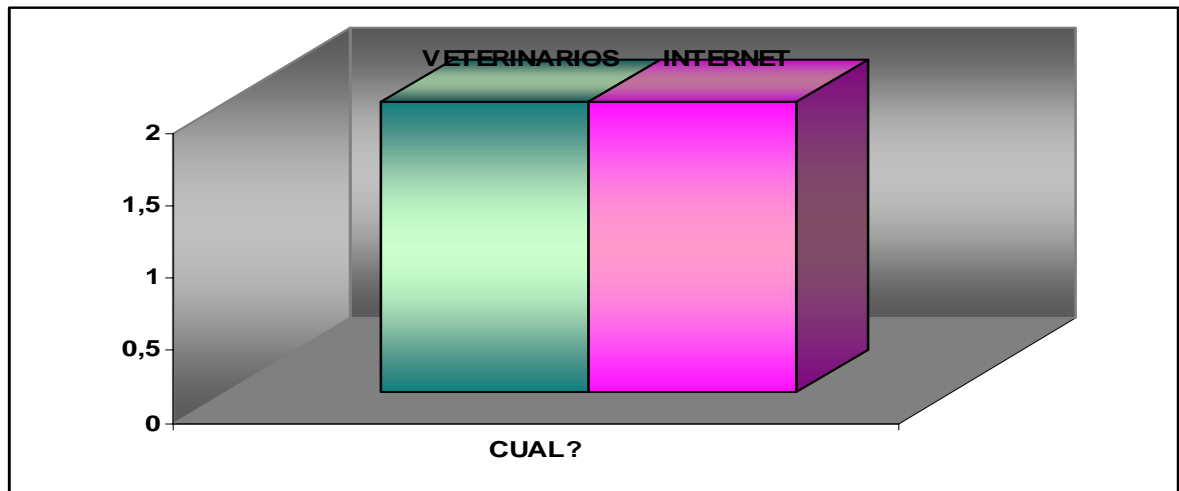
Analizando la información obtenida en las encuestas se puede apreciar que el medio más utilizado para llegar al mercado objetivo son los volantes con un cuarenta y siete por ciento (47%), seguido con un quince por ciento (15%) del uso del directorio, esto puede obedecer a que son formas económicas de llegar a los usuarios.

¿Otro medio? ¿Cuál?

Cuadro 19. ¿Otro medio? ¿Cuál?

OBJETO	BUCARAMANGA			FLORIDABLANCA			GIRON			PIEDECUESTA			TOTAL	%
	EST.4	EST.5	EST.6	EST.4	EST.5	EST.6	EST.4	EST.5	EST.6	EST.4	EST.5	EST.6		
VETERINARIOS	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	50%
INTERNET	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	50%
TOTAL	2	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	4	100%

Figura 87. ¿Otro medio? ¿Cuál?



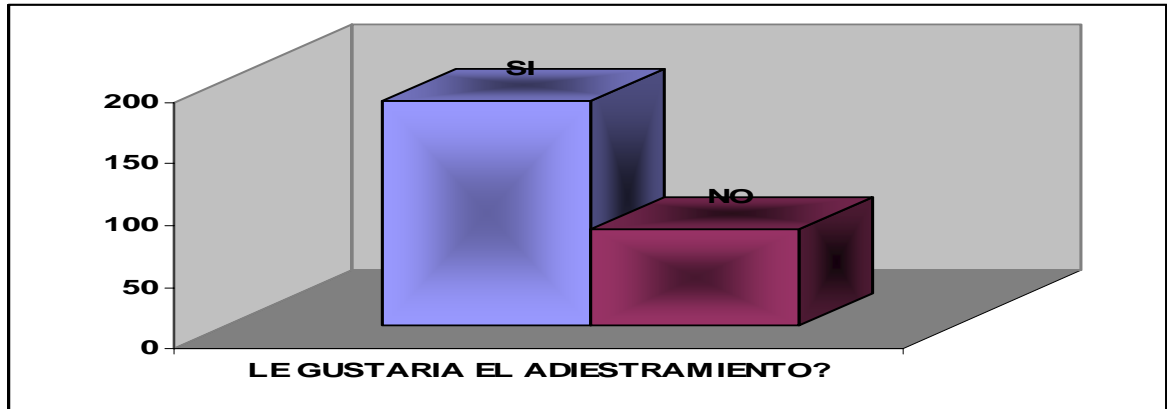
Entre los otros medios de información se encuentran el internet y el contacto de los veterinarios, estos datos son valiosos para buscar una buena forma de dar a conocer la escuela de adiestramiento canino.

Pregunta catorce. ¿Le gustaría que su mascota tuviera un debido adiestramiento para poder convivir en sociedad?

Cuadro 20. ¿Le gustaría que su mascota tuviera un debido adiestramiento para poder convivir en sociedad?

CIUDAD / ESTRATO	ESTRATO 4		ESTRATO 5		ESTRATO 6		TOTAL		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	FRECUENCIA
BUCARAMANGA	126	38	11	12	20	6	157	56	213
FLORIDABLANCA	15	11	6	9	1	0	22	20	42
GIRON	1	1	0	0	0	0	1	1	2
PIEDRECUESTA	2	1	1	0	0	0	3	1	4
TOTALES	144	51	18	21	21	6	183	78	261
PORCENTAJE %							70%	30%	100%

Figura 88. ¿Le gustaría que su mascota tuviera un debido adiestramiento para poder convivir en sociedad?



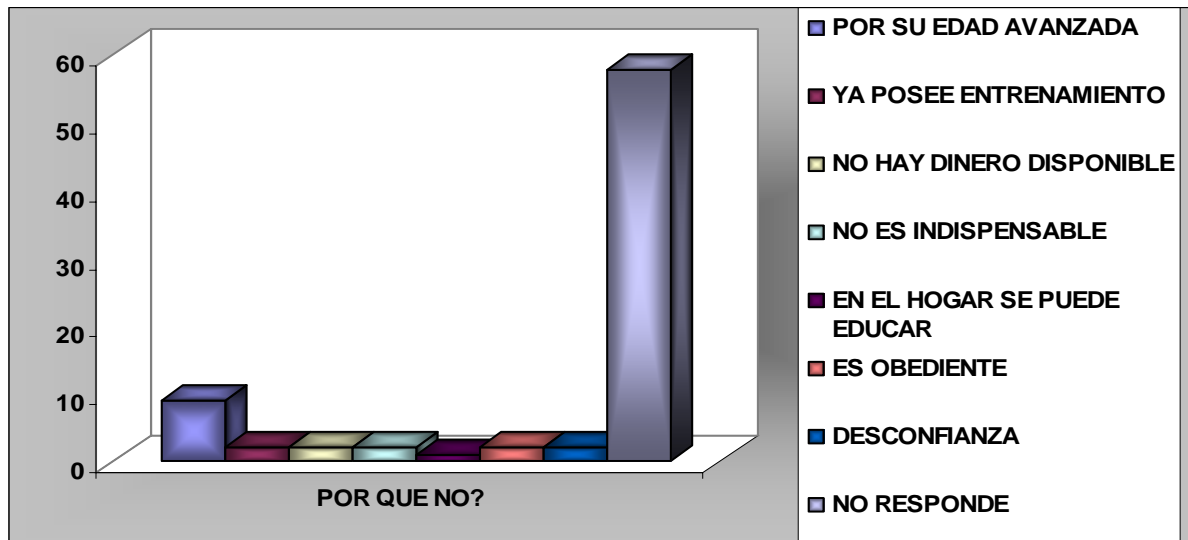
La respuesta obtenida en la encuesta es altamente favorable para el desarrollo del proyecto pues un setenta por ciento (70%) de los encuestados manifiestan estar interesados en que su mascota adquiera adiestramiento.

¿Por qué no?

Cuadro 21. ¿Por qué no?

OBJETO	BUCARAMANGA			FLORIDABLANCA			GIRON			PIEDECUETA			TOTAL	%
	EST.4	EST.5	EST.6	EST.4	EST.5	EST.6	EST.4	EST.5	EST.6	EST.4	EST.5	EST.6		
POR SU EDAD AVANZADA	8	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	12%
YA POSEE ENTRENAMIENTO	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	3%
NO HAY DINERO DISPONIBLE	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	3%
NO ES INDISPENSABLE	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	3%
EN HOGAR SE PUEDE EDUCAR	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1%
ES OBEDIENTE	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	3%
DESCONFIANZA	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	2	3%
NO RESPONDE	23	10	5	10	8	0	1	0	0	1	0	0	58	74%
TOTAL	38	12	6	11	9	0	1	0	0	1	0	0	78	100%

Figura 89. ¿Por qué no?



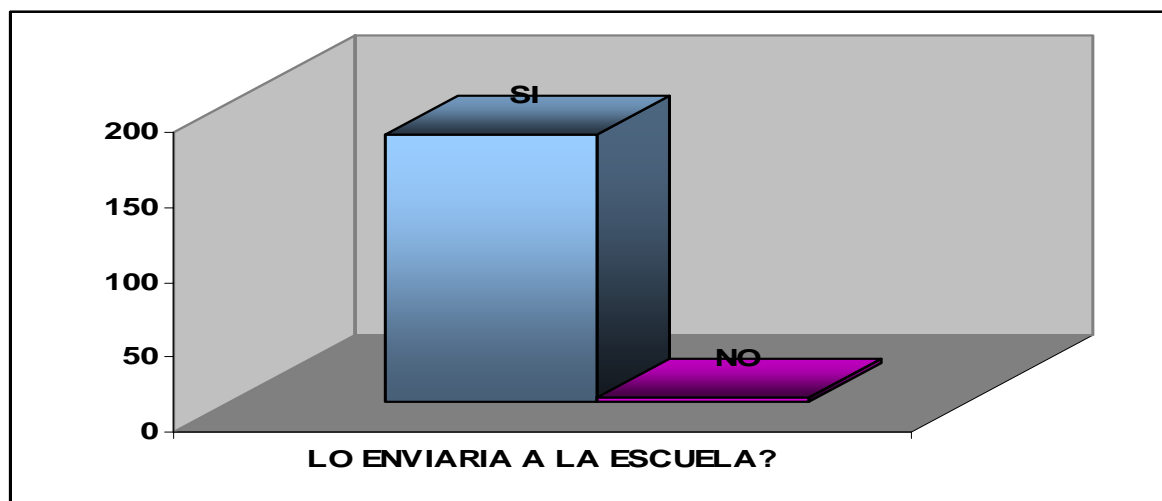
Gracias a los resultados obtenidos se puede apreciar que la mayor parte de las personas encuestadas, un setenta y cuatro por ciento (74%), no responden, es decir no existe una justificación válida para que no envíen sus mascotas a la escuela de adiestramiento, esto puede ser aprovechado por la escuela para ofrecer razones de peso a los dueños de los caninos y motivarlos a adquirir el servicio.

Pregunta quince. ¿Si existiera una escuela canina que le prestara el servicio de adiestramiento por niveles de 2 meses cada uno; usted enviaría a su perro?

Cuadro 22. ¿Si existiera una escuela canina que le prestara el servicio de adiestramiento por niveles de 2 meses cada uno; usted enviaría a su perro?

CIUDAD / ESTRATO	ESTRATO 4		ESTRATO 5		ESTRATO 6		TOTAL		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	FRECUENCIA
BUCARAMANGA	126	0	9	2	20	0	155	2	157
FLORIDABLANCA	14	1	6	0	1	0	21	1	22
GIRON	1	0	0	0	0	0	1	0	1
PIDECUESTA	2	0	0	1	0	0	2	1	3
TOTALES	143	1	15	3	21	0	179	4	183
PORCENTAJE %							98%	2%	100%

Figura 90. ¿Si existiera una escuela canina que le prestara el servicio de adiestramiento por niveles de 2 meses cada uno; usted enviaría a su perro?



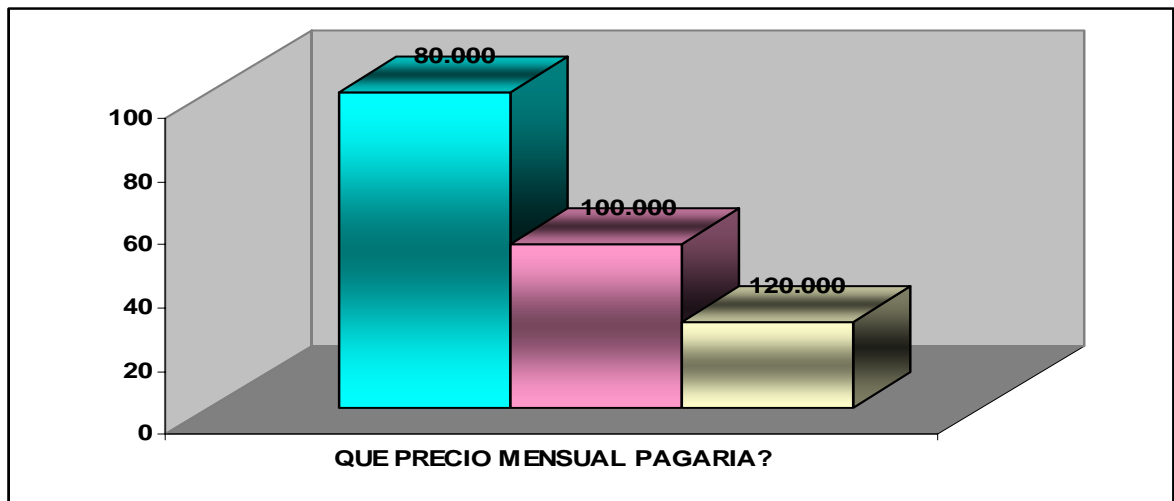
Un noventa y ocho por ciento (98%) de los encuestados afirman que enviarían a sus mascotas a la escuela de adiestramiento canino.

Pregunta dieciséis. ¿Si tuviera un precio fijo mensual independiente del nivel, cuánto estaría dispuesto a pagar por este servicio?

Cuadro 23. ¿Si tuviera un precio fijo mensual independiente del nivel, cuánto estaría dispuesto a pagar por este servicio? Valores en miles de pesos

CIUDAD/ESTRATO	ESTRATO 4			ESTRATO 5			ESTRATO 6			TOTAL			
	80	100	120	80	100	120	80	100	120	80	100	120	FRECUENCIA
BUCARAMANGA	71	38	17	6	2	1	9	7	4	86	47	22	155
FLORIDABLANCA	10	2	2	2	3	1	0	0	1	12	5	4	21
GIRON	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
PIEDECUESTA	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	2
TOTALES	83	40	20	8	5	2	9	7	5	100	52	27	179
PORCENTAJE %										56%	29%	15%	100%

Figura 91. ¿Si tuviera un precio fijo mensual independiente del nivel, cuánto estaría dispuesto a pagar por este servicio?



Más de la mitad de las personas se inclinan por el menor valor estipulado para los servicios de la escuela canina, esta información sirve como primer sondeo de los

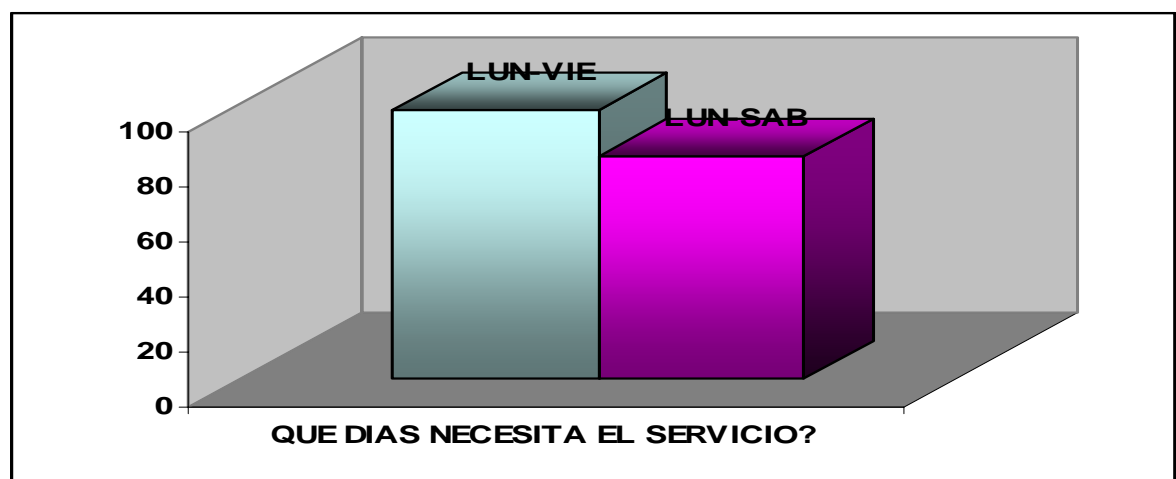
mismos, pues Bucaramanga es una ciudad en la que no se ha creado aún una cultura de necesidad de educación de las mascotas.

Pregunta diecisiete. ¿Que días necesitaría los servicios de la Escuela Canina?

Cuadro 24. ¿Que días necesitaría los servicios de la Escuela Canina?

CIUDAD/ ESTRATO	ESTRATO 4		ESTRATO 5		ESTRATO 6		TOTAL		FRECUENCIA
	LUN-VIE	LUN-SAB	LUN-VIE	LUN-SAB	LUN-VIE	LUN-SAB	LUN-VIE	LUN-SAB	
BUCARAMANGA	70	56	8	1	6	14	84	71	155
FLORIDABLANCA	10	4	3	3	0	1	13	8	21
GIRON	0	1	0	0	0	0	0	1	1
PIEDECUESTA	1	1	0	0	0	0	1	1	2
TOTALES	81	62	11	4	6	15	98	81	179
PORCENTAJE %							55%	45%	100%

Figura 92. ¿Que días necesitaría los servicios de la Escuela Canina?



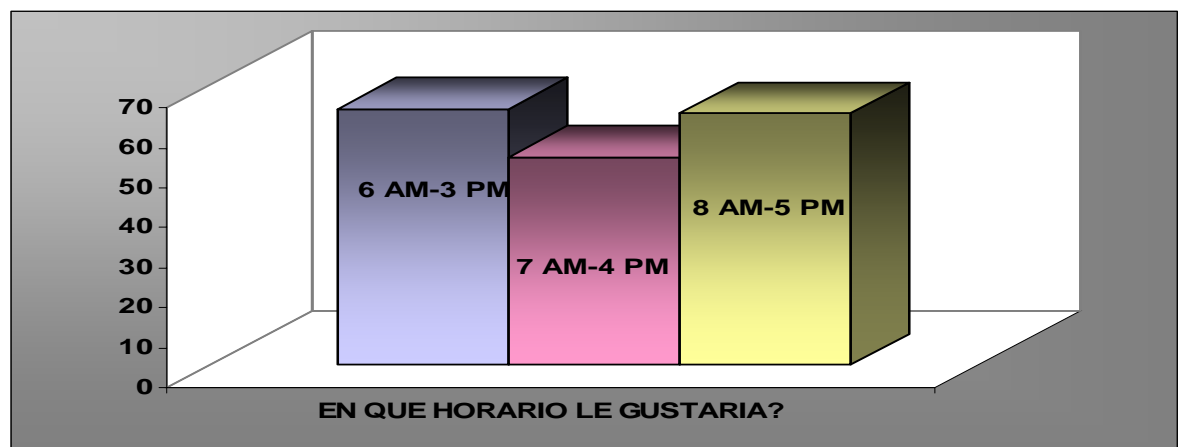
Aunque la diferencia es mínima, la balanza se inclina hacia el uso de servicios sólo de lunes a viernes, esto también favorece el proyecto porque representa menos costos para la escuela de adiestramiento canino.

Pregunta dieciocho. ¿En que horario necesitaría que se prestara el servicio?

Cuadro 25. ¿En que horario necesitaría que se prestara el servicio?

CIUDAD / ESTRATO	ESTRATO 4			ESTRATO 5			ESTRATO 6			TOTAL			FRECUENCIA
	6 AM-3 PM	7 AM-4 PM	8 AM-5 PM	6 AM-3 PM	7 AM-4 PM	8 AM-5 PM	6 AM-3 PM	7 AM-4 PM	8 AM-5 PM	6 AM-3 PM	7 AM-4 PM	8 AM-5 PM	
BUCARAMANGA	43	43	40	3	4	2	7	3	10	53	50	52	155
FLORIDABLANCA	6	2	6	4	0	2	0	0	1	10	2	9	21
GIRON	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
PIEDRECUESTA	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	2
TOTALES	50	45	48	7	4	4	7	3	11	64	52	63	179
PORCENTAJE %										36%	29%	35%	100%

Figura 93. ¿En que horario necesitaría que se prestara el servicio?



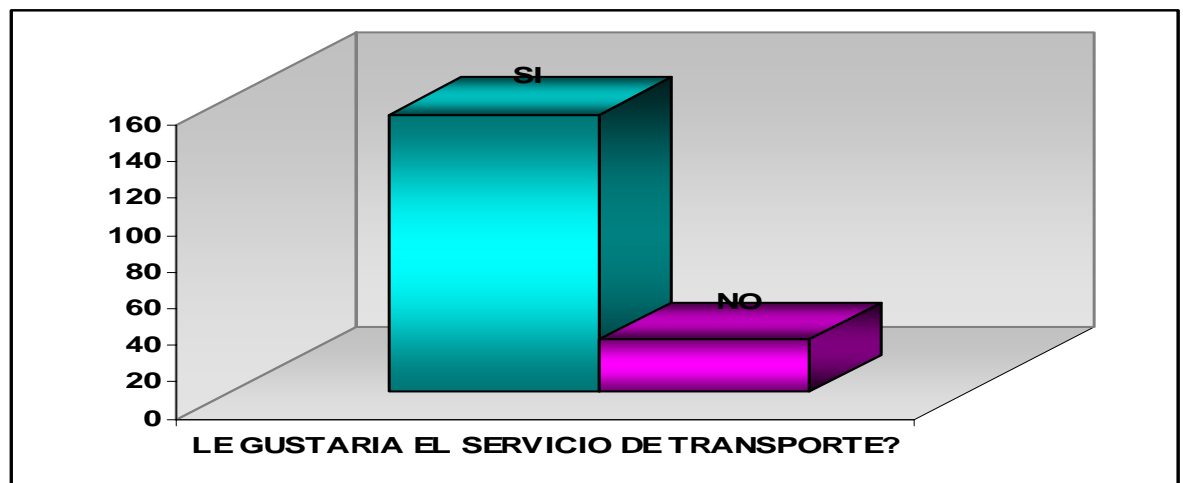
El mayor porcentaje, treinta y seis por ciento (36%) se inclina por el horario de 6 am a 3 pm. Seguido por una mínima diferencia del horario de 8 am a 5 pm con un treinta y cinco por ciento (35%).

Pregunta diecinueve. ¿Le gustaría que esta escuela canina le ofreciera un servicio de transporte puerta a puerta para su mascota?

Cuadro 26. ¿Le gustaría que esta escuela canina le ofreciera un servicio de transporte puerta a puerta para su mascota?

CIUDAD / ESTRATO	ESTRATO 4		ESTRATO 5		ESTRATO 6		TOTAL		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	FRECUENCIA
BUCARAMANGA	111	15	7	2	15	5	133	22	155
FLORIDABLANCA	9	5	5	1	1	0	15	6	21
GIRON	1	0	0	0	0	0	1	0	1
PIEDECUESTA	2	0	0	0	0	0	2	0	2
TOTALES	123	20	12	3	16	5	151	28	179
PORCENTAJE %							84%	16%	100%

Figura 94. ¿Le gustaría que esta escuela canina le ofreciera un servicio de transporte puerta a puerta para su mascota?



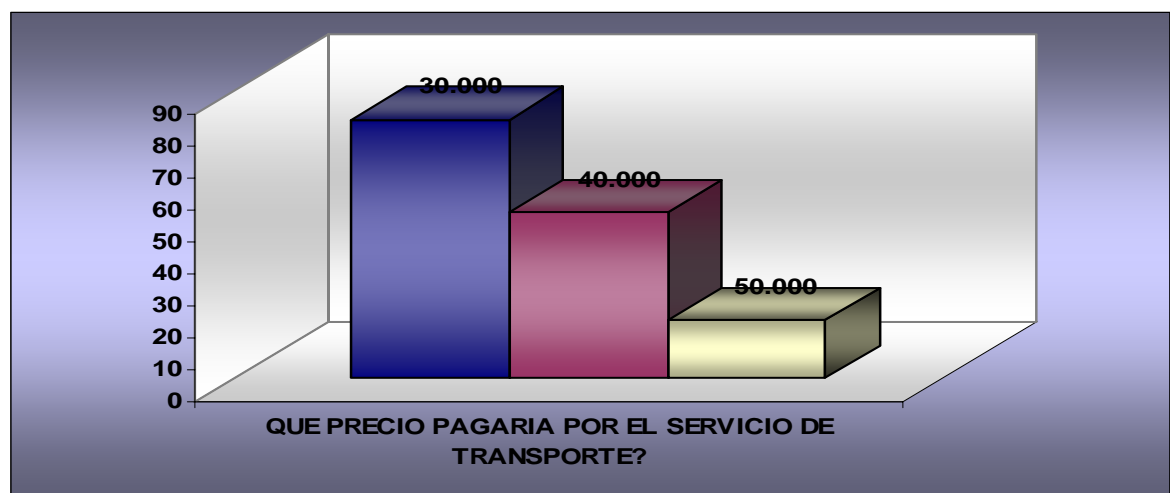
El servicio de transporte tiene un alto grado de aceptación, un ochenta y cuatro por ciento (84%) de los encuestados manifestaron interés en adquirirlo.

Pregunta veinte. ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por el servicio de transporte mensualmente?

Cuadro 27. ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por el servicio de transporte mensualmente? Valores en miles de pesos.

CIUDAD / ESTRATO	ESTRATO 4			ESTRATO 5			ESTRATO 6			TOTAL			FRECUENCIA
	30	40	50	30	40	50	30	40	50	30	40	50	
BUCARAMANGA	62	37	12	6	1	0	4	8	3	72	46	15	133
FLORIDABLANCA	6	2	1	1	4	0	0	0	1	7	6	2	15
GIRON	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
PIEDRECUESTA	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	2
TOTALES	70	39	14	7	5	0	4	8	4	81	52	18	151
PORCENTAJE %										54%	34%	12%	100%

Figura 95. ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por el servicio de transporte mensualmente?



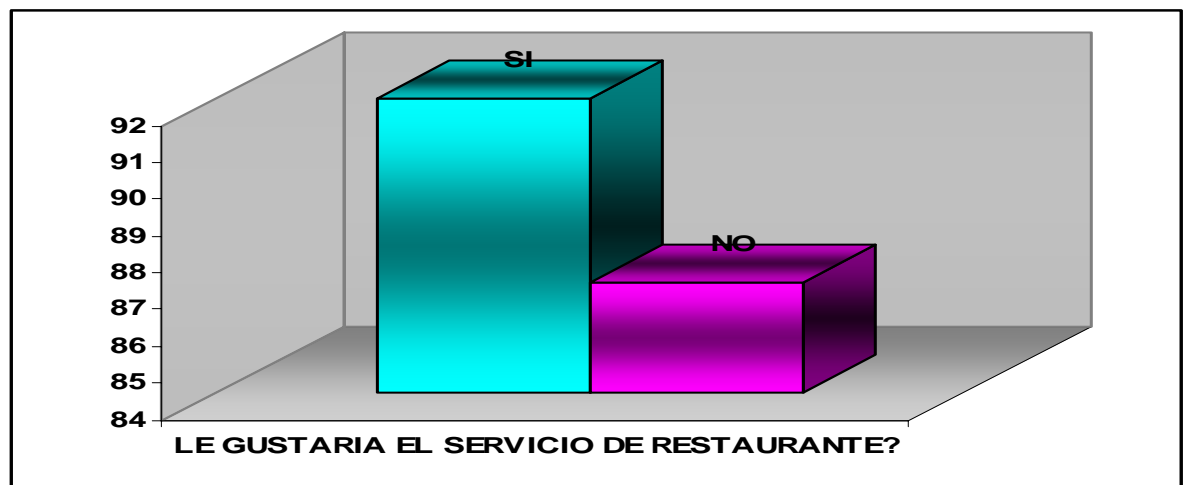
Al igual que en la pregunta del costo del servicio de adiestramiento las personas se inclinan por el menor precio de cobro, un cincuenta y cuatro por ciento (54%) eligieron esta opción.

Pregunta veintiuno. ¿Requiere servicio de Restaurante?

Cuadro 28. ¿Requiere servicio de Restaurante?

CIUDAD/ ESTRATO	ESTRATO 4		ESTRATO 5		ESTRATO 6		TOTAL		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	FRECUENCIA
BUCARAMANGA	67	59	5	4	11	9	83	72	155
FLORIDABLANCA	6	8	3	3	0	1	9	12	21
GIRON	0	1	0	0	0	0	0	1	1
PIEDECUESTA	0	2	0	0	0	0	0	2	2
TOTALES	73	70	8	7	11	10	92	87	179
PORCENTAJE %							51%	49%	100%

Figura 96. ¿Requiere servicio de Restaurante?



Más de la mitad de las personas encuestadas manifiestan estar interesadas en el servicio de restaurante, esto es importante tenerlo en cuenta a la hora de establecer los servicios complementarios de la escuela de adiestramiento.

2.4.2 Estimación de la demanda. Para establecer la cantidad de hogares existentes en barrios de estratos socio-económicos 4, 5 y 6 de Bucaramanga y su área metropolitana se solicitó dicha información a la ESSA, quienes suministraron el dato de 58.115 hogares.

Al aplicar la encuesta se encontró que el 69% tienen como mascota un perro, con lo que se puede deducir que existe un marco muestral de:

$$\text{Familias con perros} = 58.115 * 69\% = 40.100$$

De los cuales el 38% son de edad avanzada y el 62% restante se encuentran en el rango de cachorro a adulto.

También se pudo observar que existen diversas razas donde se destacan: French Poodle con un 15.71%, Criollo 10.34% al igual que el Labrador y el Pinscher.

El 70% de los encuestados que poseen como mascota un perro manifestaron interés en que ésta tenga un debido adiestramiento, éstos se consideran posibles clientes:

$$40.100 \text{ propietarios de perros} * 70\% = 28.070$$

De los anteriores posibles clientes el 98% asegura que si existiera la escuela de adiestramiento canino adquiriría los servicios, esto conduce a sumir que la demanda estimada seria de:

28.070 posibles clientes*98%= 27.509 clientes potenciales.

2.4.3 Evolución histórica de la demanda producto /servicio. En el momento de aplicar la encuesta se pudo observar el cariño que demuestran los propietarios por sus mascotas, unido a la preocupación por mejorar su calidad de vida, lo anterior enfrentado a la realidad existente de violencia animal y falta de lugares especializados para la educación, permite que contemplen la posibilidad de enviarlos a una escuela de adiestramiento.

En consecuencia de esto se procede a analizar el crecimiento demográfico de la población canina la cual esta dada por:

❖ Crecimiento demográfico de la población de los hogares en estratos socio-económicos 4, 5 y 6 que poseen como mascota un perro y están interesados en adquirir los servicios de una escuela de adiestramiento canino, para realizar dicho calculo tomamos como base el crecimiento poblacional del departamento de Santander dado por el DANE del 1.09%.

Cuadro 29. Evolución de la demanda

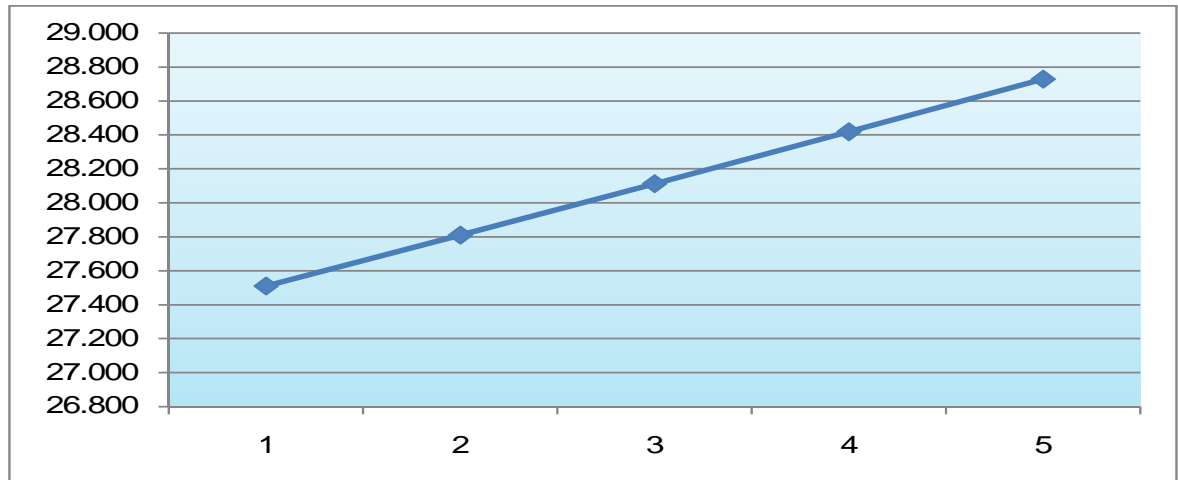
AÑOS	2003	2004	2005	2006	2007
NUMERO DE HOGARES DE ESTRATOS 4, 5 Y 6 QUE POSEEN PERRO E INTENCION DE UTILIZAR LOS SERVICIOS DE ADIESTRAMIENTO	26.342	26.629	26.919	27.212	27.509

2.4.4 Proyección de la demanda. Con base en la anterior información se procede a realizar el valor estimativo de población para los siguientes cuatro (4) años, utilizando como base el crecimiento poblacional del departamento de Santander dado por el DANE del 1.09%.

Cuadro 30. Proyección de la demanda

AÑOS	2007	2008	2009	2010	2011
NUMERO DE HOGARES DE ESTRATOS 4, 5 Y 6 QUE POSEEN PERRO E INTENCION DE UTILIZAR LOS SERVICIOS DE ADIESTRAMIENTO	27.509	27.809	28.112	28.418	28.728

Figura 97. Proyección de la demanda



En este grafico se puede apreciar como la demanda presenta una variabilidad en la proyección para los próximos cuatro (4) años, mostrando buenas posibilidades para la ejecución del proyecto.

2.5 LA OFERTA

2.5.1 Necesidades de información

- ❖ Investigar qué ofrece el mercado en la actualidad, indagar sobre otros modelos del servicio existentes en otras ciudades.
- ❖ Conocer la cantidad de oferentes del servicio.
- ❖ Averiguar de qué manera trabajan y dónde lo hacen.
- ❖ Conocer los precios de la competencia.
- ❖ Averiguar los medios de comunicación existentes para dar a conocer los servicios ofrecidos por la escuela.

2.5.2 Ficha técnica.

Cuadro 31. Ficha técnica entrevistas de la oferta

Tipo de investigación	Exploratoria y descriptiva
Método de investigación	Observación, deductivo e inductivo
Fuentes de información	Primarias
Técnicas de recolección de información	Entrevistas
Instrumento	Entrevista estructurada
Modo de aplicación	Vía telefónica, correo electrónico y visitas personales
Definición de población	De acuerdo al directorio telefónico y la Cámara de Comercio de Bucaramanga sólo cuatro.
Proceso de muestreo	Por ser tan reducido el número se realizará censo mediante entrevista a los cuatro oferentes
Marco muestral	Cuatro oferentes
Alcance	Ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana
Tiempo de aplicación	Cinco días

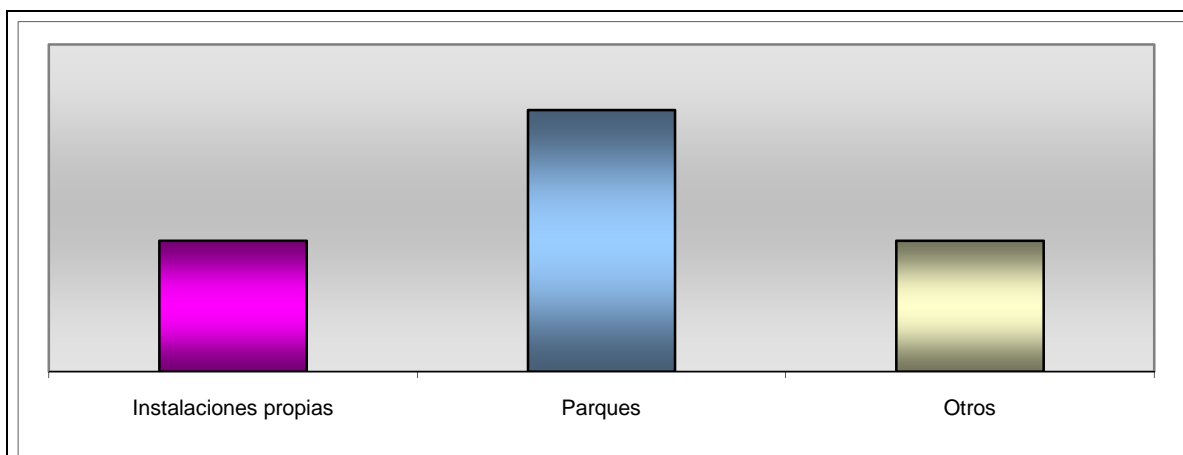
2.5.3 Tabulación y presentación de resultados de la oferta. Se realizó una encuesta telefónica a los cuatro oferentes existentes en el mercado, compuesta por las siguientes preguntas.

Pregunta uno: ¿En qué lugar prestan el servicio?

Cuadro 32. Lugares en los que se presta el servicio de adiestramiento canino.

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Instalaciones propias	1	25
Parques	2	50
Otros	1	25
TOTAL	4	100%

Figura 98. Lugares en los que se presta el servicio de adiestramiento canino



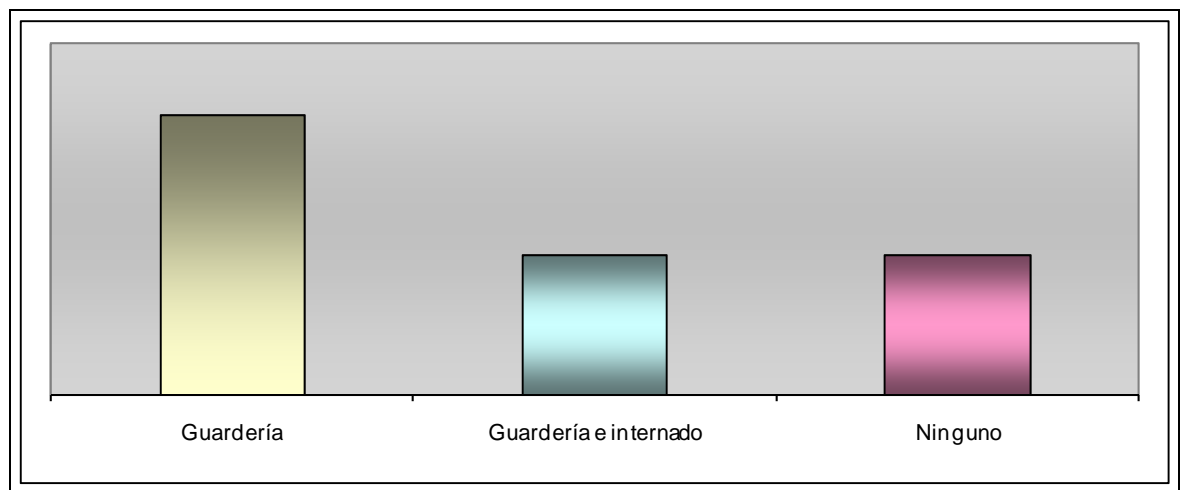
Revisando la información recolectada se puede apreciar que son pocos los oferentes de los servicios y que la mayoría utilizan los parques o lugares improvisados para el adiestramiento de los caninos, esto beneficia al proyecto ya que la escuela canina ofrece instalaciones cómodas y seguras para los cachorros.

Pregunta dos: ¿Qué servicios adicionales ofrecen?

Cuadro 33. Servicios adicionales ofrecidos

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Guardería	2	50
Guardería e internado	1	25
Ninguno	1	25
TOTAL	4	100%

Figura 99. Servicios adicionales ofrecidos



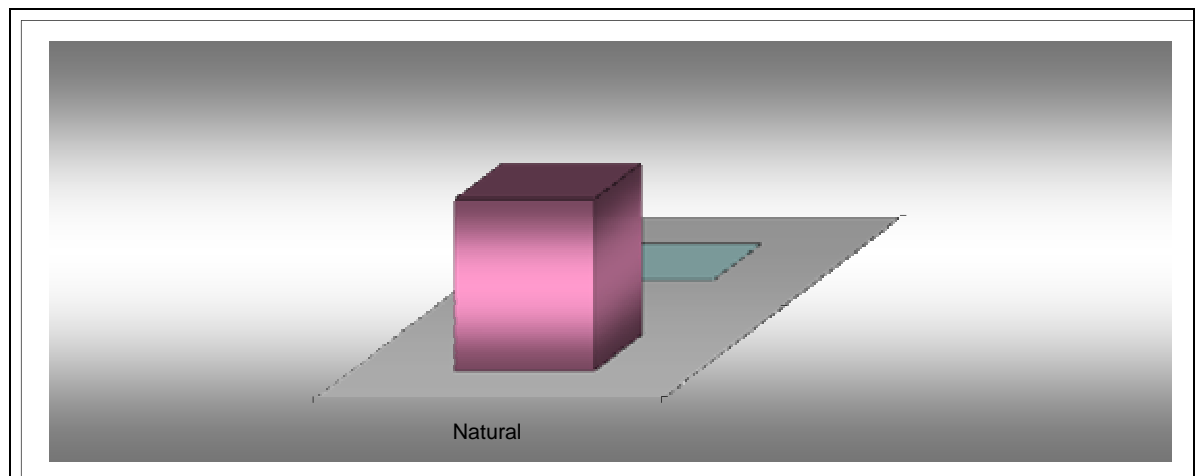
De acuerdo a la información recolectada se puede apreciar que los oferentes prestan el convencional servicio adicional de guardería, una de las academias entrevistada ofrece la modalidad de internado y guardería para los cachorros, otra (que es persona natural) ofrece guardería en su casa en casos aislados.

Pregunta tres: ¿Qué tipo de personería tiene la academia?

Cuadro 34. Tipo de personería de la academia

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Natural	4	100
Jurídica	0	0
TOTAL	4	100%

Figura 100. Tipo de personería de la academia



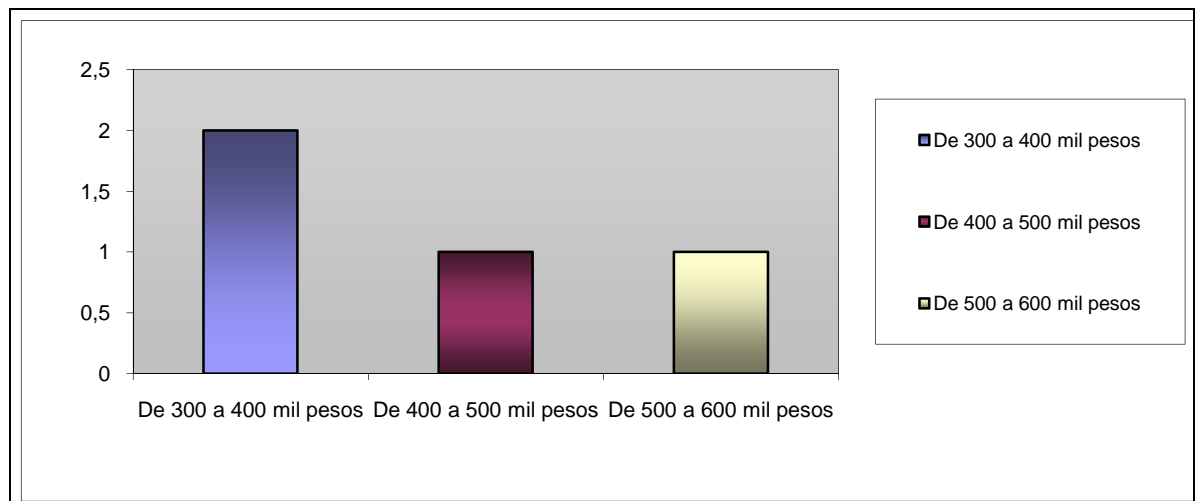
Como se ha venido planteando a lo largo del desarrollo del proyecto el adiestramiento de los caninos está a cargo de personas naturales que trabajan bajo el marco de la informalidad.

Pregunta cuatro: ¿Qué costo tienen los servicios ofrecidos por la competencia?

Cuadro 35. Costo de los servicios ofrecidos por la competencia

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
De 300 a 400 mil pesos	2	50
De 400 a 500 mil pesos	1	25
De 500 a 600 mil pesos	1	25
TOTAL	4	100%

Figura 101. Costo de los servicios ofrecidos por la competencia



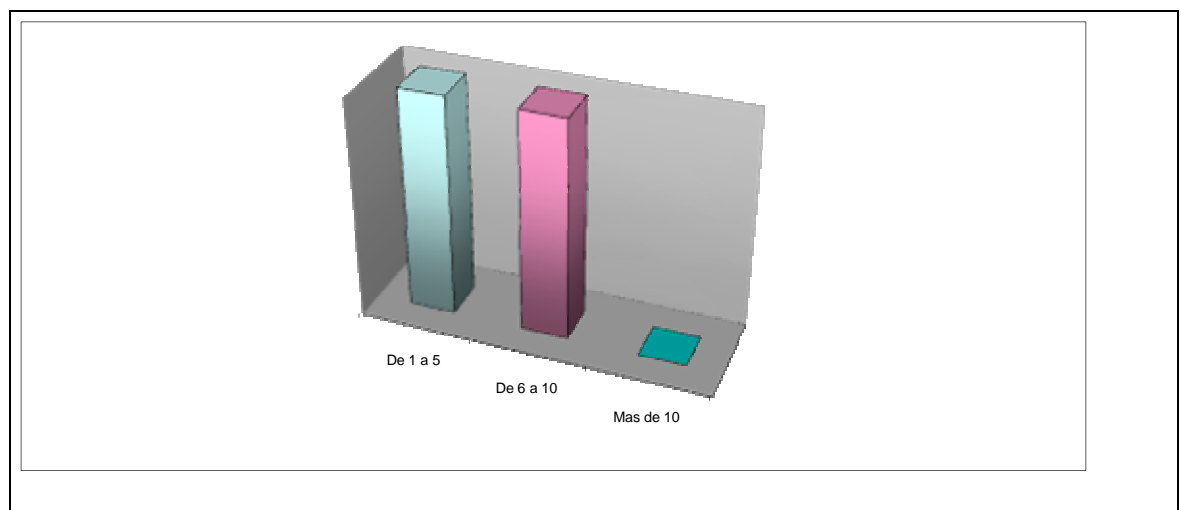
Los adiestradores existentes en el mercado no cobran por mensualidad sino por el proceso completo de adiestramiento que se estima puede durar de tres a cuatro meses. En esta parte se puede apreciar que la modalidad existente difiere de la empleada por la escuela de adiestramiento, pues se estima cobrar mensualidad por el adiestramiento de los cachorros.

Pregunta cinco: ¿Qué cantidad de caninos atienden mensualmente?

Cuadro 36. Cantidad de caninos atendidos mensualmente

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
De 1 a 5	2	50
De 6 a 10	2	50
Mas de 10	0	0
TOTAL	4	100%

Figura 102. Cantidad de caninos atendidos mensualmente



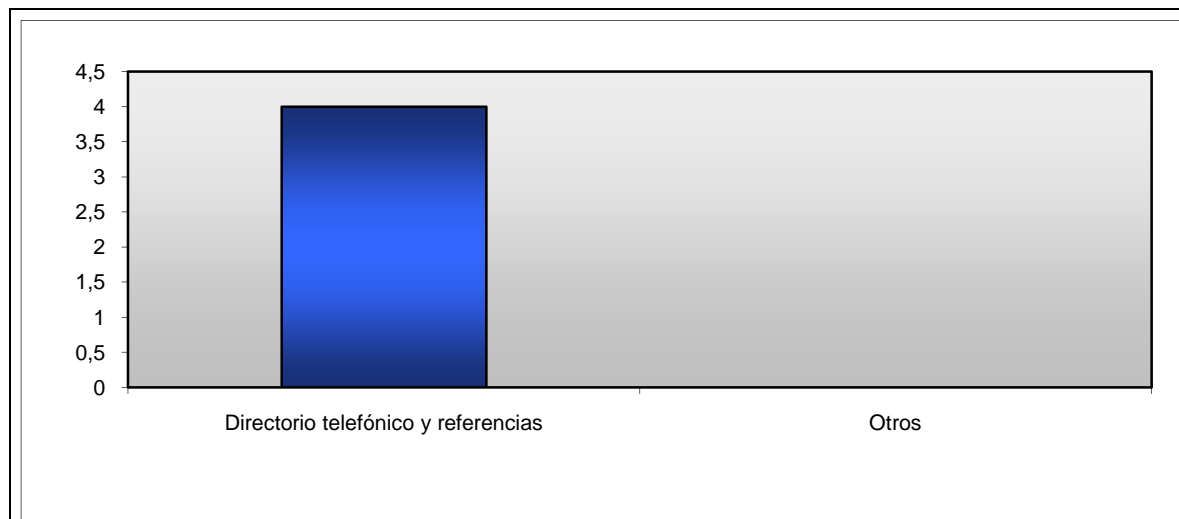
Al realizar un análisis de la información tomada se puede apreciar que hay una cantidad enorme de mercado desatendido, esto beneficia significativamente al proyecto pues hay una demanda representativa por atender.

Pregunta seis: ¿De qué forma se dan a conocer con los clientes?

Cuadro 37. Medios utilizados para darse a conocer al público

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Directorio telefónico y referencia	4	100
Otros	0	0
TOTAL	4	100%

Figura 103. Medios utilizados para darse a conocer al público



Los resultados de la entrevista dejan ver que los adiestradores tienen una forma muy limitada de darse a conocer al público, esto también es benéfico para el proyecto pues abre la puerta a múltiples opciones diferentes de que la escuela se lance al mercado a competir.

2.5.4 Análisis de la Situación actual de la competencia. Como base fundamental para incursionar un servicio en el mercado, es de gran importancia conocer claramente la competencia, así como sus puntos fuertes y débiles; permitiendo saber en qué aspectos no se debe fallar o en cuales se debe prestar más atención para mejorarlo y llegar con mayor seguridad al mercado, obteniendo así una buena respuesta o aceptación por parte de los clientes. La situación actual de la competencia en Bucaramanga y su área metropolitana se observa en el siguiente cuadro:

Cuadro 38. Análisis de la Competencia

EMPRESA	DEBILIDADES	FORTALEZAS
<p style="text-align: center;">Centro Especializado de adiestramiento canino. Urbanización Bucarica Bloque 10-11 apto 102</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ No tiene instalaciones. ❖ Carece de publicidad. ❖ Precios altos. ❖ Trabajo informal. ❖ Difícil ubicación del instructor para averiguar por el servicio. (Solo el da información). ❖ Sólo el instructor a cargo de los caninos. ❖ No cuenta con equipos para realizar las actividades con el perro. ❖ No ofrece ningún otro servicio adicional. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Conocimiento del oficio. ❖ Sin limitación en el horario. ❖ Cinco años en el mercado. ❖ Conocimientos adquiridos en la carrera de Veterinaria.

<p>Luis Manuel Chávez Moreno. Calle 112 No. 33ª-36 Barrio Zapamanga II etapa</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ No tiene instalaciones. ❖ Precios rígidos (no negociables). ❖ Trabajo informal. ❖ Limitación de horario. ❖ Sólo el instructor a cargo de los caninos 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Once años de funcionamiento. ❖ Reconocimiento a nivel municipal, departamental y en algunas regiones. ❖ Trabajó en la escuela de carabineros. ❖ Conocimientos certificados. ❖ Excelente manejo del oficio. ❖ Cuenta con equipos básicos para el adiestramiento.
--	--	--

<p>Academia y Hotel Educanino. La Punta de la Mesa de los Santos</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Mantienen interno al canino mientras se encuentra en adiestramiento. ❖ Poco conocimiento para adiestrar. ❖ Carece de publicidad. ❖ Las instalaciones se encuentran ubicadas fuera de la ciudad, con un área aproximada de 10 metros cuadrados. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Instalaciones adecuadas para el adiestramiento. ❖ Precios negociables. ❖ Diez años en el mercado. ❖ Tiene otros servicios adicionales como guardería y criadero de perros Pastor Alemán. ❖ La propietaria es la instructora y cuenta con el apoyo de dos vivientes. ❖ Especializada en manejo de perros de raza Pastor Alemán. ❖ Cuenta con equipos básicos para el adiestramiento.
--	---	---

<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Adiestramiento y guardería canino. Vereda La Mata Manzanares parcela 9</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ No tienen instalaciones adecuadas, trabaja en una finca de su propiedad de un área aproximada de 6 metros cuadrados. ❖ Trabajo informal. ❖ Carece de publicidad. ❖ De difícil localización para contratación. ❖ Sólo el instructor a cargo de los caninos. ❖ Conocimientos empíricos. ❖ No cuenta con equipos para realizar las actividades con el perro. ❖ El adiestramiento que se les imparte a los caninos es muy básico. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Conocimiento en el oficio. ❖ Sin limitación de horario. ❖ Precios negociables. ❖ Buen manejo de los caninos. ❖ También ofrece el servicio de guardería.
---	--	---

Revisando la poca información obtenida del sector en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, se decidió revisar las empresas existentes en las principales ciudades del país, como lo son Bogotá Distrito Capital, Medellín Antioquia y Cali Valle de Cauca; lográndose recopilar la siguiente información.

❖ **PETROPOLIS CLUB.** Esta ubicada en la Calle 137A # 58-35 Ap. 101 Int.4 de Bogotá, Distrito Capital el Telefax: (57) (1)2267335 y los teléfonos celulares son: (57) 3164646489, (57) 3003856435. Es una compañía colombiana con sede campestre de más de cuatro (4) hectáreas ubicada en Subachoque, Cundinamarca; dedicada a proveer servicios innovadores para las mascotas y sus dueños; el día 25 de Noviembre de 2006 inicio actividades en su sede campestre teniendo disponible y operativos la piscina climatizada para realizar sesiones de nadado o terapia y el deporte de salto largo en piscina conocido como “Big Dog Air”.

Tiene 64 habitaciones o caniles para guardería, las cuales fueron construidas y diseñadas con estándares internacionales para la comodidad de las mascotas. Además cuenta con el canódromo de más de 400 metros, en donde realizan competencias de velocidad y resistencia con otras actividades diarias. Se poseen una Suite Presidencial y una Suite Imperial las cuales son espacios especiales, con video en línea a través de Internet, para que la mascota que tenga este servicio siempre pueda ser monitoreada y vista en tiempo real por la familia. Es un espacio variado para actividades de socialización, entrenamiento y otros. Cuentan con un grupo de profesionales amantes de los animales, de aproximadamente 15 personas, especializados en su labor.

Para ingresar a dicha escuela hay que comprar una membresía por valor de \$150.000 con la cual reciben una valoración de comportamiento en la casa realizada por una veterinaria Etóloga, una maleta para llevar juguetes y alimento, el uniforme y un código para ingresar a la página de Internet y verlos en las actividades que realizan. Esta membresía se renueva cada año y cuesta \$50.000. El valor del servicio mensual prestado de lunes a viernes en horario de 8:00 a.m. 4:00 p.m. incluyendo la ruta de transporte puerta a puerta es de \$470.000, tienen en el día 3 sesiones de entrenamiento de aproximadamente 20 a 25 minutos cada una. Cuentan con múltiples planes dependiendo del número de días que el dueño

desea que su mascota asista al Club. Se puede observar que es un Club muy organizado y estructurado que presta un excelente servicio.

❖ **HIGH BERI LAND.** Ubicado en la Calle 221 # 53-69 de COLOMBIA Distrito Capital, Bogotá. Teléfonos: (57) (1)6761218 Fax: (57) (1)6765012 página de Internet www.hoteldeperros.com . Es un hotel canino con perreras independientes, dormitorios y áreas al aire libre de 5.000 metros cuadrados. Los servicios que prestan son de guardería por temporadas o fines de semana, dormitorios para el hotel, entrenamiento y peluquería. Cuentan con entrenadores certificados por la fundación Bocalan de España; el entrenamiento que ofrecen a los caninos es una educación básica impartida de lunes a viernes en horario de 8:00 a.m. a 3:00 p.m. y un sábado al mes asisten con su dueño para que este aprenda y evidencie su avance. El valor del servicio es de \$450.000 mensuales incluyendo el transporte puerta a puerta. Tienen un médico veterinario de planta para atender a los perros en cualquier eventualidad. Las instalaciones son muy amplias dotadas de juegos y toda la dotación para prestar una magnífica asistencia.

❖ **TENJO DOGS CLUB.** Localizado en Tenjo Kilómetro 2 Vía a la punta COLOMBIA - Cundinamarca, Tenjo Telefax: (57) (1)8645478. Ofrece hotel, guardería, el adiestramiento, condicionamiento y rehabilitación de mascotas, basados en un espíritu de permanente innovación por medio del compromiso del personal altamente calificado, además unas instalaciones totalmente adecuadas con piscina y gimnasio para satisfacer las necesidades de los clientes. Cuentan con un transporte puerta a puerta compuesto de tres vehículos para que la mascota viaje cómoda y segura. Se ofrece el servicio de Etología o análisis comportamental para corregir los comportamientos molestos de la mascota, este se realiza gratis antes de ingresar al Club. El plan de adiestramiento básico se hace de lunes a viernes un total de 20 clases incluyendo el transporte puerta a

puerta por un valor de \$420.000 mensuales. Las mascotas disfrutan de un completo gimnasio, trotadora y extensos terrenos para su distracción, además de poder interactuar con otras mascotas de diversas razas, que ayudan a su socialización.

❖ **DIESTROS ENTRENAMIENTO CANINO (DIESTROS ASESORÍAS Y ENTRENAMIENTO CANINO).** Sede campestre: finca el vallecito kilómetro 5 vía – candelaria, sede administrativa: Diagonal 51 Oeste No 4-18 Cali-valle correo: info@diestrosentrenamientocanino.com, teléfonos: (57) (2)5528114, tienen unas instalaciones más modestas en las cuales realizan entrenamiento y recreación a los perros. Cuentan con seis personas a cargo de la finca y los caninos. Dictan un curso de obediencia básica con una duración de 2 meses, donde el perro permanece interno en las instalaciones las 24 Horas, y a partir de la segunda semana de permanencia, los propietarios, pueden llevar el ejemplar a casa, los fines de semana para que no pierda contacto con la familia, deben llevarlo y recogerlo, además asumir los costos de alimentación, y gastos veterinarios durante el tiempo de estadía del perro en el centro de entrenamiento, el costo del servicio es de \$700.000 pagaderos en 2 mensualidades de 350.000 al inicio de cada mes. No tienen personal veterinario. La inscripción y evaluación es gratuita. Poseen otra modalidad de adiestramiento, el perro se recoge 3 veces por semana entre la 6:00 a.m. y las 8:00 a.m. exceptuando los días correspondientes al PICO Y PLACA que se recogen 1 hora antes de lo normal. La hora de regreso a casa es entre las 12:00 m y las 2:30 p.m. durante 4 meses el costo es de \$200.000 por mes pagaderos al inicio de cada mes. (Incluye el servicio de transporte). Como servicio adicional dictan unos talleres para propietarios: el perro es entrenado directamente por sus propietarios a través de clases personalizadas en la sede campestre los días sábados, y con tan solo 15 minutos diarios de práctica en la comodidad del hogar a través de las tareas asignadas. Tiene una duración de 2

meses y un costo de \$400.000 pagaderos en 2 mensualidades de \$200.000 al inicio de cada mes.

❖ **ARCA DE NOE.** Están ubicados en la Diagonal 74B No. 32-57 de COLOMBIA - Antioquia, Medellín teléfonos: (57) (4)2384738. Realizan el adiestramiento a domicilio los días de lunes a viernes durante tres meses, seis sesiones mensuales de 35 minutos cada una, en la que exigen que este presente el propietario, dicho servicio tiene un valor de \$280.000 total. También tienen un servicio de adiestramiento interno de lunes a viernes por valor de \$400.000 sin transporte. Como servicio adicional tienen guardería para cuidarlos por fines de semana o temporadas más largas. Es una compañía más pequeña con pocos empleados.

❖ **CADECAN.** Están localizados en la Carrera 89A 35A-71 de COLOMBIA Antioquia, Medellín. Teléfonos: (57) (4)2534686. Las clases que dictan son de obediencia básica y el deporte canino agility que consiste en pasar obstáculos con precisión y elegancia en el menor tiempo posible y la menor penalización. Para acceder a los cursos de adiestramiento se cobra un valor de \$50.000 de inscripción y una mensualidad de \$55.000 por 4 clases dictadas los domingos en el estadio de la ciudad con una duración de una hora cada clase. No cuentan con sede o finca para realizar la prestación de sus servicios, ni otro servicio adicional.

2.5.5 Proyección de la oferta. Debido a que en la Ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana existen tan pocas empresas que ofrezcan el servicio de adiestramiento, dirigido a los hogares ubicados en barrios de los estratos socio-

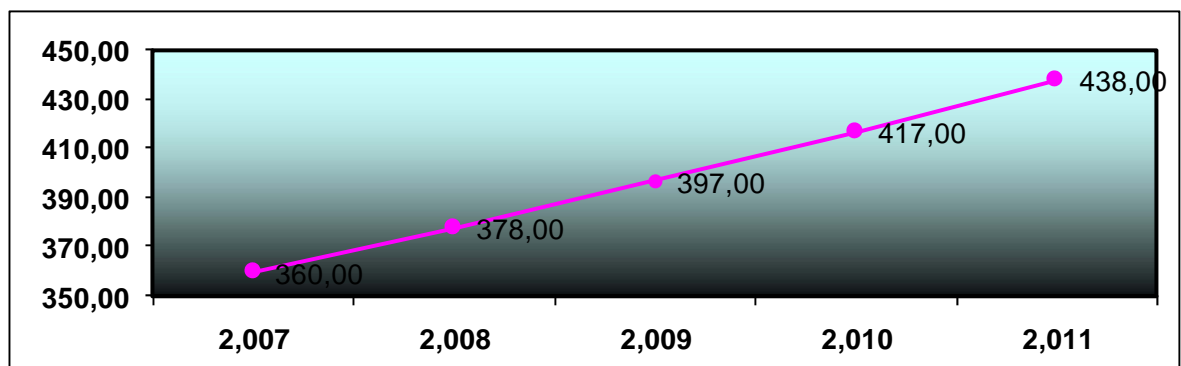
económicos 4, 5 y 6, sólo es posible encontrar información histórica sobre el comportamiento aislado de la oferta del servicio veterinario.

De acuerdo con la información recopilada mediante la investigación en fuentes secundarias de información, los datos de la Cámara de Comercio de Bucaramanga indican que anualmente hay un crecimiento del 5% en el registro mercantil de empresas que desarrollan el objeto social de veterinario en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana¹¹. Con base en dicho dato se proyectó la oferta del servicio de adiestramiento, realizando incremento anuales iguales a la tasa de crecimiento del 5% por año.

Cuadro 39. Proyección de la oferta

AÑOS	2,007	2,008	2,009	2,010	2,011
CANTIDAD DE CANINOS ATENDIDOS POR LA COMPETENCIA	18,00	19,00	20,00	21,00	22,00

Figura 104. Proyección de la oferta



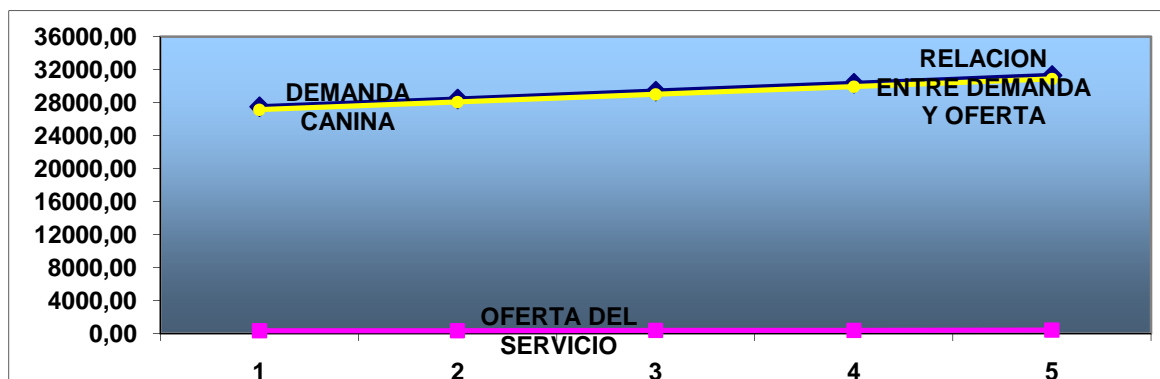
¹¹ CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA. Registro mercantil de veterinario en Bucaramanga. Bucaramanga, 2.007.

2.6 RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA

Cuadro 40. Relación entre demanda y oferta

AÑOS	2,007	2,008	2,009	2,010	2,011
DEMANDA CANINA	27509,00	28445,00	29397,00	30351,00	31304,00
OFERTA DEL SERVICIO	360,00	378,00	397,00	417,00	438,00
RELACION ENTRE DEMANDA Y OFERTA	27149,00	28067,00	29000,00	29934,00	30866,00

Figura 105. Relación entre demanda y oferta



2.7 CANALES DE COMERCIALIZACION

2.7.1 Estructura de los canales actuales. Los canales de comercialización y/o distribución son las rutas por las cuales los bienes pasan en su camino entre el productor y el consumidor. Revisando la información obtenida con respecto a la competencia se puede evidenciar que no utilizan intermediarios por que utilizan un canal directo (Servicio – Cliente).

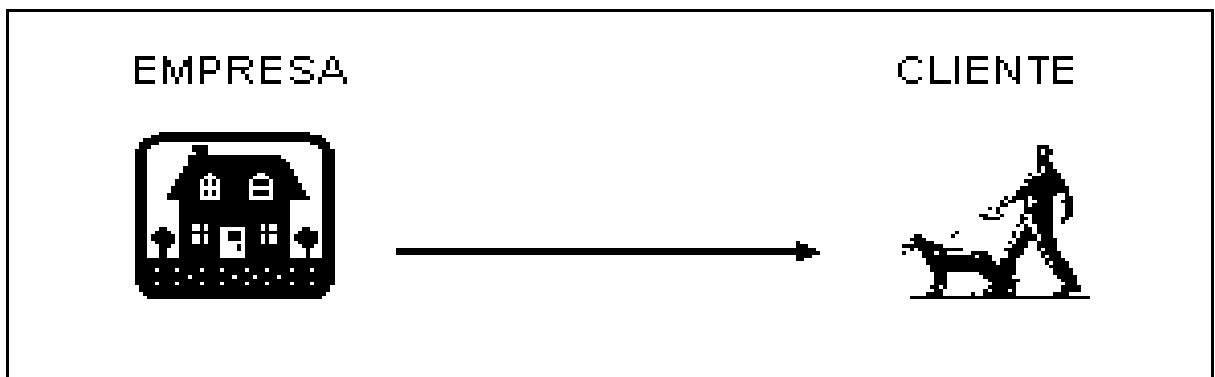
2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales. Teniendo en cuenta que el canal utilizado es el directo se mencionan a continuación las ventajas y desventajas que éste ofrece:

Cuadro 41. Ventajas y desventajas del canal de comercialización directo

VENTAJAS	DESVENTAJAS
<ul style="list-style-type: none"> ❖ El productor trata directamente con el consumidor. ❖ El producto tiene el control de la condición y precio del servicio. ❖ Mayor participación en las Utilidades. ❖ El servicio es ofrecido al cliente con calidad y cumplimiento, para obtener excelentes recomendaciones y futuros nuevos clientes. ❖ Facilita el contacto entre la empresa y el cliente, con la posibilidad de atender sus sugerencias, quejas o reclamos. ❖ Facilita la adaptación a los cambios del mercado o del servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Limita el número de clientes. ❖ Es más costoso para productor. ❖ El empresario manipula los precios a criterio propio, lo que puede afectar a los clientes.

2.7.3 Selección de los canales de comercialización. Los canales de comercialización y/o distribución son las rutas por las cuales los bienes pasan en su camino entre el productor y el consumidor. La decisión de que canales usar es de gran importancia; algunos productos y servicios se venden mejor de una manera y otros de otra. El canal más directo para distribuir bienes y servicios de consumo, es el que el productor trata directamente con el consumidor. Este canal le da al productor un gran control sobre la condición y precio del servicio, conjuntamente con una mayor participación en las utilidades; por lo cual es el elegido para la etapa inicial del proyecto. Para el caso de la escuela canina se utilizará en primera instancia este canal Servicio – Cliente.

Figura 106. Canal de distribución



2.8 PRECIO

2.8.1 Análisis de precios. La investigación de mercados permitió conocer que los hogares ubicados en barrios de los estratos socio-económicos 4, 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, pagarían \$80.000 por el servicio mensual de la escuela y \$30.000 por el servicio mensual del transporte puerta a

puerta. Adicionalmente, se investigó el precio cobrado por las empresas ubicadas en otras ciudades que su servicio se asemeja al ofrecido por Scooby Canine Academy, los cuales se relacionan en el siguiente cuadro.

Cuadro 42. Precio de servicio de la competencia

EMPRESA	CIUDAD	VALOR MENSUALIDAD
PETROPOLIS CLUB	BOGOTA	\$470,000 incluido transporte
HIGH BERI LAND	BOGOTA	\$450,000 incluido transporte
TENJO DOGS CLUB	BOGOTA	\$420,000 incluido transporte
DIESTROS ENTRENAMIENTO CANINO	CALI	\$350,000 sin transporte
ARCA DE NOE	MEDELLIN	\$400,000 sin transporte

2.8.2 Estrategias de fijación de precios. Actualmente, el mecanismo de fijación de los precios del servicio de adiestramiento está definido por el libre juego de la oferta y la demanda; es decir, los precios no son controlados por el Estado. De acuerdo con esto, la escuela que se espera crear fijará los precios teniendo en cuenta los costos de prestación del servicio, comercialización y ventas, dejando la respectiva utilidad. Se tendrán precios únicos; es decir precio para todos los clientes, esta política se empleará porque es la más usual, pues la discriminación puede conllevar a reclamos, frustraciones y descontentos.

Se fijarán precios de venta teniendo en cuenta el costo del transporte, dependiendo de las políticas de venta convenidas con el cliente.

Los precios se incrementarán anualmente, de acuerdo al índice de precios del consumidor. Los precios solo se podrán establecer cuando se haya culminado con el estudio técnico y financiero del proyecto.

2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCION

2.9.1 Objetivos.

- ❖ Dar a conocer los servicios prestados por la escuela de adiestramiento canino.
- ❖ Persuadir a los posibles clientes para que actúen favorablemente frente al servicio de adiestramiento de la escuela de perros.
- ❖ Aumentar las ventas del servicio e incrementar las utilidades de la empresa.
- ❖ Crear lealtad hacia la escuela y propiciar el posicionamiento de la compañía en el mercado existente en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana.

2.9.2 Logotipo. Se ha diseñado un logo que permita ser identificado fácilmente entre la comunidad, para lo que se tienen en cuenta las siguientes especificaciones:

- ❖ Nombre de la escuela: “**SCOOBY CANINE ACADEMY**” traducida en español es Academia Canina **Scooby** la cual irá alrededor de la figura o imagen y que significa:
 - ❖ **Academia:** Sociedad literaria de carácter profesional.
 - ❖ **Canina:** Semejanza del perro.
 - ❖ **Scooby:** Nombre particular a la mayoría de las mascotas canina.

Las letras en color negro significan seriedad, nobleza y elegancia.

- ❖ Figura o imagen: Es un perro que simboliza el tipo de cliente o demanda a la que llegará el servicio. El color que lleva al fondo será el verde, el cual expresa equilibrio, naturaleza, frescor, descanso.

Figura 107. Logotipo



2.9.3 Lema. Irá en la parte inferior de la figura y nombre de la empresa; su significado se verá a continuación. Las letras van en color blanco, expresando la idea de estabilidad, calma y armonía. Para realizar la propaganda de este servicio se creó el siguiente **lema**:

“Enseñamos y cuidamos tu mejor amigo”

Significa:

- ❖ Enseñamos: Excelentes adiestradores para el desarrollo del canino.
- ❖ Cuidamos: Magnífica atención al canino en todas sus áreas.
- ❖ Tu mejor amigo: Ser que caracteriza, afecto puro, fiel y desinteresado, lo importante del cliente.

2.9.4 Análisis de medios. El análisis de los medios se hizo teniendo en cuenta los que emplean actualmente las empresas proveedoras del servicio de adiestramiento y teniendo en cuenta como se enteran de empresas que prestan este tipo de servicios las personas a las que se les aplicó la encuesta.

- ❖ Sonoros o auditivos: Radio, teléfono
- ❖ Impresos o escritos: Diarios, revistas, prensa escrita, volantes, vallas, correos, directorio telefónico, avisos, portafolios, etc.
- ❖ Audiovisuales: Cine, televisión
- ❖ Multimedia: Internet, televisión satelital

Se observa que las pocas empresas que suministran este servicio en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana utilizan básicamente el medio impreso del directorio telefónico. Un cuarenta y siete por ciento de las personas entrevistadas se enteran de servicios creados para caninos por medio de volantes y un quince por ciento por medio del directorio telefónico.

2.9.5 Selección de medios. La selección y combinación de los medios publicitarios se emplearán para divulgar la creación de la escuela de adiestramiento canino que se espera crear, así como, los servicios que ofrecerá y sus atributos diferenciadores con respecto a la competencia existente.

Los medios seleccionados según su necesidad y costos de éstos, la clase de audiencia a la que se quiere llegar y el cubrimiento geográfico dado; así mismo, se considera la información recopilada en la investigación de mercados, de donde se sabe que los hogares emplean los siguientes medios para buscar los servicios prestados para sus mascotas: volantes, recomendación de otro cliente, aviso en las páginas amarillas del directorio telefónico, aviso en la prensa, televisión, radio, recomendación del veterinario e Internet.

En ese orden de ideas, se ha diseñado una campaña publicitaria que comprende inicialmente el lanzamiento de la escuela que se espera crear, la cual implica el uso de los siguientes medios:

- ❖ Medios impresos o escritos como la impresión de volantes, avisos en prensa y en las páginas amarillas del directorio telefónico.
- ❖ Medios sonoros o auditivos como la radio.
- ❖ Medios audiovisuales como la televisión

Luego, se llevará a cabo una campaña de operación, para la que se mantendrá el uso de los anteriores medios y se incluirá el uso de:

- ❖ Medios de multimedia y escritos como los son la utilización de correos electrónicos.

2.9.6 Estrategias Publicitarias. La estrategia publicitaria se realizará en dos etapas: la de lanzamiento antes de abrir las puertas la escuela al público en general; y de operación, una vez la escuela para caninos ha iniciado labores.

❖ **Publicidad de lanzamiento.** Tiene como objetivo dar inicio a las relaciones comerciales de la escuela con los clientes y mostrar la imagen corporativa de la empresa. Se enfocará hacia el mercado objetivo al cuál está dirigido como lo son los hogares ubicados en los barrios de los estratos socio-económicos 4, 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, con el objetivo de informar la apertura de la escuela para caninos. Consistirá en la elaboración de unos volantes llamativos que serán repartidos en las casas y veterinarias correspondientes al mercado objetivo, se colocarán avisos en la prensa de circulación en la ciudad, como lo es Vanguardia Liberal; además se colocará el anuncio de la escuela en las páginas amarillas del directorio telefónico. Se realizará la transmisión de una pausa en radio y televisión local. Todo lo anterior se llevará cabo en los 30 días anteriores al lanzamiento y apertura del negocio.

❖ **Publicidad de operación.** Servirá para mantener la escuela de adiestramiento canino a crear, con altos niveles de ventas y mejorar constantemente la imagen corporativa, buscando un mayor posicionamiento de la empresa y sus servicios en el mercado de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana. Esto se hará a través de: el contacto permanente con los clientes y la búsqueda de referidos que requieran el servicio y estén en capacidad de adquirirlo, se seguirán utilizando la entrega de volantes, la transmisión de una pauta en la radio y televisión local, avisos en la prensa y se incrementará la publicidad con el envío de correos electrónicos a los contactos recomendados

como posibles clientes, información obtenida en la base de datos de las veterinarias, todo esto con la finalidad de llegar directamente al mercado objetivo.

2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción. El presupuesto de publicidad y promoción se realiza teniendo en cuenta las estrategias de lanzamiento y operación que se diseñaron.

2.9.7.1 De lanzamiento. Con base en las cotizaciones recibidas se establece el presupuesto de publicidad y promoción para la estrategia de lanzamiento relacionado en el cuadro a continuación.

Cuadro 43. Publicidad de Lanzamiento

PUBLICIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
ELABORACION COMERCIAL	COMERCIAL PARA TELEVISION DE 15 SEGUNDOS DE DURACION	\$ 950.000,00	\$ 950.000,00
ELABORACION COMERCIAL	COMERCIAL PARA RADIO DE 15 SEGUNDOS DE DURACION	\$ 380.000,00	\$ 380.000,00
RADIO	TODOS LOS DIAS DURANTE UN MES, 3 VECES AL DIA, DURACION 15 SEGUNDOS	\$ 20.880,00	\$ 1.879.200,00
PRENSA LOCAL	ANUNCIO DOMINICAL A BLANCO Y NEGRO 3 X 9,5 CM SECCION SOCIALES (4 EN UN MES)	\$ 244.296,00	\$ 977.184,00
TV REGIONAL	COMERCIAL DE 15 SEGUNDOS, PASADO 2 VECES AL DIA EN PROGRAMA DE HOGAR, DURANTE 7 DIAS	\$ 37.500,00	\$ 525.000,00
VOLANTES	1000 VOLANTES CON LOGO, A DOS TINTAS EN PAPEL BOND	\$ 40,00	\$ 40.000,00
AVISO EN DIRECTORIO TELEFONICO	AVISO EN NEGRILLA EN SECCION DE ADIESTRAMIENTO DE PERROS TAMAÑO 5 CMS X 1 CMS A UNA TINTA	\$ 860.000,00	\$ 860.000,00
TOTAL			\$ 5.611.384,00

Fuentes:* Radio RCN, TV Regional TRO, Prensa local Vanguardia Liberal (clasificados en sección varios - animales), Directorio oficial de Legis.

El presupuesto de publicidad y promoción de lanzamiento con un valor de \$5.611.384,00 es una erogación de dinero que se hará una sola vez, antes de iniciar la vida útil de la escuela para caninos que se espera crear, por tal razón, formará parte de la inversión diferida.

2.9.7.2 De operación. Con base en las cotizaciones recibidas se establece el presupuesto de publicidad y promoción para la estrategia de operación relacionado en el cuadro a continuación.

Cuadro 44. Publicidad de operación

PUBLICIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
RADIO	SABADOS 2 VECES AL DIA, DURACION 15 SEGUNDOS	\$ 39.150,00	\$ 313.200,00
PRENSA LOCAL	LOS DOMINGOS DEL MES (4) EN AVISOS CLASIFICADOS EN LA SECCION DE VARIOS-ANIMALES, DE TAMAÑO DE 10 PALABRAS	\$ 6.350,00	\$ 25.400,00
TV REGIONAL	COMERCIAL DE 15 SEGUNDOS, PASADO 1 VEZ AL DIA EN HORARIO FAMILIAR, CADA DOMINGO DEL MES (4 DIAS)	\$ 150.000,00	\$ 600.000,00
VOLANTES	1000 VOLANTES CON LOGO, A DOS TINTAS EN PAPEL BOND	\$ 40,00	\$ 40.000,00
TOTAL			\$ 978.600,00

El presupuesto de publicidad y promoción de operación con un valor de \$978.600 constituye un gasto que se causará mensualmente, por tal razón se tendrá en cuenta dentro de los gastos generales de administración y ventas.

2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

Se pudo establecer la poca oferta existente actualmente en el mercado de servicios de adiestramiento para mascotas de tipo canino ya que sólo se cubre el 1,31%.

En la realización de este estudio, se ha podido observar como este proyecto de inversión presenta un buen respaldo para su realización con respecto a los resultados arrojados por la encuesta, dando a conocer específicamente el gusto (70%), las necesidades e insatisfacciones que tienen las personas con respecto al servicio de adiestramiento canino.

Gracias a la información recopilada en la encuesta de opinión se pudo construir una base de datos de clientes potenciales interesados en los servicios ofrecidos por la escuela pues el 98% enviarían sus caninos.

Actualmente no se encuentra una competencia fuerte, dando vía a que el proyecto pueda incursionar en el campo, colocando gran atención a las necesidades de los clientes y las debilidades que presenta la competencia.

Se logró definir la oferta existente y su relación con la demanda con el fin de establecer el mercado a atender por la empresa a crear el cual se estima en un 98.69%.

Se lograron establecer los canales de distribución utilizados por las empresas que ofrecen el servicio y de esta manera definir el canal pertinente a emplear en el proyecto.

Se establecieron los métodos para posicionar el servicio de la escuela canina, realizando énfasis en que es único en el mercado, esto permitirá introducirlo destacando una excelente calidad.

Se definieron los medios publicitarios de introducción y operación que se utilizarán en el desarrollo del proyecto.

No se debe dejar a un lado la búsqueda necesaria de un capital que permita día a día ser mas competitivos, posicionándose en el mercado y llevando a cabo una estrategia publicitaria impactante para el cliente, de tal forma que se sienta identificado con el servicio, obteniendo así resultados favorables.

En primera instancia el precio evaluado en la encuesta era valor por horas de adiestramiento, pero durante la investigación de la oferta se indagó en escuelas de otras ciudades por lo que se decide diseñar un servicio más complejo donde se aprovechen las áreas diseñadas en la escuela y con una mayor intensidad horaria.

3 ESTUDIO TÉCNICO

En esta nueva etapa del proyecto se busca determinar aspectos necesarios tales como:

- ❖ Donde ubicar las instalaciones de la escuela de adiestramiento canino.
- ❖ Donde obtener los insumos necesarios.
- ❖ Que máquinas y procesos usar.
- ❖ Que personal es necesario para llevar a cabo el desarrollo del proyecto.

Todo lo anterior hace que el estudio técnico sea una herramienta fundamental para la toma de decisiones y permita seguir adelante con los próximos estudios.

3.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

Se encuentra íntimamente ligado a la capacidad que existe en atender a la demanda así como la de manejar los recursos y la infraestructura de la manera más adecuada que permita obtener la rentabilidad que se espera, el tamaño del proyecto se estima en número de servicios prestados.

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto. El tamaño del proyecto está dado en función de factores como la demanda, la oferta, la localización, la disponibilidad de recursos que permitan establecer la cantidad de servicios que se pueden llegar

a ofrecer y los que realmente prestará. La escuela de adiestramiento ofrecerá al público los siguientes servicios:

- ❖ Adiestramiento Básico
- ❖ Adiestramiento Avanzado
- ❖ Servicio de transporte puerta a puerta
- ❖ Dentro del plan de adiestramiento se incluye la asesoría médica veterinaria y el cuidado físico integral de la mascota.

3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto. Existen factores de diversos tipos que condicionan el Tamaño del Proyecto de la siguiente forma:

❖ **Comportamiento del mercado:** Es un factor muy importante puesto que es precisamente éste el que determina el volumen de ventas, de acuerdo al estudio de mercados realizado el 70% de la población encuestada de los estratos socio-económicos 4, 5 y 6 de Bucaramanga y su área metropolitana que tienen perros, está interesada en adquirir los servicios de adiestramiento de la escuela canina. Lo cual no condiciona el tamaño del proyecto.

❖ **Capacidad Financiera:** Este factor determina la adquisición de equipos, muebles y demás recursos; ya que según la disponibilidad económica con que se cuenta, se pueden adquirir artículos que se adecúen al presupuesto. En la actualidad se cuenta con recursos económicos limitados, por lo que se debe acudir a una entidad financiera con el fin de conseguir el dinero faltante para la puesta en marcha del proyecto sin limitar su tamaño.

- ❖ **Localización:** Esta se encuentra condicionada por la reglamentación del plan de ordenamiento territorial, la escuela se debe ubicar en un lugar apto para la realización de las actividades inherentes a la prestación del servicio de adiestramiento y se debe localizar dentro del área metropolitana de Bucaramanga.

- ❖ **Recursos humanos:** Por ser una empresa de servicios es indispensable encontrar la mano de obra calificada que trabaje con entusiasmo, enfocada hacia la satisfacción de las necesidades del cliente y del mejoramiento continuo. Actualmente en el medio se encuentra gran disponibilidad de mano de obra, por esto el recurso humano no es un factor limitante para el tamaño proyecto

- ❖ **Recursos físicos.** Para la puesta en marcha del proyecto se requiere de maquinarias y equipo, construcciones y adecuaciones, muebles y enseres, equipo de oficina y herramientas que serán adquiridos con los recursos económicos que se obtengan a través de la entidad financiera elegida.

- ❖ **Reglamentación:** La escuela de adiestramiento canino se encuentra regulada por las leyes emanadas del gobierno nacional, las cuales están compiladas en el estatuto tributario, código de comercio, código laboral y ley ambiental, estas leyes reglamentan la puesta en marcha y el funcionamiento de la escuela pero no condicionan el tamaño del proyecto.

- ❖ **Medio Ambiente:** Por ser el tesoro máspreciado de la humanidad las empresas deben trabajar responsablemente para no ocasionar daños en éste. Los desechos orgánicos se manejarán de manera adecuada ya que se dispondrá con un espacio libre en el área de la escuela para efectuar el respectivo almacenamiento y posterior entierro de la materia fecal de los perros.

3.1.3 Capacidad del proyecto. Definida por las siguientes tres etapas:

Capacidad total diseñada. De acuerdo al volumen de demanda encontrada en el estudio de mercados se estima diseñar una capacidad que atienda, ciento sesenta caninos al mes, es decir el 100% de ésta, por ello se tomará en arriendo un terreno con un área total de 1661 metros², los cuales se destinarán para la adaptación de los espacios necesarios para el desarrollo de la actividad.

Cuadro 45. Capacidad total diseñada

Áreas diseñadas para adiestrar (Una por entrenador)	Números de caninos por área y entrenador	Cantidad de horas de adiestramiento por canino al día	Horas de servicio al día de la escuela	Capacidad total diseñada
4	5	1	8	160

3.1.3.1 Capacidad instalada. La capacidad instalada para el funcionamiento de la escuela de adiestramiento será inicialmente de 120 caninos, dado que se adaptarán tres de las cuatro áreas de adiestramiento y se contratarán tres adiestradores profesionales, utilizando así el 75% de la capacidad total diseñada.

Cuadro 46. Capacidad total instalada

Áreas adecuadas para adiestrar (Una por entrenador)	Números de caninos por área y entrenador	Cantidad de horas de adiestramiento por canino al día	Horas de servicio al día de la escuela	Capacidad instalada
3	5	1	8	120

Capacidad utilizada. Dadas las características de los servicios se prestará atención a 72 perros mensualmente, en el horario detallado en el estudio de mercados; utilizando de esta forma el 60% de la capacidad instalada.

Cuadro 47. Capacidad total utilizada

Áreas adecuadas para adiestrar (Una por entrenador)	Números de caninos por área y entrenador	Cantidad de horas de adiestramiento por canino al día	Horas de servicio al día de la escuela	Capacidad utilizada
2	5	1	7.2	72

3.1.3.2 Capacidad proyectada. La capacidad proyectada se determina teniendo en cuenta la evolución de la demanda de los hogares de los estratos socio-económicos 4, 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, cuyo crecimiento anual se estima en un 3,5%.

Cuadro 48. Capacidad proyectada

Servicios ofrecidos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Adiestramientos Mensuales	72	75	78	81	84
Adiestramientos Anuales	864	900	936	972	1008

3.2 LOCALIZACION

Esta dada la localización por las licencias y permisos otorgados en el Ministerio de Salud Municipal y Departamental, además por La Corporación de La Defensa de La Meseta de Bucaramanga.

3.2.1 Macrolocalización. **Scooby Canine Academy** se ubicará en el país de Colombia, departamento de Santander, municipio de Piedecuesta Kilómetro 1 al 14 vía Bucaramanga - Piedecuesta. Mapa (Ver anexo C.).

3.2.2 Microlocalización. Con el fin de establecer el sitio adecuado para el funcionamiento de la escuela de adiestramiento canino, es necesario adquirir en arrendamiento un inmueble con área total disponible para la prestación del servicio, administración y ventas, que favorezca a Scooby Canine Academy en cuanto al canon de arrendamiento, disponibilidad de servicios públicos, seguridad, servicio de transporte y facilidad de acceso a los recursos.

Con base en el plan de ordenamiento territorial en el cual se clasifica la actividad de adiestramiento canino como un servicio de comercio zonal de grupo 2, el cual contempla aquellos establecimientos comerciales que por razón de su mayor cubrimiento tienen un mayor impacto urbano. Incluye diversidad de usos que se presentan generalmente en las siguientes formas:

- ❖ Por sus características generales se considera no compatible con áreas zonas o sectores donde el uso principal sea la vivienda. Puede presentarse mezclado con todos los restantes usos principales y en las diferentes áreas de actividad.

- ❖ Requiere de una edificación especializada, con toda su infraestructura para el uso comercial de venta de bienes y de servicios.

De acuerdo con el decreto número 089 de Junio 9 de 2004 emitido por la Alcaldía de Bucaramanga, por el cual se compilan los Acuerdos 034 de 2000, 018 de 2002 y 046 de 2003 que conforman el Plan de Ordenamiento Territorial del Municipio de Bucaramanga, el servicio ofrecido por la escuela de adiestramiento canino se encuentra clasificado de la siguiente manera:

Código: K749203

Descripción: Adiestramiento de perros guardianes

Sector: Urbano

Uso específico: CZG2 (Comercio zonal grupo 2)¹²

Teniendo en cuenta las anteriores especificaciones sumado a la oferta de inmuebles para arrendamiento se extraen tres alternativas para ubicar la escuela:

¹² Decreto 089 de junio 9 de 2004

- ❖ Finca El Paraíso, Km. 8 vía a Piedecuesta
- ❖ Finca La Providencia, Km. 10 vía a Piedecuesta
- ❖ Finca El Traganiquel Km. 14 vía a Piedecuesta

Para elegir la mejor opción de ubicación para la escuela de adiestramiento se tendrán en cuenta los siguientes factores de evaluación:

- ❖ **Infraestructura disponible.** Se evalúa el conjunto arquitectónico que sirva de base y soporte para el desarrollo de la actividad.
- ❖ **Costo de arrendamiento.** Se busca tomar la mejor oportunidad de costo que cuente con los espacios pertinentes para el funcionamiento de las diferentes áreas (administrativa, ventas y prestación del servicio)
- ❖ **Servicios públicos disponibles.** Se debe valorar la disponibilidad de los servicios públicos básicos, tales como: servicio de acueducto y alcantarillado, energía eléctrica, gas y teléfono.
- ❖ **Costo de los servicios públicos.** De igual manera se debe tener en cuenta que de acuerdo a la estratificación del terreno será el costo de los servicios públicos.
- ❖ **Disponibilidad de servicio de transporte.** Es importante tener en cuenta que el sitio escogido sea de fácil acceso tanto para empleados como proveedores, clientes y público en general.

❖ **Posibilidades de deshacerse de los desechos.** Esto con el fin de cumplir plenamente con lo dispuesto en la ley ambiental y no incurrir en posibles sanciones.

❖ **Impacto social.** Se debe evaluar el impacto que puede ocasionar en la comunidad en la cual se va a situar la escuela.

Cuadro 49. Ponderación de factores

Factor	Ponderación (%)
Infraestructura disponible	10%
Costo de arrendamiento lote	20%
Servicios publicos disponibles	20%
Costo de servicios publicos	5%
Disponibilidad de transporte	15%
Posibilidades de deshacerse de los desechos	10%
Impacto Social	20%
Total	100%

A cada factor se le asignará un puntaje con el cual se podrá hacer una ponderación y así realizar una calificación de cada uno.

Cuadro 50. Evaluación de cada factor

Infraestructura disponible	Puntos
Alto: Cuenta con instalaciones de fácil adaptación al funcionamiento de la escuela canina	3
Medio: Requiere de varios arreglos para el funcionamiento de la escuela	2
Bajo: Necesita muchas adecuaciones para la escuela de adiestramiento	1
Costo de arrendamiento lote	Puntos
Económico: Menos de \$1,500,000	3
Promedio: Entre \$1,500,000 y \$2,499,999	2
Alto: Mas de \$2,500,000	1
Servicios publicos disponibles	Puntos
Alto: Cuenta con todos los servicios públicos necesarios	3
Pocos: No cuenta con la totalidad de los servicios públicos básicos	2
Ninguno: Carece de servicios públicos básicos	1
Costo de servicios publicos	Puntos
Económicos	3
Valor promedio	2
Costo alto	1
Disponibilidad de transporte	Puntos
Buena: Cuenta con vías de acceso debidamente pavimentadas que permite el fácil acceso a la escuela y existen numerosas rutas de transporte	3
Regular: Tiene buenas vías de acceso y existen algunas rutas de transporte para llegar a la finca	2
Malo: Sólo tiene una vía de acceso de regulares condiciones, el transporte público llega a una distancia considerable de la finca	1
Posibilidades de deshacerse de los desechos	Puntos
Buena: Hay facilidad para deshacerse de los desechos	3
Regular: No es muy alta la posibilidad de deshacerse de los desechos	2
Malo: Es muy difícil deshacerse de los desechos	1
Impacto Social	Puntos
Bueno: Se puede ofrecer trabajo a las personas de la misma comunidad, embellece el sector y trae crecimiento económico.	3
Regular: Para la comunidad es totalmente indiferente el funcionamiento de la escuela	2
Malo: El proyecto no es del agrado de la comunidad	1

Una vez elegidos y calificados los factores se procede a realizar una matriz de evaluación que permita escoger el sitio óptimo para la localización de la escuela de adiestramiento canino.

Cuadro 51. Evaluación de alternativas

Factor	Ponderación (%)	ALTERNATIVAS DE LOCALIZACION					
		Finca EL paraíso Km 8		Finca El traganique! Km 14		Finca La providencia Km 10	
		Calificación Esc: 0-100	Calificación ponderada	Calificación Esc: 0-100	Calificación ponderada	Calificación Esc: 0-100	Calificación ponderada
Infraestructura disponible	0,10	100	10,00	80	8	70	7,00
Costo de arrendamiento lote	0,20	50	10,00	100	20	80	16,00
Servicios publicos disponibles	0,20	80	16,00	100	20	50	10,00
Costo de servicios publicos	0,05	50	2,50	70	4	70	3,50
Disponibilidad de transporte	0,15	100	15,00	90	14	50	7,50
Posibilidades de deshacerse de los desechos	0,10	50	5,00	90	9	80	8,00
Impacto Social	0,20	100	20,00	80	16	70	14,00
Totales	1,00		79		90		66

De acuerdo a los resultados obtenidos por el método cuantitativo por puntos la escuela de adiestramiento canino se ubicará en la zona rural del Municipio de Piedecuesta, en el Km. 14 vía Bucaramanga – Piedecuesta.

3.3 INGENIERIA DEL PROYECTO

3.3.1 Ficha técnica del producto. La ficha técnica del servicio incluye información específica relacionada con el servicio de adiestramiento para caninos; identificando en servicio principal, diseño, especificaciones técnicas y vida útil.

Cuadro 52. Ficha técnica del servicio

Producto principal	Adiestramiento Canino
Diseño	Servicio de alta calidad, impartido por personal especializado dirigido a mascotas caninas en general. Precio de fácil acceso a las familias de los estratos socio-económicos 4, 5 y 6.

Especificaciones técnicas	<p>El adiestramiento será impartido de acuerdo a los siguientes niveles:</p> <p>Básico 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Convivir con diferentes personas y cachorros. - Hacer que se dejen cepillar, bañar y revisar su cuerpo. - Jugar con diferentes objetos. - Horarios de comida, descanso y juego. - Identificar su nombre. - Caminar con la correa. <p>Básico 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Orden para trabajo - Caminando Junto. - Vueltas a la derecha e izquierda. - Cambios de velocidad. - Sentando automático. - Echado a la orden. - Quieto sentado. - Quieto echado. - Venir al llamado, con sentado al frente. - Orden de terminar. - Orden para jugar. - Que no brinque sobre el dueño. - Aprendizaje de la palabra NO. <p>Avanzado 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Echado sobre la marcha. - Venir al llamado sobre la marcha. - Caminado hacia atrás. - Caminado con correa corta, en mano izquierda. - Cambio de posiciones de sentado a echado sentado, con correa corta. <p>Avanzado 2:</p> <p>Se repasan los ejercicios de los cursos acreditados con anterioridad. (Avanzado1)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sin correa. - Con quietos a distancia. - Con quietos fuera de vista. - Con cambio de posiciones a distancia. - Venir al llamado sin sentado al frente (el perro se coloca directamente en la posición de junto).
----------------------------------	---

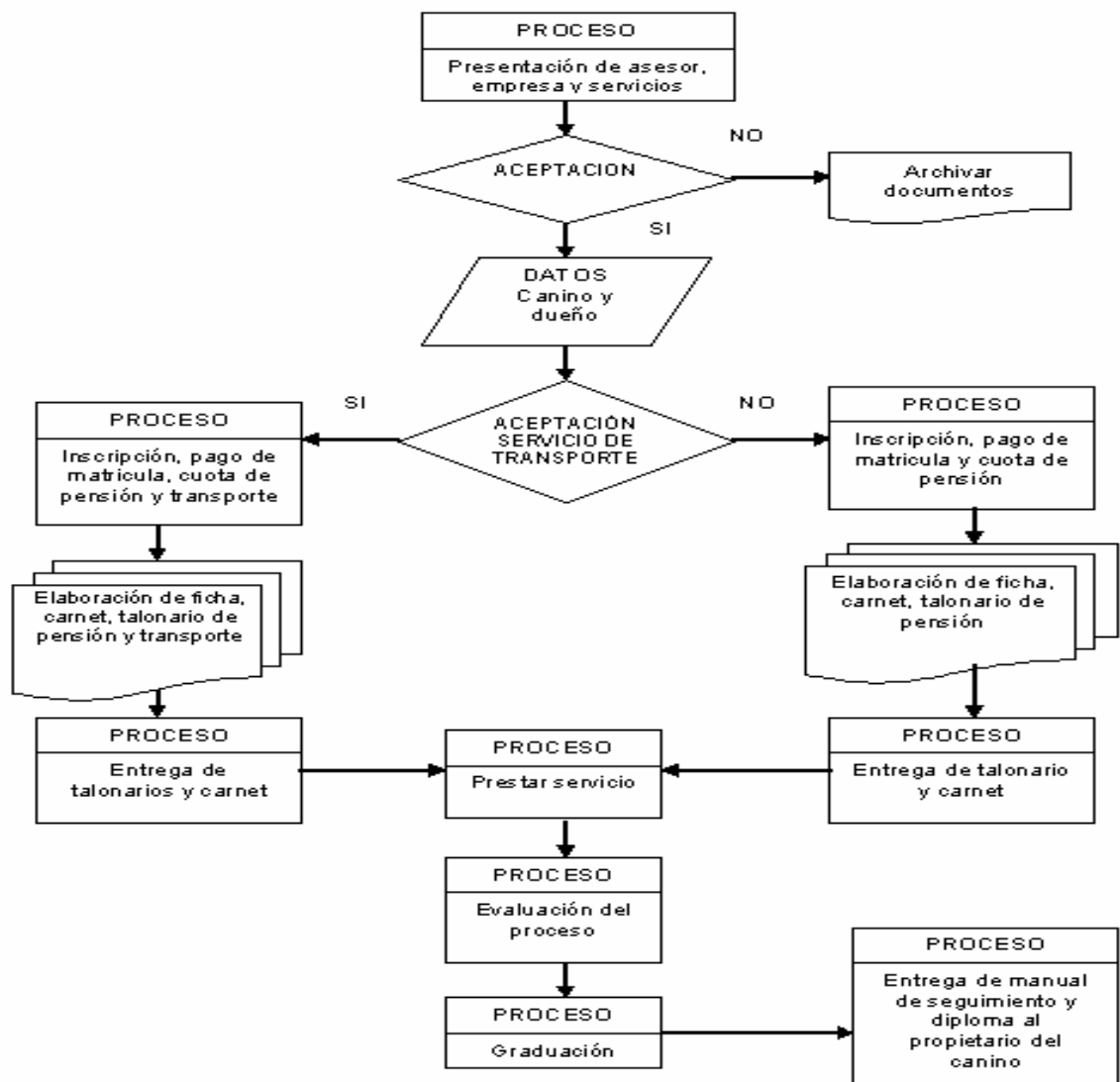
Vida útil	Servicio requerido por mascotas caninas que no posean adiestramiento.
-----------	---

3.3.2 Descripción técnica del proceso. Según el mecanismo estimado para la prestación del servicio, se realizarán los pasos que están a continuación:

- ❖ Visitas personales realizadas por el asesor a la residencia del cliente o la atención personalizada en la escuela.
- ❖ Presentación del asesor, la empresa y el servicio a través del portafolio.
- ❖ Aceptación o no del servicio por el cliente.
- ❖ No acepta: se archiva los datos del cliente.
- ❖ Aceptación: se realiza solicitud de datos del canino como del dueño.
- ❖ Aceptación o no del servicio de transporte.
- ❖ Aceptación del servicio de transporte.
- ❖ Inscripción, pago de matricula, primera cuota de pensión y transporte.
- ❖ Elaboración de ficha técnica y carnet para el canino.
- ❖ Elaboración de talonario de pago de pensión.
- ❖ Elaboración de talonario de pago de transporte.
- ❖ No acepta: se realiza los anteriores puntos excluyendo el servicio de transporte.
- ❖ Entrega de talonarios y factura.
- ❖ Prestar servicios.
- ❖ Evaluación del avance del canino.
- ❖ Graduación.
- ❖ Entrega de manual de seguimiento elaborado por instructor, diploma al propietario del canino.

3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento. Con base en la descripción técnica del procedimiento de prestación del servicio, se diseña el diagrama de procedimiento de la prestación del servicio de adiestramiento canino, el proceso de adiestramiento como tal se puede ver en el anexo D.

Figura 108. Diagrama de operaciones de prestación del servicio de adiestramiento



3.3.4 Control de calidad. Como se viene apreciando, el mundo vive un proceso de cambio acelerado y de competitividad global en una economía cada vez más abierta, marco que hace necesario un cambio total de enfoque en la gestión de las organizaciones. En esta etapa de continuos cambios, las empresas buscan elevar sus índices de productividad, lograr mayor eficiencia y brindar un servicio de Calidad, lo que está obligando a que los directivos adopten modelos de gestión participativa, tomando como base central al elemento humano, desarrollando el trabajo en equipo, para alcanzar la competitividad y que se responda de manera idónea a la creciente demanda de productos y servicios de óptima Calidad, de Calidad Total. La Calidad Total no sólo se refiere al producto o servicio en sí, sino que es la mejora permanente del aspecto organizativo y de los elementos de gestión, entendiendo la empresa como una máquina compleja, donde cada trabajador, desde el gerente, hasta el funcionario del más bajo nivel operativo jerárquico, están comprometidos con los objetivos empresariales.

Para que la Calidad Total se logre a plenitud, es necesario que se rescaten los valores básicos de la sociedad y de la gestión, y es aquí donde el empresario y el directivo juegan un papel fundamental, empezando por la formación de sus trabajadores para conseguir un personal más predispuesto, con mejor capacidad de asimilar los problemas de Calidad, con mejor criterio para sugerir cambios en provecho de la Calidad, así como con mejor capacidad de análisis y observación del proceso de creación del servicio y poder anticiparse a los errores (la no Calidad). Esto evidencia que la Calidad Total contribuye de forma importante, no sólo para conseguir ventajas competitivas para el negocio, sino también para mejorar la gestión interna de la empresa.

Inicialmente se han diseñado unos formatos para tener un efectivo seguimiento y verificación de la excelencia en la prestación del servicio ofrecido, creados con

algunas especificaciones para recolectar los datos necesarios y llevar a cabo el control de calidad. Posteriormente a medida de su utilización se irán mejorando de acuerdo a la necesidad.

- ❖ Formatos de buzón de sugerencias (Ver anexo E.).
- ❖ Formatos de visitas o atención a clientes (ver anexo F.).
- ❖ Formato planilla de adiestramiento (ver anexo G.).
- ❖ Formato planilla control medico (ver anexo H.).

Primero se pondrá en marcha el proyecto y se calcula que en dos años de funcionamiento se empezará a implementar la Norma ISO 9000 en la escuela de adiestramiento canino.

3.3.5 Recursos. Los recursos necesarios para la prestación del servicio de adiestramiento canino serán los siguientes:

3.3.5.1 Recurso humano. Por ser el recurso humano el departamento más importante de cualquier organización, se requiere para el desarrollo del proyecto, personal calificado en las diferentes áreas.

❖ **MANO DE OBRA DIRECTA CALIFICADA**

Dos (2) instructores especializados en adiestramiento canino

Tres (3) técnicos auxiliares con conocimiento en adiestramiento de mascotas

❖ MANO DE OBRA DIRECTA

Un (1) viviente

❖ MANO DE OBRA INDIRECTA

Un (1) veterinario asesor

Servicio de outsourcing contable

Un (1) conductor que será responsabilidad de la empresa de transporte

❖ PERSONAL ADMINISTRATIVO Y SOPORTE

Dos (2) directivos (Un (1) coordinador administrativo, Un (1) coordinador técnico)

Un (1) técnico en ventas y asesorías

3.3.5.2 Recurso físico. Está compuesto por la maquinaria y equipos, muebles y enseres, construcción y adecuación de la finca, equipo de oficina y herramientas necesaria para el funcionamiento de la razón social de la escuela como lo son:

❖ MAQUINARIA Y EQUIPOS

Dos equipos de peluquería

Un equipo para el consultorio del medico veterinario

Dos túneles en tierra de 1 metro de diámetro

Tres equipos de adiestramiento conformados por túnel en tela con dos aros, túnel en tela con un aro, barras verticales, neumático.

Diez obstáculos para salto

Dos escaleras y una barra para caminata

Cincuenta transportines para llevar y traer los caninos en el bus; treinta tamaño pequeño (referencia Atlas Car 80) de medidas aproximadas largo 51 cm. por ancho 82 cm. y alto 61 cm. y veinte tamaño grande (referencia Atlas Car 100) medidas aproximadas largo 60 cm. por ancho 100 cm. y alto 66 cm.

Equipo de primeros auxilios

❖ MUEBLES Y ENSERES

Un escritorio para el consultorio veterinario

Una silla ergonómica para el medico

Un estante de madera con puerta para colocar los medicamentos y equipos veterinarios

Dos camillas

Dos sillas auxiliares para el consultorio

Un archivador de dos gavetas para las historias clínicas

Tres escritorios para la oficina

Tres sillas ergonómicas

Cuatro sillas auxiliares para la oficina

Un archivador de cuatro gavetas en madera

Un sofá de tres puestos para la sala de recibo

Una vajilla de tintos

Una vajilla para servir agua

Un botiquín para la oficina

Una cafetera

Un extintor de Solkaflam ABC de 3.700 gramos para la oficina

Cinco extintores de polvo químico seco de 10 libras para la finca

Cuatro canecas para la basura

Un locker de 8 casilleros

❖ CONSTRUCCION Y ADECUACION DE LA FINCA

Adecuación del consultorio veterinario

Adecuación de la piscina por área de 15 mt²

Adecuación del terreno con obstáculos, túneles y escaleras con barra

Construcción de rejas en la zona de descanso y adiestramiento

Construcción de bebederos

Cableado estructurado

Instalación de techo en la zona de descanso

Adecuación de zonas verdes

❖ EQUIPOS DE OFICINA

Un computador con software licenciado

Un estabilizador

Una impresora

Un telefax

Dos aparatos telefónicos

Dos calculadoras sumadoras pequeñas

Un aparato celular

❖ HERRAMIENTAS

Cinco silbatos para perros

Veinte pelotas de diversos tamaños macizas

Diez vasijas para alimento

Diez lazos de 2 metros cada uno

Cinco pares de guantes protectores

Diez cadenas metálicas de un metro cada una

Es importante señalar que los recursos físicos requieren de un programa de mantenimiento preventivo, que ayude a disminuir las fallas, evitar costos de reparación, reducir tiempos ociosos y rotura del ciclo de trabajo, mediante la programación establecida.

3.3.5.3 Recurso de Insumos. Para la respectiva prestación de servicio se requiere el suministro de algunos insumos necesarios los cuales son:

- ❖ Insumos de papelería
- ❖ Documentos de tipografía
- ❖ Medicamentos para caninos
- ❖ Medicamentos para el botiquín
- ❖ Útiles de aseo para la oficina
- ❖ Útiles de fumigación
- ❖ Útiles de cafetería

Todos los insumos se comprarán a los proveedores seleccionados, teniendo un inventario igual a las necesidades para un mes de trabajo.

3.3.6 Estudio de proveedores. Una vez elegida la ubicación para la escuela de adiestramiento, definido el proceso que se va a utilizar para la prestación del servicio se procede a determinar los insumos que se requieren para la puesta en marcha de la misma, por ello es de vital importancia contar con materiales y herramientas de la mejor calidad al menor costo posible, la elección de los proveedores se hará de acuerdo a las políticas que la empresa establecerá.

Por ser una empresa prestadora de servicios, los principales proveedores de la escuela serán los mismos trabajadores, en siguiente término se encuentran los proveedores de tecnología, papelería, útiles de aseo e implementos veterinarios, siguiendo los lineamientos trazados en las políticas de compras se pueden mencionar los siguientes:

- ❖ **MEGASTORE:** Suministran tecnología de última generación a precios cómodos, con personal calificado y de alta disponibilidad, se encuentran ubicados en la calle 51 No. 31-16, con cuatro sucursales más en la ciudad de Bucaramanga.

❖ TV CABLE PROMISION: Compañía de gran reconocimiento por su capacidad de transmisión de datos mediante red de fibra óptica, se encuentran ubicados en el anillo vial Floridablanca - Girón kilómetro 3.

❖ PAPELERIA DIDACTICA: Suministro de papelería, equipos de oficina, cafetería y aseo, insumos para computadores, impresoras y periféricos, formas continuas e impresas, prestarán servicio a domicilio sin recargo alguno, y plazo para pago de facturas de 30 días. Ubicada en la Calle 48 No. 22-56 Bucaramanga.

❖ LINEAS HOSPITALARIAS: LH Líneas Hospitalarias, es una empresa del sector de la salud, enfocada principalmente en el suministro de productos especializados para pacientes, tanto para aplicaciones terapéuticas de uso externo, como quirúrgicas de uso interno. Se encuentran ubicados en la carrera 32 No. 36-13 de Bucaramanga, fabricantes e importadores de material hospitalario, trabajan toda la línea de ortopedia.

❖ UNIONAGRO S.A.: Empresa reconocida por su trayectoria y seriedad, con sucursales en otras ciudades del país. En Bucaramanga se encuentra ubicada en la carrera 18 No. 31-82 y en la carrera 18 No. 28-06, allí se encuentran todo tipo de suministros veterinarios.

3.3.7 Distribución de planta. La escuela de adiestramiento canino contará con un área aproximada de 1.661 mts², distribuidos en áreas de la siguiente manera:

ÁREA DE ENTRADA

Portón y entrada	42 mts ²
Parqueaderos	150 mts ²
TOTAL	192 mts²

ÁREA DE ADMINISTRACIÓN	
Recepción y Sala de espera	9 mts ²
Baño	3 mts ²
Asesores	7 mts ²
Coordinaciones	20 mts ²
Área de circulación	4 mts ²
TOTAL	43 mts²

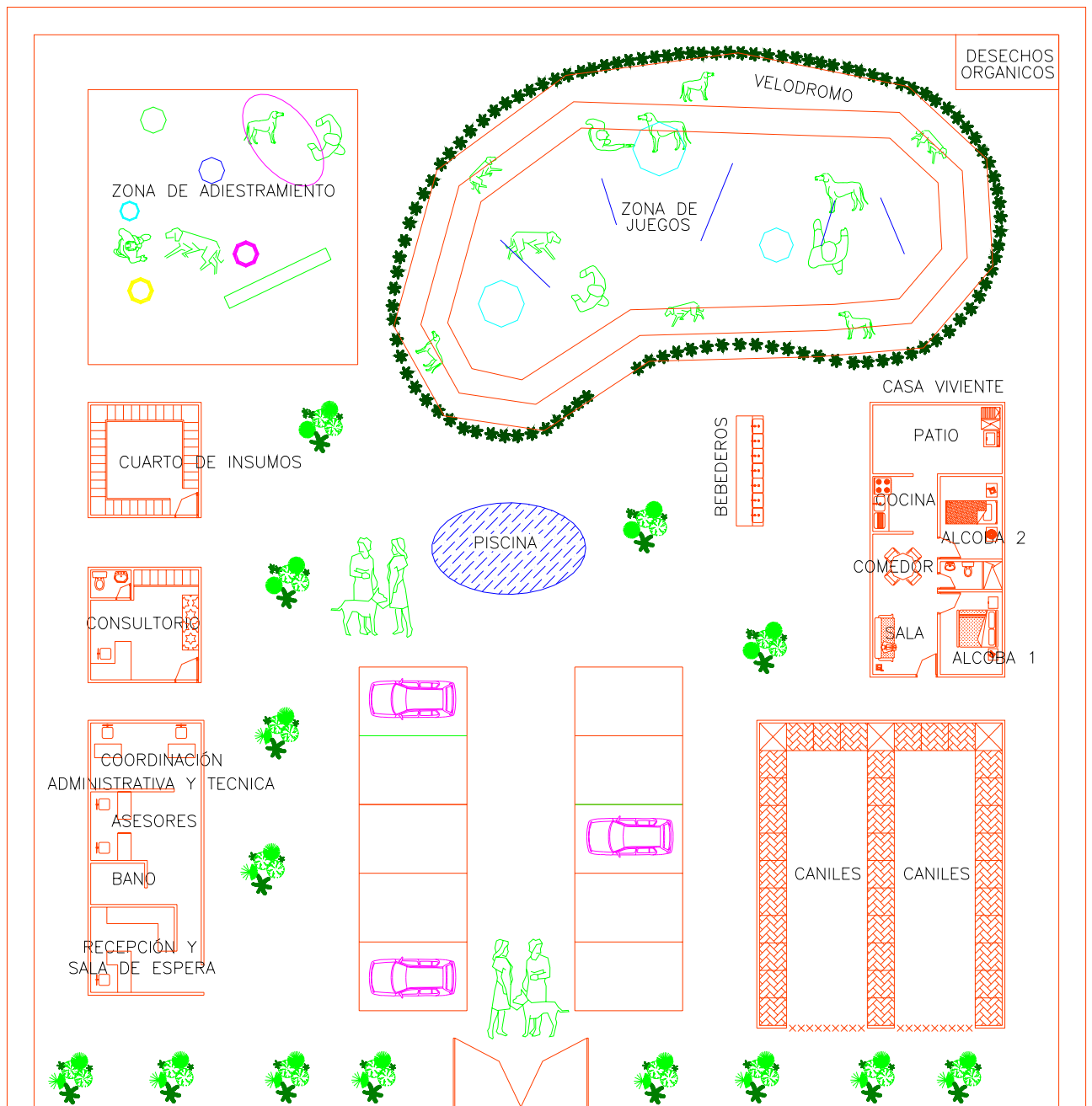
ÁREA DE ADIESTRAMIENTO	
Casa del viviente	50 mts ²
Consultorio del veterinario	16 mts ²
Cuarto de insumos	16 mts ²
Caniles	99 mts ²
Zonas libres	477 mts ²
Desechos Orgánicos caninos	6 mts ²
Zona de Adiestramiento (4) 100 mts ² (c/u)	400 mts ²
Velódromo	227 mts ²
Piscina	15 mts ²
Zona de juegos y obstáculos	120 mts ²
TOTAL	1426 mts²

TOTAL AREA DE LA ESCUELA **1.661 mts²**

Cuadro 53. Distribución de la planta

ÁREA DE ENTRADA	
Sección	Área m²
Portón y entrada	42
Parqueaderos	150
Total área de la entrada	192
ÁREA DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	
Recepción y Sala de espera	9
Baño	3
Asesores	7
Coordinaciones	20
Área de circulación	4
Total área de administración y ventas	43
ÁREA DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS	
Casa del viviente	50
Consultorio del veterinario	16
Cuarto de insumos	16
Caniles	99
Zonas libres (jardines-zonas de descanso)	477
Desechos Orgánicos caninos	6
Zona de Adiestramiento (4) 100m ² c/u	400
Velódromo	227
Piscina	15
Zona de juegos y obstáculos	120
Total área de prestación de servicios	1426
Total área de la escuela de adiestramiento	1661

Figura 109. Distribución de la Finca



3.3.8 Logística de Distribución. La logística (del inglés Logistic, a su vez del francés Logistique y Loger), es definida por la RAE como el Conjunto de medios y métodos necesarios para llevar a cabo la organización de una empresa, o de un servicio, especialmente de distribuciones.¹³ En el ámbito empresarial, existen múltiples definiciones del término logística que ha evolucionado desde la logística militar hasta el concepto contemporáneo del arte y la técnica que se ocupa de la organización de los flujos de mercancías, energía e información. La logística empresarial cubre la gestión y la planificación de las actividades de los departamentos de compras, producción, transporte, almacenaje, manutención y distribución. La logística de distribución en la escuela de adiestramiento canino es la manera como se recogerán y entregarán los caninos a su casa, para la cuál se ha diseñado una planeación del servicio de transporte puerta a puerta, que se modificará si al ponerse en marcha se ve la necesidad.

Cuadro 54. Logística de distribución del servicio

RUTAS	SECTOR	HORA DE RECOGIDA	HORA DE ENTREGA	CAPACIDAD
RUTA 1	CENTRO DE BUCARAMANGA	6:00:00 a.m.	3:15:00 p.m.	50 caninos
	NORTE DE BUCARAMANGA	6:30:00 a.m.	3:45:00 p.m.	
	MUNICIPIO DE GIRON	7:00:00 a.m.	4:15:00 p.m.	
RUTA 2	SUR DE BUCARAMANGA	7:45:00 a.m.	5:45:00 p.m.	50 caninos
	MUNICIPIO DE FLORIDABLANCA	8:15:00 a.m.	5:15:00 p.m.	
	MUNICIPIO DE PIEDECUESTA	8:40:00 a.m.	4:45:00 p.m.	

¹³ Real Academia Española de la Lengua, Diccionario de la Lengua Española. Vigésima segunda edición. Ed. Espasa.

3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO

En el transcurso del presente estudio, se pudo determinar el tamaño del proyecto, mediante el análisis de los factores condicionantes (Mercado, Capacidad Financiera, Localización, Recursos humanos y físicos, Reglamentación y Medio Ambiente), la capacidad total anual diseñada se estimó en 200 caninos, la capacidad total anual instalada se estimó en 120 caninos, la capacidad total anual utilizada se estimó en 72 caninos que equivale al 60% de la capacidad instalada.

Gracias a la evaluación realizada por ponderación de factores se evaluaron las alternativas existentes y se decidió ubicar la escuela de adiestramiento en zona rural del Municipio de Piedecuesta, en el Km. 14 vía Bucaramanga – Piedecuesta, debido a que este predio es el que brinda las mejores opciones de precio, ubicación e infraestructura.

Se realizó la descripción técnica de la prestación del servicio y del proceso de adiestramiento, se fijaron parámetros de control de calidad que permitan garantizar la excelencia en la prestación del servicio para que de esta manera la escuela de adiestramiento obtenga un posicionamiento en el mercado local.

Se consiguió establecer las necesidades de recursos físicos y humanos, realizar la más adecuada distribución de los 1.661 m² entre las áreas de adiestramiento, administración y ventas.

Se logró conocer la viabilidad del proyecto bajo los parámetros correspondientes del estudio actual, logrando establecer que es un proyecto muy rentable para cualquier persona que desee invertir en él.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Este estudio representa uno de los aspectos más importantes dentro de la planeación de la empresa, si la estructura administrativa es efectiva las probabilidades de éxito son mayores; en primera instancia se definirá la forma de constitución, el tipo de empresa y se relacionarán los requisitos a cumplir para la puesta en marcha de la misma.

Posteriormente se analizará el personal requerido se asignarán funciones y responsabilidades sustentándolas en un organigrama donde se adopte y describa la cultura organizacional de la empresa.

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

La empresa será constituida como una “Empresa de sociedad limitada”, ya que es conformada por dos (2) socios que aportan el capital en partes iguales, de carácter privado, correspondiente al sector terciario.

Se eligió esta sociedad por ser una de fácil constitución y disolución, con una integración mínima de dos socios, su administración corresponde a todos y cada uno de estos, respondiendo hasta por el valor de sus aportes (\$19.108.433,50) cada uno mas \$40.000.000 de un préstamo a una entidad bancaria para un total de \$78.216.867,00). Los socios que son los gestores de este proyecto son: ESMERALDA PATIÑO VILLAMIZAR y SANDRA PATRICIA DELGADO BAUTISTA, siendo el Representante Legal: ESMERALDA PATIÑO VILLAMIZAR.

En las siguientes entidades se efectuarán los pasos correspondientes a la constitución legal de la empresa:

❖ **Notaría:** Previamente a la constitución se elabora un documento de carácter privado llamado minuta que expresa todos los elementos de constitución y la cual sirve de base a la escritura pública.

❖ **Cámara de Comercio:** Se solicita la autorización de uso de nombre mediante un formato con el fin de constatar que no existe el nombre seleccionado para la empresa.

❖ **Notaría:** Se constituye la empresa mediante escritura pública, dicho documento es mediante el cual se constituye la empresa, de acuerdo al ordenamiento jurídico del país. Dentro de su contenido deben estar: nombres de quienes intervienen su constitución, tipo de empresa que se constituye y nombre de la misma, dominio de la empresa, objeto social, capital social, forma de administración, representante legal, atribuciones y facultades, tiempo de duración de la empresa y causales de disolución.

❖ **Cámara de Comercio:** Inscripción en dicha entidad, junto con el registro mercantil: Para efectos de obtener la inscripción en la respectiva Cámara de Comercio, es necesario seguir los siguientes pasos que se debe realizar dentro el mes siguiente a la fecha de otorgamiento de la escritura pública de constitución: copia notarial de la escritura de constitución, formularios diligenciados de matrícula mercantil de la sociedad y de sus establecimientos de comercio, carta de aceptación del representante legal y miembros de la junta directiva, carta de apertura del establecimiento de comercio.

Realizada la inscripción, se debe hacer el registro de los libros mercantiles que son: Libro de Actas, Libro de Registro de Socios, Libro de Caja diario, Libro de Mayor y Balance y Libro de Inventarios.

- ❖ **Alcaldía:** Solicitud de la licencia o patente de sanidad.

- ❖ **Dirección de impuestos y aduanas nacionales:** Obtención del Registro Único Tributario (RUT), el certificado de Constitución y Gerencia que expide la Cámara de Comercio, se presenta ante la DIAN, con el fin de diligenciar el Registro Único Tributario (RUT), allí se asigna un número de identificación tributaria (NIT) y su codificación con relación al impuesto de ventas.

- ❖ **Cuerpo de bomberos:** En esta institución se obtiene el concepto técnico de bomberos, todo establecimiento de comercio debe contar con un concepto del cuerpo de bomberos sobre la seguridad de sus instalaciones.

- ❖ **Organización Sayco Acinpro:** Paz y salvo de Sociedad de autores y compositores de Colombia. después de obtenido el RUT y el concepto de los bomberos, se acude a esta entidad donde se le elaborará la respectiva liquidación dependiendo del tipo de negocio.

4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

Con el fin de dar a conocer a los clientes internos y externos de la empresa la actividad de esta, su ubicación dentro del contexto económico y sus aspiraciones a futuro se realiza la visión, misión, objetivos y políticas en general.

4.2.1 Visión. Ser la mejor escuela canina en el oriente colombiano en la prestación de servicios de adiestramiento, guardería y veterinaria; para que en el año 2010 sea reconocida por su identidad propia, excelencia técnica, enfoque humano, ético y profesional.

4.2.2 Misión. Scooby Canine Academy Ltda. Está dedicada al adiestramiento y cuidado los de perros. Sus actividades serán realizadas por personal calificado con los más claros principios éticos y morales. Motivamos un ambiente laboral de participación y compromiso personal, que asegure los resultados de la empresa permitiendo a las personas lograr a través del trabajo su realización personal, su bienestar y el de su familia.

4.2.3 Objetivos.

- ❖ Fortalecer el posicionamiento de **SCOOBY CANINE ACADEMY** Ltda. con la excelente calidad de la prestación de sus servicios.
- ❖ Ampliar el cubrimiento geográfico de **SCOOBY CANINE ACADEMY** Ltda. en el ámbito nacional.
- ❖ Proporcionar un clima organizacional que facilite el desarrollo permanente del recurso humano.
- ❖ Obtener una rentabilidad que permita a la empresa competir eficientemente en el mercado.
- ❖ Ser generadores de empleos y así ayudar en el desarrollo de la región y del país.

4.2.4 Principios Corporativos.

- ❖ Servicio: Superar las expectativas de nuestros clientes, promoviendo las actividades que se realicen y estén enfocadas e identificadas a sus necesidades.
- ❖ Calidad: Nuestra vocación es hacer las cosas bien a la primera con mejora continua y optimización de recursos y procesos.
- ❖ Éxito: Construimos permanentemente una empresa de liderazgo y excelencia en sus resultados, integrando a personas con una actitud positiva y triunfadora.
- ❖ Creatividad: Lograr que la innovación y la creatividad sean imprescindibles en nuestra empresa, para la superación, desarrollo y continuidad en ella.
- ❖ Honestidad: Caracterizarnos por comportamientos éticos, basados en la rectitud, honradez, lealtad y responsabilidad, frente a los compromisos y propósitos empresariales y personales.
- ❖ Compañerismo: Mantener hombro a hombro con quienes se hace la labor, compartiendo en armonía las situaciones y los conocimientos.
- ❖ Tolerancia: Aceptamos el pluralismo en el pensar, tratando a los demás con respeto y consideración.

4.2.5 Políticas. Con el fin de tener unas directrices claras para el manejo de la empresa ésta se regirá bajo las siguientes políticas de personal, compras y ventas.

4.2.5.1 Políticas de personal.

- ❖ La coordinación administrativa se encarga de reclutar el personal que se necesita para la escuela de acuerdo a las especificaciones de cada cargo.

- ❖ Las hojas de vida de los posibles candidatos se captarán a través de un anunciador de Vanguardia Liberal.
- ❖ El proceso de selección inicia clasificando las hojas de vida según el perfil exigido para el cargo, se evalúan los aspirantes mediante pruebas psicotécnicas y entrevista personal. Una vez elegidos los mejores candidatos se verifican referencias y se hace visita domiciliaria.
- ❖ Cada trabajador debe contar con libreta militar, pasado judicial vigente, valoración médica y certificaciones por escrito.
- ❖ El contrato se realizará a término fijo por tres meses y se renovará automáticamente por el mismo tiempo, siempre y cuando el personal cumpla con las responsabilidades encomendadas.
- ❖ En la tercera renovación, el contrato se realizará a término fijo por un año.
- ❖ En el mes de diciembre se realizará la liquidación y cancelación de las prestaciones sociales ganadas en el transcurso del año.
- ❖ El salario será asignado por el tipo de requisito solicitado y presupuesto que tenga la empresa, iniciando con el salario mínimo mensual legal vigente.
- ❖ La empresa dotará al personal técnico con tres uniformes completos, compuesto de camiseta con logo, Jean y botas; para el personal administrativo se dará un bono por un valor de \$90.000 que serán incrementados todos los años de acuerdo al aumento del salario mínimo mensual legal vigente. Estos bonos se darán tres veces al año en los meses de abril, agosto y diciembre.

4.2.5.2 Políticas de compras.

- ❖ La junta de socios establece acuerdos y negociaciones con proveedores que tengan documentación de la DIAN, Cámara de Comercio y demás requisitos legales, que permita desarrollar estrategias comerciales competitivas, generando mayor rentabilidad para la empresa.
- ❖ Las inversiones serán analizadas y aprobadas por la junta de socios.

- ❖ Los pagos a proveedores se harán a treinta días, sólo se realizarán pagos antes de la fecha para aprovechar los descuentos financieros.
- ❖ Se comprarán solo insumos nacionales con el fin de apoyar la industria colombiana.
- ❖ Será política de la empresa provisionar el valor correspondiente al pago de los impuestos.

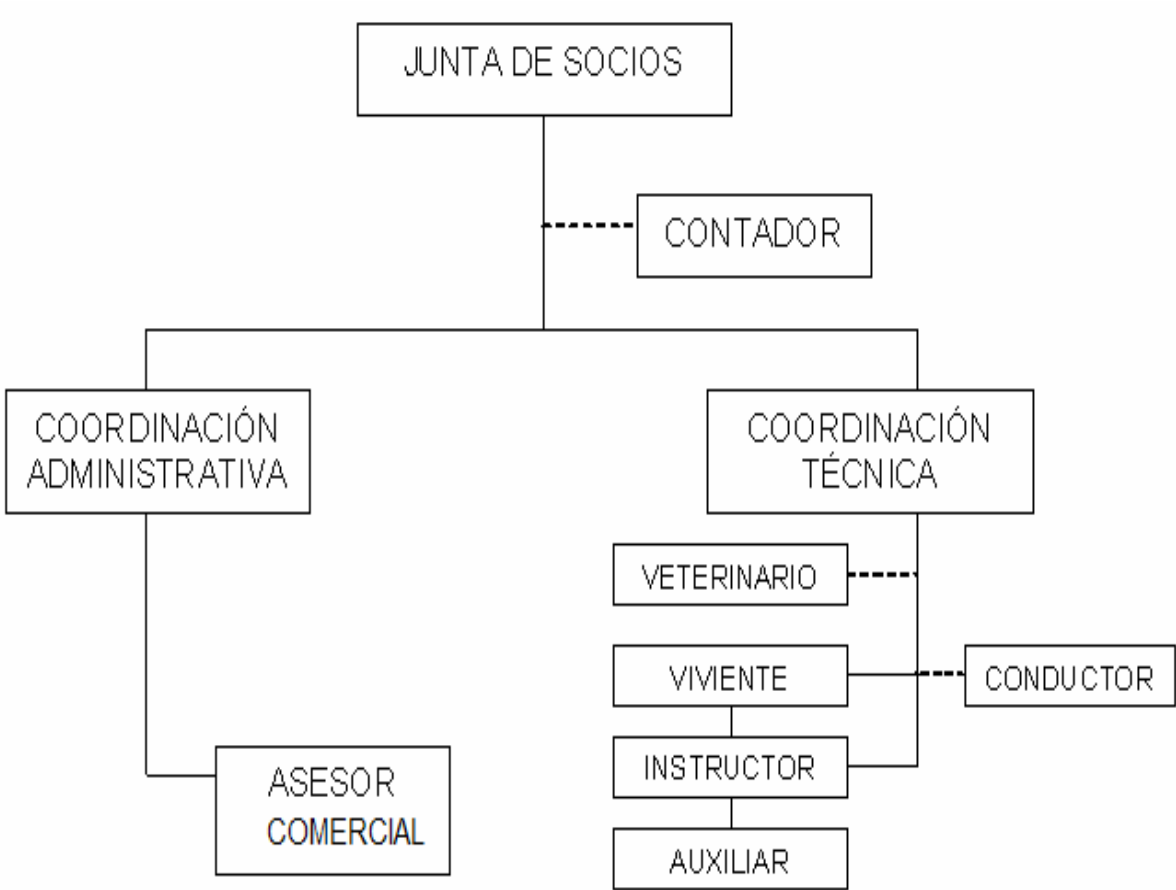
4.2.5.3 Políticas de ventas.

- ❖ El pago de pensión o mensualidad de adiestramiento y transporte, se realizarán por anticipado los primeros cinco días de cada mes.
- ❖ Las ventas serán efectuadas por medio de dos modalidades, la primera es a través del asesor, quien visita a los clientes potenciales, la segunda mediante recepción directa del cliente en las instalaciones de la escuela.
- ❖ La escuela de adiestramiento otorgará descuentos especiales a los clientes que matriculen más de tres caninos.
- ❖ Se garantiza que los servicios prestados son de excelente calidad, lo que permita tener clientes satisfechos y dar a conocer el buen nombre de la escuela.

4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL


La sociedad “**Scooby Canine Academy Ltda.**” estará distribuida en la forma de línea vertical ya que cuenta con una junta de socios y dos coordinaciones.

Figura 110. Estructura organizacional




4.3.2 Descripción y perfil de cargos.

Cuadro 55. Descripción de funciones del Coordinador administrativo

 SCOOBY CANINE ACADEMY LTDA DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES		
NOMBRE DEL CARGO: COORDINADOR ADMINISTRATIVO		FECHA 25/04/07
CÓDIGO: 0101	CARGO JEFE INMEDIATO: JUNTA DE SOCIOS	
SUPERVISA A: Asesor comercial		No. DE CARGOS IGUALES: 1
FUNCIÓN PRINCIPAL: Supervisión y control del servicio al cliente y del transporte de los caninos.		
DETALLES DE FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> ❖ Entrega de papelería al asesor (Q) ❖ Revisión de la nómina de pago (Q) ❖ Supervisión de ingresos y egresos de la empresa (D) ❖ Revisión y manejo de la Caja Menor (D) ❖ Acompañamiento al asesor en visitas corporativas (D) ❖ Reunión con el asesor (Q) ❖ Seguimiento al transportador (S) ❖ Organización de la ruta del transportador (D) ❖ Entrega de requerimientos a los proveedores (M) ❖ Revisión de devoluciones a los proveedores (M) ❖ Elaboración de presupuesto de ventas (M) ❖ Análisis y soluciones de problemas logísticos o administrativos (D) ❖ Planeación y ejecución de eventos especiales (M) ❖ Apoyo a la coordinación técnica en la graduación de los caninos (B) ❖ Seguimiento al cumplimiento de las ventas del servicio (Q) ❖ Recibir y radicar la correspondencia (D) ❖ Realizar la correspondencia enviada (D) ❖ Tomar referencias comerciales de proveedores (D) ❖ Hacer las cotizaciones y pedido de papelería para la oficina (Q) ❖ Hacer pedido a la litografía de las tarjetas de presentación y documento internos de la empresa (M) ❖ Manejo inventario de la papelería (M) ❖ Realizar la nomina de pago (Q) ❖ Atender a los clientes cuando el asesor esta fuera de la escuela (D) 		
VoBo EMPLEADO	VoBo JEFE INMEDIATO	VoBo ANALISTA


Cuadro 56. Especificaciones del cargo Coordinador Administrativo

 <p>SCOOBY CANINE ACADEMY LTDA ESPECIFICACIONES DEL CARGO</p>		
<p>NOMBRE DEL CARGO: COORDINADOR ADMINISTRATIVO CÓDIGO: 0101</p>		
<p>SUPERVISA A: Asesor comercial CARGO JEFE INMEDIATO: JUNTA DE SOCIOS</p>		
HABILIDAD	<p>EDUCACIÓN: Profesional en Gestión Empresarial, Ingeniero Industrial, Administrador de Empresas, o afines.</p> <p>EXPERIENCIA: De dos (2) a tres (3) años.</p> <p>ENTRENAMIENTO: Capacitación en el manejo del sistema Mantis, y todos los procesos administrativo de la Compañía.</p> <p>HABILIDAD MENTAL: Toma de decisiones.</p> <p>HABILIDAD MANUAL: Ninguna.</p>	
RESPONSABILIDADES	<p>SUPERVISIÓN: Asesor y conductor.</p> <p>MATERIALES, HTAS Y EQUIPO: Equipo de cómputo, equipo de comunicación fijo, teléfono celular</p> <p>OTROS: Contactos con clientes y proveedores.</p> <p>MANEJO DE VALORES: Desde \$1.000.000</p>	
ESFUERZO	<p>MENTAL: Durante toda su jornada requiere concentración plena para controlar y planear.</p>	
CONDICIONES DE TRABAJO	<p>MEDIO AMBIENTE: Condiciones normales.</p> <p>RIESGOS: Accidentes de tránsito.</p>	
<p>OBSERVACIONES:</p>		
APROBÓ	APROBÓ	APROBO


Cuadro 57. Descripción de funciones del cargo Coordinador Técnico

 <p style="text-align: center;">SCOOBY CANINE ACADEMY LTDA DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</p>		
NOMBRE DEL CARGO: COORDINADOR TÉCNICO		FECHA 25/04/07
CÓDIGO: 0201	CARGO JEFE INMEDIATO: JUNTA DE SOCIOS	
SUPERVISA A: Instructor, Veterinario y Viviente		No. DE CARGOS IGUALES: 1
FUNCIÓN PRINCIPAL: Coordinación de la parte técnica de la escuela		
<p>DETALLES DE FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Entrega de papelería al instructor y veterinario(S) ❖ Reunión con instructor y veterinario (S) ❖ Revisión de los informes emitidos por el veterinario y el instructor (S) ❖ Seguimiento del adiestramiento de los caninos (S) ❖ Seguimiento del cuidado físico de los caninos (S) ❖ Apoyo logístico con la coordinación administrativa (D) ❖ Control del inventario del alimento de los perros (suministrado por los dueños) (D) ❖ Revisar los requerimientos de medicamentos hechos por el veterinario (S) ❖ Asistir y coordinar las charlas de inducción sobre las actividades aprendidas por el perro a sus dueños, dictadas por el instructor (M) ❖ Coordinar la graduación de los caninos (B) ❖ Planear programación de baño y peluquería de los caninos. (M) ❖ Supervisar las tareas que el viviente realice (D) 		
VoBo EMPLEADO	VoBo JEFE INMEDIATO	VoBo ANALISTA


Cuadro 58. Especificaciones del cargo Coordinador Técnico

 <p style="text-align: center;">SCOOBY CANINE ACADEMY LTDA ESPECIFICACIONES DEL CARGO</p>		
NOMBRE DEL CARGO: COORDINADOR TÉCNICO		CÓDIGO: 0201
SUPERVISA A: Instructor, Veterinario, Conductor y Viviente		CARGO JEFE INMEDIATO: JUNTA DE SOCIO
HABILIDAD	<p>EDUCACIÓN: Profesional en Gestión Empresarial, Ingeniero Industrial, Administrador de Empresas, o afines.</p> <p>EXPERIENCIA: De dos (2) a tres (3) años.</p> <p>ENTRENAMIENTO: Capacitación en el manejo del sistema Mantis, logística y todos los procesos de la Compañía.</p> <p>HABILIDAD MENTAL: Toma de decisiones.</p> <p>HABILIDAD MANUAL: Ninguna.</p>	
RESPONSABILIDADES	<p>SUPERVISIÓN: Instructor, Veterinario y Viviente</p> <p>MATERIALES, HTAS Y EQUIPO: Equipo de cómputo, equipo de comunicación fijo, teléfono celular</p> <p>OTROS: Contactos con clientes.</p> <p>MANEJO DE VALORES: Desde \$1.000.000.00</p>	
ESFUERZO	<p>MENTAL: Durante toda su jornada requiere concentración plena para controlar y planear.</p>	
CONDICIONES DE TRABAJO	<p>MEDIO AMBIENTE: Humedad, polvo, calor, etc.</p> <p>RIESGOS: Mordedura de caninos.</p>	
OBSERVACIONES:		
APROBÓ	APROBÓ	APROBO


Cuadro 59. Descripción de funciones del cargo Instructor

 <p style="text-align: center;">SCOOBY CANINE ACADEMY LTDA DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</p>		
NOMBRE DEL CARGO: INSTRUCTOR		FECHA 25/04/07
CÓDIGO: 0202	CARGO JEFE INMEDIATO: COORDINADOR TÉCNICO	
SUPERVISA A: Auxiliar		No. DE CARGOS IGUALES: 2
FUNCIÓN PRINCIPAL: Adiestramiento y formación de los caninos.		
<p>DETALLES DE FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Adiestramiento a los caninos (D) ❖ Entregar informe de adiestramiento del canino (Q) ❖ Realizar horario para cada canino en el adiestramiento (D) ❖ Informar a la coordinación técnica cualquier inconveniente que se presente con los perros (D) ❖ Manejo físico del inventario de objetos para adiestramiento (D) ❖ Control y seguimiento del auxiliar (D) ❖ Realizar charlas de inducción sobre las actividades aprendidas por el perro a sus dueños (M) ❖ Todas las funciones que su Jefe inmediato le ordene. (D) 		
VoBo EMPLEADO	VoBo JEFE INMEDIATO	VoBo ANALISTA


Cuadro 60. Especificaciones del cargo Instructor

 <p style="text-align: center;">SCOOBY CANINE ACADEMY LTDA</p> <p style="text-align: center;">ESPECIFICACIONES DEL CARGO</p>		
NOMBRE DEL CARGO: INSTRUCTOR		CÓDIGO: 0202
SUPERVISA A: AUXILIAR		CARGO JEFE INMEDIATO: COORDINADOR TÉCNICO
HABILIDAD	<p>EDUCACIÓN: Profesional en adiestramiento canino.</p> <p>EXPERIENCIA: De dos (2) a tres (3) años.</p> <p>HABILIDAD MENTAL: Toma de decisiones.</p>	
RESPONSABILIDADES	<p>MATERIALES, HTAS Y EQUIPO: Equipo de adiestramiento.</p> <p>OTROS: Contactos con clientes</p>	
ESFUERZO	<p>MENTAL: Preparación de informes de control de adiestramiento.</p>	
CONDICIONES DE TRABAJO	<p>MEDIO AMBIENTE: Condiciones normales.</p> <p>RIESGOS: Mordedura de los caninos</p>	
OBSERVACIONES:		
APROBÓ	APROBÓ	APROBO


Cuadro 61. Descripción de funciones del cargo Asesor comercial

 <p>SCOOBY CANINE ACADEMY LTDA</p> <p>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</p>		
NOMBRE DEL CARGO: ASESOR COMERCIAL		FECHA 25/04/07
CÓDIGO: 0102	CARGO JEFE INMEDIATO: COORDINADOR ADMINISTRATIVO	
SUPERVISA A: NINGUNO		No. DE CARGOS IGUALES: 1
FUNCIÓN PRINCIPAL: Vender el servicio a los clientes		
<p>DETALLES DE FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Realizar las fichas técnicas y orden de matriculas para la inscripción de perros (D) ❖ Visitar futuros clientes (Q) ❖ Atender telefónicamente los clientes (D) ❖ Entregar informe de visitas de clientes (Q) ❖ Entregar relación de servicio al cliente (S) ❖ Firmar controles de entrega de informes (S) ❖ Proponer y coordinar eventos para realizar ventas, acompañado de la coordinación administrativa (M) ❖ Todas las funciones que su Jefe inmediato le ordene (D) 		
VoBo EMPLEADO	VoBo JEFE INMEDIATO	VoBo ANALISTA


Cuadro 62. Especificaciones del cargo Asesor comercial

 <p style="text-align: center;">SCOOBY CANINE ACADEMY LTDA</p> <p style="text-align: center;">ESPECIFICACIONES DEL CARGO</p>		
NOMBRE DEL CARGO: ASESOR COMERCIAL		CÓDIGO: 0102
SUPERVISA A: NINGUNO		CARGO JEFE INMEDIATO: COORDINADOR ADMINISTRATIVO
HABILIDAD	<p>EDUCACIÓN: Técnico o tecnólogo en carreras de mercadeo y publicidad o afines.</p> <p>EXPERIENCIA: De uno (1) a dos (2) años.</p> <p>ENTRENAMIENTO: Capacitación sobre productos y servicios de la empresa, introducción y capacitación en sistemas.</p>	
RESPONSABILIDADES	<p>MATERIALES, HTAS Y EQUIPO: Papelería e implementos de la oficina en general, teléfono celular.</p> <p>OTROS: Contactos con los clientes.</p>	
ESFUERZO	<p>MENTAL: Preparación de informes de visitas.</p>	
CONDICIONES DE TRABAJO	<p>MEDIO AMBIENTE: Condiciones normales.</p> <p>RIESGOS: Accidentes de Transito.</p>	
OBSERVACIONES:		
APROBÓ	APROBÓ	APROBO


Cuadro 63. Descripción de funciones del cargo Auxiliar

 <p>SCOOBY CANINE ACADEMY LTDA</p> <p>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</p>		
NOMBRE DEL CARGO: AUXILIAR		FECHA 25/04/07
CÓDIGO: 0203	CARGO JEFE INMEDIATO: INSTRUCTOR	
SUPERVISA A: NINGUNO		No. DE CARGOS IGUALES: 3
FUNCIÓN PRINCIPAL: Ayudante del instructor en el adiestramiento de los perros.		
<p>DETALLES DE FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Organizar al inicio y final de clases los implementos para el adiestramiento (D) ❖ Realizar con los caninos actividades de refuerzo de adiestramiento (D) ❖ Alimentar a los caninos (D) ❖ Estar pendiente de las necesidades de los perros (D) ❖ Acompañar al conductor en el recorrido de transporte (D) ❖ Cuidado físico los caninos (baños y peluquería) (M) ❖ Todas las funciones que su Jefe inmediato le ordene (D) 		
VoBo EMPLEADO	VoBo JEFE INMEDIATO	VoBo ANALISTA


Cuadro 64. Especificaciones del cargo Auxiliar

 <p style="text-align: center;">SCOOBY CANINE ACADEMY LTDA ESPECIFICACIONES DEL CARGO</p>		
NOMBRE DEL CARGO: AUXILIAR		CÓDIGO: 0203
SUPERVISA A: NINGUNO		CARGO JEFE INMEDIATO: INSTRUCTOR
HABILIDAD	<p>EDUCACIÓN: Bachiller con conocimiento en el cuidado físico de perros.</p> <p>EXPERIENCIA: De uno (1) a dos (2) años.</p>	
RESPONSABILIDADES	<p>SUPERVISIÓN: Ninguno.</p> <p>MATERIALES, HTAS Y EQUIPO: Todo tipo de implementos para el adiestramiento y peluquería.</p>	
ESFUERZO	<p>MENTAL: Ninguna.</p> <p>FÍSICO: Ocasional.</p>	
CONDICIONES DE TRABAJO	<p>MEDIO AMBIENTE: Todas.</p> <p>RIESGOS: Mordeduras de caninos.</p>	
OBSERVACIONES:		
APROBÓ	APROBÓ	APROBO

Cuadro 65. Descripción de funciones del Viviente

 <p style="text-align: center;">SCOOBY CANINE ACADEMY LTDA</p> <p style="text-align: center;">DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</p>		
NOMBRE DEL CARGO: VIVIENTE		FECHA 25/04/07
CÓDIGO: 0204	CARGO JEFE INMEDIATO: COORDINADOR TÉCNICO	
SUPERVISA A: NINGUNO	No. DE CARGOS IGUALES: 1	
<p>FUNCIÓN PRINCIPAL: Mantener la planta física limpia y aseada, y encargado de la vigilancia de las instalaciones.</p>		
<p>DETALLES DE FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Barrer, trapear y arreglar las instalaciones de la compañía (D) ❖ Lavar el baño (S) ❖ Recoger y enterrar la materia fecal de los perros (D) ❖ Cuidar las zonas verdes (S) ❖ Velar por la seguridad de la escuela (D) ❖ Vigilar los perros cuando están en los caniles (D) ❖ Todas las funciones que su Jefe inmediato le ordene (D) 		
VoBo EMPLEADO	VoBo JEFE INMEDIATO	VoBo ANALISTA


Cuadro 66. Especificaciones del cargo Viviente

		SCOOBY CANINE ACADEMY LTDA ESPECIFICACIONES DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO: VIVIENTE		CÓDIGO: 0204	
SUPERVISA A: NINGUNO		CARGO JEFE INMEDIATO: COORDINADOR TÉCNICO	
HABILIDAD	EDUCACIÓN: Bachiller. EXPERIENCIA: Un (1) año como mínimo. ENTRENAMIENTO: Ninguno. HABILIDAD MENTAL: Ninguno. HABILIDAD MANUAL: Uso adecuados del implemento de aseo y de vigilancia.		
RESPONSABILIDADES	MATERIALES, HTAS Y EQUIPO: Todo tipo de implemento de aseo y de vigilancia.		
ESFUERZO	MENTAL: Ninguno. VISUAL: Ninguno. FÍSICO: Ocasionalmente.		
CONDICIONES DE TRABAJO	MEDIO AMBIENTE: Todas. RIESGOS: Accidentes de la vigilancia, resbalones por el jabón, mordeduras de caninos, etc.		
OBSERVACIONES:			
APROBÓ	APROBÓ	APROBO	

Cuadro 67. Descripción de funciones del Conductor

 <p style="text-align: center;">SCOOBY CANINE ACADEMY LTDA</p> <p style="text-align: center;">DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</p>		
NOMBRE DEL CARGO: CONDUCTOR		FECHA 25/04/07
CODIGO: 0205	CARGO JEFE INMEDIATO: COORDINADOR ADMINISTRATIVO	
SUPERVISA A: NINGUNO	No. DE CARGOS IGUALES: 1	
FUNCION PRINCIPAL: Manejar vehículo escolar puerta a puerta a los caninos		
<p>DETALLES DE FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Cumplir con el compromiso y horario de traslado de los caninos. (D) ❖ Estar al día con el mantenimiento técnico del vehículo (M) ❖ Mantener en perfecto estado de limpieza el vehículo (D) ❖ Tener al día toda la documentación correspondiente al carro (M) ❖ Todas las funciones que su Jefe inmediato le ordene (D) 		
VoBo EMPLEADO	VoBo JEFE INMEDIATO	VoBo ANALISTA


Cuadro 68. Especificaciones del cargo Conductor

 <p style="text-align: center;">SCOOBY CANINE ACADEMY LTDA</p> <p style="text-align: center;">ESPECIFICACIONES DEL CARGO</p>		
NOMBRE DEL CARGO: CONDUCTOR		CÓDIGO: 0205
SUPERVISA A: NINGUNO		CARGO JEFE INMEDIATO: COORDINADOR TÉCNICO
HABILIDAD	<p>EDUCACIÓN: Bachiller con conocimiento amplio de conducción.</p> <p>EXPERIENCIA: Un (1) año como mínimo.</p>	
RESPONSABILIDADES	<p>MATERIALES, HTAS Y EQUIPO: Vehículo y teléfono celular.</p>	
ESFUERZO	<p>VISUAL: Ninguno.</p>	
CONDICIONES DE TRABAJO	<p>MEDIO AMBIENTE: Condiciones normales.</p> <p>RIESGOS: Accidentes de tránsito.</p>	
OBSERVACIONES:		
APROBÓ	APROBÓ	APROBO


Cuadro 69. Descripción de funciones del Veterinario

 <p style="text-align: center;">SCOOBY CANINE ACADEMY LTDA</p> <p style="text-align: center;">DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</p>		
NOMBRE DEL CARGO: VETERINARIO		FECHA 25/04/07
CÓDIGO: 0206	CARGO JEFE INMEDIATO: COORDINADOR TÉCNICO	
SUPERVISA A: NINGUNO		No. DE CARGOS IGUALES: 1
FUNCIÓN PRINCIPAL: Revisión medica de los caninos de la escuela		
<p>DETALLES DE FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Realizar el diligenciamiento de los formatos de control médico a los perros (S) ❖ Entregar informe de control medico del canino (Q) ❖ Manejo físico del inventario para el control medico (S) ❖ Manejo del inventario de los medicamentos (S) ❖ Control y seguimiento de los caninos (S) ❖ Aplicación de medicamentos y a los caninos (S) 		
VoBo EMPLEADO	VoBo JEFE INMEDIATO	VoBo ANALISTA


Cuadro 70. Especificaciones del cargo Veterinario

 <p style="text-align: center;">SCOOBY CANINE ACADEMY LTDA</p> <p style="text-align: center;">ESPECIFICACIONES DEL CARGO</p>		
NOMBRE DEL CARGO: VETERINARIO		CÓDIGO: 0206
SUPERVISA A: NINGUNO		CARGO JEFE INMEDIATO: COORDINADOR TÉCNICO
HABILIDAD	<p>EDUCACIÓN: Profesional en Veterinaria.</p> <p>EXPERIENCIA: De dos (2) a tres (3) años.</p> <p>HABILIDAD MENTAL: Toma de decisiones.</p>	
RESPONSABILIDADES	<p>MATERIALES, HTAS Y EQUIPO: Equipo veterinarios</p>	
ESFUERZO	<p>MENTAL: Preparación de informes de control medico.</p>	
CONDICIONES DE TRABAJO	<p>MEDIO AMBIENTE: Condiciones normales.</p> <p>RIESGOS: Mordeduras de los caninos.</p>	
OBSERVACIONES:		
APROBÓ	APROBÓ	APROBO

Cuadro 71. Descripción de funciones del Contador

 <p style="text-align: center;">SCOOBY CANINE ACADEMY LTDA DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</p>		
NOMBRE DEL CARGO: CONTADOR		FECHA 25/04/07
CÓDIGO: 0103	CARGO JEFE INMEDIATO: JUNTA DE SOCIO	
SUPERVISA A: Ninguno		No. DE CARGOS IGUALES: 1
FUNCIÓN PRINCIPAL: Llevar la contabilidad de la empresa		
<p>DETALLES DE FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Preparación declaraciones de IVA (B) ❖ Retención en la Fuente (M) ❖ Realizar Balances y Estados de Resultados (M) ❖ Realizar y firmar los asientos contables (S) ❖ Preparación de declaraciones de Renta (A) ❖ Realizar conciliaciones Bancarias (M) ❖ Realizar informes de margen de utilidad (M) 		
VoBo EMPLEADO	VoBo JEFE INMEDIATO	VoBo ANALISTA

Cuadro 72. Especificaciones del cargo Contador

 SCOOBY CANINE ACADEMY LTDA ESPECIFICACIONES DEL CARGO		
NOMBRE DEL CARGO: CONTADOR		CÓDIGO: 0103
SUPERVISA A: Ninguno		CARGO JEFE INMEDIATO: JUNTA DE SOCIOS
HABILIDAD	EDUCACIÓN: Profesional en Contaduría Pública. EXPERIENCIA: De dos (2) a tres (3) años. ENTRENAMIENTO: Capacitación en el manejo del sistema Mantis. HABILIDAD MENTAL: Manejo de papelería contables.	
RESPONSABILIDADES	MATERIALES, HTAS Y EQUIPO: Ninguno. OTROS: Contactos con la DIAN, Cámara de Comercio.	
ESFUERZO	MENTAL: Preparación de informes contables. VISUAL: Esfuerzo en el manejo del computador.	
CONDICIONES DE TRABAJO	MEDIO AMBIENTE: Condiciones normales. RIESGO: Ninguno.	
OBSERVACIONES:		
APROBÓ	APROBÓ	APROBÓ

4.3.3 Asignación salarial. La remuneración de cada cargo ha sido asignada teniendo en cuenta los precios actuales del mercado laboral de Bucaramanga, la descripción de funciones y las especificaciones del mismo, con base en esto se ha determinado la siguiente asignación salarial:

Cuadro 73. Asignación salarial

CARGO	NUMERO DE TRABAJADORES	PONDERACION (SMMLV)	VALOR SUELDO (\$ MES)	TIPO DE CONTRATO
Coordinador administrativo	1	1,96	850.000,00	Tiempo completo con contrato a término indefinido
Coordinador técnico	1	1,96	850.000,00	Tiempo completo con contrato a término indefinido
Contador	1	0,81	350.000,00	Servicio de outsourcing
Asesor comercial	1	1,38	600.000,00	Tiempo completo con contrato a término fijo
Veterinario	1	0,46	200.000,00	Visita de control mensual bajo la modalidad de prestación de servicios
Viviente	1	1,15	500.000,00	Tiempo completo con contrato a término fijo
Instructor	2	1,84	800.000,00	Tiempo completo con contrato a término fijo
Auxiliar del instructor	3	1,15	500.000,00	Tiempo completo con contrato a término fijo

En cumplimiento con las normas legales vigentes del Gobierno Nacional, la escuela de adiestramiento pagará las correspondientes prestaciones sociales, aportes parafiscales y todos los requerimientos de ley relacionados a continuación:

Cuadro 74. Prestaciones sociales y aportes parafiscales

Prestaciones sociales	Porcentaje de aportes (%)	Aportes parafiscales	Porcentaje de aportes (%)
Cesantías	8,330	Aportes por salud EPS	8,500
Intereses sobre cesantías	1,000	Riesgos profesionales	2,436
Prima de servicios	8,330	Parafiscales (Caja, Sena, ICBF)	9,000
Vacaciones	4,160	Aportes fondos de pensiones	11,625
Total prestaciones sociales	21,820	Total aportes parafiscales	31,561
Total porcentaje por pago de prestaciones sociales y aportes parafiscales			53,381

Como se estableció en las políticas de personal de la empresa, a los trabajadores del área técnica se les dotará de uniforme completo: camiseta con logo, Jean y botas; para el personal administrativo que devengue menos de dos salarios mínimos legales vigentes, se dará un bono cada cuatro meses por un valor de \$90.000 que será incrementado todos los años de acuerdo al aumento del salario mínimo mensual legal vigente y en cumplimiento con la norma laboral a cada trabajador que devengue menos de dos salarios mínimos y deba hacer uso del servicio de transporte se le pagará el correspondiente auxilio.

5. ESTUDIO FINANCIERO

En este estudio se realizan los cálculos de las necesidades económicas para la puesta en marcha del proyecto, los costos de prestación del servicio, las proyecciones de egresos e ingresos, y los estados financieros básicos.

Se establecen las necesidades de inversión para el inicio de las actividades: adecuaciones, gastos preoperativos, activos fijos y capital de trabajo, conforme a lo justificado en el estudio técnico.

Una vez determinado lo anterior se define la forma en la cual se van a cubrir los gastos correspondientes, por recursos propios o mediante fuentes externas como una entidad financiera.

Se determinan de manera detallada los costos de producción, se elaboran los presupuestos de gastos y ventas, los estados financieros básicos que permiten tener una visión general de la situación económica. Las proyecciones han sido realizadas a pesos constantes.

5.1 INVERSIONES

5.1.1 Inversión Fija. La inversión fija se encuentra conformada por los siguientes elementos:

5.1.1.1 Terreno. Para el desarrollo de las actividades de la escuela de adiestramiento canino se tomará en arriendo un terreno al que se le harán las correspondientes construcciones y adecuaciones, esto debido a que en este momento de inicio de la empresa no se tiene la facilidad económica para adquirir uno propio.

5.1.1.2 Construcción y adecuación. Para que la escuela de adiestramiento abra sus puertas al público, el terreno requiere de adecuaciones y construcciones para el funcionamiento del área administrativa, el área de adiestramiento, el consultorio del veterinario, los parqueaderos, zonas verdes y la piscina. Dichas adecuaciones y construcciones tienen un costo total de \$22.070.000.00 como se detalla en el cuadro 75.

Cuadro 75. Construcciones y adecuaciones

DETALLE	CANTIDAD EN MTS2	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Adecuación de consultorio veterinario (pintura lavable, guarda escoba, mesón y otros)	16	35.000,00	560.000,00
Adecuación piscina niños para caninos	15	150.000,00	2.250.000,00
Adecuación del terreno con obstáculos, túneles y escaleras con barra	120	10.000,00	1.200.000,00
Construcción de rejas para la zona de descanso, adiestramiento y caniles	530	18.000,00	9.540.000,00
Construcción de bebederos	4	30.000,00	120.000,00
Cableado estructurado (precio por punto)	6	350.000,00	2.100.000,00
Instalación de techo en la zona de descanso	150	18.000,00	2.700.000,00
Adecuación de zonas verdes	450	8.000,00	3.600.000,00
TOTAL			22.070.000,00

Fuente: Cotizaciones realizadas.

5.1.1.3 Maquinaria y equipo. La maquinaria y equipo requerido para el funcionamiento de la escuela de adiestramiento tiene un costo de \$22.753.650,00 y se detalla en el cuadro 76.

Cuadro 76. Maquinaria y equipo

Equipo médico veterinario de 12 piezas	1	120,000.00	120,000.00
Túnel en tierra de 1 metro de diámetro	1	850,000.00	850,000.00
Túnel en tela con dos aros	3	90,000.00	270,000.00
Túnel en tela con un aro	3	65,000.00	195,000.00
Barras verticales	3	30,000.00	90,000.00
Neumáticos	3	3,000.00	9,000.00
Obstáculos para salto	10	20,000.00	200,000.00
Escaleras	2	80,000.00	160,000.00
Barra para caminata	2	60,000.00	120,000.00
Transportines para llevar y traer los caninos en el bus setenta tamaño pequeño (referencia Atlas Car 80) de medidas aproximadas largo 51 cm. por ancho 82 cm. y alto 61 cm	30	327,699.00	9,830,970.00
Transportines tamaño grande (referencia Atlas Car 100) medidas aproximadas largo 60 cm. por ancho 100 cm. y alto 66 cm.	20	251,334.00	5,026,680.00
Extintor de polvo químico seco de 10 libras	4	638,000.00	2,552,000.00
Equipo de primeros auxilios	2	50,000.00	100,000.00
Planta de tratamiento y recirculación de agua	1	1,800,000.00	1,800,000.00
TOTAL			22,753,650.00

Fuente: Cotizaciones realizadas.

5.1.1.4 Muebles y enseres. Para el funcionamiento de la escuela de adiestramiento se requiere de muebles y enseres para el área administrativa y

para el área técnica, en el cuadro 77 se detallan los muebles y enseres del departamento administrativo y en el cuadro 78 los requeridos para el área técnica y tiene un costo total de \$5.033.256,00.

Cuadro 77. Muebles y enseres departamento administrativo

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio tipo secretaria	3	380.000,00	1.140.000,00
Sillas ergonómicas tipo beta-secretaria	3	229.367,00	688.101,00
Extintor de polvo químico Solkaflam ABC de 3.700 gramos	1	201.840,00	201.840,00
Sillas auxiliares (visitantes)	4	121.336,00	485.344,00
Sofá de dos puestos	1	327.932,00	327.932,00
Vajilla para café	1	22.000,00	22.000,00
Vajilla para servir agua	1	15.000,00	15.000,00
Botiquín para la oficina	1	13.800,00	13.800,00
Cafetera	1	43.000,00	43.000,00
Canecas para la basura	4	7.200,00	28.800,00
Locker de 8 casilleros	1	500.000,00	500.000,00
TOTAL			2.894.017,00

Fuente: Cotizaciones realizadas.

Cuadro 78. Muebles y enseres departamento técnico

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio veterinario	1	250.000,00	250.000,00
Silla ergonómica	1	229.367,00	229.367,00
Estante en madera para medicamento y equipos médicos	1	250.000,00	250.000,00
Camillas	2	243.600,00	487.200,00
Sillas auxiliares consultorio	2	121.336,00	242.672,00
Archivador de dos gavetas para historias clínicas	2	340.000,00	680.000,00
TOTAL			2.139.239,00

Fuente: Cotizaciones realizadas.

5.1.1.5 Equipo de oficina. El equipo de oficina que se requiere para la puesta en marcha del proyecto se detalla en el cuadro 79.

Cuadro 79. Equipo de oficina

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador PHH/100 mhz, 256 RAM licencia windows XP	1	1.400.000,00	1.400.000,00
Impresora multifuncional HP 725	1	150.000,00	150.000,00
Estabilizador Nexline 1000 W	1	120.000,00	120.000,00
Teléfono celular	1	65.000,00	65.000,00
Telefax	1	250.000,00	250.000,00
Teléfonos TS-600	3	82.400,00	247.200,00
Calculadoras pequeñas	2	10.000,00	20.000,00
TOTAL			2.252.200,00

Fuente: Cotizaciones realizadas.

5.1.1.6 Herramientas. Las herramientas son instrumentos necesarios para prestar el servicio de adiestramiento ofrecido por la escuela, se encuentran detallados en el cuadro 80.

Cuadro 80. Herramientas

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Guantes protectores (par)	5	150.000,00	750.000,00
Silbatos para perros	5	8.538,00	42.690,00
Pelotas de diversos tamaños macizas	20	6.152,00	123.040,00
Vasijas para alimento	10	4.687,00	46.870,00
Lazos de 2 metros c/u	10	2.000,00	20.000,00
Cadenas metálicas de un metro c/u	10	3.400,00	34.000,00
TOTAL			1.016.600,00

Fuente: Cotizaciones realizadas.

5.1.1.7 Total de Inversión fija. La inversión fija está comprendida por las construcciones y adecuaciones, la maquinaria y equipo, los muebles y enseres, el equipo de oficina y las herramientas, y tienen un costo total de \$53.125.706,00.

Cuadro 81. Total de inversión fija

DETALLE	VALOR
Construcción y adecuación	22,070,000.00
Maquinaria y equipo	22,753,650.00
Muebles y enseres	5,033,256.00
Equipo de oficina	2,252,200.00
Herramientas	1,016,600.00
TOTAL	53,125,706.00

Fuente: Cotizaciones realizadas.

5.1.2 Inversión diferida. La inversión diferida está comprendida por aquellas erogaciones de dinero necesarias para iniciar las actividades normales, tales como estudio de factibilidad, técnico y jurídico, gastos legales de organización, uso de patentes y licencias y la campaña publicitaria de lanzamiento y tienen un costo total de \$7.725.384,00.

Cuadro 82. Inversión diferida

DETALLE	VALOR
Estudio de factibilidad	650.000,00
Estudio técnico y jurídico (planos y diseños)	150.000,00
Gastos de organización (Cámara de Comercio, Notaría y registro, DIAN)	450.000,00
Uso de patentes y licencias (Licencia de Office small bussines, licencia de funcionamiento)	864.000,00
Campaña publicitaria de lanzamiento	5.611.384,00
TOTAL	7.725.384,00

Fuente: Cotizaciones realizadas.

5.1.3 Inversión de capital de trabajo. La inversión de capital de trabajo corresponde a una serie de recursos económicos disponibles para el funcionamiento de la empresa durante un tiempo determinado, para el transcurso normal de las actividades de la escuela de adiestramiento se presupuesta un periodo de un mes.

5.1.3.1 Costos de prestación del servicio. Los costos de prestación del servicio de adiestramiento están comprendidos por los insumos, la mano de obra directa y los costos indirectos de prestación del servicio.

5.1.3.1.1 Insumos: Los insumos requeridos para la prestación del servicio de adiestramiento se detallan en el cuadro 83.

Cuadro 83. Insumos

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Papelería	60.000,00	720.000,00
Medicamentos de veterinaria	30.000,00	360.000,00
TOTAL	90.000,00	1.080.000,00

Fuente: Cotizaciones realizadas.

5.1.3.1.2 Mano obra directa. La escuela de adiestramiento contará con la siguiente mano de obra directa: Un coordinador técnico, dos instructores, tres auxiliares, un viviente y un veterinario por contrato de servicios. Para calcular el valor total de la mano de obra directa se tuvieron en cuenta los parámetros legales como son: auxilio de transporte, prestaciones sociales, aportes parafiscales y

dotación, esta se estima en un monto de \$7.626.387,00 mensual para un total anual de \$91.516.644,00, véase cuadro 84.

Cuadro 84. Mano de obra directa

CARGO	SALARIO BASE MES	AUX. DE TRANSPORTE	APORTES EPS PENSION Y ARP	PARAFISCALE S 9%	PRESTACIONES SOCIALES	DOTACION	TOTAL POR TRABAJADOR	CANTIDAD	TOTAL VR. MENSUAL	VALOR ANUAL
Coordinador técnico	850.000,00	50.800,00	191.769,00	76.500,00	196.600,00	52.500,00	1.418.169,00	1	1.418.169,00	17.018.028,00
Instructor	800.000,00	50.800,00	180.488,00	72.000,00	185.687,00	52.500,00	1.341.475,00	2	2.682.950,00	32.195.400,00
Auxiliar	500.000,00	50.800,00	112.805,00	45.000,00	120.212,00	52.500,00	881.317,00	3	2.643.951,00	31.727.412,00
Viviente	500.000,00	50.800,00	112.805,00	45.000,00	120.212,00	52.500,00	881.317,00	1	881.317,00	10.575.804,00
Veterinario	300.000,00						300.000,00	1	300.000,00	3.600.000,00
TOTALES	2.650.000,00	203.200,00	597.867,00	238.500,00	622.711,00	210.000,00	4.522.278,00	7	7.626.387,00	91.516.644,00

5.1.3.1.3 Costos indirectos de prestación del servicio. Los costos indirectos de prestación del servicio de adiestramiento se estiman de acuerdo a la proporción del área utilizada para este, se tienen en cuenta las depreciaciones correspondientes al área de adiestramiento, los seguros de los mismos, el servicio de transporte, servicios públicos y mantenimientos, tienen un valor total de \$5.344.535.00 mensuales.

Cuadro 85. Gasto por depreciaciones

DETALLE	COSTO ACTIVO	TASA DE DEPRECIACION INICIAL	VIDA UTIL EN AÑOS	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL
Construcciones y adecuaciones	22,070,000.00	5%	20	91,958.00	1,103,496.00
Maquinaria y equipo	22,753,650.00	10%	10	189,614.00	2,275,368.00
Muebles y enseres	2,139,239.00	10%	10	17,827.00	213,924.00
Herramientas	1,016,600.00	20%	5	16,943.00	203,316.00
TOTAL	25,909,489.00			224,384.00	2,692,608.00

Cuadro 86. Gasto por seguros

BIEN A ASEGURAR	MONTO A ASEGURAR	TASA	VALOR AÑO	CAUSACION MES
Construcciones y adecuaciones	22.070.000,00	0,30%	66.210,00	5.518,00
Maquinaria y equipo	22.753.650,00	0,50%	115.125,00	9.594,00
Muebles y enseres (Técnico)	2.139.239,00	0,30%	6.418,00	535,00
Herramientas	1.016.600,00	0,30%	3.050,00	254,00
TOTAL	47.979.489,00		190.803,00	15.901,00

Cuadro 87. Total de costos indirectos de prestación del servicio

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Servicio de transporte canino	3,000,000.00	36,000,000.00
Depreciación del área de adiestramiento	224,384.00	2,692,608.00
Servicio de energía eléctrica (75%)	266,250.00	3,195,000.00
Servicio de acueducto (80%)	240,000.00	2,880,000.00
Arriendo (86%)	1,548,000.00	18,576,000.00
Seguro póliza multiriesgo	15,901.00	190,812.00
Mantenimientos	50,000.00	600,000.00
TOTAL	5,344,535.00	64,134,420.00

Fuente: Cotizaciones realizadas.

5.1.3.1.4 Total costos de prestación del servicio. Los costos totales de la prestación del servicio para el primer mes de trabajo de la escuela de adiestramiento canino tienen un valor de \$13.060.922.00, según cuadro 88.

Cuadro 88. Total costos de prestación del servicio

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Insumos	90,000.00	1,080,000.00
Mano de obra directa	7,626,387.00	91,516,644.00
Costos indirectos de prestación del servicio	5,344,535.00	64,134,420.00
TOTAL	13,060,922.00	156,731,064.00

5.1.3.2 Gastos de administración y ventas. Los gastos de administración y ventas han sido clasificado de la siguiente manera: gastos por seguros, gastos

generales, gastos por depreciación de los muebles y equipos utilizados en el área administrativa, nomina y amortización de diferidos. Véase cuadros 89, 90, 91, 92 y 93.

Cuadro 89. Gastos de administración y ventas

BIEN A ASEGURAR	MONTO A ASEGURAR	TASA	CAUSACION MES	VALOR AÑO
Muebles y enseres	2.894.017,00	0,30%	724,00	8.682,00
Equipo de oficina	2.252.200,00	0,30%	563,00	6.757,00
TOTAL	5.146.217,00		1.287,00	15.439,00

Cuadro 90. Gastos generales de administración y ventas

GASTOS GENERALES	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Honorarios contador	350.000,00	4.200.000,00
Elementos de aseo	12.000,00	144.000,00
Servicio de agua (20%)	60.000,00	720.000,00
Servicio de luz (25%)	113.750,00	1.365.000,00
Servicio telefónico	30.000,00	360.000,00
Mantenimiento de equipo de oficina	10.000,00	120.000,00
Arriendo (14%)	252.000,00	3.024.000,00
Mantenimiento de publicidad	260.000,00	3.120.000,00
TOTAL	1.087.750,00	13.053.000,00

Cuadro 91. Gastos por depreciación de administración y ventas

DETALLE	COSTO ACTIVO	TASA DE DEPRECIACION INICIAL	VIDA UTIL EN AÑOS	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL
Muebles y enseres	2.894.017,00	10%	10	24.117,00	289.404,00
Equipo de oficina	2.252.200,00	20%	5	37.537,00	450.444,00
TOTAL	5.146.217,00			61.654,00	739.848,00

Cuadro 92. Nomina de administración y ventas

CARGO	SALARIO BASE MES	AUXILIO DE TRANSPORTE	APORTES EPS PENSION Y ARP	PARAFISCALES 9%	PRESTACIONES SOCIALES	DOTACION	TOTAL POR TRABAJADOR	CANTIDAD	TOTAL VR. MENSUAL	VALOR ANUAL
Coordinador administrativo	850.000,00	50.800,00	191.769,00	76.500,00	196.600,00	22.500,00	1.388.169,00	1	1.388.169,00	16.658.028,00
Asesor	600.000,00	50.800,00	135.366,00	54.000,00	142.037,00	22.500,00	1.004.703,00	1	1.004.703,00	12.056.436,00
TOTALES	1.450.000,00	101.600,00	327.135,00	130.500,00	338.637,00	45.000,00	2.392.872,00	2	2.392.872,00	28.714.464,00

Cuadro 93. Amortización de diferidos

CONCEPTO	VALOR A AMORTIZAR	TIEMPO AMORTIZABLE EN MESES	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Inversión diferida	7.725.384,00	60	128.756,00	1.545.072,00

5.1.3.3 Gastos Financieros. Los gastos financieros corresponden al valor de los intereses pagados por el crédito bancario realizado con el fin de cubrir las necesidades de inversión. Los gastos financieros del primer mes de trabajo de la guardería tienen un valor de \$648.000.00 Ver cuadro 94.

Cuadro 94. Gastos Financieros

GASTOS FINANCIEROS	VALOR PRIMER MES	VALOR PRIMER AÑO
Interes	648.000,00	7.325.117,06
Total	648.000,00	7.325.117,06

5.1.3.4 Total Capital de trabajo. El capital de trabajo es calculado para un mes de trabajo y comprende los costos de prestación del servicio, la primera cuota del crédito financiero y los gastos de administración y ventas sin tener en cuenta la depreciación ni la amortización de diferidos. El valor total de capital de trabajo para el primer mes tiene un valor de \$17.365.777.00.

Cuadro 95. Total capital de trabajo

DETALLE	VALOR MENSUAL
Costo prestación del servicio	12.836.538,00
Gastos administración y ventas	3.481.909,00
Gastos financieros	1.047.330,00
TOTAL	17.365.777,00

5.1.4 Inversión total. La inversión total está compuesta por la inversión fija, la diferida y el capital de trabajo, está tiene un valor total de \$78.216.867.00. Véase cuadro 96.

Cuadro 96. Inversión total

DETALLE	VALOR
Inversión fija	53,125,706.00
Inversión diferida	7,725,384.00
Inversión de capital de trabajo (Un mes)	17,365,777.00
TOTAL	78,216,867.00

5.1.5 Fuentes de financiación. Las fuentes de financiación para el desarrollo del proyecto serán los aportes de los socios inversionistas los cuales se encuentran limitados a \$40.000.000.00 por lo que se debe recurrir a una entidad financiera para obtener un crédito bancario que permita cubrir la totalidad de la inversión requerida según cuadro 97.

Cuadro 97. Fuentes de financiación

Fuente de financiación	Valor	Participación
Recursos propios (aportes socios)	38,216,867.00	49%
Crédito entidad financiera	40,000,000.00	51%
Total	78,216,867.00	100%

El crédito bancario se tramitará en el BBVA por valor de \$40.000.000,00 a 60 meses con cuotas fijas mensuales de \$1.047.330,00 a una tasa de 1,62%. Véase cuadro 98.

Cuadro 98. Amortización del crédito bancario

Valor de la Inversión			40.000.000,00
Intereses			1,62%
Valor cuota mensual			1.047.330,00
Periodo	Pago intereses	Abono a Capital	Saldo
0	-	-	40.000.000,00
1	648.000,00	399.330,00	39.600.670,00
2	641.530,85	405.799,15	39.194.870,85
3	634.956,90	412.373,10	38.782.497,75
4	628.276,45	419.053,55	38.363.444,20
5	621.487,38	425.842,62	37.937.601,58
6	614.589,13	432.740,87	37.504.860,71
7	607.578,73	439.751,27	37.065.109,44
8	600.454,75	446.875,25	36.618.234,19
9	593.215,37	454.114,63	36.164.119,56
10	585.858,71	461.471,29	35.702.648,27
11	578.382,87	468.947,13	35.233.701,14
12	570.785,92	476.544,08	34.757.157,06
Total primer año	7.325.117,06	5.242.842,94	34.757.157,06
13	563.065,90	484.264,10	34.272.892,96
14	555.220,82	492.109,18	33.780.783,78
15	547.248,65	500.081,35	33.280.702,43
16	539.147,32	508.182,68	32.772.519,75
17	530.914,49	530.914,51	32.241.605,24
18	522.548,83	524.781,17	31.716.824,07
19	514.047,37	533.282,63	31.183.541,44
20	505.408,19	541.921,81	30.641.619,63
21	496.629,05	550.700,95	30.090.918,68
22	487.707,69	559.622,31	29.531.296,37
23	478.641,80	568.688,20	28.962.608,17
24	469.429,05	577.900,95	28.384.707,22
Total segundo año	6.195.510,16	6.372.449,84	28.384.707,22
25	460.067,05	587.262,95	27.797.444,27
26	450.553,39	596.776,61	27.200.667,66
27	440.885,60	606.444,40	26.594.223,26
28	431.061,20	616.268,80	25.977.954,46
29	421.077,64	626.252,36	25.351.702,10
30	410.932,35	636.397,65	24.715.304,45
31	400.622,70	646.707,30	24.068.597,15
32	390.146,04	657.183,96	23.411.413,19
33	379.499,66	667.830,34	22.743.582,85
34	368.680,80	678.649,20	22.064.933,65
35	357.686,68	689.643,32	21.375.290,33
36	346.514,45	700.815,55	20.674.474,78
Total tercer año	4.857.727,56	7.710.232,44	20.674.474,78
37	335.161,24	712.168,76	19.962.306,02
38	323.624,10	723.705,90	19.238.600,12
39	311.900,06	735.429,94	18.503.170,18
40	299.986,09	747.343,91	17.755.826,27
41	287.879,12	759.450,88	16.996.375,39
42	275.576,01	771.753,99	16.224.621,40
43	263.073,59	784.256,41	15.440.364,99
44	250.368,63	796.961,37	14.643.403,62
45	237.457,85	809.872,15	13.833.531,47
46	224.337,92	822.992,08	13.010.539,39
47	211.005,44	836.324,56	12.174.214,83
48	197.456,98	849.873,02	11.324.341,81
Total cuarto año	3.217.827,03	9.350.132,97	11.324.341,81
49	183.689,03	863.640,97	10.460.700,84
50	169.698,05	877.631,95	9.583.068,89
51	155.480,40	891.849,60	8.691.219,29
52	141.032,44	906.297,56	7.784.921,73
53	126.350,41	920.979,59	6.863.942,14
54	111.430,54	935.899,46	5.928.042,68
55	96.268,96	951.061,04	4.976.981,64
56	80.861,77	966.468,23	4.010.513,41
57	65.204,98	982.125,02	3.028.388,39
58	49.294,55	998.035,45	2.030.352,94
59	33.126,37	1.014.203,63	1.016.149,31
60	16.696,27	1.016.149,31	-
Total quinto año	1.229.133,77	11.324.341,81	64.374.281,26
TOTALES	22.825.315,58	40.000.000,00	159.514.962,13

Fuente: Cotizaciones realizadas.

5.2 COSTOS

5.2.1 Costos fijos. Los costos fijos son aquellas erogaciones de dinero que deben cubrirse, independientemente de la cantidad de servicios prestados por la escuela de adiestramiento canino, para el primer año de funcionamiento tienen un costo total de \$ 212.271.408,00. Véase cuadro 99.

Cuadro 99. Costos fijos

CONCEPTO	ADIESTRAMIENTO		TRANSPORTE	
	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Amortización diferidos	115,880.00	1,390,560.00	12,876.00	154,512.00
Arriendo	1,620,000.00	19,440,000.00	180,000.00	2,160,000.00
Cuota crédito bancario	942,597.00	11,311,164.00	104,733.00	1,256,796.00
Depreciación	257,434.00	3,089,208.00	28,604.00	343,248.00
Elementos de aseo	10,800.00	129,600.00	1,200.00	14,400.00
Honorarios contador	315,000.00	3,780,000.00	35,000.00	420,000.00
Mano de obra directa	6,863,748.00	82,364,976.00	762,639.00	9,151,668.00
Mantenimiento de publicidad	234,000.00	2,808,000.00	26,000.00	312,000.00
Mantenimientos	54,000.00	648,000.00	6,000.00	72,000.00
Nómina de administración y ventas	2,153,585.00	25,843,020.00	239,287.00	2,871,444.00
Seguros	14,311.00	171,732.00	1,590.00	19,080.00
Servicio de agua	270,000.00	3,240,000.00	30,000.00	360,000.00
Servicio de luz	342,000.00	4,104,000.00	38,000.00	456,000.00
Servicio telefónico	27,000.00	324,000.00	3,000.00	36,000.00
Servicio transportador	0	0	3,000,000.00	36,000,000.00
TOTAL	13,220,355.00	158,644,260.00	4,468,929.00	53,627,148.00
COSTOS FIJOS TOTALES AÑO				212,271,408.00

5.2.2 Costos variables. Los variables son aquellos que están directamente relacionados con la cantidad de servicios ofrecidos. Los costos variables para el primer año tienen un valor de \$1.080.000,00. Véase cuadro 100.

Cuadro 100. Costos variables

CONCEPTO	ADIESTRAMIENTO		TRANSPORTE	
	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Papelería	54.000,00	648.000,00	6.000,00	72.000,00
Medicamentos veterinarios	27.000,00	324.000,00	3.000,00	36.000,00
TOTAL	81.000,00	972.000,00	9.000,00	108.000,00
COSTOS VARIABLES TOTALES AÑO				1.080.000,00

5.2.3 Costos totales unitarios. Los costos totales unitarios se hayan 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. Los costos totales y totales unitarios de los servicios de adiestramiento canino y transporte se encuentran detallados en los cuadros 101 y 102.

Cuadro 101. Costos totales

CONCEPTO	ADIESTRAMIENTO		TRANSPORTE	
	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Costos fijos	13,220,355.00	158,644,260.00	4,468,929.00	53,627,148.00
Costos variables	81,000.00	972,000.00	9,000.00	108,000.00
TOTAL	13,301,355.00	159,616,260.00	4,477,929.00	53,735,148.00

Cuadro 102. Costos totales unitarios

DETALLE	NUMERO DE SERVICIOS	ADiestRAMIENTO	TRANSPORTE
		VALORES	VALORES
Costos totales		159,616,260.00	53,735,148.00
Número de servicios por año	72 x 12	864.00	864.00
Costo unitario del servicio		184,741.00	62,193.00

5.2.4 Precio de venta. En primera instancia al realizar la encuesta de opinión se preguntó por un precio de venta inferior al calculado en este término, esto debido a que se estimaba el precio sólo de adiestramiento por hora. Debido a la investigación sobre la oferta se determinó mejorar la estructura del servicio a ofrecer, por ello para hallar el precio de venta se hará con base en los costos. Véase cuadro 103.

Cuadro 103. Precio de venta

Servicio	Costo unitario del servicio	Utilidad esperada	Valor ajustado con el margen de contribución	Precio de venta
Adiestramiento	184,741.00	1.35	249,400.00	250,000.00
Transporte	62,193.00	1.20	74,632.00	75,000.00

5.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

Los presupuestos han sido elaborados en pesos constantes, solamente previendo incremento de servicios ofrecidos.

5.3.1 Egresos Proyectados. Los egresos son erogaciones de dinero correspondientes a los costos de producción, gastos de administración y ventas, y gastos financieros, los cuales han sido proyectados a cinco años. Véase cuadro 104.

Cuadro 104. Egresos proyectados

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de prestación del servicio	156,731,064.00	156,731,064.00	156,731,064.00	156,731,064.00	156,731,064.00
Gastos de administración y ventas	44,067,828.00	44,067,828.00	44,067,828.00	44,067,828.00	44,067,828.00
Gastos financieros	7,325,117.06	6,195,510.16	4,857,727.56	3,217,827.03	1,229,133.77
Total	208,124,009.06	206,994,402.16	205,656,619.56	204,016,719.03	202,028,025.77

5.3.2 Ingresos Proyectados. Los ingresos son el resultado de multiplicar la cantidad de servicios prestados por la escuela de adiestramiento canino por el precio de venta unitario, han sido proyectados a cinco años. Véase cuadro 105.

Cuadro 105. Ingresos proyectados

Servicio	Precio venta / No. Und	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
		864	900	936	972	1008
Adiestramiento	250,000.00	216,000,000.00	225,000,000.00	234,000,000.00	243,000,000.00	252,000,000.00
Transporte	75,000.00	64,800,000.00	67,500,000.00	70,200,000.00	72,900,000.00	75,600,000.00
Total		280,800,000.00	292,500,000.00	304,200,000.00	315,900,000.00	327,600,000.00

5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

Con el fin de establecer una situación en la que la empresa no gane ni pierda dinero, se determina el nivel de ventas necesario para que la empresa cubra sus costos. Este se halla con la siguiente información:

$$Q^* = CF / P - C_{vu}$$

COSTOS FIJOS ANUALES	
ADiestRAMIENTO	158,644,260.00
TRANSPORTE	53,627,148.00
PRECIO PROMEDIO DE VENTAS X UND	
ADiestRAMIENTO	250,000.00
TRANSPORTE	75,000.00
COSTOS VARIABLES UNITARIOS	
ADiestRAMIENTO	1,125.00
TRANSPORTE	125.00

Cuadro 106. Punto de equilibrio por servicio

Adiestramiento		Transporte	
Q*	Und	Q*	Und
158,644,260.00	637.45	53,627,148.00	716.22
248,875.00		74,875.00	
Punto equilibrio en pesos	159,361,386.00	Punto equilibrio en pesos	53,716,676.00

Cuadro 107. Cálculo para representación gráfica

SERVICIO	VALOR EN PESOS	VALOR EN UNIDADES
Adiestramiento	159,361,386.00	638.00
Transporte	53,716,676.00	717.00

Figura 111. Representación gráfica del punto de equilibrio Adiestramiento.

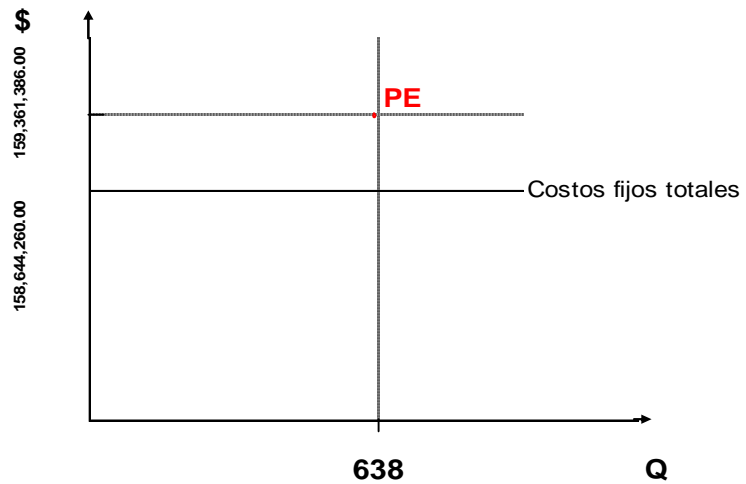
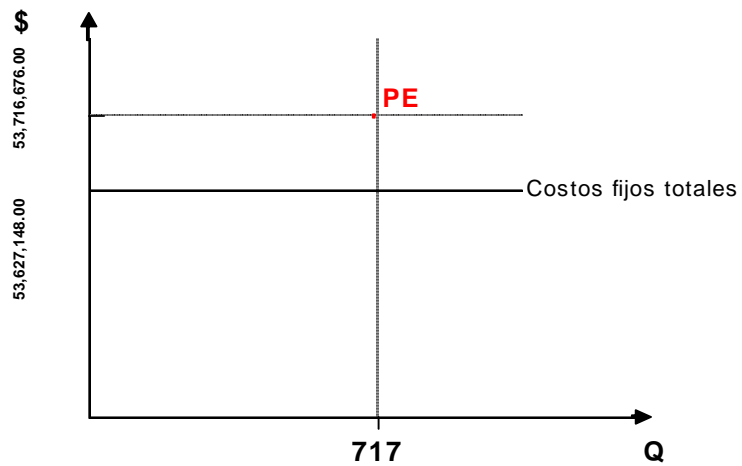


Figura 112. Representación gráfica del punto de equilibrio Transporte.



5.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

De acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio financiero se elabora el flujo de efectivo proyectado a cinco años. Véase cuadro 108.

Cuadro 108. Flujo de caja proyectado

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Operacionales (Ventas)		280,800,000.00	292,500,000.00	304,200,000.00	315,900,000.00	327,600,000.00
Aportes socios	38,216,867.00	-	-	-	-	-
Crédito bancario	40,000,000.00	-	-	-	-	-
Total Ingresos	78,216,867.00	280,800,000.00	292,500,000.00	304,200,000.00	315,900,000.00	327,600,000.00
EGRESOS						
Construcción y adecuación	22,070,000.00	-	-	-	-	-
Maquinaria y equipo	22,753,650.00	-	-	-	-	-
Muebles y enseres	5,033,256.00	-	-	-	-	-
Equipo de oficina	2,252,200.00	-	-	-	-	-
Herramientas	1,016,600.00	-	-	-	-	-
Gastos preoperativos	7,725,384.00	-	-	-	-	-
Costo de prestación del servicio		156,731,064.00	156,731,064.00	156,731,064.00	156,731,064.00	156,731,064.00
Gastos de administración y ventas		44,067,828.00	44,067,828.00	44,067,828.00	44,067,828.00	44,067,828.00
Gastos financieros		7,325,117.06	6,195,510.16	4,857,727.56	3,217,827.03	1,229,133.77
Impuesto de renta		27,980,257.00	32,919,655.00	37,939,201.00	43,075,063.00	48,345,210.00
Reserva legal	-	4,469,573.00	5,258,594.00	6,060,418.00	6,880,822.00	7,722,676.00
Total egresos	60,851,090.00	240,573,839.06	245,172,651.16	249,656,238.56	253,972,604.03	258,095,911.77
Saldo (Ingresos-Egresos)	17,365,777.00	40,226,160.94	47,327,348.84	54,543,761.44	61,927,395.97	69,504,088.23
Más amortización de diferidos		1,545,072.00	1,545,072.00	1,545,072.00	1,545,072.00	1,545,072.00
Más depreciación		3,432,456.00	3,432,456.00	3,432,456.00	3,432,456.00	3,432,456.00
Más reserva legal		4,469,573.00	5,258,594.00	6,060,418.00	6,880,822.00	7,722,676.00
Menos abono a capital (préstamo)		5,242,842.94	6,372,449.84	7,710,232.44	9,350,132.97	11,324,341.81
Saldo neto en caja	17,365,777.00	44,430,419.00	51,191,021.00	57,871,475.00	64,435,613.00	70,879,950.42
Más saldo inicial en caja	-	17,365,777.00	61,796,196.00	112,987,217.00	170,858,692.00	235,294,305.00
Saldo final en caja	17,365,777.00	61,796,196.00	112,987,217.00	170,858,692.00	235,294,305.00	306,174,255.42

5.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Con base en el estudio financiero se elabora el estado de resultados proyectado a cinco años. Véase cuadro 109.

Cuadro 109. Estado de resultados proyectado

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos					
Ventas	280,800,000.00	292,500,000.00	304,200,000.00	315,900,000.00	327,600,000.00
Costo de prestación del servicio	156,731,064.00	156,731,064.00	156,731,064.00	156,731,064.00	156,731,064.00
Utilidad bruta	124,068,936.00	135,768,936.00	147,468,936.00	159,168,936.00	170,868,936.00
Gastos de administración y ventas	44,067,828.00	44,067,828.00	44,067,828.00	44,067,828.00	44,067,828.00
Utilidad operacional	80,001,108.00	91,701,108.00	103,401,108.00	115,101,108.00	126,801,108.00
Gastos financieros	7,325,117.06	6,195,510.16	4,857,727.56	3,217,827.03	1,229,133.77
Utilidad antes de impuestos	72,675,990.94	85,505,597.84	98,543,380.44	111,883,280.97	125,571,974.23
Impuesto de renta 38,5%	27,980,257.00	32,919,655.00	37,939,201.00	43,075,063.00	48,345,210.00
Utilidad después de impuestos	44,695,733.94	52,585,942.84	60,604,179.44	68,808,217.97	77,226,764.23
Reserva legal	4,469,573.00	5,258,594.00	6,060,418.00	6,880,822.00	7,722,676.00
Utilidad neta	40,226,160.94	47,327,348.84	54,543,761.44	61,927,395.97	69,504,088.23

5.7 BALANCE GENERAL (PRIMER AÑO)

De acuerdo al estudio financiero se procede a elaborar el balance general para el primer año de funcionamiento de la escuela de adiestramiento canino. Véase cuadro 110.

Cuadro 110. Balance general primer año

DETALLE	VALOR
ACTIVO	
ACTIVO CORRIENTE	
Caja	61,796,196.00
Diferidos	6,180,312.00
ACTIVO NO CORRIENTE	
Construcciones y adecuaciones	22,070,000.00
Maquinaria y equipo	22,753,650.00
Muebles y enseres	5,033,256.00
Herramientas	1,016,600.00
Equipo de oficina	2,252,200.00
Depreciación acumulada	-3,432,456.00
TOTAL ACTIVO	117,669,758.00
PASIVO	
PASIVO CORRIENTE	
Obligaciones financieras	34,757,157.06
TOTAL PASIVO	34,757,157.06
PATRIMONIO	
Aportes Sociales	38,216,867.00
Reserva legal acumulada	-
Reserva legal del ejercicio	4,469,573.00
Utilidades acumuladas	-
Resultados del ejercicio	40,226,160.94
TOTAL PATRIMONIO	82,912,600.94
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	117,669,758.00

5.8 BALANCE GENERAL PROYECTADO

Con base en los presupuestos y el análisis realizado en el estudio financiero se elabora el balance general proyectado. Véase cuadro 111.

Cuadro 111. Balance general proyectado

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE					
Caja	61,796,196.00	112,987,217.00	170,858,692.00	235,294,305.00	306,174,255.42
Diferidos	6,180,312.00	4,635,240.00	3,090,168.00	1,545,096.00	24.00
ACTIVO NO CORRIENTE					
Construcciones y adecuaciones	22,070,000.00	22,070,000.00	22,070,000.00	22,070,000.00	22,070,000.00
Maquinaria y equipo	22,753,650.00	22,753,650.00	22,753,650.00	22,753,650.00	22,753,650.00
Muebles y enseres	5,033,256.00	5,033,256.00	5,033,256.00	5,033,256.00	5,033,256.00
Herramientas	1,016,600.00	1,016,600.00	1,016,600.00	1,016,600.00	1,016,600.00
Equipo de oficina	2,252,200.00	2,252,200.00	2,252,200.00	2,252,200.00	2,252,200.00
Depreciación acumulada	-3,432,456.00	-6,864,912.00	-10,297,368.00	-13,729,824.00	-17,162,280.00
TOTAL ACTIVO	117,669,758.00	163,883,251.00	216,777,198.00	276,235,283.00	342,137,705.42
PASIVO					
PASIVO CORRIENTE					
Obligaciones financieras	34,757,157.06	28,384,707.22	20,674,474.78	11,324,341.81	-
TOTAL PASIVO	34,757,157.06	28,384,707.22	20,674,474.78	11,324,341.81	-
PATRIMONIO					
Aportes Sociales	38,216,867.00	38,216,867.00	38,216,867.00	38,216,867.00	38,216,867.00
Reserva legal acumulada	-	4,469,573.00	9,728,167.00	15,788,585.00	22,669,407.00
Reserva legal del ejercicio	4,469,573.00	5,258,594.00	6,060,418.00	6,880,822.00	7,722,676.00
Utilidades acumuladas	-	40,226,160.94	87,553,509.78	142,097,271.22	204,024,667.19
Resultados del ejercicio	40,226,160.94	47,327,348.84	54,543,761.44	61,927,395.97	69,504,088.23
TOTAL PATRIMONIO	82,912,600.94	135,498,543.78	196,102,723.22	264,910,941.19	342,137,705.42
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	117,669,758.00	163,883,251.00	216,777,198.00	276,235,283.00	342,137,705.42

6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

6.1 IMPACTO SOCIAL

El desarrollo de este proyecto abre las puertas a una nueva forma de servicio en la ciudad de Bucaramanga con características que proporcionan beneficios adicionales a los usuarios, convirtiéndose en una buena oportunidad de crear una empresa que requiere de una inversión moderada . Por ser una empresa 100% santandereana la cual se abastecerá de insumos, mano de obra y servicios dentro de la misma región promueve el mejoramiento del comercio local, con la incursión en una actividad nueva de prestación de servicios en el área metropolitana de Bucaramanga.

Se abren las puertas para otras expectativas económicas ya que la región se caracteriza por la actividad manufacturera, por otra parte a través del pago de impuestos inherentes a su actividad comercial impulsa el desarrollo económico de la región. La apertura de la escuela de adiestramiento canino generará en sus inicios nueve empleos directos, dos empleos indirectos por asesoramiento por parte del contador y servicios correspondientes a transporte de caninos.

Scooby Canine Academy, contribuye con el mejoramiento constante de la calidad de vida de los santandereanos, ya que hoy en día se vive a un ritmo muy acelerado en donde se necesitan hacer las cosas muy bien hechas, pero en el menor tiempo posible, permite al área metropolitana de Bucaramanga obtener un

logro más en su incansable lucha por tecnificar y darle al país buenas empresas que sean muy representativas.

6.2 IMPACTO AMBIENTAL

Aunque la empresa desarrollará una actividad de bajo impacto ambiental, la escuela de adiestramiento canino implementará algunas actividades destinadas a conservar y proteger el medio ambiente.

- ❖ Prevención de la contaminación, con el fin de evitar un impacto negativo en los alrededores de la empresa.
- ❖ Distribución de los elementos para evitar que unos contaminen a los otros.
- ❖ Cuidar la salud y seguridad de los empleados.
- ❖ Se establecerán las condiciones y requisitos necesarios para preservar y mantener la salud y la tranquilidad de los habitantes cercanos a la empresa.
- ❖ Realizar reciclaje de desechos tal y como está establecido en el Código Nacional de Recursos Naturales.
- ❖ Se dará el manejo adecuado a los residuos que puedan ser ocasionados, separando los componentes de la basura en orgánicos e inorgánicos, clasificar los componentes inorgánicos en papel, cartón, vidrio y metales, llevar todos estos materiales a las industrias correspondientes que los reciclan, procesar cada material de desecho con un tratamiento adecuado.
- ❖ Clasificar los desechos según el programa de reciclaje para lo cual se manejarán para cada coordinación tres juegos de canecas de varios colores para el reciclaje de los diferentes desechos:

Gris: para papel y cartón.

Azul: para los plásticos.

Beige: para residuos orgánicos que pueden ser convertidos en abono.

6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA

La empresa **Scooby Canine Academy**, está enfocada en la prestación del servicio de adiestramiento canino, para la evaluación financiera se tendrá en cuenta las siguientes variables: valor presente neto, TIR y periodo de recuperación de la inversión; una vez obtenidos estos resultados mediante el análisis de las principales razones financieras se obtiene una clara visión económica del proyecto.

6.3.1 Valor presente neto. El valor presente neto o valor actual neto, es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos netos descontados a la inversión, mide el rendimiento del proyecto frente a la inversión con respecto a las variables económicas y financieras del mercado, con una tasa de interés de oportunidad. El VPN se obtendrá mediante la siguiente fórmula matemática:

$$\text{VPN} = \text{Sumatoria de ingresos} - \text{Sumatoria de egresos}$$

$$\text{Presente} = F (1+i)^{-n}$$

$$i = \text{TIO} + \text{FR}$$

Cuadro 112. Ingresos y egresos proyectados

AÑO	INGRESOS	EGRESOS
2008	280,800,000.00	240,573,839.06
2009	292,500,000.00	245,172,651.16
2010	304,200,000.00	249,656,238.56
2011	315,900,000.00	253,972,604.03
2012	327,600,000.00	258,095,911.77

De acuerdo a información suministrada por el Bancolombia la tasa de interés de oportunidad del mercado financiero anual es de 7.16%, y para el desarrollo de este estudio se establece un factor de riesgo del 12%.

$$i = 7.16\% + 12 \%$$

$$i = 19.16\%$$

Con ayuda de la calculadora financiera se obtienen los siguientes datos:

$$\text{Sumatoria de VP ingresos} = 1.089.701.299$$

$$\text{Sumatoria de VP egresos} = 900.269.538$$

$$\text{VPN} = 1.089.701.299 - 900.269.538 = 189.431.760$$

De acuerdo con estos datos se determina el valor presente neto, dejando ver que el resultado esta por encima de 0 y es una suma atractiva para los inversionista.

6.3.2 Tasa interna de retorno TIR. Es aquella tasa de descuento que hace que el VPN sea igual a cero, en otros términos que iguale la suma de los flujos netos descontada la inversión inicial. la TIR se obtendrá mediante la siguiente fórmula matemática:

$$\text{TIR} = \text{Sumatoria (FNE)} (1+r)^{-t} - K (1+r)^{-t}$$

r = Tasa interna de retorno

FNE = Flujos netos de efectivo

K = Inversión

t = Periodo de los años 1, 2, 3, 4 y 5

Con ayuda de la calculadora financiera se obtiene el siguiente resultado:

TIR = 55,47%

Cuadro 113. Rentas anuales

AÑO	RENTAS ANUALES
2008	40,226,160.94
2009	47,327,348.84
2010	54,543,761.44
2011	61,927,395.97
2012	69,504,088.25

La tasa atractiva de retorno de los inversionistas es de 30%, el proyecto generará 25,47% por encima de esta, por cuanto las condiciones son favorables para los inversionistas.

6.3.3 Periodo de recuperación. Debido a que la inversión inicial es de \$78.216.867 y teniendo en cuenta los saldos netos del flujo de caja proyectado en el flujo de caja proyectado en el Estudio Financiero, se calcula el periodo de recuperación de la inversión.

UTILIDAD NETA AÑO 1 —————→ **\$40.226.160,94**

VALOR POR RECUPERAR —————→ **\$37.990.706,06**

Por regla de tres simple se calcula:

12 meses —————→ **\$40.226.160,94**

X —————→ **\$37.990.706,06**

X = 11,33 meses

1 Mes —————→ 30 días

0,33 meses —————→ **X**

X = 9,9 días

Los resultados demuestran que la inversión inicial de \$78.216.867 es recuperada en un periodo de 23 meses y 10 días, lo que demuestra que dicho negocio tiene una recuperación muy rápida para la magnitud de este, es excelente indicador de mostrar a inversionistas.

6.3.4 Análisis de las razones financieras. Con base en los estados financieros proyectados elaborados en el estudio financiero se procede a establecer las razones financieras de los bloques de liquidez, endeudamiento, actividad y rentabilidad.

- ❖ **Bloque de razones de liquidez.** Miden la habilidad de la empresa para afrontar sus obligaciones en el corto plazo.

Cuadro 114. Razón corriente

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	117,669,758.00	163,883,251.00	216,777,198.00	276,235,283.00	342,137,705.42
<u>ACTIVOS CTES</u>	34,757,157.06	28,384,707.22	20,674,474.78	11,324,341.81	-
PASIVOS CTE	3.39	5.77	10.49	24.39	#¡DIV/0!

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede apreciar que la escuela de adiestramiento canino en sus inicios cuenta con \$3,39 de respaldo por cada peso que debe la empresa en el corto plazo. Es un buen nivel de liquidez para el comienzo de la empresa y mejorará de acuerdo a las proyecciones realizadas para los próximos cinco años.

- ❖ **Bloque de razones de endeudamiento.** Indica el porcentaje de participación de los acreedores dentro de la empresa.

Cuadro 115. Nivel de endeudamiento

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	34,757,157.06	28,384,707.22	20,674,474.78	11,324,341.81	-
<u>PASIVOS TOTALES</u>	117,669,758.00	163,883,251.00	216,777,198.00	276,235,283.00	342,137,705.42
ACTIVOS TOTALES	0.30	0.17	0.10	0.04	0.00

Los resultados obtenidos muestran que por cada peso que la escuela de adiestramiento tiene invertido en activos \$0,30 han sido financiados por los

acreedores, en otras palabras, la entidad financiera que hizo el préstamo es el dueño del 30% de la empresa en el primer año de labor. Las proyecciones dejan ver como se disminuye de manera satisfactoria el nivel de endeudamiento llegando al punto de 0 endeudamiento en el año 5.

❖ **Bloque de razones de actividad.** Mide la efectividad con que la empresa está usando los recursos.

Cuadro 116. Rotación de activos totales

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	280,800,000.00	292,500,000.00	304,200,000.00	315,900,000.00	327,600,000.00
<u>VENTAS</u>	117,669,758.00	163,883,251.00	216,777,198.00	276,235,283.00	342,137,705.42
ACTIVOS TOTALES	2.39	1.78	1.40	1.14	0.96

Para el año de inicio de la escuela de adiestramiento, la rotación de activos es de 2,39 lo cual indica que por cada peso que ha invertido en activos, se generaron ventas de \$0,0239 el cual está por encima del nivel aceptable (2 veces) pero debido a que en los años posteriores no se han realizado incrementos en el precio de venta, la rotación de activos desmejora notablemente.

❖ **Bloque de razones de rentabilidad.** Determina la efectividad de la administración empresarial para tener control sobre costos y gastos y convertir las ventas en utilidades.

Cuadro 117. Margen bruto

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	72,675,990.94	85,505,597.84	98,543,380.44	111,883,280.97	125,571,974.23
<u>UTILIDAD BRUTA</u>	280,800,000.00	292,500,000.00	304,200,000.00	315,900,000.00	327,600,000.00
VENTAS NETAS	25.88%	29.23%	32.39%	35.42%	38.33%

El margen bruto de ganancia para el primer año de funcionamiento de la escuela de adiestramiento es del 25,88%, es decir que por cada peso que la empresa venda se generará una utilidad antes de impuestos del 25,88%, para el quinto año se proyecta que este margen sea del 38,33%.

Cuadro 118. Margen neto

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	40,226,160.94	47,327,348.84	54,543,761.44	61,927,395.97	69,504,088.23
<u>UTILIDAD NETA</u>	280,800,000.00	292,500,000.00	304,200,000.00	315,900,000.00	327,600,000.00
VENTAS NETAS	14.33%	16.18%	17.93%	19.60%	21.22%

Una vez descontados los impuestos reglamentarios la utilidad se estima en un 14,33% para el primer año, también se proyecta un incremento durante los años posteriores, llegando a un 21,22% en el año 5.

Cuadro 119. Rentabilidad en relación al capital

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	40,226,160.94	47,327,348.84	54,543,761.44	61,927,395.97	69,504,088.23
<u>UTILIDAD NETA</u>	82,912,600.94	135,498,543.78	196,102,723.22	264,910,941.19	342,137,705.42
PATRIMONIO	48.52%	34.93%	27.81%	23.38%	20.31%

6.4 CONCLUSIONES DE LA EVALUACIÓN DEL PROYECTO

De acuerdo a los análisis realizados en la evaluación financiera se ha podido concluir que el valor presente neto es de 189.431.760, valor considerablemente alto por lo que es atractivo para los inversionistas del proyecto

La tasa interna de retorno es del 55.47%, la tasa atractiva de retorno para los inversionistas es del 30%, es decir que el proyecto generará 25,47% por encima de esta, por cuanto las condiciones son favorables para los inversionistas.

El periodo de recuperación de la inversión está por debajo de los dos años, lapso de tiempo muy corto en relación con el valor de la inversión.

Los resultados obtenidos mediante el estudio de las razones financieras más importantes se pudo determinar que la empresa manejará un nivel de liquidez muy bueno (4,27) para el primer año de funcionamiento y mejorará de acuerdo a las proyecciones realizadas llegando al puesto de 0 pasivos hacia el quinto año.

El nivel de endeudamiento para el inicio de la empresa será de un 30% y en el lapso de cinco años se presupuesta tener un nivel de endeudamiento de 0%. La rotación de los activos del proyecto en sus comienzos es aceptable (2,39), pero debido a que se está trabajando en valores constantes en las proyecciones de los cinco años siguientes esta rotación se ve desmejorada.

El margen de rentabilidad bruto es del 25,88% y el margen de rentabilidad neto es del 14,33%, los cuales son porcentajes de utilidad muy positivos y atractivos para los inversionistas.

CONCLUSIONES

Por medio de todos los anteriores estudios realizados se demostró la factibilidad para la creación de una escuela de adiestramiento canino en el área metropolitana de Bucaramanga, la cuál contribuya a que los perros aprendan a vivir en sociedad y dejen de ser mal educados y violentos; para mejorar la vida de estos y sus hogares que están ubicados en los barrios de estratos socio-económicos 4, 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga, cuyo amo necesite o desee los servicios de la escuela y tenga capacidad económica para adquirirlos.

En el capítulo de generalidades se investigaron aspectos relacionados con los caninos, tanto los grupos en los que se clasifican y las respectivas razas. Se estudiaron los diferentes ejemplos vistos en ciudades como Bogotá, Cali y Medellín para revisar sus fortalezas. Se indagaron sobre los aspectos legales a tener en cuenta para las empresas de servicios a perros.

En el estudio de mercados se pudo definir las especificaciones del servicio que se prestará y sus alcances, además de los factores que lo diferenciaran de los servicios similares existentes en la actualidad. Se identificó el mercado objetivo de la empresa que es de 27.509 hogares que poseen canino y están interesados en adquirir los servicios de la empresa. Se definieron aspectos importantes sobre la educación y cuidados que tienen los dueños con sus mascotas. La situación actual y futura de la demanda y la oferta permitió saber que la empresa entrará a cubrir una demanda muy grande frente a una oferta insignificante que existe en la ciudad.

El canal de comercialización que empleará la empresa es el canal directo: EMPRESA – CLIENTE. El precio se fijará teniendo en cuenta los costos totales y

el margen de utilidad esperado por sus inversionistas. Se fijaron las estrategias de publicidad, promoción de lanzamiento y operación, por un valor de \$5.611.384 y \$978.600 respectivamente.

En el estudio técnico se fijaron la capacidad total diseñada, instalada, utilizada y proyectada de la escuela. La capacidad utilizada es de 72 caninos mensuales, la cuál se proyectó con un 3.5% de crecimiento anual. Se realizó la calificación de cada factor incidente en la localización de la escuela quedando como mejor opción la finca el Traganiquel ubicada en el kilómetro 14 de la vía entre Bucaramanga y Piedecuesta. Se creó la descripción técnica y el diagrama de procedimiento para la prestación del servicio definiéndose allí los parámetros básicos para controlar la calidad de este y la atención a los clientes.

Teniendo en cuenta la capacidad utilizada de la escuela se identificaron las necesidades de recurso tanto físicos, humanos y de insumos. Se distribuyó el área total de la finca entre el sector de entrada, administración y de adiestramiento. Se concluye con la creación de las rutas y horarios específicos para la logística del transporte puerta a puerta, servicio complementario puesto a disposición de los usuarios.

En el estudio administrativo se estableció la forma de constitución de la compañía y su representante legal, se investigaron los requisitos legales para la creación de la empresa. Se formularon la visión, misión, los objetivos, los principios corporativos y las políticas a seguir. Se elaboró el organigrama con los cargos de coordinador técnico, coordinador administrativo, asesor, viviente, instructor, auxiliar, contador, veterinario y conductor con la respectiva descripción y perfil de cada cargo y su asignación salarial.

El estudio financiero cuantificó la inversión en un valor total de \$78.216.867,00, compuesta por la inversión fija, diferida y el capital de trabajo para el primer mes

de labores de la empresa; esta inversión será cubierta con recursos propios en un 49% para un valor de \$38.216.867,00 y el restante 51% por valor de \$40.000.000,00 se financiará por intermedio de un crédito bancario en el BBVA. Debido al cambio de precio entre el preguntado en la encuesta de opinión y el calculado a través de los costos, se realizó una prueba piloto con cuarenta clientes potenciales para conocer la aceptación del nuevo precio de los servicios de adiestramiento y transporte, el resultado obtenido fue de un 80% de aceptación para el servicio de adiestramiento y de un 90% de aceptación para el servicio de transporte. Se consideró en un 35% la utilidad esperada por encima del costo total unitario, quedando como precio de venta del servicio \$250.000 mensuales por canino y en el servicio de transporte un 20% para un precio de venta al público de \$75.000. Se elaboraron el flujo de caja, el estado de resultados y el balance general proyectados hasta el año 2012. El punto de equilibrio se estableció en 638 servicios de adiestramiento y 717 servicios de transportes anuales.

En la evaluación del proyecto se tocaron temas tan delicados como el impacto social y ambiental que dicha empresa generaría en la región; mostrando notorios beneficios para los hogares, el animal y la sociedad en general. Se trata el preocupante tema del cuidado del medio ambiente, se toman las medidas pertinentes para tratar los desechos que generaría la escuela. Se cuantificó el tiempo en el cual se recuperaría la inversión definiéndose este en 23 meses con 10 días, lo cual es muy alentador ya que la magnitud de la inversión es grande y el tiempo para llegar a recuperarla bastante corto.

Se calcularon las razones financieras básicas de liquidez, endeudamiento, actividad y rentabilidad lo que evidenció que la escuela es una muy buena opción de nuevo negocio y una atractiva inversión para cualquier posible socio.

RECOMENDACIONES

Una vez puesto en marcha el proyecto de creación de la escuela de adiestramiento canino se recomienda invertir las utilidades obtenidas en la adquisición de las instalaciones de funcionamiento de la misma, ya que a la finca tomada en arriendo se le han hecho muchas adecuaciones de un monto económico considerable.

En vista de la alta demanda del servicio de transporte, se aconseja adquirir el autobús mediante una compañía de outsourcing y contratar a un conductor como empleado directo de la escuela de adiestramiento canino.

Una vez posicionado el servicio y la empresa se considera pertinente ampliar la gama de servicios ofrecidos, mediante la creación de guardería, sala de belleza canina y asesoría psicológica.

Con el fin de conservar los clientes que ya han adiestrado sus mascotas se recomienda ofrecer paquetes especiales de sostenimiento de los conocimientos adquiridos por los caninos, mediante jornadas de integración con otros perros, planes especiales para fines de semana y campamentos entre otros.

BIBLIOGRAFÍA

- INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS DE INCONTEC. Normas colombianas para la presentación de trabajos de presentación. Quinta actualización. Santafé de Bogotá D.C.
- DANE
- FALLA, Rino. El gran libro de los perros. Edición Geoplaneta. 1997. 10 – 11, 284 – 293, 295 – 299, 312 – 316 p.
- MENDEZ A., Carlos E. Metodología. Guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas. Segunda Edición. Mc Graw Hill. Santafé de Bogotá. 1996.170 p.
- COTE PEÑA, Claudia Patricia. Introducción al Mundo Empresarial. Primera Edición. Publicaciones UIS. Bucaramanga. 1999. 156p.
- VARGAS MANTILLA, Jorge Enrique. Preparación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Primera Edición. Publicaciones UIS. Bucaramanga. 1978, 241p.
- MORENO GOMEZ, Nelson Enrique. Matemáticas Financieras. Cuarta Edición. Publicaciones UIS. Bucaramanga.
- MIRANDA MIRANDA, Juan José. Gestión de Proyectos. Edición Quinta. Ediciones MM. Bogotá.

- GUEVARA BELTRAN, Cesar Augusto. Organización y Métodos. Segunda Edición. Publicaciones UIS. Bucaramanga. 1996.
- Biblioteca Gabriel Turbay
- VALDERRAMA, Jorge. Ingeniería de Mercados. Mc Graw Hill. 300p
- <http://www.voraus.com/v2/modules/wfsection/article.php?articleid=7>
- http://www.smvu.com.uy/Paginas/smvunovart_1320.asp
- <http://www.monografias.com>
- <http://www.indeconsultores.com>

ANEXO A.



ENCUESTA DE OPINIÓN LA CREACIÓN DE UNA ESCUELA CANINA UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER INSTITUTO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA

OBJETIVO: Realizar una investigación para conocer su opinión con respecto al servicio de una escuela canina en el área metropolitana de Bucaramanga. Realizada a familias que poseen como mascota perros en su casa. Agradecemos de antemano su colaboración.

NOMBRE: _____ TELÉFONO: _____

DIRECCIÓN: _____ BARRIO: _____

1. ¿En la actualidad su familia tiene mascota canina?
SI _____ NO _____
2. ¿Qué edad tiene su perro?
1 a 12 meses (Cachorro) _____ 1 a 3 años (Joven) _____
3 a 5 años (Adulto) _____ 5 a 12 años (Viejo) _____
3. ¿Qué raza es el canino?

4. ¿Cuál es su sexo?
HEMBRA _____ MACHO _____
5. ¿Tienen dificultades con la educación de su mascota?
SI _____ NO _____
6. Si la anterior respuesta es positiva indique qué clase de dificultad
a. No hace sus necesidades fisiológicas en el sitio establecido _____
b. Ladra demasiado ____ c. No obedece ordenes ____ d. Es violento ____
e. Otra ¿Cual? _____
7. ¿Con que corrige a su perro?
a. Periódico _____ b. Correa _____ c. Otros _____
¿Cual? _____

8. ¿Con que juega su mascota?

9. ¿Con que premia a su mascota?

10. ¿Su mascota tiene algún nivel de adiestramiento?
SI _____ NO _____
11. Si la anterior respuesta es positiva por favor indique dónde adquirió su mascota este adiestramiento

12. ¿Encontró alguna dificultad con este servicio?
SI _____ NO _____
¿De qué tipo?
Maltrato mascota _____ Mediocridad en la enseñanza _____
No aprendió nada _____
13. ¿Cómo se entera de empresas que presten este tipo de servicios?
a. Volantes _____ b. Directorio _____ c. Prensa _____ d. Radio _____
e. Televisión _____ f. Recomendación _____ g. Otros _____ ¿CUAL? _____
14. ¿Le gustaría que su mascota tuviera un debido adiestramiento para poder convivir en sociedad?
SI _____ NO _____ PORQUE _____
15. ¿Si existiera una escuela canina que le prestara el servicio de adiestramiento por niveles de 2 meses cada uno; estaría dispuesto a hacer uso del servicio?
SI _____ NO _____
16. ¿Si tuviera un precio fijo mensual independiente del nivel, cuánto estaría dispuesto a pagar por este servicio?
a. \$80.000 _____ b. \$100.000 _____ c. \$120.000 _____
17. ¿Que días necesitaría los servicios de la Escuela Canina?
a. De lunes a viernes _____ b. De lunes a sábado _____
18. ¿En que horario necesitaría que se prestara el servicio?
a. De 6 a.m. a 3 p.m. _____ b. De 7 a.m. a 4 p.m. _____ c. De 8 a.m. a 5 p.m. _____

19. ¿Le gustaría que esta escuela canina le ofreciera un servicio de transporte puerta a puerta para su mascota?

SI _____ NO _____

20. ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por el servicio de transporte mensualmente?

a. \$30.000 _____ b. \$40.000 _____ c. \$50.000 _____

21. ¿Requiere servicio de Restaurante?

SI _____ NO _____

GRACIAS.

ANEXO B.

F_CLI_MUN
Fecha Generación: 16 de Febrero 2007. Hora:08:55 AM



ELECTRIFICADORA DE SANTANDER S.A. E.S.P.
CLIENTES FACTURADOS EN EL PERIODO POR MUNICIPIO

Parametros:FECHA_INICIAL= 01/01/2007.FECHA_FINAL= 31/01/2007.REGULADOS (S/N/T)= S.

ZONA	MUNICIPIO	TOTAL CLIENTES	CLIENTES URBANOS													CLIENTES RURALES												
			RESIDENCIAL						COM	IND	OFI	ACU	A-P	OTR	RESIDENCIAL						COM	IND	OFI	ACU	A-P	OTR		
			EST 1	EST 2	EST 3	EST 4	EST 5	EST 6							EST 1	EST 2	EST 3	EST 4	EST 5	EST 6								
BUCARAMANGA	BETULIA	957	33	343	22	0	0	0	21	2	9	0	0	0	9	482	23	0	0	0	5	1	26	0	1	0		
BUCARAMANGA	BOGOTA	1						1	0	0	0	0	0	0														
BUCARAMANGA	BUCARAMANGA	135.720	12.088	22.818	29.586	36.210	3.601	6.387	20.054	2.758	243	1	0	0	183	1.518	86	12	1	0	92	52	30	0	0	0		
BUCARAMANGA	CALIFORNIA	342	11	75	35	0	0	0	3	2	7	0	1	0	2	171	16	0	0	0	4	12	2	0	1	0		
BUCARAMANGA	CEPITA	459	11	15	0	0	0	0	3	1	6	0	2	0	39	354	9	0	0	0	5	1	13	0	0	0		
BUCARAMANGA	CHARTA	813	99	101	7	0	0	0	11	0	7	0	1	0	72	474	20	0	0	0	6	1	14	0	0	0		
BUCARAMANGA	EL CARMEN DE CHUCURI	2.951	13	399	13	0	0	0	56	4	5	0	1	0	66	2.268	39	0	0	0	42	5	39	0	1	0		
BUCARAMANGA	EL PLAYON	2.945	257	1.018	62	0	0	0	56	11	6	0	1	0	116	1.312	50	1	0	0	12	4	39	0	0	0		
BUCARAMANGA	FLORIDABLANCA	56.581	4.496	19.726	17.873	7.238	2.456	368	2.273	257	92	1	4	0	225	1.138	141	51	5	6	150	57	24	0	0	0		
BUCARAMANGA	GALAN	788	38	195	19	0	0	0	15	0	9	0	3	0	101	370	23	0	0	0	3	0	12	0	0	0		
BUCARAMANGA	GIRO	27.542	4.947	9.272	8.310	541	44	0	1.347	225	47	0	24	0	155	1.809	166	11	5	0	326	276	32	0	5	0		
BUCARAMANGA	LA ESPERANZA	1.315	283	381	0	0	0	0	19	1	11	0	2	0	76	443	66	12	1	0	6	1	13	0	0	0		
BUCARAMANGA	LEBRIJA	7.012	273	1.019	1.327	13	0	0	338	49	9	0	1	0	266	2.252	919	64	10	1	230	182	59	0	0	0		
BUCARAMANGA	LOS SANTOS	2.910	52	239	69	26	0	0	70	8	10	0	1	0	75	1.589	219	269	18	0	164	83	17	0	1	0		
BUCARAMANGA	MATANZA	1.446	71	252	69	0	0	0	12	0	8	0	0	0	218	730	63	1	0	0	4	3	14	0	1	0		
BUCARAMANGA	MEDELLIN - ANTIOQUIA	2						2	0	0	0	0	0	0														
BUCARAMANGA	PIEDECUESTA	26.505	459	6.272	12.249	615	14	0	1.156	117	62	0	16	0	379	3.331	806	479	62	10	269	151	58	0	0	0		
BUCARAMANGA	PUERTO WILCHES	1.229	1	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	415	784	1	0	0	0	16	0	8	0	0	0		
BUCARAMANGA	RIONEGRO	6.426	594	1.188	642	14	0	0	175	15	25	0	1	0	626	2.687	288	15	2	0	59	24	70	0	1	0		
BUCARAMANGA	SABANA DE TORRES	5.337	845	1.537	1.113	0	0	0	260	17	37	1	2	0	210	982	258	2	0	0	35	5	32	1	0	0		
BUCARAMANGA	SAN ALBERTO	4.367	936	1.682	744	2	0	0	239	9	19	0	1	0	75	478	103	26	0	0	24	9	20	0	0	0		
BUCARAMANGA	SAN ANDRES	25													0	25	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
BUCARAMANGA	SAN MARTIN	4.502	1.203	1.395	313	4	1	0	72	9	24	0	1	0	784	456	139	37	2	0	36	11	15	0	0	0		
BUCARAMANGA	SAN VICENTE DE CHUCURI	7.640	651	1.867	654	20	0	0	440	24	24	0	7	0	477	2.824	470	13	2	1	47	5	103	0	11	0		
BUCARAMANGA	SANTA BARBARA	549	2	102	0	0	0	0	4	0	5	0	1	0	0	383	24	0	0	0	7	1	17	0	3	0		
BUCARAMANGA	SANTA HELENA DEL OPON	4																			1	0	3	0	0	0		
BUCARAMANGA	SIMACOTA	2																			0	0	2	0	0	0		
BUCARAMANGA	SURATA	1.076	54	83	43	0	0	0	7	0	4	0	1	0	39	771	39	2	0	0	11	0	22	0	0	0		
BUCARAMANGA	TONA	2.276	90	218	91	0	0	0	21	5	8	0	1	0	92	1.521	111	2	0	0	62	24	28	0	2	0		
BUCARAMANGA	VEVAS	549	50	88	33	0	0	0	2	0	8	0	1	0	97	220	23	0	0	0	3	14	10	0	0	0		
BUCARAMANGA	ZAPATOCA	2.826	371	1.158	551	0	0	0	113	19	18	0	1	0	30	433	81	3	0	0	14	10	23	0	1	0		

COMERCIALES COM
INDUSTRIALES IND
OFICIALES OFI
ALUMBRADOS P AP

ANEXO C.



ANEXO D. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

El primer grupo de 36 caninos llega a la escuela a las 8:00 a.m. y son repartidos de la siguiente manera.

NUMERO DE CANINOS	EMPLEADO A CARGO	ACTIVIDAD	ZONA
5	Adiestrador 1	Base de adiestramiento	Zona 1 para adiestramiento
5	Adiestrador 2	Base de adiestramiento	Zona 2 para adiestramiento
10	Auxiliar 1 y coordinador tecnico	Juegos	Zona para juegos
8	Auxiliar 2	Carreras	Velodromo
8	Auxiliar 3	Recreación	Piscina

A las 9:00 a.m. llega el segundo grupo de 36 caninos y el primer grupo es llevado a los caniles. De esta manera el segundo grupo empieza sus actividades repartidos de la siguiente manera.

NUMERO DE CANINOS	EMPLEADO A CARGO	ACTIVIDAD	ZONA
5	Adiestrador 1	Base de adiestramiento	Zona 1 para adiestramiento
5	Adiestrador 2	Base de adiestramiento	Zona 2 para adiestramiento
10	Auxiliar 1 y coordinador tecnico	Juegos	Zona para juegos
8	Auxiliar 2	Carreras	Velodromo
8	Auxiliar 3	Recreación	Piscina

De esta manera siempre se esta trabajando con un grupo de 36 caninos y los 36 restantes descansan en los caniles.

GRUPO 1		GRUPO 2	
HORA	ESTADO	HORA	ESTADO
08:00 A.M.	ACTIVIDADES	09:00 A.M.	ACTIVIDADES
09:00 A.M.	DESCANSO	10:00 A.M.	DESCANSO
10:00 A.M.	ACTIVIDADES	11:00 A.M.	ACTIVIDADES
11:00 A.M.	ALMUERZO	12:00 M.	ALMUERZO
13:00 P.M.	ACTIVIDADES	14:00 P.M.	ACTIVIDADES
14:00 P.M.	DESCANSO	15:00 P.M.	DESCANSO
15:00 P.M.	ACTIVIDADES	16:00 P.M.	ACTIVIDADES
16:00 P.M.	SALIDA	17:00 P.M.	SALIDA

Cada canino va rotando la actividad que realiza, por lo tanto todos pasan por un adiestrador y cada uno de los auxiliares en el día.

Los empleados encargados de los caninos almuerzan de 12 M. a 13:00 P.M.

El viviente cuida los caniles en el horario de 12 M. 13:00 P.M. con el apoyo del Coordinador administrativo y almuerzan de 13:00 P.M. a 14:00 P.M.

El coordinador administrativo da rondas por la escuela para ayudar en el caso de que algún empleado tenga necesidad de moverse de su puesto de trabajo; cuentan con comunicación interna.

ANEXO E.

SCOOBY CANINE ACADEMY

"Enseñamos y cuidamos a tu mejor amigo"

BUZON DE SUGERENCIAS

Como le pareció la atención en el momento de ofrecer el servicio?

_____ Excelente

_____ Buena

_____ Regular

_____ Mala

Como le pareció el servicio?

_____ Excelente

_____ Buena

_____ Regular

_____ Mala

ANEXO F.

SCOOBY CANINE ACADEMY

"Enseñamos y cuidamos a tu mejor amigo"

SERVICIO AL CLIENTE

ASESOR: _____

PLANILLA No. _____

FECHA	VISITA No.	NOMBRE DEL CLIENTE	DETALLE	FIRMA

ANEXO G.

SCOOBY CANINE ACADEMY
"Enseñamos y cuidamos a tu mejor amigo"
PLANILLA DE ADIESTRAMIENTO

ENTRENADOR: _____

PLANILLA No.

PERRO: _____

FECHA	DETALLE	OBSERVACIONES	CALIFICACION	FIRMA

ANEXO H.

SCOOBY CANINE ACADEMY
"Enseñamos y cuidamos a tu mejor amigo"
PLANILLA DE CONTROL VETERINARIO

VETERINARIO: _____ PLANILLA No.
PERRO: _____

FECHA	DETALLE	OBSERVACIONES	MEDICAMENTO	FIRMA