

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO INTEGRAL DE
ATENCIÓN EN SALUD PARA MASCOTAS (CANINOS Y FELINOS)**

**BEATRIZ JAIMES PINZÓN
ROCÍO MORENO VESGA**

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

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO INTEGRAL DE
ATENCIÓN EN SALUD PARA MASCOTAS (CANINOS Y FELINOS)**

**BEATRIZ JAIMES PINZÓN
ROCÍO MORENO VESGA**

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

Director:

Carlos Manuel Figueroa Orejarena

Magister en Tecnología Educativa y Medios Innovadores Para la Educación

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

2019

AGRADECIMIENTOS

Quiero dedicar este proyecto especialmente a Dios, por brindarme la oportunidad y bendiciones necesarias para alcanzar este logro en mi vida, por siempre estar presente siendo mi guía y roca firme, a mis padres José Antonio Jaimes Tarazona y Beatriz Pinzón de Jaimes, por su apoyo incondicional paciencia y acompañamiento en este proceso y a mis hijos Karolayn Sophia, Santiago José y José Alejandro Chiquillo Jaimes porque son mi motivación, quienes con amor, acompañamiento y paciencia hicieron posible alcanzar este sueño.

A mi compañera de estudios Rocío Moreno Vesga, con quien desarrolle este proyecto durante este camino en la etapa universitaria. Al cuerpo docente por su respaldo y orientación y especialmente a mi director de proyecto Carlos Manuel Figueroa por toda su dedicación y orientación durante la elaboración del proyecto. Mis apreios de todo corazón.

Beatriz Jaimes Pinzón

Agradecer al todo poderoso Jesucristo que me permite cumplir una más de mis metas, contando siempre con su bendición en mi vida. A mis hijos por ser ese motor que me impulsa a ser mejor cada día y surfear cada uno de los obstáculos que se pueden presentar, mi esposo por ser ese apoyo incondicional y mi hermosa madre por enseñarme la perseverancia y nunca rendirme, sino que cada adversidad me hace más fuerte y me permite levantarme con más animo aprendiendo de los errores cometidos como base de no reiterar en ellos.

Agradezco especialmente a mi compañera de trabajo de grado Beatriz Jaimes Pinzón, por hoy poder compartir el logro esperado y anhelado en nuestros

corazones. Agradecimiento a mi director de proyecto de grado: Carlos Manuel Figueroa, por toda la orientación recibida y su apoyo incondicional.

Rocio Moreno Vesga

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	25
1. GENERALIDADES	26
1.1 PANORAMA DEL SECTOR.....	26
1.1.1 Antecedentes	26
1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO	28
1.3 ASPECTOS LEGALES	30
2. ESTUDIO DE MERCADOS	41
2.1 OBJETIVOS.....	41
2.1.1 Objetivo general.....	41
2.1.2 Objetivos específicos	41
2.2 DESCRIPCIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	42
2.2.1 Descripción, usos y especificaciones del servicio	42
2.2.2 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia	43
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	43
2.3.1 Mercado potencial.....	43
2.3.2 Mercado objetivo.....	44
2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	44
2.4.1 La demanda.....	44
2.4.1.1 Descripción del problema de investigación de mercados	44
2.4.1.2 Necesidades de información	46
2.4.1.3 Ficha Técnica.....	47

2.4.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados	49
2.4.3 Estimación de la demanda.....	60
2.4.4 Proyección de la demanda.....	61
2.5 OFERTA O COMPETENCIA	62
2.5.1 Necesidades de información	63
2.5.2 Ficha técnica.....	63
2.5.4 Análisis de la situación actual de la competencia	69
2.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA.....	70
2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	70
2.7.1 Estructura de los canales actuales	70
2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales	71
2.7.3 Selección de los canales de comercialización	71
2.8 PRECIO	72
2.8.1 Análisis de precios de la competencia	72
2.8.2 Estrategias de fijación de precios	73
2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.....	73
2.9.1 Objetivos de publicidad y promoción	73
2.9.2 Logotipo	74
2.9.3 Slogan.....	74
2.9.4 Análisis de medios	75
2.9.5 Selección de medios.....	76
2.9.6 Estrategias publicitarias	77
2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción	78

2.9.7.1 De lanzamiento y operación.....	78
3. ESTUDIO TÉCNICO	80
3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	80
3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto	80
3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto	80
3.1.3 Capacidad del proyecto	81
3.1.4 Capacidad total diseñada.....	81
3.1.4.1 Capacidad instalada	82
3.1.4.2 Capacidad utilizada y proyectada	82
3.2 LOCALIZACIÓN.....	83
3.2.1 Macrolocalización	83
3.2.2 Microlocalización.....	84
3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO	87
3.3.1 Ficha técnica del producto por servicio	87
3.3.2 Descripción técnica del proceso	89
3.3.3 Diagramas de operación, proceso y procedimiento	89
3.3.4 Control de calidad	92
3.3.5 Recursos.....	94
3.3.5.1 Recurso humano.....	94
3.3.5.2 Recurso físico	94
3.3.5.3 Recurso de insumos	96
3.3.6 Análisis de proveedores.....	97
3.3.7 Distribución de planta	98

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	99
4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN.....	99
4.2 CULTURA ORGANIZACIONAL.....	99
4.2.1 Visión.....	99
4.2.2 Misión.....	99
4.2.3 Objetivos de la organización.....	100
4.2.4 Políticas.....	100
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	101
4.3.1 Organigrama.....	101
4.3.2 Descripción y perfil de cargos.....	101
4.3.3 Asignación salarial.....	105
5. ESTUDIO FINANCIERO.....	107
5.1 INVERSIONES.....	107
5.1.1 Inversión fija.....	107
5.1.1.1 Terrenos.....	107
5.1.1.2 Maquinaria y equipo.....	107
5.1.1.3 Muebles y enseres.....	108
5.1.1.4 Equipo de oficina.....	109
5.1.1.5 Herramientas.....	109
5.1.1.6 Total inversión fija.....	109
5.1.2 Inversión diferida.....	110
5.1.3 Inversión capital de trabajo.....	110
5.1.3.1 Costos de producción.....	111

5.1.3.2 Gastos de administración y ventas	114
5.1.3.3 Gastos Financieros (Intereses)	115
5.1.3.4 Total capital de trabajo	118
5.1.4 Inversión total.....	118
5.1.5 Fuentes de financiación	119
5.2 COSTOS.....	119
5.2.1 Costos fijos	119
5.2.2 Costos variables	120
5.2.3 Costos totales unitarios.....	120
5.2.4 Precio de venta.....	121
5.3 PROYECCIÓN DE INGRESOS Y EGRESOS	121
5.3.1 Proyección de ingresos.....	121
5.3.2 Proyección de egresos	122
5.4 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	123
5.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO	125
5.6 BALANCE GENERAL PROYECTADO	126
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	127
6.1 EVALUACIÓN SOCIAL.....	127
6.2 EVALUACIÓN FINANCIERA	128
6.2.1 Tasa de rendimiento	128
6.2.1.1 Tasa mínima de rendimiento.....	128
6.2.2 Tasa interna de retorno TIR	131
6.2.3 Periodo de Recuperación.....	132

6.2.4 Razones financieras	133
6.2.5 Punto de equilibrio	134
6.3 EVALUACIÓN AMBIENTAL.....	135
6.3.1 Matriz de evaluación de impactos.....	136
6.3.2 Plan de mitigación.....	137
7. CONCLUSIONES	138
8. RECOMENDACIONES	140
BIBLIOGRAFÍA	141
ANEXOS	147

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Ficha técnica.....	47
Tabla 2. Tenencia de mascotas.....	49
Tabla 3. Tipo de mascotas.....	50
Tabla 4. Importancia de la mascota en el hogar	51
Tabla 5. Frecuencia con que visitan el veterinario	52
Tabla 6. Valor a cancelar por consulta.....	53
Tabla 7. Afiliación a CIASM	54
Tabla 8. Servicio utilizado.	55
Tabla 9. Veterinaria utilizada frecuentemente.....	56
Tabla 10. Microchip de identificación	58
Tabla 11. Cómo califica el servicio de atención en salud para su mascota	59
Tabla 12. Población por estratos	60
Tabla 13. Estimación demanda CIASM	60
Tabla 14. Proyección de la demanda.....	62
Tabla 15. Ficha técnica.....	63
Tabla 16. Tamaño de veterinaria.	64
Tabla 17. Servicios prestados.....	65
Tabla 18. Instalaciones propias	66
Tabla 19. Equipos de atención.....	67
Tabla 20. Servicios prestados al mes	68
Tabla 21. Debilidades y fortalezas de la competencia.....	70

Tabla 22. Precios competencia.....	72
Tabla 23. Lanzamiento y operación	78
Tabla 24. Ponderación de Factores	84
Tabla 25. Descripción de grados	85
Tabla 26. Asignación de grados a factores	85
Tabla 27. Asignación de puntajes a cada factor	86
Tabla 28. Puntajes finales para cada barrio.....	86
Tabla 29. Ficha técnica del servicio	87
Tabla 30. Recurso humano.....	94
Tabla 31. Muebles y enseres.....	94
Tabla 32. Equipos de oficina.....	95
Tabla 33. Herramientas.	95
Tabla 34. Maquinaria y equipos.	96
Tabla 35. Recursos de insumos.....	97
Tabla 36. Proveedores.....	97
Tabla 37. Políticas	100
Tabla 38. Perfil del Administrador	102
Tabla 39. Perfil de Recepcionista	103
Tabla 40. Perfil de Veterinario	104
Tabla 41. Perfil de Auxiliar operacional.....	105
Tabla 42. Asignación salarial	106
Tabla 43. SMLMV y Auxilio de Transporte.....	106
Tabla 44. Factor Prestacional	106

Tabla 45. Maquinaria y equipo.....	107
Tabla 46. Muebles y enseres.....	108
Tabla 47. Equipo de oficina.....	109
Tabla 48. Herramientas.	109
Tabla 49. Total inversión fija.....	109
Tabla 50. Inversión diferida.....	110
Tabla 51. Insumos.	111
Tabla 52. Mano de obra directa	112
Tabla 53. Depreciación	112
Tabla 54. Servicios públicos y arrendamiento.....	113
Tabla 55. Total costos indirectos.	114
Tabla 56. Total costos de prestación del servicio.	114
Tabla 57. Nómina administrativa.....	115
Tabla 58. Gastos de administración y ventas	115
Tabla 59. Amortización del crédito.....	115
Tabla 60. Gastos Financieros (Intereses)	116
Tabla 61. Resumen de crédito.....	118
Tabla 62. Total capital de trabajo.....	118
Tabla 63. Inversión total.....	118
Tabla 64. Fuentes de financiación	119
Tabla 65. Resumen del crédito	119
Tabla 66. Costos fijos.	120
Tabla 67. Costos variables.	120

Tabla 68. Costos totales unitarios.....	121
Tabla 69. Proyección de unidades a vender.....	122
Tabla 70. Ingresos de ventas.....	122
Tabla 71. Egresos.....	123
Tabla 72. Estado de resultados proyectado.....	124
Tabla 73. Flujo de caja proyectado.	125
Tabla 74. Balance general proyectado.	126
Tabla 75. Valor Presente Neto.....	131
Tabla 76. Tasa Interna de Retorno	132
Tabla 77. Razones financieras.....	133
Tabla 78. Matriz de impactos	136

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Localización de Barrancabermeja.....	30
Figura 2. Canales de comercialización.	72
Figura 3. Logotipo	74
Figura 4. Localización de Barrancabermeja, Santander	83
Figura 5. Micro localización del proyecto.	87
Figura 6. Diagrama de Afiliaciones.	90
Figura 7. Diagrama de consultas médicas.	91
Figura 8. Diagrama de cirugías.....	92
Figura 9. Plano de la empresa.	98
Figura 10. Organigrama.....	101

LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Tenencia de mascotas	49
Gráfica 2. Tipo de mascotas	50
Gráfica 3. Importancia de la mascota en el hogar	51
Gráfica 4. Frecuencia con que visitan el veterinario	52
Gráfico 5. Valor a cancelar por consulta.	54
Gráfica 6. Afiliación a CIASM.....	55
Gráfica 7. Servicio utilizado.	56
Gráfica 8. Veterinaria utilizada frecuentemente.	57
Gráfica 9. Microchip de identificación	58
Gráfica 10. Cómo califica el servicio de atención en salud para su mascota.....	59
Gráfica 11. Tamaño de veterinaria.....	65
Gráfica 12. Servicios prestados	66
Gráfica 13. Instalaciones propias.....	67
Gráfica 14. Equipos de atención	68
Gráfica 15. Servicios prestados al mes.....	69
Gráfica 16. Punto de equilibrio.....	135

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO A. ENCUESTA SOBRE LA NECESIDAD DE LA CREACIÓN DE UN CENTRO INTEGRAL DE ATENCIÓN EN SALUD PARA MASCOTAS.....	148
ANEXO B. ENCUESTA REALIZADA EN LAS 32 VETERINARIAS DE LA CIUDAD DE BARRANCABERMEJA	150

RESUMEN

TÍTULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO INTEGRAL DE ATENCIÓN EN SALUD PARA MASCOTAS (CANINOS Y FELINOS) EN BARRANCABERMEJA.*

AUTOR: JAIMES PINZÓN, Beatriz; MORENO VESGA, Rocío.**

PALABRAS CLAVE: Mascotas, salud animal, cuidados veterinarios, EPS animal.

DESCRIPCIÓN:

El Centro Integral de Atención en Salud para Mascotas, se constituye en una alternativa para aquellas familias que cuentan entre sus miembros con un canino o felino y reconocen la importancia de proveerles alimentación, espacios para la recreación, el descanso, atención en salud y entrenamiento adecuado para que su convivencia sea una experiencia agradable y enriquecedora para las partes.

En el desarrollo del presente estudio de factibilidad, se establecieron los factores claves para determinar el alcance del proyecto, determinar la población, los servicios a ofrecer y definir la viabilidad de la implementación de este proyecto en la ciudad de Barrancabermeja. Cada estudio adelantado, mercado, técnico, administrativo, financiero, ambiental, permitió definir las condiciones para que su desarrollo fuera realmente sustentable en todo sentido.

* Trabajo de Grado

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

ABSTRACT

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

AUTHOR: JAIMES PINZON, Beatriz; MORENO VESGA, Rocío.**

KEYWORDS: Pets, animal health, veterinary care, animal EPS.

DESCRIPTION:

The Integral Center of Health Care for Pets is an alternative for those families that have among their members a canine or feline and recognize the importance of providing them with food, spaces for recreation, rest, health care and proper training so that their coexistence is a pleasant and enriching experience for the parties.

In the development of the present feasibility study, the key factors were established to determine the scope of the project, determine the population, the services to be offered and define the viability of the implementation of this project in the city of Barrancabermeja. Each advance study, market, technical, administrative, financial, environmental, allowed to define the conditions so that its development was sustainable in every sense

* Bachelor Thesis

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

GLOSARIO

ANIMALES DOMÉSTICOS: Los animales domésticos son pequeños o grandes animales que pueden llegar a ser domesticados por el hombre y, por tanto, convivir con ellos. Cuando pensamos en animales domésticos lo hacemos en perros, gatos, etc., pero también lo son los caballos, las gallinas, etc. porque son animales domesticados por el hombre.

ATENCIÓN: Acto que muestra que se está atento al bienestar o seguridad de alguien o muestra respeto, cortesía o afecto.

CENTRO: Lugar en que se desarrolla intensamente una actividad concreta

INTEGRAL: Cuando hablamos de integral nos referimos a recursos ideológicos que describen la globalización de un sistema en el que se integran todos los aspectos asociados para un óptimo desempeño.

MASCOTAS: La palabra mascota se utiliza para nombrar al animal de compañía. Estos animales, por lo tanto, acompañan a los seres humanos en su vida cotidiana, por lo que no son destinados al trabajo ni tampoco son sacrificados para que se conviertan en alimento.

PROMOCIÓN Y PREVENCIÓN: La promoción de la salud y la prevención de la enfermedad son todas aquellas acciones, procedimientos e intervenciones integrales, orientadas a que la población, como individuos y como familias, mejoren sus condiciones para vivir y disfrutar de una vida saludable y para mantenerse sanos.

SALUD: La definición de salud dada por la Organización Mundial de la Salud en 1948 es la siguiente: "La salud es un estado de bienestar físico, mental y social completo, y no meramente la ausencia del mal o la enfermedad".

SERVICIO: Un Servicio representa un conjunto de acciones las cuales son realizadas para servir a alguien, algo o alguna causa.

URGENCIA: Se denomina urgencia a una situación que requiere una toma de decisiones inmediata a efectos de evitar efectos indeseados.

INTRODUCCIÓN

Cada vez son más los hogares que incluyen a una mascota en su diario vivir, este incremento también ha originado un aumento en la demanda de servicios especializados con el fin de garantizar el buen desarrollo físico y bienestar de las mascotas.

Las mascotas que más prefieren las familias son los perros y gatos, los cuales en su gran mayoría son adoptados desde su fase de cachorros. La inexperiencia en el cuidado físico de estos animales hace que sus amos requieran del apoyo profesional veterinario y de un centro de atención para velar por la salud de sus mascotas.

Este proyecto quiere ofrecer un servicio de atención en salud para animales (caninos y felinos) que permitirá a los propietarios de las mascotas una alternativa que promueva el bienestar físico de los animales, otorgándole todos los cuidados y requerimientos que necesiten en su atención.

En el diseño metodológico se definen los principales servicios y sus componentes técnicos, donde se plantea una investigación de mercado, de tipo descriptiva, utilizando el método inductivo y aplicando una encuesta al mercado potencial que permita definir las características de los servicios a ofertar, las alternativas de ubicación, las frecuencias de uso, la infraestructura del proyecto y los recursos requeridos para su puesta en marcha.

Se realizó una prueba piloto que permitió validar las preguntas de la encuesta. Con los resultados se estimó la demanda y la proyección de ésta. Con el análisis de la oferta o competencia existente actualmente en el municipio, se buscó, a partir de algunas preguntas de la encuesta de la demanda, se elabora una matriz competitiva.

1. GENERALIDADES

1.1 PANORAMA DEL SECTOR

1.1.1 Antecedentes. Al remontarse a los inicios de la historia de la medicina veterinaria, resalta el nombre de Aristóteles, que en su extensa obra sobre historia natural dejó plasmados importantes conceptos sobre patologías inherentes a los animales. Estos conocimientos, consultados y ampliados por varios autores, dieron origen a los primeros tratados sobre la medicina y la zootecnia de los animales.¹

En el caso de los escritores latinos sobresale “Catón el viejo” (234 – 149 a.C.) en su escrito *De re rustica* y Varrón (116 – 27 a.C.) autor de tres libros de agricultura *Rerum rusticarum libri III*. A finales del siglo primero, Lucio Julio Columela, en su obra *Los doce libros de agricultura*, utilizó por primera vez el término veterinario para definir al pastor que cura las enfermedades de los animales (Egaña, 1941).²

Si bien los pastores ancestrales se dedicaron al tratamiento de enfermedades de los ganados, y en especial de los ovinos y bovinos, arte reconocido como buiátrica o buiatría. El mayor avance se logró con los estudios realizados para curar enfermedades de los caballos, por razón de la importancia fundamental de estos animales como medio de transporte y por su fortaleza y su valor en los ejércitos que los destinaban a las guerras y a las conquistas, conformando con ellos las divisiones de caballería.³

¹ REVISTA ELECTRÓNICA DE VETERINARIA (REDVET). Veterinaria. [En Línea]. VETERINARIA.ORG. 2009. Vol. 10. No. 5B – Monográfico 13º Aniversario. Disponible en: <http://www.veterinaria.org/revistas/redvet/n050509B/050917B.pdf>

² Ibíd.

³ Ibíd.

Fue así como surgió La hipiátrica, campo donde, hasta hace unos años, se investigó y se enseñó con mayor intensidad la veterinaria.

Una de las primeras escuelas de Veterinaria fundadas en territorio americano fue la de Nueva York (1846), seguida por la de Boston (1883). Entre las primeras de Latinoamérica se encuentra la Escuela Nacional de Veterinaria (1884) de Bogotá, que actualmente es la Facultad de Medicina Veterinaria de la Universidad Nacional de Colombia. Posteriormente en 1907, se fundó la Escuela Libre de Medicina Veterinaria de la Habana, actualmente Facultad de Medicina Veterinaria.⁴

Así, con base en el conocimiento y el arte acumulados por siglos en diferentes culturas y regiones, surgió la Ciencia Veterinaria que integró la experiencia y sabiduría ancestrales de pastores, curanderos, guerreros, cazadores y chamanes, con los saberes en medicina veterinaria de los griegos, romanos, bizantinos y musulmanes, a quienes siguieron los albéitares, los maestros, herreros y mariscales.⁵

Este esfuerzo se ha consolidado y se sigue expandiendo con el aporte de los investigadores, pues los animales son los mejores amigos del hombre y son ellos quienes velarán por la búsqueda de la salud de sus seres queridos poniendo su fe en centros de atención en salud para mascotas donde se encuentre el personal veterinario mejor calificado.⁶

⁴ Op. Cit.

⁵ Op. Cit.

⁶ Op. Cit.

1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO

Barrancabermeja es un municipio de Colombia, ubicado en el departamento de Santander. Es sede de una de las refinerías de petróleo más grande del país y es la capital de la Provincia de Mares.⁷

Está ubicada a 120 km al occidente de Bucaramanga, a orillas del Río Magdalena, en la región del Magdalena Medio, siendo el municipio más importante de ésta y segundo en todo el departamento. Fue un corregimiento hasta 1922, año en que fue fundada como municipio.⁸

Barrancabermeja está situada en el fértil valle del Magdalena, en la margen derecha del río que da nombre al valle. El municipio está rodeado de un sin fin de ciénagas y quebradas que le han dado el apodo de "ciudad entre aguas".⁹

La Ciénaga San Silvestre es un paisaje que destacar. Es la reserva natural más importante de Barrancabermeja, las ventajas de este centro lacustre son muchas: se pueden realizar recorridos en bote, participar de las actividades del crucero del amor y practicar ski. A su vez, la ciénaga sirve de balneario, para lo cual se deben escoger sitios propicios y seguros.¹⁰

Desde Barrancabermeja también es factible viajar a Yondó sobre el Río Magdalena o a través del puente que comunica al municipio con el departamento de Antioquia. Allí los visitantes pueden conocer la Laguna del Miedo, la Sabana de Torres y

⁷ ALCALDÍA MUNICIPAL DE BARRANCABERMEJA. Información General. [En Línea]. Alcaldía de Barrancabermeja. 2018. (Recuperado en 08 de febrero de 2019). Disponible en: <https://www.barrancabermeja.gov.co/municipio/Informacion-General>.

⁸ Ibíd.

⁹ Ibíd.

¹⁰ Ibíd.

disfrutar de los paseos familiares en los sitios conocidos como La Gómez y La Llana.¹¹

En el municipio está localizada una de las refinerías de petróleo más grande de Colombia, perteneciente a la empresa estatal Ecopetrol. Gran parte de la economía de la ciudad gira en torno a la industria Petroquímica que se asienta en este municipio. La refinería de Barrancabermeja es la principal refinería del país, con una producción total de 350.000 barriles de combustible al día. Entre otras labores económicas de la región, se destacan la operación portuaria y los servicios logísticos para el transporte, la ganadería, la pesca, la agricultura y el comercio.¹²

Barrancabermeja cuenta con una superficie de 1.154 km², está rodeada de un sin fin de ciénagas y quebradas, a pesar de que no es una isla. No hay ningún tipo de elevación en la ciudad, pero el área rural está atravesada en la sección oriental del área total municipal por la serranía de los Yariguíes. La principal y más conocida elevación de la serranía es la meseta de San Rafael.¹³

Centro Integral de atención en salud para mascotas estará ubicado en el municipio de Barrancabermeja, Departamento de Santander.¹⁴

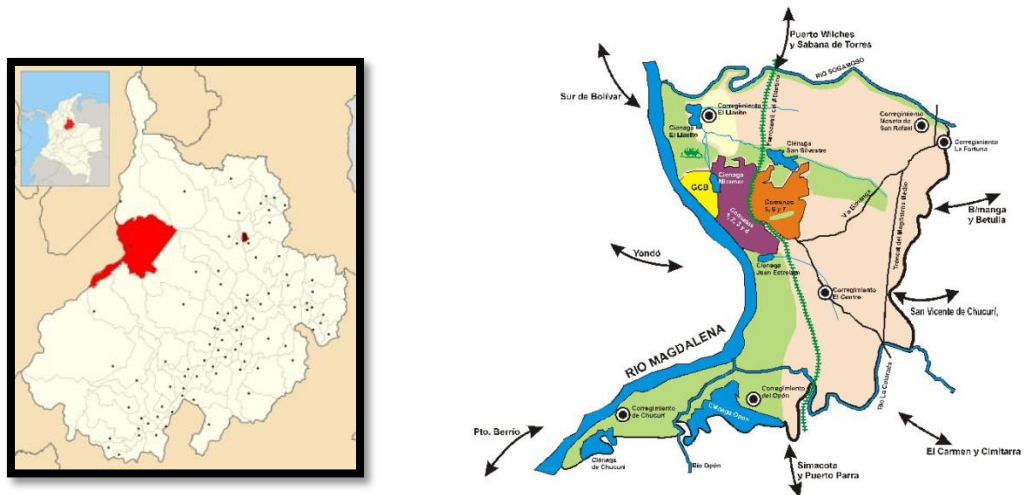
¹¹Ibíd.

¹² Ibíd.

¹³ Ibíd.

¹⁴ Ibíd.

Figura 1. Localización de Barrancabermeja



Fuente: ALCALDÍA MUNICIPAL DE BARRANCABERMEJA. Localización Municipio de Barrancabermeja. [En Línea]. Alcaldía de Barrancabermeja. 16 de mayo de 2017. Disponible en: <https://www.google.com/search?biw=mapa+de+Barrancabermeja>

1.3 ASPECTOS LEGALES

Ley 1774 del 6 de enero de 2016

ART. 1º Los animales como seres sintientes no son cosas, recibirán especial protección contra el sufrimiento y el dolor, en especial, el causado directa o indirectamente por los humanos, por lo cual en la presente ley se tipifican como punibles algunas conductas relacionadas con el maltrato a los animales, y se establece un procedimiento sancionatorio de carácter policivo y judicial.¹⁵

¹⁵ EL CONGRESO DE COLOMBIA. Ley 1774. (6 de enero de 2016). “Por medio de la cual se modifican el código civil, la ley 84 de 1989, el código penal, el código de procedimiento penal y se dictan otras disposiciones”. Diario Oficial. Bogotá D.C. No. 49.747 de 6 de enero de 2016. [En Línea]. PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. (Recuperado de 23 de marzo de 2018). Disponible en Internet: <http://es.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201774%20DEL%206%20DE%20ENERO%20DE%202016.pdf>

ART. 3°. Principios.

- a) Protección al animal. El trato a los animales se basa en el respeto, la solidaridad, la compasión, la ética, la justicia, el cuidado, la prevención del sufrimiento, la erradicación del cautiverio y el abandono, así como de cualquier forma de abuso, maltrato, violencia, y trato cruel;
- b) Bienestar animal. En el cuidado de los animales, el responsable o tenedor de ellos asegurará como mínimo:
 - 1. Que no sufran hambre ni sed,
 - 2. Que no sufran injustificadamente malestar físico ni dolor;
 - 3. Que no les sean provocadas enfermedades por negligencia o descuido;
 - 4. Que no sean sometidos a condiciones de miedo ni estrés;
 - 5. Que puedan manifestar su comportamiento natural;
- c) Solidaridad social. El Estado, la sociedad y sus miembros tienen la obligación de asistir y proteger a los animales con acciones diligentes ante situaciones que pongan en peligro su vida, su salud o su integridad física.

Así mismo, tienen la responsabilidad de tomar parte activa en la prevención y eliminación del maltrato, crueldad y violencia contra los animales; también es su deber abstenerse de cualquier acto injustificado de violencia o maltrato contra estos y denunciar aquellos infractores de las conductas señaladas de los que se tenga conocimiento.

ART. 4°. El artículo 10 de la Ley 84 de 1989 quedará así: Artículo 10. Los actos dañinos y de crueldad contra los animales descritos en la presente ley que no causen la muerte o lesiones que menoscaben gravemente su salud o integridad física de conformidad con lo establecido en el título XI-A del Código Penal, serán

sancionados con multa de cinco (5) a cincuenta (50) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

Ley 1638 del 27 de junio de 2013

ART. 1°. Prohibición. Se prohíbe el uso de animales silvestres ya sean nativos o exóticos de cualquier especie en espectáculos de circos fijos e itinerantes, sin importar su denominación, en todo el territorio Nacional.¹⁶

Ley 84 de 1989 diciembre 27

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.¹⁷

Capítulo 1:

ART. 1°. A partir de la promulgación de la presente ley, los animales tendrán en todo el territorio nacional especial protección contra el sufrimiento y el dolor, causados directa o indirectamente por el hombre.

¹⁶ EL CONGRESO DE COLOMBIA. Ley 1638. (27 de junio de 2013). "Por medio de la cual se prohíbe el uso de animales silvestres, ya sean nativos o exóticos, en circos fijos e itinerantes". Diario Oficial. Bogotá D.C. No. 48.834 de 27 de junio de 2013. [En Línea]. Presidencia de la República. (Recuperado de 10 de marzo de 2018). Disponible en: <http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Leyes/Documents/2013/LEY%201638%20DEL%2024%20DE%20JUNIO%20DE%202013.pdf>.

¹⁷ EL CONGRESO DE COLOMBIA. Ley 84. (Diciembre 27 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". [En Línea]. Universidad de la Sabana. 17 de diciembre de 1989. (Recuperado de 10 de marzo de 2018). Disponible en: https://www.unisabana.edu.co/fileadmin/Archivos_de_usuario/Documentos/Documentos_Investigacion/Docs_Comite_Etica/Ley_84_de_1989_Estatuto_Nacional_de_Proteccion_de_Animales_unisabana.pdf.

ART. 2°. - Las disposiciones de la presente ley, tienen por objeto:

- a. Prevenir y tratar el dolor y el sufrimiento de los animales;
- b. Promover la salud y el bienestar de los animales, asegurándoles higiene, sanidad y condiciones apropiadas de existencia;
- c. Erradicar y sancionar el maltrato y los actos de crueldad para con los animales;
- d. Desarrollar programas educativos a través de medios de comunicación del Estado y de los establecimientos de educación oficiales y privados, que promuevan el respeto y el cuidado de los animales;
- e. Desarrollar medidas efectivas para la preservación de la fauna silvestre.

ART. 3°: La violación de las disposiciones contenidas en el presente Estatuto son contravenciones cuyo conocimiento compete a los funcionarios descritos en el Capítulo décimo de esta Ley.

Capítulo 2: De los deberes para con los animales

ART. 4°. - Toda persona está obligada a respetar y abstenerse de causar daño o lesión a cualquier animal. Igualmente debe denunciar todo acto de crueldad cometido por terceros del que tenga conocimiento.

ART. 5°. - Además de lo dispuesto en el artículo anterior, son también deberes del propietario, tenedor o poseedor de un animal, entre otros:

- a. Mantener el animal en condiciones locativas apropiadas en cuanto a modalidad, luminosidad, aireación, aseo e higiene;
- b. Suministrarle bebida, alimento en cantidad y calidad suficientes, así como medicinas y los cuidados necesarios para asegurar su salud, bienestar y para evitarle daño, enfermedad o muerte;

c. Suministrarle abrigo apropiado contra la intemperie, cuando la especie de animal y las condiciones climáticas así lo requieran. PARÁGRAFO. - Cuando se trate de animales domésticos o domesticados, en cautividad o confinamiento las condiciones descritas en el presente artículo deberán ser especialmente rigurosas, de manera tal que los riesgos de daño, lesión, enfermedad o muerte sean mínimos.

Capítulo 3: De la crueldad para con los animales. Artículo 6: El que cause daño a un animal o realice cualquiera de las conductas consideradas como crueles para con los mismos por esta Ley, será sancionado con la pena prevista para cada caso. Se presumen hechos dañinos y actos de crueldad para con los animales los siguientes:

- a. Herir o lesionar a un animal por golpe, quemadura, cortada o punzada o con arma de fuego;
- b. Causar la muerte innecesaria o daño grave a un animal obrando por motivo abyecto o fútil;
- c. Remover, destruir, mutilar o alterar cualquier miembro, órgano o apéndice de un animal vivo, sin que medie razón técnica, científica, zoo profiláctico, estética o se ejecute por piedad para con el mismo;
- d. Causar la muerte inevitable o necesaria a un animal con procedimientos que originen sufrimiento o que prolonguen su agonía. Es muerte inevitable o necesaria la descrita en los artículos 17 y 18 del Capítulo V de esta Ley;
- e. Enfrentar animales para que se acometan y hacer de las peleas así provocadas un espectáculo público o privado;
- f. Convertir en espectáculo público o privado, el maltrato, la tortura o la muerte de animales adiestrados o sin adiestrar;
- g. Usar animales vivos para entrenamiento o para probar o incrementar la agresividad o la pericia de otros animales;
- h. Utilizar para el servicio de carga, tracción, monta o espectáculo, animales ciegos, heridos, deformes, o enfermos gravemente o desherrados en vía asfaltada,

pavimentada o empedrada o emplearlos para el trabajo cuando por cualquier otro motivo no se hallen en estado físico adecuado;

i. Usar animales cautivos como blanco de tiro, con objetos susceptibles de causarles daño o muerte con armas de cualquier clase;

j. Toda privación de aire, luz, alimento, movimiento, espacio suficiente, abrigo, higiene o aseo, tratándose de animal cautivo, confinado, doméstico o no, que le cause daño grave o muerte;

k. Pelar o desplumar animales vivos o entregarlos a la alimentación de otros;

l. Abandonar sustancias venenosas o perjudiciales en lugares accesibles a animales diferentes de aquellos a los cuales específicamente se trata de combatir;

m. Recargar de trabajo a un animal a tal punto que como consecuencia de exceso o esfuerzo superior a su capacidad o resistencia se le cause agotamiento, extenuación manifiesta o muerte;

n. Usar mallas camufladas para la captura de aves y emplear explosivos o venenos para la de peces. La utilización de mallas camufladas para la captura de aves será permitida únicamente con fines científicos, zoo profilácticos o veterinarios y con previa autorización de la entidad administradora de los recursos naturales;

o. Envenenar o intoxicar a un animal, usando para ello cualquier sustancia venenosa, tóxica, de carácter líquido, sólido o gaseoso, volátil, mineral u orgánico;

p. Sepultar vivo a un animal;

q. Confinar uno o más animales en condiciones tales que le produzca la asfixia;

r. Ahogar a un animal;

s. Hacer con bisturí, aguja o cualquier otro medio susceptible de causar daño o sufrimiento prácticas de destreza manual con animales vivos o practicar la vivisección con fines que no sean científicamente demostrables y en lugares o por personas que no estén debidamente autorizadas para ello;

t. Estimular o entumecer a un animal con medios químicos, físicos o quirúrgicos, para fines competitivos, de exhibición o utilización en espectáculo público o privado y en general aplicarles drogas sin perseguir fines terapéuticos;

- u. Utilizar animales vivos o muertos en la elaboración de escenas cinematográficas o audiovisuales destinadas a la exhibición pública o privada, en las que se cause daño o muerte a un animal con procedimientos crueles o susceptibles de promover la crueldad contra los mismos;
- v. Dejar expósito o abandonar a su suerte a un animal doméstico o domesticado en estado de vejez, enfermedad, invalidez o incapacidad de procurarse la subsistencia;
- w. Realizar experimentos con animales vivos de grado superior en la escala zoológica al indispensable, según la naturaleza de la experiencia;
- x. Abandonar a sus propios medios animales utilizados en experimentos;
- y. Causar la muerte de animales grávidos, cuando tal estado sea patente en el animal, salvo que se trate de industrias legalmente establecidas que se funden en la explotación del nonato;
- z. lastimar o arrollar un animal intencionalmente o matarlo por simple perversidad.

Ley 590 de 2000

Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas.

ARTICULO 1°. OBJETO DE LA LEY. La presente ley tiene por objeto:

- a) Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos;
- b) <Literal derogado por el artículo 276 de la Ley 1450 de 2011>
- c) Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas;

- d) Promover una más favorable dotación de factores para las micro, pequeñas y medianas empresas, facilitando el acceso a mercados de bienes y servicios, tanto para la adquisición de materias primas, insumos, bienes de capital y equipos, como para la realización de sus productos y servicios a nivel nacional e internacional, la formación de capital humano, la asistencia para el desarrollo tecnológico y el acceso a los mercados financieros institucionales;
- e) <Literal derogado por el artículo 276 de la Ley 1450 de 2011>
- f) Señalar criterios que orienten la acción del Estado y fortalezcan la coordinación entre sus organismos; así como entre estos y el sector privado, en la promoción del desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas;
- g) Coadyuvar en el desarrollo de las organizaciones empresariales, en la generación de esquemas de asociatividad empresarial y en alianzas estratégicas entre las entidades públicas y privadas de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas;
- h) Apoyar a los micro, pequeños y medianos productores asentados en áreas de economía campesina, estimulando la creación y fortalecimiento de MiPymes rurales,
- i) Asegurar la eficacia del derecho a la libre y leal competencia para las MiPymes;
- j) Crear las bases de un sistema de incentivos a la capitalización de las micro, pequeñas y medianas empresas.

Ley 1450 de 2011

Por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo, 2010-2014.

ARTÍCULO 1°. PLAN NACIONAL DE DESARROLLO Y PLAN DE INVERSIONES 2011-2014. El Plan Nacional de Desarrollo 2011-2014: Prosperidad para Todos, que se expide por medio de la presente ley, tiene como objetivo consolidar la seguridad con la meta de alcanzar la paz, dar un gran salto de progreso social, lograr un

dinamismo económico regional que permita desarrollo sostenible y crecimiento sostenido, más empleo formal y menor pobreza y, en definitiva, mayor prosperidad para toda la población.

Ley 905 de 2004

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

ARTÍCULO 1°. El literal b) del artículo 1o de la Ley 590 de 2000 quedará así:

b) Estimular la promoción y formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, MiPymes.

ARTÍCULO 2°. El artículo 2° de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 2°. Definiciones. Para todos los efectos, se entiende por micro incluidas las Famiempresas pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana.

Ley 1014 de 2006

De fomento a la cultura del emprendimiento.

ARTÍCULO 2°. OBJETO DE LA LEY. La presente ley tiene por objeto:

- a) Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley;
- b) Disponer de un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional, que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas;
- c) Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas;
- d) Establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento a través del fortalecimiento de un sistema público y la creación de una red de instrumentos de fomento productivo;
- e) Crear un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimiento; entendiéndose como tal, la acción formativa desarrollada en la totalidad de los programas de una institución educativa en los niveles de educación preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, a fin de desarrollar la cultura de emprendimiento;
- f) Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de nuevas empresas;
- g) Propender por el desarrollo productivo de las micro y pequeñas empresas innovadoras, generando para ellas condiciones de competencia en igualdad de oportunidades, expandiendo la base productiva y su capacidad emprendedora, para así liberar las potencialidades creativas de generar trabajo de mejor calidad, de aportar al sostenimiento de las fuentes productivas y a un desarrollo territorial más equilibrado y autónomo;
- h) Promover y direccionar el desarrollo económico del país impulsando la actividad productiva a través de procesos de creación de empresas competentes, articuladas

con las cadenas y clústeres productivos reales relevantes para la región y con un alto nivel de planeación y visión a largo plazo;

i) Fortalecer los procesos empresariales que contribuyan al desarrollo local, regional y territorial;

j) Buscar a través de las redes para el emprendimiento, el acompañamiento y sostenibilidad de las nuevas empresas en un ambiente seguro, controlado e innovador.

Ley 1429 de 2010

Por la cual se expide la Ley de Formalización y Generación de Empleo.

ARTÍCULO 1°. OBJETO. La presente ley tiene por objeto la formalización y la generación de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas; de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalizarse.

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 Objetivo general. Realizar un estudio de mercados mediante la obtención de información primaria y secundaria que permita caracterizar las variables de mercadotecnia necesarias para determinar la viabilidad comercial y la prestación de un adecuado y eficiente un Centro Integral de Atención en Salud para Mascotas (Caninos y Felinos) en la ciudad de Barrancabermeja.

2.1.2 Objetivos específicos:

- Realizar la descripción del servicio a ofrecer y porqué se diferencia la empresa de la competencia.
- Identificar el mercado potencial y el mercado objetivo a quien va dirigido el servicio de atención en salud para mascotas en la ciudad de Barrancabermeja.
- Realizar análisis de mercado para identificar los clientes potenciales, la competencia, las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades del negocio.
- Estimar la demanda actual y futura de servicios para la empresa mediante el análisis de la información recopilada en las encuestas realizadas en la ciudad de Barrancabermeja.
- Analizar los canales de comercialización, presentando la estructura que sea apropiada para la prestación del servicio de atención en salud para mascotas.

- Establecer un plan de promoción y publicidad que permita dar a conocer la empresa, mediante el estudio y el análisis de los diferentes medios de comunicación de la ciudad de Barrancabermeja.

2.2 DESCRIPCIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Centro Integral de Atención de Salud Para Mascotas (CIASM) es una empresa que brindará servicios de salud privada para las mascotas que se encuentren afiliadas a ella, y a aquellas que las requieran en momentos adversos.

2.2.1 Descripción, usos y especificaciones del servicio. El Centro Integral de atención en salud para mascotas es una entidad responsable de la atención de las mascotas. Su función básica será organizar y garantizar, directa o indirectamente, la prestación de un plan de salud a sus afiliados.

Sus funciones estarán direccionadas a controlar la atención integral, eficiente, oportuna y de calidad en los servicios de salud tales como el derecho a una primera valoración e inserción del microchip.

El microchip de identificación es tan pequeño como un grano de arroz, se implanta subcutáneamente una sola vez en la vida y permanece en el cuerpo del animal para siempre. Cada microchip tiene un número único (15 dígitos) homologado mundialmente. Con este número, detectado por un lector especial, cada canino o felino queda identificado con la información de su propietario en una base de datos en línea y a servicios de estabilización en caso de urgencia las 24 horas del día.

Posteriormente, hay cubrimiento de hospitalización, radiografías, ecografías, desparasitación, control prenatal y consultas domiciliarias con el único fin de preservar la vida de la mascota.

En sus servicios ofrece dos líneas de atención:

- Prevención o anticiparse al dolor mediante: Afiliación, inserción de microchip de identificación, citas periódicas tanto de medicina general como odontológica, control prenatal, vacunación, desparasitación, programas de embellecimiento tales como (baño, corte de uñas y pelo), venta de accesorios.
- Atención en momentos adversos en las instalaciones de CIASM: Situación que se presenta por alguna adversidad ya sea de salud o accidental.

2.2.2 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia. El Centro Integral de Atención en Salud para Mascotas estará encargado de mejorar la calidad de vida de las mascotas y la tranquilidad de sus dueños, en Barrancabermeja y sus corregimientos aledaños, ofreciendo un servicio integral para la preservación de la vida de estas mascotas de la ciudad, prestando el servicio de promoción y prevención, adicionalmente el cuidado las 24 horas con servicio de especialización, hospitalización y consultas personalizadas y como un componente innovador la inserción de un microchip para su identificación.

Este microchip es sin duda un valor diferenciador frente a lo que el mercado local ofrece, el cual está ligado al bienestar tanto del amo como de su mascota, por el control que proporciona.

2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1 Mercado potencial. El mercado potencial estimado en el presente estudio está representado por las 201.022 personas de los 44.312 hogares de la ciudad de

Barrancabermeja, según informe de Aguas de Barrancabermeja a la Alcaldía Municipal.¹⁸

2.3.2 Mercado objetivo. Familias con mascotas en la ciudad de Barrancabermeja y sus Corregimientos aledaños de los estratos 3, 4 y 5. Según datos reportados por aguas de Barrancabermeja a la alcaldía municipal estos estratos los conforman el 32% de los hogares.¹⁹ Según lo anterior se calcula que el mercado objetivo es de 8.250 hogares.

2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.4.1 La demanda. El plan de negocios se relaciona con el análisis de la información, para estimar la demanda de la creación de un Centro Integral de Atención en Salud para Mascotas en la ciudad de Barrancabermeja, por lo tanto, se plantea a partir de la investigación de mercados.

2.4.1.1 Descripción del problema de investigación de mercados. Teniendo en cuenta que la vida de los animales es más corta que la del hombre es necesario realizar controles periódicos para optimizar el estado de su salud y garantizar el bienestar y la calidad de vida de éste importante miembro de la familia.

¹⁸ ALCALDÍA MUNICIPAL DE BARRANCABERMEJA. Plan de Desarrollo 2016 - 2019 Definitivo. [En Línea]. Alcaldía de Barrancabermeja. Junio 10 de 2016. Disponible en: <https://www.barrancabermeja.gov.co/documento/plan-de-desarrollo-2016-2019-definitivo>

¹⁹ ALCALDÍA MUNICIPAL DE BARRANCABERMEJA. Informe de Aguas de Barrancabermeja. [En Línea]. Alcaldía de Barrancabermeja. 30 de abril de 2018. (Recuperado de 2 de mayo de 2018). Disponible en: <file:///C:/Users/OWNER/Downloads/Usuarios%20de%20Aguas%20de%20Barrancabermeja%20y%20Poblaci%C3%B3n%20Atendida%20-%20Abr%2030%2018.pdf>

Por lo tanto, los profesionales sugieren realizar los controles con las siguientes frecuencias de acuerdo con la edad de la mascota.

- Cachorros. Para perros o gatos de hasta 6 meses de edad es necesario llevarles varias veces a la clínica veterinaria hasta que hayan cumplido su plan de vacunación que incluya desparasitaciones e identificación con microchip. Además, también es interesante hablar con el veterinario sobre la alimentación; y para cachorros más adecuado según su raza, así como recomendaciones sobre socialización y comportamiento.²⁰
- Desarrollo. El momento del inicio de esta etapa, similar a la adolescencia del humano, depende en gran medida de si el perro es de raza grande o pequeña. Generalmente comprende a animales que tienen entre 6 meses y 18 meses de edad. El desarrollo de razas grandes suele ser más lento que el de razas pequeñas.

Es durante estos meses cuando se debe empezar a valorar la esterilización del perro o gato y la prevención de enfermedades vectoriales como la leishmaniasis y la filaria mediante las vacunas.²¹

- Adulto. El animal entra en la etapa de adultez según su raza también. Los perros o gatos adultos deben ir al veterinario al menos dos veces al año para revacunaciones y exploración general, siempre que se encuentren en un estado óptimo de salud.²²

²⁰ CLÍNICA VETERINARIA DOVET. ¿Cuándo visitar al veterinario? [En línea]. DOVET clínica Veterinaria. 15 de febrero de 2017. España. (Recuperado de 29 de septiembre de 2018). Disponible en: <https://dovet.es/cuando-visitar-al-veterinario/>

²¹ Ibíd.

²² Ibíd.

- Senior. Los cuidados y atenciones a los perros o gatos desde cachorro determinan en gran medida cómo llegan a envejecer. A partir de los 8-9 años el animal de compañía pasa a una etapa en la que los chequeos deben ser más frecuentes, al menos 3 veces al año, pues es durante el envejecimiento cuando suelen diagnosticarse patologías que, si se observan a tiempo, pueden ayudar a que el animal goce de una buena calidad de vida durante sus últimos años.²³

Debido al incremento poblacional de las mascotas en la ciudad de Barrancabermeja y su necesidad de recibir un servicio de salud que cubra además de las necesidades básicas un servicio integral que vele por su bienestar nace la idea de crear un Centro Integral de Atención en Salud para Mascotas.

Las mascotas han logrado posicionarse en las familias Barranqueñas como un miembro activo de las mismas, y de ello surge la necesidad de velar por su cuidado, alimentación, vestuario, accesorios, salud y bienestar. Permitiendo entrever un mercado que ha sido desatendido por mucho tiempo, y con el cambio que ha surgido en la forma de pensar del hombre frente al cuidado de su mejor amigo, se puede llegar a satisfacer las necesidades que rodean este entorno.

2.4.1.2 Necesidades de información. Es necesario tener en cuenta esta información para la investigación mercado:

- Conocer el número de mascotas existentes por hogar.
- Determinar las cantidades de personas que llevan sus mascotas al veterinario.
- Fijar la frecuencia con que visitan al veterinario.
- Identificar el valor de compra de los servicios de veterinario y especificar qué precio tiene cada servicio prestado.

²³ Ibíd.

- Identificar las estrategias comerciales para atención de clientes utilizadas por los proveedores de clínicas veterinarias.
- Distinguir los criterios de calidad, servicio y precio, utilizados por las empresas que ofrecen estos servicios.

2.4.1.3 Ficha Técnica:

Tabla 1. Ficha técnica

Ficha Técnica	
Tipo de investigación	En esta investigación se aplicará un estudio de carácter descriptivo, la información suministrada por los consumidores y los segmentos del mercado, las cantidades, frecuencia de compra de este servicio en el municipio de Barrancabermeja.
Método de investigación	Observación y análisis, con el fin de determinar las necesidades referentes a la salud que se presentan con mayor frecuencia en las mascotas con el fin de determinar su oferta y su demanda.
Fuentes de información	Fuente primaria: Resultado de las encuestas de este estudio. Fuentes secundaria: Instituciones como la Cámara de Comercio, Secretaria de Salud, Aguas de Barrancabermeja S.A. E.S.P. y páginas de internet orientadas en la materia
Técnicas de investigación	Se aplica encuesta a los dueños de mascotas a las familias de estrato socio económico 3, 4 y 5 que hacen parte de la población objetivo del proyecto.
Instrumento para la recolección de información	Cuestionario estructurado (Ver anexo A), preguntas cerradas.
Modo de aplicación	Dirigida y directa
Definición de población (elemento,	Población objetivo de los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Barrancabermeja. Los 8.846 hogares del estrato 3, los 8.998 del estrato 4 y los 663 del estrato 5, de acuerdo con la información suministrada del estudio realizado por la empresa Aguas de Barrancabermeja S.A. E.S.P. con fecha 30 de abril de 2018 ²⁴

²⁴ ALCALDÍA MUNICIPAL DE BARRANCABERMEJA. Informe de Aguas de Barrancabermeja. [En Línea]. Alcaldía de Barrancabermeja. 30 de abril de 2018. (Recuperado de 2 de mayo de 2018).

Ficha Técnica	
unidad de muestreo)	De acuerdo con lo dicho por la Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO) en el año 2015 que, en Colombia, 4 de cada 10 familias cuentan con alguna mascota en su casa²⁵ Se puede decir que para Barrancabermeja y de acuerdo con los datos suministrados por aguas de Barrancabermeja a la alcaldía municipal de Barrancabermeja sobre los estratos socioeconómicos 3, 4 y 5 en la ciudad, la cantidad de familias con mascotas sería de 4.626. Sumatoria de familias de los estratos 3, 4 y 5: 18.507 $18.507 / 4 = 4.626$ por aproximación
Proceso de muestreo	Muestreo aleatorio simple se aplica la fórmula: $n = \frac{N(p \times q)Z^2}{Z^2(p \times q) + e^2(N - 1)}$ Donde n, es el tamaño de la muestra: N es la población representada por 4.626 familias que tienen mascotas Z es el grado de confiabilidad = 1,96 P probabilidad de acertar =0.5 Q probabilidad de fracaso=0.5 e= error, 5% error máximo permitido Tamaño de la muestra: $n = \frac{4.626 (0,5 \times 0,5)(1,96)^2}{(1,96)^2(0,5 \times 0,5) + (0,05)^2(4.626 - 1)}$ $n = 354$
Alcance	Hogares de la ciudad de Barrancabermeja, pertenecientes a los estratos socioeconómicos 3, 4 y 5.
Tiempo de aplicación	Se aplicó la encuesta durante el tiempo comprendido entre el 1 y el 31 de agosto de 2018

Disponible

en:

<file:///C:/Users/OWNER/Downloads/Usuarios%20de%20Aguas%20de%20Barrancabermeja%20y%20Poblaci%C3%B3n%20Atendida%20-%20Abr%2030%2018.pdf>

²⁵ BALLESTAS S., Laura Nathalia. Tres billones de pesos, el gasto de las familias en sus mascotas. [En Línea]. El Tiempo. 12 de junio 2018. Disponible en: <https://www.eltiempo.com/economia/finanzas-personales/dinero-que-invierten-las-familias-colombianas-en-el-cuidado-de-sus-mascotas-228908>

2.4.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados. Se presenta a continuación los resultados de la encuesta realizada con el fin de determinar y caracterizar la demanda del servicio:

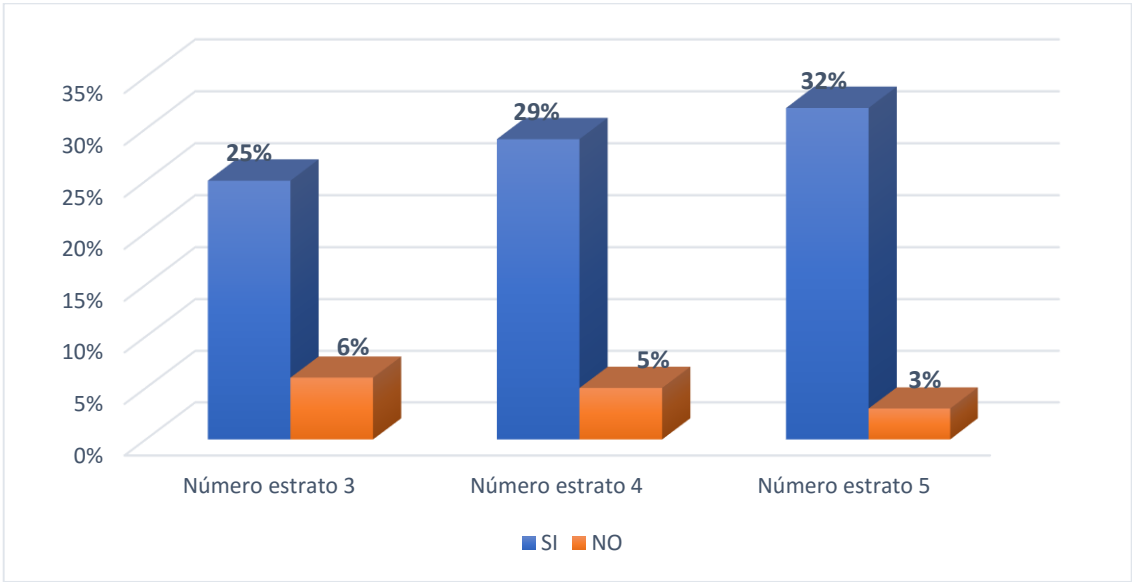
Encuestados de los estratos 3, 4 y 5 que tienen mascota en su hogar

- Pregunta No.1 ¿Usted tiene mascota en su hogar?**

Tabla 2. Tenencia de mascotas

Descripción	Número estrato 3	Número estrato 4	Número estrato 5
SI	90	102	112
NO	22	16	12
TOTAL	112	118	124

Gráfica 1. Tenencia de mascotas



Teniendo en cuenta los resultados, se evidencia que el 86% de los encuestados tiene mascota, esta cifra se convierte en un punto de referencia para considerar que

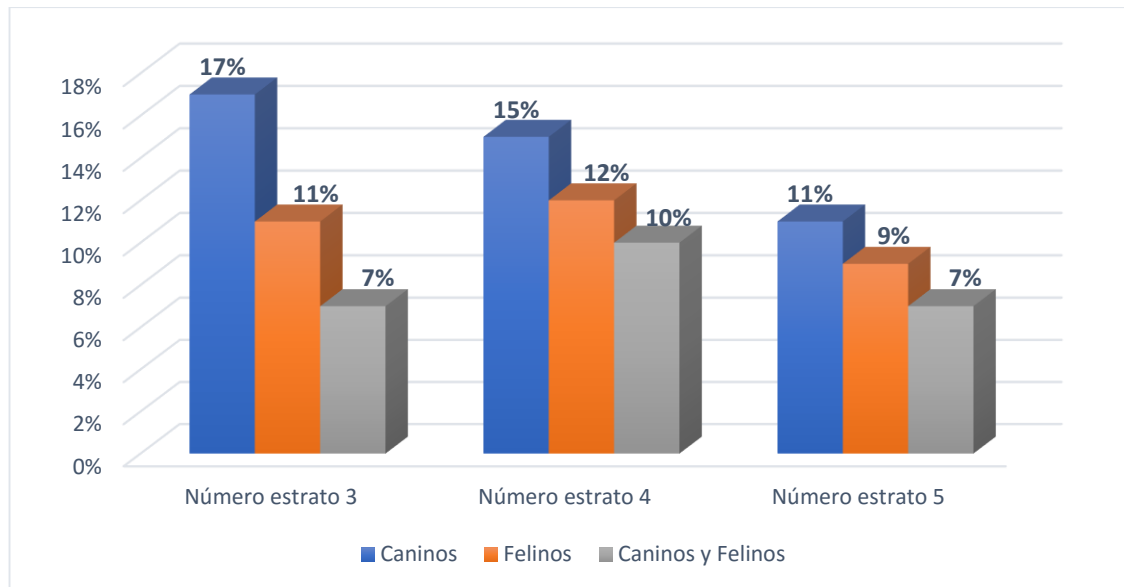
el proyecto tiene un mercado potencialmente alto que permitiría adelantar la propuesta.

- **Pregunta No. 2 ¿Qué tipo de mascota tienen?**

Tabla 3. Tipo de mascotas

Descripción	Número estrato 3	Número estrato 4	Número estrato 5
Caninos	62	52	38
Felinos	36	46	32
Caninos y Felinos	26	34	28
TOTAL	124	132	98

Gráfica 2. Tipo de mascotas



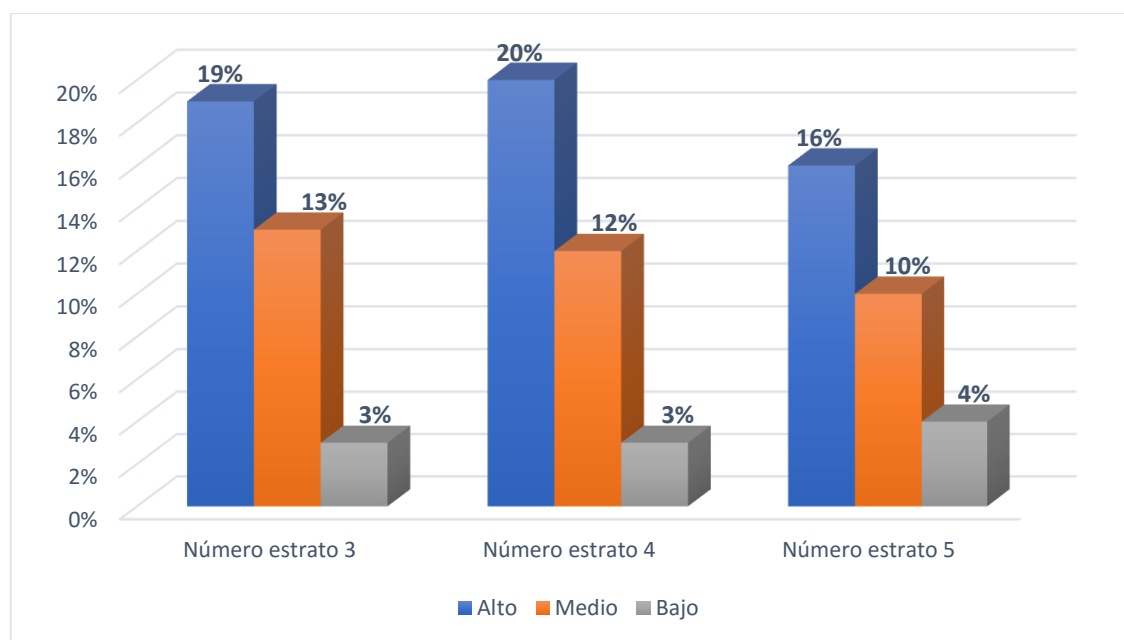
Se pudo identificar que, del total de la muestra considerada, el 43% tiene como mascota un perro, seguido por los gatos con un porcentaje del 32% y un 25% de los encuestados tienen perros y gatos como animales de compañía.

- **Pregunta No. 3 ¿Qué Importancia tiene su mascota en el hogar?**

Tabla 4. Importancia de la mascota en el hogar

Descripción	Número estrato 3	Número estrato 4	Número estrato 5
Alto	66	72	56
Medio	46	42	36
Bajo	12	10	14
TOTAL	124	124	106

Gráfica 3. Importancia de la mascota en el hogar



Revisando las cifras, cerca del 90% de los encuestados consideran que sus mascotas son seres importantes en sus hogares, esto tomando como positivas las respuestas que estuvieron en el rango entre medio y alto. Esta situación, podría ser un indicador relevante para determinar que cada vez que sus mascotas requieran

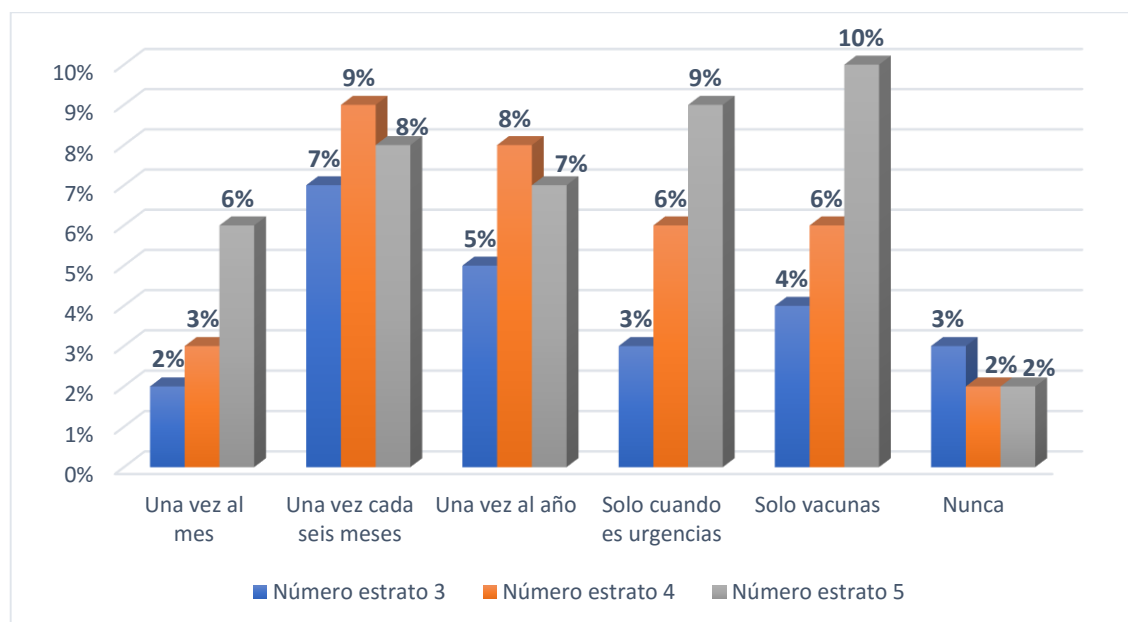
algún tipo de atención podrán utilizar los servicios de una empresa especializada, como lo sería el Centro Integral de Atención en Salud Para Mascotas.

- **Pregunta No. 4 ¿Con que frecuencia visitan el veterinario?**

Tabla 5. Frecuencia con que visitan el veterinario

Descripción	Número de Veces				PROMEDIO	%	POTENCIALES
	Estrato 3	Estrato 4	Estrato 5	SUMA			
Una vez al mes	8	12	18	38	13	11%	497
Una vez cada seis meses	22	32	30	84	28	24%	1098
Una vez al año	18	28	26	72	24	20%	941
Solo cuando es urgencias	12	18	32	62	21	18%	810
Solo vacunas	16	22	34	72	24	20%	941
Nunca	12	8	6	26	9	7%	340
TOTAL	88	120	146	354	---	100%	4626

Gráfica 4. Frecuencia con que visitan el veterinario



Para efectos de su análisis, se ha validado desde dos puntos de vista, el promedio de veces totales y por estrato en que van al veterinario y el porcentaje de cada alternativa frente al total. Partiendo de una población aproximada de 4.626 mascotas, se encuentra que 497 mascotas visitan al veterinario al mes y 1.098 lo hacen cada seis meses. Hay 810 posibles usuarios de urgencias y 941 usuarios para vacunas.

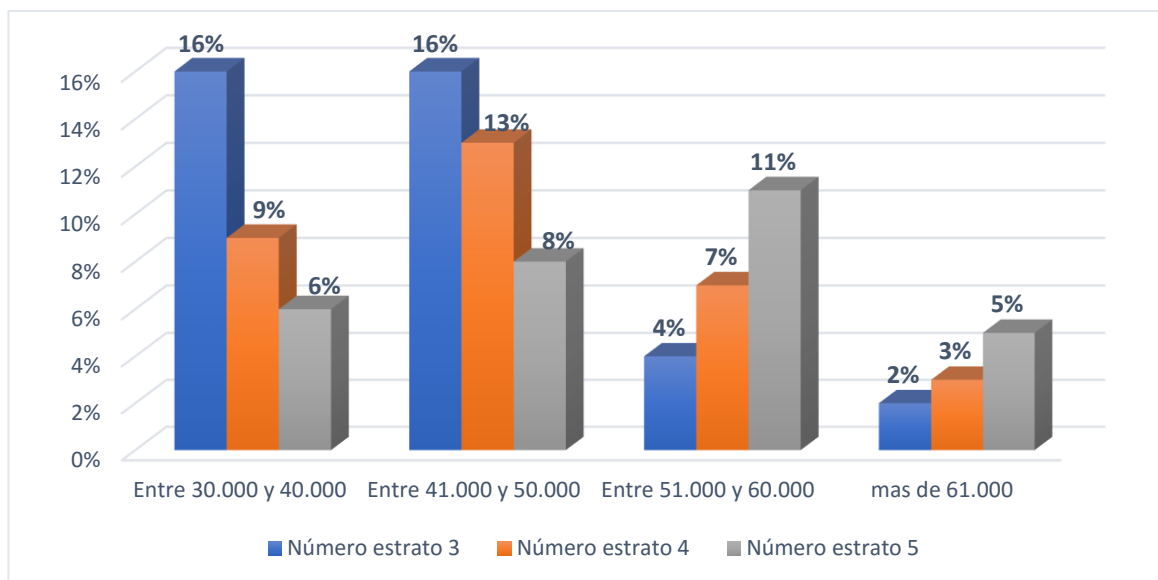
Lo anterior permitiría observar un mercado potencial suficiente para iniciar el proyecto, teniendo en cuenta que el Centro Integral de Atención en Salud Para Mascotas propone un servicio con atención integral, las 24 horas, que lograría una aceptación alta en el mercado.

- **Pregunta No. 5 ¿Cuánto pagaría por la consulta para su mascota?**

Tabla 6. Valor a cancelar por consulta.

DESCRIPCIÓN	Número estrato 3	Número estrato 4	Número estrato 5	Σ	PROMEDIO	%	POTENCIALES
Entre 30.000 y 40.000	56	34	20	110	37	31%	1437
Entre 41.000 y 50.000	58	46	26	130	43	37%	1699
Entre 51.000 y 60.000	16	24	38	78	26	22%	1019
Más de 61.000	8	12	16	36	12	10%	470
TOTAL	138	116	100	354	118	100%	4626

Gráfico 5. Valor a cancelar por consulta.



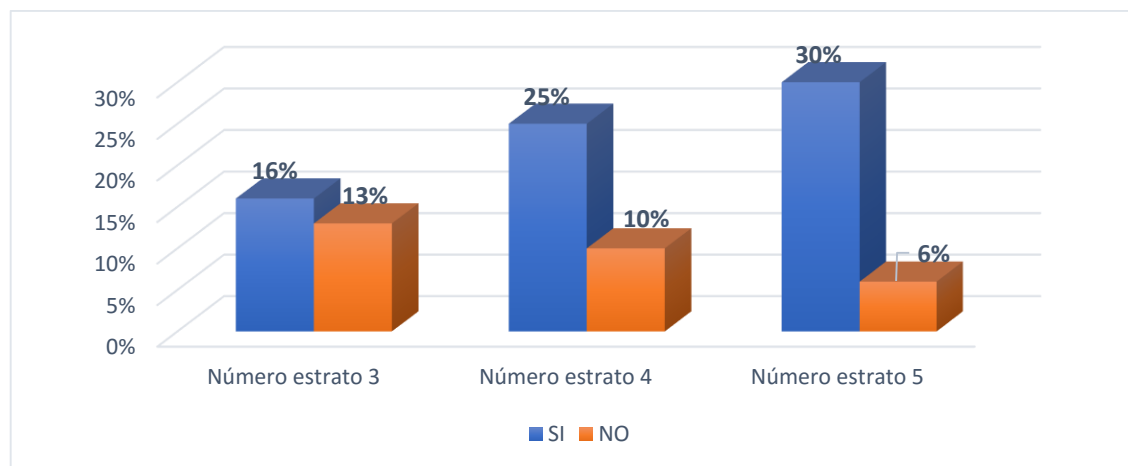
Al revisar los resultados, se observa que al menos el 68% de los encuestados estarían dispuestos a cancelar entre \$30.000 y \$50.000 por consulta, esto en unidades refleja que son 3.136 mascotas que podrían utilizar los servicios de consulta entre este rango de precios. Lo anterior se constituye en un parámetro válido que permite al proyecto tomar como referencia un valor promedio entre este rango, para los cobros de sus consultas teniendo en cuenta la encuesta realizada.

- Pregunta No. 6 ¿Pagaría por la afiliación en un Centro Integral de Atención en Salud Para Mascotas?**

Tabla 7. Afiliación a CIASM

Descripción	Número estrato 3	Número estrato 4	Número estrato 5
SI	57	87	107
NO	46	35	22
TOTAL	103	122	129

Gráfica 6. Afiliación a CIASM



El 71% de los encuestados están dispuestos a afiliar a sus mascotas en el Centro Integral de Atención en Salud Para Mascotas (CIASM); ya que las mascotas son vistas como un miembro más de la familia.

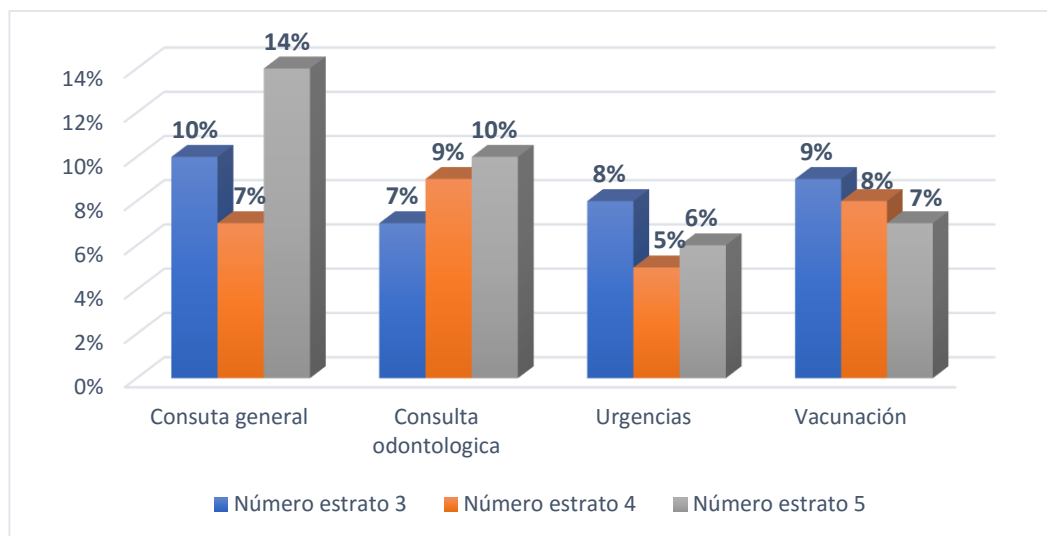
Teniendo en cuenta el mercado objetivo de 4626 familias por aproximación, y que el 71% representa las familias que se afiliarían a CIASM, se calcula que se atenderían un promedio de 3.285 familias como posibles clientes.

- Pregunta No 7. ¿Qué servicios utiliza con frecuencia en las veterinarias?**

Tabla 8. Servicio utilizado.

Descripción	Número estrato 3	Número estrato 4	Número estrato 5
Consulta general	38	24	48
Consulta odontológica	24	32	36
Urgencias	28	16	22
Vacunación	32	28	26
TOTAL	122	100	132

Gráfica 7. Servicio utilizado.



El 31% de los encuestados llevan a sus mascotas a consulta general; el 26% de los encuestados señalan que lo hacen para consulta odontológica y el 24% de los encuestados prefieren el servicio de vacunación. Estos puntos refuerzan la tendencia mostrada en la pregunta No. 4 con qué frecuencia visitan el veterinario. Que por una parte permite reconocer un mercado potencial adecuado para iniciar el proyecto y por otra parte se observa un compromiso por parte de los dueños de estas mascotas para mejorar la calidad de vida de ellas.

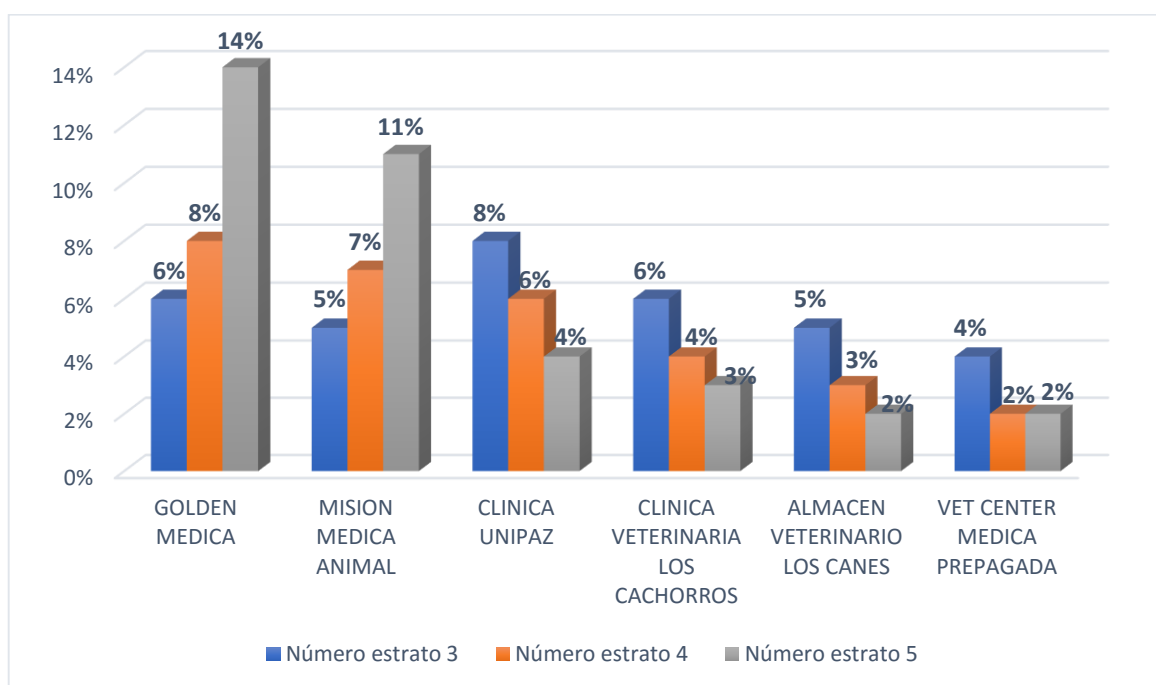
- **Pregunta 8. ¿Qué veterinaria acude con frecuencia?**

Tabla 9. Veterinaria utilizada frecuentemente.

Descripción	Número estrato 3	Número estrato 4	Número estrato 5
GOLDEN MEDICA	22	28	48
MISIÓN MEDICA ANIMAL	18	26	38
CLÍNICA UNIPAZ	28	20	16
CLÍNICA VETERINARIA LOS CACHORROS	22	14	10

Descripción	Número estrato 3	Número estrato 4	Número estrato 5
ALMACÉN VETERINARIO LOS CANES	18	10	8
VET CENTER MEDICA PREPAGADA	14	8	6
TOTAL	122	106	126

Gráfica 8. Veterinaria utilizada frecuentemente.



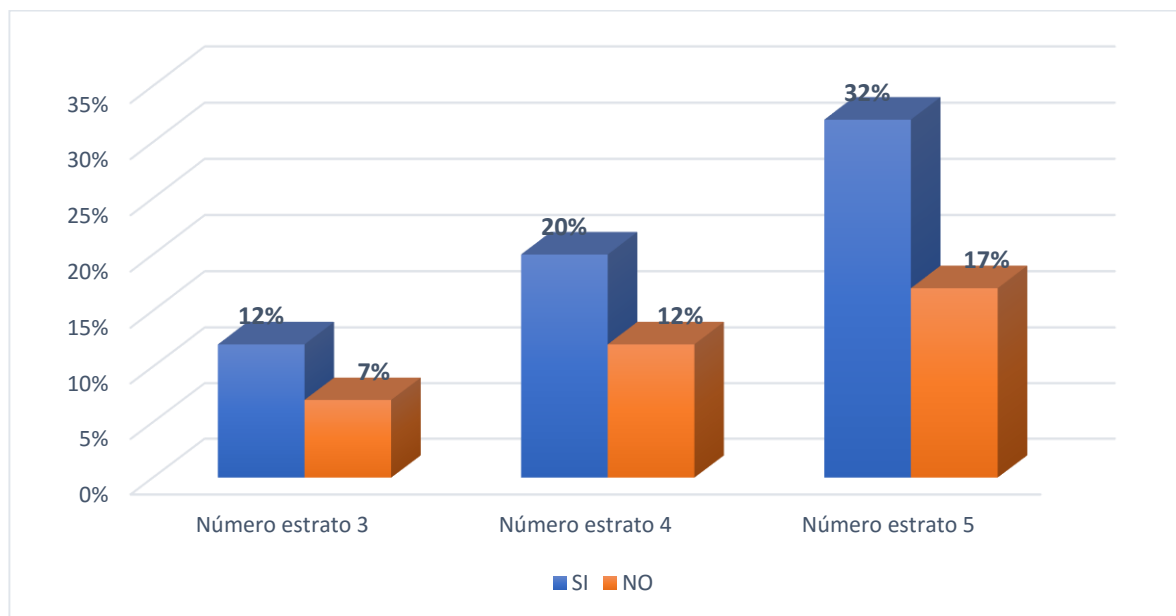
Según las encuestas realizadas Golden médica obtuvo un 28% y misión medica animal un 23%; siendo las de mayor preferencia en el mercado; aunque las dos tienen denominación de clínica, la primera tiene ventaja en las instalaciones y la segunda en los equipos, pero ninguna de ellas brinda un servicio integral en salud para las mascotas.

- **Pregunta No. 9 ¿Le gustaría que su mascota cuente con microchip de identificación?**

Tabla 10. Microchip de identificación

Descripción	Número Estrato 3	Número Estrato 4	Número Estrato 5	Σ	PROMEDIO	%	POTENCIALES
SI	42	72	114	228	76	64%	2979
NO	26	42	58	126	42	36%	1647
TOTAL	68	114	172	354	--	100%	4626

Gráfica 9. Microchip de identificación



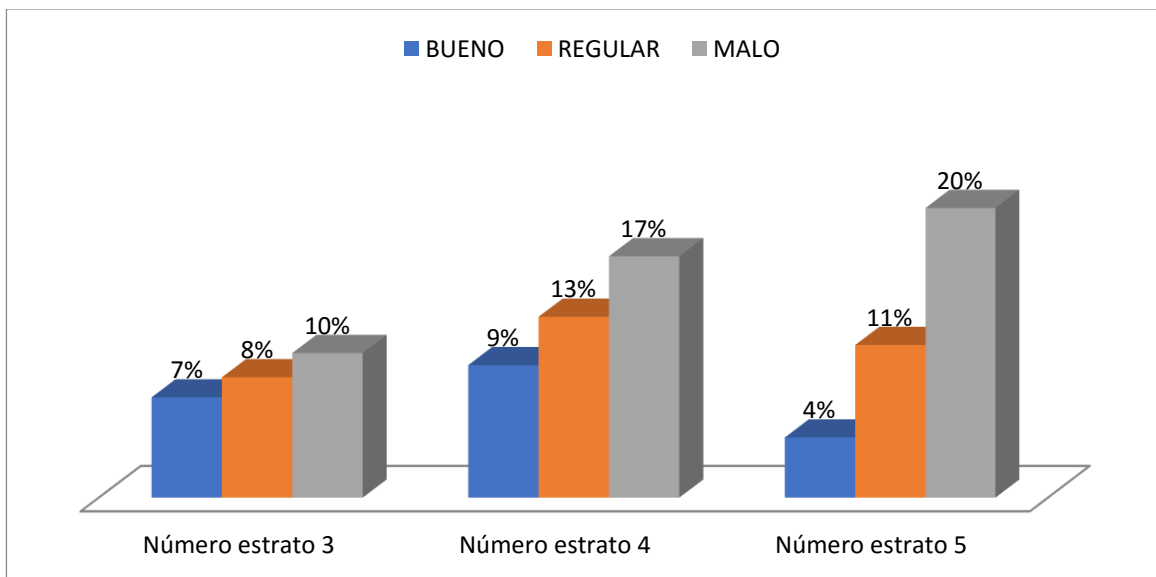
Al 64% de los encuestados le gustaría que su mascota tuviera un microchip como método de identificación, valor importante, teniendo en cuenta que se ofrece la inserción de éste a la hora de hacer la afiliación de las mascotas.

- **Pregunta No. 10 ¿Cómo califica el servicio de atención en salud para su mascota?**

Tabla 11. Cómo califica el servicio de atención en salud para su mascota

Descripción	Número estrato 3	Número estrato 4	Número estrato 5
BUENO	25	33	15
REGULAR	30	45	38
MALO	36	60	72
TOTAL	91	138	125

Gráfica 10. Cómo califica el servicio de atención en salud para su mascota



Teniendo en cuenta el nivel de satisfacción del cliente se puede determinar que el 79% de los encuestados no está a gusto con los servicios del cuidado de la salud para sus mascotas en la ciudad de Barrancabermeja.

2.4.3 Estimación de la demanda. Teniendo en cuenta los porcentajes obtenidos en la encuesta, se hace la estimación de la demanda tomando como base los siguientes aspectos, que permiten determinar el potencial de mercado en el cual se puede participar según su estrato.

Tabla 12. Población por estratos

ESTRATO	POBLACIÓN	PORCENTAJE
3	8.846	48%
4	8.998	49%
5	663	4%
Total	18.507	100%

N= 18.507 hogares

La realización de la encuesta permite reconocer aspectos claves de la población sujeto de investigación. Para el caso del proyecto, si bien cada pregunta tiene un objetivo particular dentro del proyecto, se han planteado algunas que son claves y que permiten hacer un estimado de la demanda potencial que tiene el proyecto, así como también orientar sobre las necesidades que tiene ese mercado objetivo. Para ello, se revisan estas preguntas y el aporte representativo que ofrece.

Tabla 13. Estimación demanda CIASM

- La pregunta No. 1 ¿Usted tiene mascota en su hogar? 18.507 x 86% = 15.893 familias de los estratos 3, 4 y 5 tienen mascotas - Pregunta No. 4 ¿Con que frecuencia visitan el veterinario? De acuerdo con los resultados obtenidos, al menos 497 mascotas visitan una vez al mes al veterinario, hay 810 posibles usuarios de urgencias, una población de 1.098 usuarios que asiste con sus mascotas al menos cada seis meses, se encuentra un mercado potencial de 941 usuarios para vacunación.
--

- **Pregunta No. 5 ¿Cuánto pagaría por la consulta para su mascota?**
Al menos el 68% de los encuestados estarían dispuestos a cancelar entre \$30.000 y \$50.000 por consulta, esto en unidades refleja que al menos son 3.136 mascotas que podrían utilizar los servicios de consulta entre este rango de precios.
- **Pregunta No 7. ¿Qué servicios utiliza con frecuencia en las veterinarias?**
El 31% de los encuestados llevan a sus mascotas a consulta general; el 26% de los encuestados señalan que lo hacen para consulta odontológica y el 24% de los encuestados prefieren el servicio de vacunación.
- **Pregunta No. 9 ¿Le gustaría que su mascota cuente con microchip de identificación?**
Al 64% de los encuestados le gustaría que su mascota tuviera un microchip como método de identificación, valor importante teniendo en cuenta que se ofrece la inserción de éste a la hora de hacer la afiliación de las mascotas.

Tomando como base los datos recopilados en la investigación de campo, se puede determinar que existe un mercado potencial significativo que permitiría al Centro Integral de Atención, participar en el servicio de atención integral a mascotas, con valor agregado representativo como sería la continuidad del servicio, el control de la mascota a través de un microchip y la diversidad de servicios que la misma población está solicitando.

2.4.4 Proyección de la demanda. Se analiza los cinco (5) años a partir del año 2018 hasta el año 2023. Se considera para el análisis un crecimiento anual del 1% según las estadísticas del DANE reportado en plan de desarrollo municipal 2016-2019.²⁶

Teniendo en cuenta la encuesta de la demanda actual está representada por el 82% de acuerdo con los datos arrojados en la pregunta de tenencia de mascotas, del mercado objetivo

²⁶ ALCALDÍA MUNICIPAL DE BARRANCABERMEJA. Plan de Desarrollo 2016 - 2019 Definitivo. [En Línea]. Alcaldía de Barrancabermeja. Junio 10 de 2016. Disponible en: <https://www.barrancabermeja.gov.co/documento/plan-de-desarrollo-2016-2019-definitivo>

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

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

F = Demanda proyectada

P = Demanda actual

i = Indicador demográfico DANE= 1.0% = 0.01

n = Número de periodos = 5

1 = Constante = 1

Tabla 14. Proyección de la demanda

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023
	4.626	4.672	4.719	4.766	4.814	4.862

2.5 OFERTA O COMPETENCIA

Para este proyecto la oferta se encuentra establecida en las diferentes veterinarias de la ciudad que prestan los servicios de atención básicos en salud para mascotas y que pueden ser competencia en el sector, el cual se puede identificar a través de listados emitidos por la cámara de comercio que indican la existencia de 32 veterinarias en la ciudad de Barrancabermeja, encargadas de prestar estos servicios de cuidado animal.

A nivel nacional se pueden identificar empresas de salud identificadas como E.P.S. para mascotas o centros que prestan servicios integrales en salud las cuales presentan gran trayectoria en el desarrollo de las actividades tales como: Clínica Veterinaria Dover (Bogotá), Vetplus medicina pre –pagada para mascotas (Bogotá),

Policlínica Veterinaria Polivet (Medellín), Clínica Veterinaria pequeños animales (Bucaramanga).

2.5.1 Necesidades de información. El estudio de la oferta se realiza en el Municipio de Barrancabermeja, con el fin de determinar entre otros los siguientes factores:

- Conocer el número de veterinarias en la ciudad de Barrancabermeja.
- Características de los productos y servicios que se ofrecen en la actualidad.
- Determinar los aspectos importantes al adquirir los servicios veterinarios.
- Identificar cuales medios publicitarios son los más usados para llegar a los clientes.
- Saber las características de las instalaciones de las veterinarias actuales.
- Determinar cuáles son los servicios que tienen mayor demanda durante el mes.

2.5.2 Ficha técnica:

Tabla 15. Ficha técnica

Tipo de investigación	Exploratoria, en busca de necesidades puntuales del mercado al que se va a ingresar.
Método de investigación	Deductivo, con el cual se busca explicar los hechos particulares en el sector mascotas.
Fuentes de información	Primarias: Encuestas Segundarias: Sitios Web, Revistas Veterinarias.
Técnicas de investigación	Encuesta Web (Google drive), entrevistas, y observación directa.
Instrumento para la recolección de la información	Cuestionarios, estructurados.
Modo de aplicación	Dirigida, directa, y por Internet.
Definición de población (elemento, unidad de muestreo)	En la ciudad de Barrancabermeja hay 32 veterinarias en la actualidad en el casco urbano, que se dedican al

	suministro de comidas y belleza, pequeñas cirugías, vacunas y atención medica mediante cita previa.
Proceso de muestreo	Teniendo en cuenta que la ciudad cuenta con 32 veterinarias se establece realizar encuestas y visitas en estas.
Alcance	Veterinarias en la ciudad de Barrancabermeja en los diferentes sectores de ubicación.
Tiempo de aplicación	Encuestas y vistas aplicadas del 4 al 16 de abril de 2018, consolidando la información de las veterinarias de la ciudad.

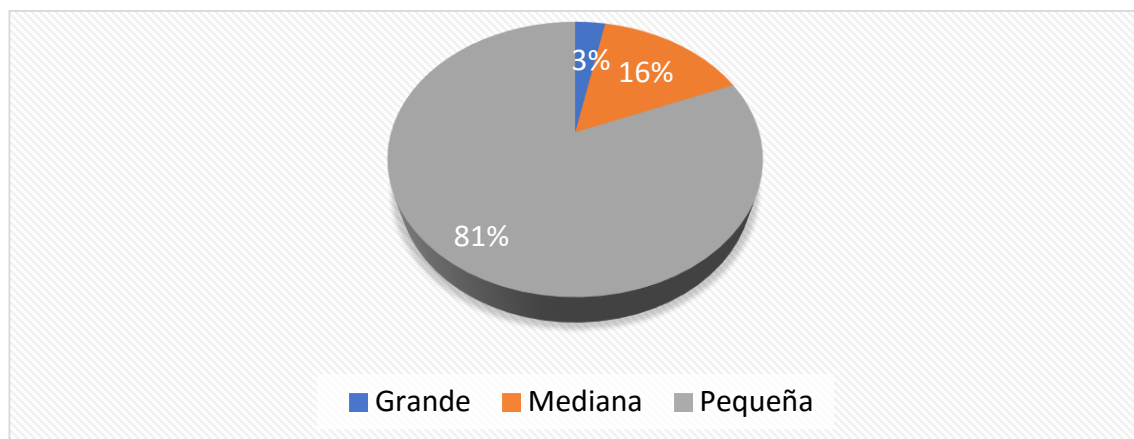
2.5.3 Tabulación y presentación de resultados de la oferta. Se realizan visitas y encuestas de servicio y atención en donde se obtiene:

A. Tamaño de Veterinaria:

Tabla 16. Tamaño de veterinaria.

Descripción	Numero	Porcentaje
Grande	1	3 %
Mediana	5	16 %
Pequeña	26	81 %
Total	32	100%

Gráfica 11. Tamaño de veterinaria



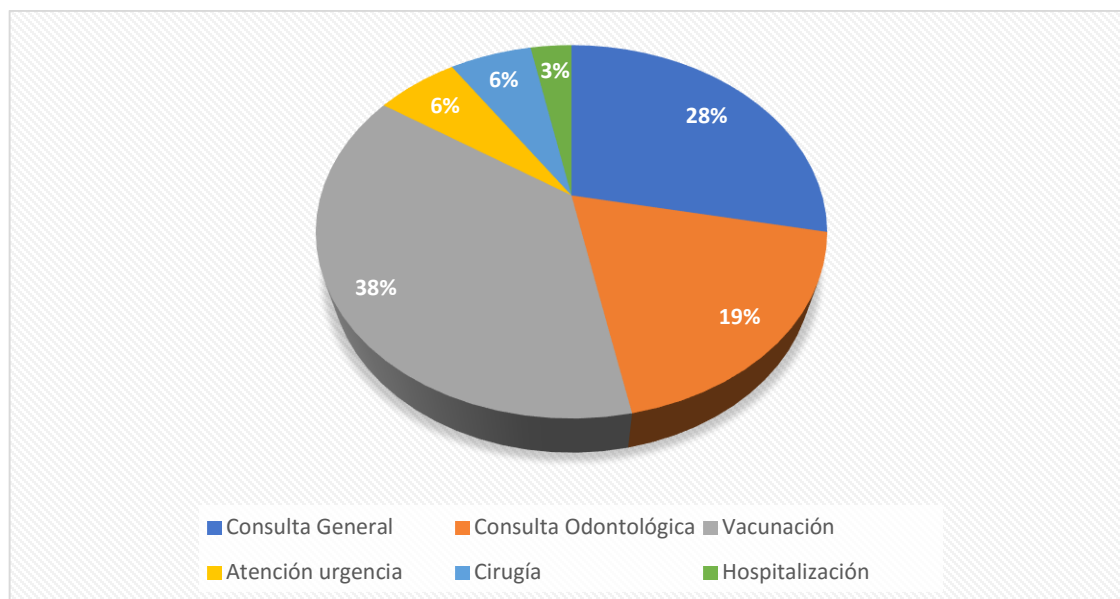
Se puede evidenciar que en la ciudad la mayor cantidad de veterinarias prestan servicios básicos por medio de veterinarias con infraestructura pequeña.

B. Servicios prestados:

Tabla 17. Servicios prestados

DESCRIPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
Consulta General	9	28%
Consulta Odontológica	6	19%
Vacunación	12	38%
Atención urgencia	2	6%
Cirugía	2	6%
Hospitalización	1	3%
Total	32	100%

Gráfica 12. Servicios prestados



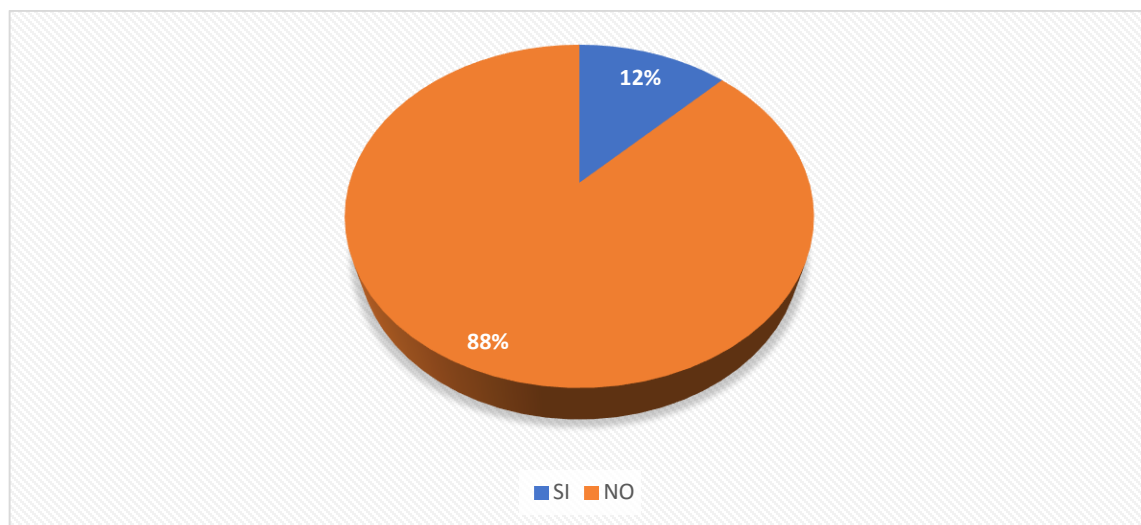
Se puede evidenciar que la vacunación y consulta general son los servicios más utilizados por los usuarios; y que dependiendo las necesidades utilizan los demás servicios.

C. Instalaciones propias

Tabla 18. Instalaciones propias

DESCRIPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
Si	4	12 %
No	28	88 %
Total	32	100%

Gráfica 13. Instalaciones propias



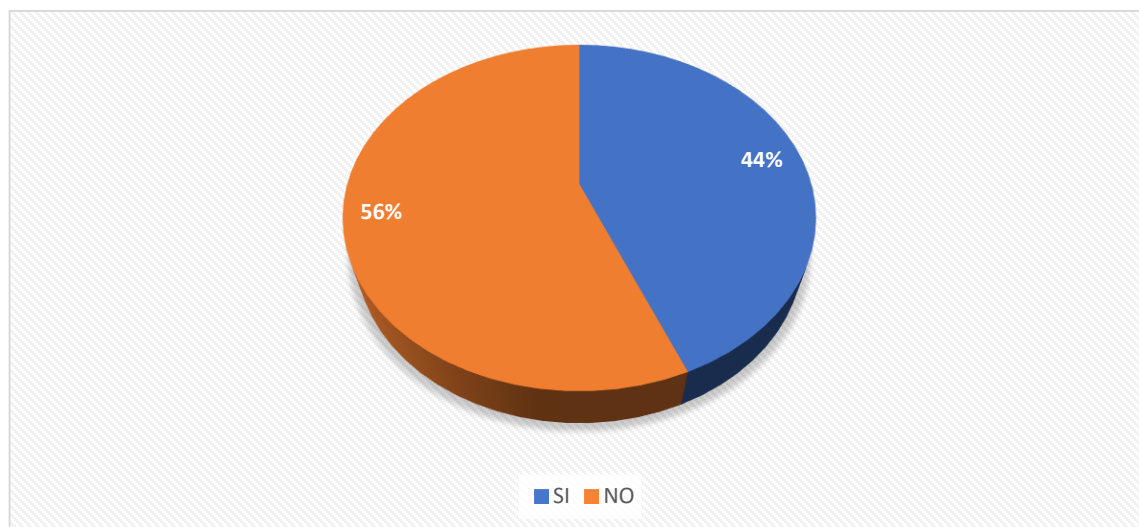
Se puede evidenciar que las veterinarias encuestadas no cuentan con una infraestructura propia.

D. Equipos de Atención.

Tabla 19. Equipos de atención

DESCRIPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
Si	14	44 %
No	18	56 %
Total	32	100%

Gráfica 14. Equipos de atención



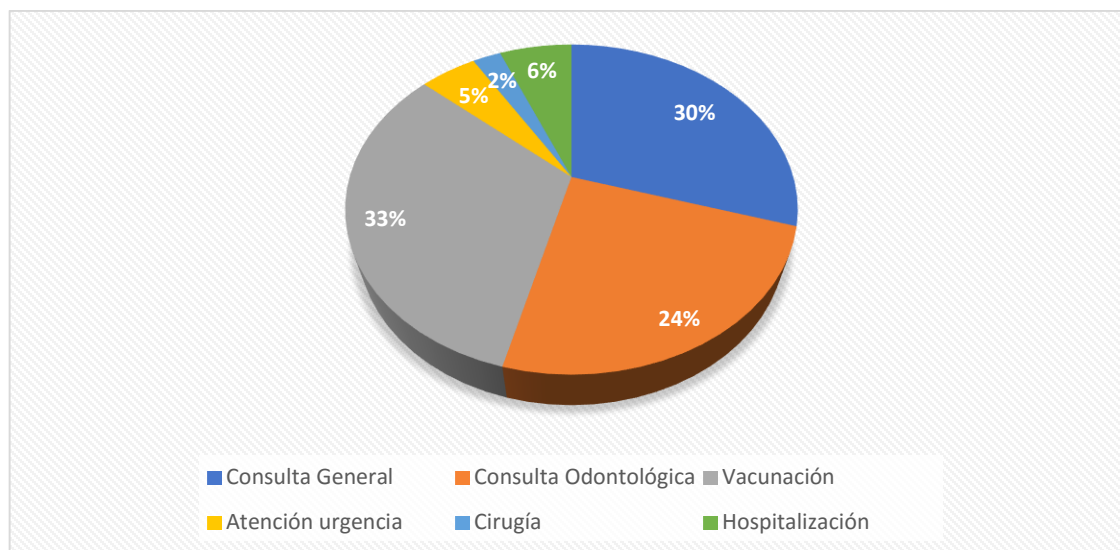
Se puede evidenciar que las veterinarias encuestadas no cuentan con los equipos requeridos para la mejor atención.

E. Servicios prestados en el mes.

Tabla 20. Servicios prestados al mes

DESCRIPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
Consulta General	110	30 %
Consulta Odontológica	90	24 %
Vacunación	120	33 %
Atención urgencia	18	5 %
Cirugía	9	2 %
Hospitalización	23	6 %
Total	370	100%

Gráfica 15. Servicios prestados al mes



Se puede evidenciar que la atención requerida por los usuarios es la vacunación con un 33 % seguido de consulta por medicina general y odontológica siendo los demás servicios ofrecidos complementarios a la atención.

2.5.4 Análisis de la situación actual de la competencia. En la ciudad de Barrancabermeja hay solo dos (2) veterinarias que atienden urgencias al llamado. De éstas una atiende las 24 horas y la otra hasta las 12 de la noche. Estas veterinarias lideran el mercado en la ciudad y ofrecen servicios de laboratorio, procedimientos quirúrgicos menores, odontalgia, vacunación y hospitalización.

Misión Medica Animal y Golden Medica cuentan con un posicionamiento grande en el mercado, además de un equipo calificado, infraestructura propia y muy buena ubicación en la ciudad. Sin embargo, no cuentan con un portafolio completo de atención que supla las necesidades de las mascotas (perros y gatos).

Debilidades y fortalezas de la competencia:

Tabla 21. Debilidades y fortalezas de la competencia

Misión medica animal	
Fortalezas	Debilidades
• Buena atención al cliente. • Seguimiento de pacientes. • Disponibilidad en equipos.	• Los precios elevados. • Planta no tiene la distribución adecuada. • No cuenta con todos los equipos necesarios para la atención.
Golden Medica	
Fortalezas	Debilidades
• Excelente servicio al cliente. • Planta amplia. • Calidad en los servicios.	• Precios elevados. • No cuenta con todos los equipos necesarios para la atención.

2.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

Se podría asegurar que la demanda potencialmente insatisfecha son la población que se encuentra en los estratos socioeconómicos analizados 3, 4 y 5, las cuales conforman las 4.626 familias con mascotas en la ciudad de Barrancabermeja, ya que no se cuenta con una entidad responsable del cuidado y prevención en la salud animal en este municipio de Santander.

2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

2.7.1 Estructura de los canales actuales. El canal de comercialización es la vía que las empresas tienen para llevar sus productos a sus clientes de la forma más económica, eficiente y efectiva. Es uno de los puntos clave dentro de la

comercialización de productos y servicios y en la gestión de ventas y espacios comerciales.

El canal que se maneja actualmente en la competencia es el directo (Prestador del servicio - Cliente): Este tipo de canal no tiene ningún nivel de intermediarios, por tanto, el prestador del servicio desempeña la mayoría de las funciones de mercadotecnia tales como comercialización, prestación del servicio y aceptación de riesgos sin la ayuda de ningún intermediario

2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales:

Ventajas:

- Control del canal
- Máxima promoción
- Contacto directo con el cliente
- Amplia cobertura

Desventajas:

- Sinónimos de precios elevados

2.7.3 Selección de los canales de comercialización. El canal que se usará para ofrecer los servicios de Centro Integral de Atención en Salud para Mascotas al mercado objetivo es el directo, ya que es la forma mediante la cual se puede tener contacto directo con el cliente dando a conocer los servicios directamente al consumidor sin mediadores, resolviendo inquietudes y asegurándose que la información llegue al interesado.

Figura 2. Canales de comercialización.



2.8 PRECIO

2.8.1 Análisis de precios de la competencia. Para llevar a cabo la estrategia de asignación de precios, es necesario hacer un análisis de los precios teniendo en cuenta lo siguiente:

- Precios de la competencia
- Precio establecido en la actualidad

Tabla 22. Precios competencia

SERVICIO	PRECIO		
	GOLDEN MEDICA VETERINARIA	MUNDO ANIMAL	CLÍNICA UNIPAZ
CONSULTA MEDICA	\$ 50.000	\$ 45.000	\$ 35.000
CONSULTA ODONTOLÓGICA (PROFILAXIS)	\$ 45.000	\$ 40.000	\$ 30.000
SERVICIO DE BAÑO	\$ 35.000	\$ 30.000	\$ 25.000
CORTE DE PELO	\$ 25.000	\$ 20.000	\$ 15.000

2.8.2 Estrategias de fijación de precios. La estrategia en la que se basará la empresa será la de fijar un precio elevado para un servicio nuevo con la finalidad de obtener ingresos máximos; las organizaciones venden menos, pero con un margen de utilidades mayor. Se deben tener en cuenta los siguientes factores:

- La imagen y la calidad del producto deben sustentar este precio elevado.
- Debe haber una cantidad suficiente de compradores dispuestos a adquirir el producto por ese precio.
- Los costos de los servicios dependiendo al volumen es decir la mano de obra y medicamentos enviados al paciente no deberán ser tan altos para que eliminen la ventaja de cobrar más.
- No debe ser tan fácil para los competidores penetrar el mercado y vender el producto más barato. Conociendo bien al cliente prestándole el servicio adecuado.

2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

2.9.1 Objetivos de publicidad y promoción:

- Informar sobre el tipo y calidad de los productos y servicios ofrecidos.
- Mostrar la oportunidad que tendrá la prestación de servicios mediante folletos, pancartas, volantes que mostraran el producto que llegaran al conocimiento del mercado y al consumidor potencial.
- Incurrir en estrategias de lanzamiento que generen una marca a los futuros clientes de CIASM.
- Fidelizar clientes con los servicios ofrecidos por CIASM mostrando precios atractivos para los clientes.
- Incurrir en publicidad en medios de comunicación masiva logrando un posicionamiento en el mercado.

- Dar a conocer la empresa en el mercado regional y lograr su posicionamiento.

2.9.2 Logotipo. Centro Integral de Atención en Salud para Mascotas incurrirá en un logotipo utilizando un color básico (Azul), que genere confianza, seguridad, tranquilidad y frescura; acompañado de los dos animales insignias de atención (Perros y gatos); este se logra integrando los elementos como se muestra a continuación:

Figura 3. Logotipo



2.9.3 Slogan:

**“Tu mejor amigo en las mejores
manos”**

A través de esta frase se quiere abarcar todo lo que se pretende lograr con este proyecto, identificando a los animales como los mejores amigos del hombre, garantizando su salud y cuidado en las manos profesionales del personal del Centro Integral de Atención en Salud Para Mascotas.

2.9.4 Análisis de medios. Actualmente los medios de comunicación más utilizados por las empresas para la promoción de sus productos y servicios son:

- Los Periódicos: Son un medio de comunicación masiva muy utilizado pero que como ventajas tienen la flexibilidad geográfica y un costo razonable para las empresas, pero como desventajas tienen la distracción de la competencia en el periódico y las noticias del día. La mayor fuente de ingresos en los periódicos por publicidad es debido a los vendedores locales y a los clasificados.²⁷
- Las Revistas: Se dirigen a un público en específico y tienen un costo muy alto si no es del tema de la revista, si es acorde al tema el precio se reduce notablemente. La mayor fuente de ingresos en las revistas por publicidad es debido a productos como automóviles, ropa y artículos electrónicos.²⁸
- La Radio: Es un medio de comunicación masiva que se ha mantenido a lo largo del tiempo y que se dirige a grupos demográficos específicos. Como ventajas tiene la selectividad de la audiencia y bajos costos en las cuñas para las empresas. La mayor fuente de ingresos en la radio es debido a los anunciantes locales.²⁹
- La Televisión: Es el medio de comunicación masiva más importante en la actualidad, ya que al ser audiovisual proporciona a los publicistas muchas oportunidades creativas pero que tiene una desventaja muy grande, el costo, es demasiado costoso el tiempo al aire, sobre todo en horarios estelares y familiares.³⁰

²⁷ SABBIONE, Esteban. Principales Medios Publicitarios. [En Línea]. Publicidad en Internet. 09 de septiembre de 2008. Disponible en: <http://blogsdelagente.com/publicidadeninternet/2008/09/09/principales-medios-publicitarios-2/>

²⁸ Op. Cit.

²⁹ Op. Cit.

³⁰ Op. Cit.

La mayor fuente de ingresos en la televisión es debido a las empresas nacionales y multinacionales.

- Medios en Exteriores: Son un medio de comunicación al aire libre, que van desde vallas publicitarias, carteles en paradas de autobuses, anuncios en los automóviles, hasta escritura en el cielo. Tiene como ventajas la flexibilidad, la alta exposición al público en general y un bajo costo. La mayor fuente de ingresos en medios exteriores es debido a las compañías de internet y las empresas nacionales y multinacionales.³¹
- La Internet: Es el medio de comunicación masiva más moderno y el segundo más utilizado en el mundo, ya que con el tiempo las empresas se han dado cuenta que los usuarios dedican cada vez más tiempo a navegar en la web, obteniendo así la atención que ellos necesitan. Como gran ventaja está la flexibilidad del público al que va dirigido y el bajo costo, incluso gratuito. La mayor fuente de ingresos en la internet es debido a las empresas nacionales y multinacionales.³²

2.9.5 Selección de medios. CIASM para la selección de medios, tuvo en cuenta que:

- El mensaje emitido sea claro con un lenguaje apto para cualquier persona.
- Las cadenas masivas de divulgación deben ser en horarios con mayor audiencia y afluencia de público.
- No exceder el presupuesto ajustarse a los costos de la empresa.

³¹ Op. Cit.

³² Op. Cit.

Con base en lo anterior, los medios publicitarios seleccionados para ser implementados por la promoción de CIASM, serán:

- **La radio:** Serán utilizadas pautas radiales en las emisiones de mayor sintonía.
- **Pendones, volantes y afiches (Medios exteriores):** Serán utilizados en la empresa, sus alrededores y puntos estratégicos de la ciudad para atraer a los clientes.
- **Pasa calles (Medios exteriores):** será utilizada durante la etapa de lanzamiento, ya que esta tiene una vida útil dependiendo al permiso obtenido.
- **La internet:** Se utilizará una página oficial de la empresa en las redes sociales más populares y de alta cobertura como lo son: Facebook e Instagram.

2.9.6 Estrategias publicitarias. La publicidad empezará dos semanas previas al lanzamiento de los servicios de CIASM, serán anuncios que logren captar la atención de los consumidores, ofreciendo estratégicamente a los clientes los beneficios de los productos y servicios que son distintos a los que actualmente existen en el mercado.

Estos anuncios se harán en cuatro sitios estratégicos en la ciudad de Barrancabermeja, como lo son: el centro comercial San Silvestre, El centro comercial Iwaná, La zona comercial (El Comercio y la Zona Rosa) y en el barrio donde estará ubicada la empresa.

Los medios publicitarios seleccionados para captar la atención de los barranqueños y lograr que asistan al lanzamiento y conozcan más sobre los servicios de la empresa serán:

- Volantes y afiches
- Pendón
- Portafolio de servicios
- Pautas radiales
- Redes sociales
- Cartas de invitación a los gerentes de las principales empresas de la ciudad

2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción. Presupuesto durante el lanzamiento y la operación de CIASM:

2.9.7.1 De lanzamiento y operación:

Tabla 23. Lanzamiento y operación

MEDIO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR TOTAL
VOLANTES	Entidad Magenta agencia creativa: Volante a una tinta (cian, magenta, amarillo o negro) en papel bond, ½ carta, una sola cara	1000	\$55.000
AFICHES	Entidad Magenta agencia creativa: Afiches tamaño tabloide (30.48 cms x 45.75 cms) Full color. Proplacote 240 grs	5	\$33.500
PENDONES	Entidad Magenta agencia creativa: Pendones armados para instalación con medida 80 cms x 1 mts, impresos en banner full color. Proplacote 240 grs	2	98.000

MEDIO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR TOTAL
PAUTA RADIAL	Entidad: Yariguies Stereo Se pautarán 3 pautas radiales diarias de lunes a viernes, durante 18" de duración.	15	\$142.500
PASA CALLES	Entidad Magenta agencia creativa: Pasacalles armados para instalación con medida 600 cms x 80 mts, impresos en banner full color.	10	\$700.000
TOTAL			\$ 1.029.000

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto. El tamaño del proyecto está dado según su capacidad necesaria en las afiliaciones de CIASM en los horarios de atención de 24 horas. Prestará el servicio en los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Barrancabermeja, teniendo en cuenta las prioridades de cada mascota, con el objetivo de que sea un servicio de calidad entre sus afiliados y usuarios (en atención urgencias).

3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto. Con relación a este aspecto se presentan los siguientes factores:

- Mercado
 - Tecnología y equipos
 - Recurso humano
 - Financiamiento
- a. Mercado: de acuerdo con el estudio de mercado realizado, CIASM trabajara en el municipio de Barrancabermeja enfocado a los estratos 3, 4 y 5, interesados en el bienestar de sus mascotas y las cuales cuentan con el recurso económico que sus mascotas requieren.
- b. Tecnología y equipos: los equipos y tecnología que se requiere para el montaje de CIASM no tienen ningún inconveniente en su adquisición, montaje y manejo tecnológico en sus respectivas áreas.

- c. Recurso humano: CIASM contará con la contratación de personal altamente calificado para cada área correspondiente, con conocimientos y dominio en su disciplina.
- d. Financiamiento: este proyecto cuenta con dos inversionistas principales los cuales tienen el 30% del capital requerido y el 70% será financiado con un crédito bancario (estos requieren que haya un capital del 30% para financiar el restante del proyecto).

3.1.3 Capacidad del proyecto. CIASM contara con una infraestructura idónea. Este espacio contará con divisiones adecuadas para la prestación de los servicios, distribuidos de la siguiente manera:

Recepción - Administración - Sala de espera - Sala de urgencias - Área de hospitalización - Laboratorio - Imágenes diagnósticas - Cuarto de residuos - Urgencias - Baños - Consultorios de atención y prevención y Cafetería para uso del personal de la empresa.

3.1.4 Capacidad total diseñada. Teniendo en cuenta la demanda potencial de mascotas en la ciudad de Barrancabermeja en los estratos 3, 4 y 5, según informe de aguas de Barrancabermeja a la alcaldía municipal.³³ Las sumatorias de estas familias arrojan un resultado de 18.507; y según lo mencionado por la Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO) en el año 2015, en Colombia 4 de cada 10 familias cuentan con alguna mascota en su casa.³⁴

³³ ALCALDÍA MUNICIPAL DE BARRANCABERMEJA. Plan de Desarrollo 2016 - 2019 Definitivo. [En Línea]. Alcaldía de Barrancabermeja. Junio 10 de 2016. Disponible en: <https://www.barrancabermeja.gov.co/documento/plan-de-desarrollo-2016-2019-definitivo>

³⁴ BALLESTAS S., Laura Nathalia. Tres billones de pesos, el gasto de las familias en sus mascotas. [En Línea]. El Tiempo. 12 de junio 2018. Disponible en: <https://www.eltiempo.com/economia/finanzas-personales/dinero-que-invierten-las-familias-colombianas-en-el-cuidado-de-sus-mascotas-228908>

Según la información anterior se podría decir que el mercado potencial para la empresa sería de 4.626 familias.

La capacidad diseñada anual por servicio se calcula dividiendo el numero de horas de disponibilidad anual (8.760) entre el numero de horas que dura un servicio (1). $8760/1= 8760$ servicios anuales.

Con esta información se hace la contratación de cuatro veterinarios, dos auxiliares, un administrador y una recepcionista, capaces de cubrir la demanda correspondiente.

3.1.4.1 Capacidad instalada. La capacidad instalada se identifica con el tiempo estipulado para la prestación del servicio, el cual se da en 24 horas diarias, de lunes a domingo, incluyendo festivos y tomando como referencia el calendario del año 2018.

Luego de obtener la informacion anterior se procede a determinar la capacidad instalada del servicio teniendo en cuenta el promedio de 1 hora en cada servicio.

Días anuales 365 - Días laborales 365

$8760 \text{ servicios anuales} / 12 \text{ meses} = 730 \text{ servicios mensuales}$

$730 \text{ servicios mensuales} / 30 \text{ días} = 24.33 \text{ servicios diarios}$

$\text{Operarios } 2 * 24.33 \text{ servicios día} * 365 \text{ días laborales} = 17.760,9 \text{ servicios al año.}$

3.1.4.2 Capacidad utilizada y proyectada. Para la capacidad utilizada y proyectada se toma el 55% de la demanda efectiva (4.626) que corresponde a 2.544,3 familias, quienes van mínimo dos veces al año, esto quiere decir: 5.088,6 servicios anuales, 424,05 mensuales y 14,14 diarios.

Para el desarrollo del proyecto, teniendo en cuenta la fuerte inversión que se realiza, se da una perspectiva de crecimiento del 5% anual, para llegar al 5 año con una capacidad de atención del 65% de la demanda.

Año 1 = 5.088,6 servicios anuales;

Año 2 = 5.343,03 servicios anuales;

Año 3 = 5.610,18 servicios anuales;

Año 4 = 5.890,69 servicios anuales;

Año 5 = 6.185,22 servicios anuales.

3.2 LOCALIZACIÓN

3.2.1 Macrolocalización. Centro Integral de Atención en Salud Para Mascotas estará ubicado en el municipio de Barrancabermeja, Departamento de Santander por las necesidades identificadas de brindar servicios veterinarios a los hogares barranqueños.

Figura 4. Localización de Barrancabermeja, Santander



Fuente: ALCALDÍA MUNICIPAL DE BARRANCABERMEJA. Localización Municipio de Barrancabermeja. [En Línea]. Alcaldía de Barrancabermeja. 16 de mayo de 2017. Disponible en: [https://www.google.com/search?biw= mapa+de+Barrancabermeja](https://www.google.com/search?biw=mapa+de+Barrancabermeja)

3.2.2 Microlocalización. Para determinar el sitio de ubicación de la empresa, se seguirán los criterios establecidos en el Plan de Ordenamiento Territorial, la obtención del permiso de uso de suelo otorgado por Planeación Municipal y respetando el espacio público de la ciudad de Barrancabermeja. Para estimar el sitio ideal se utilizará el método de puntos, en el cual se otorgan factores con puntajes relativos, que unidos conforman el 100%. Se elegirá el sitio que más puntos obtenga.

Ponderación de Factores: La ponderación (porcentaje) de cada factor se asigna teniendo en cuenta la importancia con que influye en el proceso de valorización. El puntaje total será 1000 puntos.

Tabla 24. Ponderación de Factores

FACTOR	PONDERACIÓN ASIGNADA (%)	PUNTAJE MÁXIMO A OBTENER
F1 = Canon de arrendamiento	20%	200
F2 = Ubicación comercial	25%	250
F3 = Zona de parqueo	20%	200
F4 = Vías de acceso	15%	150
F5 = Seguridad	20%	200
TOTAL	100%	1000

F1: Canon de arrendamiento: Erogaciones mensuales, producto del uso de las instalaciones para brindar el servicio.

F2: Ubicación comercial: Localización en zona donde se genere comercio y sea la primera opción de los habitantes barranqueños a la hora de buscar la mejor atención para sus mascotas.

F3: Zona de parqueo: Zona que tenga un amplio terreno o en su defecto parqueaderos aledaños, pues los clientes de este tipo de empresas se movilizan en automóviles y motocicletas.

F4: Vías de acceso: Factibilidad para el acceso al local desde cualquier parte de la ciudad por medio terrestre.

F5: Seguridad: Condiciones de seguridad en la zona que garanticen la integridad y el cuidado tanto del recurso humano de la empresa como de su clientela.

Tabla 25. Descripción de grados

GRADO	DESCRIPCIÓN
1	Comprende la alternativa menos beneficiosa para la empresa
2	Comprende una alternativa aceptablemente beneficiosa para la empresa
3	Comprende un beneficio total para la empresa

Tabla 26. Asignación de grados a factores

FACTOR/BARRIO	F1	F2	F3	F4	F5
Colombia	G2	G3	G3	G3	G3
Palmira	G3	G1	G2	G3	G1
El Recreo	G2	G3	G1	G3	G2

Para la repartición de puntos se utilizó la siguiente fórmula:

$$R = \frac{\text{Puntaje Máximo} - \text{Puntaje Mínimo}}{N - 1}$$

Donde:

N = Número de grados de cada factor

R = Razón Aritmética

Tabla 27. Asignación de puntajes a cada factor

Número de grados por factor	Factor	Puntaje Mínimo (%)	Puntaje Máximo	Razón Aritmética	G1	G2	G3
3	F1	20%	200	90	20	110	200
3	F2	25%	250	112,5	25	137,5	250
3	F3	20%	200	90	20	110	200
3	F4	15%	150	67,5	15	82,5	150
3	F5	20%	200	90	20	110	200
		100%	1000				

Tabla 28. Puntajes finales para cada barrio

FACTOR/ BARRIO	F1	F2	F3	F4	F5	TOTAL DE PUNTOS
Colombia	110	250	200	150	200	910
Palmira	200	25	110	150	20	505
El Recreo	110	250	20	150	110	640

De los tres barrios analizados, el barrio Colombia fue el que obtuvo mayor puntaje, ya que reúne todas las especificaciones que se requieren para la instalación de la empresa.

Figura 5. Micro localización del proyecto.



Fuente: google.com.co/maps

3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.3.1 Ficha técnica del producto por servicio. CIASM ofrecerá los siguientes servicios:

Tabla 29. Ficha técnica del servicio

SERVICIO	PLAN
DISEÑO	 CENTRO INTEGRAL DE ATENCIÓN EN SALUD PARA MASCOTAS
	Cuenta con tres planes: CIASM TRADICIONAL: • Consulta general • Consulta odontológica • Vacunación

SERVICIO	PLAN
PLANES DE ATENCIÓN	• Urgencias desde el primer día de afiliado. • Servicio ambulancia • Hospitalización cubre medicamentos dentro de la clínica y durante su permanencia. • Descuento del 5% en cirugías después de 6 meses de antigüedad. CIASM BABY • Mascotas menores de 4 meses con una cobertura completa. • Accidentes. • Servicio ambulancia. • Enfermedades. • Tratamientos médicos. • Cirugías con un descuento del 10% luego de 3 meses de antigüedad. • Servicio de urgencias. • Hospitalización cubre medicamentos dentro de la clínica y durante su permanencia. • Cuenta con 7 consultas médicas gratis durante el año del plan CIASM GOLD • Programa prevención. • Inserción de microchip. • Consulta medicina general. • Consulta odontológica. • Vacunación. • Exámenes especializados. • Servicio laboratorios. • Servicio de ambulancia. • Servicio de observación. • Servicio de hospitalización. • Cirugías cubre un 20% de descuento luego del primer mes de afiliación.

SERVICIO	PLAN
	• Tratamientos médicos. • Manejo de enfermedades. CIASM adicional contara con el servicio de atención in situ. Atención prestada las 24 horas.
PROYECCIÓN	CIASM inicialmente tendrá una proyección de cinco años, con la meta de convertirse en la primera clínica capaz de atender y prestar los servicios inexistentes en la ciudad de Barrancabermeja.

3.3.2 Descripción técnica del proceso. Teniendo en cuenta la ley 84 de 1989, el Centro Integral de Atención en Salud Para Mascotas, cumplirá a cabalidad con todos los parámetros establecidos por la secretaria de salud para el correcto funcionamiento de la prestación de servicio.

3.3.3 Diagramas de operación, proceso y procedimiento:

- **AFILIACIÓN PLANES CIASM:**

Realizar la solicitud de afiliación

Requisitos

Recepción de la solicitud

Atención y valoración al paciente

Preparación del contrato de afiliación

Cláusulas de permanencia y responsabilidades

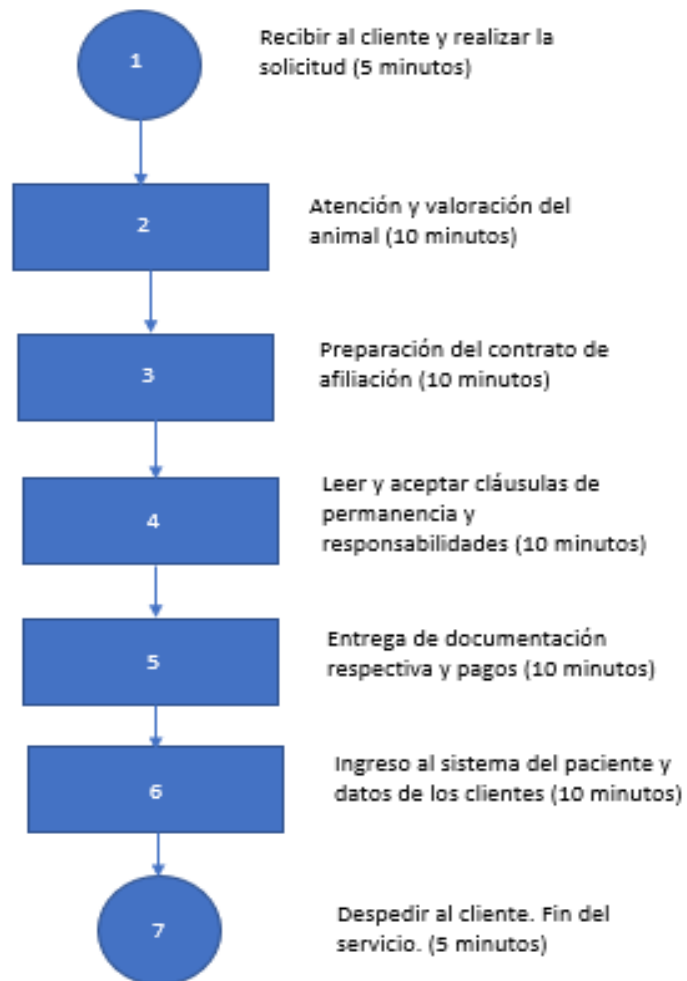
Entrega documentación con respeto al pago mensual y las responsabilidades y derechos

Ingreso a sistema del paciente y datos de los clientes

Creación en sistema del paciente

Recepción del pago por parte del cliente con un valor de cancelación del 100%

Figura 6. Diagrama de Afiliaciones.



- CONSULTAS MEDICAS:

Recepción del cliente

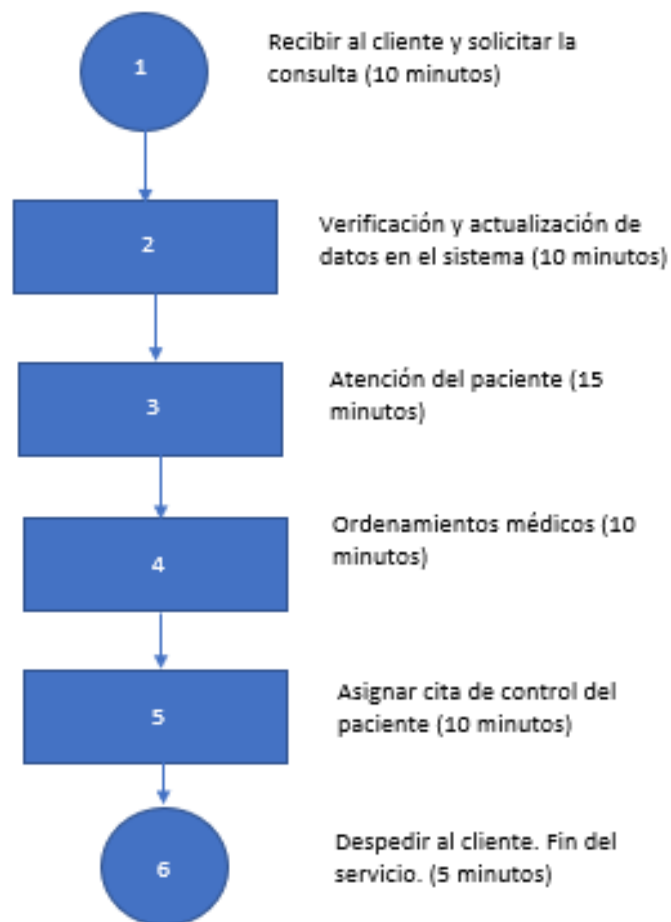
Solicitar la consulta

Verificación y actualización de datos en el sistema

Atención de paciente

Ordenamientos médicos
Asignar cita control de paciente

Figura 7. Diagrama de consultas médicas.

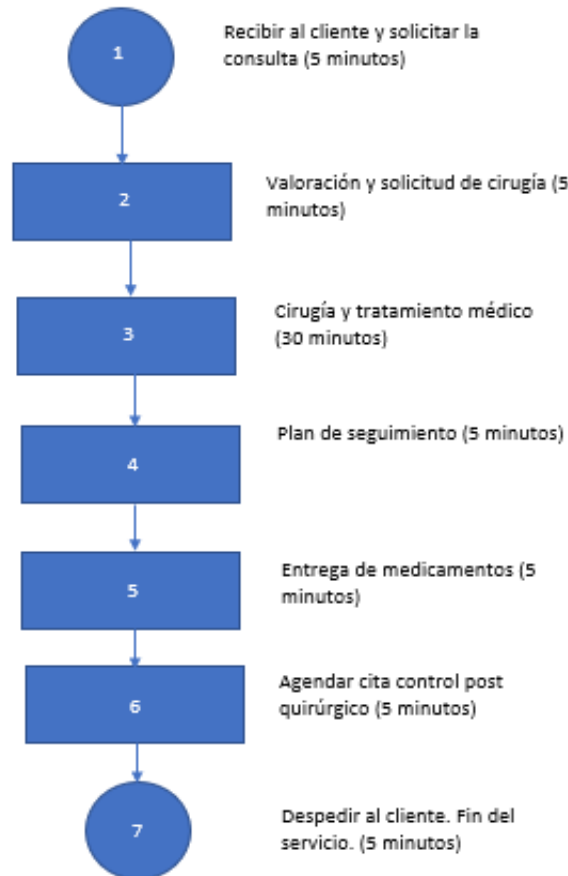


- CIRUGÍAS:

Recepción del cliente
Valoración médica
Solicitud de cirugía
Cirugía y tratamiento médico
Plan de seguimiento

Entrega de medicamentos
Agendar cita control post quirúrgico
Salida del paciente

Figura 8. Diagrama de cirugías.



3.3.4 Control de calidad. CIASM tendrá en cuenta que debe utilizar los mayores estándares de calidad y servicio incrementando competitividad del sector convirtiéndose en la mejor empresa prestadora del servicio de salud animal en la ciudad teniendo en cuenta las necesidades de los clientes satisfaciendo siempre las necesidades de los clientes y usuarios.

Un centro integral de atención en salud para mascotas o clínica veterinaria certificada en el sistema de calidad bajo normas ISO, siendo la más popular la ISO 9001:2008, va a fomentar la seguridad y confianza del cliente y del centro al que se dirige. Esta norma sirve para crear una mejora continua en atención al cliente y en todos los servicios que presta el mismo.³⁵

De igual manera, en el tema zoonosanitario la empresa se regirá por lo dispuesto en materia legal vigente conforme a la Ley colombiana, las cuales fueron mencionadas en el marco legal.

La empresa debe lograr desde la administración que todos los funcionarios cumplan a cabalidad con sus funciones y protocolos establecidos, basándose en el mejoramiento continuo gracias al buzón de sugerencias, a la retroalimentación y ajustes correctivos. Algunas de las funciones que se supervisarán son:

- Velar por que se cumplan los horarios establecidos.
- Cumplir con los requisitos establecidos en el momento de la afiliación.
- Planear actuar y verificar cada proceso establecido dentro de CIASM.
- Velar por que se cumplan los contratos.
- Contratar personal calificado.
- Mantener el clima laboral.

CIASM se regirá por la normatividad colombiana acerca de las condiciones sanitarias, los manuales y procedimientos para prestar servicios de salud para garantizar un control de las condiciones inseguras del lugar de trabajo.

³⁵ REVISTA ELECTRÓNICA DE VETERINARIA (REDVET). Veterinaria. [En Línea]. VETERINARIA.ORG. 2009. Vol. 10. No. 5B – Monográfico 13º Aniversario. Disponible en: <http://www.veterinaria.org/revistas/redvet/n050509B/050917B.pdf>

Además, se establecerán protocolos de limpieza, desinfección y esterilización de las áreas de trabajo; se utilizarán todos los elementos de protección y se dará capacitación a todo el personal con el fin de promover una cultura de prevención de riesgo biológico.

3.3.5 Recursos. Estos permitirán el montaje de Centro Integral de Atención en Salud Para Mascotas su funcionamiento capacidad del proyecto e instalaciones.

3.3.5.1 Recurso humano. Para el correcto funcionamiento de CIASM, éste contará con el siguiente personal:

Tabla 30. Recurso humano

NÚMERO	CARGO	CONTRATO
1	Administrador	Indefinido
1	Recepcionista	Termino fijo un año
2	Veterinarios	Termino fijo un año
2	Auxiliares de operaciones	Termino fijo un año

3.3.5.2 Recurso físico. CIASM contará con los siguientes equipos para el funcionamiento y atención:

Muebles y enseres

Tabla 31. Muebles y enseres.

CONCEPTO	CANTIDAD
Escritorios de oficina	2
Sillas sala de espera	8
Sillas de oficina	6
Escritorio gerencia	1
Extintores multipropósito	2

CONCEPTO	CANTIDAD
Botiquín	1
Kit de cámaras de seguridad	1
Archivador cuatro gavetas	1
Vitrinas	2
Estantería de madera	3
Punto ecológico	1
TOTAL	

Equipos de oficina:

Tabla 32. Equipos de oficina.

CONCEPTO	CANTIDAD
Computador de escritorio	2
Computador portátil	1
Impresoras	1
Teléfono	2
TOTAL	

Herramientas:

Tabla 33. Herramientas.

CONCEPTO	CANTIDAD
Canecas de acero	5
Camilla	3
Papeleras	2
TOTAL	

Maquinaria y equipos:

Tabla 34. Maquinaria y equipos.

CONCEPTO	CANTIDAD
Aire acondicionado integral	1
Bascula digital Redmond 100kg	1
Balanza pesa báscula	1
Jaulas de hospitalización acero inoxidable	4
Lámpara quirófano	1
Esterilizador	1
Termómetro	4
Kit instrumental quirúrgico	1
Máquina anestésica	1
Equipos de laboratorio	1
Electrocardiógrafo	1
Ecógrafo portátil	1
Desfibrilador	1
Electrobisturí	1
Bomba de fusión	1
Equipo de rayos x	1
Kit diagnóstico de órganos	1
Mesa cirugía riñonera media luna	1
Estante de quirófano	1
TOTAL	

3.3.5.3 Recurso de insumos. Materia prima como papelería e implementos a utilizar para el funcionamiento de Centro Integral de Atención en Salud Para Mascotas, más la experiencia profesional.

Tabla 35. Recursos de insumos

INSUMOS	CANTIDAD
Jeringa	Caja
Guante látex	Caja
Tapa bocas	Caja
Sabana desechable	Caja
Gorros desechables	Caja
Compresas	Caja
Experiencia	n/n
Polainas	Caja

3.3.6 Análisis de proveedores. Para la selección de proveedores se analizaron las empresas más reconocidas y con los mejores precios del mercado. Por razones de costos y apoyo al departamento de Santander, se determinó elegir los proveedores de CIASM en las ciudades de Bucaramanga y Barrancabermeja.

Tabla 36. Proveedores.

PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	FACILIDAD EN CRÉDITO	CIUDAD
Colinstruvet	Instrumental medico	Si	Barrancabermeja
Aurofarma Veterinaria Ltda.	Suministro medicamentos	Si	Barrancabermeja
Impomarkas	Suministro medicamentos	Si	Bucaramanga
Laboratorios Generales San Pedro S.A.S	Suministro medicamentos	Si	Bucaramanga
Productos Médicos Veterinarios S. A	Instrumental medico	Si	Bucaramanga
Servicios Médicos Veterinarios Pet Health S.A.S	Instrumental medico	Si	Bucaramanga
Recargas Inktec	Recargas impresoras	Si	Barrancabermeja
Drogas La Rebaja	Suministros de insumos	Si	Barrancabermeja
Papelería Universo	Suministros de insumos	Si	Barrancabermeja

Recepción – Administración 3.5 x 5 mts - Sala de espera 5 x 5 mts- Sala de urgencias 2.5 x 6.5 mts - Área de hospitalización 2.5 x 5 mts- Laboratorio 2.5 x 6.5 mts - Imágenes diagnósticas 3 x 2 mts - Cuarto de residuos 2 x 2 – Baños 2 x 2 - Consultorios de atención y prevención 8.5 x 2.5 mts y Cafetería 2.5 x 2.5 para uso del personal de la empresa.

Diagrama de planta de un consultorio médico con las siguientes áreas y dimensiones:

- RECEPCIÓN:** 3,5 mts x 5 mts.
- SALA DE ESPERA:** 5 mts x 5 mts.
- RESIDUOS:** 2 mts x 5 mts.
- LABORATORIO:** 2,5 mts x 5 mts.
- FRACTURAS URGENCIAS:** 2,5 mts x 5 mts.
- PREVENCIÓN:** 2,5 mts x 5 mts.
- CONSULTORIO:** 3 mts x 5 mts.
- ADMINISTRACIÓN:** 3 mts x 5 mts.
- CAFETERIA:** 3 mts x 5 mts.
- HOSPITALIZACIÓN:** 3 mts x 5 mts.
- CIRUGIA:** 3 mts x 5 mts.
- IMAGENES:** 3 mts x 5 mts.

Las dimensiones totales del consultorio son 15 mts de ancho por 20 mts de profundidad.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

La constitución que realizará Centro Integral de Atención en Salud Para Mascotas será una sociedad por acciones simplificadas S.A.S, del sector servicios.³⁶ Su razón social será **“CENTRO INTEGRAL DE ATENCIÓN EN SALUD PARA MASCOTAS S.A.S”** entidad promotora de salud.

Su constitución la realizarán las socias Beatriz Jaimes Pinzón y Rocío Moreno Vesga quienes aportarán un capital inicial para el funcionamiento de la empresa. Se elabora un documento privado con una duración de 10 años de sociedad.

4.2 CULTURA ORGANIZACIONAL

4.2.1 Visión. CIASM será para el año 2024 la entidad líder de la ciudad en el cuidado y protección de las mascotas, con destacado valor por sus colaboradores, clientes, accionistas y comunidad, gracias al aporte en el mejoramiento de la calidad de vida de sus seres amados (gatos y perros).

4.2.2 Misión. Somos una empresa de atención en salud para mascotas (caninos y felinos) que satisface las necesidades de sus clientes brindando un servicio excelente y aportando a la calidad de vida de las familias de la ciudad de Barrancabermeja.

³⁶ CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 1258. (Diciembre 05 de 2008). “Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada”. Diario Oficial. Bogotá D.C. No. 47.194 de 5 de diciembre de 2008. Disponible en: http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1258_2008.html

4.2.3 Objetivos de la organización:

- Defender y promulgar los Derechos de los Animales
- Brindar educación, y conciencia sobre los cuidados de estos seres vivos.
- Crear conciencia a la población sobre la importancia de la prevención que debe brindarse a las mascotas.

4.2.4 Políticas. CIASM contará con las siguientes políticas para su funcionamiento en donde se busca atraer y reclutar candidatos calificados con formación competitiva:

Tabla 37. Políticas

CIASM		
Política de personal	Reclutamiento y selección.	Toda vacante generada pasara por un proceso minucioso de selección ajustándose al perfil establecido por CIASM, para los diversos cargos.
	Contratación.	Toda vinculación será hara mediante un contrato a término fijo y/o indefinido según corresponda bajo un periodo de prueba por 2 meses y contará con todas las prestaciones legales establecidos por la ley.
	Capacitación.	El personal contratado pasara por un proceso de capacitación seminarios y talleres que mejoraran la calidad del servicio a prestar.
	Evaluación de desempeño.	El personal tras terminar los dos meses de prueba tendrá una evaluación de desempeño en donde se resaltarán las fortalezas y mejoramientos en la ejecución de las funciones correspondientes a su cargo; posterior mente se realizan estas evaluaciones cada 6 meses.

4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.3.1 Organigrama:

Figura 10. Organigrama



El administrador será el responsable de coordinar el trabajo de los demás trabajadores de CIASM, garantizando que haya siempre una línea de respeto y colaboración, manteniendo la ética profesional como primera instancia.

4.3.2 Descripción y perfil de cargos. La mano de obra es fundamental en el manejo de negocios cuya finalidad es la prestación de servicios, dentro de lo proyectado serán 6 empleos directos los que se generarán, la empresa se encargará de todas las prestaciones sociales y dentro del salario básico se suministrarán las bonificaciones.

ADMINISTRATIVOS

Tabla 38. Perfil del Administrador

NOMBRE DEL CARGO: Administrador	ÁREA: Administrativa.
SECCIÓN: Administrativa y comercial	JEFE INMEDIATO: Socios
PERFIL: Profesional en gestión empresarial, Administración de empresas, Ingeniería Industrial o afines, con experiencia en administración de negocios, con bases y formación en la creación y dirección de empresas.	
FUNCIÓN PRINCIPAL: Cumplir satisfactoriamente con las funciones y objetivos trazados por los socios, al igual que mantener el buen funcionamiento de la empresa.	
DETALLE DE FUNCIONES: • Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa. • Ordenar pagos y compras. • Coordinar y elaborar un presupuesto anual de ingresos y egresos. • Cumplir con las disposiciones laborales básicas reglamentadas por el ministerio de trabajo y seguridad social. • Realizar labores comerciales y de mercadeo. • Reclutamiento de personal e inducción. • Vigilar la adecuada ejecución presupuestal de la empresa. • Representar a la empresa ante las autoridades correspondientes como representante legal • Velar por que las condiciones de armonía y ambiente laboral se den en la empresa • Investigación de mercados para importación directa de productos • Manejo de personal	
ESFUERZO Mental: Alto. Visual: Normal Físico: El normal para el desarrollo de sus funciones.	
CONDICIONES DE TRABAJO Medio Ambiente: Normal Riesgo: Ninguno	

Tabla 39. Perfil de Recepcionista

NOMBRE DEL CARGO: Recepcionista	ÁREA: Administrativa
SECCIÓN: Administrativa	JEFE INMEDIATO: Administrador
PERFIL: Tecnólogo(a) empresarial o estudiante de Administración de empresas, Ingeniería Industrial o afines, con experiencia servicios contables y atención al cliente.	
FUNCIÓN PRINCIPAL: Atender excelentemente a los clientes, otorgando citas, brindando información, entregando fórmulas y medicamentos y llevando los historiales médicos de los animales.	
DETALLE DE FUNCIONES: • Recepción e información • Manejo de caja menor • Elaboración pago proveedores • Facturación • Elaboración informe de movimientos bancarios diarios • Mantener el Archivo e historiales médicos al día • Control de Inventarios • Entrega de fórmulas y venta de medicamentos	
ESFUERZO Mental: Normal Visual: Normal Físico: El normal para el desarrollo de sus funciones.	
CONDICIONES DE TRABAJO Medio Ambiente: Normal Riesgo: Ninguno	

OPERATIVOS

Tabla 40. Perfil de Veterinario

NOMBRE DEL CARGO: Veterinario	ÁREA: Operativa
SECCIÓN: Operativa	JEFE INMEDIATO: Administrador
PERFIL: Médico veterinario especializado en caninos y felinos con experiencia de mínimo 2 años.	
FUNCIÓN PRINCIPAL: Brindar una excelente atención al cliente y velar por la salud y cuidado de los animales.	
DETALLE DE FUNCIONES: • Manejo de personal (Auxiliares) • Diagnóstico de enfermedades • Prescripción de medicinas • Control de tratamientos prescritos • Asesoramiento Médico • Vacunaciones • Procedimientos de laboratorio • Cirugías • Imágenes diagnósticas	
ESFUERZO Mental: Alto. Visual: Alto Físico: El normal para el desarrollo de sus funciones.	
CONDICIONES DE TRABAJO Medio Ambiente: Normal Riesgo: Medio Entre los factores se encuentran los objetos cortopunzantes, las caídas, los golpes con diferentes superficies, quemaduras y la explosión de algún elemento utilizado para cirugía o imágenes diagnósticas.	

Tabla 41. Perfil de Auxiliar operacional

NOMBRE DEL CARGO: Auxiliar operacional	ÁREA: Operativa
SECCIÓN: Operativa	JEFE INMEDIATO: Veterinario
PERFIL: Tecnólogo en medicina veterinaria o estudiante de medicina veterinaria especializado en caninos y felinos con un año de experiencia.	
FUNCIÓN PRINCIPAL: Cumplir satisfactoriamente con las funciones establecidas por el veterinario.	
DETALLE DE FUNCIONES: • Alimentación mascotas • Ejercitación mascotas • Control y manejo de las mascotas • Asistencia de cirugía e imágenes diagnósticas • Baño y Peluquería • Odontología • Aseo y orden de los consultorios y salas	
ESFUERZO Mental: Normal Visual: Normal Físico: El normal para el desarrollo de sus funciones.	
CONDICIONES DE TRABAJO Medio Ambiente: Normal Riesgo: Medio Entre los factores se encuentran los objetos cortopunzantes, las caídas, los golpes con diferentes superficies, quemaduras y la explosión de algún elemento utilizado para cirugía o imágenes diagnósticas.	

4.3.3 Asignación salarial. Todos los empleados de CIASM contarán con contratos bajo todas las prestaciones de ley, excepto el contador que tendrá contrato por prestación de servicios. La asignación de los salarios se realiza dependiendo de la jerarquía de estos, de acuerdo con lo establecido por el gobierno nacional.

Tabla 42. Asignación salarial

ÍTEM	CANTIDAD	SALARIO BÁSICO
Veterinarios	2	\$ 1.600.000
Auxiliares operacionales	2	\$ 781.242
Administrador	1	\$ 1.700.000
Recepcionista	1	\$ 781.242
TOTAL	6	\$ 7.243.726

Tabla 43. SMLMV y Auxilio de Transporte

\$ 781.242	SMLMV 2018
\$ 88.211	Auxilio de Transporte 2018

Tabla 44. Factor Prestacional

CONCEPTO	FACTOR
Cesantías	8,333%
Interés cesantías	1,000%
Vacaciones	4,167%
Prima	8,333%
Cajas de compensación	4,000%
Pensión	12,000%
Dotación	7,000%
Riesgos profesionales	0,522%
TOTAL FACTOR PRESTACIONAL	45,355%

Por servicios profesionales se contratará al contador de la empresa con una asignación mensual por sus servicios de \$500.000.

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 INVERSIONES

Para la empresa, las inversiones están constituidas por el conjunto de erogaciones o de aportaciones que se tendrán que hacer para adquirir todos los bienes y servicios necesarios para su implementación y así dotarla de su capacidad operativa. La inversión en la empresa comprende tres categorías, así: activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo.

5.1.1 Inversión fija:

5.1.1.1 Terrenos. Para la realización de este estudio de factibilidad no se tiene previsto realizar en un principio ninguna compra de terrenos. Para darle inicio a sus operaciones la empresa tiene previsto tomar un local en arriendo y este será el sitio de funcionamiento de la empresa en sus primeros años.

5.1.1.2 Maquinaria y equipo. La maquinaria y equipo que se refiere a la empresa será:

Tabla 45. Maquinaria y equipo.

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Aire acondicionado integral	1	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000
Bascula digital Redmond 100kg	1	\$ 100.000	\$ 100.000
Balanza pesa báscula	1	\$ 150.000	\$ 150.000
Jaulas de hospitalización acero inoxidable	4	\$ 1.000.000	\$ 4.000.000
Lámpara quirófano	1	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000
Esterilizador	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Termómetro	4	\$ 40.000	\$ 160.000

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Kit instrumental quirúrgico	1	\$ 350.000	\$ 350.000
Máquina anestésica	1	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000
Equipos de laboratorio	1	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000
Electrocardiógrafo	1	\$ 700.000	\$ 700.000
Ecógrafo portátil	1	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000
Desfibrilador	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Electrobisturí	1	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000
Bomba de fusión	1	\$ 100.000	\$ 100.000
Equipo de rayos x	1	\$ 8.000.000	\$ 8.000.000
Kit diagnóstico de órganos	1	\$ 400.000	\$ 400.000
Mesa cirugía riñonera media luna	1	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
Estante de quirófano	1	\$ 500.000	\$ 500.000
TOTAL			\$ 52.760.000

5.1.1.3 Muebles y enseres. Son aquellos que requiere la empresa en su parte administrativa para el correcto funcionamiento de ésta.

Tabla 46. Muebles y enseres.

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorios de oficina	2	\$ 250.000	\$ 500.000
Sillas sala de espera	8	\$ 25.000	\$ 200.000
Sillas de oficina	6	\$ 100.000	\$ 600.000
Escritorio gerencia	1	\$ 400.000	\$ 400.000
Extintores multipropósito	2	\$ 250.000	\$ 500.000
Botiquín	1	\$ 100.000	\$ 100.000
Kit de cámaras de seguridad	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Archivador cuatro gavetas	1	\$ 450.000	\$ 450.000
Vitrinas	2	\$ 150.000	\$ 300.000
Estantería de madera	3	\$ 100.000	\$ 300.000
Punto ecológico	1	\$ 50.000	\$ 50.000
TOTAL			\$ 4.400.000

5.1.1.4 Equipo de oficina. Es el equipo que necesita en general la parte administrativa para sus actividades de oficina en la empresa.

Tabla 47. Equipo de oficina.

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador de escritorio	2	\$ 800.000	\$ 1.600.000
Computador portátil	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Impresoras	1	\$ 250.000	\$ 250.000
Teléfono	2	\$ 100.000	\$ 200.000
TOTAL			\$ 3.050.000

5.1.1.5 Herramientas. Son aquellas que se utilizan para la prestación del servicio y no son clasificadas como “maquinaria y equipo” pero que su valor es considerable. En este caso, la empresa necesita para la prestación de su servicio:

Tabla 48. Herramientas.

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Canecas de acero	5	\$ 50.000	\$ 250.000
Camilla	3	\$ 500.000	\$ 1.500.000
Papeleras	2	\$ 10.000	\$ 20.000
TOTAL			\$ 1.770.000

5.1.1.6 Total inversión fija. Se totaliza los activos determinados anteriormente para la puesta en marcha de la empresa.

Tabla 49. Total inversión fija.

CONCEPTO	VALOR
Maquinaria y Equipos	\$ 52.760.000
Muebles y enseres	\$ 4.400.000
Equipos de oficina	\$ 3.050.000
Herramientas	\$ 1.770.000
TOTAL	\$ 69.980.000

5.1.2 Inversión diferida. Estas inversiones se realizan en bienes y servicios intangibles que son indispensables de la empresa, pero no intervienen directamente en el servicio. Por ser intangibles, a diferencia de las inversiones fijas, están sujetas a amortización y se recuperan a largo plazo.

La empresa adquirirá en arriendo una infraestructura física en óptimas condiciones y distribución adecuada para la prestación del servicio, por lo tanto, las adecuaciones locativas se limitan a divisiones, pintura y algunas pequeñas adecuaciones para la puesta en marcha.

La inversión diferida será amortizada totalmente en el transcurso de los cinco años siguientes al inicio de actividades de la empresa.

Tabla 50. Inversión diferida

CONCEPTO	VALOR
Estudio de Factibilidad	\$ 1.000.000
Sayco y Acimpro	\$ 455.700
Cámara de Comercio	\$ 85.000
Registro de libros y documentos	\$ 100.000
Software contable	\$ 200.000
Adecuaciones locativas	\$ 8.000.000
Publicidad Lanzamiento	\$ 1.029.000
TOTAL	\$ 10.869.700
Valor Amortización Anual (Por cinco años)	\$ 2.173.940

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

5.1.3.1 Costos de producción. Los costos de producción (también llamados costos de operación) son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento. En una compañía estándar, la diferencia entre el ingreso (por ventas y otras entradas) y el costo de producción indica el beneficio bruto.

Esto significa que el destino económico de una empresa está asociado con: el ingreso (por ej., los bienes vendidos en el mercado y el precio obtenido) y el costo de producción de los bienes vendidos. Mientras que el ingreso, particularmente el ingreso por ventas está asociado al sector de comercialización de la empresa; el costo de producción está estrechamente relacionado con el sector tecnológico.

- **Insumos.** Para la prestación del servicio se requieren de los siguientes insumos:

Tabla 51. Insumos.

INSUMOS	UNIDAD	CONSUMO POR unidad	VALOR UNIDAD DE INSUMO	COSTO POR UNIDAD	COSTO ANUAL	COSTO MENSUAL
Jeringa	UNIDAD	1	\$ 300	\$ 300	\$ 1.526.700	\$ 127.225
Guante látex	UNIDAD	1	\$ 210	\$ 210	\$ 1.068.690	\$ 89.057
Tapa bocas	UNIDAD	1	\$ 180	\$ 180	\$ 916.020	\$ 76.335,00
Sabana desechable	UNIDAD	1	\$ 2.600	\$ 2.600	\$ 13.231.400	\$ 1.102.616
Gorros desechables	UNIDAD	1	\$ 180	\$ 180	\$ 916.020	\$ 76.335
Compresas	UNIDAD	1	\$ 220	\$ 220	\$ 1.119.580	\$ 93.298
Experiencia	UNIDAD	1	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 15.267.000	\$ 1.272.250
Polainas	UNIDAD	1	\$ 260	\$ 260	\$ 1.323.140	\$ 110.261
TOTAL				\$ 6.950	\$ 35.368.550	\$ 2.947.379
Unidades proyectadas AÑO						

- **Mano de obra directa e indirecta.** El costo de mano de obra para este estudio hace referencia específicamente para quienes estarán en contacto con el usuario todo el tiempo durante la prestación del servicio.

Tabla 52. Mano de obra directa

ÍTEM	CANTIDAD	SALARIO BÁSICO	SUBSIDIO DE TRANSPORTE	FACTOR PRESTACIONAL	ASIGNACIÓN MENSUAL		ANUAL
					UNITARIO	TOTAL	TOTAL
Veterinario	2	\$ 1.600.000		\$ 725.680	\$ 2.325.680	\$ 4.651.360	\$ 55.816.320
Auxiliar operacional	2	\$ 781.242	\$ 88.211	\$ 394.340	\$ 1.263.793	\$ 2.527.587	\$ 30.331.042
TOTAL	4					\$ 7.178.947	\$ 86.147.362

- **Costos indirectos de fabricación**

Son también llamados costos generales y están relacionados con el área de operación. Estos costos son causados por conceptos diferentes a los que se relacionan con la nómina y los insumos. También son llamados costos generales de fabricación y están relacionados con la producción del producto o la prestación del servicio.

Depreciación: Se deprecia por el método de línea recta. De igual forma es de aclararse que ésta debe asignarse tanto a la parte administrativa como operativa, para lo cual se hace un prorrateo de la misma.

Tabla 53. Depreciación

ÍTEM	VALOR	VIDA UTIL	VALOR A DEPRECIAR	DEPRECIACIÓN MENSUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Maquinaria y Equipos	\$ 52.760.000	10	\$ 52.760.000	\$ 439.667	\$ 5.276.000
Muebles y enseres	\$ 4.400.000	5	\$ 4.400.000	\$ 73.333	\$ 880.000
Equipos de oficina	\$ 3.050.000	5	\$ 3.050.000	\$ 50.833	\$ 610.000
Herramientas	\$ 1.770.000	5	\$ 1.770.000	\$ 29.500	\$ 354.000
TOTAL			\$ 61.980.000	\$ 593.333	\$ 7.120.000

Servicios Públicos y Arrendamiento: Para el cálculo del valor de servicios públicos y el arrendamiento, se prorrateó el porcentaje en la parte operativa y administrativa de la siguiente manera:

Tabla 54. Servicios públicos y arrendamiento.

SERVICIOS PÚBLICOS	VALOR	OPERATIVO	ADMINISTRATIVO
PORCENTAJES DE PRORRATEO		10%	0%
Gas	\$ 12.000	\$ 1.200	\$ 10.800
PORCENTAJES DE PRORRATEO		50%	50%
Arrendamiento	\$ 4.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
PORCENTAJES DE PRORRATEO		40,00%	60%
Servicio de Acueducto, Alcantarillado y Aseo	\$ 60.000	\$ 24.000	\$ 36.000
PORCENTAJES DE PRORRATEO		30%	70%
Energía	\$ 300.000	\$ 90.000	\$ 210.000
PORCENTAJES DE PRORRATEO		40%	60%
Teléfono, Internet Banda ancha y Televisión	\$ 100.000	\$ 40.000	\$ 60.000
TOTAL MENSUAL		\$ 2.155.200	\$ 2.316.800
TOTAL ANUAL		\$ 25.862.400	\$ 27.801.600

Mantenimiento y Seguros: Para el cálculo del valor del mantenimiento y seguros, se toman los activos asignados tanto a la parte operativa como administrativa y a éstos se toma un 5% como valor de mantenimiento y 1% como valor de seguros.

Por lo tanto, el valor total de los costos indirectos se obtiene al sumar depreciación, servicios públicos, arrendamientos, mantenimiento, seguros, así:

Tabla 55. Total costos indirectos.

ÍTEM	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento 5%	\$ 219.833	\$ 2.638.000
Seguros 1%	\$ 48.699	\$ 584.390
Depreciación Activos	\$ 593.333	\$ 7.120.000
Servicios	\$ 155.200	\$ 1.862.400
Arrendamiento	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000
TOTAL	\$ 3.017.065	\$ 36.204.780

- **Total costos de prestación del servicio.** Totalizando los cuadros se tienen:

Tabla 56. Total costos de prestación del servicio.

ÍTEM	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mano de Obra Directa MOD	\$ 7.178.947	\$ 86.147.362
Materia Prima	\$ 2.947.379	\$ 35.368.550
Costos Indirectos	\$ 3.017.065	\$ 36.204.780
TOTAL	\$ 13.143.391	\$ 157.720.692

5.1.3.2 Gastos de administración y ventas. Los gastos de administración y ventas representan los gastos devengados en el periodo incurridos para el desenvolvimiento administrativo de la entidad. Para el proyecto está representado por la mano de obra del personal administrativo, servicios públicos, depreciación, publicidad y otros costos administrativos y de ventas.

Tabla 57. Nómina administrativa

ÍTEM	CANTIDAD	SALARIO BÁSICO	SUBSIDIO DE TRANSPORTE	FACTOR PRESTACIONAL	ASIGNACIÓN MENSUAL		ANUAL
					UNITARIO	TOTAL	TOTAL
Administrador	1	\$ 1.700.000	0	\$ 771.035	\$ 2.471.035	\$ 2.471.035	\$ 29.652.420
Recepcionista	1	\$ 781.242	\$ 88.211	\$ 394.340	\$ 1.263.793	\$ 1.263.793	\$ 15.165.521
TOTAL	2					\$ 3.734.828	\$ 44.817.941

GASTOS GENERALES: Incluyen los demás gastos generales, publicidad, mantenimiento, seguros, arriendo y servicios públicos.

Tabla 58. Gastos de administración y ventas

ÍTEM	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento 5%	\$ 12.708	\$ 152.500
Seguros 1%	\$ 9.618	\$ 115.410
Arrendamiento	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000
Servicios	\$ 316.800	\$ 3.801.600
Amortización de Diferidos	\$ 181.162	\$ 2.173.940
Contratación Externa (Servicios Contables)	\$ 500.000	\$ 3.000.000
TOTAL	\$ 3.020.288	\$ 30.743.450

5.1.3.3 Gastos Financieros (Intereses). CIASM considerará los intereses que se generaran y la amortización del capital que se va realizando.

Tabla 59. Amortización del crédito.

VALOR A PRESTAR	\$ 76.202.370
TIEMPO	60,00
TASA MENSUAL	1,09%
VALOR PAGO	\$ 1.736.960,39

Tabla 60. Gastos Financieros (Intereses)

CUOTA	PAGO	INTERESES	ABONO A CAPITAL	SALDO
0				\$ 76.202.370,00
1	\$ 1.736.960,39	\$ 830.605,83	\$ 906.354,55	\$ 75.296.015,45
2	\$ 1.736.960,39	\$ 820.726,57	\$ 916.233,82	\$ 74.379.781,63
3	\$ 1.736.960,39	\$ 810.739,62	\$ 926.220,77	\$ 73.453.560,86
4	\$ 1.736.960,39	\$ 800.643,81	\$ 936.316,57	\$ 72.517.244,28
5	\$ 1.736.960,39	\$ 790.437,96	\$ 946.522,43	\$ 71.570.721,86
6	\$ 1.736.960,39	\$ 780.120,87	\$ 956.839,52	\$ 70.613.882,34
7	\$ 1.736.960,39	\$ 769.691,32	\$ 967.269,07	\$ 69.646.613,27
8	\$ 1.736.960,39	\$ 759.148,08	\$ 977.812,30	\$ 68.668.800,96
9	\$ 1.736.960,39	\$ 748.489,93	\$ 988.470,46	\$ 67.680.330,51
10	\$ 1.736.960,39	\$ 737.715,60	\$ 999.244,79	\$ 66.681.085,72
11	\$ 1.736.960,39	\$ 726.823,83	\$ 1.010.136,55	\$ 65.670.949,17
12	\$ 1.736.960,39	\$ 715.813,35	\$ 1.021.147,04	\$ 64.649.802,13
13	\$ 1.736.960,39	\$ 704.682,84	\$ 1.032.277,54	\$ 63.617.524,58
14	\$ 1.736.960,39	\$ 693.431,02	\$ 1.043.529,37	\$ 62.573.995,21
15	\$ 1.736.960,39	\$ 682.056,55	\$ 1.054.903,84	\$ 61.519.091,37
16	\$ 1.736.960,39	\$ 670.558,10	\$ 1.066.402,29	\$ 60.452.689,08
17	\$ 1.736.960,39	\$ 658.934,31	\$ 1.078.026,08	\$ 59.374.663,00
18	\$ 1.736.960,39	\$ 647.183,83	\$ 1.089.776,56	\$ 58.284.886,44
19	\$ 1.736.960,39	\$ 635.305,26	\$ 1.101.655,13	\$ 57.183.231,32
20	\$ 1.736.960,39	\$ 623.297,22	\$ 1.113.663,17	\$ 56.069.568,15
21	\$ 1.736.960,39	\$ 611.158,29	\$ 1.125.802,10	\$ 54.943.766,05
22	\$ 1.736.960,39	\$ 598.887,05	\$ 1.138.073,34	\$ 53.805.692,72
23	\$ 1.736.960,39	\$ 586.482,05	\$ 1.150.478,34	\$ 52.655.214,38
24	\$ 1.736.960,39	\$ 573.941,84	\$ 1.163.018,55	\$ 51.492.195,83
25	\$ 1.736.960,39	\$ 561.264,93	\$ 1.175.695,45	\$ 50.316.500,38
26	\$ 1.736.960,39	\$ 548.449,85	\$ 1.188.510,53	\$ 49.127.989,84
27	\$ 1.736.960,39	\$ 535.495,09	\$ 1.201.465,30	\$ 47.926.524,54
28	\$ 1.736.960,39	\$ 522.399,12	\$ 1.214.561,27	\$ 46.711.963,27
29	\$ 1.736.960,39	\$ 509.160,40	\$ 1.227.799,99	\$ 45.484.163,28
30	\$ 1.736.960,39	\$ 495.777,38	\$ 1.241.183,01	\$ 44.242.980,28

CUOTA	PAGO	INTERESES	ABONO A CAPITAL	SALDO
31	\$ 1.736.960,39	\$ 482.248,49	\$ 1.254.711,90	\$ 42.988.268,37
32	\$ 1.736.960,39	\$ 468.572,13	\$ 1.268.388,26	\$ 41.719.880,11
33	\$ 1.736.960,39	\$ 454.746,69	\$ 1.282.213,69	\$ 40.437.666,42
34	\$ 1.736.960,39	\$ 440.770,56	\$ 1.296.189,82	\$ 39.141.476,59
35	\$ 1.736.960,39	\$ 426.642,09	\$ 1.310.318,29	\$ 37.831.158,30
36	\$ 1.736.960,39	\$ 412.359,63	\$ 1.324.600,76	\$ 36.506.557,54
37	\$ 1.736.960,39	\$ 397.921,48	\$ 1.339.038,91	\$ 35.167.518,63
38	\$ 1.736.960,39	\$ 383.325,95	\$ 1.353.634,43	\$ 33.813.884,19
39	\$ 1.736.960,39	\$ 368.571,34	\$ 1.368.389,05	\$ 32.445.495,14
40	\$ 1.736.960,39	\$ 353.655,90	\$ 1.383.304,49	\$ 31.062.190,65
41	\$ 1.736.960,39	\$ 338.577,88	\$ 1.398.382,51	\$ 29.663.808,14
42	\$ 1.736.960,39	\$ 323.335,51	\$ 1.413.624,88	\$ 28.250.183,26
43	\$ 1.736.960,39	\$ 307.927,00	\$ 1.429.033,39	\$ 26.821.149,87
44	\$ 1.736.960,39	\$ 292.350,53	\$ 1.444.609,85	\$ 25.376.540,02
45	\$ 1.736.960,39	\$ 276.604,29	\$ 1.460.356,10	\$ 23.916.183,92
46	\$ 1.736.960,39	\$ 260.686,40	\$ 1.476.273,98	\$ 22.439.909,93
47	\$ 1.736.960,39	\$ 244.595,02	\$ 1.492.365,37	\$ 20.947.544,56
48	\$ 1.736.960,39	\$ 228.328,24	\$ 1.508.632,15	\$ 19.438.912,41
49	\$ 1.736.960,39	\$ 211.884,15	\$ 1.525.076,24	\$ 17.913.836,17
50	\$ 1.736.960,39	\$ 195.260,81	\$ 1.541.699,57	\$ 16.372.136,59
51	\$ 1.736.960,39	\$ 178.456,29	\$ 1.558.504,10	\$ 14.813.632,50
52	\$ 1.736.960,39	\$ 161.468,59	\$ 1.575.491,79	\$ 13.238.140,70
53	\$ 1.736.960,39	\$ 144.295,73	\$ 1.592.664,65	\$ 11.645.476,05
54	\$ 1.736.960,39	\$ 126.935,69	\$ 1.610.024,70	\$ 10.035.451,35
55	\$ 1.736.960,39	\$ 109.386,42	\$ 1.627.573,97	\$ 8.407.877,38
56	\$ 1.736.960,39	\$ 91.645,86	\$ 1.645.314,52	\$ 6.762.562,86
57	\$ 1.736.960,39	\$ 73.711,94	\$ 1.663.248,45	\$ 5.099.314,40
58	\$ 1.736.960,39	\$ 55.582,53	\$ 1.681.377,86	\$ 3.417.936,54
59	\$ 1.736.960,39	\$ 37.255,51	\$ 1.699.704,88	\$ 1.718.231,66
60	\$ 1.736.960,39	\$ 18.728,73	\$ 1.718.231,66	\$ 0,00

Tabla 61. Resumen de crédito.

AÑO	PAGOS	INTERESES	ABONO A CAPITAL	SALDO
1	\$ 20.843.524,65	\$ 9.290.956,78	\$ 11.552.567,87	\$ 64.649.802,13
2	\$ 20.843.524,65	\$ 7.685.918,36	\$ 13.157.606,30	\$ 51.492.195,83
3	\$ 20.843.524,65	\$ 5.857.886,36	\$ 14.985.638,29	\$ 36.506.557,54
4	\$ 20.843.524,65	\$ 3.775.879,53	\$ 17.067.645,13	\$ 19.438.912,41
5	\$ 20.843.524,65	\$ 1.404.612,24	\$ 19.438.912,41	\$ 0,00
TOTAL	\$ 104.217.623,27	\$ 28.015.253,27	\$ 76.202.370,00	

5.1.3.4 Total capital de trabajo:

Tabla 62. Total capital de trabajo.

CAPITAL DE TRABAJO	VALOR MES	VALOR A NECESITAR
Costos del producto (Prestación del servicio)	\$ 13.143.391	\$ 13.143.391
Gastos de Administración y Ventas	\$ 3.020.288	\$ 3.020.288
Gastos Financieros	\$ 830.606	\$ 830.606
TOTAL	\$ 16.994.285	\$ 16.994.285

5.1.4 Inversión total. En este rubro se consideran todas las erogaciones correspondientes a la inversión fija, diferida y capital de trabajo.

Tabla 63. Inversión total.

INVERSIÓN TOTAL	VALOR
Inversión Fija	\$ 69.980.000
Inversión Diferida	\$ 10.869.700
Inversión en Capital de Trabajo	\$ 16.994.285
TOTAL	\$ 97.843.985

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

a. Recursos propios. Estos recursos son de \$21.641.615 representan el 22% de los aportes.

b. Recursos de terceros. Estos recursos son de \$76.202.370 a 60 meses con una tasa mensual del 1,09% y representan el 78% de los aportes.

Tabla 64. Fuentes de financiación

PROCEDENCIA DE LOS RECURSOS	VALOR	PORCENTAJE
Aportes de los socios	\$ 21.641.615	22%
Crédito a solicitar	\$ 76.202.370	78%
TOTAL	\$ 97.843.985	100%

Tabla 65. Resumen del crédito

AÑO	ABONOS	INTERESES	TOTAL CUOTA	SALDO
1	\$ 11.552.567,87	\$ 9.290.956,77	\$ 20.843.524,64	\$ 64.649.802,13
2	\$ 13.157.606,31	\$ 7.685.918,36	\$ 10.786.365,42	\$ 51.492.195,82
3	\$ 14.985.638,27	\$ 5.857.886,37	\$ 12.669.520,12	\$ 36.506.557,55
4	\$ 17.067.645,11	\$ 3.775.879,54	\$ 14.881.448,37	\$ 19.438.912,44
5	\$ 19.438.912,44	\$ 1.404.612,55	\$ 17.479.549,62	\$ 0,00
TOTAL	\$ 76.202.370,00	\$ 28.015.253,59	\$ 76.660.408,17	

5.2 COSTOS

5.2.1 Costos fijos. Son aquellos costos que no tiene variación durante el proceso productivo. Se tomaron como costo fijo financiero el promedio de los cinco años de intereses que se cancelan por la financiación del crédito.

Tabla 66. Costos fijos.

COSTOS FIJOS	
Mano de Obra Directa MOD	\$ 86.147.362
Mano de obra administrativa	\$ 44.817.941
Costos Indirectos Fijos	\$ 34.342.380
Arriendo	\$ 24.000.000
Servicios	\$ 3.801.600
Depreciación	\$ 7.120.000
Mantenimiento	\$ 2.790.496
Seguros	\$ 699.806
Gastos financieros	\$ 5.603.051
Asesor contable	\$ 6.000.000
Amortización diferidos	\$ 2.173.944
TOTAL	\$ 217.496.580

5.2.2 Costos variables. Son los costos que tienen variación en el año.

Tabla 67. Costos variables.

COSTOS VARIABLES	
Materia prima directa	\$ 35.368.550
Servicios	\$ 1.862.400
TOTAL	\$ 37.230.950

5.2.3 Costos totales unitarios. Se determinan los costos totales para obtener el costo unitario del servicio.

Tabla 68. Costos totales unitarios.

COSTOS FIJOS	VALOR ANUAL	COSTO POR UNIDAD
Total Anual de Costos Fijos	\$ 217.496.580	\$ 47.016
Total Anual de Costos Variables	\$ 37.230.950	\$ 8.048
TOTAL	\$ 254.727.530	\$ 55.064

Se observa que el costo fijo unitario equivale a \$47.016 y el costo variable unitario a \$8.048 para un total de costo por servicio de \$55.064.

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

$$\text{Precio de venta} = \frac{\text{Costo Total Unitario}}{1 - \% \text{ Utilidad esperada}} = \frac{\$55.064}{1 - 0.25}$$

$$\text{Precio de venta} = \$73.418$$

5.3 PROYECCIÓN DE INGRESOS Y EGRESOS

5.3.1 Proyección de ingresos. Para una proyección de 5 años de la empresa con un precio de venta de \$73.418 por servicio y con 4.626 servicios al primer año y un incremento anual del 2.5% por la tasa de crecimiento anual de mascotas en la ciudad, se espera lo siguiente:

Tabla 69. Proyección de unidades a vender.

CONCEPTO	AÑO				
	1	2	3	4	5
Unidades a Vender	4.626	4.741	4.859	4.980	5.104
Incremento anual en Ventas		2,50%	2,50%	2,50%	2,50%

Tabla 70. Ingresos de ventas.

CONCEPTO	Año				
	1	2	3	4	5
Ingresos Operacionales por ventas	\$ 339.631.668	\$ 348.074.738	\$ 356.738.062	\$ 365.621.640	\$ 374.725.472
TOTAL INGRESOS	\$ 339.631.668	\$ 348.074.738	\$ 356.738.062	\$ 365.621.640	\$ 374.725.472

5.3.2 Proyección de egresos. Estos son todos los costos que acarreará el producto durante la proyección a 5 años:

Tabla 71. Egresos.

CONCEPTO	Año				
	1	2	3	4	5
Materia prima	\$ 35.368.550	\$ 36.247.794	\$ 37.149.975	\$ 38.075.093	\$ 39.023.147
Mano de Obra Directa MOD	\$ 86.147.032	\$ 86.147.032	\$ 86.147.032	\$ 86.147.032	\$ 86.147.032
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 36.204.780	\$ 36.204.780	\$ 36.204.780	\$ 36.204.780	\$ 36.204.780
Nomina administración	\$ 44.817.941	\$ 44.817.941	\$ 44.817.941	\$ 44.817.941	\$ 44.817.941
Arrendamiento	\$ 24.000.000	\$ 24.000.000	\$ 24.000.000	\$ 24.000.000	\$ 24.000.000
Servicios administracion	\$ 3.801.600	\$ 3.801.600	\$ 3.801.600	\$ 3.801.600	\$ 3.801.600
Depreciación	\$ 7.120.000	\$ 7.120.000	\$ 7.120.000	\$ 7.120.000	\$ 7.120.000
Mantenimiento	\$ 2.790.496	\$ 2.790.496	\$ 2.790.496	\$ 2.790.496	\$ 2.790.496
Seguros	\$ 699.806	\$ 699.806	\$ 699.806	\$ 699.806	\$ 699.806
Gastos financieros	\$ 9.290.957	\$ 7.685.918	\$ 5.857.886	\$ 3.775.880	\$ 1.404.612
asesor contable	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000
amortizacion diferidos	\$ 2.173.944	\$ 2.173.944	\$ 2.173.944	\$ 2.173.944	\$ 2.173.944
TOTAL EGRESOS	\$ 258.415.106	\$ 257.689.311	\$ 256.763.460	\$ 255.606.572	\$ 254.183.358

5.4 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Después de haber realizado los cálculos anteriores, se elaboran los presupuestos de ingresos y egresos y se hace su respectiva proyección para los 5 primeros años de la Empresa.

En el estado de resultados proyectado, se relacionan los ingresos y egresos proyectados a 5 años; el año 2018 es el año base para esta proyección.

Tabla 72. Estado de resultados proyectado.

CONCEPTO	Año				
	1	2	3	4	5
Ingresos Operacionales	\$ 339.631.668	\$ 348.074.738	\$ 356.768.062	\$ 365.621.640	\$ 374.725.475
Menos Costo de Ventas					
Materia prima	\$ 35.368.550	\$ 36.247.794	\$ 37.149.975	\$ 38.075.093	\$ 39.023.147
Mano de Obra Directa MOD	\$ 86.147.032	\$ 86.147.032	\$ 86.147.032	\$ 86.147.032	\$ 86.147.032
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 36.204.780	\$ 36.204.780	\$ 36.204.780	\$ 36.204.780	\$ 36.204.780
Total costo de ventas	\$ 157.720.362	\$ 158.599.606	\$ 159.501.787	\$ 160.426.905	\$ 161.374.959
Utilidad operacional	\$ 181.911.306	\$ 189.475.132	\$ 197.266.275	\$ 205.194.735	\$ 213.350.516
Menos gastos					
Nomina administración	\$ 44.817.941	\$ 44.817.941	\$ 44.817.941	\$ 44.817.941	\$ 44.817.941
Arrendamiento	\$ 24.000.000	\$ 24.000.000	\$ 24.000.000	\$ 24.000.000	\$ 24.000.000
Servicios administracion	\$ 3.801.600	\$ 3.801.600	\$ 3.801.600	\$ 3.801.600	\$ 3.801.600
Depreciación	\$ 7.120.000	\$ 7.120.000	\$ 7.120.000	\$ 7.120.000	\$ 7.120.000
Mantenimiento	\$ 2.790.496	\$ 2.790.496	\$ 2.790.496	\$ 2.790.496	\$ 2.790.496
Seguros	\$ 699.806	\$ 699.806	\$ 699.806	\$ 699.806	\$ 699.806
Gastos financieros	\$ 9.290.957	\$ 7.685.918	\$ 5.857.886	\$ 3.775.880	\$ 1.404.612
asesor contable	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000
amortizacion diferidos	\$ 2.173.944	\$ 2.173.944	\$ 2.173.944	\$ 2.173.944	\$ 2.173.944
Total gastos	\$ 100.694.744	\$ 99.089.705	\$ 97.261.673	\$ 95.179.667	\$ 92.808.399
Utilidad antes de mpuestos	\$ 81.216.562	\$ 90.385.427	\$ 100.004.602	\$ 110.015.068	\$ 120.542.117
Provisión impuestos 33%	\$ 26.801.465	\$ 29.827.191	\$ 33.001.519	\$ 36.304.972	\$ 39.778.899
Utilidad Neta	\$ 54.415.097	\$ 60.558.236	\$ 67.003.083	\$ 73.710.096	\$ 80.763.218

5.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Tabla 73. Flujo de caja proyectado.

CONCEPTO	Año					
	0	1	2	3	4	5
Saldo periodo anterior	\$ -	\$ 35.863.985	\$ 112.647.979	\$ 170.194.335	\$ 232.506.108	\$ 299.572.012
Aportes sociales	\$ 21.641.615	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Credito bancario	\$ 76.202.370					
Ingresos del periodo	\$ -	\$ 339.631.668	\$ 348.074.738	\$ 356.768.062	\$ 365.621.640	\$ 374.725.475
Efectivo disponible	\$ 97.843.985	\$ 375.495.653	\$ 460.722.717	\$ 526.962.397	\$ 598.127.748	\$ 674.297.487
Menos inversion activos						
Maquinaria y equipo	\$ 52.760.000					
Muebles y enseres	\$ 4.400.000					
Equipo de oficina	\$ 3.050.000					
Herramientas	\$ 1.770.000					
Total Inversión en activos	\$ 61.980.000					
Menos costos de producción						
Materia prima	\$ -	\$ 35.368.550	\$ 36.247.794	\$ 37.149.975	\$ 38.075.093	\$ 39.023.147
Mano de Obra	\$ -	\$ 86.147.032	\$ 86.147.032	\$ 86.147.032	\$ 86.147.032	\$ 86.147.032
Costos Indirectos	\$ -	\$ 36.204.780	\$ 36.204.780	\$ 36.204.780	\$ 36.204.780	\$ 36.204.780
Total Costos de producción	\$ -	\$ 157.720.362	\$ 158.599.606	\$ 159.501.787	\$ 160.426.905	\$ 161.374.959
Menos gastos de administración						
Nomina administración	\$ -	\$ 44.817.941	\$ 44.817.941	\$ 44.817.941	\$ 44.817.941	\$ 44.817.941
Arrendamiento	\$ -	\$ 24.000.000	\$ 24.000.000	\$ 24.000.000	\$ 24.000.000	\$ 24.000.000
Servicios administracion	\$ -	\$ 3.801.600	\$ 3.801.600	\$ 3.801.600	\$ 3.801.600	\$ 3.801.600
Depreciación	\$ -	\$ 7.120.000	\$ 7.120.000	\$ 7.120.000	\$ 7.120.000	\$ 7.120.000
Mantenimiento	\$ -	\$ 2.790.496	\$ 2.790.496	\$ 2.790.496	\$ 2.790.496	\$ 2.790.496
Seguros	\$ -	\$ 699.806	\$ 699.806	\$ 699.806	\$ 699.806	\$ 699.806
asesor contable	\$ -	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000
amortizacion diferidos	\$ -	\$ 2.173.944	\$ 2.173.944	\$ 2.173.944	\$ 2.173.944	\$ 2.173.944
Total gastos de administración	\$ -	\$ 91.403.787	\$ 91.403.787	\$ 91.403.787	\$ 91.403.787	\$ 91.403.787
Menos gastos financieros						
Gastos financieros	\$ -	\$ 9.290.957	\$ 7.685.918	\$ 5.857.886	\$ 3.775.880	\$ 1.404.612
Total Gastos financieros	\$ -	\$ 9.290.957	\$ 7.685.918	\$ 5.857.886	\$ 3.775.880	\$ 1.404.612
Abonos a capital	\$ -	11.552.568	13.157.606	14.985.638	17.067.645	19.438.913
Impuesto de renta	\$ -		\$ 26.801.465	\$ 29.827.191	\$ 33.001.519	\$ 36.304.972
Más depreciación	\$ -	-\$ 7.120.000	-\$ 7.120.000	-\$ 7.120.000	-\$ 7.120.000	-\$ 7.120.000
Total egresos del periodo	\$ 61.980.000	\$ 262.847.674	\$ 290.528.382	\$ 294.456.289	\$ 298.555.736	\$ 302.807.243
Saldo efectivo del periodo	\$ 35.863.985	\$ 112.647.979	\$ 170.194.335	\$ 232.506.108	\$ 299.572.012	\$ 371.490.244

5.6 BALANCE GENERAL PROYECTADO

Tabla 74. Balance general proyectado.

CONCEPTO	Año				
	1	2	3	4	5
Activo					
Disponible					
Efectivo	\$ 112.647.979	\$ 170.194.335	\$ 232.506.108	\$ 299.572.012	\$ 371.490.244
Total disponible	\$ 112.647.979	\$ 170.194.335	\$ 232.506.108	\$ 299.572.012	\$ 371.490.244
Total activo corriente	\$ 112.647.979	\$ 170.194.335	\$ 232.506.108	\$ 299.572.012	\$ 371.490.244
Activo fijo					
Maquinaria y equipo	\$ 52.760.000	\$ 52.760.000	\$ 52.760.000	\$ 52.760.000	\$ 52.760.000
Muebles y enseres	\$ 4.400.000	\$ 4.400.000	\$ 4.400.000	\$ 4.400.000	\$ 4.400.000
Equipo de oficina	\$ 3.050.000	\$ 3.050.000	\$ 3.050.000	\$ 3.050.000	\$ 3.050.000
Herramientas	\$ 1.770.000	\$ 1.770.000	\$ 1.770.000	\$ 1.770.000	\$ 1.770.000
depreciacion activos fijos	-\$ 7.120.000	-\$ 14.240.000	-\$ 21.360.000	-\$ 28.480.000	-\$ 35.600.000
Total activo fijo	\$ 54.860.000	\$ 47.740.000	\$ 40.620.000	\$ 33.500.000	\$ 26.380.000
Total activo	\$ 167.507.979	\$ 217.934.335	\$ 273.126.108	\$ 333.072.012	\$ 397.870.244
Pasivo					
Pasivo corriente					
Obligaciones financieras	\$ 13.157.606	\$ 14.985.638	\$ 17.067.645	\$ 19.438.913	
Impuestos por pagar	\$ 26.801.465	\$ 29.827.191	\$ 33.001.519	\$ 36.304.972	\$ 39.778.899
Total Pasivo corriente	\$ 39.959.071	\$ 44.812.829	\$ 50.069.164	\$ 55.743.885	\$ 39.778.899
Pasivo no corriente					
Obligaciones financieras	\$ 51.492.196	\$ 36.506.558	\$ 19.438.913		
Total pasivo no corriente	\$ 51.492.196	\$ 36.506.558	\$ 19.438.913	\$ -	\$ -
Total pasivo	\$ 91.451.267	\$ 81.319.387	\$ 69.508.077	\$ 55.743.885	\$ 39.778.899
Patrimonio					
Aportes sociales	\$ 21.641.615	\$ 21.641.615	\$ 21.641.615	\$ 21.641.615	\$ 21.641.615
Utilidad del ejercicio	\$ 54.415.097	\$ 60.558.236	\$ 67.003.083	\$ 73.710.096	\$ 80.763.218
Utilida de ejercicios anteriores		\$ 54.415.097	\$ 114.973.333	\$ 181.976.416	\$ 255.686.512
Total patrimonio	\$ 76.056.712	\$ 136.614.948	\$ 203.618.031	\$ 277.328.127	\$ 358.091.345
Total Pasivo y Patrimonio	\$ 167.507.979	\$ 217.934.335	\$ 273.126.108	\$ 333.072.012	\$ 397.870.244

6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

6.1 EVALUACIÓN SOCIAL

La creación de un Centro Integral de Atención en Salud Para Mascotas, empresa de carácter privado, si bien busca la generación de ingresos y el desarrollo de un proyecto de vida, se fundamenta en la visión del emprendimiento y empresarismo que incluye en su desarrollo las partes interesadas, generando trabajo estable para personas de la región, desarrollar una cadena productiva para permitir a proveedores en las diferentes etapas del proceso contar con un comprador que cumple los parámetros de ley, aporta un mejoramiento de la salubridad de mascotas en el municipio y la sensibilización de su función mejora la calidad de vida de los Barramejos.

Esta empresa generará seis empleos directos y uno indirecto y aportará a la economía de la ciudad de Barrancabermeja, logrando un crecimiento en el mercado local, regional y nacional. Con el crecimiento proyectado, toda su cadena productiva se beneficiará en proporción al desarrollo y aumento de la productividad de la empresa.

Los estratos 3, 4 y 5 del municipio de Barrancabermeja dueños de mascotas se verán beneficiados con este proyecto, porque con los servicios ofrecidos, contribuyen a mejorar la calidad de vida de las mascotas fortaleciendo la relación hombre-animal. Con este proyecto también se busca contribuir al fortalecimiento de la producción de servicios médicos para mascotas.

6.2 EVALUACIÓN FINANCIERA

Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados en el presente a la inversión inicial. El VPN consiste en tomar los valores de cada alternativa en el punto cero; es decir se calculan los valores presentes netos con base en la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) o tasa de interés de oportunidad, que no es más que la tasa atractiva para las socias del proyecto.

6.2.1 Tasa de rendimiento. Es aquella que sirve para medir las utilidades financieras de una inversión.

6.2.1.1 Tasa mínima de rendimiento. Es aquella como marco de referencia para hacer una inversión; por debajo de esta tasa no se deben hacer inversiones.

$$TMAR^{37} = i + f + i * f$$

i = premio al riesgo

f = Inflación año actual entre 5 y 6% **(Emisor, en la que subió la tasa de referencia de 5,50 a 5,75 por ciento.³⁸)**

Tasa promedio de colocación: es la tasa de interés a la que colocan los créditos los intermediarios financieros = inflación/ tasa de colocación interbancaria financiero.

Aplicando los conceptos adquiridos:

TO: Tasa oportunidad calculada

³⁷ BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. 5ª ed. Mc Graw Hill. Pág. 184.

³⁸ DIARIO EL TIEMPO. Encarrilar la inflación en el país solo se logrará dentro de dos años. [En Línea]. El Tiempo. 01 de enero 2016. Disponible en: <http://www.eltiempo.com/economia/indicadores/inflacion-en-colombia-para-el-2016/16471289>

RP: Porcentaje de recursos propios 22%

RC: Porcentaje de recursos del crédito 78%

TI: Tasa de Interés del crédito 13,08% anual

%IMP: Porcentaje de impuesto de renta 33%

TES: Títulos de tesorería a 5 años del Banco de la República 6,750%

TR: Tasa de riesgo 10%

TMAR: Tasa Mínima Atractiva de Retorno

Tasa de Oportunidad: $((1 + TES) (1 + TR)) - 1 \times 100$

TO: $((1 + 0,0675) (1 + 0,10)) - 1 \times 100$

TO: $((1,0675) (1,10)) - 1 \times 100$

TO: $(1,1743 - 1) \times 100$

TO: $0,1742 \times 100$

TO: 17,42%

TMAR: $(TO \times RP) + (RC \times TI \times (1 - \%IMP))$

TMAR: $(0,1742 \times 0,22) + (0,78 \times 0,1956 \times (1 - 0,33))$

$$\text{TMAR: } 0,038324 + (0,152568 \times 0,67)$$

$$\text{TMAR: } 0,1127074 + 0,10222056$$

$$\text{TMAR: } 0,21492796 = 21,49\%$$

$$\text{TMAR Deflactada: } \frac{((1+\text{TMAR})-1)}{(1+Ti)} \times 100$$

$$\text{TMAR Deflactada: } \frac{((1+0,2149)-1)}{(1+0,1308)} \times 100$$

$$\text{TMAR Deflactada: } \frac{((1,2149)-1)}{(1,1308)} \times 100$$

$$\text{TMAR Deflactada: } \frac{0,2149}{1,1308} \times 100$$

$$\text{TMAR Deflactada: } 0,1900 \times 100 = 19\%$$

Para calcular el VPN se utiliza el costo de capital ó TMAR; por lo tanto, la fórmula a aplicar para hallar el VPN en cinco años es:

$$\text{VPN} = -A + [\text{FC1} / (1+i)^1] + [\text{FC2} / (1+i)^2] + \dots + [\text{FC5} / (1+i)^5]$$

En donde

A: Inversión inicial

FC: flujos de caja

n: número de años (1, 2...5)

i: tipo de interés (TMAR) = 0.1900 = 19%

Remplazando los valores en la fórmula anterior se obtiene:

Tabla 75. Valor Presente Neto

Periodo	Inversión	Flujos netos	Factor VPN	VPN (0)	VPN acumulado
Año		sin actualizar	$(1+i)^{-n}$		
0	-\$ 97.843.945		1		-\$ 97.843.945
1		\$ 112.647.979	0,840336	\$ 94.662.152	-\$ 3.181.793
2		\$ 170.194.335	0,706164	\$ 120.185.112	\$ 117.003.319
3		\$ 232.506.108	0,593415	\$ 137.972.612	\$ 254.975.932
4		\$ 299.572.012	0,498668	\$ 149.386.976	\$ 404.362.908
5		\$ 371.490.244	0,419043	\$ 155.670.386	\$ 560.033.294

El valor presente neto es \$ 560.033.294 al ser superior a cero (0), se concluye que el proyecto es rentable y conveniente para su futura puesta en marcha. Valor relativamente alto si se tiene en cuenta que los excedentes netos no se distribuyen y se van reinvertiendo en el desarrollo mismo del proyecto, año tras año.

6.2.2 Tasa interna de retorno TIR. Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero; es decir que es la tasa que iguala la suma de los flujos a la inversión inicial. La cual se obtiene a través de la aplicación de la siguiente fórmula:

$$A = [FC1 / (1+i)^1] + [FC2 / (1+i)^2] + \dots + [FC5 / (1+i)^5]$$

A= Inversión inicial

FC: flujos de caja

n: número de años (1,2,...5)

i: tasa interna de retorno (TIR)

Tabla 76. Tasa Interna de Retorno

VPN	560.033.294
TIO	17,42%
TIR	151,04%
DIAGNOSTICO	Rentable
DATOS	VALOR
INVERSION	(97.843.985)
AÑO 1	112.647.979
AÑO 2	170.194.335
AÑO 3	232.506.108
AÑO 4	299.572.012
AÑO 5	371.490.244
TIR	151,04%

La TIR para esta proyección es del 151,04%, Esto significa que por cada \$1 invertido en el CIASM, retornarían \$151,04; para un periodo analizado de 5 años

La tasa de 151.04% comparada con la tasa del mercado financiero y de las variables económicas es muy superior, por lo tanto, se concluye que el proyecto desde el punto de vista económico es rentable.

6.2.3 Periodo de Recuperación. También denominado playback, paycash, payout o payoff, indica el tiempo que la empresa tardará en recuperar la inversión de \$97.843.985, sumando los flujos de caja positivos que incorporando una tasa del 19%, este período puede estar dado en años o meses.

Al revisar el flujo neto se detecta que en el primer periodo da como resultado \$112.647.979, lo que significa que dado al valor de la inversión esta se recuperará en el primer periodo.

6.2.4 Razones financieras:

Tabla 77. Razones financieras

RAZONES FINANCIERAS	FÓRMULA	AÑO 1	ANÁLISIS
Razón corriente	$\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$ $\frac{112647979}{39959071}$	2.81	Para el primer año por cada peso que la empresa debe, tendrá \$2.81 para pagar o respaldar la deuda a corto plazo, dato interesante que nos indica que la empresa tendrá solvencia y capacidad de pago para el primer año.
Nivel de endeudamiento	$\frac{\text{Total pasivo}}{\text{Total activo}}$ $\frac{91451267}{167507979}$	0.5459	En el primer año la participación de los acreedores es del 54,5% sobre el total de los activos, porcentaje bajo que puede ser un poco riesgoso para la empresa.
Margen bruto	$\frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas}}$ $\frac{181911306}{339631668}$	0,53	Por cada cien pesos que la empresa venda en el año 1, se generara una utilidad bruta de 53 pesos.
Margen neto	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$ $\frac{54415097}{339631668}$	0,16	Por cada cien pesos que la empresa venda en el año 1, se generara una utilidad neta de 16 pesos
Capital de trabajo	Activo Corriente – Pasivo Corriente 112647979 - 39959071	72.688.908	En el primer año se puede pagar el pasivo corriente y queda con \$72.688.908 de capital de trabajo
Endeudamiento	Pasivo Total / Activo Total	$\frac{91451267}{167507979}$	0.54

6.2.5 Punto de equilibrio. El punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje y/o unidades, además muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas exceden o caen por debajo de este punto, de tal forma que este viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas.

Para proyectar el punto de equilibrio se toma como referencia el precio de venta del servicio y el costo variable unitario para señalar el margen de contribución unitario que dividirá a los costos fijos y se determine el punto de equilibrio.

$$\text{Punto de equilibrio (Pq)} = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Margen de contribución unitario (MCU)}}$$

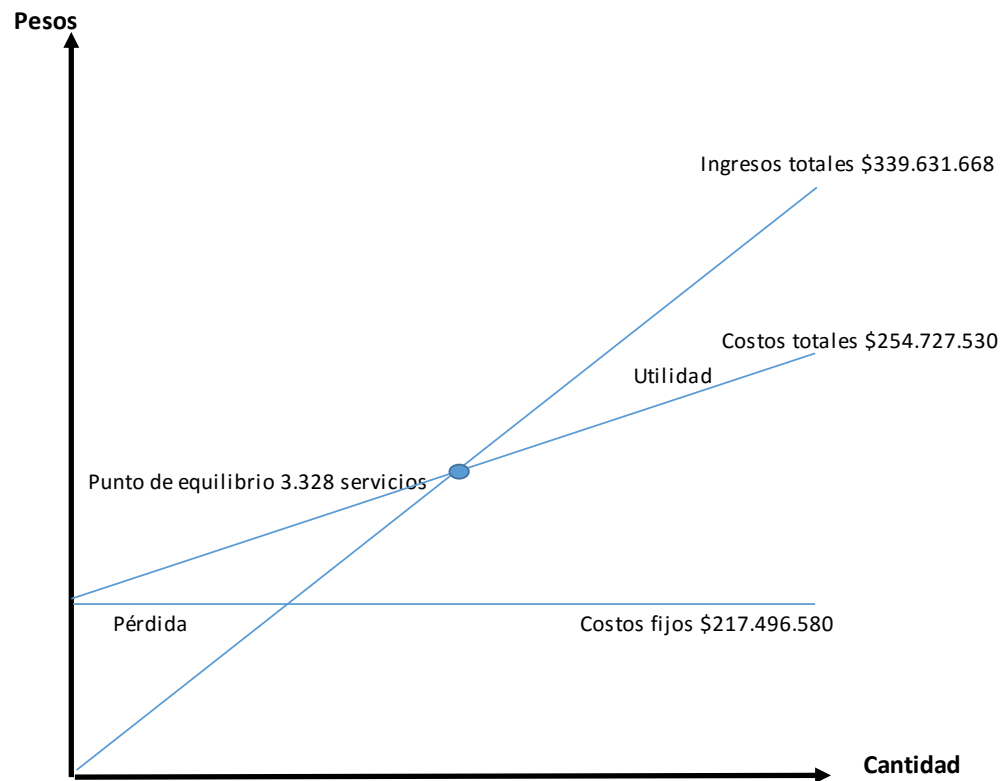
$$\text{MCU} = \text{Precio de Venta unitario (PVU)} - \text{Costo variable unitario (CVU)}$$

$$\text{CVU} = \frac{\text{Costos variables totales}}{\text{Número anual de servicios}} = \frac{37.230.950}{4.626} = 8.067$$

$$\text{Pq} = \frac{217.496.580}{73.418 - 8.067} = 3.328 \text{ servicios}$$

El punto de equilibrio está dado en 3.328 servicios anuales, que corresponden a un promedio mensual de 277 servicios.

Gráfica 16. Punto de equilibrio



6.3 EVALUACIÓN AMBIENTAL

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

Centro Integral de Atención en Salud para Mascotas; centra su atención en efectos positivos y negativos que se pueden llegar a tener en el desarrollo del proyecto.

6.3.1 Matriz de evaluación de impactos. Teniendo en cuenta que centro integral de atención en salud para mascotas; según sus procesos en las actividades propias de sus labores, diseñará e implementará, un Plan de Gestión Integral de Residuos, donde se especifican todos los programas para el correcto manejo de los residuos generados por la actividad de atención y de esta forma mitigar de la mejor manera el impacto ambiental.

Tabla 78. Matriz de impactos

Aspecto	Impacto ambiental	Medida de control
Agua	Se usará en el desarrollo de cada uno de los servicios, la limpieza e higiene sanitaria.	- Se obtendrán aguas no potables. - Se asegurará una buena utilización del servicio y se utilizaran productos biodegradables que ayuden al cuidado del medio ambiente.
Aire	Se utilizarán productos y equipos que generen olores de poco agrado.	- Se instalarán extractores en las instalaciones para retirar los olores. - Se cumplirá con las normas sanitarias de la secretaria de salud.
Manejo de residuos	CIASM generara restos de animales, servilletas, papal, trapos sucios de sangre animal y empaques de algunos productos utilizados; residuos ordinarios e infectados.	Se tendrá especialmente cuida con las materias cumpliendo con la correcta manipulación y desecho.

6.3.2 Plan de mitigación. Con el fin de minimizar los impactos de las actividades en las fases del proyecto, se plantearán una serie de medidas preventivas y de mitigación.

- Sensibilizar y capacitar al personal en el manejo de residuos hospitalarios producidos en el desarrollo de las actividades propias.
- Implementación de las políticas en los procedimientos y operación.
- Reciclar (clasificación de residuos peligrosos y no peligrosos).
- Dar disposición a los residuos químicos.

7. CONCLUSIONES

Después de realizar los estudios respectivos, se ha podido conocer que existe viabilidad para la implementación del proyecto en Barrancabermeja, toda vez que en la ciudad no se cuenta con un servicio integral de atención a mascotas y con la investigación de mercados se pudo verificar que existe alta aceptación por parte de los propietarios de mascotas.

Se estableció que el proyecto requiere una inversión inicial de \$97.843.985 el cual se financiará en un 22% con recursos propios y un 78% con crédito bancario. Dada la proyección se ha establecido que la recuperación de la inversión estará al finalizar el primer año.

Las razones financieras dan cuenta de esta recuperación, por ejemplo, en la razón corriente se observa que, en el primer año, por cada peso que la empresa debe, tendrá \$2,81 para pagar o respaldar la deuda a corto plazo, dato interesante que nos indica que la empresa tendrá solvencia y capacidad de pago para el primer año.

El punto de equilibrio establecido indica que se requiere un mínimo de 3.328 servicios al año, es decir un promedio de 277 servicios mensuales, cifra que está ajustada a la realidad del estudio y a la aceptación mostrada al proyecto.

El Centro Integral de Atención en Salud para Mascotas – CIASM, ofrece de manera oportuna servicios de promoción, prevención y atención de urgencias las 24 horas e in situ, un sistema de afiliación, diagnóstico, promoción, prevención, análisis clínicos especializados, electrocardiogramas, radiografías, tratamientos y como un valor novedoso al proyecto se ofrece la inserción de un microchip para identificación y monitoreo de las mascotas.

El Centro Integral de Atención en Salud para Mascotas – CIASM, será ambientalmente responsable, considerando cada uno de los procesos propios del desarrollo de su objeto social, aplicando un plan de gestión integral de residuos. Revisará periódicamente la matriz de impactos y el plan de mitigación para mantener la pertinencia del programa.

De otra parte, el proyecto ha contemplado la responsabilidad social empresarial, ofreciendo trabajo estable para personas de la región, lo cual beneficia no solo al trabajador sino a las familias. Con los proveedores buscará establecer convenios de fidelización, que garantiza a las partes una relación equitativa y confiable. Al estado aportará según los parámetros de ley la correspondiente tributación y a la comunidad en general ofrecerá confianza, estabilidad y a los clientes les aporta un mejoramiento de la salubridad de sus mascotas, que también redundará en una mejor calidad de vida de las familias.

8. RECOMENDACIONES

La viabilidad del proyecto está condicionada a una adecuada gestión empresarial, para garantizar que los servicios ofertados se presten con la calidad, oportunidad y condiciones pactadas. El servicio al cliente será fundamental para ganar la aceptación de los usuarios y ampliar el mercado objetivo. Esto tendrá su apoyo en campañas que permitan concientizar a los dueños de mascotas sobre la importancia que tiene la prevención, el cuidado y la protección, así como el resaltar el mejoramiento de las condiciones de vida de estos miembros importantes de la familia que cuentan con atención.

El equipo de trabajo de CIASM estará capacitado no solo en los aspectos técnicos propios de la labor que realizan sino también en la adecuada atención a los propietarios, con el propósito de ofrecer confianza y una positiva calificación del servicio.

Al interior de la organización, se buscará mantener un buen clima organizacional y un excelente trabajo en equipo con el fin de lograr los objetivos comunes que beneficiarán a las partes comprometidas, la estabilidad laboral, la aplicación de la ley en cada aspecto contractual será fundamental para garantizar la permanencia de las personas.

Un aspecto que tendrá una adecuada atención será el mercado institucional, esto mantendrá la recordación de la empresa, se acercará a nuevos usuarios y permitirá fortalecer la imagen corporativa. La publicidad y la promoción se mantendrá no solo al inicio del proyecto sino a lo largo de su desarrollo para generar recordación y posicionamiento en el mercado.

BIBLIOGRAFÍA

ALCALDÍA MUNICIPAL DE BARRANCABERMEJA. Plan de Desarrollo 2016 - 2019 Definitivo. [En Línea]. Alcaldía de Barrancabermeja. Junio 10 de 2016. Disponible en: <https://www.barrancabermeja.gov.co/documento/plan-de-desarrollo-2016-2019-definitivo>

ALCALDÍA MUNICIPAL DE BARRANCABERMEJA. Información General. [En Línea]. Alcaldía de Barrancabermeja. 2018. (Recuperado en 08 de febrero de 2019). Disponible en: <https://www.barrancabermeja.gov.co/municipio/Informacion-General>.

ALCALDÍA MUNICIPAL DE BARRANCABERMEJA. Informe de Aguas de Barrancabermeja. [En Línea]. Alcaldía de Barrancabermeja. 30 de abril de 2018. (Recuperado de 2 de mayo de 2018). Disponible en: <file:///C:/Users/OWNER/Downloads/Usuarios%20de%20Aguas%20de%20Barrancabermeja%20y%20Poblaci%C3%B3n%20Atendida%20-%20Abr%2030%202018.pdf>

ALCALDÍA MUNICIPAL DE BARRANCABERMEJA. Localización Municipio de Barrancabermeja. [En Línea]. Alcaldía de Barrancabermeja. 16 de mayo de 2017. Disponible en: <https://www.google.com/search?biw=mapa+de+Barrancabermeja>

ARANGO, Claudia. Mercado de mascotas crece, Colombia es cuarto en América Latina. [En Línea]. El Colombiano. 19 de octubre de 2016. (Recuperado de 9 de octubre de 2017). Disponible en: <http://www.elcolombiano.com/cultura/mascotas/mascotas-mercado-crece-en-colombia-un-13-por-ciento-IX5202497>

ÁVILA, Raúl. Mascotas en Colombia: cariño con millones. [En Línea]. Revista Dinero. Publicado el 17 de junio de 2016. (Recuperado en 2 de noviembre de 2017).

Disponible en: <http://www.dinero.com/opinion/columnistas/articulo/mascotas-en-colombia-carino-con-millones-por-raul-avila/224703>

BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. 5ª ed. Mc Graw Hill. Pág. 184.

BALLESTAS S., Laura Nathalia. Tres billones de pesos, el gasto de las familias en sus mascotas. [En Línea]. El Tiempo. 12 de junio 2018. Disponible en: <https://www.eltiempo.com/economia/finanzas-personales/dinero-que-invierten-las-familias-colombianas-en-el-cuidado-de-sus-mascotas-228908>

BERRIOS, Patricio, Página oficial: Patología veterinaria, Publicado el 2 de febrero de 2006, URL: <http://www.patologiaveterinaria.cl/Monografias/MEPAVET2%202006/html/Mepavet2006-4.htm>. Consultado el 23 de marzo de 2018

CLÍNICA VETERINARIA DOVET. ¿Cuándo visitar al veterinario? [En línea]. DOVET clínica Veterinaria. 15 de febrero de 2017. España. (Recuperado de 29 de septiembre de 2018). Disponible en: <https://dovet.es/cuando-visitar-al-veterinario/>

CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 1258. (Diciembre 05 de 2008). “Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada”. Diario Oficial. Bogotá D.C. No. 47.194 de 5 de diciembre de 2008. Disponible en: http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1258_2008.html

CONTRALORÍA MUNICIPAL DE BARRANCABERMEJA. Informe de auditoría especial a la gestión ambiental de la administración central y entidades descentralizadas, vigencia 2013: modalidad especial. 05 de agosto de 2014. [En Línea]. Contraloría de Barrancabermeja. Disponible en: <http://www.contraloriabarrancabermeja.gov.co/auditorias/informes-de-auditorias/informes-de-auditorias-2014/informes-de-auditorias-especiales-gestion->

ambiental-vigencia-2013/82-informes-de-auditorias-especiales-gestion-ambiental-administracion-central-vigencia-2013-pdf/file, página 41, párrafo i. Consultado el 23 de marzo de 18

DIARIO EL TIEMPO. Encarrilar la inflación en el país solo se logrará dentro de dos años. [En Línea]. El Tiempo. 01 de enero 2016. Disponible en: <http://www.eltiempo.com/economia/indicadores/inflacion-en-colombia-para-el-2016/16471289>

EL CONGRESO DE COLOMBIA. Ley 1638. (27 de junio de 2013). “Por medio de la cual se prohíbe el uso de animales silvestres, ya sean nativos o exóticos, en circos fijos e itinerantes”. Diario Oficial. Bogotá D.C. No. 48.834 de 27 de junio de 2013. [En Línea]. Presidencia de la República. (Recuperado de 10 de marzo de 2018). Disponible en: <http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Leyes/Documents/2013/LEY%201638%20DEL%2024%20DE%20JUNIO%20DE%202013.pdf>.

EL CONGRESO DE COLOMBIA. Ley 1774. (6 de enero de 2016). “Por medio de la cual se modifican el código civil, la ley 84 de 1989, el código penal, el código de procedimiento penal y se dictan otras disposiciones”. Diario Oficial. Bogotá D.C. No. 49.747 de 6 de enero de 2016. [En Línea]. PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. (Recuperado de 23 de marzo de 2018). Disponible en Internet: <http://es.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201774%20DEL%206%20DE%20ENERO%20DE%202016.pdf>

EL CONGRESO DE COLOMBIA. Ley 84. (Diciembre 27 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”. [En Línea]. Universidad de la Sabana. 17 de diciembre de 1989. (Recuperado de 10 de marzo de 2018). Disponible en:

https://www.unisabana.edu.co/fileadmin/Archivos_de_usuario/Documentos/Documentos_Investigacion/Docs_Comite_Etica/Ley_84_de_1989_Estatuto_Nacional_de_Proteccion_de_Animales_unisabana.pdf.

Enciclopedia virtual facilísimo: URL: https://mascotas.facilísimo.com/el-origen-de-los-animales-de-compania_186087.html. Consultado el 23 de marzo de 2018.

FLÓREZ, Andrés. Extraída de Escosadeperros.com. Publicado: 14 de agosto de 2010. URL: <http://www.veterinaria.org/5338-Baul-veterinaria-una-visita-al-veterinario-cada-seis-meses-es-lo-minimo-aconsejable--entrevista-a.html#.WdvRhGiCyUk>.

GARCÍA ALZATE, Henry. Origen y avances de la medicina veterinaria colombiana en el siglo XIX. [En Línea]. VET Comunicaciones. 2006. (Recuperado de 23 de marzo de 2018). Disponible en: http://www.vetcomunicaciones.com.ar/uploadsarchivos/historia_de_la_medicina_veterinaria_colombiana_en_el_siglo_xix.pdf.

GONZÁLEZ, Juan, Página oficial Dover, Publicado el 7 de mayo de 2017. URL: <http://dover.com.co/servicios-clinicos/especializados/etologia/>. Consultado el 15 de junio de 2018.

<http://www.elespectador.com/noticias/economia/seis-de-cada-10-hogares-colombianos-hay-mascotas-articulo-540449>. Consultado 9 de octubre de 2017

IBÁÑEZ, Miguel. Página oficial mundo animalia. Publicado el 21 de diciembre de 2012, URL: http://www.mundoanimalia.com/articulo/la_domesticacion_de_los_animales. Consultado el 23 de marzo de 18

LEGIS, Editores S.A., Página oficial Legis comex; Publicado el 26 de octubre de 2016, URL: <https://www.legiscomex.com/Documentos/sector-productos-mascotas-crecio-colombia-oct-26-16-15not>. Consultado el 14 de junio de 2018.

Página Oficial Avanzar Colombia Resumen. Lunes, 30 de marzo de 2015, http://www.avanzarcolombia.com/index.php?option=com_content&view=article&id=4224:2015-03-30-19-29-40&catid=25:colombia&Itemid=27. Consultado 9 de octubre de 2017

Página oficial El Espectador: publicado: por redacción Economía. 28 de enero de 2015.

Página Oficial Guiarte. Información Barrancabermeja. URL: https://guiarte.com/destinos/america-del-sur/poblacion_colombia_barrancabermeja.html. Consultado 9 de octubre de 2017.

Página oficial Instituto Universitario de la Paz, URL: <http://www.unipaz.edu.co/uresena.html>. Consultado el 23 de marzo de 2018.

Página oficial Presidencia de la República, Publicada el 27 de junio de 2013 URL: <http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Leyes/Documents/2013/LEY%201638%20DEL%2024%20DE%20JUNIO%20DE%202013.pdf>. Consultada el 10 de marzo de 2018.

Página Oficial Presidencia de la república, Publicado el 6 de enero de 2016, URL: <http://es.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201774%20DEL%206%20DE%20ENERO%20DE%202016.pdf>. Consultado el 23 de marzo de 2018

Página oficial Universidad de la Sabana. Fecha de publicación 17 de diciembre de 1989. URL:

https://www.unisabana.edu.co/fileadmin/Archivos_de_usuario/Documentos/Documentos_Investigacion/Docs_Comite_Etica/Ley_84_de_1989_Estatuto_Nacional_de_Proteccion_de_Animales_unisabana.pdf. Consultado el 10 de marzo de 2018.

REVISTA ELECTRÓNICA DE VETERINARIA (REDVET). Veterinaria. [En Línea]. VETERINARIA.ORG. 2009. Vol. 10. No. 5B – Monográfico 13º Aniversario. Disponible en: <http://www.veterinaria.org/revistas/redvet/n050509B/050917B.pdf>

SABBIONE, Esteban. Principales Medios Publicitarios. [En Línea]. Publicidad en Internet. 09 de septiembre de 2008. Disponible en: <http://blogsdelagente.com/publicidadeninternet/2008/09/09/principales-medios-publicitarios-2/>

ANEXOS

ANEXO A. ENCUESTA SOBRE LA NECESIDAD DE LA CREACIÓN DE UN CENTRO INTEGRAL DE ATENCIÓN EN SALUD PARA MASCOTAS.

¿Usted tiene mascotas?

- ☐ Sí
- ☐ No

¿Qué clase de mascota tiene?

- ☐ Caninos
- ☐ Felinos
- ☐ Caninos y Felinos

¿Con que frecuencia visita al veterinario?

- ☐ Una vez al mes
- ☐ Una vez cada seis meses
- ☐ Una vez al año
- ☐ Sólo cuando es urgencia
- ☐ Solo a vacunas
- ☐ Nunca

¿A cuál estrato socio – económico pertenece?

- ☐ Estrato 3
- ☐ Estrato 4
- ☐ Estrato 5

¿Le gustaría que su mascota tenga microchip para su identificación?

- ☐ Sí
- ☐ No

¿Cantidad de mascotas por familia?

- ☐ 1 mascota
- ☐ 2 mascotas
- ☐ 3 mascotas
- ☐ 4 mascotas o más

¿Le gustaría tener un servicio de atención integral en salud para su mascota?

- ☐ Sí
- ☐ No

**ANEXO B. ENCUESTA REALIZADA EN LAS 32 VETERINARIAS DE LA
CIUDAD DE BARRANCABERMEJA.**

- A. tamaño de la veterinaria.
- B. Servicios prestados.
- c. Instalaciones propias.
- E. Equipos de atención.
- D. Servicios prestados en el mes.