



**VIABILIDAD DE MONTAJE DE UN CENTRO DE ATENCION DE MASCOTAS
EN LA CIUDAD DE VILLAVICENCIO**

**ANGELICA MARIA NARVAEZ DIAZ
MONICA LILIANA RODRIGUEZ LOPEZ**

**CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
VICERRECTORIA LLANOS
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
VILLAVICENCIO
2015**

**VIABILIDAD DE MONTAJE DE UN CENTRO DE ATENCION DE MASCOTAS
EN LA CIUDAD DE VILLAVICENCIO**

**ANGELICA MARIA NARVAEZ DIAZ
MONICA LILIANA RODRIGUEZ LOPEZ**

Trabajo presentado para optar a título de Administrador de Empresas

**MARY ELLEN RODRIGUEZ
JURADO**

**CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
VICERRECTORIA LLANOS
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
VILLAVICENCIO
2015**

AUTORIDADES ACADEMICAS

LEONIDAS LOPEZ HERRAN
Rector Nacional Universidad Minuto de Dios

JAIRO ENRIQUE CORTES
Vicerrector Regional Llanos

LINDA GUARIN
Secretaria General

JUAN FERNANDO OSSA
Coordinador Programa Administración de Empresas

Nota de Aceptación

Firma presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Villavicencio, enero de 2015

Las opiniones del presente documento son responsabilidad de los autores y no comprometen a la institución universitaria

CONTENIDO

Página

INTRODUCCIÓN	13
1. ESTUDIO DE MERCADOS	19
1.1 ANÁLISIS DEL SECTOR.....	19
1.2 ANÁLISIS DEL MERCADO	19
1.3 ANÁLISIS DE COMPETENCIA	21
1.3.1 Competidores directos	21
1.3.2 Competidores indirectos.	21
1.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	22
1.4.1 Planteamiento del Problema	22
1.4.2 Análisis del Contexto.....	22
1.4.3 Método.	23
1.4.4 Diseño de la investigación.	24
1.4.5 Resultado de la investigación.	25
2. PLAN DE MERCADEO.....	29
2.1 CONCEPTO DEL PRODUCTO O SERVICIO	29
2.2 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN	29
2.2.1 Ubicación.	29
2.2.2 Comercialización.....	29
2.2.3 Estrategias de ventas.....	30
2.2.4 Canal de distribución.....	30
2.2.5 Dimensión de los puntos de vista	30
2.2.6 Alternativas de Penetración del Mercado.....	30
2.3 ESTRATEGIA DE PRECIO	30
2.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN.....	31
2.5 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN	31
2.6 ESTRATEGIAS DE SERVICIO.....	32
2.6.1 Atención al cliente.	32
2.6.2 Políticas de servicio comparación de la competencia.....	32
2.7 PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADO.....	32
2.8 ESTRATEGIAS DE APROVISIONAMIENTO	33
2.8.1 Mano de obra o recurso humano	33
2.8.2 Materiales	33
2.9 PROYECCIÓN DE VENTAS	34
2.10POLÍTICA DE CARTERA	34
3. ESTUDIO TÉCNICO DE OPERACIÓN O DE INGENIERA	35
3.1 OPERACIÓN	35

3.1.1	Ficha técnica del producto o servicio.....	35
3.1.2	Estado de Desarrollo.....	36
3.1.3	Descripción del proceso.....	37
3.1.4	Necesidades y Requerimientos.	38
3.1.5	Plan de producción.	40
3.2	PLAN DE COMPRAS	41
3.2.1	Consumo por unidad de producto.....	41
3.2.2	Costos de producción.	41
3.3	INFRAESTRUCTURA.....	41
4.	ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	44
4.1	ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL	45
4.1.1	Análisis DOFA.....	45
4.1.2	Organismos de apoyo.	45
4.2	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	46
4.3	ASPECTOS LEGALES	46
4.4	COSTOS ADMINISTRATIVOS	48
4.4.1	Gastos de personal.....	48
4.4.2	Gastos de puesta en marcha.	49
4.4.3	Gastos anuales de administración.	49
5.	ESTUDIO FINANCIERO.....	51
5.1	ANÁLISIS DE LOS INGRESOS.....	51
5.2	ANÁLISIS DE LOS EGRESOS.....	52
5.3	CAPITAL DE TRABAJO	55
5.4	MODELO FINANCIERO	55
6.	PLAN OPERATIVO.....	60
6.1	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	60
6.2	METAS SOCIALES.....	60
6.2.1	Plan Nacional de desarrollo	60
6.2.2	Plan regional de competitividad de Meta	61
6.2.3	Clúster o cadena productiva.	61
6.2.4	Empleo.....	61
6.2.5	Emprendedores.	61
7.	IMPACTO ECONÓMICO, REGIONAL, SOCIAL Y AMBIENTAL.....	63
	BIBLIOGRAFÍA.....	66
	ANEXOS	67

LISTA DE IMÁGENES

	Página
Imagen 1. Raza French Poodle and Snauser	21
Imagen 2. Presentación individual	39

LISTA DE TABLAS

	Página
Tabla 1. Proyección de población en Villavicencio	20
Tabla 2. Matriz DOFA	44
Tabla 3. Cronograma de actividades	60

LISTA DE CUADROS

Página

Cuadro 1. Presupuesto de la mezcla de mercado	32
Cuadro 2. Mascotas a atender.....	34
Cuadro 3. Cuidados tradicional de una mascota	35
Cuadro 4. Insumos de trabajo.....	38
Cuadro 5. Inversión Inicial.....	42
Cuadro 6. Pagos de personal	48
Cuadro 7. Gastos de puesta en marcha	49
Cuadro 8. Gastos de Administración	49
Cuadro 9. Descripción de ingresos	51
Cuadro 10. Ingresos del Proyecto.....	52
Cuadro 11. Inversión Inicial.....	53
Cuadro 12. Plan de pagos del crédito.....	54
Cuadro 13. Depreciación y Amortización	54
Cuadro 14. Egresos del Proyecto	55
Cuadro 15. Capital de Trabajo	55
Cuadro 16. Flujo de Caja Proyectado	57
Cuadro 17. Balance General Proyectado.....	57
Cuadro 18. Criterio de la Viabilidad	59
Cuadro 19. Flujo de caja proyectado	64
Cuadro 20. Técnicas Financieras	65

LISTA DE GRAFICAS

Página

Gráfica 1. Edad de los encuestados	25
Gráfica 2. Genero de los encuestados.....	25
Gráfica 3. Mascotas en el hogar	26
Gráfica 4. Qué tipo de mascota tiene.....	26
Gráfica 5. Disponibilidad a pagar por cuidado de mascota	27
Gráfica 6. Conocimiento del GPS	27
Gráfica 7. Interés en el uso del GPS en mascota	27
Gráfica 8. Disponibilidad a pagar por el dispositivo	28
Gráfica 9. Lugar de adquisición del dispositivo	28
Gráfica 10. Organigrama de la empresa.....	46
Gráfica 11. Comportamiento de las ventas	56
Gráfica 12. Comportamiento de las utilidades	56
Gráfica 13. Flujos Netos de Efectivo.....	56
Gráfica 14. Proyección del valor de la empresa.....	58

LISTA DE ANEXOS

Página

Anexo 1. Formato de encuesta	67
------------------------------------	----

INTRODUCCIÓN

Es notable la importancia que han adquirido las mascotas dentro del hogar o núcleo familiar contemporáneo. Es por ello que las familias se han acostumbrado a destinar más plata de sus presupuestos para el cuidado de estos animales que han llegado a ser parte de su vida familiar.

Uno de los problemas más frecuentes es la pérdida de las mascotas y en algunos casos el abandono de las mismas. Por ello se convierte en una necesidad se adquirir un producto y un servicio de confianza para llevar un registro y una identificación propia a las mascotas en caso de pérdida o abandono.

El plan de negocio contempla las etapas de Estudio de mercados, plan de mercadeo, estudio técnico o de operación, estudio organizacional, estudio financiero, plan operativo, económico, regional, social y ambiental, que muestre la Viabilidad de montaje de una tienda especializada en cuidado de mascotas en la Ciudad de Villavicencio en el Departamento del Meta.

El propósito de este proyecto es determinar la viabilidad de la puesta en marcha de un negocio dedicado al cuidado de mascotas, en especial perros y gatos utilizando la estrategia de contar con la venta e instalación de un vetechip. Este chip de importación estadounidense cuya dimensión no es más pequeña que un grano de arroz, se aloja bajo la piel y en él está registrada la información básica y esencial del animal desde lugar de residencia hasta enfermedades.

Lo que se quiere demostrar con este trabajo es la importancia que las mascotas han adquirido hoy en día para la sociedad y partiendo de eso acogerlo como un excelente plan de negocio y una oportunidad de innovar y crear una ayuda a los dueños de las mascotas.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Identificar la viabilidad del montaje de un centro de atención a mascotas en la ciudad de Villavicencio, departamento del Meta.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Elaborar un estudio de mercado que permita identificar la factibilidad de la puesta en marcha del negocio.

Elaborar un estudio administrativo y legal que muestre la estructura de la organización que administrará el proyecto identificando la normatividad jurídica pertinente y las características del personal que laborará.

Establecer la Planeación Estratégica que permita definir los derroteros que debe llevar la empresa de manera que se consigan los objetivos propuestos.

Identificar los aspectos financieros propios de la operación de manera que se pueda avanzar con la viabilidad del Proyecto, calculando para tal efecto los indicadores apropiados.

Identificar el impacto que genera el proyecto sobre aspectos económicos, sociales y ambientales que permitan identificar planes de mitigación.

ANTECEDENTES

Actualmente en la cultura colombiana y en los últimos años se ha destacado el respeto el valor por la vida animal. El cuidado de los mismos ha generado una nueva expectativa de negocio en el mercado, brindado productos y servicios innovadores para la alimentación, salud, diversión, cuidados, seguridad, etc.

Según el análisis y el estudio realizado, los estratos que más invierten en estos productos y servicios son los estratos 3, 4 en adelante según el DANE. Según este censo realizado en el 2005 hay 102.795 hogares en los cuales de cada 2 hay mínimo una mascota (gato o perro), es decir el 51,39% de los hogares en Villavicencio tienen una mascota.

Aunque la cultura por el cuidado de los animales se ha propagado hasta estratos menos favorecidos. Ya que la cultura que le inculcan a los niños en los colegios y sus propias amistades le han de enseñar a sus padres la importancia de la vida de los animales.

La influencia positiva de las mascotas y animales en la vida, la salud y bienestar de las personas comprenden positivamente en aspectos psicológicos y sociales. En el país cada año crece no solo la población humana, sino también la animal, en el último censo realizado hay mínimo un perro y un gato por casa.

Todo esto nos lleva a garantizar un éxito rotundo en el chip de identificación VETECHIP, es un excelente producto y servicio para garantizar la seguridad del dueño de la mascota que en caso de pérdida o robo y al ser identificado y devuelto a su hogar.

En la ciudad de Villavicencio no hay antecedentes de productos como el chip de identificación Vetechip. Por lo tanto Vetechip sería pionero en este campo. Así mismo el mercado que abarcaría es amplio y es un producto y un servicio innovador que la población villavicencense.

En ciudades como Bogotá y Medellín el uso de vetechip se convirtió en un aspecto social, entidades gubernamentales se dedican a implantar este dispositivo de manera gratuita para incentivar el cuidado y el no abandono de los animales. La empresa vetesoft se convirtió en pionera apoyando tales causas sociales, pero ya que en la ciudad de Villavicencio poco se apoya estas causas, se decidió convertirlo así sea de manera comercial y monetaria de una forma muy económica para que las personas puedan y tengan la facilidad de adquirirlo.

Vetesoft tiene varios tipos de chips como son los chips de identificación para mascotas, chips para animales silvestres, chips para animales de seguridad

que vienen con GPS incluido y chips para animales grandes (caballas, vacas, toros, etc.)

Villavicencio es un comercio muy amplio para todo tipo de chips de información comenzando desde los chips para mascotas ya que es la mayor y gran parte del mercado seleccionado para realizar este plan de negocios. Aunque la ganadería, los caballos, la seguridad no se queda atrás, ya que es un mercado que se mueve mucho en este sector del país.

La aplicación de los chips de información se ha convertido en algo primordial para los dueños de mascotas, ya que estos se han vuelto gran parte de su grupo familiar, es primordial la salud, la seguridad, alimentación, diversión y todo lo referido con el beneficio de sus mascotas.

JUSTIFICACIÓN

Las cifras más importantes alrededor del cuidado de una mascota, este registro es demasiado bajo en comparación con otros países como Estados Unidos donde el 76 por ciento de los propietarios de mascotas están dispuestos a gastar mucho dinero en el cuidado de sus animales.

Ese es el panorama de las mascotas del país que entrega Angélica García, gerente de seguro de mascotas de Falabella Pro, con base en información de la secretaría de salud de Bogotá, la Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias y datos de las aseguradoras internacionales. García, A. (17 de marzo de 2010). Las cifras más importantes alrededor del cuidado de una mascota , pág. 2.

Hoy hay alrededor de 551 mil caninos y aproximadamente 144.928 gatos en Bogotá, lo que corresponde a que por cada 10 habitantes de la capital del país hay un perro y por cada 50 habitantes hay un gato; es decir uno de tres hogares tiene una mascota.

Ante el aumento del número de mascotas en la sociedad nace la necesidad de estimar los gastos aproximados que tendría que asumir un propietario a la hora de adquirir una mascota y velar por su bienestar durante toda su vida. Entre gastos de alimentación, servicios médicos, belleza, responsabilidad civil y gastos exequiales+afirma García¹.

Se presume que el propietario de un perro gastaría al sumar esos ítems 120 millones de pesos y el de un gato 71 millones de pesos, si se tiene en cuenta que para el primer caso el animal vive en promedio entre 10 y 15 años y en el segundo, 12 a 15 años. En alimentación mensual un propietario de un perro gasta alrededor de 250.000 pesos. La gran variedad de productos alimenticios para mascotas en el mercado hace que los amos deban asumir la compra del alimento no como un gasto sino como una forma de cuidar a su mascota. En la actualidad existen alimentos creados para razas y tamaños específicos.

El hecho de adquirir la póliza de seguro, vincula a los afiliados a un club de mascotas en el que los propietarios obtienen descuentos importantes a la hora de requerir uno de estos servicios+, sostiene García. En una visita mensual al veterinario, el dueño de un perro o gato puede gastar una suma elevada de dinero, según el caso. Las visitas de control en las que se hace vacunación y desparasitación a las mascotas valen entre 40.000 pesos y 50.000 pesos, según el tipo de procedimiento.

¹ Garcia A. (2010). El cuidado de las mascotas

Una consulta en clínica veterinaria cuesta aproximadamente 60.000 pesos, en promedio, y si se agrega el costo de las ayudas que los médicos veterinarios requieren para emitir un diagnóstico acertado y los medicamentos necesarios para el tratamiento en caso de enfermedad, son otros 110.000 pesos. Si es necesario tratamiento hospitalario el valor de ese servicio está entre los 50.000 y 60.000 por día.

¶ Cuando un propietario de una mascota adquiere el seguro para mascotas, la póliza hace reembolso hasta un millón de pesos en caso de enfermedad y hasta 4.500.000 pesos en caso de accidente, por año, dice García.

A veces el amo de la mascota quiere dar un entierro especial al que fue su amigo fiel y compañía durante años. Para eso se diseñaron los planes exequiales para mascotas, los cuales ofrecen hasta inhumación y cremación por valor de 500.000 pesos. ¶ El seguro para mascotas asume la totalidad de los gastos originados por servicios funerarios, añade.

Por estos costos es que la experta recomienda tomar a tiempo un producto del mercado como es el seguro de mascotas además de asumir la carga económica, sirve para velar por el bienestar y calidad de vida del animal que trae alegría al hogar, ¶ así el propietario está en total disposición de asumir los gastos que implica la manutención de una mascota no como un lujo sino como una inversión para con su ¶ ser querido, la cual va a ser reembolsada según sea el caso, por parte del seguro que adquirió y lo respaldara en el momento que lo requiera.

1. ESTUDIO DE MERCADOS

Para poder determinar el mercado potencial de chips de identificación y GPS y el grado de aceptación que va a tener en la población villavicencense se realizarán encuestas en las veterinarias de Villavicencio y por medio virtual a personas que tienen mascotas, estableciendo que grado de aceptación y respuesta de la población en general que serán analizados y estudiados a continuación en nuestro estudio de mercados.

De acuerdo al censo del 2005 en cada 1 (una) de cada (2) dos viviendas de Villavicencio hay una mascota bien sea perro o gato, en el cual invierten dinero como un integrante más de la familia. Igualmente sucede con los animales no domésticos (caballos, ganado, etc.) que sus dueños le dan cuidado por el valor que le dan no solamente monetario si no sentimental.

Teniendo en cuenta lo anterior la distribución del chip vetechip en la ciudad de Villavicencio se hará en las veterinarias que se vinculen con la empresa vetechip. En un corto plazo se entablara una alianza estratégica con la alcaldía y la gobernación para que estos a través de sus campañas de control, prevención y disminución de fauna callejera instalen de manera gratuita a mascotas de personas de estratos más bajos y tengan a vetechip como único proveedor.

1.1 ANÁLISIS DEL SECTOR

En Colombia y en Villavicencio siendo más específicos, la aceptación y el cuidado de las mascotas y animales ha tenido una importancia más notable. La inversión de los dueños y propietarios en el cuidado de las mascotas es decir alimentación, seguridad, diversión, salud, etc., hacia las mascotas ha crecido aceptablemente y esto nos lleva a tener un análisis del sector favorable.

En Villavicencio la falta de equipos de tecnología en las veterinarias es notable, en las encuestas realizadas en un 80% las personas no está satisfechas con los servicios que le brindan a su mascota, falta de estudios más a fondo, más completos y que estudien y solucionen el problema desde el fondo.

1.2 ANÁLISIS DEL MERCADO

Para efectos de analizar el mercado objetivo para la puesta en marcha de este proyecto es necesario contar con la proyección demográfica del municipio de Villavicencio que según el DANE² tiene una proyección de crecimiento de en

²www.DANE.gov.co

promedio el 2,2% anual y cruzando esta información con un estudio reciente publicado por el diario Portafolio³ en la ciudad de Bogotá actualmente hay alrededor de 551 mil caninos y aproximadamente 144.928 gatos en Bogotá, lo que corresponde a que por cada 10 habitantes de la capital del país hay un perro y por cada 50 habitantes hay un gato; es decir uno de tres hogares tiene una mascota.

Lo anterior permite demostrar cómo se verá más adelante en la proyección de ventas que efectivamente existe un mercado potencia en la ciudad de Villavicencio donde se pretende montar un establecimiento dedicado al cuidado y mantenimiento de mascotas en especial perros y gatos aunque no se descarta eventualmente la posibilidad de dar atención a otro tipo de animales en especial para efectos de la instalación del chip de seguimiento.

Tabla 1. Proyección de población en Villavicencio

Año	Población	Crecimiento	Mascotas en la ciudad
2014	473.766	0%	36.634
2015	484.471	2,26%	37.462
2016	495.227	2,22%	38.294
2017	506.012	2,18%	39.128
2018	516.831	2,14%	39.964
2019	527.673	2,10%	40.802

Fuente: www.DANE.Gov.co

Los colombianos nos hemos acostumbrado a destinar parte del presupuesto familiar a la compra y cuidado de animales en especial perros y gatos que sean un elemento de compañía no solamente de los niños por donde generalmente entran sino también de personas adultas que viven solas o que por avanzado estado de edad necesitan de una compañía que no necesariamente encuentran en los humanos. Y nos hemos acostumbrados casi a tratarlos como a humanos, ver imagen 1, en la medida en que los vestimos y los alimentamos de la mejor manera.

La inversión que tiene una persona es entre 100 y 150 mil pesos mensuales para el cuidado de su mascota. Teniendo en cuenta que no solo los animales domésticos son de gran importancia para sus propietarios toca resaltar animales campestres, de seguridad, etc., esto hace que el plan de negocio no se enfoque en una sola parte del mercado animales, si no que se expanda a todo el sector animal.

³Portafolio. 24 de octubre de 2014

El sector de productos para el beneficio de los animales es muy amplio en Colombia ya que toma la importancia que se le está dando a estos. El mercado en Villavicencio abarca lo que es belleza, diversión, un poco de salud, pero no abarca seguridad ni para los animales, ni para sus propietarios.

Imagen 1. Raza French Poodle and Snauser



Fuente: Mascota casera

1.3 ANÁLISIS DE COMPETENCIA

1.3.1 Competidores directos. Las clínicas veterinarias son el principal competidor en la medida en que tienen alianzas directas con los proveedores de alimentos, ropa, entretenimiento y atención, pero no necesariamente cuentan con guardería ni cuidados intensivos al animal.

1.3.2 Competidores indirectos. El principal competidor indirecto es la falta de ingreso de algunos dueños de mascotas que al no tener suficiente capacidad de pago quieren a su mascota y la cuidan pero todo desde la casa y poco asisten al veterinario. Entonces ellos simplemente esperan hasta la muerte del animal cuando la situación es delicada pero con respecto a los demás cuidados como baño y desparasitaciones ellos mismos las ejecutan sin ir al veterinario.

1.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

De acuerdo con el estudio que se hizo 1 de cada 3 viviendas en la ciudad de Villavicencio hay una mascota, más las mascotas que hay entre coso municipal y en las 4 fundaciones que hay en la ciudad de Villavicencio aproximadamente se necesitan 30.000 animales.

1.4.1 Planteamiento del Problema. En la medida en que la ciudad de Villavicencio ha venido creciendo en respuesta no solo a la nueva situación del país sino en respuesta a nuevas fuentes de ingresos provenientes especialmente de la producción de hidrocarburos, los habitantes de la ciudad han aumentado la cantidad de mascotas que consideran les dan bienestar, razón por la que los actuales negocios dedicados a esta labor no son suficientes ni cuentan con las condiciones adecuadas para la prestación del servicio.

Lo anterior lleva a que se plantee la siguiente pregunta como punto de partida en la definición de la viabilidad del proyecto: ¿Se puede mejorar la atención y cuidado de las mascotas de los habitantes de la ciudad de Villavicencio con el montaje de un Centro de atención cuidado y seguimiento que brinde las mejores condiciones de atención?

1.4.2 Análisis del Contexto. Está determinado por las condiciones en las que los habitantes de la ciudad atienden y confían el cuidado de sus mascotas por un lado al sistema domestico tradicional y por el otro los que aprovechando la mejoría en su nivel de ingresos han optado por brindarle una mejor calidad de vida a sus mascotas.

El contexto en el que se desenvuelve el proyecto está determinado por la población del departamento del Meta que para el año 2014 cuenta con 943.072 habitantes y un ritmo de crecimiento promedio anual del 1.87% y su ciudad capital donde se concentra aproximadamente el 50% de la población, como se observa en la tabla 1 que utilizando cifras del Departamento Nacional de Planeación permite ver que con el crecimiento poblacional mayor será la demanda de mascotas y por lo tanto de servicios para el cuidado de las mismas.

Lo anterior unido al buen comportamiento de la economía colombiana en general como se anotó anteriormente permite tener un panorama propicio para la continua demanda de mascotas por parte de la ciudad de Villavicencio en especial por ser la capital del departamento que produce la mayor cantidad de petróleo del país. Aspecto que le permite contar con mayores ingresos que se traducen en posibilidades de consumo de bienes suntuarios como ocurre con las mascotas. Es de anotar que también la ciudad cuenta con grandes superficies en los nuevos

centros comerciales donde se dedican grandes áreas a la promoción de productos destinados al cuidado de mascotas.

El contexto en el que se desenvuelve el proyecto está definido por una región que participa activamente de la explotación y producción de hidrocarburos, pero que también se ha venido dedicando al sector del turismo sin descuidar sectores de trascendental importancia económica a través de su historia como es el caso de la ganadería, el cultivo de palma africana y en gran medida de la especialización en la atención de todas las oportunidades derivadas de la cercanía a la ciudad capital gracias a la construcción de la doble calzada Bogotá Villavicencio.

1.4.3 Método. En el proyecto se va a aplicar el método descriptivo correlacionado a las medidas primarias en las cuales se adecuan las investigaciones en periódicos, documentos oficiales, conferencistas que aporten a la búsqueda y al complemento de la información. Así mismo se tendrá en cuenta la perspectiva de los expertos en documentos plasmados por vías científicas.

A demás de eso, el desarrollo del proyecto se realizara por medio de herramientas a tener en cuenta como los libros, revistas y publicaciones. Con esto se obtendrá la revisión de los resultados a requerir en la investigación.

Si bien es cierto esta investigación no es de carácter científico y por lo tanto no tiene la rigurosidad del descubrimiento si permite identificar una hipótesis pero relacionada con el carácter de exploratoria que tiene al identificar el potencial que tiene la ciudad de Villavicencio para explotar la posibilidad de la puesta en marcha de un proyecto relacionado con el cuidado de mascotas, en especial de gatos y perros. Por lo que la hipótesis quedara de la siguiente manera: ~~%~~ Al montar un negocio como el que aquí se plantea se mejorará la prestación de servicios que conduzcan al cuidado de las mascotas+.

La investigación también tiene una metodología cuantitativa por que tanto el Estudio de Mercados como el Técnico, el Financiero y la Evaluación están soportados en el manejo de cifras que permitan elaborar los cuadros que conduzcan a la identificación de la Vialidad. Pero también es cualitativa al mostrar las bondades de la puesta en marcha de una política que pretende colocar un dispositivo tecnológico a las mascotas que permita a los dueños hacer seguimiento ante una potencial perdida del animal.

El tipo de estudio está definido por una investigación aplicada en la medida en que se plantearan las bases de asignaturas relacionadas con matemáticas financieras, presupuestos, Análisis Financiero y Proyectos que fueron vistas a lo largo de la Carrera de Administración de Empresas y que han servido para ser utilizadas en la Formulación y Evaluación del Proyecto que se plantea aquí.

1.4.4 Diseño de la investigación. La investigación utiliza fundamentalmente solo la información secundaria es decir información estadística, nacional, departamental y municipal que permita determinar la potencialidad de la clientela en la ciudad. Y en ese orden de ideas se recurre a la información de entidades y organismos especializados en el tema que permitan identificar las mejores características del negocio.

Las variables que participan de la Formulación del Proyectos están definidas inicialmente por la capacidad de absorción de los dueños de mascotas en la ciudad de Villavicencio por lo que de acuerdo a los servicios tanto del proyecto como de la competencia los consumidores se inclinarán por tal o cual, alternativa. Los costos también son considerados como una variable a tener en cuenta y se deberá tratar de aprovechar las Economías de Escala buscando los mejores precios de acuerdo a los volúmenes de compra, aspecto que permitirá mejorar la competitividad del Proyecto, vía Costos que a su vez afectarán los Precios de venta.

La fórmula a utilizar mostrada adelante permitirá identificar la muestra de la investigación.

$$n = \frac{Z^2 pqN}{Z^2 pq + e^2(N-1)}$$

Donde:

n= tamaño de la muestra

P= Probabilidad de que el evento ocurra= 0.4

Q= Probabilidad de que evento no ocurra= 0.4

e= Error permitido= 0.04

N= Población o universo a investigar= 2.589

Z= 1.96 para el nivel de confianza del 95%

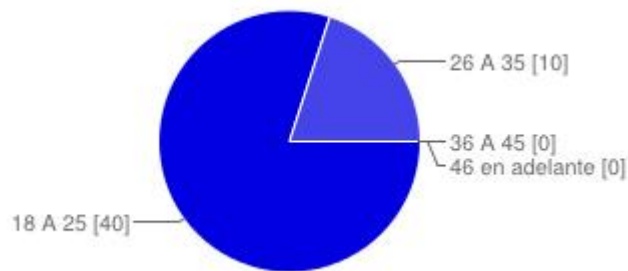
$$n = \frac{(1.96)^2 ((0.4)*(0.4)* 2.589)}{(1.96)^2*(0.4)(0.4) + (0.04)^2*(2.589-1)}$$

$$n = 384$$

La Muestra de la investigación es n=384, tomándose la decisión de encuestar finalmente a un total de 50 personas a quienes se harán preguntas contenidas en el formato que como anexo se adjunta al presente trabajo.

1.4.5 Resultado de la investigación. La información analizada permite identificar que Villavicencio es una ciudad que por estar en constante crecimiento ha venido copiando modelos de comportamiento no solamente de las grandes ciudades colombianas sino del mundo al venir destinando en gran medida que parte de su presupuesto también se puede destinar al cuidado y cría de mascotas como es el caso de los perros y gatos aunque en mayor medida se inclinan por los segundos.

Gráfica 1. Edad de los encuestados

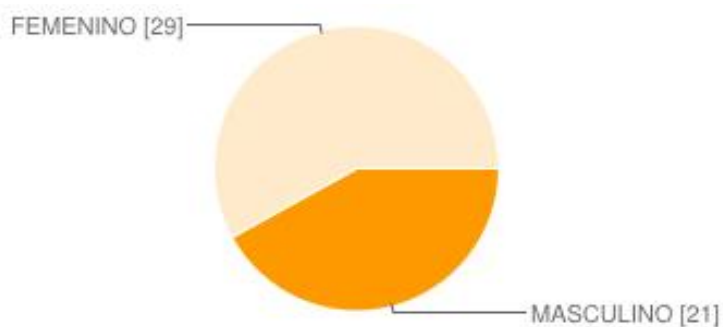


Fuente: El proyecto

Se aplicó la encuesta a 50 personas para identificar la edad y se obtuvo que 40 tenían entre 18 y 25 años, es decir un 80%, que de 26 a 35, las otras 10 para el 20% restante lo que permite deducir que la población encuestada en su mayoría es relativamente joven y que por lo tanto son muy conocedores de las últimas tendencias de los mercados.

De estas 50 personas y como se observa en la gráfica 2, 21 corresponden al género masculino es decir un 42% y 29 pertenecen al género femenino es decir el restante 58%, significando eso que son las mujeres la mayor cantidad dentro de la muestra.

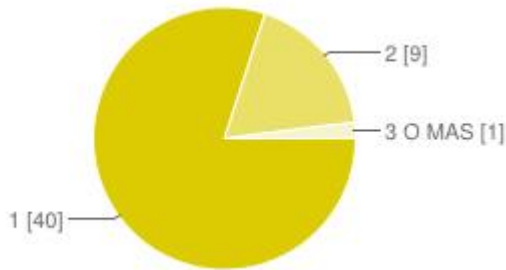
Gráfica 2. Genero de los encuestados



Fuente: El proyecto

La siguiente pregunta identifica la cantidad de mascotas que se tiene en los hogares de cada uno de los encuestados obteniendo como se observa en la gráfica 3 que 40 personas tienen tan solo una mascota es decir el 80%, 9 dijeron que tienen 2 es decir un 18% y más de 2 tan solo 1 persona es decir un 2%. Lo anterior permite identificar un panorama alentador en los encuestados en términos de pre factibilidad porque todos están interesados en tener mascotas y por lo tanto se convierten en clientes potenciales del proyecto.

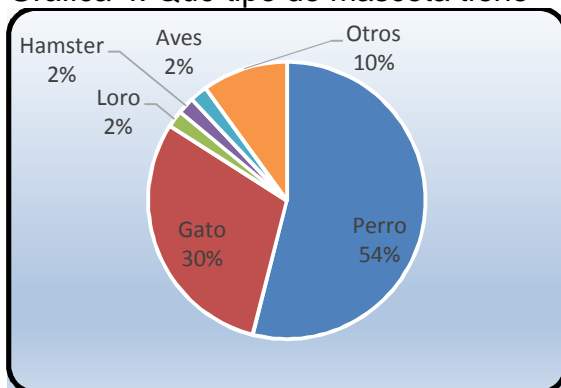
Gráfica 3. Mascotas en el hogar



Fuente: El proyecto

Ante la pregunta de qué tipo de mascota tiene en el hogar se observó que un 54% prefiere los perros, un 30% prefiere a los gatos, un 2% prefiere los loros, un 2% los hámsteres, un 2% las aves y otros un 10% lo que permite identificar que el proyecto debe apuntar en especial hacia los perros y los gatos pero sin descuidar la alternativa de atender los otros animales que los consumidores utilizan.

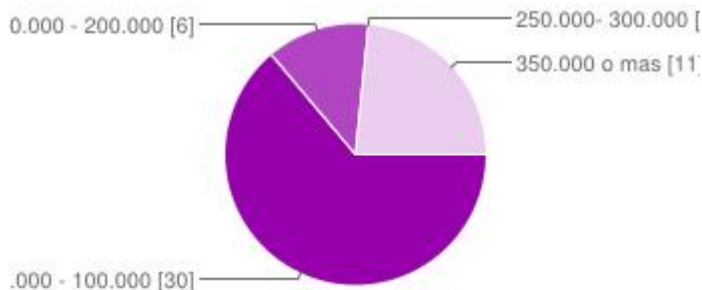
Gráfica 4. Qué tipo de mascota tiene



Fuente: El proyecto

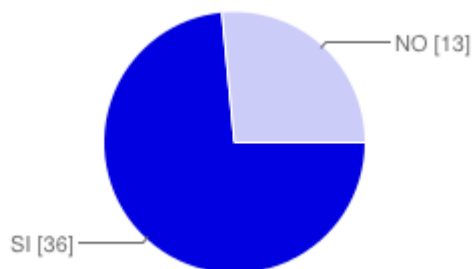
Viene a continuación un dato que es de gran importancia al momento de tomar decisiones financieras y en especial las relacionadas con el precio de venta al observar en la gráfica 5 que 30 personas están dispuestas a pagar entre \$50.000 y \$100.000 lo que representa un 60%, 6 personas entre 150.000 y 200.000, entre 250.000 y 300.000 nadie y de 350.000 en adelante 11 personas que equivalen a un 22%.

Gráfica 5. Disponibilidad a pagar por cuidado de mascota



Fuente: El proyecto

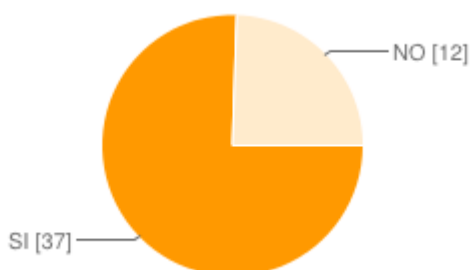
Gráfica 6. Conocimiento del GPS



Fuente: El proyecto

Ante la pregunta que se hizo sobre el conocimiento de rastreo llamado GPS, 36 personas dijeron que si con un 72% y 13% que no con un 26%. Esto permite tener alivio al identificar que una gran mayoría tiene información sobre esta herramienta técnica que permite hacer seguimiento sobre las mascotas, máxime cuando el gancho de estrategia es el dispositivo de rastreo al animal.

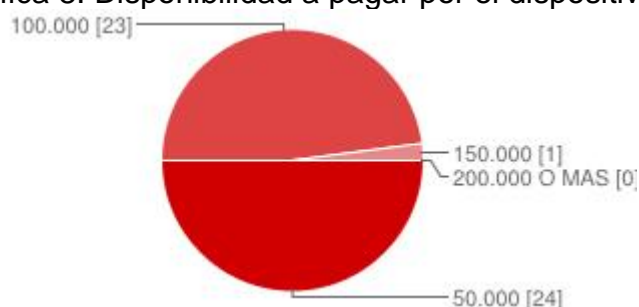
Gráfica 7. Interés en el uso del GPS en mascota



Fuente: El proyecto

Al preguntar a los encuestados sobre su interés en el uso del rastreador GPS en el seguimiento a sus mascotas se observó como lo muestra la gráfica 7 que 37 personas dijeron que si con un 74% y no 12 personas con un 24%. Esto permite identificar la buena disposición de los tenedores de mascotas a comprar y utilizar la principal estrategia que tendrá el proyecto cual es la venta, instalación y seguimiento del dispositivo.

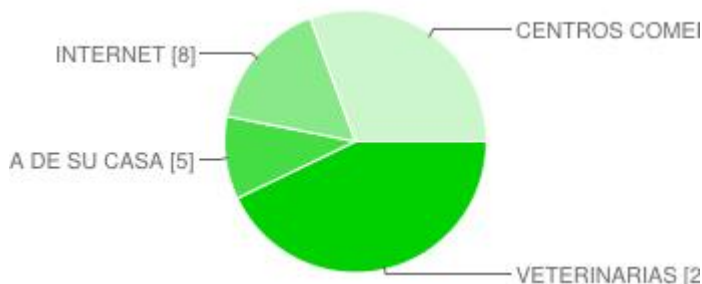
Gráfica 8. Disponibilidad a pagar por el dispositivo



Fuente: El proyecto

Al responder a la siguiente pregunta relacionada con el presupuesto que destinarían a la compra del dispositivo se observó que 24 personas estarían dispuestas a pagar hasta 50.000 es decir el 48%, hasta 100.000 23 personas un 46% y 1 persona hasta 150.000 con un 2%. Información que permitirá la definición del precio de venta del dispositivo.

Gráfica 9. Lugar de adquisición del dispositivo



Fuente: El proyecto

Finalmente se le preguntó a los encuestados sobre el sitio donde se compara el dispositivo y respondieron que en veterinarias 21 personas para un 42%, en la puerta de la casa 5 personas para un 10%, por internet 8 personas para un 16% y en los centros comerciales 15 personas para un 30%. Esta información será utilizada a la hora de establecer el sitio de ubicación del negocio, que por lo demás debe ser cerca a las veterinarias. En ese orden de ideas se concluye que si existe el pre factibilidad para el montaje de un centro de atención a estas mascotas donde se les brinde el máximo de cuidados de manera que sus dueños se sientan a gusto.

2. PLAN DE MERCADEO

2.1 CONCEPTO DEL PRODUCTO O SERVICIO

La puesta en marcha del presente proyecto contempla tanto la venta de productos como la prestación de servicios. En lo que respecta al producto principal y por lo demás elegido como gancho se trata del microchip para perros y gatos, es un dispositivo que se adhiere al animal en la parte del lomo, donde se guardara la información correspondiente del mencionado, dueño, información del mismo, enfermedades, vacunas, etc.

En cuanto a los servicios por un lado se brindará la atención medico veterinaria que la mascota requiera dentro de lo que se encuentra comprendido, la desparasitación, parto en las hembras, casos de urgencia para lo que se contará con un quirófano práctico, también se venderá alimentos básicos y la principal estrategia es la instalación de un microchip en el animal que le dará al dueño la posibilidad de encontrar más rápidamente al animal en caso de pérdida.

2.2 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

2.2.1 Ubicación. El negocio se ubicara cerca a las veterinarias que en la ciudad de Villavicencio se encuentran por la avenida de bomberos pretendiendo así y de manera estratégica que ante la necesidad de algún producto el cliente lo pueda encontrar fácilmente.

2.2.2 Comercialización. Se comercializaran en especial todos los servicios que hagan sentir bien a los dueños de las mascotas al proporcionársele a los animales un trato amable y en especial que al estar el negocio ubicado en el sector donde operan las veterinarias de la ciudad a los clientes les resulta más fácil conseguir otros elementos que consideren importantes para sus animales.

2.2.3 Estrategias de ventas. La principal estrategia de ventas está en la colocación de un microchip en el cuerpo del animal que haga a su propietario sentir tranquilidad ante la posibilidad de pérdida por lo que adicional se ofrecerán todos los servicios que proporcionen bienestar al animal como se verá más adelante.

2.2.4 Canal de distribución. Una de las ventajas de estar cerca a las veterinarias de la ciudad es que no solamente se puede encontrar toda la materia prima necesaria para el desarrollo del negocio fácilmente sino que se puede ganar en competitividad al no tener que incurrir en costos para transportar los elementos utilizados como shampoos y jabones. Con respecto a los chips se conseguirán en la ciudad de Medellín donde la técnica ya es bastante conocida.

2.2.5 Dimensión de los puntos de vista. Bueno en lo que respecta a este proyecto tan solo contara con un punto de atención, que como se verá más adelante en el estudio técnico cuenta con una distribución de planta muy funcional y que responda a las características de la prestación del servicio.

2.2.6 Alternativas de Penetración del Mercado. Para esa labor se contará con vendedores externos que tendrán como misión abordar de la manera más respetuosa a los dueños de estos animales mostrándoles la bondad del uso de los servicios que ofrece la empresa.

2.3 ESTRATEGIA DE PRECIO

Precio: El producto es muy económico es de un valor de 25.000 pesos, en las veterinarias se venderían el kit completo con un aplicador por 1000 posturas, un lector y los chips necesarios para empezar. En ese orden de ideas se tienen en cuenta lo concluido en la gráfica 8 donde el rango a pagar por parte de clientes potenciales esta entre 0 a \$50.000.

En lo que respecta al servicio de baño y peluquería y cuidado de uñas y desparasitado como se verá más adelante en el estudio, los precios serán muy competitivos, pero sin caer en lo humilde evitando así malos entendimientos en términos de calidad del servicio.

Se ideara un sistema de alianza en especial con las veterinarias del sector ofreciendo precios especiales por el consumo de determinados alimentos lo que permitirá tener tratamientos especiales vía precio con esos clientes.

2.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

Promoción: Nuestra estrategia de promoción sería directa con las veterinarias, ya que ellos son los encargados y los únicos que tienen las condiciones para adaptar esto a los animales. Se harán descuentos por volúmenes considerables, se harán promociones de lanzamiento, solo será el valor del dispositivo. También que llevando el recibo que determine que vive en estratos 1 y 2 se dejara a un precio más asequible.

También se darán promociones especiales a los clientes más asiduos con descuentos especiales a productos novedosos o elementos que salgan en el mercado con destino a la presentación dinámica de los animales.

2.5 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Las estrategias de comunicación sin lugar a dudas estarán amparadas en el vertiginoso avance que la tecnología ha dado a las comunicaciones en especial a través de las redes sociales, por lo que se aprovechara las comunidades de Facebook, twitter youtube Hotmail y en general todas las que se identifiquen van ganando gran cantidad de seguidores.

Una estrategia como se contempla en el presupuesto correspondiente radica en la generación de una página en internet montada con toda la creatividad del caso donde se muestren todos los servicios y aspectos propios del negocio que le permitan en determinado momento contactarse por parte del cliente vía correo donde podrá manifestar sus inquietudes e interactuar con la comunidad que para tal efecto se dará entre los dueños de macotas.

La comunicación vía celular será importante, en virtud que son muchas las personas que mantienen activo su celular durante gran parte del día logrando así comunicación inmediata con el negocio.

Para efectos de tener una atención continua con el cliente en especial para cuando ocurran eventualidades el establecimiento estará abierto desde las ocho de la mañana y en horario continuo hasta las ocho de la noche, pero también se puede contar con la presencia a domicilio del personal de la empresa dispuesto a atender en el momento en que sea necesario.

Contando con la autorización expresa del cliente se pretende informar telefónicamente, por redes sociales o a los correos sobre la llegada de tal o cual nuevo producto o elementos de vestido que resulten interesantes para mantener mejor la disposición y presentación del animal.

2.6 ESTRATEGIAS DE SERVICIO

Cliente satisfecho trae más clientes, por lo tanto es de gran importancia contar con una política de capacitación al personal de manera que tan pronto como la persona entre al lugar, tenga la mejor atención posible y el mejor trabajo profesional sintiéndose así satisfecho con los servicios recibidos al identificar que su mascota ha recibido los mejores cuidados posibles como algo muy importante en términos de sentimiento.

2.6.1 Atención al cliente. Inicialmente se contará con un solo establecimiento por lo demás muy cerca de las diferentes veterinarias que en la ciudad de Villavicencio se encuentran por la vía abajo de bomberos, y los clientes recibirán la mejor atención evitando cualquier posibilidad de grosería de parte de los empleados.

De igual manera si la consulta es por teléfono o se presenta la necesidad de visitar al cliente en su casa siempre el personal debe presentar la mejor actitud pero también aptitud en la prestación de la labor.

2.6.2 Políticas de servicio comparación de la competencia. Con relación a la competencia que se da en la ciudad de Villavicencio se tiene como un importante gancho como se mostrara en el estudio técnico la instalación de un chip en el animal que permita al dueño la tranquilidad de tener una oportunidad d ubicar a su mascota

2.7 PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADO

Para efectos de adelantar las estrategias propias con que se dará el impulso del negocio se establece un presupuesto de 1\$32.000 que serán necesarios para mostrar las bondades del negocio y para fijarlo en las mentes de los clientes potenciales, por lo que será necesaria que se hagan como se observa en el cuadro 1 la impresión de afiches publicitarios, pero también se contará con la papelería necesaria que permita adelantar las labores de oficina, así la publicación en un periódico local como puede ser el caso de llano 7 días, y se recurrirá a la utilización de un espacio radial de bastante difusión no solamente en la ciudad de Villavicencio pero también en los municipios aledaños, también es importante que el nombre de la empresa aparezca en el directorio telefónico para que también allí nos encuentren las personas que estén interesadas en el servicio.

Cuadro 1. Presupuesto de la mezcla de mercado

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Afiches publicitarios	120	1.850	222.000
Papelería y útiles	1	385.000	385.000
Publicación periódico local	4	125.000	500.000
Cuñas radiales	5	150.000	750.000
Página web	1	350.000	350.000
Directorio telefónico	1	365.000	365.000
Volantes	2000	75	150.000
Tarjetas de presentación	1000	90	80.000
Total			2.802.000

Fuente: Datos del proyecto

Adicional a lo anterior es fundamental contar con una página web, en la medida en que el internet se ha convertido en un importante elemento de difusión comercial, pero también se repartirán volantes y se contará con tarjetas de presentación.

2.8 ESTRATEGIAS DE APROVISIONAMIENTO

2.8.1 Mano de obra o recurso humano. La mano de obra está definida inicialmente por quienes estarán al cargo de la administración del establecimiento, pero también se contara con personal altamente calificado en las labores de atención a los animales como es el caso de dos veterinarios que serán contratados de manera fija para que se encarguen de todas las actividades propias, pero también se contara con personal auxiliar que mantenga las instalaciones con los mínimos cuidados de aseo y presentación así como personal auxiliar para la aplicación de los servicios de bañado y atención a los animales.

2.8.2 Materiales. Los materiales a utilizar o la materia prima en este caso están definidos por el microchip que se instalara una única vez y que por lo demás se convierte en parte del gancho del negocio y a partir de allí por la venta de servicios de embellecimiento y de salud que estarán definidos por elementos de aseo y de salud que serán adquiridos de contado aprovechando así la posibilidad de obtener buenos descuentos.

Lo anterior como política de aprovisionamiento permite aprovecha al máximo los recursos provenientes de la venta de los servicios del negocio ya que se utilizaran para la adquisición de contado de todos los implementos propios necesarios para adelantar la labor del negocio obteniendo así y en lo posible la bondad de las economías de escala que permiten obtener bajos precios al pago de contado en altos volúmenes y guardando fidelidad de cliente.

2.9 PROYECCIÓN DE VENTAS

Al aplicar los datos mostrados en la tabla 1 a la ciudad de Villavicencio se observa que dentro de lo relativo se tendría una población de mascotas de aproximadamente 30.000 animales, esto es igual cantidad de clientes potenciales de los que tan solo se estaría con intenciones de atender 30 animales diarios entre perros y gatos. Aproximadamente en Villavicencio hay unas 200.000 viviendas, es decir que en promedio habría una mascota por cada tres hogares.

Cuadro 2. Mascotas a atender

Periodicidad	2015	2016	2017	2018	2019
Día	5	6	7	8	10
Mes	150	165	182	200	220
Año	1.800	1.980	2.178	2.396	2.635

Fuente: Datos del proyecto

2.10 POLÍTICA DE CARTERA

Por ser un negocio donde dentro de lo relativo no contará con servicios demasiado costosos y entendido que hasta cierto punto las personas que tienen su mascota saben que deben destinar una parte fija de su presupuesto dedicada a la atención de su mascota es que a lo largo de la vida del proyecto no se contempla contar con políticas de cartera por lo que el pago tanto del chip que se hará una única vez como la venta de los servicios y de algunos alimentos se hará estrictamente de contado.

3. ESTUDIO TÉCNICO DE OPERACIÓN O DE INGENIERA

Partiendo de las necesidades que plantea el Estudio de mercado que determina las características de prestación del servicio, este Estudio Técnico debe generar las características de las condiciones del establecimiento donde se atenderán las mascotas en todos los aspectos necesarios para brindar los diferentes servicios de atención a los animales.

3.1 OPERACIÓN

El servicio a prestar en el establecimiento depende de las diferentes necesidades que plantee la clientela que dependerá a su vez de las condiciones y características propias del animal como sexo edad y raza.

3.1.1 Ficha técnica del producto o servicio. Se presentan tres grandes divisiones en lo que respecta a la atención a los animales relacionado con su salud, su seguridad y atenciones especiales, como se observa en el cuadro 3 donde se muestran cuáles son los cuidados típicos que se le hacen a la mascota a lo largo de un año, aclarando que en lo que concierne a la castración y colocación del chip tan solo se hace una vez en la vida.

Cuadro 3. Cuidados tradicional de una mascota

Veces en el año	Descripción	Especificación	Costo mensual	Total anual
1	Instalación microchip	Se instala una única vez		25.000
1	Cita al veterinario	Primera cita de inicio de historia clínica		22.000
1	Castramiento	Se elimina la posibilidad de concebir		120.000
1	Medicamentos clínica	Medicamentos en promedio en el año		50.000
12	Vacunas y desparasitación	Mantener una salud buena	13.800	165.600
12	Aseo	Baño, corte de pelo, de uñas y secado	14.200	170.400
Total				553.000

Fuente: Cifras del Proyecto

- Instalación de un microchip. Se adhiere en el lomo de un animal (perro, gato, etc.) donde este cuando se lee con el lector electrónico da unos datos como nombre de animal, edad, dueños, dirección de vivienda, enfermedades, etc., una serie de datos que son importantes en el momento donde se extravíe el animal.
- Consulta médica. Incluye revisión de temperatura, peso, y la auscultan todo el cuerpo.
- Desparasitación. Mediante el uso de medicinas apropiadas se le suministra al animal una dosis de purgante que le elimine los parásitos generándole así bienestar al animal.
- Exámenes. De laboratorio para efectos de diagnóstico y de prevención de enfermedades. También se incluyen imágenes de radiografías y ecografías.
- Vacunas: La primera que se suministra se llama parvovirus y se hace a los tres meses y de allí viene la purga que se hace en promedio cada tres meses. También se suministra contra la Rabia una vez al año la primera al cumplir el primer año. También se les dan vacunas contra el Moquillo:
- Cirugías. Se hacen de manera ambulatoria y pueden ser de esterilización o para efectos de castrar.
- Hospitalización e hidratación con medicamentos que pueden ser un solo día o para días adicionales.
- Corte de pelo y baño. Se le coloca al animal una cinta en el cuello o moños en las orejas, se aconsejan cada 2 o 4 semanas.
- Guardería. Incluye paseo a caminar 35 minutos en la mañana y 35 minutos en la tarde.
- Transporte. No es aconsejable por que se estresan y les puede dar infarto.
- Alimento. Que depende de la edad y tamaño y una marca muy utilizada es Renal de Royal Canin bolsa de 2 kilogramos que dura aproximadamente mes y medio.

3.1.2 Estado de Desarrollo. En la ciudad de Villavicencio se encuentran varios establecimientos dedicados a este tipo de actividades como ocurre con la

clínica Veterinaria Adea y la clínica Veterinaria Dog-Tors donde se encuentran entre otros la venta de los alimentos, y dependiendo del deseo de consumo de los diferentes dueños se encuentra ahí ropa, collares, juegos y casas para cualquier especie de animal. Lo único es que no tienen la novedad que tiene en mente este proyecto cual es el de colocar un chip a cada uno de los animales.

En el momento de la adquisición del chip vetechip se crea un único número de registro una base de datos que contiene los datos del propietario y los datos médicos y complementarios del animal. Una vez recolectada la información se aloja permanentemente en la red virtual de la página vetechip. Cada veterinaria tendrá un dispositivo lector del chip y un software que presenta la información depositada en él.

3.1.3 Descripción del proceso. El proceso de implantación del chip lo tiene que llevar a cabo un veterinario. El veterinario introduce la cápsula en el cuerpo del animal, a la altura de la nuca, mediante un inyector (similar a un trocar) que, por medio de un émbolo, la empuja una vez atravesada la piel. Cada chip almacena un código de números único, vendría a ser como el DNI del animal.

El microchip se coloca una sola vez en la vida de la mascota y permanece en su cuerpo para siempre. La información relativa al perro o gato queda registrada en la base de datos del Censo Canino que tiene cada Comunidad Autónoma, en el que se almacena la información relativa a cada chip (el nombre del dueño, su dirección y uno o dos teléfonos de contacto). Para poner el chip se aconseja esperar a que el animal tenga un mes y medio o dos meses. Después de esa edad, se puede implantar en cualquier momento.

Es importante que los datos proporcionados al veterinario sean exactos, ya que esta información es la que se quedará registrada en la base de datos y la que se utilizará en caso de pérdida del animal.

Si se produjera un cambio de propietario o de domicilio, nos tendremos que poner en contacto con nuestro veterinario, que nos hará firmar los impresos correspondientes para que el cambio figure en la base de datos. A efectos legales, el propietario del animal es el que figura en esta base de datos y, por lo tanto, es también el responsable de cualquier daño que pueda causar el animal.

Del mismo modo, cuando el animal fallezca, también tenemos que comunicarlo mediante un documento firmado por nuestro veterinario. En España, la Comunidad de Madrid fue la primera en obligar a identificar a perros y gatos con el microchip. Poco a poco, otras comunidades autónomas han adoptado las mismas medidas y parece que el control de mascotas es mayor, pero ni de lejos el deseado.

3.1.4 Necesidades y Requerimientos. Los requerimientos en términos de materia prima para que el establecimiento funcione están como se observa en el cuadro 4 están dados inicialmente por el chip que es conseguido en la ciudad de Medellín y que como se dijo anteriormente solo se utiliza una vez al igual que en el caso de las hembras cuando se hacen castrar para lo cual el requerimiento es de equipo quirúrgico adecuado así como atención profesional y las medicinas correspondientes.

En cuanto a los cuidados que se deben adelantar con cierta periodicidad como es el caso del aseo personal que se debe hacer en promedio una vez al mes se requiere además de la mano de obra del auxiliar, de jabones y Shampoos así como esmalte de uñas y en lo que respecta a la desparasitación se debe hacer en promedio cada tres meses para lo que se requerirá del uso de purgantes.

Cuadro 4. Insumos de trabajo

Cantidad	Descripción	Especificación	Costo unitario
1	Instalación microchip	Se instala una única vez	19.000
1	Cita al veterinario	Tiempo profesional	15.000
1	Castramiento	Elementos quirúrgicos	45.000
1	Medicamentos clínica	Medicamentos formulados	22.000
Subtotal anual			101.000
1	Vacunas y desparasitación	Vacunas y purgantes	9.500
1	Aseo	Shampos, jabón y secadora	12.000
Subtotal mensual			21.500
Total			122.500

Fuente: Datos del proyecto

Es de aclarar que el microchip es un sistema electrónico de identificación de animales. Éste está formado por dos partes: una es el microchip en sí y la otra es la cápsula por la que está cubierto. Esta cápsula es de un vidrio suave y biocompatible (no provoca alergias) y es tan pequeña como un grano de arroz.

Al ser instalado en los animales genera beneficios tales como, corroborar sin ningún tipo de problema la propiedad del animal y con ello ubicar más

rápidamente al propietario. Estos microchip pasivos, toman su energía por inducción magnética a su bobina, la cual forma parte de su cuerpo. El código alfanumérico de identificación, también es retransmitido al lector por inducción magnética. En una ilustración sencilla, un microchip contiene una bobina y un circuito electrónico integrado. El circuito electrónico contiene una memoria programada con un código grabado mediante tecnología láser.

A la aplicación del campo magnético sobre el microchip, hace que éste responda con el código que guarda en su memoria induciendo una corriente modulada en su bobina, sin tener que tocarse físicamente y a distancias de hasta más de un metro. Cuando un microchip es colocado o insertado en un animal, éste se convierte en el número de serie de dicho animal.

Los microchips son encapsulados en fino cristal de alta resistencia como se observa en la imagen 2 el cual ha sido diseñado para proteger los componentes electrónicos internos del polvo, líquidos, productos químicos o golpes accidentales, además de volverlo biocompatible, por lo que no existe rechazo por parte del organismo y, al ser inyectado bajo la piel, el organismo forma una delgada capa de proteína que lo fija en el sitio de implantación, evitando su desplazamiento o migración. Es radiopaco (visible a los Rayos X) e inalterable, ya sea por rayos X, ultrasonografía o tomografía axial computarizada, difícil de extraer (solo por cirugía).

Imagen 2. Presentación individual



Fuente: Sistema de microchip TROVAN

El microchip es pasivo, es decir que no emite ninguna señal por sí solo y no lleva dentro ninguna batería para su funcionamiento. Esto lo hace un sistema de identificación permanente y su vida útil se estima mayor que la de cualquier animal, siendo un sistema de identificación seguro y confiable.

Las especificaciones están dada por el microchip que viene insertado en la punta de una aguja ya pre-esterilizado, para su aplicación se requiere de un aplicador multiuso.

Las características están dadas por un único número de identificación garantizado por todo el mundo. Están diseñados especialmente para la Identificación Animal. El encapsulamiento es en vidrio, por lo que no existe rechazo por parte del organismo y, al ser inyectado bajo la piel, el organismo forma una delgada capa de proteína por lo cual también ayuda a fijarlo en el sitio de implantación, evitando su desplazamiento o migración. No contiene ningún metal pesado o elemento contaminante. Pre-esterilizados y listos para inyectar. Empaquetados individualmente en una jeringuilla disponible. Su pequeño tamaño los hace adecuado para las especies más pequeñas.

Recomendados por la Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora (C.I.T.E.S), la Captive Breeding Specialist Group (C.B.S.G) of the International Union for Conservation of Nature (I.U.C.N.) junto con otros muchos organismos mundiales (A.S.P.C.A, C.F.A, F.A.C.A, etc.), que han realizado estudios comparativos, recomendándolos.

Utilizados en más de 300 zoológicos en todo el mundo. Utilizados por más de 80 Agencias Gubernamentales en 20 países. Su distancia de lectura es la mayor que existe en el mercado porque aumenta la seguridad del lector y del personal que lo maneje, y asegura la lectura del transponder. Sus dimensiones: 2.12 x 11.5 mm, y debido a su pequeño tamaño no migra dentro del cuerpo del animal como sucede con los microchip de mayor tamaño. Versión compatible con la Norma ISO 11784/85 (Anexo A).

Los microchip ID 100 TROVAN®, proveen de un nivel de seguridad sin precedentes ya que una vez que su código ha sido grabado durante su elaboración, éste no puede ser borrado o alterado, garantizando así, una identificación única, positiva e inviolable, no pueden ser copiados debido a que están patentados.

Las Especificaciones están determinadas por largo 11,5 mm, ancho 2,2 mm, angulo de Exploración Esférico, rango de Lectura 16 30 cm, tiempo de transmisión 119 s/BIT (8375 BAUD), temperatura de Almacenaje -50°C to 100°C (-58°F to 266°F, temperatura de Funcionamiento -40°C to 100°C (-40°F to 212°F, frecuencia de Funcionamiento 128 KHz, humedad Sumergible, largo de la Aguja 55,5 mm, diámetro de la Aguja 2,6 m.m.

3.1.5 Plan de producción. El plan de producción en este caso por ser una empresa de servicios y no de transformación en la medida en que se encargará

del cuidado y atención de perros y gatos especialmente está determinado por la misma proyección de ventas mostrada en el cuadro 2.

3.2 PLAN DE COMPRAS

3.2.1 Consumo por unidad de producto. En la medida en que en promedio se piensan atender 3 animales diferentes cada hora se proyecta atender 30 al día con atención de 10 horas diarias en ese orden de ideas será necesario contar con las cantidades adecuadas que permitan contar con un servicio sin contratiempos a la hora de recurrir a los insumos.

3.2.2 Costos de producción. Estos costos están determinados como se presenta en el cuadro 4 donde se especifican los materiales y medicamentos que de manera ordinaria se necesitan para el cuidado y atención de las mascotas y que en su mayoría se consiguen en la misma calle donde funcionará la tienda de mascotas para efectos de facilitar los canales de distribución.

3.3 INFRAESTRUCTURA

La infraestructura del establecimiento está dada por los Parámetros técnicos especiales definidos por las Normas Técnicas Colombianas para negocios de este tipo establecidas por la institución de calidad del estado ICONTEC.

En cuanto a las instalaciones, el Centro de atención de mascotas presenta las características propias para un negocio de este tipo pero como se dijo anteriormente cuenta con la estrategia de ubicación cerca de todas las veterinarias de la ciudad. El local tendrá acceso directo desde la vía pública manejando una superficie suficiente que permita la comodidad de la clientela.

Las características de las instalaciones serán acordes a las disposiciones de las ordenanzas municipales, en lo que respecta a la superficie, acceso, posibilidad de depósito en garajes próximos, etc. También se deben reunir las siguientes condiciones adecuadas como, ventilación normal y artificial con extracción forzada, instalación de varias tomas de agua, iluminación natural y artificial de 400 a 500 lux y acometida eléctrica: tomas de corriente a 220-380 voltios.

El acondicionamiento eléctrico deberá cumplir las normas de baja tensión. Las instalaciones deberán cumplir las normas vigentes de seguridad e higiene. El centro de atención al contar con manipulación de sustancias médicas y

equipos quirúrgicos debe regirse por la normatividad correspondiente y vigente. Debe situar en la fachada una placa distintiva de la clase de servicios que presta.

La distribución del establecimiento está dada por un local que posea una superficie mínima de unos 180 m², donde estará localizado el consultorio con una superficie de 40 m², donde a su vez estarán las jaulas de reposo de los animales, el equipo quirúrgico y parte del inventario médico y demás útiles de trabajo, la oficina, con una superficie de 100 m², donde se dará el área de atención y también se dispondrá de estanterías que muestren parte de los elementos que allí se ofrecen el área de rayos X tendrá 30 m² y finalmente el área de servicios generales con un área de 1^o m².

Cuadro 5. Inversión Inicial

Cantidad	Concepto	Costo Unitario	Costo Total
1	Aparato de rayos x	18.500.000	18.500.000
1	Moto camión	8.500.000	8.500.000
2	Aire acondicionado	2.500.000	5.000.000
1	Adecuación consultorio	9.500.000	9.500.000
1	Adecuación sala de atención	7.900.000	7.900.000
2	Computador	2.500.000	5.000.000
1	Lámpara de cirugía	4.500.000	4.500.000
1	Instrumentos médicos	11.500.000	11.500.000
1	Camilla de rayos x	3.250.000	3.250.000
2	Celulares	750.000	1.500.000
1	Estantería	3.500.000	3.500.000
1	Esterilizador	1.200.000	1.200.000
4	Sillas de trabajo	185.000	740.000
3	Jaulas confortables	265.000	795.000
2	Escritorios	235.000	470.000
2	Cámaras de vigilancia	185.000	370.000
1	Impresora	190.000	190.000
1	Teléfono fijo	125.000	125.000
Total			82.540.000

Fuente: Datos del Proyecto

El acondicionamiento interno, está dado por la adecuación del local de manera que cuente con las condiciones para su uso. Además la ley obliga a incorporar un aseo para uso personal que será adelantado en el área de servicios generales donde también se encontraran los serbios de baño.

Para el acondicionamiento del local habrá que realizar una serie de obras que dependerán del estado en el cuál se encuentre el mismo. De este modo también supondrán un costo, a la hora de iniciar la actividad, la licencia de obra, la obra y los costos del proyecto.

En lo que respecta al Mobiliario y Decoración deben ser conseguir la máxima funcionalidad cuidando su vez todos los detalles estéticos que transmitan la imagen de calidad que queremos para el negocio, a la vez que resulte cómodo para los clientes. El mobiliario será ubicado de tal manera que brinde la perfecta armonía y tranquilidad de distribución para lo que se hace necesario incurrir en costos de adecuación como se observa en el cuadro 5 donde también se detallan los demás aspectos propios de la Inversión inicial como equipo de cómputo equipo médico y mobiliario con un valor total de ochenta y dos millones quinientos cuarenta mil pesos moneda corriente \$82,540.000.

4. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Tiene como misión definir los aspectos administrativos que debe tener el negocio para obtener el máximo de funcionalidad a partir de una empresa de servicios.

Tabla 2. Matriz DOFA

<p style="text-align: center;">Factores Externos</p> <p style="text-align: center;">Factores Internos</p>	<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <p>~ La demanda del servicio está en crecimiento.</p> <p>~ Los clientes no son del todo fieles a un negocio.</p> <p>~ La competencia no ofrece el chip.</p> <p>~ La competencia tiene horarios rígidos.</p>	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <p>~ La instalación del chip se conoce en Medellín.</p> <p>~ La competencia cuenta con recursos económicos.</p> <p>~ Algunas veterinarias y centros de atención son económicos.</p>
<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <p>~ Se pueden flexibilizar horarios.</p> <p>~ Se cuenta con mano de obra especializada.</p> <p>~ Se pueden hacer domicilios.</p>	<p style="text-align: center;">OF</p> <p>Aprovechar que la competencia no tiene jornadas extendidas y que no cuentan con la instalación del chip.</p>	<p style="text-align: center;">FA</p> <p>Al contar con horarios flexibles y una mano de obra especializada se puede hacer competencia.</p>
<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <p>~ Falta de experiencia en el negocio.</p> <p>~ Salarios bajos.</p> <p>~ Jornada laboral larga.</p>	<p style="text-align: center;">DO</p> <p>Aprovechar la falta de fidelidad de la clientela y venderles mejores servicios y precios cómodos.</p>	<p style="text-align: center;">DA</p> <p>Mantener al tanto de la tecnología de punta que permita ubicar a las mascotas.</p>

Fuente: El Proyecto

4.1 ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

Permite identificar mediante el análisis de la matriz DOFA la mejor utilización de los recursos físicos gracias al aprovechamiento de las capacidades que en este tipo de negocios cuenta en el personal que labora en el Centro de atención de mascotas.

4.1.1 Análisis DOFA. Inicialmente se cruzan las oportunidades que como se aprecia en la tabla tres comprenden una demanda del servicio está en crecimiento, unos clientes que no son del todo fieles a un negocio, la competencia no ofrece el chip y falta de horarios extendidos. Las Fortalezas consisten en que se pueden flexibilizar horarios, se cuenta con mano de obra especializada y se pueden hacer domicilios. De lo anterior se tiene la estrategia de Aprovechar que la competencia no tiene jornadas extendidas y que no cuentan con la instalación del chip.

Se continúa con el cruce de Fortalezas y Amenazas donde las primeras son que la instalación del chip ya se conoce en Medellín, que la competencia cuenta con recursos económicos y que algunas veterinarias y centros de atención son económicos. En cuanto a las segundas son los horarios que se pueden flexibilizar, se cuenta con mano de obra especializada y se pueden hacer domicilios. De este cruce la estrategia es, que al contar con horarios flexibles y una mano de obra especializada se puede hacer competencia.

Lo siguiente es cruzar las Debilidades con las oportunidades, es decir la falta de experiencia en el negocio, los salarios bajos y la jornada laboral larga con las oportunidades ya mencionadas que lleva a definir una estrategia basada en Aprovechar la falta de fidelidad de la clientela y venderles mejores servicios y precios cómodos.

Finalmente el último cruce está dado por las Debilidades y las Amenazas es decir dos aspectos negativos el uno interno y por lo tanto afectable y el otro externo y por lo tanto sin afectar que da como estrategia que se debe Mantener al tanto de la tecnología de punta que permita ubicar a las mascotas.

4.1.2 Organismos de apoyo. Están definidos por los diferentes entes públicos y privados que por un lado propenden por la generación de empresa pequeña como fuente de empleo, los organismos públicos y privados que capacitan personal pero también y muy en el caso de los animales por entidades sin ánimo de lucro que velan por la salud y el no maltrato a los animales.

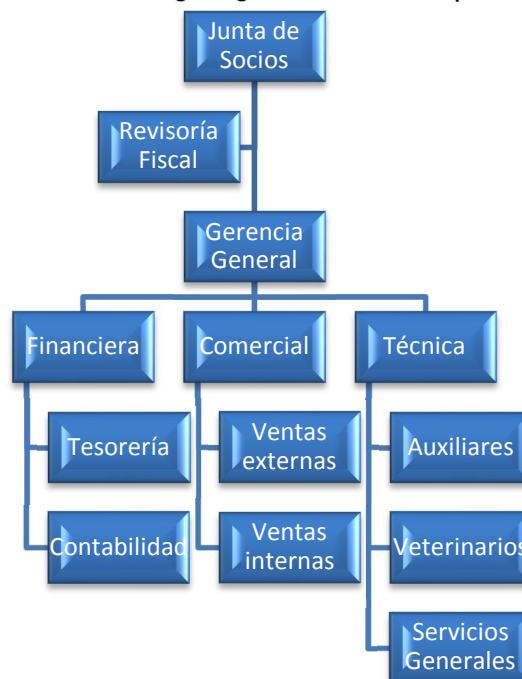
Entre los principales organismos de apoyo se cuenta con la facultad de veterinaria de la Universidad de los Llanos, la Secretaria de Salud del

Departamento, el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA con el Fondo Emprender y el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, así como Organizaciones No Gubernamentales.

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Responde a las necesidades que tiene la empresa de contar con un organigrama que defina los niveles de responsabilidades en términos de departamentos o secciones para de allí construir los correspondientes manuales de funciones. El proyecto si bien es una empresa un tanto pequeña no puede escapar a la importancia de tener sus áreas de trabajo bien demarcadas como se observa en la gráfica 1.

Gráfica 10. Organigrama de la empresa



Fuente: Datos del Proyecto

4.3 ASPECTOS LEGALES

La Tienda de mascotas a funcionar en la ciudad de Villavicencio, se piensa como una Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S), de acuerdo a la ley 1258 de diciembre 5 de 2008, que introduce un tipo social híbrido, con autonomía, tipicidad definida y con una regulación vinculada al régimen general de las sociedades. Este nuevo tipo de sociedad brinda las ventajas de las sociedades

anónimas y les permite diseñar mecanismos de direccionamiento a las empresas que se constituyan bajo esa normatividad fomentando con ello por un lado la legalidad de funcionamiento y por el otro la creación de nuevas empresas que se constituyan en una oportunidad laboral que conduzca al crecimiento de la región y del país sin tener que pensar en la rigurosidad de la creación de una Sociedad Anónima.

Una Sociedad de este tipo⁴ tiene la característica de poder constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.

La sociedad por acciones simplificada, una vez inscrita en el Registro Mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas. La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se regirá por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.

Este tipo de sociedades no tiene la posibilidad de negociar valores en el mercado público.- Las acciones y los demás valores que emita la sociedad por acciones simplificada no podrán inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisores ni negociarse en bolsa.

La sociedad por acciones⁵ simplificada se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, en el cual se apreciará cuando menos el nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras "sociedad por acciones simplificada/; o de las letras S.A.S. El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución; el término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.

Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita. El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse. La forma de administración y el

⁴ www.sic.gov.co

⁵ Ley 1258 de diciembre 5 de 2008

nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado. Cuando los activos aportados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la sociedad deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes.

Las Cámaras de Comercio⁶ verificarán la conformidad de las estipulaciones del acto constitutivo, de los actos de nombramiento y de cada una de sus reformas con lo previsto en la ley. Por lo tanto, se abstendrán de inscribir el documento mediante el cual se constituya, se haga un nombramiento o se reformen los estatutos de la sociedad, cuando se omita alguno de los requisitos previstos en el artículo anterior o en la ley. Efectuado en debida forma el registro de la escritura pública o privada de constitución, no podrá impugnarse el contrato o acto unilateral sino por la falta de elementos esenciales o por el incumplimiento de los requisitos de fondo, de acuerdo con los artículos 98 y 104 del Código de Comercio.

4.4 COSTOS ADMINISTRATIVOS

4.4.1 Gastos de personal.

Cuadro 6. Pagos de personal

No	Concepto	Especificación	Costo Unitario	2015	2016	2017	2018	2019
1	Junta de Socios	Toma decisiones de	2.500.000	2.500.000	2.570.000	2.641.960	2.715.935	2.791.981
1	Revisoría Fiscal	Revisa la contabilidad de	6.850.000	6.850.000	7.041.800	7.238.970	7.441.662	7.650.028
1	Gerente General	Administra la empresa de	3.500.000	3.500.000	3.598.000	3.698.744	3.802.309	3.908.773
3	Subgerentes	Financiero, Comercial y	2.800.000	8.400.000	8.635.200	8.876.986	9.125.541	9.381.056
2	Tesorería y Contabilidad	Manejo de dinero y Registro	2.500.000	5.000.000	5.140.000	5.283.920	5.431.870	5.583.962
2	Veterinarios	Administración médica de los	4.550.000	9.100.000	9.354.800	9.616.734	9.886.003	10.162.811
1	Ventas externas	Comercialización	2.350.000	2.350.000	2.415.800	2.483.442	2.552.979	2.624.462
1	Ventas Internas	Comercialización	2.350.000	2.350.000	2.415.800	2.483.442	2.552.979	2.624.462
1	Auxiliar Contable	Secretaria, atención general	1.450.000	900.000	925.200	951.106	977.737	1.005.113
1	Servicios Generales	Presentación de la empresa	3.500.000	3.500.000	3.598.000	3.698.744	3.802.309	3.908.773
Total				44.450.000	45.694.600	46.974.049	48.289.322	49.641.423

⁶Ley 1258 de diciembre 5 de 2008

Fuente: Datos del Proyecto

4.4.2 Gastos de puesta en marcha.

Cuadro 7. Gastos de puesta en marcha

No	Concepto	Total
1	Notariales y registro	350.000
2	Estudio de factibilidad	4.500.000
3	Gastos de lanzamiento	3.500.000
4	Asesoría externa	5.500.000
5	Cámara de comercio	400.000
6	Industria y comercio	250.000
Total		14.500.000

Fuente: Datos del Proyecto

4.4.3 Gastos anuales de administración.

Cuadro 8. Gastos de Administración

No	Descripción	2015	2016	2017	2018	2019
1	Arrendamiento	2.500.000	2.570.000	2.641.960	2.715.935	2.791.981
2	Teléfono	1.350.000	1.387.800	1.426.658	1.466.605	1.507.670
3	Energía eléctrica	900.000	925.200	951.106	977.737	1.005.113
4	Implementos de aseo	6.500.000	6.682.000	6.869.096	7.061.431	7.259.151
5	Dotación personal	18.500.000	19.018.000	19.550.504	20.097.918	20.660.660
6	Agua	525.000	539.700	554.812	570.346	586.316
7	Publicidad radial	750.000	771.000	792.588	814.780	837.594
8	Papelería	1.950.000	2.004.600	2.060.729	2.118.429	2.177.745
9	Primeros auxilios	850.000	873.800	898.266	923.418	949.274
10	Catálogos de servicios	250.000	257.000	264.196	271.593	279.198
Total		34.075.000	35.029.100	36.009.915	37.018.192	38.054.702

Fuente: Datos del proyecto

5. ESTUDIO FINANCIERO

En la presentación del Estudio Financiero se utilizan cuadros y graficas que son el resultado de la cuantificación de toda la información financiera que se tiene de los estudios de Mercado y Técnico. Este estudio tiene como fin, proporcionar el material que se requiere para efectos de tomar la decisión en términos de viabilidad que se hará en la siguiente sección.

5.1 ANÁLISIS DE LOS INGRESOS

Los ingresos del proyecto como se ilustra en el cuadro 9, están divididos en dos secciones por así decirlo. En la primera se toman las ventas de los servicios que tan solo una vez en la vida se prestan al animal como es el caso de su primera cita en la que se abre el historial médico-veterinario, la instalación del microchip, la castración, que se presenta en los dos sexos, sea con parto o sin él y los medicamentos que en promedio se suministran al año. Este subtotal asciende a la suma de \$553.000.

Cuadro 9. Descripción de ingresos

Veces en el año	Descripción	Especificación	Precio de venta mensual	Total año
1	Instalación microchip	Se instala una única vez		25.000
1	Cita al veterinario	Primera cita de inicio de historia clínica		22.000
1	Castramiento	Se elimina la posibilidad de concebir		120.000
1	Medicamentos clínica	Medicamentos en promedio en el año		50.000
Subtotal				217.000
12	Vacunas y desparasitación	Mantener una salud buena	13.800	165.600
12	Aseo	Baño, corte de pelo, de uñas y secado	14.200	170.400
Subtotal				336.000
Total				553.000

Fuente: Datos del proyecto

La siguiente sección está conformada por los gastos en que se incurre mensualmente como es el caso de las vacunas y la desparasitación y los servicios de baño, corte de pelo, de uñas y secado. Para los dueños que estén interesados en comprar ropa y juguetes se tendrá una alianza con un almacén especializado donde encontrarán precios cómodos.

Cuadro 10. Ingresos del Proyecto

Años	2015	2016	2017	2018	2019
Unidades a vender única vez	5	6	7	8	10
Precio anual	217.000	223.076	229.322	235.743	242.344
Subtotal	1.085.000	1.226.918	1.605.255	1.815.222	2.423.440
Unidades a vender al año	1.800	1.980	2.178	2.396	2.635
Precio de venta	336.000	345.408	355.079	365.022	375.242
Subtotal	604.800.000	683.907.840	773.362.985	874.518.864	988.905.931
Ingresos anuales	605.885.000	685.134.758	774.968.240	876.334.086	991.329.371

Fuente: Datos del Proyecto

Así las cosas los ingresos anuales quedaran como se muestra en el cuadro 10 empezando con una cantidad mínima de animales a atender de tan solo 5 al día que darán los ingresos anuales de una única vez, con la expectativa de que todos los años se aumente en 5 esta cantidad. A la anterior cifra se suman los ingresos del año para gastos que si se dan de manera mensual, llegando hasta el año 2015, o primer año de ejecución del proyecto con seiscientos cinco mil ochocientos ochenta y cinco pesos.

5.2 ANÁLISIS DE LOS EGRESOS

En lo que respecta a los egresos que se producirán durante la puesta en marcha del proyecto en el tiempo definido desde el 2015 hasta el 2019, es necesario empezar por la conformación definitiva de lo que será la inversión inicial, que con anterioridad fue mostrada de manera parcial en el Estudio Técnico en el cuadro 5, y que es adicionada como se muestra en el cuadro 11, con los gastos de constitución, la ingeniería del proyecto y los imprevistos, sumatoria que dará una inversión inicial del orden de los ciento tres millones trescientos mil pesos, que se convertirán en uno de los aspectos más importantes a contemplar a la hora de

definir la viabilidad del proyecto, por ser esta la cantidad que debe generar al igual que el capital de trabajo los Flujos Netos de Efectivo.

Cuadro 11. Inversión Inicial

Items	Total
Activos Fijos	
Adecuación	17.400.000
Equipo médico	39.320.000
Mobiliario	10.505.000
Vehículos	8.500.000
Equipo de Computo	6.815.000
Subtotal	82.540.000
Activos Intangibles	
Gastos de Constitución	9.750.000
Ingeniería del Proyecto	6.585.000
Subtotal	16.335.000
Imprevistos	4.500.000
Total	103.375.000

Fuente: Datos del Proyecto

La Inversión Inicial será apoyada con un crédito contratado con una entidad crediticia de la ciudad de Villavicencio a 5 años como se observa en el cuadro 12 con un monto de cuarenta y cinco millones de pesos (\$45.000.000) a una tasa promedio del 27% teniendo como parámetro que la Tasa de Usura que se encuentra vigente es del 29%⁷. Según esto la inversión a colocar por parte de los socios será de cincuenta y ocho millones trescientos setenta y cinco mil pesos (\$58.375.000) que como se dijo con anterioridad serán aportados aprovechando la conformación de la Sociedad de Acciones Simplificada.

En lo que respecta a la depreciación y amortización mostrada en el cuadro 3, es necesario precisar que por las características del proyecto no se recurrirá a la compra de terreno con ánimos de construcción sino que se arrendará un local para el que será necesario incurrir en gastos de adecuación tanto del área de atención a la clientela como el área de atención a los animales. Los porcentajes de depreciación y amortización se han definido de la manera más tradicional y se constituyen en egresos no por representar salida real de efectivo sino por transferir

⁷www.superfinanciera.gov.co

parte de su desgaste a la brindar del servicio y porque la normatividad tributaria a si lo permite para efectos del pago de impuestos.

Cuadro 12. Plan de pagos del crédito

Año	Cuota	Intereses	Abono	Saldo
2015	17.423.811	12.150.000	5.273.811	39.726.189
2016	17.423.811	10.726.071	6.697.740	33.028.450
2017	17.423.811	8.917.681	8.506.129	24.522.320
2018	17.423.811	6.621.026	10.802.784	13.719.536
2019	17.423.811	3.704.275	13.719.536	-

Fuente: Datos del Proyecto

El Valor de Salvamento como su nombre lo indica se constituye en aquella cantidad en que se tenga el valor del bien en libros y debe ser sumada al último Flujo Neto de Efectivo en la medida en que para evaluar el proyecto se debe suponer su liquidación definitiva que en este caso está proyectada para el año 2019. Es bueno aclarar que en cuanto a los Activos intangibles la figura financiera y contable a aplicar es la de la amortización.

Cuadro 13. Depreciación y Amortización

Items	Total	Tasa	2015	2016	2017	2018	2019	Valor de salvamento
Activos Fijos								
Adecuación	17.400.000	100%	17.400.000					-
Equipo médico	39.320.000	20%	7.864.000	7.864.000	7.864.000	7.864.000	7.864.000	-
Mobiliario	10.505.000	20%	2.101.000	2.101.000	2.101.000	2.101.000	2.101.000	-
Vehículos	8.500.000	20%	1.700.000	1.700.000	1.700.000	1.700.000	1.700.000	-
Equipo de Computo	6.815.000	50%	3.407.500	3.407.500				-
Subtotal	82.540.000		32.472.500	15.072.500	11.665.000	11.665.000	11.665.000	-
Activos Intangibles								
Gastos de Constitución	9.750.000	25%	2.437.500	2.437.500	2.437.500	2.437.500		-
Ingeniería del Proyecto	6.585.000	25%	1.646.250	1.646.250	1.646.250	1.646.250		-
Subtotal	16.335.000		4.083.750	4.083.750	4.083.750	4.083.750		-
Imprevistos	4.500.000							4.500.000
Total	103.375.000		36.556.250	19.156.250	15.748.750	15.748.750	11.665.000	4.500.000

Fuente: Datos del Proyecto

Así las cosas y como se observa en el cuadro 14, los egresos definitivos del Proyecto están conformados por los pagos de la Inversión Inicial en el año 2014, los correspondientes pagos de la materia prima que en este caso está conformada por los chips y todos los insumos que se utilicen para prestar el servicio, la depreciación para efectos de disminución de la Base Gravable, los Gastos operacionales y los Gastos Financieros, que por lo demás tampoco

constituyen elemento de costo pero que si se permite utilizarlos para también disminuir la Base Gravable.

Cuadro 14. Egresos del Proyecto

Items	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Inversión inicial	103.375.000					
Materia prima	464.905.000	477.922.340	491.304.166	505.060.682	519.202.381	533.740.048
Depreciación		36.556.250	19.156.250	15.748.750	15.748.750	11.665.000
Gastos Operacionales		34.075.000	35.029.100	36.009.915	37.018.192	38.054.702
Gastos financieros		12.150.000	10.726.071	8.917.681	6.621.026	3.704.275
Total	103.375.000	560.703.590	556.215.587	565.737.028	578.590.350	587.164.024

Fuente: Datos del Proyecto

5.3 CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo se muestra en el cuadro 15 y solo está representado por las compras de material sin recurrir ni a mano de obra ni a Costos Indirectos de Fabricación por ser una empresa de servicios y no una empresa industrial.

Cuadro 15. Capital de Trabajo

Items	2015	2016	2017	2018	2019
Materia prima	477.922.340	491.304.166	505.060.682	519.202.381	533.740.048
Total	477.922.340	491.304.166	505.060.682	519.202.381	533.740.048

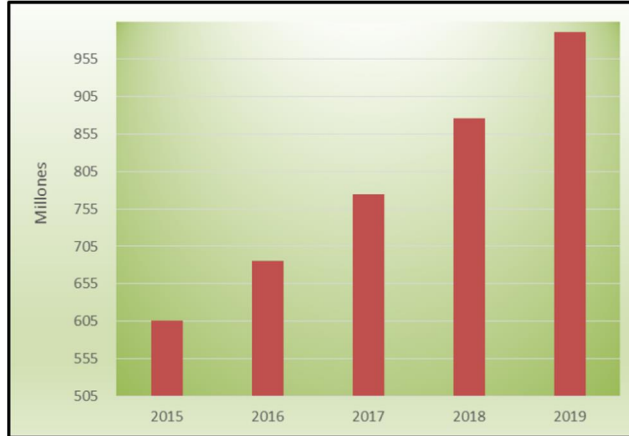
Fuente: Datos del Proyecto

5.4 MODELO FINANCIERO

El Modelo Financiero empieza con la consolidación definitiva de otro de los grandes aspectos a contemplar para efectos de determinar la viabilidad del proyecto cuales son Los Flujos Netos de Efectivo y se convierten en la segunda gran información junto con la inversión Inicial. Como se observa en el cuadro 14 estos Flujos son el resultado de aprovechar la información del estado de Resultados que llega hasta la utilidad Neta pero que tiene la gran ventaja de mostrar la parte impositiva, pero que no muestra la realidad en términos de dinero contante y sonante, por lo que se hace necesario devolver inicialmente la depreciación y amortización por no haber salido de caja, pero también restra los pagos de capital al crédito contratado.

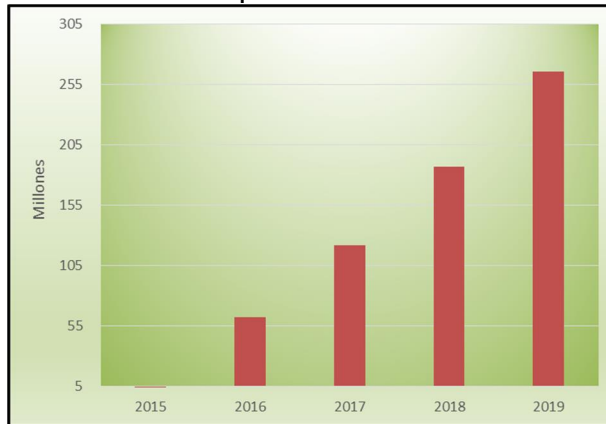
Los Flujos Netos de Efectivo como se observa en el cuadro 14 y se corrobora con las gráficas 1, 2 y 3 tienen la ventaja y la característica de permitir al evaluador tener una visión del comportamiento de cada una de estas variables en términos de Proyectos y quedará la información necesaria pertinente para toma de decisión en términos de viabilidad.

Gráfica 11. Comportamiento de las ventas



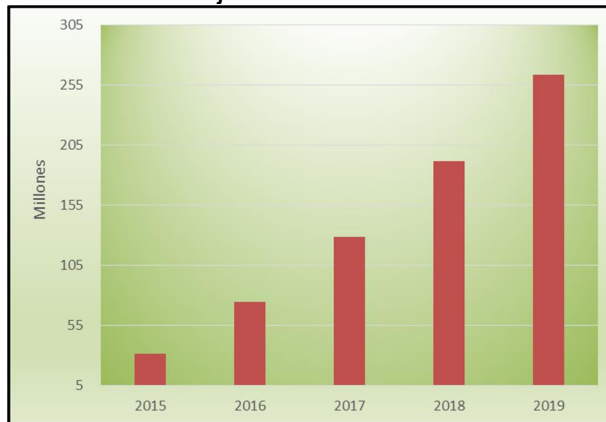
Fuente: Datos del proyecto

Gráfica 12. Comportamiento de las utilidades



Fuente: Datos del Proyecto

Gráfica 13. Flujos Netos de Efectivo



Fuente: Datos de proyecto

Cuadro 16. Flujo de Caja Proyectado

Items	2015	2016	2017	2018	2019
Ventas	605.885.000	685.134.758	774.968.240	876.334.086	991.329.371
Materia prima	477.922.340	491.304.166	505.060.682	519.202.381	533.740.048
Depreciación	36.556.250	19.156.250	15.748.750	15.748.750	11.665.000
Utilidad bruta	91.406.410	174.674.342	254.158.808	341.382.955	445.924.323
Gastos operacionales	78.525.000	80.723.700	82.983.964	85.307.515	87.696.125
Utilidad operacional	12.881.410	93.950.642	171.174.845	256.075.440	358.228.198
Gastos financieros	12.150.000	10.726.071	8.917.681	6.621.026	3.704.275
Utilidad antes impuestos	731.410	83.224.571	162.257.163	249.454.414	354.523.923
Impuestos	182.853	20.806.143	40.564.291	62.363.603	88.630.981
Utilidad Neta	548.558	62.418.429	121.692.872	187.090.810	265.892.942
Depreciación	36.556.250	19.156.250	15.748.750	15.748.750	11.665.000
Pago de capital	5.273.811	6.697.740	8.506.129	10.802.784	13.719.536
Flujo Neto de Efectivo	31.830.997	74.876.939	128.935.493	192.036.776	263.838.406

Fuente: Datos del Proyecto

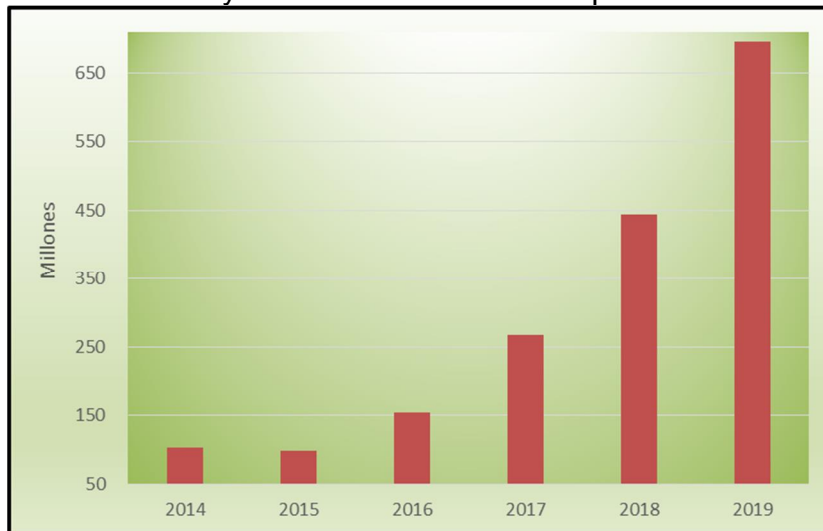
Cuadro 17. Balance General Proyectado

Activo						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Activo Corriente						
Caja	4.500.000	36.330.997	111.207.936	240.143.429	432.180.205	696.018.611
Subtotal	4.500.000	36.330.997	111.207.936	240.143.429	432.180.205	696.018.611
Activo Fijo						
Tangible	82.540.000	82.540.000	82.540.000	82.540.000	82.540.000	82.540.000
Depreciación		32.472.500	47.545.000	59.210.000	70.875.000	82.540.000
Subtotal	82.540.000	50.067.500	34.995.000	23.330.000	11.665.000	-
Otros activos						
Intangible	16.335.000	16.335.000	16.335.000	16.335.000	16.335.000	16.335.000
Amortización		4.083.750	8.167.500	12.251.250	16.335.000	16.335.000
Subtotal	16.335.000	12.251.250	8.167.500	4.083.750	-	-
Total	103.375.000	98.649.747	154.370.436	267.557.179	443.845.205	696.018.611
Pasivo mas Patrimonio						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Pasivo Corriente						
Subtotal	0	0	0	0	0	0
Pasivo largo plazo						
Deuda bancaria	45.000.000	39.726.189	33.028.450	24.522.320	13.719.536	-
Subtotal	45.000.000	39.726.189	33.028.450	24.522.320	13.719.536	-
Patrimonio						
Capital social	58.375.000	58.375.000	58.375.000	58.375.000	58.375.000	58.375.000
Utilidades		493.702	56.670.287	166.193.873	334.575.602	573.879.250
Reserva		54.856	6.296.699	18.465.986	37.175.067	63.764.361
Subtotal	58.375.000	58.923.558	121.341.986	243.034.858	430.125.669	696.018.611
Total	103.375.000	98.649.747	154.370.436	267.557.179	443.845.205	696.018.611

Fuente: Datos del Proyecto

El Balance General proyectado mostrado en el cuadro 17 permite ver en lo que se convierte a lo largo de vida del proyecto la inversión de los \$103.750.000, observándose que para el año 2015 alcanza los \$103.750.000 para luego descolgarse hasta los \$98.649.747 y de allí en adelante aumentar hasta llegar a los \$696.18.611.

Gráfica 14. Proyección del valor de la empresa



Fuente: Datos del proyecto

Se llega finalmente hasta el cálculo de dos importante herramientas financieras que tienen como misión participar de la definición de la viabilidad del proyecto como son el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Rentabilidad, porque la otra y tal vez el más importante parámetro de comparación es el Costo de Capital que para este proyecto se ha definido en un 35%, que no es muy ambicioso pero que esta tan solo unos puntos porcentuales por encima de la tasa de usura.

En el cuadro 18 se presenta el cálculo del Valor Presente Neto que da como resultado ciento treinta y un millones trescientos cincuenta y dos mil trescientos veintinueve pesos (\$131.352.329) que por ser mayores que cero significan que el proyecto es viable y se puede llevar a ejecución en la medida en que la inversión inicial es capaz de rentar al 35% exigido por el costo de capital y a su vez es capaz de generar una ganancia adicional.

También se muestra en el mismo cuadro la Tasa Interna de Retorno del 75% que al ser mayor que el Costo de Capital del 35% significa que el proyecto es viable es decir que los recursos al ser invertidos en el proyecto rentaran más de lo que se obtendría si se dejara la planta en inversiones tradicionales del mercado que tan solo en promedio rentarían a la tasa del 35%.

Cuadro 18. Criterio de la Viabilidad

Años	Flujos Netos	Flujos Netos Descontados	Descontados a TIR
2014	- 103.375.000		
2015	31.830.997	23.578.516	18.180.361
2016	74.876.939	41.084.740	24.426.014
2017	128.935.493	52.404.814	24.023.111
2018	192.036.776	57.816.172	20.435.884
2019	268.338.406	59.843.088	16.309.630
Sumatoria		234.727.329	103.375.000
Inversión inicial		103.375.000	103.375.000
Valor Presente Neto		131.352.329	-
Tasa Interna de Retorno	75,08%		

Fuente: Datos del Proyecto

6. PLAN OPERATIVO

6.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla 3. Cronograma de actividades

Actividades	Agosto 2014				Septiembre				Octubre				Noviembre 2014			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Recolección de información	■	■														
Estudio de Mercado		■	■	■												
Estudio Técnico			■	■												
Estudio Financieo					■	■	■									
Viabilidad del proyecto								■	■	■	■					
Elaboración del documento									■	■	■	■	■			
Presentación del documento												■	■			

Fuente: Datos del proyecto

6.2 METAS SOCIALES

6.2.1 Plan Nacional de desarrollo. Se debe resaltar que con la Ley 1429⁸ de diciembre 29 de 2010 se busca la formalización y generación de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas (comerciales, industriales y de servicios) a excepción de las del sector de economía solidaria. Teniendo en cuenta que las pequeñas empresas, para los efectos de esta ley, son aquellos cuyo personal no sea superior a 50 trabajadores y activos totales no superen los 5000 (SMMLV). Sin embargo el auge de las pequeñas y microempresas en Colombia muestran estadísticamente fundamental su proceso de conocimiento así

La tipificación de las micro y pequeñas empresas (MYPIMES), establece límites en relación con los rendimientos a escala, la capacidad de comercialización, división sectorial, el tamaño de los mercados, a nivel de capacitación de la mano de obra lógica de funcionamiento y organización; pero no por ello menos importante su participación en el crecimiento económico y desarrollo social. La organización internacional de trabajo (OIT) las define, en

⁸ www.consultaslaborales.com.co

función de la cantidad de recurso humano, al capital financiero o físico que posee, al valor de las ventas y de los activos en el periodo de un año.

El Centro de atención de mascotas en Villavicencio, va dirigido a fortalecer y aportar al Plan Nacional de Desarrollo con una microempresa que busca generar empleos para mejorar la economía del país.

6.2.2 Plan regional de competitividad de Meta. Datos generales. El Plan Regional de Competitividad (PRC) de Meta cuenta actualmente con 5 Objetivos, 24 Estrategias y 9 Iniciativas. A continuación se muestra el consolidado de Iniciativas, y los proyectos que han sido identificados en la región, estando directamente relacionados con la Visión del PRC del departamento, y con política de competitividad nacional⁹.

El plan de negocio cumple con varios de los propósitos que el plan regional del departamento estipula puesto que se está velando en el emprendimiento y en el desarrollo de la industria en la región realizando un producto que tiene como base materia prima netamente de la región, y se busca innovar para ayudar al PIB del departamento.

6.2.3 Clúster o cadena productiva. Criterios de identificación de apuestas. En desarrollo del taller de identificación, los expertos convocados, analizaron los sectores, cadenas o clúster a la luz de tres grandes dimensiones o entornos: Entorno global. Mega tendencias, Entorno nacional. Políticas, Entorno regional. Factores de competitividad departamental.

En cuanto a clúster se refiere es un proceso fundamental en todo proceso productivo y comercializable ya que este consiste en el encadenamiento agrupamiento de todas las tareas que se deben realizar de manera planificada y coordinada para lograr ser más competitivo y productivo en el mercado es a través del clúster que se puede entregar productos de alta calidad y por ende la demanda de los mismos será definitiva para satisfacer las necesidades y perspectivas de los consumidores.

6.2.4 Empleo. Generará 9 empleos directos y 2 indirectos, donde su salario se establece acorde con el nivel de jerarquía y se cancelará a partir de lo estipulado de Ley; teniendo en cuenta que el salario mínimo legal vigente de Colombia es de \$616.000; más las prestaciones sociales correspondientes al 51.09% sobre el salario mínimo legal vigente.

6.2.5 Emprendedores. El capital de la empresa estará representado por cincuenta y ocho millones trescientos setenta y cinco mil pesos que serán

⁹ www.comisionesregionales.gov.co

aportados por los inversionistas emprendedores como parte de una idea de negocio.

7. IMPACTO ECONÓMICO, REGIONAL, SOCIAL Y AMBIENTAL

El Implantar el chip a las mascotas puede ser beneficioso por varias razones: A efectos de la ley podemos corroborar sin ningún tipo de problema que somos el titular de nuestra mascota. Es imposible falsear los datos del microchip. En caso de pérdida del animal, tanto veterinarios como protectoras y autoridades (SEPRONA), mediante un lector, pueden acceder a nuestros datos.

La identificación por chip ayuda a evitar el abandono, ya que la ley castiga con sanciones bastante elevadas a las personas que abandonan o maltratan a un animal. De esta manera, se puede probar quién es el propietario y responsable legal de un animal maltratado o abandonado.

El Impacto del proyecto se logra ya que las personas del mundo actual están muy atentos a lo que sucede alrededor de las mascotas, y con este sistema electrónico las personas se sentirán más seguras respecto a la seguridad del animal.

La Evaluación económica y social significa que el producto será adquirido a un buen precio el cual lo podrán comprar los estratos bajos, lo ideal es que todas las personas que tengan mascotas puedan adquirir el producto.

Y el Estudio ambiental muestra que se puede disminuir la población de animales en la calle, sea cual sea la situación o circunstancia por la cual el animal esta condición, se busca entonces que el animal evite comer desperdicios de las basuras.

RESUMEN EJECUTIVO

Las estudiantes de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, Angelica Maria Narvaez Diaz y Monica Liliana Rodriguez Lopez tienen en común además de haber sido compañeras de la carrera de Administración de Empresas, el compartir su amor por los animales en general y por la costumbre de tener en sus hogares una mascota, razón que las hizo pensar y estar de acuerdo en el gran dolor que se pasaba cuando por cosas del destino se perdía una mascota y no había forma de saber su paradero.

Cuadro 19. Flujo de caja proyectado

Ítems	2015	2016	2017	2018	2019
Ventas	605.885.000	685.134.758	774.968.240	876.334.086	991.329.371
Materia prima	477.922.340	491.304.166	505.060.682	519.202.381	533.740.048
Depreciación	36.556.250	19.156.250	15.748.750	15.748.750	11.665.000
Utilidad bruta	91.406.410	174.674.342	254.158.808	341.382.955	445.924.323
Gastos operacionales	78.525.000	80.723.700	82.983.964	85.307.515	87.696.125
Utilidad operacional	12.881.410	93.950.642	171.174.845	256.075.440	358.228.198
Gastos financieros	12.150.000	10.726.071	8.917.681	6.621.026	3.704.275
Utilidad antes impuestos	731.410	83.224.571	162.257.163	249.454.414	354.523.923
Impuestos	182.853	20.806.143	40.564.291	62.363.603	88.630.981
Utilidad Neta	548.558	62.418.429	121.692.872	187.090.810	265.892.942
Depreciación	36.556.250	19.156.250	15.748.750	15.748.750	11.665.000
Pago de capital	5.273.811	6.697.740	8.506.129	10.802.784	13.719.536
Flujo Neto de Efectivo	31.830.997	74.876.939	128.935.493	192.036.776	263.838.406

Fuente: El proyecto

Lo anterior las llevó a investigar sobre alguna posibilidad que solucionara esta situación, lo que las llevó a conocer la existencia de un dispositivo de GPS que ya se venía comercializando en la ciudad de Medellín y con el cual se podía hacer seguimiento a los animales.

A lo anterior ellas identificaron la posibilidad de amarrar otros productos y servicios al microchip y contemplar la posibilidad del montaje de un centro de atención de mascotas en la ciudad de Villavicencio. Para este objetivo se dieron a la tarea de preparar un Estudio de Mercado aprovechando la nula competencia en este sector para luego avanzar en un Estudio Técnico que identificará las características del establecimiento que atendiera los animales identificando con ello la necesidad de una inversión inicial de \$103.75.000 que de ser llevada a cabo en el año 2014 generaría un Flujo de Caja como el mostrado en el cuadro 19, que por lo demás muestra un dinamismo de crecimiento interesante hasta tal punto que al aplicar las dos técnicas de viabilidad más importantes conocidas en Formulación y Evaluación de Proyectos se llegó hasta un Valor Presente Neto de \$131.52.329

que al ser superior a cero muestra la viabilidad de Ejecución del proyecto, al igual que genera una TIR del 75,05% que al ser superior al Costo de Capital elegido para el Proyecto de un 35% muestra que esta idea de Negocio es viable. Ver cuadro 19.

Cuadro 20. Técnicas Financieras

Años	Flujos Netos	Flujos Netos Descontados	Descontados a TIR
2014	- 103.375.000		
2015	31.830.997	23.578.516	18.180.361
2016	74.876.939	41.084.740	24.426.014
2017	128.935.493	52.404.814	24.023.111
2018	192.036.776	57.816.172	20.435.884
2019	268.338.406	59.843.088	16.309.630
Sumatoria		234.727.329	103.375.000
Inversión inicial		103.375.000	103.375.000
Valor Presente Neto		131.352.329	-
Tasa Interna de Retorno			75,08%

Fuente: El proyecto

BIBLIOGRAFÍA

www.vetechip.com.co

<http://www.petgourmet.com.co/cuidados/con-el-microchip-de-identificacion-encontraras-muchas-ventajas/>

[**http://www.entremascotas.es/cuidados-mascotas/**](http://www.entremascotas.es/cuidados-mascotas/)

[**http://www.worldanimalprotection.cr/ayuda/habitos_de_vida/cuidado_mascotas.aspx**](http://www.worldanimalprotection.cr/ayuda/habitos_de_vida/cuidado_mascotas.aspx)

www.superfinanciera.gov.co

Baca Urbina Gabriel. Evaluación de Proyectos. 2001. MacGraw-Hill México D.F.

www.dane.gov.co

García, A. Las cifras más importantes alrededor del cuidado de una mascota.

www.Portafolio.com.co

ANEXOS

Anexo 1. Formato de encuesta

EDAD *RANGO DE EDAD A LA QUE PERTENECE

- 18 A 25
- 26 A 35
- 36 A 45
- 46 en adelante

SEXO *

- MASCULINO
- FEMENINO

CUANTAS MASCOTAS TIENE EN SU HOGAR? *

- 1
- 2
- 3 O MAS

QUE TIPO DE MASCOTA TIENE? *

- PERRO
- GATO
- LORO
- HANSTER
- AVES
- OTROS

CUANTO ESTARIA DISPUESTO USTED EN INVERTIR EN EL SERVICIO DE BIENESTAR, SALUD, BELLEZA Y ALIMENTACION PARA MASCOTA? *

- 50.000 - 100.000
- 150.000 - 200.000
- 250.000- 300.000
- 350.000 o mas

TIENE CONOCIMIENTO ACERCA DEL GPS? *

- SI

- NO

USTED CREE QUE SERA EFECTIVO EL USO DEL GPS EN SU MASCOTA? *

- SI
- NO

CUANTO PAGARÍA USTED POR UN DISPOSITIVO GPS PARA SU MASCOTA? *

- 50.000
- 100.000
- 150.000
- 200.000 O MAS

EN QUE LUGAR LE GUSTARÍA ADQUIRIR ESTE PRODUCTO? *

- VETERINARIAS
- EN LA PUERTA DE SU CASA
- INTERNET
- CENTROS COMERCIALES