

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA “CREACIÓN DE UNA GUARDERÍA
RECREATIVA CANINA EN EL MUNICIPIO DE FACATATIVÁ
(CUNDINAMARCA)”**

**VIVIANA CAROLINA RODRÍGUEZ PINEDA
LAURA DANIELA SALAS VERA**

**FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA
FACULTAD DE INGENIERÍAS
PROGRAMA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
BOGOTÁ D.C.
2017**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA “CREACIÓN DE UNA GUARDERÍA
RECREATIVA CANINA EN EL MUNICIPIO DE FACATATIVÁ
(CUNDINAMARCA)”.**

**VIVIANA CAROLINA RODRÍGUEZ PINEDA
LAURA DANIELA SALAS VERA**

**Proyecto integral de grado para optar al título de
INGENIERÍA INDUSTRIAL**

**Orientador:
JORGE HUMBERTO ENCISO
Ingeniero de sistemas**

**FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA
FACULTAD DE INGENIERÍAS
PROGRAMA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
BOGOTÁ D.C
2017**

Nota de aceptación:

Jorge Humberto Enciso

Víctor J. Rodríguez R

Luis Gonzales Restrepo

Bogotá D.C. Marzo de 2017

DIRECTIVAS DE LA UNIVERSIDAD

Presidente de la Universidad y rector del claustro

Dr. JAIME POSADA DÍAZ

Vicerrector de Desarrollo y Recursos Humanos

Dr. LUIS JAIME POSADA GARCÍA-PEÑA

Vicerrectoría académica y de posgrados

Ing. ANA JOSEFA HERRERA VARGAS

Secretario General

Dr. JUAN CARLOS POSADA GARCÍA-PEÑA

Decano General de la Facultad de Ingenierías

Ing. JULIO CESAR FUENTES ARISMENDI

Director del Programa de Ingeniería Industrial

Ing. JORGE EMILIO GUTIÉRREZ CANCINO

Las directivas de la Universidad de América, los jurados calificadores y el cuerpo docente no son responsables por los criterios e ideas expuestas en el presente documento. Estos corresponden únicamente a los autores.

DEDICATORIA

Éste proyecto de grado está dedicado principalmente a mis padres Efraín Salas Maestre y María del Carmen Vera quienes con su apoyo, amor, oraciones y ejemplo siempre estuvieron presentes en éste recorrido para llegar a la meta de obtener el título de Ingeniera Industrial; a todas aquellas personas especialmente a mi compañera y amiga Viviana Rodríguez que con su ayuda y enseñanzas guiaron y acompañaron cada paso de éste camino de formación académica y personal.

Laura Daniela Salas Vera

El presente trabajo de grado está dedicado a mis padres María Mercedes Pineda y Héctor Hernando Rodríguez, quienes ayudaron y fueron parte vital para el desarrollo y aprendizaje en mi carrera profesional, gracias a su apoyo, confianza y amor me motivaron sin importar la adversidades a finalizar con este proyecto que termina hoy. Finalmente agradezco a mi compañera de estudio y gran amiga Laura Daniela Salas, por su confianza para desarrollar y culminar nuestro estudio y juntas obtener el título de ingenieras por el que trabajamos por años.

Viviana Carolina Rodríguez Pineda

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a Dios, pues es Él quien nos guió en este camino y quien ha edificado nuestros proyectos de vida de la mejor manera.

Gracias a cada uno de los integrantes de nuestras familias, quienes aportaron un granito de arena para que pudiéramos culminar el presente trabajo de grado con su paciencia, amor, comprensión y ayuda incondicional en cada etapa.

Agradecemos a todo el cuerpo de docentes de la Fundación Universidad de América que fueron guía y apoyo para el desarrollo del proyecto. A nuestro orientador Jorge Enciso, quien nos acompañó y colaboró en todo el proceso de construcción de nuestro trabajo, por su tiempo, dedicación, paciencia y conocimientos que nos compartió para su realización.

Por último la experiencia, momentos y amistades que encontramos en la Universidad las llevaremos en nuestro corazón, gracias a cada una de las personas que encontramos, por su amistad incondicional, estamos seguras que sin cada una de las personas que topamos a lo largo de la carrera no hubiéramos logrado la culminación de nuestro proyecto y esta satisfacción no sería la misma si no estuvieran en nuestras vidas.

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	29
1. DIAGNÓSTICO	30
1.1 DIAGNÓSTICO PESTAL COLOMBIA	30
1.1.1 Aspectos políticos	30
1.1.1.1 Estado colombiano	30
1.1.1.2 Aumento del IVA en tres puntos porcentuales	31
1.1.1.3 Impuesto de Renta y dividendos para personas naturales y jurídicas	31
1.1.1.4 Creación del monotributo	32
1.1.1.5 Proceso de paz en Colombia	33
1.1.2 Aspectos Económicos	34
1.1.2.1 Rata de inflación y el índice de precios al consumidor	34
1.1.2.2 Producto interno bruto	37
1.1.2.3 Empleo y desempleo	39
1.1.3 Aspectos socioculturales	41
1.1.3.1 Tendencias demográficas	41
1.1.3.2 Población	43
1.1.4 Aspectos tecnológicos	45
1.1.4.1 Investigación y desarrollo	45
1.1.4.2 Infraestructura en telecomunicaciones	45
1.1.5 Aspectos Ambientales	46
1.1.6 Aspectos legales	48
1.2 DIAGNÓSTICO PESTAL CUNDINAMARCA	49
1.2.1 Aspectos políticos	50
1.2.1.1 Plan de desarrollo Departamental 2016-2020	50
1.2.1.2 Estructura interna de la Gobernación de Cundinamarca	50
1.2.2 Aspectos económicos.	51
1.2.2.1 Crecimiento PIB de Cundinamarca	51
1.2.2.2 El empleo en Cundinamarca	53
1.2.3 Aspectos socioculturales	53
1.2.3.1 Crecimiento poblacional en Cundinamarca	53
1.2.3.2 Pobreza	54
1.2.4 Aspectos tecnológicos	56
1.2.5 Aspectos ambientales	57
1.2.6 Aspectos legales	57
1.3 DIAGNÓSTICO PESTAL FACATATIVÁ	59

1.3.1 Aspectos políticos	59
1.3.1.1 Planificación de desarrollo municipal.	59
1.3.1.2 Organigrama	59
1.3.2 Aspectos económicos	60
1.3.2.1 Actividad económica	60
1.3.2.2 Producto interno bruto de Facatativá	63
1.3.3 Aspectos socioculturales	65
1.3.3.1 Población	65
1.3.3.2 Características demográficas en Facatativá	66
1.3.4 Aspectos tecnológicos.	67
1.3.5 Aspectos ambientales	67
1.3.6 Aspectos legales	68
1.4 DIAGNÓSTICO PESTAL SUBSECTOR.	68
1.4.1 Aspectos económicos.	68
1.4.1.1 Aportes económicos por grandes ramas económicas	68
1.4.1.2 Clasificación industrial internacional uniforme (CIIU)	69
1.4.1.3 Análisis de la variación bruta de los subsectores de servicios	71
1.4.1.4 Empleo en el subsector	72
1.4.2 Aspectos socioculturales	74
1.4.2.1 Aseo de mascotas en Facatativá	74
1.4.2.2 Festivales caninos	74
1.4.3 Aspectos tecnológicos	75
1.4.4 Aspectos ambientales	75
1.4.5 Aspectos legales	76
1.5 FUERZAS DE PORTER	78
1.5.1 Amenaza de los nuevos entrantes	79
1.5.2 Poder negociación de los clientes	79
1.5.3 Poder de negociación con los proveedores	79
1.5.4 Amenaza de productos sustitutos	80
1.5.5 Rivalidad entre los competidores	80
1.6 Matriz de evaluación de los factores externos (MEFE).	80
1.6.1 Oportunidades.	81
1.6.2 Amenazas.	82
1.6.3 Interpretación.	84
2. ESTUDIO DE MERCADOS	85
2.1 ESTADO ACTUAL DEL NEGOCIO	85
2.1.1 Estado actual del mercado de mascotas	85
2.1.1.1 Mercado de mascotas en Colombia frente a países de América.	85

2.1.1.2 Comportamiento del mercado de mascotas en Colombia	86
2.1.2 Características del negocio relacionadas con mascotas.	87
2.1.2.1 Población de mascotas en Colombia	87
2.1.2.2 Principales servicios	89
2.1.2.3 Ventas según el canal de distribución	90
2.1.3 Mercado de mascotas como oportunidad de negocio y tendencias mundiales	91
2.1.3.1 Mercados con mayor crecimiento en Latinoamérica	91
2.1.3.2 Mercado mundial de alimentos para mascotas.	91
2.1.3.2 Productos y servicios nuevos	92
2.1.4 Competencia	93
2.1.5 Tecnología	93
2.1.6 Costos fijos y costos variables	94
2.2 BARRERAS DE ENTRADA	94
2.1.1 Barreras políticas	94
2.1.2 Barreras económicas	95
2.1.3 Barreras sociales y culturales	95
2.1.4 Barreras ambientales	95
2.1.5 Barreras legales	96
2.3 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	96
2.3.1 Segmentación geográfica.	96
2.3.1.1 Macro segmentación Colombia	96
2.3.1.2 Macro segmentación Cundinamarca	97
2.3.1.3 Macro segmentación Sabana de Occidente	98
2.3.1.4 Macro segmentación Facatativá	100
2.3.2 Segmentación demográfica	104
2.3.2.1 Características de estratificación en Facatativá	104
2.3.3 Segmentación psicográfica	110
2.3.4 Segmentación conductual	110
2.3.4.1 Innovación al valor	110
2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	111
2.4.1 Plan de muestreo	111
2.4.1.1 Tipo de muestreo	111
2.4.1.2 Tipo de investigación.	111
2.4.1.3 Tamaño de la muestra	112
2.3.1.4 Diseño de la encuesta.	112
2.3.1.5 Análisis de la encuesta.	121
2.5 DEMANDA DEL SERVICIO	121
2.5.1 Demanda potencial	122

2.5.2 Demanda real	122
2.5.3 Demanda insatisfecha	122
2.5.5 Pronóstico de la demanda.	122
2.6 ANÁLISIS DE LA OFERTA.	125
2.7 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.	125
2.7.1 Características principales de la competencia. .	126
2.7.2 Matriz de perfil competitivo (MPC).	126
2.7.2.1 Fundamentación	127
2.7.2.2 Interpretación	130
2.8 MARKETING MIX	131
2.8.1 Producto o servicio.	131
2.8.1.1 Imagen corporativa y características del servicio.	131
2.8.1.2 Nombre	131
2.8.1.3 Logotipo	132
2.8.1.4 Eslogan	132
2.8.2 Precio.	133
2.8.3 Plaza	133
2.8.4 Promoción	134
2.8.5 Percepción	134
2.8.5.1 Encuesta	134
2.8.5.2 Indicadores de gestión.	134
2.9 COSTOS PARA EL ESTUDIO DE MERCADOS	135
3. ESTUDIO TÉCNICO	136
3.1 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.	136
3.1.1 Valoración clínica.	136
3.1.2 Guardería	137
3.1.3 Recreación	139
3.1.4 Adiestramiento	139
3.1.5. Transporte	140
3.2 FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO	140
3.2.1 Doggy Paquetes	142
3.3 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA	142
3.3.1 Macro localización	143
3.3.1.1 Fundamentación	143
3.3.1.2 Desarrollo	144
3.3.1.3 Interpretación	145
3.3.2 Micro localización	146
3.3.2.1 Fundamentación	147

3.3.2.2 Desarrollo	148
3.3.2.3 Interpretación	149
3.4 ESTUDIO DE MÉTODOS	149
3.4.1 Fundamentación diagrama de flujo general del proceso	149
3.4.2 Fundamentación del diagrama del proceso de admisión de la mascota	152
3.4.3 Fundamentación del diagrama del proceso de un día en la guardería	155
3.4.5 Horario general para la prestación del servicio	159
3.5 DISTRIBUCIÓN DE ESPACIOS	160
3.5.1 Casa dependiente y parqueadero	163
3.5.2 Área administrativa	163
3.5.3. Dormitorios	164
3.5.5. Distribución de espacios del área de desechos orgánicos.	165
3.6 CÁLCULO DE CAPACIDADES	166
3.6.1 Capacidad instalada	166
3.6.2 Distribución de servicios diarios a prestar	168
3.7 EQUIPOS E INSUMOS	168
3.8 SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO	184
3.8.1 Programa de salud ocupacional	184
3.8.2 Plan de seguridad	185
3.8.2.1 Diagnóstico de vulnerabilidad	185
3.8.2.2 Elementos de seguridad	186
3.8.2.3 Elementos de protección personal	188
3.8.2.4 Señalización	190
3.8.2.3 Plan de emergencia	194
3.8.2.3 Plan de evacuación	195
3.8.3 Ergonomía	197
3.9 SELECCIÓN DE PROVEEDORES	202
3.9.1 Modelo Multicriterio para selección de proveedores.	202
3.9.1.1 Perfil del proveedor	202
3.9.1.2 Posibles candidatos	202
3.9.1.3 Criterios de calificación	203
3.9.1.4 Escala de calificación.	203
3.9.1.5 Factores de ponderación y matriz definitiva	204
3.10 RESUMEN DE COSTOS DEL ESTUDIO TÉCNICO	207
3.11 ANÁLISIS AMBIENTAL.	211
3.11.1 Matriz Vicente Conesa	211
3.11.1.1 Fundamentación	211
3.11.1.2 Desarrollo.	213
3.11.1.3 Interpretación	214

3.11.2 Normatividad ambiental	216
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	218
4.1 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	218
4.1.1 Misión organizacional	218
4.1.2 Visión organizacional	218
4.1.3 Valores organizacionales	219
4.1.4 Política empresarial	219
4.1.5 Objetivos corporativos	219
4.2 ANÁLISIS ORGANIZACIONAL	221
4.2.1 Organigrama	221
4.2.2 Manual de funciones	221
4.3 CONTRATACIÓN DEL PERSONAL	222
4.3.1 Descripción del cargo	222
4.3.2 Reclutamiento del personal	222
4.3.3 Seleccionar el mejor candidato	223
4.3.4 Contratación del personal	224
4.3.5 Inducción del personal	224
4.3.5.2 Inducción específica	225
4.3.5.3 Evaluación	225
4.5 SALARIOS	225
4.5.1 Fundamentación	226
4.5.1.1 Ofertas laborales	226
4.5.1.2 Criterios	228
4.5.2.2 Desarrollo	228
4.5.2.3 Fundamentación	229
4.6 Otros costos administrativos	231
5. ESTUDIO LEGAL	232
5.1 PASOS PARA CONSTITUIR LA ORGANIZACIÓN	232
5.1.1 Forma de constitución	232
5.1.2 Nombre o razón social	233
5.1.3 Actividad u objeto social	234
5.1.4 Diligenciamiento de formularios	234
5.1.4.1 RUT	235
5.1.4.2 RUES	235
5.1.5 Matrícula mercantil	235
5.1.6 Número de identificación tributaria (NIT).	236
5.1.7 Resolución de autorización de facturación	236

5.1.8 Registro de información tributaria	236
5.1.9 Registro de cuenta bancaria en Entidad Bancaria	236
5.1.10 Suscripción de pólizas contra robo	236
5.1.11 Visita de bomberos	237
5.1.12 Autorización de planeación	237
5.1.13 Permiso de sanidad	238
5.2 OBLIGACIONES TRIBUTARIAS	238
5.2.1 Impuesto al valor agregado-IVA	238
5.2.2 Retención en la fuente	238
5.2.3 Impuesto de industria, comercio tableros y avisos	239
5.2.4 Impuesto sobre la Renta	239
5.2.5 Información exógena	239
5.3 OBLIGACIONES LABORALES	239
5.4 PRESTACIONES SOCIALES	240
5.4.1 Cesantías	240
5.4.2 Intereses a las cesantías	240
5.4.3 Prima de servicios	241
5.4.4 Auxilio de transporte	241
5.4.5 Dotación	241
5.4.6 Vacaciones	241
5.5 OBLIGACIONES A LA SEGURIDAD SOCIAL	241
5.6 APORTES PARAFISCALES	242
5.6.1 Cajas de compensación familiar	242
5.6.2 Instituto Colombiano de Bienestar Familiar	242
5.6.3 Servicio Nacional de aprendizaje	242
5.7 COSTOS PARA LEGALIZAR LA EMPRESA	243
6. ESTUDIO FINANCIERO	244
6.1 PROYECCIÓN ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR.	244
6.2 INVERSIÓN INICIAL.	244
6.2.1 Activos fijos	244
6.2.1.1. Depreciación de activos fijos.	246
6.2.2 Capital de trabajo	248
6.2.3 Activos diferidos.	248
6.2.4 Resumen de inversión inicial	249
6.3 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	249
6.4 COSTOS DE OPERACIÓN	252
6.4.1 Costos de utilización de los servicios de Doggy Place	252
6.4.2 Costos de mano de obra directa	257

6.4.3 Costos indirectos de operación (CIO).	258
6.4.3.1 Servicios públicos	258
6.4.3.2 Arriendo	260
2.4.3.3 Resumen de costos indirectos	260
6.4.3.4 Resumen costos anuales de operación	260
6.5 GASTOS	263
6.5.1 Gastos administrativos	263
6.5.2 Gastos de servicios públicos en área administrativa	264
6.5.3 Arriendo	265
6.5.4 Resumen gastos	265
6.6 PRECIO DE VENTA	266
6.7 INGRESOS	267
6.8 FLUJO DE CAJA	267
6.9 EVALUACIÓN FINANCIERA	270
6.9.1 Tasa interna de oportunidad (TIO).	270
6.9.2 Valor presente neto (VPN)	271
6.9.3 Tasa de interés de rentabilidad (TIR)	272
6.9.4 Relación beneficio costo (B/C)	272
6.9.5 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)	273
7. CONCLUSIONES	275
8. RECOMENDACIONES	276
BIBLIOGRAFÍA	277
Anexos	286

LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1. Tarifa para las personas naturales residentes y asignaciones.	31
Tabla 2. Tarifa para las personas jurídicas	32
Tabla 3. Tarifa a pagar por el monotributo	32
Tabla 4. Variación anual IPC	34
Tabla 5. Consumo de los bienes y servicios 2014 y 2015	36
Tabla 6. Variación del PIB	38
Tabla 7. Tasa de desempleo por ciudades	39
Tabla 8. Principales indicadores demográficos 1985-2020 e porcentaje (%)	41
Tabla 9. Esperanza de vida al nacer 1985-2020 en años	43
Tabla 10. Población colombiana 2005-2015	44
Tabla 11. Ciudades más pobladas en Colombia en el 2015	44
Tabla 12. Crecimiento del PIB y la actividad de telecomunicaciones.2010-2014	46
Tabla 13. Ramas de actividad económica de mayor participación en el PIB de 2012	52
Tabla 14. Población de Cundinamarca 2015	54
Tabla 15. Incidencia de pobreza por departamentos en Colombia	55
Tabla 16. Aporte al PIB por municipios de la Sabana de Occidente	63
Tabla 17. Producto interno bruto en Facatativá	65
Tabla 18. Número de habitantes en Facatativá	65
Tabla 19. Distribución de la población por rangos de edad	66
Tabla 20. Variación anual año 2014-2015 de subsectores de servicio	71
Tabla 21. Crecimiento de mascotas en principales países de América	86
Tabla 22. Crecimiento del mercado de mascotas	86
Tabla 23. Población de mascotas en Colombia	88
Tabla 24. Ventas según el canal de distribución	90
Tabla 25. Población de los municipios de Sábana de Occidente	99
Tabla 26. Número de habitantes en Facatativá	102
Tabla 27. Resumen macro segmentación	104
Tabla 28. Resumen segmentación por hogares	104
Tabla 29. Porcentaje de participación por estratos en Facatativá	106
Tabla 30. Número de Hogares, estratos 3,4 y 5	108
Tabla 31. Resumen de segmentación demográfica	110
Tabla 32. Estrato socioeconómico	113
Tabla 33. Análisis de datos pregunta 1	114
Tabla 34. Análisis de datos pregunta 2	114
Tabla 35. Análisis de datos pregunta 3	115

Tabla 36. Análisis de datos pregunta 4	116
Tabla 37. Análisis de datos pregunta 5	117
Tabla 38. Análisis de datos pregunta 6	118
Tabla 39. Análisis de datos pregunta 7	119
Tabla 40. Análisis de datos pregunta 8	120
Tabla 41. Análisis de datos pregunta 9	121
Tabla 42. Resumen demanda potencial	122
Tabla 43. Número de servicios demandados	123
Tabla 44. Pronóstico de demanda en servicios prestados	124
Tabla 45. Oferta diaria por año	125
Tabla 46. Asignación del peso de los factores críticos de éxito en el subsector	128
Tabla 47. Rango de calificación para la macrolocalización	144
Tabla 48. Rango de calificación para la microlocalización	148
Tabla 49. Espacio disponible por perro en zonas libres en metros cuadrados	166
Tabla 50. Capacidad de zonas libres en metros cuadrados (m²)	166
Tabla 51. Capacidad para perras en celo	167
Tabla 52. Capacidad diaria de la guardería	167
Tabla 53. Capacidad instalada de dormitorios	168
Tabla 54. Servicios diarios a prestar	168
Tabla 55. Costos de insumos y equipos para el área de recepción	170
Tabla 56. Costos de equipos e insumos para la oficina administrativa	172
Tabla 57. Costos de equipos e insumos para la cocina	174
Tabla 58. Costos de equipos e insumos del cuarto de dependientes	175
Tabla 59. Costos equipos e insumos enfermería	175
Tabla 60. Costos de equipos e insumos para el área de operaciones	183
Tabla 61. Costos de elementos de seguridad	188
Tabla 62. Costos para los elementos de protección personal	189
Tabla 63. Costo señalización	193
Tabla 64. Costo de elementos ergonómicos	202
Tabla 65. Matriz relativa del modelo multicriterio para proveedor del servicio de fumigación.	206
Tabla 66. Matriz relativa del modelo multicriterio para proveedor veterinario	206
Tabla 67. Resumen de costos del estudio técnico	207
Tabla 68. Consumo y costos de combustible en pesos (\$)	208
Tabla 69. Costos de operación para servicio de guardería	208
Tabla 70. Costo de operación de un servicio de adiestramiento	209
Tabla 71. Costos de operación de un servicio de hospedaje	209
Tabla 72. Costos de operación servicio de baño y embellecimiento	209
Tabla 73. Costos de operación por un día de servicio	210

Tabla 74. Costos de exámenes de ingreso	224
Tabla 75. Salario promedio actual por labor	225
Tabla 76. Criterios de calificación y su peso	228
Tabla 77. Calificación	228
Tabla 78. Matriz salarial Líder administrativo	229
Tabla 79. Salario Doggy Place	229
Tabla 80. Otros costos administrativos	231
Tabla 81. Costos de legalización de la empresa	243
Tabla 82. Proyección IPC en porcentaje (%)	244
Tabla 83. Activos fijos de Doggy Place.	245
Tabla 84. Depreciación de activos fijos	246
Tabla 85. Depreciación por área	247
Tabla 86. Capital de trabajo	248
Tabla 87. Activos diferidos	249
Tabla 88. Inversión inicial	249
Tabla 89. Aportes para la inversión total	249
Tabla 90. Tabla de amortización en pesos	251
Tabla 91. Comportamiento de la demanda y utilización de la capacidad	253
Tabla 92. Demanda anual atendida por paquete	254
Tabla 93. Costos de operación de insumos al año cifras en pesos	256
Tabla 94. Costos de mano de obra directa	257
Tabla 95. Consumo anual de energía eléctrica para el área operativa	258
Tabla 96. Proyección consumo de energía hasta 2021 cifras en pesos	258
Tabla 97. Consumo anual de acueducto y aseo	259
Tabla 98. Proyección consumo de acueducto y aseo 2021 cifras en pesos	259
Tabla 99. Costo cilindro de gas	259
Tabla 100. Proyección cilindro de gas 2021 cifras en pesos	260
Tabla 101. Proyección arriendo del área operacional cifras en pesos	260
Tabla 102. Resumen costos indirectos de operación cifras en pesos	260
Tabla 103. Costos anuales de operación cifras en pesos	261
Tabla 104. Proyección de costos MOD y CIO anual por unidad de servicio	261
Tabla 105. Costo total anual de operación por paquete cifras en pesos	262
Tabla 106. Costos mano de obra administrativa cifras en pesos	264
Tabla 107. Consumo anual de energía eléctrica	264
Tabla 108. Proyección consumo de energía cifras en pesos	264
Tabla 109. Consumo de agua	265
Tabla 110. Proyección consumo de agua 2021 cifras en pesos	265
Tabla 111. Proyección arriendo área administrativa cifras en pesos	265
Tabla 112. Resumen gastos administrativos cifras en pesos	266

Tabla 113. Margen de contribución	266
Tabla 114. Precio de venta en pesos	267
Tabla 115. Ingresos cifras en pesos	267
Tabla 116. Flujo de caja neto	269
Tabla 117. DTF Promedio	271
Tabla 118. Tasa interna de oportunidad	271

LISTA DE GRÁFICOS

	pág.
Gráfico 1. Variación anual IPC en porcentaje (%)	35
Gráfico 2. Colombia: IPC anual en porcentaje (%)	37
Gráfico 3. Variación del PIB	39
Gráfico 4. Tasa de desempleo 2015-2016	40
Gráfico 5. Principales indicadores demográficos 1985-2020	42
Gráfico 6. Esperanza de vida al nacer 1985-2020	43
Gráfico 7. Crecimiento del PIB y actividad de telecomunicaciones. 2010-2014	46
Gráfico 8. Ramas de actividad económica de mayor participación en el PIB de 2012	53
Gráfico 9. Población de Cundinamarca 2015	54
Gráfico 10. Incidencia de pobreza por departamentos en Colombia	56
Gráfico 11. Aporte al PIB de los municipios de Sabana Occidente	64
Gráfico 12. Distribución de la población por rangos de edad	66
Gráfico 13. Producto interno bruto por grandes ramas de la economía	69
Gráfico 14. Variación anual 2014-2015 ingresos de los subsectores de servicio	72
Gráfico 15. Crecimiento anual del mercado de mascotas en porcentaje (%)	87
Gráfico 16. Población de mascotas en Colombia	88
Gráfico 17. Comportamiento y línea de tendencia de la población	103
Gráfico 18. Porcentaje de participación de hogares por estrato	107
Gráfico 19. Estrato socioeconómico	113
Gráfico 20. Análisis de datos pregunta 1	114
Gráfico 21. Análisis de datos pregunta 2	115
Gráfico 22. Análisis de datos pregunta 3	116
Gráfico 23. Análisis de datos pregunta 4	117
Gráfico 24. Análisis de datos pregunta 5	118
Gráfico 25. Análisis de datos pregunta 6	119
Gráfico 26. Análisis de datos pregunta 7	120
Gráfico 27. Análisis de datos pregunta 8	120
Gráfico 28. Análisis de datos pregunta 9	121
Gráfico 29. Demanda Anual (Número de servicios demandados al año)	124
Gráfico 30. Oferta diaria por año	125
Gráfico 31. Depreciación por área	247
Gráfico 32. Aporte para inversión inicial	250
Gráfico 33. Flujo de caja	270

LISTA DE IMÁGENES

	pág.
Imagen 1. Composición del estado colombiano	30
Imagen 2. Estructura interna del sector central de la Gobernación de Cundinamarca.	51
Imagen 3. Organización para la administración de Facatativá	60
Imagen 4. Fuerzas de Porter	79
Imagen 5. Colombia subdivida por Departamentos	97
Imagen 6. Cundinamarca subdividida en provincias	98
Imagen 7. Distribución geográfica de la provincia Sábana de Occidente	99
Imagen 8. Mapa por Barrios, Facatativá	101
Imagen 9. Mapa veredal, Facatativá	102
Imagen 10. Mapa de estratificación por barrios	105
Imagen 11. Logotipo	132
Imagen 12. Vereda Mancilla	145
Imagen 13. Plano actual del terreno	161
Imagen 14. Distribución de espacios (adecuaciones)	162
Imagen 15. Casa dependiente y parqueadero	163
Imagen 16. Distribución del área administrativa.	163
Imagen 17. Distribución de espacio de dormitorios	164
Imagen 18. Distribución de espacio para zonas libres y de recreación	165
Imagen 19. Distribución para el área de desechos	165
Imagen 20. Ergonomía	197
Imagen 21. Consulta de razón social	234
Imagen 22. Recibo por concepto de uso de suelos	237
Imagen 23. Formato Uso de suelos	238

LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro 1. Principales normas ambientales	47
Cuadro 2. Principales normas caninas	48
Cuadro 3. Normatividad ambiental	57
Cuadro 4. Leyes de Cundinamarca relacionadas con animales	58
Cuadro 5. Actividades económicas de principales municipios de Cundinamarca	62
Cuadro 6. Legislación ambiental para Facatativá	67
Cuadro 7. Legislación para Facatativá	68
Cuadro 8. Clasificación CIIU	70
Cuadro 9. Costos de manutención para un perro	73
Cuadro 10. Legislación ambiental para el subsector	76
Cuadro 11. Principales normas relacionadas con caninos	76
Cuadro 12. MEFE	83
Cuadro 13. Características de estratos 3, 4 y 5	107
Cuadro 14. Características de la competencia	126
Cuadro 15. Matriz de perfil competitivo	130
Cuadro 16. Indicadores de gestión	135
Cuadro 17. Costos de estudio de mercados	135
Cuadro 18. Ficha técnica de los servicios de Doggy Place	141
Cuadro 19. Matriz de macrolocalización del proyecto	145
Cuadro 20. Micro localización del proyecto	147
Cuadro 21. Matriz de micro localización del proyecto	149
Cuadro 22. Horario de un día normal en Doggy Place	159
Cuadro 23. Equipos e insumos para el área de sala de espera	169
Cuadro 24. Equipos e insumos para oficina administrativa	170
Cuadro 25. Equipos e insumos para la cocina	173
Cuadro 26. Equipos e insumos para el cuarto de dependientes	174
Cuadro 27. Equipos e insumos enfermería	175
Cuadro 28. Equipos e insumos para el área de operaciones	176
Cuadro 29. Programa de salud ocupacional	184
Cuadro 30. Inventario de amenazas	186
Cuadro 31. Elementos de seguridad	187
Cuadro 32. Elementos de protección personal	188
Cuadro 33. Señalización protección contra incendios	190
Cuadro 34. Señalización de evacuación	191
Cuadro 35. Señalización de advertencia	192
Cuadro 36. Señalización obligatoria	193

Cuadro 37. Plan de emergencia.	194
Cuadro 38. Plan de evacuación	196
Cuadro 39. Principios básicos de la ergonomía	198
Cuadro 40. Aspectos ergonómicos según posición de trabajo	199
Cuadro 41. Posibles Candidatos	203
Cuadro 42. Criterios de calificación	203
Cuadro 43. Escala de calificación	204
Cuadro 44. Identificación de impactos ambientales	211
Cuadro 45. Criterios de evaluación ambiental	212
Cuadro 46. Importancia y grado de impacto ambiental	213
Cuadro 47. Impactos ambientales	214
Cuadro 48. Actividades de control ambiental	215
Cuadro 49. Normatividad ambiental	217
Cuadro 50. Objetivos corporativos	220
Cuadro 51. Mapa de competencias	223
Cuadro 52. Ofertas laborales	226
Cuadro 53. Salario con horas extraordinarias y recargo dominical en pesos	230
Cuadro 54. Total nómina al mes, cifras en pesos	230
Cuadro 55. Beneficios de las sociedades por acciones simplificadas (S.A.S)	233
Cuadro 56. Fechas de entrega de dotación	241
Cuadro 57. Resumen información del crédito	250
Cuadro 58. Actividad u objeto social	368
Cuadro 59. Datos básicos de los socios.	369
Cuadro 60. Aportes y participación	369

LISTA DE ECUACIONES

	pág.
Ecuación 1. Tamaño de la muestra	112
Ecuación 2. Modelo objetivo	204
Ecuación 3. Entropía	205
Ecuación 4. Dispersión	205
Ecuación 5. Modelo subjetivo	205
Ecuación 6. Modelo definitivo	205
Ecuación 7. Fórmula anualidad	250
Ecuación 8. Precio de venta	266
Ecuación 9. Valor presente neto (VPN)	272
Ecuación 10. Relación costo beneficio	273
Ecuación 11. Periodo de recuperación de la inversión	274

LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo A. Hogares en veredas y barrios Facatativá	286
Anexo B. Encuesta	291
Anexo C. Cotización de volantes para promoción	293
Anexo D. Vacunas obligatorias y precios	296
Anexo E. Fichas técnicas de los paquetes	298
Anexo F. Diagramas de flujo Doggy School	301
Anexo G. Diagramas de flujo Doggy Vacation	303
Anexo H. Cotización adecuación de terreno	305
Anexo I. Cotizaciones	307
Anexo J. Modelo multicriterio	337
Anexo K. Cotizaciones de los posibles proveedores	341
Anexo L. Políticas empresariales	349
Anexo M. Manuales de funciones	353
Anexo N. Cotización exámenes médicos	363
Anexo O. Cotización outsourcing contable	365
Anexo P. Acta de constitución	367
Anexo Q. Tarifa de registros públicos	374

GLOSARIO

ANTROPOMORFISMO. Atribución de cualidades o rasgos humanos a un animal o a una cosa¹.

CAL. Es un término que designa todas las formas físicas en las que puede aparecer el óxido de calcio². Posee características especiales para la desinfección de bacterias y virus nocivos a la salud; neutraliza la acidez y quita los malos olores.

CLICKER. El clicker es un reforzador de conducta. El objetivo que tiene es que el perro cada vez que escuche el "click" entienda que ha hecho algo bien³.

CORONAVIRUS. Enfermedad viral intestinal, infecciosa y de curso agudo que afecta a los perros de todas las edades, pero principalmente a los cachorros. Altamente contagiosa, si es tratada a tiempo, lo normal es que el perro que la padece sobreviva y no haya secuelas de ningún tipo tras la recuperación⁴

JUEGOS DE AGILITY. El Agility (agilidad) es un deporte canino que consiste en que el perro, sin correa y dirigido por su manejador, pase una serie de obstáculos en el menor tiempo posible⁵.

LEPTOSPIROSIS. Infección que ocurre cuando se entra en contacto con la bacteria *Leptospira*, la cual se puede encontrar en aguas dulces que han sido contaminadas por la orina de animales. Si es transmisible a humanos⁶.

MOQUILLO. El moquillo canino, distemper o enfermedad de carré, es una enfermedad vírica causada por el virus del moquillo, éste afecta al aparato digestivo y respiratorio de los perros. El moquillo no se transite a los humanos pero si puede ser letal para el perro⁷.

¹ REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. Significado de antropomorfismo. [En línea]. [06 Octubre de 2016]. Disponible en: <http://dle.rae.es/?id=2yjoMSO>

² WIKIPEDIA. Significado de CAL. [En línea]. [06 Octubre de 2016]. Disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/%C3%93xido_de_calcio

³ EXPERTO ANIMAL. "Clicker para perros". [En línea]. [06 Octubre de 2016]. Disponible en: <http://www.expertoanimal.com/clicker-para-perros-todo-lo-que-debes-saber-de-el-20597.html>

⁴ WIKIPEDIA. Coranovirus canina. [En línea], [06 octubre de 2016]. Disponible en : https://es.wikipedia.org/wiki/Coranovorosis_canina

⁵ CLUB PERRUNO. ¿Qué es el Agility canino?. [En línea]. [06 octubre de 2016]. Disponible en: <http://www.clubperruno.com/articulos-de-perros/deportes-caninos/1393.html>

⁶ MEDLINEPLUS. Leptospirosis. [En línea]. [06 Octubre de 2016]. Disponible en: <https://medlineplus.gov/spanish/ency/article/001376.htm>

⁷ EXPERTO ANIMAL. Moquillo canino. [En línea]. [06 octubre de 2016]. Disponible en: <http://www.expertoanimal.com/el-moquillo-en-los-perros-20012.html>

PARVOVIRUS CANINO. Enfermedad vírica que afecta especialmente a cachorros, aunque puede afectar a cualquier tipo de perros aún estando vacunados. Es una enfermedad altamente contagiosa y letal⁸.

SLALOM. Obstáculo de Agility para perros, donde el perro deberá atravesar los postes en zigzag⁹.

ZOONOSIS. Es la infección o enfermedad del animal que es transmisible al ser humano en condiciones naturales o viceversa. El término deriva de dos vocablos griegos: zoon (“animal”) y nósos (“enfermedad”)¹⁰.

⁸ EXPERTO ANIMAL. Parvovirus. [En línea]. [06 Octubre de 2016]. Disponible en: <http://www.expertoanimal.com/parvovirus-canino-sintomas-y-tratamiento-20011.html>

⁹ CLUB PERRUNO. ¿Qué es el Agility canino?. [En línea]. [06 octubre de 2016]. Disponible en: <http://www.clubperruno.com/articulos-de-perros/deportes-caninos/1393.html>

¹⁰ DEFINICIÓN DE. Definición de zoonosis. [En línea]. [06 octubre de 2016]. Disponible en: <http://definicion.de/zoonosis/>

RESUMEN

La presente factibilidad se realiza con el fin de crear una empresa de prestación de servicios, específicamente de guardería y recreación canina en el municipio de Facatativá. Nace de la carencia del servicio en dicho municipio y del alto crecimiento que presenta el subsector relacionado con servicios y productos dirigidos a perros.

Se desarrolla un estudio que permita cubrir una gran demanda insatisfecha que se detecta en la investigación de mercados por la ausencia de establecimientos que brindan los servicios del proyecto; se identifican cada una de las necesidades, preferencias y gustos del nicho de mercado para así poder diseñar una propuesta de valor atractiva y una gestión publicitaria que permita una eficaz penetración al mercado.

Se diseña un establecimiento en una vereda de Facatativá, que cumpla con las características que buscan las autoras como lo es un lugar campestre, con amplias zonas verdes que de plena libertad a los perros. Se debe adecuar para que cumpla a cabalidad con los requerimiento de los clientes y de los colaboradores de la empresa, por eso, a lo largo del proyecto se plantea un servicio de calidad e innovación, con excelentes instalaciones teniendo en cuenta planes de salud ocupacional y áreas seguras adaptadas para los mismos.

Se aplica toda la normatividad colombiana tanto legal como ambiental para poder poner en funcionamiento la empresa. Por último se realiza un estudio financiero que permite conocer el valor total de la inversión requerida para poner en marcha la empresa y así realizar una evaluación financiera que determine indicadores que sirvan para comprobar la factibilidad y rentabilidad del proyecto, obteniendo un VPN de \$113.683.019 y una TIR de 46,30 puntos porcentuales.

Palabras claves: guardería, recreación, perros, campestre.

INTRODUCCIÓN

Las personas han optado por hacer parte de su familia a las mascotas, cada vez son más los hogares que incluyen a un animal en su diario vivir y por ende requieren de cuidados, necesidades fisiológicas, sociales e individuales que se deben atender por el bienestar tanto de la mascota como del hogar. La preferencia de adquirir un perro como mascota está marcada y el aumento poblacional de los mismos ha hecho que en los negocios, el mercado de mascotas se haya disparado y sea bastante atractivo por la diversidad de actividades comerciales que han aparecido en los últimos años.

En la actualidad en Colombia, existen alrededor de 2.700 establecimientos que están relacionados con productos y servicios dirigidos a las mascotas de los que se destacan la venta de alimentos y accesorios, veterinarias, peluquerías, spa, adiestramiento, funerarias, entre otros.¹¹

Por el auge del negocio y el crecimiento que viene presentando un mercado que no ha sido explorado ni explotado por completo, se crea un proyecto que consiste en la prestación de un servicio de guardería recreativa canina, que cubra dos necesidades específicas, la del cuidado integral del canino y las necesidades de sus amos cuando ellos no pueden protegerlos ni cuidarlos.

El objetivo principal del proyecto es evaluar la factibilidad de la creación de la empresa. Para poder concluir dicho objetivo, se deben realizar y cumplir objetivos específicos que son: desarrollar un diagnóstico que permita el análisis del entorno actual en el que se desarrolla el mercado; realizar un estudio de mercados que consiste en la recopilación de información de los principales factores incidentes en el negocio como lo es la demanda, la oferta, la competencia; de esta manera obtener características y elementos para conocer y saber llegar al mercado; un estudio técnico que tiene como finalidad elaborar todo el proceso de prestación de servicio con las herramientas de ingeniería industrial adquiridas a lo largo del proceso académico; un estudio administrativo que dirija y organice la empresa; el estudio legal que consiste en la conformación de la empresa y por último un estudio financiero que culmine con una evaluación financiera que determine la viabilidad, rentabilidad y factibilidad del proyecto.

¹¹ DINERO. "Mascotas en Colombia: cariño con millones". [En línea]. [02 Noviembre de 2016]. Disponible en: <<http://www.dinero.com/opinion/columnistas/articulo/mascotas-en-colombia-carino-con-millones-por-raul-avila/224703>>

1. DIAGNÓSTICO

El desarrollo de este capítulo, comprenderá una investigación en fuentes primarias y secundarias para analizar tanto el entorno externo como interno para identificar las posibles oportunidades para el negocio. El análisis del sector y las fuerzas de Porter tienen como fin conocer el mercado actual al cual se desea entrar y tener un diagnóstico de la competencia, analizar una ventaja competitiva sobre los rivales e identificar los factores críticos de éxito del subsector. Se finaliza con una MEFE para identificar amenazas y oportunidades que serán relacionadas con los factores críticos de éxito y objetivos del subsector.

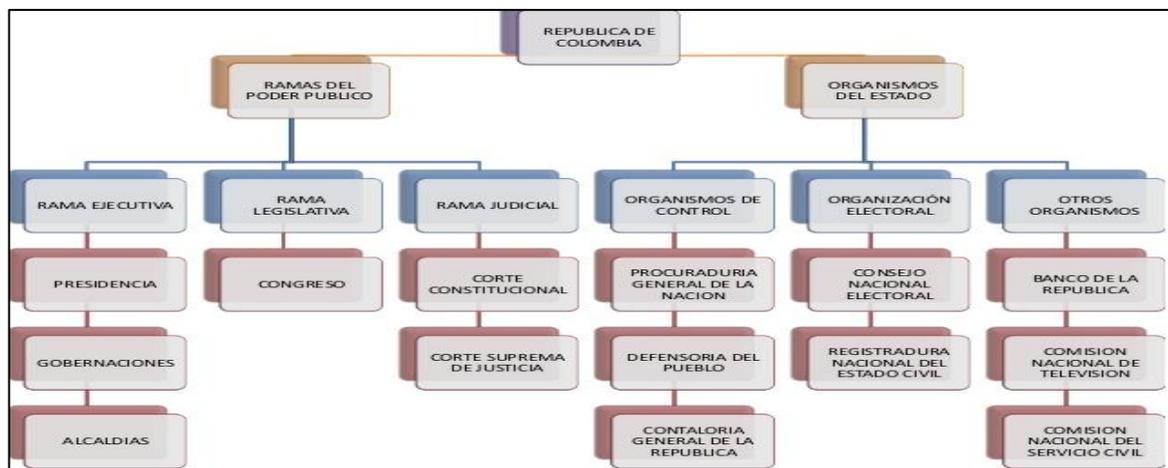
1.1 DIAGNÓSTICO PESTAL COLOMBIA

El fin de desarrollar un diagnóstico general de Colombia es identificar los principales aspectos económicos, socioculturales, tecnológicos, políticos, ambientales y legales, que puedan afectar directamente la guardería recreativa en el desarrollo de sus objetivos.

1.1.1 Aspectos políticos. En este ítem se mencionan la composición del estado colombiano para entender cómo funciona y los principales impuestos que se modificaron en la reforma tributaria. Además el proceso de paz que busca la participación de todos los colombianos en la política y la construcción de la paz.

1.1.1.1 Estado colombiano. Esta constituido y dividido en dos partes, las ramas del poder público y los órganos del estado. En la Imagen 1., se presenta un diagrama donde especifica la composición de cada una de las partes mencionadas.

Imagen 1. Composición del estado colombiano



Fuente: Banco de la República (Consultado 27/03/2016)

Tiene como función en su conjunto tres objetivos fundamentales que son:

- ✓ Función legislativa: Normas que deben cumplir los ciudadanos en cuanto a su comportamiento en la sociedad, actuando en función a la constitución.
- ✓ Función ejecutiva o administrativa: Ejecutar las normas que se planteen en el Congreso.
- ✓ Función jurisdiccional: Buscar soluciones por medio de la ejecución de la constitución colombiana.

1.1.1.2 Aumento del IVA en tres puntos porcentuales. La tarifa del IVA tendrá un aumento del 3% afirma el actual ministro de hacienda Mauricio Cárdenas, además “seguirán sin IVA productos básicos como alimentos y medicamentos, como también servicios médicos, el transporte público y los útiles escolares”¹². Se tendrá en cuenta el aumento en el impuesto del IVA pues afecta directamente la tributación que tendrá el presente proyecto en su etapa productiva.

1.1.1.3 Impuesto de Renta y dividendos para personas naturales y jurídicas “Las personas naturales comenzarán a pagar impuestos cuando tienen una renta líquida superior a 1,5 millones de pesos mensuales”¹³. Adicional a esta modificación se establece la tarifa para las personas naturales residentes, como se muestra a continuación en la Tabla 1.

Tabla 1. Tarifa para las personas naturales residentes y asignaciones.

RANGOS EN UVT		Tarifa marginal (%)	IMPUESTO
Desde	Hasta		
>0	600	0	0
>600	1000	10	(Base Gravable en UVT menos 600 UVT) x 10%
>1000	2000	20	(Base Gravable en UVT menos 1000 UVT) x 20% + 40 UVT
>2000	3000	30	(Base Gravable en UVT menos 2000 UVT) x 30% + 240 UVT
>3000	4000	33	(Base Gravable en UVT menos 3000 UVT) x 33% + 540 UVT
>4000		35	(Base Gravable en UVT menos 4000 UVT) x 35% + 870 UVT

Fuente: CONGRESO COLOMBIA. Disponible en: < <http://www.elpais.com.co/elpais/archivos/reforma-tributaria.pdf> >
(Consultado 27 Diciembre de 2016)

¹² EL PAÍS. “Estos son los puntos clave de la reforma tributaria que presentó el Gobierno”. [En línea]. [27 Diciembre de 2016]. Disponible en: < <http://www.elpais.com.co/elpais/economia/noticias/estos-son-puntos-clave-reforma-tributaria-presento-gobierno> >

¹³ SEMANA. “De estas 10 propuestas saldría la reforma tributaria”. [En línea]. [27 Diciembre de 2016]. Disponible en: < <http://www.semana.com/economia/articulo/las-propuestas-para-la-reforma-tributaria/498574> >

La Tabla 2., describe la tarifa del impuesto sobre la renta aplicable a personas jurídicas obligadas a presentar la declaración anual.

Tabla 2. Tarifa para las personas jurídicas

RANGOS DE BASE GRAVABLE EN \$		TARIFA MARGINAL (%)	SOBRETASA
Límite Inferior	Límite superior		
>0	<800.000.000	0	(Base gravable) * 0%
>=800.000.000	En adelante	5	((Base gravable - \$800.000.000) * 5%)

Fuente: CONGRESO DE COLOMBIA. Disponible en: http://www.sasauditores.com/recurso/descarga_12_168.pdf (Consultado 27 de Diciembre de 2016).

La Tabla 2., muestra entonces como deberán liquidar en la etapa productiva la sobretasa al impuesto sobre la renta todas las personas jurídicas.

1.1.1.4 Creación del monotributo. “Con el fin de reducir las cargas formales y sustanciales, impulsar la formalidad y facilitar el cumplimiento de la obligación tributaria”¹⁴ a partir del 1 de enero del año 2017 se pondrá en vigencia el monotributo el cual es opcional para las personas naturales que desarrollen su actividad económica en un establecimiento con un área inferior a 50 metros cuadrados, que pertenezcan al Servicio social complementario de beneficios económicos BEPS además que tengan como actividad económica una o más de las incluidas en la división 47 comercio al por menor y la actividad 9602 peluquerías y otros tratamientos de belleza de la clasificación de actividades económicas¹⁵.

El valor a pagar por el monotributo se encuentra a continuación en la Tabla 3.

Tabla 3. Tarifa a pagar por el monotributo

Categoría	Ingresos brutos anuales		Valor Anual a Pagar	Componente del impuesto	Componente del aporte BEPS
	Desde	Hasta			
A	0	2.100 UVT	16 UVT	14 UVT	2 UVT
B	>2.100 UVT	2.800 UVT	24 UVT	21 UVT	3 UVT
C	>2.800 UVT	3.500 UVT	32 UVT	28 UVT	4 UVT

Fuente: CONGRESO DE COLOMBIA. Disponible en: <http://www.sasauditores.com/recurso/descarga12168.pdf> (Consultado 27 de Diciembre de 2016)

¹⁴ SAS AUDITORES. “Recursos”. [En línea]. [27 Diciembre de 2016]. Disponible en: <http://www.sasauditores.com/recurso/descarga_12_168.pdf>

¹⁵ Ibíd.

Se debe tener en cuenta que no podrán optar por el monotributo las personas jurídicas y personas naturales que obtengan rentas de trabajo o que obtengan de a suma de las rentas de capital y dividendos más del 5% de sus ingresos totales.

Para finalizar con los cambios y novedades de la reforma tributaria es importante algunos aspectos adicionales que se verán reflejados en el bolsillo de todos los colombianos:

- ✓ Impuesto nacional al consumo de bebidas azucaradas.
- ✓ Eliminación del impuesto CREE.
- ✓ Se mantiene el 4x mil.
- ✓ Aumento de los impuestos a la gasolina.
- ✓ Para las entidades sin ánimo de lucro (fundaciones, fondos de empleados, ONG) se propone que todas sean contribuyentes del impuesto sobre la renta¹⁶.

1.1.1.5 Proceso de paz en Colombia. Bajo el mandato del presidente Juan Manuel Santos, actualmente se encuentra en marcha los diálogos de paz entre el gobierno y las FARC (Fuerzas armadas revolucionarias de Colombia), con el fin de poner punto final al conflicto armado que Colombia ha tenido que sobrellevar por más de 50 años.

La firma del acuerdo de paz es un tema que abarca no solo aspectos sociales por la restauración de la vida de las personas que han padecido los efectos de la guerra durante años, sino aspectos políticos y económicos pues “los gastos del Estado Colombiano en seguridad rebosan el 6.5% del PIB, valor que contribuiría ampliamente al incremento del gasto público en temas como la educación, la agricultura, salud o vivienda”¹⁷. Aunque no se ha llegado a un acuerdo total entre las dos partes éste tema de la inversión pública, es algo que incide a todos los colombianos y a la visión de un prometedor futuro y mejores índices económicos, pues habrá más inversión extranjera, se fomentarán mejores relaciones internacionales y se reflejará el mayor consumo de los hogares y el mejor desempeño de la industria.

¹⁶ SEMANA. “De estas 10 propuestas saldría la reforma tributaria”. [En línea]. [Consultado 27 de diciembre de 2016]. Disponible en: < <http://www.semana.com/economia/articulo/las-propuestas-para-la-reforma-tributaria/498574>>

¹⁷ INGRID GIOVANA RONDÓN MÁRQUEZ. Profesional en negocios internacionales. “De la paz y la economía colombiana. ¿un proceso de paz conveniente?. [En línea]. [31-05-2016]. Disponible en <http://www.ucc.edu.co/prensa/2015/Paginas/de-la-paz-y-la-economia-colombiana-un-proceso-de-paz-conveniente.aspx>

1.1.2 Aspectos Económicos. Se analiza los principales aspectos de medición de la economía colombiana como lo son la inflación, índices de precio del consumidor (IPC), producto interno bruto (PIB) y los índices de empleo y desempleo.

1.1.2.1 Rata de inflación y el índice de precios al consumidor. “El índice de precios al consumidor (IPC) mide la evolución del costo promedio de una canasta de bienes y servicios representativa del consumo final de los hogares, expresado en relación con un período base. La variación porcentual del IPC entre dos periodos de tiempo representa la inflación observada en dicho lapso. El cálculo del IPC para Colombia se hace mensualmente en el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE)”¹⁸.

Por medio del índice de precios del consumidor (IPC) se analiza el comportamiento de la canasta de bienes y servicios que representa el consumo de los hogares en Colombia. La meta del Banco de la República es mantener la inflación entre el 2 y 4 por ciento, para generar confianza en la economía.

“El alza de los precios en 2016, cuyo porcentaje es el más alto desde el dato registrado en 2008, se originó por diversos factores, entre ellos, el duro golpe del fenómeno climático de El Niño, según informó Banco de la República.

El incremento anual de la inflación sobrepasó al del salario mínimo establecido en diciembre pasado (6,8%), es decir, el poder adquisitivo de los consumidores se vuelve a ver afectado ya que los precios superan a los incrementos del ingreso”¹⁹. También afectó la baja del precio del petróleo y el incremento de la tasa representativa del mercado, lo que provocó un incremento en los insumos para la población.

En la Tabla 4., y Gráfico 1., se presenta el comportamiento del IPC desde enero de 2015, hasta enero de 2016.

Tabla 4. Variación anual IPC

Variación anual IPC %	
Dic-15	6,8
Ene-16	7,5
Feb-16	7,6
Mar-16	8,0

¹⁸ BANCO DE LA REPUBLICA. “Índice de precios al consumidor”. [En línea]. [26 Marzo de 2016]. Disponible en: < <http://www.banrep.gov.co/es/ipc>>.

¹⁹ DINERO. “La inflación en los últimos 12 meses superó el incremento del salario mínimo”. [En línea]. [22 Marzo de 2016]. Disponible en : <<http://www.dinero.com/economia/articulo/inflacion-en-colombia-para-el-mes-de-enero-de-2016/219008>>

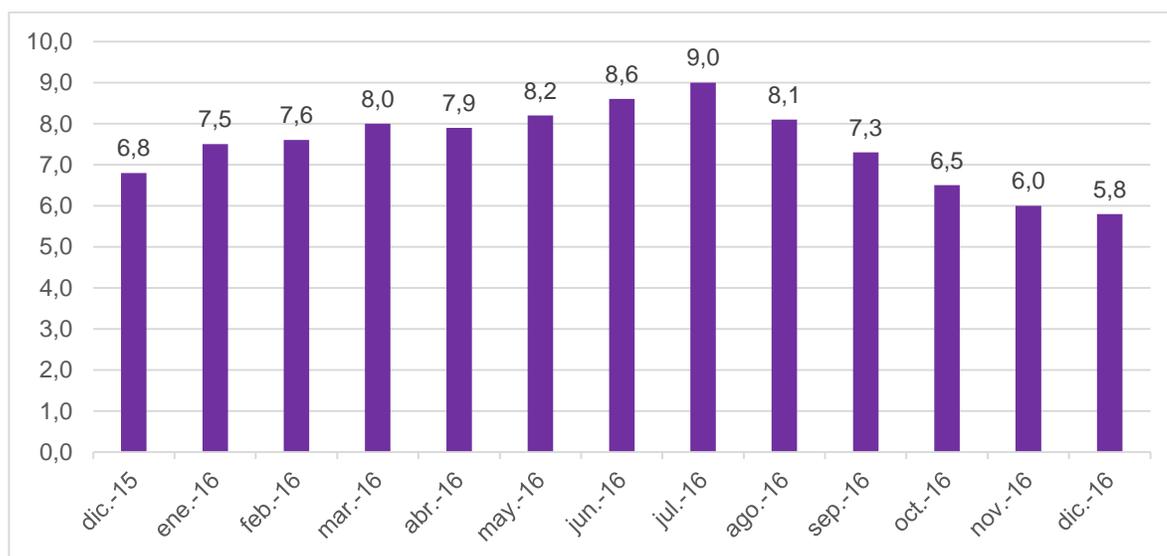
Tabla 4. (Continuación)

Variación anual IPC %	
Abr-16	7,9
May-16	8,2
Jun-16	8,6
Jul-16	9,0
Ago-16	8,1
Sep-16	7,3
Oct-16	6,5
Nov-16	6,0
Dic-16	5,8

Fuente: DATOS MACRO. Disponible en: <http://www.datosmacro.com/ipc-paises/colombia?sc=IPC-IG>. (Consultado 24 enero de 2017)

La Tabla 4., compara mes a mes el incremento mensual del IPC, presentando en diciembre de 2015 una cifra de 6,8% y en diciembre de 2016 una cifra de 5,8%, disminuyendo un 1%, lo que se busca con la disminución del IPC, es crear estabilidad y confianza en la economía colombiana, que se deberá encontrar entre un rango de 2% a 4%, que es la meta para 2018. Sin embargo con la nueva reforma tributaria se podría ver retrasada el cumplimiento de la meta.

Gráfico 1. Variación anual IPC en porcentaje (%)



Fuente: DATOS MACRO. Disponible en: <http://www.datosmacro.com/ipc-paises/colombia?sc=IPC-IG>. (Consultado 24 enero de 2017)

A continuación en la Tabla 5., y Gráfico 2., se presenta el consumo de los 7 principales bienes y servicios en las que se ha clasificado el consumo de los colombianos en 2015 y 2016.

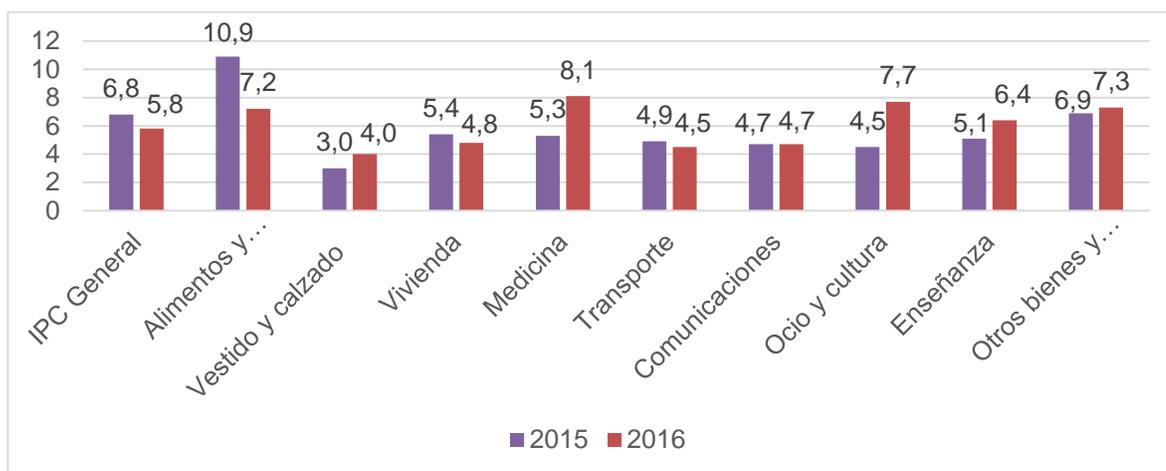
Tabla 5. Consumo de los bienes y servicios 2015 y 2016

Colombia: IPC anual (%)		
	2015	2016
IPC General	6,8	5,8
Alimentos y bebidas no alcohólicas	10,9	7,2
Vestido y calzado	3,0	4,0
Vivienda	5,4	4,8
Medicina	5,3	8,1
Transporte	4,9	4,5
Comunicaciones	4,7	4,7
Ocio y cultura	4,5	7,7
Enseñanza	5,1	6,4
Otros bienes y servicios	6,9	7,3

Fuente: DATOS MACRO. Disponible en: <http://www.datosmacro.com/ipc-paises/colombia> (Consultado 24 enero de 2017)

La Tabla 5., permite realizar una comparación de un año frente a otro. Otros bienes y servicios que es la clasificación donde perteneces el proyecto, ha presentado un incremento bastante satisfactorio, siendo en 2015 de 6,9% y en 2016 de 7,3% lo que permite concluir que los colombiano están destinando una mayor parte de sus ingresos a éste.

Gráfico 2. Colombia: IPC anual en porcentaje (%) 2014 - 2015



Fuente: DATOS MACRO. Disponible en: <http://www.datosmacro.com/ipc-paises/colombia> (Consultado 24 Enero 2017)

“La tasa de variación anual del IPC en Colombia en diciembre de 2016 ha sido del 5,8%, 2 décimas inferior a la del mes anterior. La variación mensual del IPC (Índice de Precios al Consumo) ha sido del 0,4%, de forma que la inflación acumulada en 2016 es del 5,8%.

Hay que destacar la subida del 0,8% de los precios de Alimentos y bebidas no alcohólicas, hasta situarse su tasa interanual en el 7,2%, que contrasta con el descenso de los precios de Vestido y calzado del 0,1% , y una variación interanual del 4,0%”²⁰

1.1.2.2 Producto interno bruto. “PIB es el valor total de los bienes y servicios producidos en un país durante un cierto periodo de tiempo (generalmente un trimestre o un año); es decir, el total de lo que se produce con los recursos que se han utilizado en la economía, valorando cada bien final o servicio al precio que se maneja comúnmente en el mercado.

Para el cálculo del PIB sólo se tiene en cuenta la producción que se realiza en el país, dentro de las fronteras geográficas de la nación, sin importar si ésta producción fue realizada por personas o empresas nacionales o extranjeras”²¹. En la Tabla 6., se muestra el comportamiento del PIB 2010-2016.

²⁰ DATOS MACRO. “En diciembre cayó el IPC en Colombia”. [En línea]. [24 Enero de 2017]. Disponible en: <http://www.datosmacro.com/ipc-paises/colombia>

²¹ BANCO DE LA REPÚBLICA. “PIB y PIN”. [En línea]. [26 Marzo de 2016]. Disponible es: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/pib_y_pnb>

Tabla 6. Variación del PIB 2010 - 2016

Año	Variación porcentual %
2010	3,6
2011	5,7
2012	5,9
2013	2,9
2014	6,5
2015	3,1
2016 *Estimado	1,9

Fuente: Banco de la República. Disponible en: (Consultado 26 marzo de 2016)

“La economía nacional creció más de lo esperado en el 2015, según informó el DANE. El Producto Interno Bruto, PIB, varió 3,1%, cuando el mercado tenía una expectativa entre el 2,9% y el 3,0%.

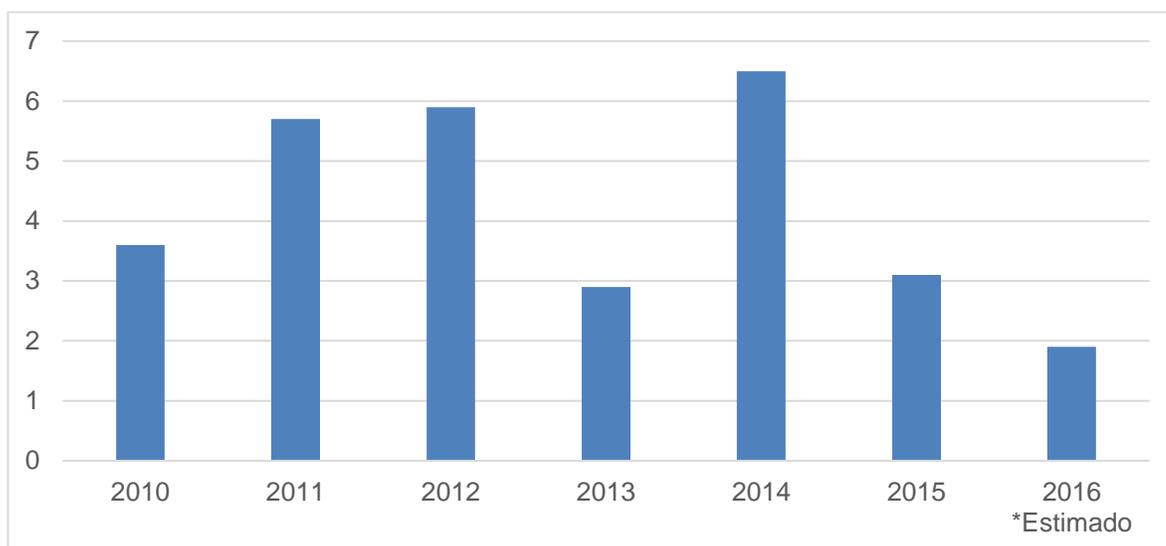
El crecimiento se explica principalmente por el buen comportamiento de las ramas de establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas; comercio, reparación, restaurantes y hoteles y la construcción con crecimiento de 4,3 %, 4,1% y 3,9 %, respectivamente”²².

Colombia no registraba un crecimiento tan bajo como en el 2013 de 2,9%. Los principales subsectores que aportaron al crecimiento y ganaron participación fueron: subsector de comercio, restaurantes y hoteles, subsector de construcción, subsector financiero y el subsector de servicios sociales y comunales. De igual forma los que cayeron frente a su participación en el PIB fueron: la industria manufacturera e industria de explotación de minas y canteras. Es decir que el segundo sector de la economía fue quien más influencia tuvo en el crecimiento y el primer sector cayó notoriamente²³. En el Gráfico 3., se muestra la variación porcentual que tuvo el PIB desde el año 2010 al año 2015.

²² EL PAÍS. “La economía colombiana creció 3,1 % en el 2015”. [En línea]. [27 Marzo de 2016]. Disponible en:< <http://www.elpais.com.co/elpais/economia/noticias/economia-colombiana-crecio-31-2015>>.

²³ DANE. “Comunicado de prensa” “[En línea]. [24 Marzo 2016]. Disponible en:< http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_dem_ltrim15.pdf >

Gráfico 3. Variación del PIB 2010 - 2015



Fuente: Banco de la República (Consultado 26 marzo de 2016)

1.1.2.3 Empleo y desempleo. Mide el porcentaje de personas que tienen empleo u ocupación, es uno de los factores que genera más inquietud y preocupación en una sociedad.

“Para el mes de enero de 2016 el desempleo a nivel nacional presentó un incremento respecto al mismo periodo del año anterior. La tasa de desempleo a nivel nacional se ubicó en 11,9%, con un incremento de 1,1% frente al mismo mes del año 2015.

Durante el trimestre de noviembre de 2015 y enero del presente año, 9 de las 23 principales ciudades y áreas metropolitanas del país, experimentaron una caída en su tasa de desempleo²⁴, como se puede ver en la Tabla 7.

Tabla 7. Tasa de desempleo por ciudades de noviembre a enero años 2014-2015

Ciudad	Nov 2014-Ene 2015	Nov 2015-Enero 2016
Quibdó	13,0	16,3
Cúcuta	14,5	15,2
Ibagué	13,3	14,3
Armenia	14,4	14,1
Popayán	12,7	12,2

²⁴ PORTAFOLIO. “En enero, el desempleo nacional se ubicó en 11,9 %” [En línea]. [25 Marzo 2016]. Disponible en:< <http://www.portafolio.co/economia/empleo/enero-2016-desempleo-nacional-ubico-11-491614>>

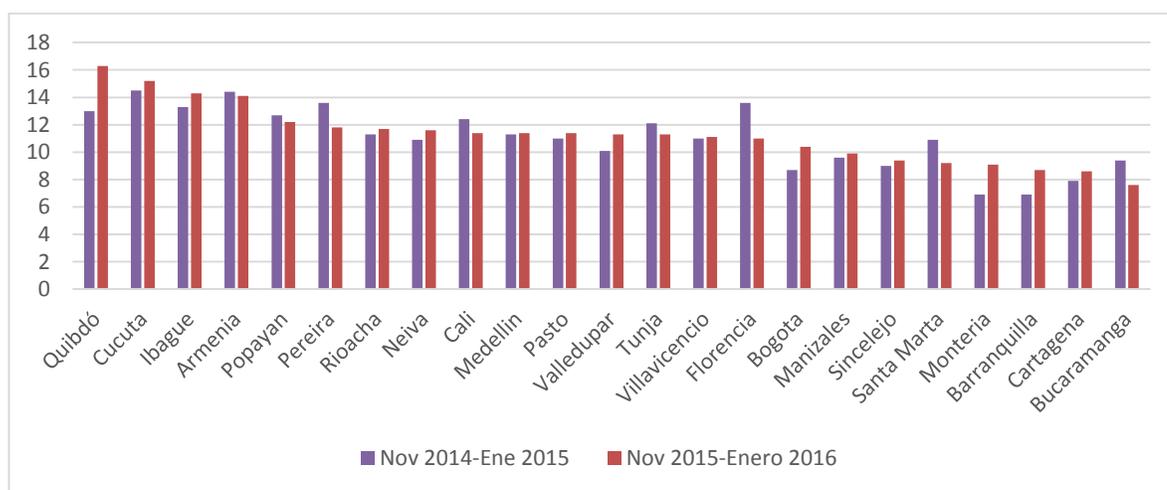
Tabla 7. (Continuación)

Ciudad	Nov 2014-Ene 2015(%)	Nov 2015-Enero 2016(%)
Pereira	13,6	11,8
Riohacha	11,3	11,7
Neiva	10,9	11,6
Cali	12,4	11,4
Medellín	11,3	11,4
Pasto	11,0	11,4
Valledupar	10,1	11,3
Tunja	12,1	11,3
Villavicencio	11,0	11,1
Florencia	13,6	11,0
Bogotá	8,7	10,4
Manizales	9,6	9,9
Sincelejo	9,0	9,4
Santa Marta	10,9	9,2
Montería	6,9	9,1
Barranquilla	6,9	8,7
Cartagena	7,9	8,6
Bucaramanga	9,4	7,6

Fuente: Ministerio del Trabajo. (Consultado 2 Abril 2016).

Las 10 principales ciudades que registraron menores índices de desempleo son: Bucaramanga, Cartagena, Barranquilla, Montería, Santa Marta, Sincelejo, Manizales, Bogotá y Florencia. Pero panorámicamente en la mayoría de ciudades en 2016 registraron un aumento de desempleo comparando con el año anterior.

Gráfico 4. Tasa de desempleo 2015-2016



Fuente: Ministerio del Trabajo. (Consultado 2 Abril 2016).

Para el presente proyecto, se deberá tener en cuenta la tasa de desempleo y la crisis económica por la que está pasando el país, también los índices de inflación e índice de precio al consumidor los cuales cada día van a la alza. Los servicios en general son muy susceptibles a estos fenómenos y generan desempleo antes que los otros sectores de la economía, por ello el análisis de la Tabla 7., y Gráfico 4., que muestra la tasa de desempleo por ciudades en el 2015-2016.

1.1.3 Aspectos socioculturales. Factores influyentes en rasgos, y comportamientos, género, ubicación demográfica, tendencias y todas las variables que permitan analizar específicamente una población.

1.1.3.1 Tendencias demográficas. “Una causa del proceso de transición demográfica en Colombia es la disminución sistemática de las tasas de natalidad y mortalidad. La Tasa Bruta de Natalidad disminuyó de 28.8 a 19.8 nacidos vivos por cada mil habitantes en el período comprendido entre 1985 y 2010, y se estima continuará disminuyendo aunque a un menor ritmo durante la próxima década. Una reducción menos drástica ha experimentado la Tasa Bruta de Mortalidad, que se espera llegue a 5.95 por cada mil habitantes en el año 2020. La migración neta de colombianos se mantendrá negativa en los próximos años. En 2020 la Tasa de Migración Neta alcanzará -1.14 individuos por cada 1000, un nivel muy inferior en comparación con los registrados al final de la década de los noventa (-3.62)”²⁵. En la Tabla 8., y Gráfico 5., se muestran los principales indicadores demográficos de 1958-2020.

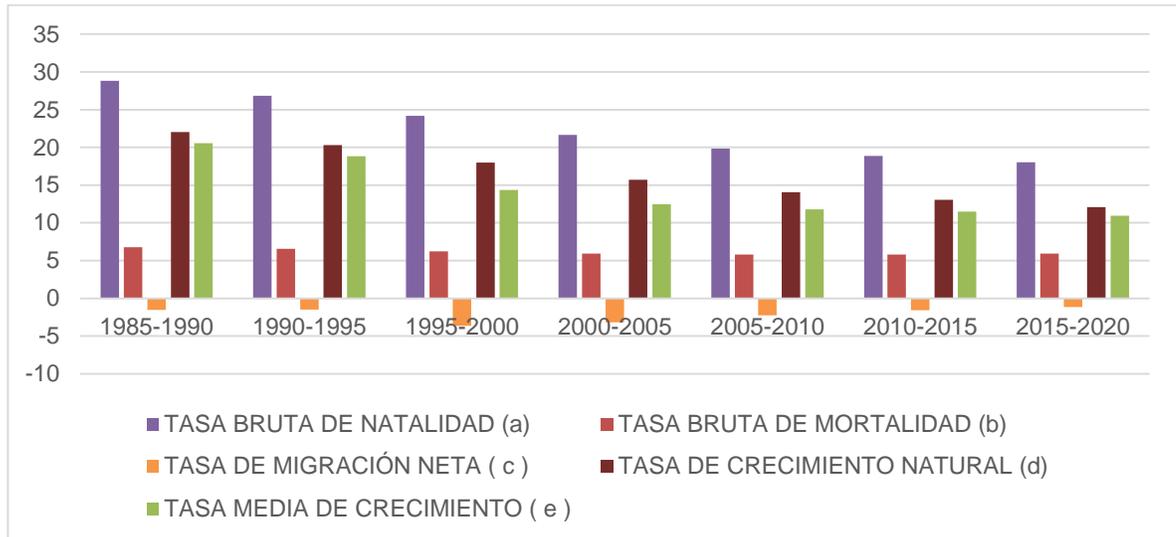
Tabla 8. Principales indicadores demográficos 1985-2020 en porcentaje (%)

PERIODO	TASA BRUTA DE NATALIDAD (a)	TASA BRUTA DE MORTALIDAD (b)	TASA DE MIGRACIÓN NETA (c)	TASA DE CRECIMIENTO O NATURAL (d)	TASA MEDIA DE CRECIMIENTO (e)
1985-1990	28,8	6,77	-1,51	22,03	20,54
1990-1995	26,86	6,57	-1,5	20,29	18,82
1995-2000	24,2	6,22	-3,62	17,98	14,36
2000-2005	21,66	5,95	-3,18	15,71	12,45
2005-2010	19,86	5,81	-2,26	14,05	11,78
2010-2015	18,88	5,8	-1,59	13,07	11,48
2015-2020	18,03	5,95	-1,14	12,08	10,94

Fuente: IMEBU. Disponible en: http://www.imebu.gov.co/web/documentos/observatorio/demografia/indicadores_demograficos_2020.pdf. (Consultado 27-03-2016)>

²⁵ IMEBU. “Indicadores demográficos 2020”. [En línea]. [27 Marzo de 2016]. Disponible en: http://www.imebu.gov.co/web/documentos/observatorio/demografia/indicadores_demograficos_2020.pdf>

Gráfico 5. Principales indicadores demográficos 1985-2020



Fuente: IMEBU. Disponible en: http://www.imebu.gov.co/web/documentos/observatorio/demografia/indicadores_demograficos_2020.pdf.> (Consultado 27-03-2016)

“En Colombia, la esperanza de vida al nacer ha mostrado un aumentado significativo desde hace varias décadas. Desde 1985 este indicador aumentó 6 años para la población en general (situándose en 74 años en 2010), y se espera alcance un nivel récord de 76.15 años en 2020.

La esperanza de vida es mayor para las mujeres que para los hombres. En 1985, las mujeres vivían en promedio 6.8 años más y en 1995 la diferencia alcanzó un máximo de 8.03 años. Se estima que en 2020 la diferencia en la esperanza de vida entre mujeres y hombres alcanzará 6.31 años”²⁶.

La tasa de natalidad 1985-1990 a 2015-2020 se proyecta en una disminución de más de la mitad, lo que muestra que las personas en un futuro disminuirán su deseo de tener hijos; existen múltiples factores que impiden que la tasa de natalidad nacional actual, sea similar a los años 1985-1990, como métodos de planificación, legalización del aborto o preferencia de hijos por mascotas que antes no se tenían.

En la Tabla 9., y Gráfico 6., se muestra la esperanza de vida al nacer entre los años 1985-2020.

²⁶ IMEBU. “Indicadores demográficos 2020”. [En línea]. [27 Marzo de 2016]. Disponible en:< http://www.imebu.gov.co/web/documentos/observatorio/demografia/indicadores_demograficos_2020.pdf>

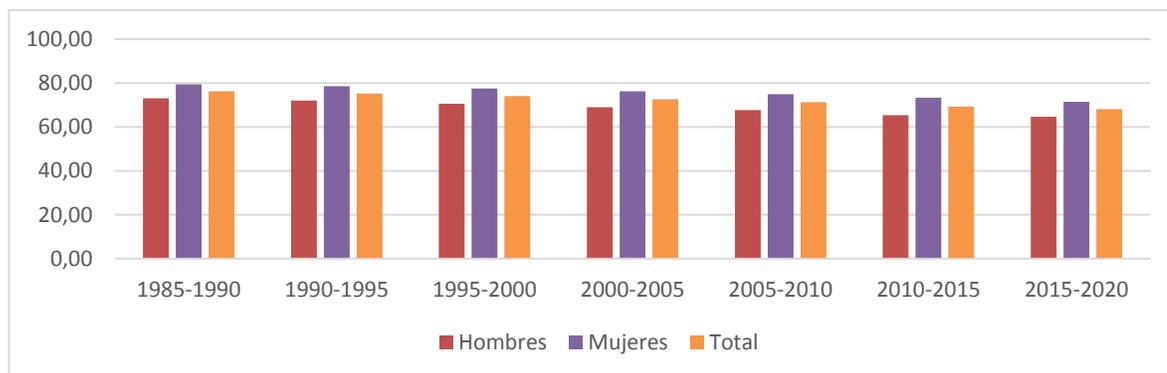
Tabla 9. Esperanza de vida al nacer 1985-2020 en años

Periodo	Hombres	Mujeres	Total
1985-1990	73,08	79,39	76,24
1990-1995	72,07	78,54	75,31
1995-2000	70,57	77,51	74,04
2000-2005	69,00	76,31	72,66
2005-2010	67,70	74,95	71,33
2010-2015	65,34	73,37	69,36
2015-2020	64,65	71,52	68,09

Fuente: IMEBU. Disponible en: http://www.imebu.gov.co/web/documentos/observatorio/ia/indicadores_d_emograficos_2020.pdf.<>(Consultado 2 Abril 2016).

Para el periodo actual que comprende los años 2015-2020 la esperanza de vida ha disminuido hasta 8 años en promedio en comparación al periodo 1985-1990; el estilo de vida de las personas, el calentamiento global, malos hábitos, la aparición de nuevas enfermedades y la disminución de agua potable son algunas de las razones de la disminución de esperanza de vida.

Gráfico 6. Esperanza de vida al nacer 1985-2020 en años



Fuente: IMEBU. Disponible en: http://www.imebu.gov.co/web/documentos/observatorio/ia/indicadores_d_emograficos_2020.pdf> (Consultado 2 Abril 2016).

1.1.3.2 Población. La población en Colombia se mide por el número de personas que permanezcan más de seis meses como residentes. El número se determina por medio del censo nacional que realiza proyecciones teniendo en cuenta el departamento, el género y edad. En la Tabla 10., se muestra la población colombiana desde el 2005 al 2016.

Tabla 10. Población colombiana 2005-2016

Año	Población
2005	42.889.000
2006	43.406.000
2007	43.927.000
2008	44.451.000
2009	44.929.000
2010	45.510.000
2011	46.045.000
2012	46.582.000
2013	47.121.000
2014	47.662.000
2015	48.202.000
2016	48.608.000

Fuente: DATOS MACRO. Disponible en: <http://www.datosmacro.com/demografia/poblacion/colombia>. (Consultado 2 Abril 2016)

Las principales ciudades con mayor densidad poblacional en Colombia se muestran en la Tabla 11., donde Bogotá tiene el primer puesto con una gran diferencia frente a los demás, Medellín que tiene el segundo lugar tiene una diferencia frente al primer puesto de 5.257.041 habitantes, casi triplicando su población.

Tabla 11. Ciudades más pobladas en Colombia en el 2015

Ciudad	Número de habitantes
Bogotá	7.674.366
Medellín	2.417.325
Cali	2.319.687
Barranquilla	1.206.946
Cartagena	978.600
Cúcuta	637.302
Soledad	582.876
Ibagué	542.876
Bucaramanga	526.827
Soacha	488.995

Fuente: REVISTA SEMANA: Disponible en: <http://www.semana.com/especiales/los-10-mas/asi-somos/ciudades-mas-pobladas-colombia.html>.>(Consultado 2 Abril 2016).

1.1.4 Aspectos tecnológicos. Aspectos influyentes en el desarrollo tecnológico del país.

1.1.4.1 Investigación y desarrollo. “La clave de este propósito está en la generación de ciencia, tecnología e innovación, trípode de sectores que se alimenta de recursos. De acuerdo con el Banco Mundial (BM), Estados Unidos invierte 2,79% de su PIB en investigación más desarrollo (I+D). En Colombia se llegó a 0,19% en 2014, según el Observatorio Colombiano de Ciencia, Tecnología e Innovación (OCyT) y el Dane. Por su parte, en Actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación (ACTI), los gastos ascendieron a 0,46% del PIB.

De acuerdo con la OCyT, la inversión nacional en ACTI en 2014 ascendió a \$3,39 billones, y entre 2004-2014 fue de \$29,92 billones. En esta década, las empresas lideraron en participación con 33,55%. Luego se ubicaron las instituciones de educación superior (26,97%), entidades del gobierno central (21,91%) y los centros de investigación (12,22%).

A partir de este panorama, el gobierno nacional se impuso el reto de duplicar su inversión en ACTI para promover el desarrollo tecnológico del país, responder a las necesidades de su aparato productivo y contribuir a mejorar los indicadores sociales. El objetivo es pasar de 0,5% de hoy a 1% del PIB en 2018. Esto significa aumentar el flujo de recursos a \$8,8 billones”²⁷.

La importancia de implantar e implementar procesos y buenas prácticas, como el desarrollo tecnológico, se ha convertido en un indicador del crecimiento económico y además en un factor decisivo en la productividad de las organizaciones. El buen manejo y la necesidad de las empresas en actualizarse y competir en un mercado global las obligan a crear e innovar, por lo tanto es necesario invertir en investigación y desarrollo.

1.1.4.2 Infraestructura en telecomunicaciones. “Las últimas dos décadas han sido sinónimo de transformación para el sector de las telecomunicaciones en Colombia. Hitos como la entrada de la telefonía celular al país en 1994, la reciente masificación en las conexiones banda ancha o la subasta de 4G adelantada a mediados de 2013, son muestra de la relevancia que ha adquirido el sector TIC como motor de desarrollo económico y social. Las cifras entregadas por el Gobierno periódicamente son más que alentadoras en diferentes frentes. Aumenta la penetración de la telefonía móvil, más familias de estratos bajos tienen acceso a internet, más empresas entran al mundo digital y se cierra la brecha digital mediante proyectos como la red nacional de fibra óptica.

²⁷ DINERO. “Colombia le apuesta a la ciencia, tecnología e innovación para alcanzar el desarrollo”. [En línea]. [27 Marzo de 2016]- Disponible en:< <http://www.dinero.com/edicion-impresa/pymes/articulo/inversiones-ciencia-tecnologia-innovacion-colombia/212458> >

Lentamente Colombia va escalando posiciones en el ránking de países con más desarrollo en el sector TIC. Así lo muestra el más reciente informe entregado por el Foro Económico Mundial, The Global Information Technology Report, que pone a Colombia en la posición 63 entre 148 países, con un avance de tres posiciones frente a la medición de 2013²⁸. En la Tabla 12. y el Gráfico 7., se muestra el comportamiento del PIB y la actividad de telecomunicaciones del 2010-2014.

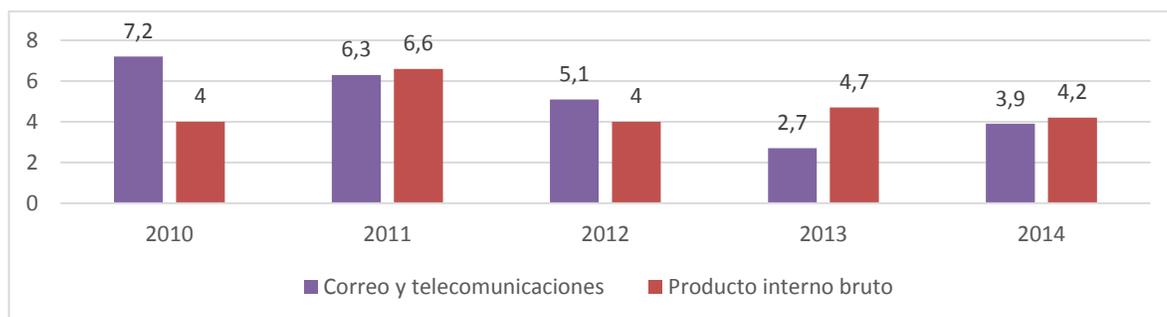
Tabla 12. Crecimiento del PIB y la actividad de telecomunicaciones. 2010-2014

Año	Correo y telecomunicaciones (%)	Producto interno bruto (%)
2010	7,2	4,0
2011	6,3	6,6
2012	5,1	4,0
2013	2,7	4,7
2014	3,9	4,2

Fuente: Ministerio de tecnologías, DANE 2014. (Consultado 4 Abril de 2016)

Las telecomunicaciones y el mercado global van de la mano, las necesidades de las personas cada día son mayores, es por eso la importancia para Colombia en el progreso de este subsector. Es necesario que las empresas adopten sistemas tecnológicos y de comunicaciones para favorecer el desarrollo de sus fortalezas y lograr ventajas competitivas.

Gráfico 7. Crecimiento del PIB y la actividad de telecomunicaciones. 2010-2014



Fuente: Ministerio de tecnologías, DANE 2014 (Consultado 2 de abril 2016)

1.1.5 Aspectos Ambientales. En este ítem se muestran las principales normas ambientales vigentes que se describen en el Cuadro 1, tienen el propósito de dar parámetros a las empresas para que creen buenas prácticas ambientales, conozcan el alcance de las acciones, posibles consecuencias y penalizaciones.

²⁸ EL TIEMPO. "Radiografía del sector de telecomunicaciones en Colombia". [En línea]. [25 Marzo de 2016]. Disponible en: < <http://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/asi-califica-el-foro-economico-mundial-a-colombia-en-temas-tic/14009397>>

Cuadro 1. Principales normas ambientales

Normas	Descripción
Decreto ley 2811 de 1.974	Código nacional de los recursos naturales renovables RNR y no renovables y de protección al medio ambiente. El ambiente es patrimonio común, el estado y los particulares deben participar en su preservación y manejo. Regula el manejo de los RNR , la defensa del ambiente y sus elementos.
Ley 23 de 1973	Principios fundamentales sobre prevención y control de la contaminación del aire, agua y suelo y otorgó facultades al Presidente de la República para expedir el Código de los Recursos Naturales.
Ley 99 de 1993	Crea el Ministerio del Medio Ambiente y Organiza el Sistema Nacional Ambiental (SINA). Reforma el sector Público encargado de la gestión ambiental. Organiza el sistema Nacional Ambiental y exige la Planificación de la gestión ambiental de proyectos. Los principios que se destacan y que están relacionados con las actividades portuarias son: La definición de los fundamentos de la política ambiental, la estructura del SINA en cabeza del Ministerio del Medio Ambiente, los procedimientos de licenciamiento ambiental como requisito para la ejecución de proyectos o actividades que puedan causar daño al ambiente y los mecanismos de participación ciudadana en todas las etapas de desarrollo de este tipo de proyectos.
Decreto 2150 de 1995 y sus normas reglamentarias.	Reglamenta la licencia ambiental y otros permisos. Define los casos en que se debe presentar Diagnóstico Ambiental de Alternativas, Plan de Manejo Ambiental y Estudio de Impacto Ambiental. Suprime la licencia ambiental ordinaria.
Ley 388 de 1997	Ordenamiento Territorial Municipal y Distrital y Planes de Ordenamiento Territorial.
Ley 491 de 1999	Define el seguro ecológico y delitos contra los recursos naturales y el ambiente y se modifica el Código Penal.
Decreto 1122/99	Por el cual se dictan normas para la supresión de trámites.
Decreto 1124/99	Por el cual se reestructura el Ministerio del Medio Ambiente.
Ley 1124 de 2007	Por medio de la cual se reglamenta el ejercicio de la profesión de Administración ambiental.
Decreto 1299 de 2008	Expone la obligación de cada organización, para que desarrolle su actividad productora en el país, mediante la implementación y respeto por la norma ambiental. ²⁹

Fuente: Unidad de planeación minero y energético: http://www.upme.gov.co/guia_ambiental/carbon/gestion/politica/normativ/normativ.htm. (Consultado 8 Agosto de 2016)

²⁹ CARACOL RADIO. “Ley ambiental colombiana requiere cumplimiento por parte de las empresas para la preservación del medio ambiente”. [En línea]. [8 de Agosto de 2016]. Disponible en: <http://caracol.com.co/radio/2010/09/29/ecologia/1285759620_364757.html>

1.1.6 Aspectos legales. En el Cuadro 2., se presentan los principales aspectos en cuanto a normatividad canina en Colombia.

Cuadro 2. Principales normas caninas

Ley	Descripción
Artículo 1 Ley No. 1774 del 2016	“Los animales como seres sintientes no son cosas, recibirán especial protección contra el sufrimiento y el dolor, en especial, el causado directa o indirectamente por los humanos, por lo cual en la presente ley se tipifican como punibles algunas conductas relacionadas con el maltrato a los animales, y se establece un procedimiento sancionatorio de carácter policivo y judicial” ³⁰ .
Ley No 1774 de Enero 2016	Especifica las acciones que ocurren en caso de que se maltrate cualquier tipo de animal, se establecen las siguientes condiciones. “El que, por cualquier medio o procedimiento maltrate a un animal doméstico, amansado, silvestre vertebrado o exótico vertebrado, causándole la muerte o lesiones que menoscaben gravemente su salud o integridad física, incurrirá en pena de prisión de doce (12) a treinta y seis (36) meses, e inhabilidad especial de uno (1) a tres (3) años para el ejercicio de profesión, oficio, comercio o tenencia que tenga relación con los animales y multa de cinco (5) a sesenta (60) salarios mínimos mensuales legales vigentes” ³¹ .
Artículo 7 de la ley 84 del 89	Este artículo determina en que caso no es maltrato, todas estas protegidas ante la ley ya sea por razones culturales o negocios legales. “El artículo 7 de la Ley 84 del 89, exime de sanciones por maltrato animal al “rejoneo, coleo, las corridas de toros, novilladas, corralejas, becerradas y tientas, así como las riñas de gallos y los procedimientos utilizados en estos espectáculos”. Dichas excepciones se mantienen con la nueva ley” ³² .
Ley 746 de Julio 2016	La ley ordena expresamente que la tenencia de perros requiere que las circunstancias de su alojamiento en aspectos higiénico y sanitario, de alimentos y custodia sean adecuadas y que no se produzca ninguna situación de peligro o incomodidad para los vecinos, para otras personas en general o para el propio animal ³³ .

³⁰ INFORMACION JURIDICA, TRIBUTARIA Y EMPRESARIAL. “Ley 1774 de 06 de Enero de 2016”. [En línea]. [2 de Junio 2016]. Disponible en: < <http://legislacion.vlex.com.co/vid/ley-1774-06-enero-595310978>>

³¹ CONGRESO DE COLOMBIA. “Ley No. 1774, 6 Enero 2016”. [En línea]. [2 de Junio 2016]. Disponible en: <<http://es.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201774%20DEL%206%20DE%20ENERO%20DE%202016.pdf>>

³² EL HERALDO. “El ABC de la ley contra el maltrato a los animales en Colombia”. [En línea]. [2 de Junio]. Disponible en: <<http://www.elheraldo.co/politica/el-abc-de-la-ley-contra-el-maltrato-los-animales-en-colombia-232332>>

³³ EL TIEMPO. “Ley sobre tenencia de perros”. [En línea]. [8 de Agosto]. Disponible en: <<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1349236>>

Cuadro 2. (Continuación)

Ley	Descripción
Ley 84 de 1989	Esta ley determina las conductas inapropiadas para una mascota, en qué casos se podría sancionar si no se cumple con las siguientes condiciones: “Se describen las conductas que serán sancionables con multas entre 5 y 50 salarios mínimos legales mensuales vigentes y otras accesorias, impuestas por los alcaldes o sus delegados, a quienes les proporcionen sufrimiento injustificado, como: No mantenerlos en condiciones adecuadas de alimentación, descanso y vivienda, necesarios para su subsistencia; utilizar los animales de trabajo sin las condiciones de salud, edad, alimentación y descanso que requieren; entrenar animales para que se ataquen o causen daño entre ellos; utilizar animales domésticos, de producción, silvestres o de granja para investigaciones biológicas y biomédicas; practicar sacrificios sin aplicar principios de eutanasia y muerte sin sufrimiento; la privación de aire, alimento, movimiento, espacio suficiente, abrigo, higiene o aseo a animales cautivos, confinados, sean domésticos o no, etc” ³⁴ .
legislaciones de protección animal a nivel mundial, en la Ley 172 se encuentran en el artículo 3	La protección animal es un tema mundial, por lo tanto están determinadas ciertas normas en las que se encuentran: “1. Estar libres de sed y hambre, acceso a agua fresca y una dieta saludable y vigorosa. 2. Estar libres de incomodidad, proporcionando un entorno adecuado incluyendo un techo y un área cómoda de descanso. 3. Estar libres de dolor, lesiones y enfermedad, por la prevención o diagnóstico rápido y tratamiento. .4. Expresar un comportamiento normal, proporcionando suficiente espacio, facilidades y compañía de los animales de su especie” ³⁵ . 5. Estar libres de miedo y angustia, asegurando condiciones y tratamiento que evite el sufrimiento mental.

1.2 DIAGNÓSTICO PESTAL CUNDINAMARCA

Teniendo en cuenta los aspectos más importantes del entorno colombiano, se pasará a analizar el entorno departamental del proyecto; a continuación se encuentra en análisis político, económico, social, tecnológico, ambiental y legal del departamento de Cundinamarca.

³⁴ EL COLOMBIANO. Ley de protección a los animales. [En línea]. [2 de Junio 2016]. Disponible en: <http://www.elcolombiano.com/historico/ley_de_proteccion_a_los_animales-KDEC_112954 >

³⁵ EL HERALDO. “El ABC de la ley contra el maltrato a los animales en Colombia”. [En línea]. [2 de Junio]. Disponible en: <<http://www.elheraldo.co/politica/el-abc-de-la-ley-contra-el-maltrato-los-animales-en-colombia-232332>>

1.2.1 Aspectos políticos. Se describe el plan de desarrollo del Departamento de Cundinamarca del actual gobernante y la composición y estructura que tiene la Gobernación de Cundinamarca.

1.2.1.1 Plan de desarrollo Departamental 2016-2020. Es un documento que sirve para la mejora y forma de gobernar en un tiempo determinado, que contiene los lineamientos estratégicos realizados por el equipo de trabajo del gobernante electo, “se caracteriza por ser fruto del trabajo mancomunado entre la administración, los representantes de los diferentes sectores culturales, económicos, sociales y sobre todo, de la participación activa de los ciudadanos de Cundinamarca, por medio de un amplio proceso participativo, democrático, deliberativo y de consulta, destacando la diversidad y un enorme respeto por el otro, estableció la ruta que ha emprendido esta administración para hacer realidad la propuesta planteada desde nuestro programa de gobierno, consistente en forjar un desarrollo para todos los cundinamarqueses, creando un departamento más incluyente, con mayor número de oportunidades y ventajas, bajo la nueva visión del “Nuevo Liderazgo”, el cual da lugar a un “Desarrollo Inteligente” que se compone de crecimiento, equidad y felicidad”³⁶.

El lema del plan de desarrollo es “Cundinamarca Unidos Podemos Más” que hace referencia a cómo realizar bien las cosas e incitar a la población de Cundinamarca a que participe activamente.

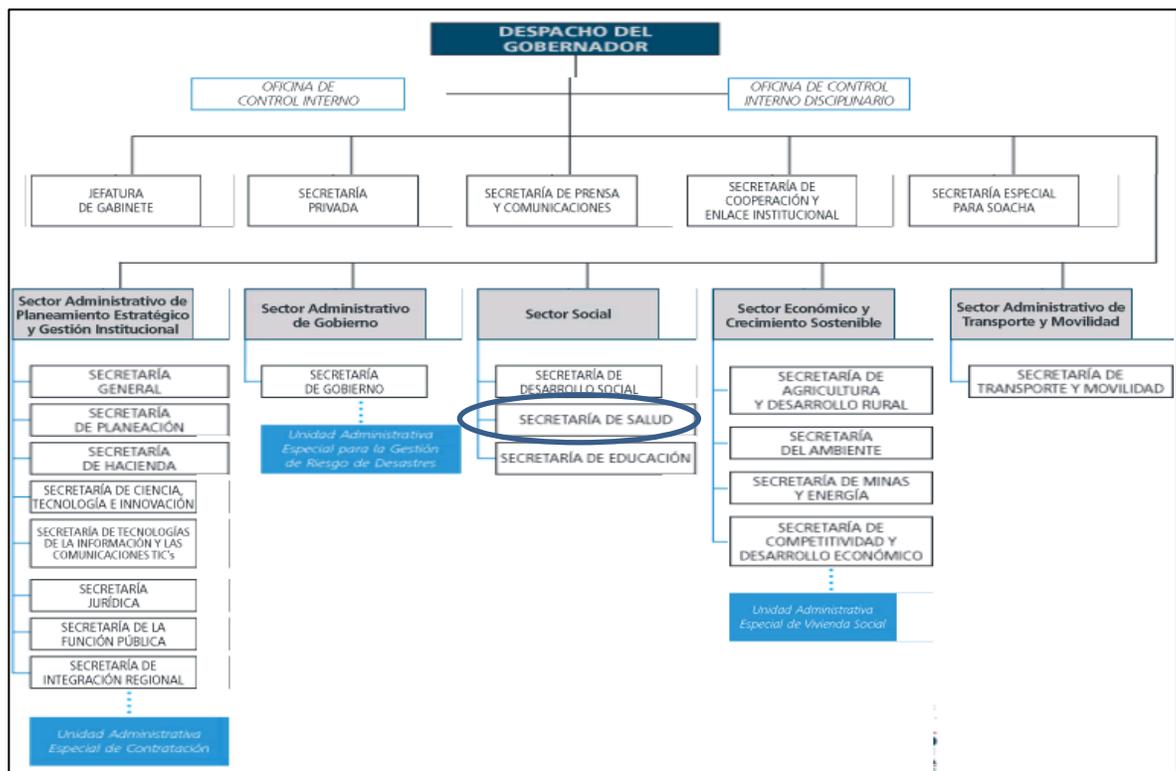
La misión del plan se fundamenta en tres principios que son el crecimiento, la equidad y la felicidad encaminados a la paz municipal, su objetivo es crear orientar y fomentar la buena educación, ordenamiento territorial, del buen manejo de agua para que la población cree conciencia y tenga un compromiso cívico³⁷.

1.2.1.2 Estructura interna de la Gobernación de Cundinamarca. Hace referencia a la estructura organizacional de Cundinamarca, sus cargos y respectivas responsabilidades, funciones y dependencias. En la Imagen 2., se representa la estructura interna de la administración pública de la Gobernación.

³⁶ GOBERNACIÓN DE CUNDINAMARCA. “Plan de desarrollo 2016-2020”. [En línea]. [6 de Agosto 2016]. Disponible en: http://www.cundinamarca.gov.co/wps/documentos/Pdd/2016_2020/Plan_de_Developmento_2016_20.pdf

³⁷ Ibid

Imagen 2. Estructura interna del sector central de la Gobernación de Cundinamarca.



Fuente: Gobernación de Cundinamarca. Disponible en: http://www.cundinamarca.gov.co/wps/portal/Home/Gobernacion.gc/sgober_estructuraorganica/cgober_estructuraorganicacontenido. (Consultado 6 de Agosto 2016).

La Secretaría de Salud es la encargada de vigilar y garantizar el bienestar de las mascotas, a su vez el departamento de Sanidad tiene la responsabilidad de abordar tanto la prevención, el control y erradicación de enfermedades de origen animal.

1.2.2 Aspectos económicos. En cuanto a aspectos económicos a nivel departamental se verá el crecimiento de PIB por actividades y temas de empleo y desempleo.

1.2.2.1 Crecimiento PIB de Cundinamarca. Los datos más recientes que entrega la gobernación de Cundinamarca, hechos por el DANE son del año 2011-2013, donde el PIB departamental correspondió al 5,18% del PIB total de Colombia. “las ramas de actividad económica que mayor participación tuvieron dentro del valor agregado total del departamento fueron: Industria manufacturera (21,27%), Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca (13,78%) y Actividades de servicios

sociales, comunales y personales (13,12%)”³⁸, siendo ésta última la actividad económica que encierra el objeto social del proyecto. La Tabla 13., muestra el comportamiento del valor agregado y la participación de las actividades económicas anteriormente mencionadas.

Tabla 13. Ramas de actividad económica de mayor participación en el PIB de 2012

ACTIVIDAD ECONÓMICA	Porcentaje (%)
Industria Manufacturera	21,27
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	13,78
Actividades de servicios sociales, comunales y personales	13,12
Otras actividades	51,83
Total	100,00

Fuente: Gobernación de Cundinamarca. Disponible en: http://www.cundinamarca.gov.co/wps/wcm/connect/383099af-5266-406e-b1ce-7f1e19560c5a/Cap_09.pdf?MOD=AJPERES (Consultado 06 Agosto de 2016).

Para el año 2012 la actividad económica de servicios sociales, comunales y personales ya hacía parte de las actividades más importantes para el aporte al PIB de Cundinamarca, lo que se infiere es que el negocio que se tiene en mente a nivel departamental ha venido en crecimiento en cuanto al aporte al producto interno bruto, es decir que la población cundinamarqués si invierte en actividades de servicios sociales, comunales y personales como se muestra en el Gráfico 8.

³⁸ ESTADÍSTICAS DE CUNDINAMARCA 2011-2013. “Economía Departamental”. [En línea]. [06 Agosto de 2016]. Disponible en: <http://www.cundinamarca.gov.co/wps/wcm/connect/383099af-5266-406e-b1ce-7f1e19560c5a/Cap_09.pdf?MOD=AJPERES>

Gráfico 8. Ramas de actividad económica de mayor participación en el PIB de 2012 porcentualmente (%)



Fuente: Gobernación de Cundinamarca. Disponible en: http://www.cundinamarca.gov.co/wps/wcm/connect/383099af-5266-406e-b1ce-7f1e19560c5a/Cap_09.pdf?MOD=AJPERES (Consultado 06 Agosto de 2016).

1.2.2.2 El empleo en Cundinamarca. Para el año 2013 se logró reducir el desempleo a una cifra de un solo dígito a nivel departamental, con un porcentaje del 8,3%. Pero a la vez se debe tener en cuenta que el 91,7% restante no corresponde a personas activas en trabajos legalmente formales sino que el 34,53% corresponde al subempleo; por lo cual se infiere que en Cundinamarca la informalidad laboral es un fenómeno aún muy marcado que se debe a los problemas de un mercado laboral altamente competitivo, bajo un régimen tributario para las empresas muy complejo.

1.2.3 Aspectos socioculturales. Aspectos demográficos del Departamento de Cundinamarca que permitan analizar esta población.

1.2.3.1 Crecimiento poblacional en Cundinamarca. Según encuesta del DANE, Colombia entre 1993 y 2005 creció en tasas de 18.8 por mil, pero Cundinamarca tuvo un crecimiento superior a otros departamentos en un 24.6 por mil, esto a causa de Soacha que es un municipio aledaño a Bogotá y su desarrollo ha sido de 73% en los 12 últimos años. La población actual en dicho municipio se estima en 980 mil habitantes y la construcción de nuevas viviendas esta alrededor de 128 mil. En la Tabla 14., y Gráfico 9., se describe la población total de Cundinamarca en 2015 y se discrimina en urbana y rural.

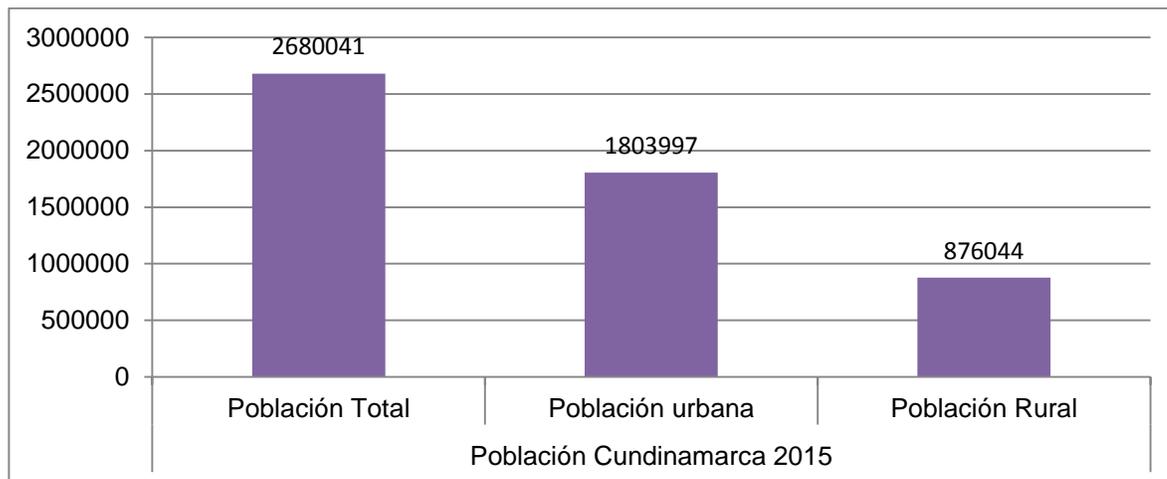
Tabla 14. Población de Cundinamarca 2015

Población Total	Población urbana	Población Rural
2.680.041	1.803.997	876.044

Fuente: Gobernación de Cundinamarca. Disponible en: http://www.cundinamarca.gov.co/wps/portal/Home/SecretariasEntidades.gc/Secretariadeplaneacion/SecretariadeplaneacionDespliegue/asestadisticas_contenidos/csecreplanea_estadis_cifras. (Consultado 6 de Agosto 2016).

El 67,3% de la población departamental corresponde a personas con vinculación urbana frente a un bajo porcentaje que vive en predios rurales con una cifra del 32,6%.

Gráfico 9. Población de Cundinamarca 2015



Fuente: Gobernación de Cundinamarca. Disponible en: http://www.cundinamarca.gov.co/wps/portal/Home/SecretariasEntidades.gc/Secretariadeplaneacion/SecretariadeplaneacionDespliegue/asestadisticas_contenidos/csecreplanea_estadis_cifras. (Consultado 6 de Agosto 2016).

1.2.3.2 Pobreza. Uno de los ítems más importante en que se enfoca un gobierno es en la disminución de la pobreza, para ello se crean políticas públicas con el fin que la cantidad de personar que vivan con el límite de recursos cada vez sea menor. “Así por ejemplo, en el documento “Pobreza monetaria” del DANE para Cundinamarca en 2012, se registra que 23,3% de las personas del departamento vivían en estado de pobreza, mientras que en 2013 fue el 18,3%, presentando una

disminución de 4,4 puntos porcentuales³⁹. En la Tabla 15., se describe la incidencia de pobreza por departamento.

Tabla 15. Incidencia de pobreza por departamentos en Colombia 2012 - 2013

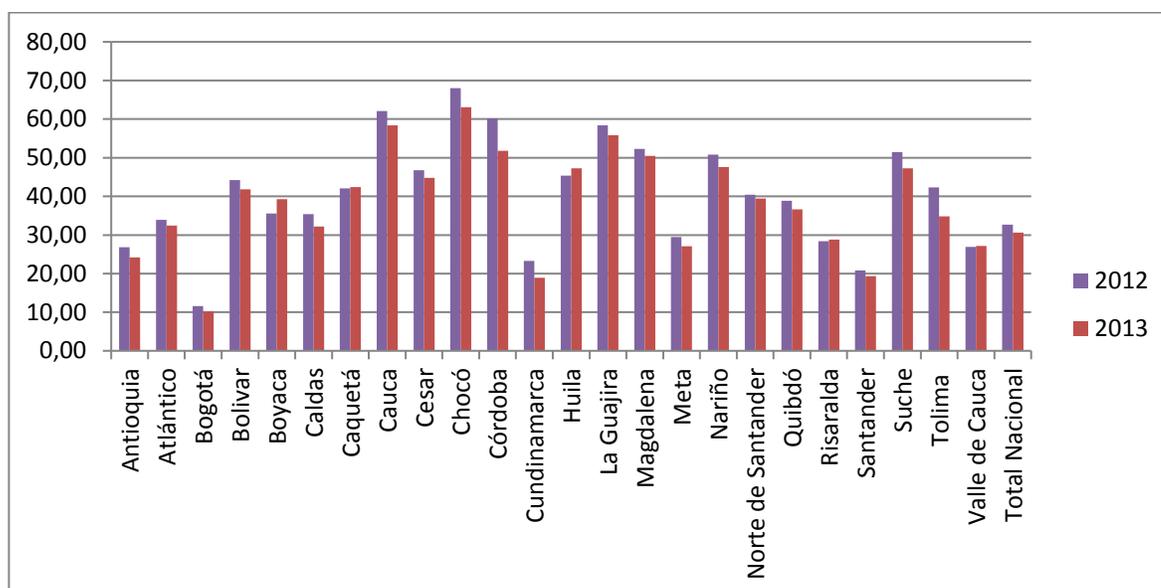
Departamento	2012 (En porcentajes)	2013 (En porcentajes)
Antioquia	26,8	24,2
Atlántico	33,9	32,4
Bogotá	11,6	10,2
Bolívar	44,2	41,8
Boyacá	35,6	39,3
Caldas	35,4	32,2
Caquetá	42,1	42,4
Cauca	62,1	58,4
Cesar	46,8	44,8
Chocó	68,0	63,1
Córdoba	60,2	51,8
Cundinamarca	23,3	18,9
Huila	45,4	47,3
La Guajira	58,4	55,8
Magdalena	52,3	50,5
Meta	29,5	27,1
Nariño	50,8	47,6
Norte de Santander	40,4	39,4
Quibdó	38,9	36,6
Risaralda	28,4	28,8
Santander	20,8	19,3
Suche	51,5	47,3
Tolima	42,3	34,8
Valle de Cauca	26,9	27,2
Total Nacional	32,7	30,6

Fuente: Gobernación de Cundinamarca. Disponible en: http://www.cundinamarca.gov.co/wps/portal/Home/SecretariasEntidades.gc/Secretariadeplaneacion/SecretariadeplaneacionDespliegue/aseestadisticas_contenidos/csecreplanea_estadis_cifras. (Consultado 6 de Agosto 2016).

³⁹ GOBERNACION DE CUNDINAMARDA. "Estadísticas de Cundinamarca 2011-2013". [En línea]. [6 de Agosto 2016]. Disponible en: < <http://www.cundinamarca.gov.co/wps/wcm/connect/04aecefa-79d0-4a3c-be08-9440023c225a/TACO+estadisticas+cundinamarca+Publicaci%C3%B3n+WEB.compressed.pdf?MOD=AJPERES>>

Como se observa en la Tabla 15., y Gráfico 10., Cundinamarca presenta uno de los niveles más bajos con un porcentaje de 22,3% para 2012 y 18,9% para 2013 donde se puede apreciar que de un año a otro bajo en 4 puntos porcentuales la pobreza. Aunque es un panorama alentador frente a los demás departamentos el plan de desarrollo se preocupa en disminuir estos índices en lo mayormente posible.

Gráfico 10. Incidencia de pobreza por departamentos en Colombia 2012-2013



Fuente: Gobernación de Cundinamarca. Disponible en: http://www.cundinamarca.gov.co/wps/portal/Home/SecretariasEntidades.gc/Secretariadeplaneacion/SecretariadeplaneacionDespliegue/aseestadisticas_contenidos/csecreplanea_estadis_cifras. (Consultado 6 de Agosto 2016).

1.2.4 Aspectos tecnológicos. Dentro del plan de desarrollo “Cundinamarca calidad de vida 2012-2016” para el departamento se planeó la aplicación de nuevas tecnologías de gestión, ciencia, fortalecimiento institucional y demás puntos para mejorar la calidad de vida de todos los habitantes del departamento de Cundinamarca. Entre los planes tecnológicos se establece que para finales del año 2016 el 100% de los municipios deberán estar conectados en Red Tecnológica de la comunicación e Información⁴⁰, esto porque el nivel y calidad de las personas es cada día más exigente y el departamento debe estar a la vanguardia tecnológica. Por otro lado Colciencias y la gobernación de Cundinamarca tienen una herramienta como a visión al año 2025 llamada *PLAN Y ACUERDO ESTRATÉGICO*

⁴⁰ GOBERNACIÓN DE CUNDINAMARCA. “PLAN DE DESARROLLO DEPARTAMENTAL 2012-2016.” [En línea]. [07 Agosto 2016]. Disponible en: http://www.cundinamarca.gov.co/wps/wcm/connect/730b8137-9236-495e-80fd-36b4500d21ff/plan_departamental_de_desarrollo_2012-2016-aprobado.pdf?MOD=AJPERES

DEPARTAMENTAL EN CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN, donde los objetivos claves se enfocan en la adopción y apropiación de la ciencia, tecnología e innovación; impulsar la investigación científica y el desarrollo tecnológico; fortalecimiento del sector productivo a través del desarrollo tecnológico; propiedad intelectual e innovación empresarial.⁴¹ Ésta es una herramienta que se aprovechará para el presente proyecto puesto que se desea agregar un servicio que brinde soluciones sostenibles, relacionado al bienestar de una comunidad en desarrollo; donde el apoyo gubernamental en ciencia, tecnología y emprendimiento podría ser el éxito clave del proyecto.

1.2.5 Aspectos ambientales. A continuación en el Cuadro 3., se describe la normatividad a nivel departamental con influencia ambiental.

Cuadro 3. Normatividad ambiental

Ley	Descripción
PLANES DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS (PGIRS) MUNICIPALES Y FORMULACIÓN DE LA LÍNEA POLÍTICA DE RESIDUOS SÓLIDOS DEL DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA.	Documento que determina las directrices bajo las cuales se logre un eficiente manejo de los residuos sólidos generados en el Departamento de Cundinamarca ⁴² .
PORTAFOLIO DE TRÁMITES Y SERVICIOS CAR 2015.	Documento que contiene los diferentes trámites y servicios que se adelantan ante la CAR, organización que busca proteger el medio ambiente de una zona geográfica donde se encuentra incluido el departamento de Cundinamarca ⁴³ .

1.2.6 Aspectos legales. En el Cuadro 4., se describen las leyes, normas, acuerdos y ordenanzas realizados por el Departamento de Cundinamarca que se asocian al bienestar de los animales.

⁴¹ COLCIENCIAS. “Plan y acuerdo estratégico departamental en ciencia, tecnología e innovación”. [En línea]. [07 Agosto de 2016]. Disponible en: <<http://www.colciencias.gov.co/sites/default/files/upload/noticias/paed-cundinamarca-firmado.pdf>>

⁴² GOBERNACIÓN DE CUNDINAMARCA. “Lineamientos de política de residuos sólidos del departamento de Cundinamarca”. [En línea]. [08 Agosto de 2016]. Disponible en: <<http://www.cundinamarca.gov.co/wps/wcm/connect/dcb2455e-f29b-49d6-b392-c7347a6b27b0/Politica+Residuos++FINAL.pdf?MOD=AJPERES>>

⁴³ CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DE CUNDINAMARCA. Portafolio de trámites y servicios. Dirección de cultura ambiental y servicio al ciudadano. Bogotá. 2015

Cuadro 4. Leyes de Cundinamarca relacionadas con animales

Ley	Descripción
Ordenanza No. 135/2012	<p>"Por medio de la cual se institucionaliza el 4 de Octubre como Día para el buen trato, la protección, conservación, preservación y defensa de los Animales en el departamento de Cundinamarca"⁴⁴.</p> <p>Se atribuyen 3 artículos en donde se establece el día, la promoción y coordinación de actividades encaminadas a educar a la población a cuidar de los animales y por último el apoyo a todos los municipios de Cundinamarca que pretenda promover la defensa de los animales.</p>
Acuerdos Municipales	<p>Cada municipio de Cundinamarca está en el derecho de establecer los acuerdos necesarios para regular el cuidado y las normas necesarias para felinos, caninos y mascotas.</p> <p>Por ejemplo el municipio de la Calera estableció el acuerdo municipal No.001 de 2013 en donde regula la tenencia responsable de mascotas y se dictan las medidas necesarias en caso de incumplimiento⁴⁵.</p>
Ley 5 de 1972	<p>En Colombia existe la ley 5 de 1973 en la cual se provee la creación y funcionamiento de Juntas Defensora de Animales.</p> <p>Pueden realizar campañas, actividades, acuerdos que promuevan el amor por los animales y establecen prácticas que constituyan maltrato⁴⁶.</p>
Sentencia del Tribunal Administrativo de Cundinamarca 12 de julio 2012	Terminación de contrato 411 de 1999 a la Corporación Taurina de Bogotá ⁴⁷ .

⁴⁴ ASAMBLEA DEPARTAMENTAL DE CUNDINAMARCA. "Ordenanza No.135/2012" [En línea]. [8 de Agosto 2016]. Disponible en: < http://www.cundinamarca.gov.co/wps/wcm/connect/b9ef5b00-6d85-4055-96b2-f3645b2334c0/ORDENANZA_135_DE_2012.pdf?MOD=AJPERES >

⁴⁵ CONCEJO MUNICIPAL DE LA CALERA. "Acuerdo Municipal No.001 de 2013". [En línea]. [8 de Agosto 2016]. Disponible en:< <http://lcalera-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/62363164306262626336333839306434/acuerdo-mpal-001.pdf>>

⁴⁶ CONCEJO MUNICIPAL DE MADRID CUNDINAMARCA. "Proyecto de acuerdo 001-2016". En línea]. [8 de Agosto 2016]. Disponible en:< <http://www.concejo.madrid-cundinamarca.gov.co/es/concejo-en-linea/proyectos-de-acuerdo/2187-por-el-cual-se-crea-la-junta-municipal-defensora-de-animales-y-se-dictan-normas-sobre-su-funcionamiento><

AMBIENTE BOGOTÁ. "Documento técnico de soporte para la construcción de la política pública de protección y bienestar animal del distrito". [En línea]. [8 de Agosto 2016]. Disponible en:< http://www.ambientebogota.gov.co/c/document_library/get_file?uuid=59e6d70c-a54f-46f5-b39a-c3a3c3e1bc0b&groupId=10157>

1.3 DIAGNÓSTICO PESTAL FACATATIVÁ

El diagnóstico PESTAL del municipio de Facatativá, sirve de base para analizar los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales que tienen relevancia en el sector de servicios para determinar cuáles son distinguidos y si tienen un impacto para el desarrollo de la empresa.

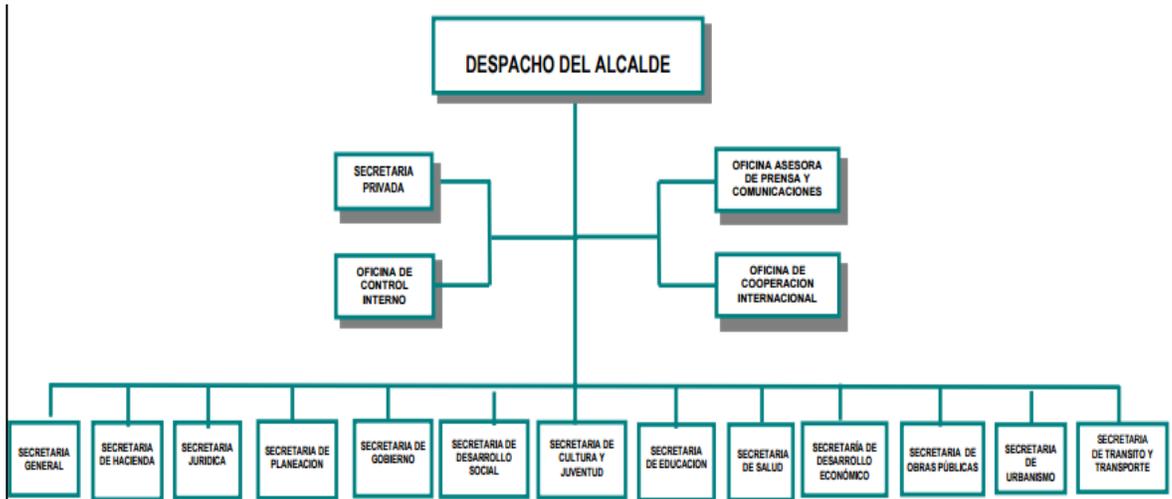
1.3.1 Aspectos políticos. Los factores políticos como la normatividad vigente, políticas comerciales, organización de la alcaldía del municipio; serán la guía para diagnosticar los elementos influyentes para el desarrollo del proyecto.

1.3.1.1 Planificación de desarrollo municipal. Luego del plan de desarrollo económico, social, ambiental y de obras públicas: “**TODOS SOMOS FACATATIVÁ**” 2012-2015; el nuevo alcalde Pablo Emilio Malo García; con su nuevo programa de gobierno “**RECUPEREMOS A FACATATIVÁ**” 2016-2019, busca “mejorar el nivel de vida los ciudadanos a través de una eficiente y eficaz prestación de bienes y servicios”⁴⁸. La publicación del Plan de desarrollo municipal 2016-2019, definirá los objetivos, metas, planes, programas y proyectos con sus respectivas fechas de ejecución las cuales servirán de orientación para la elaboración del presente proyecto.

1.3.1.2 Organigrama. La figura pública con mayor jerarquía en el municipio es el Alcalde, bajo dicha autoridad se apoyan en el mismo nivel la Secretaría privada, la oficina de control interno, la oficina asesora de prensa y comunicaciones y la oficina de cooperación internacional. Para el último nivel en el organigrama de la administración central de Facatativá se hallan: la secretaría general, hacienda, jurídica, de gobierno, desarrollo social, cultura y juventud, educación, salud, desarrollo económico, de tránsito y transporte, urbanismo y obras públicas; todas secretarías con el mismo nivel jerárquico. La Imagen 3., muestra la organización para la administración central del municipio.

⁴⁸ PROGRAMA DE GOBIERNO PABLO EMILIO MALO GARCIA. “RECUPEREMOS A FACATATIVÁ”. [En línea]. [23 Marzo de 2016]. Disponible en : <http://facatativa-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/64346261323761326661393966323837/programa-de-gobierno-pablo-malo-garcia.pdf>

Imagen 3. Organización para la administración de Facatativá



Fuente: Alcaldía de Facatativá. Disponible en: <http://facatativa-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/37643232356235323930323362656264/1-plan-de-comunicaciones-2013.pdf>. (Consultado 23-03-2016)

1.3.2 Aspectos económicos. En éste ítem se valora la situación actual del mercado en el municipio, sus principales actividades económicas, tendencias y PIB.

1.3.2.1 Actividad económica. Facatativá se caracteriza por ser un municipio con gran cantidad de establecimientos comerciales. La actividad económica urbana de comercio “tiene cerca de 4247 establecimientos que proporcionan alrededor de 11908 empleos en áreas como la producción de calzado y prendas de vestir, fabricación de productos primarios de hierro y acero, impresión, edición de actividades periodísticas y similares, actividades agroindustriales, venta de productos alimenticios, agrícolas, farmacéuticos, de construcción y combustibles, entre otros productos”⁴⁹. Facatativá cuenta además con grandes almacenes y supermercados (Éxito, Metro, Colsubsidio, Merca Centro, Surtimax) que generan distintos empleos y ayudan con el desarrollo municipal. Por la historia que ha trascendido Facatativá, sus antiguas construcciones que son considerados patrimonio municipal y parques reconocidos como el *Parque arqueológico piedras del tunjo*, caracterizan al municipio como una atracción turística.

En el sector primario y secundario según estudios de la Alcaldía de Facatativá, también se distinguen varias actividades que aportan a la economía interna. En cuanto al sector primario se distinguen en la zona rural cultivos agrícolas entre los cuales se encuentran las flores, papa, arveja, maíz, hortalizas y fresas; teniendo un

⁴⁹ ALCALDÍA DE FACATATIVÁ – CUNDINAMARCA. “Economía”. [En línea]. [23 marzo de 2016]. Disponible en http://www.facatativa-cundinamarca.gov.co/informacion_general.shtml

menor porcentaje de participación se encuentra la ganadería pero la producción de leche también hace parte de las actividades económicas⁵⁰. Siendo así, la economía del municipio tiene un gran nivel de importancia en la zona veredal; tanto en los hogares campesinos con mano de obra artesanal; como en empresas que han empezado a incentivar el desarrollo con mano de obra calificada y el uso de tecnología que pertenecen a la actividad industrial (sector secundario), que se encuentra representada por empresas que requieren a diferencia de los otros dos sectores económicos mano de obra calificada sin dejar a un lado la mano de obra no calificada que es esencial en sus procesos productivos; las empresas más destacadas son: ECOPETROL, Alpina, Arrocería de la Sabana, Yambal, Inagro, Alimentos Polar e Indalpe.

En el Cuadro 5., se muestra cómo se encuentra Facatativá frente a los otros municipios de la sábana de occidente en sus actividades económicas. Se refleja gran dinámica en comercio, turismo, gastronomía y actividades del sector primario.

⁵⁰ Ibíd.

Cuadro 5. Actividades económicas de principales municipios de Cundinamarca

MUNICIPIO	ECONOMÍA																		OBSERVACIONES
	INDUSTRIA				COMERCIO		AGRICULTURA		GANADERIA		TURISMO		GASTRONOMIA		INSTITUCIONES FINANCIERAS		EXENCIÓN DE IMPUESTOS		
	PARQUES INDUSTRIALES		ZONA FRANCA		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
BOJACÁ		x		x				x		x			x			x			17 empresas legalmente constituidas
EL ROSAL	1(*)						x		x(**)				x			x			50 empresas legalmente constituidas
FACATATIVÁ(!!!)		x		x	x		x		x		x		x			x			7 que tributan en Faca. 50 que tributan en Bogotá.
FUNZA	12(***)			x	x		x		x				x			x			1200 empresas comerciales inscritas en la cámara de Comercio y aproximadamente existen 1000 empresas industriales.
MADRID	3(!)			x	x		x		x				x			x			Hay más o menos 130 empresas. Aprox 1000 empresas
MOSQUERA	13			1(!!)			x		x				x			x			Más o meos de 300 a 400 empresas establecidas.
SUBACHOQUE		x		x	x		x		x		x		x			x			Más o menos 12 empresas: Abono, agua, triplex, ladrilleras, flores.
ZIPACÓN		x		x			x		x		x		x			x			Más o menos 12; Agua, abonos, triplex, lácteos.
NOTAS																			
(*) En construcción																			
(**) Renglón importante																			
(***) Son 12 parques industriales y (8) licencias en curso para construir parques industriales																			
(!) 3 establecimientos y 2 en proyecto																			
(!!) Los sectores más fuertes son: Metalmecánica, plástico, alimentos, logística (transporte) y químicos, la Zona Franca de Mosquera ya tiene 4 empresas en funcionamiento																			
(!!!) Los sectores más fuertes son: Agricultura, ganadería, industria lácteos, curtiembres, concentrados y floricultura, comercio, turismo y gastronomía.																			

Fuente: Fenalco-2012, (Consultado 23 Marzo de 2016)

Como se puede observar Facatativá tiene una desventaja en cuanto a Parques Industriales y Zonas Francas, frente a municipios como Madrid, El Rosal, Funza y Mosquera que tienen gran cantidad de empresas importantes.

El comercio para los municipios de la sabana occidente es de gran importancia para su economía interna, pero en Facatativá para el año 2012 solo existían 7 que tributaban en Facatativá y 50 que tributaban a Bogotá, comparando por ejemplo con Funza, un municipio más pequeño geográficamente poseía para el 2012, 1200 empresas comerciales y aproximadamente 1000 empresas industriales lo que genera empleo y formalidad constitucional. Concluyendo así la informalidad es muy amplia para los establecimientos comerciales en Facatativá, que aunque ha venido formalizándose en los últimos años, no tiene el mismo auge en comparación con los municipios de sabana occidente.

1.3.2.2 Producto interno bruto de Facatativá. Según cifras de la Secretaría de Planeación de Cundinamarca; la sabana de occidente, provincia de donde pertenece el municipio de Facatativá, “en el 2008 aportó para el PIB de Cundinamarca el 18,8% superado únicamente por la provincia sabana centro (conformada por los municipios de: Cajicá, Chía, Cogua, Cota, Gachancipá, Nemocón, Sopo, Tabio, Tenjo, Tocancipá y Zipaquirá) que mantenía un promedio del 22.2%”⁵¹. La Tabla 16., muestra la participación de los municipios de la Sabana de Occidente en el PIB provincial.

Tabla 16. Aporte al PIB por municipios de la Sabana de Occidente 2008

Municipio	Aporte en el PIB
Zipacón	0,79%
Subachoque	9,54%
Mosquera	16,47%
Madrid	28,97%
Funza	17,78%
Facatativá	20,73%
El Rosal	3,54%
Bojacá	2,18%

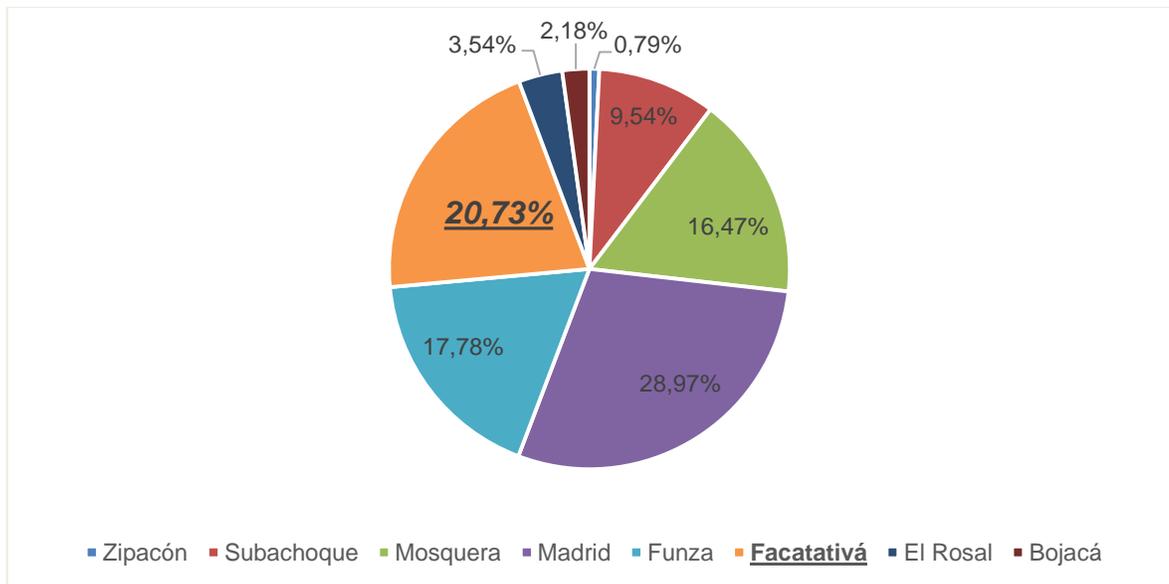
Fuente: Cuentas económicas DANE y Secretaría de Planeación de Cundinamarca. Disponible en: http://www.urosario.edu.co/urosario_files/c7/c75acb75-be29-49c8-8e50-f45bd4f96169.pdf. (Consultado 24 marzo de 2016)

Facatativá obtuvo una participación del 20,73% frente a los otros municipios. Dicho aporte al PIB, se refleja en actividades comerciales, actividades relacionadas con el

⁵¹ UNIVERSIDAD DEL ROSARIO. “Plan de competitividad de la provincia de Sabana Occidente-Producto interno bruto”. [En línea]. [24 Marzo de 2016]. Disponible en: http://www.urosario.edu.co/urosario_files/c7/c75acb75-be29-49c8-8e50-f45bd4f96169.pdf

sector primario, servicios y otras actividades importantes para el municipio mencionadas con anterioridad. En cuanto al resto de municipios aledaños a Bogotá, “es evidente que Bogotá genera efectos directos sobre el crecimiento económico y poblacional de los municipios periféricos al Distrito, lo que impulsa la actividad económica de los municipios aledaños a la capital Colombiana”⁵². En el Gráfico 11., se puede ver el diagrama de torta para evidenciar la participación del municipio de Facatativá.

Gráfico 11. Aporte al PIB de los municipios de Sabana Occidente 2008



Fuente: Cuentas económicas DANE y Secretaría de Planeación de Cundinamarca. Disponible en: < http://www.urosario.edu.co/urosario_files/c7/c75acb75-be29-49c8-8e50-f45bd4f96169.pdf>. (Consultado 24-03-3016)

Dicho 20,73% de participación se refleja en La Tabla 17., en millones de pesos de la participación del PIB de Facatativá, donde el casi el 80% es generado por el área urbana donde se concentra la mayor parte de actividades económicas.

⁵² GAMEZ- TINOCO, Luisa-Diego. Bogotá D.C., 2016, 34p. Trabajo de grado (ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA “CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y DISTRIBUIDORA DE CAUCHO GRANULADO EN EL MUNICIPIO DE FACATATIVÁ (CUNDINAMARCA)”). Fundación Universidad América. Facultad de Ingenierías. Cundinamarca.

Tabla 17. Producto interno bruto en Facatativá 2012

Producto interno bruto	Millones de pesos (\$)
Producto interno bruto Total	419.016
Producto interno bruto Urbano	335.029
Producto interno bruto Rural	123.937

Fuente: Facatativá y su economía, 2012. Disponible en: <http://facatativa-cundinamarca.gov.co/apc-aa-iles/37643232356235323930323362656264/consolidado-estadistico-descriptivo-base-de-datos-sisben-facatativ-16-abril-2013.pdf>. (Consultado 24 Marzo de 2016)

1.3.3 Aspectos socioculturales. Analizar la población para la cual será dirigido el servicio es vital para el estudio. Número de habitantes, tendencias y estilos de vida serán la clave para determinar el entorno al que se enfocará el proyecto.

1.3.3.1 Población. Para el 2005 año del censo nacional, el número de habitantes de Facatativá registraba los 107.452 habitantes representando el 0,25% del total de la población Colombiana, pero dado el crecimiento y desarrollo del municipio en el 2012 se llegó a los 124.779 habitantes y con proyecciones realizadas por el DANE en el 2015 alcanza los 132.106 habitantes.⁵³ En la Tabla 20., se representan las proyecciones del número de habitante por zona hasta el año 2015.

Tabla 18. Número de habitantes en Facatativá 2011-2015

AÑO	2011	2012	2013	2014	2015
TOTAL	122.320	124.779	127.226	129.671	132.106
URBANO	109.909	112.269	114.616	116.960	119.294
RURAL	12.411	12.510	12.711	12.711	12.812

Fuente: Proyecciones DANE 2015. Disponible en: <http://facatativa-cundinamarca.gov.co/apcafiles/37643232356235323930323362656264/consolidado-estadistico-descriptivo-base-de-datos-sisben-facatativ-16-abril-2013.pdf> (Consultado 24 Marzo de 2016)

El comportamiento de la población rural en Facatativá se ha mantenido en los últimos años casi constante, mientras que la aceleración del crecimiento demográfico urbano ha aumentado en un 8% total y un crecimiento del 2% anual

⁵³ SECRETARÍA DE PLANEACIÓN DE FACATATIVÁ. “Análisis estadístico poblacional”. [En línea]. [24 Marzo de 2016]. Disponible en: <http://facatativa-cundinamarca.gov.co/apc-aa-iles/37643232356235323930323362656264/consolidado-estadistico-descriptivo-base-de-datos-sisben-facatativ-16-abril-2013.pdf>

generando para finales del año 2016 una población cercana a los 122.000 habitantes en la zona urbana del municipio.

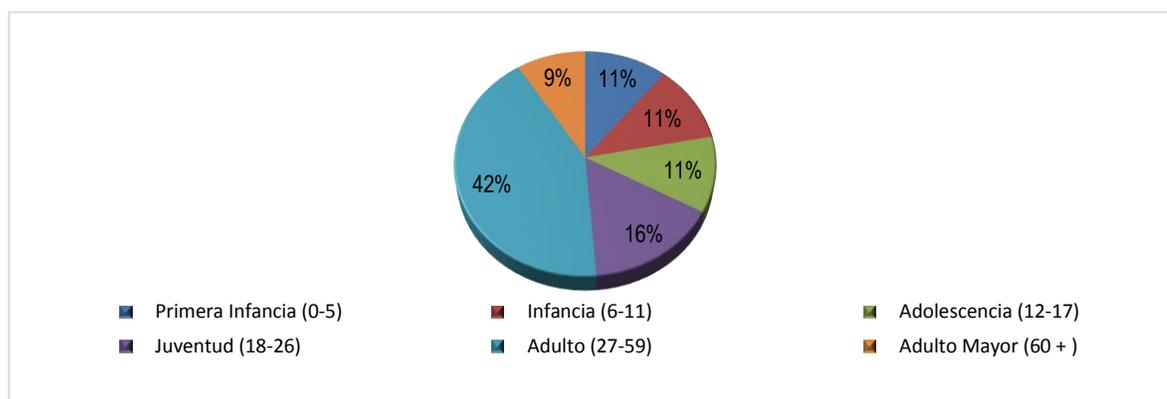
1.3.3.2 Características demográficas en Facatativá. El municipio se encuentra distribuido por rangos de edad: Primera infancia (0-5), infancia (6-11), adolescencia (12-17), juventud (18-26), adulto (27-59) y adulto mayor (60 en adelante). La Tabla 19., y el Gráfico 12., muestran la proyección para el año 2015 del número de habitantes por edad (en años).

Tabla 19. Distribución de la población por rangos de edad 2015

Rangos de edad	Número de habitantes
Primera Infancia (0-5)	14.333
Infancia (6-11)	14.726
Adolescencia (12-17)	14.403
Juventud (18-26)	20.873
Adulto (27-59)	55.816
Adulto Mayor (60 +)	11.955

Fuente: Proyecciones DANE 2015, Secretaría de planeación de Cundinamarca, estadísticas básicas municipales. Disponible en: <http://www.cundinamarca.gov.co/wps/portal/Home/SecretariasEntidades.gc/Secretariadeplaneacion/VisorEstadisticoMun.gc>. (Consultado 23 Marzo de 2016)

Gráfico 12. Distribución de la población por rangos de edad 2015



Fuente: Proyecciones DANE 2015, Secretaría de planeación de Cundinamarca, estadísticas básicas municipales. Disponible en: <http://www.cundinamarca.gov.co/wps/portal/Home/SecretariasEntidades.gc/Secretariadeplaneacion/VisorEstadisticoMun.gc>. (Consultado 23 Marzo de 2016).

Facatativá para el 2015 tiene una población con un porcentaje del 6% en personas con edad mayor a 60 años, esto influenciado por la disminución en esperanza de

vida de las personas. Mientras que tiene un porcentaje del 42% en personas entre 27 y 59 años consideradas adultas que podrían ser parte de los clientes objetivos de la guardería canina.

1.3.4 Aspectos tecnológicos. En este punto el énfasis son las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC), lo cual es un concepto mucho más moderno asociado a la informática e Internet. Con el plan departamental “Cundinamarca, calidad de vida”, se plantea que el 100% de los municipios del departamento estén conectados en la red tecnológica de la comunicación y de la información⁵⁴, por lo cual Facatativá también se encuentra en aras de reducir los índices de pobreza y la generación de nuevas oportunidades de trabajo; para ello en el año 2015 se implantó el primer punto Vive Digital en Facatativá implementado por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. El proyecto tuvo una inversión de 638 millones de pesos y tiene el fin de contribuir al desarrollo social y económico de la población⁵⁵. Éste apoyo gubernamental hace que la población del municipio mejore su calidad de vida y se incentive para la innovación y emprendimiento, además de abrir la mente de las personas para conocer nuevos productos y servicios que existen hoy en el mercado.

1.3.5 Aspectos ambientales. La legislación ambiental vigente hoy en Facatativá se encuentra a continuación en el Cuadro 6.

Cuadro 6. Legislación ambiental para Facatativá

Ley	Descripción
Decreto 263 de 2009	Por el cual se establece la implementación, consolidación y evaluación y control del sistema de gestión ambiental del municipio de Facatativá SIGAM y se crea el consejo ambiental municipal ⁵⁶ .

⁵⁴ ESTADÍSTICAS DE CUNDINAMARCA. “Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC)”. [En línea]. [24 Marzo de 2016]. Disponible en: < <http://www.cundinamarca.gov.co/wps/wcm/connect/04aecefa-79d0-4a3c-be08-9440023c225a/TACO+estadisticas+cundinamarca+Publicaci%C3%B3n+WEB.compressed.pdf?MOD=AJPERES>>

⁵⁵ MINTIC. “La comunidad de Facatativá ahora cuenta con un punto Vive Digital”. [En línea]. [24 Marzo de 2016]. Disponible en: < <http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-1673.html>>

⁵⁶ ALCALDÍA DE FACATATIVÁ. “Normatividad vigente”. [En línea]. [08 Abril de 2016]. Disponible en: < http://www.facatativa-cundinamarca.gov.co/normatividad_vigente.shtml>

Según el Plan de ordenamiento territorial de Facatativá, los objetivos ambientales integran los planes para establecer, como principio básico para el desarrollo del municipio, el respeto y la valoración de la diversidad del medio natural y la conservación de los recursos naturales renovables; proteger los cerros, cuerpos de agua y los suelos agrícolas altamente productivos e integrar los ecosistemas del área rural con los del área urbana para generar corredores ecológicos que mejoren la calidad ambiental⁵⁷.

1.3.6 Aspectos legales. La normatividad específica para el municipio de Facatativá, se encuentra a continuación en el Cuadro 7.

Cuadro 7. Legislación para Facatativá

Ley	Descripción
Resolución administrativa 062	Por el cual se fijan las fechas límites para la presentación de la declaración del impuesto de industria y comercio, retenciones de industria y comercio avisos y tableros ²⁰ .
Resolución 167 de 2015	Por el cual se establece el calendario tributario del municipio de Facatativá para el año 2016.
Decreto No.301 de 2013	Por el cual se fijan los horarios de atención al público para los establecimientos comerciales y de servicios en el municipio de Facatativá.

1.4 DIAGNÓSTICO PESTAL SUBSECTOR

A través del diagnóstico PESTAL del subsector se realizará un estudio de los factores económicos, sociales, ambientales, tecnológicos y legales que afectan el desarrollo del proyecto.

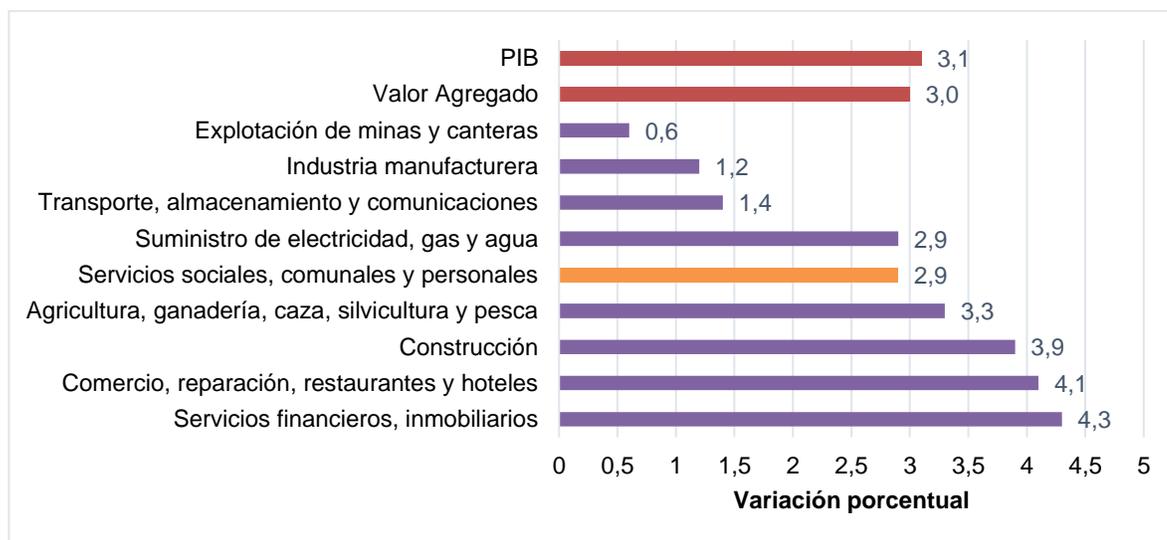
1.4.1 Aspectos económicos. Para entender y ubicar el subsector que se pretende analizar en el mercado, se estudiará la clasificación CIIU de la actividad económica, el aporte al PIB de grandes ramas económicas, nivel de empleo del subsector de servicios, terminando con algunos costos para la manutención de un canino.

1.4.1.1 Aportes económicos por grandes ramas económicas. Según los resultados expuestos por el DANE del último trimestre del año 2015, el producto

⁵⁷ POT. "Objetivo Ambiental". [En línea]. [23 Marzo de 2016]. Disponible en: http://www.facatativa-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/32666261396530396563616434656231/Plan_de_Ordenamiento_Territorial.PDF

interno bruto de Colombia creció 3,3% con respecto al mismo periodo del año 2014; durante todo el año 2015 (enero-diciembre) el PIB creció 3,1% respecto al año anterior.⁵⁸ El Gráfico 13., muestra la variación de las grandes ramas económicas, la variación del valor agregado en general y por supuesto la variación porcentual acumulada anual del PIB.

Gráfico 13. Producto interno bruto por grandes ramas de la economía 2015



Fuente: DANE. Comunicado de prensa. Marzo de 2016. Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/cp_PIB_IVtrim15_oferta.pdf . (Consultado 28-04-2016)

La rama denominada servicios sociales, comunales y personales; donde se encuentra ubicada la actividad económica del negocio del proyecto, tuvo una variación positiva del 2,9% que aunque no estuvo por encima del promedio es una rama que muestra resultados en crecimiento los últimos periodos analizados por el DANE, gracias a su comportamiento positivo y auge dentro del mercado.

1.4.1.2 Clasificación industrial internacional uniforme (CIIU). La identificación del código CIIU de la actividad económica que se trabajará es de gran importancia para la penetración y segmentación que se realice.

La sección a estudiar es la *sección S* con el nombre *Otras actividades de servicios*, la cual comprende las actividades de las asociaciones, la reparación de computadores, efectos personales, enseres domésticos y una variedad de servicios personales no cubiertos en otros lugares de clasificación. La división entonces que

⁵⁸ DANE. “3,1% creció la economía colombiana en el año 2015”. [En línea]. [28 Abril de 2016]. Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/cp_PIB_IVtrim15_oferta.pdf

se trabajará es la número noventa y seis (96), denominado: *Otras actividades de servicios personales*, la cual contiene el subgrupo categorizado como: *Otras actividades de servicios personales*, el cual incluye el rubro: **los servicios de cuidados de animales domésticos, como residencias y peluquerías para animales, el aseo, la sesión de formación y adiestramiento de mascotas**⁵⁹.

El modelo de negocio que se pretende plantear no puede dejar a un lado el servicio veterinario para las mascotas, en el subgrupo nombrado anteriormente se encuentran excluidas las actividades veterinarias, que aunque no son el núcleo principal del negocio, si debe ser un servicio que complementa a la organización, ya sea en una tercerización o parte oficial de la empresa. Las *actividades veterinarias* se encuentran en la sección M denominadas *Actividades profesionales, científicas y técnicas*, en la división número 75. En el Cuadro 8., se muestra la descripción y el Código CIU correspondiente a las actividades de la guardería canina.

Cuadro 8. Clasificación CIU

Código CIU	Descripción de la actividad
9609→ Otras actividades de servicios personales n.c.p	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Las actividades de baños turcos, sauna y baños de vapor, solarios, y salones de reducción y adelgazamiento, salones de masaje, entre otros. ✓ Las actividades de astrología y espiritismo. ✓ Las actividades sociales como las de agencias que se encargan de la contratación de acompañantes o de poner en contacto entre sí a personas que buscan compañía o amistad, servicios de citas, y los servicios de agencias matrimoniales. ✓ Los servicios de cuidado de animales domésticos, como residencias y peluquerías para animales, el aseo, la sesión de formación y adiestramiento de mascotas. ✓ Las actividades de asociaciones genealógicas. ✓ Las actividades de limpiabotas, porteadores de maletas, aparcadores de automóviles, entre otras. ✓ La explotación de máquinas de servicio personal que funcionan con monedas (foto cabinas, máquinas para el control del peso y la presión arterial, taquillas que funcionan con monedas, etc.). ✓ Las actividades de trabajadores y trabajadoras sexuales.

⁵⁹DANE. “Clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas”. [En línea]. [4 Abril de 2016]. Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/nomenclaturas/CIU_Rev4ac.pdf

Cuadro 8. (Continuación)

Código CIU	Descripción de la actividad
7500→ Actividades veterinarias	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Las actividades de atención médica y control de animales en establecimientos agropecuarios. ✓ Las actividades de atención médica y control de animales domésticos. ✓ Las actividades de asistentes veterinarios u otro personal auxiliar veterinario. ✓ Las actividades de diagnóstico clínico-patológico y otros diagnósticos relacionados con animales. ✓ Las actividades veterinarias que requieran la utilización de ambulancia para animales.

Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá. Descripción CIU. Disponible en: <http://linea.ccb.org.co/descripcionciuu/>. (Consultado 05 Abril de 2016)

1.4.1.3 Análisis de la variación bruta de los subsectores de servicios. Teniendo claro las actividades económicas que se llevarán a cabo y de las cuales se desea hacer un análisis general, a continuación en la Tabla 20. y en el Gráfico 14., se muestra la variación anual de los subsectores de servicios del cuarto trimestre del 2015 según CIU.

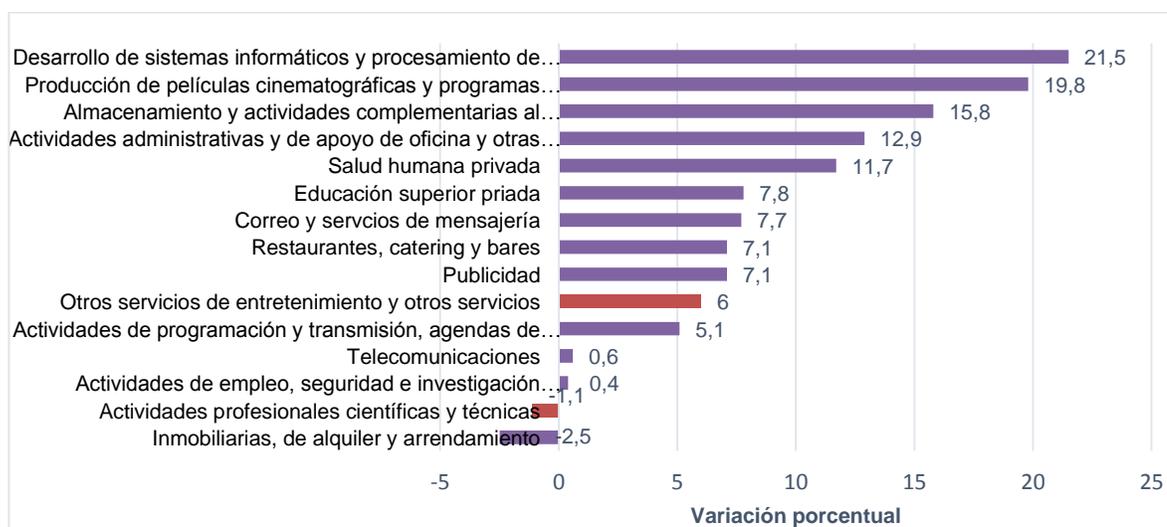
Tabla 20. Variación anual año 2014-2015 de subsectores de servicio

Subsector de servicio	Variación (%)
Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	21,5
Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	19,8
Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	15,8
Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades	12,9
Salud humana privada	11,7
Educación superior privada	7,8
Correo y servicios de mensajería	7,7
Publicidad	7,1
Restaurantes, catering y bares	7,1
Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	6,0
Actividades de programación y transmisión, agendas de noticias	5,1
Telecomunicaciones	0,6
Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	0,4
Actividades profesionales científicas y técnicas	-1,1
Inmobiliarias, de alquiler y arrendamiento	-2,5

Fuente: DANE. Muestra trimestral de servicios. Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/mts/pres_mts_IV/tri15.pdf (Consultado 28 Abril de 2016)

Los mayores incrementos en los ingresos del sector de servicio, con respecto al mismo trimestre del año anterior son las actividades relacionadas con el desarrollo de sistemas informativos y procesamiento de datos con una participación del 21,5%, producción de películas cinematográficas y programas de televisión con un 19,8% y almacenamiento con actividades complementarias al transporte con un 15,8%; las actividades que se despliegan del subsector denominado “*otros servicios de entretenimiento y otros servicios*”, aunque no tuvieron un incremento tan alto frente al mismo trimestre del año 2014, vale rescatar su aumento del 6%.⁶⁰ Mientras que las actividades profesionales científicas y técnicas de donde pertenecen las actividades veterinarias tuvo una variación negativa de -1,1% con respecto al mismo periodo del año 2014.

Gráfico 14. Variación anual 2014-2015 en ingresos de los subsectores de servicio



Fuente: DANE. Muestra trimestral de servicios. Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/mts/pres_mts_IVtri15.pdf. (Consultado 28 Abril de 2016)

1.4.1.4 Empleo en el subsector de actividades que brinden servicios de cuidado de animales domésticos, como residencias y peluquerías para animales, el aseo, la sesión de formación y adiestramiento de mascotas. Este mercado se está moviendo considerablemente en todo el país asegura Rafael España, director económico de Fenalco en una entrevista para un artículo del periódico El País, explicando también que “los sectores comerciales con mayor crecimiento para las mascotas son los alimentos, accesorios y están a la alza los

⁶⁰ DANE. “Muestra trimestral de servicios, IV trimestre de 2015”. [En línea]. [05 Abril de 2016]. Disponible en: < http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/mts/bol_mts_IVtrim_15.pdf>

servicios como hoteles, spas y la diversión canina”⁶¹. Por ende éste mercado debe explotarse para satisfacer la necesidad de los clientes que deseen mejorar la calidad de vida de sus canes.

En el país existen registrados alrededor de 2700 establecimientos de comercio al por menor que ofrecen productos y servicios caninos. En una veterinaria por ejemplo se estima alrededor de 4 empleados en el establecimiento, solo ofreciendo el servicio de salud; se puede intuir entonces un número de empleados mucho más grande para el modelo de negocio que se desea desarrollar porque se pretende crear una guardería con una capacidad significativa, con personas capacitadas en temas específicos y realizando tareas puntuales.

A continuación, en el Cuadro 9., se muestra el costo de mantenimiento de una mascota mediana en pesos considerada en septiembre de 2015 por expertos en el mercado.

Cuadro 9. Costos de manutención para un perro

PRODUCTO O SERVICIO	COSTO (\$)
Alimento perro (mes)	200.000
Paseo de perros (4 horas día por un mes)	60.000
Alquiler de guacal (día)	20.000
Eco caminata	25.000
Servicios de adiestramiento (mes)	700.000
Campamento de mascotas (martes y jueves un mes)	160.000
Placa de identificación con código	25.000
Peinado especial canino	40.000
Baño y Spa	40.000
Sepultura con lápida, transporte y otros	300.000
Cama para perro	70.000
Camisas para caninos (Tallas s y m)	25.000

Fuente: DIARIO EL PAÍS DE CALI. Disponible en: <http://www.elpais.com.co/elpais/california/noticias/mascotas-y-su-cuidado-renglon-economico-ha-ganado-importancia>. (Consultado 8-04-2016)

El Cuadro 9., describe el costo de manutención que conlleva un perro según las necesidades y alcance de los clientes. A la vez la variedad de servicios y productos que se ofrecen actualmente en éste mercado que son generadores de nuevos empleos y tienen un aporte positivo para el desempleo en el país.

⁶¹ CARRILLO SARRIA. José Luis. “Las mascotas y su cuidado, un renglón que ha cobrado protagonismo”. [En línea]. [21 Abril de 2016]. Disponible en: <<http://www.elpais.com.co/elpais/california/noticias/mascotas-y-su-cuidado-renglon-economico-ha-ganado-importancia>>

1.4.2 Aspectos socioculturales. En este ítem se encuentran acciones y actividades que en la actualidad Facatativá está realizando por la población canina, entre ellas están festivales caninos, jornadas de vacunación y donaciones para el mejoramiento urbano; es común que las mascotas ganen cada vez más un espacio en los hogares; las personas tienen múltiples razones por las que deciden adquirirlas, “En Colombia, seis de cada diez familias cuentan con alguna mascota en su hogar, siendo los perros los animales preferidos, con una prevalencia del 70%, frente a otras especies como aves, gatos y peces”⁶², además personas solteras y parejas jóvenes prefieren tener mascotas en lugar de hijos, quienes deciden hacerlo por lo general son personas con buen nivel profesional y eligen tener animales con la excusa de que el ser padres conlleva mucha responsabilidad, otras simplemente no se sienten preparados para tener hijos y otros aprovechan el trato especial que le dan a sus mascotas, como etapa de aprendizaje para enfrentar los retos que implicaría tener hijos.

1.4.2.1 Aseo de mascotas en Facatativá. La alcaldía de Facatativá recibió por parte de la Dirección de Desarrollo Agropecuario de la Secretaria de Desarrollo económico 50 puntos caninos, los cuales están comprendidos por una caneca y un dispensador de bolsas. Estos puntos se entregaron a 36 presidentes de juntas de acción comunal en Facatativá los cuales tomaron 42 puntos, y las Juntas defensoras de animales, todo con el fin de mejorar la convivencia y mantener limpias la zonas verdes y calles, “Con éstos puntos se busca generar conciencia entre la ciudadanía de la importancia de mantener las zonas verdes libres de excrementos animales, logrando no solo el bienestar de las mascotas sino que además se evita la propagación de enfermedades y se mejoran las condiciones de prados, parques y calles entre otros”⁶³.

1.4.2.2 Festivales caninos. “En Facatativá, anualmente se realiza el Festival canino y de brujas. En los festivales se realizan concursos de belleza los cuales promedian una participación de 150 perros, en donde además del reinado, se realizan charlas y talleres pedagógicos en temas de domar caninos, prevención de peleas entre perros y de condicionamiento canino”⁶⁴.

En cuanto a los festivales de brujas, se realizan en el escenario deportivo y cultural Parque Lineal las Tinguas, “en donde perros de todas las razas lucen sus mejores

⁶² EL HERALD. La vida de perros mueve millones. En: El Herald (22 Mayo de 2015). Disponible en: <<http://www.elheraldo.co/tendencias/la-vida-de-perros-mueve-millones-196275>>

⁶³ ALCALDIA DE FACATATIVA-CUNDINAMARCA. “Puntos caninos de aseo para las mascotas en Facatativá”. [En línea]. [8 Abril de 2016]. Disponible en: <<http://www.facatativa-cundinamarca.gov.co/noticias.shtml?apc=ccx-1-&x=2628745>>

⁶⁴ ALCALDIA DE FACATATIVA-CUNDINAMARCA. “Masiva asistencia en Festival Canino”. [En línea]. [8 Abril de 2016]. Disponible en: <<https://www.facebook.com/prensafacatativa/posts/270933996411286>>

trajes en el desfile de disfraces, llevándose consigo premios de las empresas Raza, Itacol y el Almacén Tecnoagro, empresas del sector privado que contribuyen al cuidado y bienestar de perros y gatos⁶⁵. Como parte del festival se realiza la vacunación antirrábica y desparasitación a caninos y felinos totalmente gratis.

1.4.3 Aspectos tecnológicos. Actualmente en Colombia se puede encontrar portales de Internet dedicados exclusivamente a ofrecer productos y servicios para mascotas como perros, gatos, aves, peces y hámsteres. Ciudad de mascotas creada por Juan Carlos Martínez experto en comercio electrónico asegura que mediante su portal web hace que sus clientes: “Ahorren tiempo en la compra, pagan un precio justo y tiene la disponibilidad de gran variedad de productos y servicios”. En www.ciudaddemascotas.com se destacan anuncios como caminatas ecológicas, comida para perros, artículos, ropa, juguetes, servicios y anuncios de gran interés para los amantes de los perros⁶⁶.

Otro portal reconocido es Protejomimascota.com “que entrega una variedad de productos y servicios que incluyen alimentación, juguetes, accesorios y pólizas de seguros, así como información relacionada con el mundo de las mascotas sobre aseo, salud, educación guarderías, tendencias y avisos clasificados”⁶⁷.

Dados los avances tecnológicos, la puesta en marcha del negocio deseado no puede olvidarse de cómo avanza el mundo día a día, por lo cual es importante ofrecer facilidad a los clientes como lo hacen los portales anteriormente mencionados, también ofrecer formas electrónicas de pago, respaldándose de la entidad Pago Online PSE, y la indagación de noticias y consejos para el bienestar de las mascotas.

1.4.4 Aspectos ambientales. En Colombia actualmente están establecidas una serie de leyes y decretos para la preservación del medio ambiente.

En el Cuadro 10., se muestran las leyes más importantes que se deberá tener en cuenta para el buen funcionamiento del negocio.

⁶⁵ MUTANTES.TV. “Facativá, mascotas disfrutaron del festival canino”. [En línea]. [8 Abril de 2016]. Disponible en: <<http://www.mutantes.tv/facativa-mascotas-disfrutaron-del-festival-canino/>>

⁶⁶ CARACOL RADIO. “Ciudad de mascotas, una web colombiana que mimas a los animales de compañía”. [En línea]. [4 Abril de 2016]. Disponible en: ≤ <http://www.caracol.com.co/noticias/tecnologia/ciudad-de-mascotas-una-web-colombiana-que-mima-a-los-animales-de-compania/20130824/nota/1956977.aspx>>

⁶⁷ PORTAFOLIO. “Mascotas, en el radar del sector asegurador”. [En línea]. [4 Abril de 2016]. Disponible en: < <http://www.portafolio.co/economia/finanzas/mascotas-radar-sector-asegurador-58278>>

Cuadro 10. Legislación ambiental para el subsector

Ley	Descripción
LEY 1259 DE 2008	Busca implementar una cultura ciudadana, sobre el adecuado manejo de residuos sólidos y escombros, previendo la afectación del medio ambiente y la salud pública, mediante sanciones pedagógicas y económicas a los que infrinjan la normatividad existente ⁶⁸ .
LEY 746 DE 2002	Tiene por objeto regular la tendencia de ejemplares caninos en las zonas urbanas y rurales del territorio nacional, con el fin de proteger la integridad de las personas, la salubridad pública y el bienestar del propio ejemplar canino ⁶⁹ .

1.4.5 Aspectos legales. En el Cuadro 11., se describen las principales leyes, normas, decretos que influyen en el entorno del negocio. La información obtenida se realiza a nivel Nacional y algunas específicamente en Bogotá, por cercanía a Facatativá.

Cuadro 11. Principales normas relacionadas con caninos

Ley	Descripción
Artículo 108 E del código de Policía.	<p>“La ley exige que las condiciones de alojamiento e higiénicas sean las óptimas, y exige que en lugares de copropiedad como conjuntos residenciales y edificios, el perro sea llevado con correa y bozal en caso de ser necesario de acuerdo con su potencial peligro. Animal que esté en áreas comunes o se mueva en trasportes públicos permitidos deberá llevar correa, bozal, y en caso de las razas citadas arriba, un permiso para su movilización”⁷⁰.</p> <p>Entre los castigos que se presenten por incumplir la ley se encuentran: decomisar la mascota, multas de 5, 10 o 15 smlv estimados según la gravedad.</p>

⁶⁸ MINAMBIENTE. “LEY 1259 DE 2008”. [En línea]. [08 Abril de 2016]. Disponible en: <https://www.minambiente.gov.co/images/normativa/leyes/2008/ley_1259_2008.pdf>

⁶⁹ ADMINISTRACIÓN INTEGRAL DE PROPIEDAD HORIZONTAL. “LEY 746 DE 2002”. [En línea]. [08 Abril de 2016]. Disponible en: <http://www.aiphltda.com/Ley746.htm>

⁷⁰ EL TIEMPO. “Esto dice la ley colombiana sobre los perros”. [En línea]. [5 Abril de 2016]. Disponible en: <<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-10818884>>

Cuadro 11. (Continuación)

Ley	Descripción
Ley 84 de 1989 sobre actos de crueldad hacia animales.	<p>"Los animales tendrán en todo el territorio nacional especial protección contra el sufrimiento y el dolor, causados directa o indirectamente por el hombre"⁷¹.</p> <p>En esta ley, describe los deberes con los animales, que se considera la crueldad animal, penas y agravantes, sacrificio de animal no de consumo, experimentos e investigación.</p>
Ley 9 de 1979 sobre Medidas Sanitarias	<p>"El cual establece el control y vigilancia de las enfermedades transmisibles y no transmisibles y demás fenómenos que puedan afectar la salud así como la necesidad de reglamentar los procedimientos de investigación, prevención y previa consulta de los organismos especializados"⁷².</p> <p>Entre la prevención se encuentra vacunación de personas y animales, captura y observación de animales sospechosos.</p>
Decreto 2257 de 1986 sobre reglamento prevención y control de la Zoonosis"	<p>"Establece que en vías públicas o similares, así como sitios de recreo, queda prohibido el tránsito libre de animales y la movilización de aquellos que puedan causar perturbación o peligro a las personas o a los bienes. Deberá hacerse mediante el uso de cadenas, correas o traillas y utilizando bozales cuando sea el caso, además, los dueños o responsables deben cargar el carné de vacunación"⁷³.</p>
Ley 576 de 2000 sobre código de ética para el ejercicio profesional de la medicina veterinaria y zootecnia"	<p>"Estas profesiones están basadas en una formación científica, técnica y humanística que tiene como fin promover una mejor calidad de vida para el hombre, mediante la conservación de la salud animal, la protección de la salud pública, protección del medio ambiente y la biodiversidad"⁷⁴.</p>

⁷¹ EL TIEMPO. "Esto dice la ley colombiana sobre los perros". [En línea]. [5 Abril de 2016]. Disponible en: <<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-10818884-B3n%200240%20del%2017%20de%20Enero%202014.pdf>>

⁷² Ibíd

⁷³ ALCALDIA MAYOR DE BOGOTÁ. "Secretaría distrital de salud". [En línea]. [5 Abril de 2016]. Disponible en: <<http://www.saludcapital.gov.co/CZOO/Documents/Resoluci%C3%B3n%200240%20del%2017%20de%20Enero%202014.pdf>>

⁷⁴ Ibíd

Cuadro 11. (Continuación)

Ley	Descripción
Resolución 1311 de 2010 sobre políticas de salubridad.	"Corresponde a adelantar a la Secretaría de Salud la vigilancia, prevención, diagnóstico y control, tanto de agentes productores como de los factores de riesgo biológico en Bogotá, al igual que coordinar y desarrollar actividades de esterilización gratuita y permanente en caninos y felinos, campañas de adopción, control higiénico, sanitario de los establecimientos de venta de animales, campañas de educación ciudadana sobre tenencia responsable de animales de compañía" ⁷⁵ .
Reglamento para paseadores de perros.	Para poner un control al trabajo informal de paseadores de perros, se incluirá una reglamentación de perros en Bogotá. "el Concejo de Bogotá aprobó en primer debate un proyecto de acuerdo para que la Secretaría de Ambiente cree un protocolo de seguridad para garantizar tanto la salud de las mascotas como la de los paseadores y transeúntes que se encuentren con ellos en el espacio público" ⁷⁶ .

1.5 FUERZAS DE PORTER

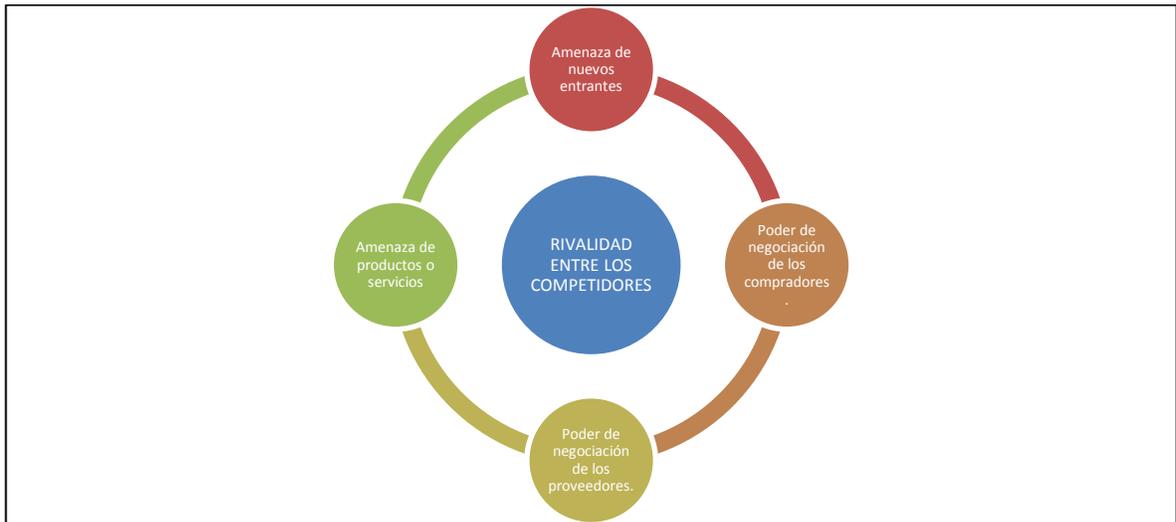
La finalidad del análisis de las cinco fuerzas de Porter es entender y enfrentar a la competencia, llevando los recursos y planeando estrategias dirigidas a encontrar factores críticos de éxito que desarrollen ventajas competitivas sobre ésta. Sin embargo "la competencia por utilidades va más allá de los rivales establecidos de un sector e incluye a las siguientes cuatro fuerzas: los clientes, los proveedores, los posibles entrantes y los productos sustitutos. La rivalidad entonces se genera, como consecuencia de las cuatro primeras fuerzas y da forma a la interacción competitiva dentro de un sector"⁷⁷. En la Imagen 4., se ilustra la relación de las fuerzas de Porter.

⁷⁵ *Ibíd*

⁷⁶ ELTIEMPO. "Se abre paso reglamento para paseadores de perros". [En línea]. [12 septiembre de 2016]. Disponible en: <<http://www.eltiempo.com/bogota/paseadores-de-perros-se-abre-paso-reglamento/16326576>>

⁷⁷ HARVARD BUSINESS REVIEW. América Latina. Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. Actualización Enero de 2008.

Imagen 4. Fuerzas de Porter



Fuente: HARVARD BUSINESS REVIEW. América Latina. Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. Actualización Enero de 2008. (Consultado 05-04-2016)

1.5.1 Amenaza de los nuevos entrantes. La amenaza de nuevos entrantes es alta. Existe la facilidad de ingresar al mercado ya que no hay ninguna restricción normativa que impida el desarrollo de empresas de servicios caninos, tampoco hay fidelización del consumidor a algún establecimiento por la misma carencia del servicio, lo que nuevas empresas pueden aprovechar para captar clientes fácilmente a través de negocios innovadores. Para contrarrestar estas amenazas la idea de negocio irá dirigida a estratos altos donde el grado de innovación deberá focalizarse en el servicio exclusivo con instalaciones y profesionales íntegros que ganarán la confianza de los clientes a la hora de dejar a sus caninos bajo el cuidado de terceros; por éstas características se necesitará un gran nivel de inversión lo que será una barrera de entrada de gran impacto.

1.5.2 Poder negociación de los clientes. El impacto para esta fuerza es bajo, dado que aunque actualmente existen varias empresas que brindan servicios complementarios como veterinarias, peluquerías y spa's, la ausencia de una guardería canina recreativa hace que el poder de negociación del cliente sea bajo.

1.5.3 Poder de negociación con los proveedores. El poder de negociación es alto ya que los ofertantes existentes en Facatativá empezando por los almacenes de cadena y establecimientos comerciales son numerosos, la empresa tiene la opción de analizar y definir que proveedor ofrece las mejores alternativas dependiendo de los criterios que se planteen; entre ellos la opción de formar alianzas estratégicas estableciendo una cadena de valor y entrar a un proceso de colaboración para alinear dichos procesos.

1.5.4 Amenaza de productos sustitutos. El portafolio de servicios caninos oferentes por los establecimientos del municipio es amplio, por ello el impacto de ésta fuerza es alta. Se ofrecen servicios como Spa, peluquería, aromaterapia, paseadores, adiestramiento y servicios veterinarios; siendo una amenaza latente por las siguientes razones:

- ✓ Los precios de los servicios pueden ser menores a los que ofrecerá la organización.
- ✓ El posicionamiento de marca y buena publicidad de los servicios prestados.
- ✓ La fidelidad de los clientes por los servicios prestados.
- ✓ Facilidad de cambio de servicio.

1.5.5 Rivalidad entre los competidores. Por la competencia directa y los servicios sustitutos existentes, se categoriza el mercado como una competencia monopolística donde la cantidad de ofertantes es significativa lo que los hace suficientemente parecidos para competir entre sí. El grado de diferenciación del servicio, alianzas con proveedores y negociación con los clientes será la clave para crear ventajas competitivas frente a los demás rivales. Para hacer una diferencia frente a la competencia se establecieron los siguientes factores críticos de éxito a los que se debe dar prioridad y los cuales le permitirá a la empresa crecer, sostenerse y sobrevivir a un mercado altamente exigente, estos son:

- ✓ Se debe garantizar la satisfacción de las necesidades de los clientes.
- ✓ Promover e implementar acciones de mercadeo que permitan un mayor reconocimiento.
- ✓ Realizar y mantener alianzas estratégicas con veterinario o empresas prestadoras de servicios caninos locales.
- ✓ Velar y mantener la integridad de las mascotas al cuidado de la empresa.

1.6 Matriz de evaluación de los factores externos (MEFE).

Al ser un estudio de factibilidad y no reconocer aún los factores internos de la empresa (fortalezas y debilidades); se realizará una matriz de evaluación de los factores externos (MEFE), reconociendo y evaluando la información más importante consultada en los estudios del entorno.

Para la construcción de ésta se extrajeron y resumieron ocho oportunidades contra seis amenazas de las cuales la guardería canina estaría haciendo mucho, poco o

no puede hacer nada para aprovecharlas y atacarlas respectivamente; a continuación, la fundamentación de cada una de ellas.

1.6.1 Oportunidades. Se realiza la descripción de las oportunidades extraídas del diagnóstico.

O1: Variación positiva en el PIB del tercer trimestre de 2015 del 3,1% en la rama servicios sociales y personales, ésta oportunidad se encuentra fundamentada en el ítem (1.4.1.1) Aportes económicos por grandes ramas económicas. La manera por la cual se aprovechará ésta primera oportunidad (O1) será ofreciendo servicios innovadores con un alto grado de diferenciación para hacer valer el aumento del aporte al PIB de los servicios sociales y personales en los cuales se encuentra el objeto social del negocio.

O2: Aumento de ingresos del último trimestre de 2015 con respecto al mismo periodo del año anterior del 6% en el subsector otros servicios de entretenimiento y otros servicios, ésta oportunidad se encuentra en el ítem (1.4.1.3) Evolución general del subsector otros servicios de entretenimiento y otros servicios; al igual que la oportunidad anterior se ve reflejado el auge de los colombianos en invertir de sus ingresos en los servicios que contribuyen a éste subsector.

O3: Aumento de la población de Facatativá; se encuentra reflejado en el ítem (1.3.3.1) Población; donde por medio de proyecciones se ve claramente el aumento vertiginoso de la población de Facatativá en los últimos 4 años; al igual que la migración de personas de la ciudad de Bogotá y otras ciudades al municipio por el desarrollo del mismo. La guardería canina aprovechará ésta oportunidad captando mayor número de clientes al ser un municipio en desarrollo constante y aumento en su población.

O4: Uso de tecnología como portales de internet para la oferta de servicios de mascotas, se encuentra fundamentado en el numeral (1.4.3) denominado aspectos tecnológicos del subsector. La manera en la cual se aprovechará la O4 será mantenerse al día en temas de tecnología, hacer uso de redes sociales como manera de publicidad, ofrecer facilidades vía internet a los clientes y facilidades de pago como pagos electrónicos.

O5: La posible reglamentación de paseadores que consiste en crear un protocolo con el fin de garantizar la seguridad y salud de las mascotas, paseadores y transeúntes, es una oportunidad para el modelo de negocio requerido puesto que la competencia indirecta que ocasionan dichos paseadores de perros se reduciría y la obtención de un servicio de guardería con opciones recreativas llamaría la atención y aquellos clientes potenciales. Se encuentra en el ítem (1.4.5)

O6: La tendencia a tener una mascota en el hogar, preferiblemente un perro, sumando a la preferencia de parejas modernas o personas solteras a buscar una compañía perruna en vez de un hijo; se convierte en una oportunidad para el proyecto que deberá ser aprovechada mediante la innovación en los servicios para despertar nuevas necesidades a aquel segmento de personas interesadas en invertir en productos y servicios para sus canes. Más información sobre ésta tendencia social en el ítem 1.4.2, aspectos sociales del PESTAL del subsector.

O7: En el ítem 1.4.1.4, donde se enfatiza en el crecimiento de negocios correspondientes a servicios para mascotas en todo el país, también se muestra un cuadro correspondiente a los gastos de manutención de una mascota infiriendo que las personas invierten parte de sus ingresos mensuales en su can; el negocio aprovecharía ésta oportunidad ofreciendo innovación en sus servicios para llamar la atención de los posibles clientes.

O8: El consumo de los colombianos para el año 2015 tuvo un aumento satisfactorio agregado *otros bienes y servicios* donde pertenece el proyecto. En el ítem 1.1.2.1 se encuentra la información de soporte para ésta oportunidad.

1.6.2 Amenazas. Se realiza la descripción de las amenazas extraídas del estudio del entorno.

A1: El crecimiento del índice de precios al consumidor registrado según datos del DANE se encuentra explicado en el ítem *Aspectos económicos* del análisis PESTAL de Colombia, convirtiéndose en una amenaza para la población colombiana al tener que pagar por sus productos y servicios cada vez un precio mayor.

A2: La creación del CREE, impuesto a la riqueza y la reforma tributaria que se encuentran en el análisis político de Colombia, se convierten en una amenaza latente para el ingreso de nuevas empresas por el tema tributario colombiano.

A3: Como se muestra en el ítem aspectos legales la normatividad canina de los análisis tanto de Colombia, Cundinamarca, Facatativá y el subsector es muy amplia pues incluye aspectos sanitarios, zoonosis, ética para el ejercicio veterinario y como se nombró con anterioridad la posible reglamentación para paseadores.

A4: La contaminación ambiental que ocasionan los ejercicios de negocios veterinarios es controlada con rigurosidad. Se muestra explicado con más amplitud en el ítem Aspectos ambientales (1.3.5).

A5: Si la tasa de desempleo en Colombia sigue aumentando al igual que el porcentaje de personas con un trabajo informal, la población no tendrá la misma capacidad económica para invertir en productos y servicios para perros. El análisis con más énfasis en el ítem 1.1.2.3 Empleo y desempleo.

A6: Se concluye que los establecimientos de servicios caninos existentes actualmente pueden agregar guardería y recreación para mascotas; el grado de innovación aquí debe ser muy alto para lograr marcar una diferencia significativa frente a los competidores directos y aquellos que pueden llegar a serlo.

El peso para cada factor se asignará de acuerdo a la importancia que cada uno de ellos tiene en el éxito del sector. La calificación por su parte se asignará para cada uno de los factores en cuanto a su nivel de importancia y como podría el modelo de negocio aprovechar las oportunidades y combatir las amenazas. La menor calificación en éste caso es 1 y se interpreta como el hecho de que la empresa no tendrá herramientas para combatir la amenaza o aprovechar la oportunidad, simplemente el factor se encuentra inmerso en el entorno por lo cual tiene un bajo impacto; mientras que la mayor calificación es 4 y significa que es de gran importancia y se fortalecerán herramientas de tal manera que se aproveche la oportunidad y se restrinjan las amenazas; cada una de ellas en la relativa fundamentación de cada factor. Se dará una calificación 3 por un impacto superior a la media y 2 por un impacto medio. A continuación en el Cuadro 12., se encuentra la matriz de evaluación de los factores externos (MEFE).

Cuadro 12. MEFE

Oportunidades	Peso	Calificación	Ponderado
O1. Variación positiva en el PIB del tercer trimestre de 2015 del 3,1% en la rama servicios sociales y personales.	4%	1	0,04
O2. Aumento de ingresos del último trimestre de 2015 con respecto al mismo periodo del año anterior del 6% en el subsector otros servicios de entretenimiento y otros servicios.	4%	1	0,04
O3. Aumento en la población de Facatativá.	12%	3	0,36
O4. Uso de tecnología como portales de internet para la oferta de servicios de mascotas.	8%	3	0,24
O5. Posible reglamentación de paseadores.	9%	3	0,27
O6. La mayoría de los hogares cuentan con una mascota, preferiblemente perro y existe una tendencia a reemplazar hijos por mascotas	8%	3	0,24
O7. Aumento en el portafolio de servicios para caninos	9%	3	0,27
O8. Los colombianos están aportando una mayor parte de sus ingresos para la obtención de servicios.	12%	4	0,48

Cuadro 12. (Continuación).

Amenazas	Peso	Calificación	Ponderado
A1. Crecimiento del IPC, variación más alta registrada durante los últimos años. Registrándose en diciembre de 2014-2015 en 3.66% y 6.77% respectivamente.	4%	1	0,04
A2. Incremento en impuestos en 2015.	4%	1	0,04
A3. Ampliación de normatividad canina	8%	2	0,16
A4. Normas ambientales más rigurosas.	5%	2	0,10
A5. Aumento en la tasa de desempleo en Colombia.	3%	1	0,03
A6. Los establecimientos existentes pueden agregar el servicio de guardería.	10%	4	0,40
	100%		2,71

1.6.3 Interpretación. El análisis del entorno realizado en el presente diagnóstico, deja como resultado las ocho oportunidades contempladas en la matriz de evaluación de factores externos con un peso total de 66%. El aumento de la población facatativense y el desarrollo del municipio tienen un peso importante el cual debe ser aprovechado en el negocio; puesto que la población objetivo puede abarcar un número mayor de posibles clientes y hacer crecer el negocio. Los estudios económicos muestran estadísticas donde se ve el aumento del aporte de los ingresos destinados a servicios lo cual se debe aprovechar mediante el alto grado de innovación que se pretenda ofrecer en servicios caninos recreativos en el municipio.

Por otro lado, las amenazas tienen un peso total de 34%, siendo la más grande la posibilidad que otros establecimientos existentes puedan agregar el servicio de guardería y convertirse en una competencia directa para el negocio. La manera por la cual será contrarrestada esta amenaza, será el grado de diferenciación e innovación que tendrá la guardería dado que hasta el momento de la investigación en campo se comprende que peluquerías y spas caninos ofrecen éste servicio pero en espacios confinados o casas familiares ocasionalmente; allí es donde se marcará la diferencia, en cuanto a instalaciones y servicio.

Con un ponderado total de 2,71 puntos, superando el promedio deja entre dicho que existe una respuesta oportuna para aprovechar las oportunidades y contener las amenazas; aunque se deberá trabajar fuerte en las estrategias para aprovechar y contrarrestar los factores externos de la organización.

2. ESTUDIO DE MERCADOS

Este capítulo se realiza con la finalidad de visualizar el comportamiento del mercado que permite obtener herramientas para el éxito del servicio.

La guía principal para el desarrollo del estudio está en la recolección de datos que se realizará por medio de fuentes primarias y secundarias. Al establecer la información, permitirá realizar una investigación de mercado, una segmentación, el marketing mix, el análisis del comportamiento de la oferta y la demanda, todo esto con el fin de encontrar los clientes reales, conocerlos, categorizarlos y saber qué es lo que verdaderamente valoran.

2.1 ESTADO ACTUAL DEL NEGOCIO

Se pretende mostrar el desarrollo del negocio, características, su futuro y posibles variables que pueden influir en el éxito o no del proyecto.

2.1.1 Estado actual del mercado de mascotas. Describe el comportamiento que ha tenido el mercado de mascotas, desde una perspectiva macro y micro que permite tener una visión del rumbo que tendrá dicho mercado.

2.1.1.1 Mercado de mascotas en Colombia frente a países de América. El comportamiento en los hogares que tienen una mascota no solo se ha presentado en Colombia, sino también en los países de América, en donde ocupa un cuarto lugar con un crecimiento del 9.8% para el 2014⁷⁸. En la Tabla 21., se muestran los países Latinoamericanos que han presentado un incremento en adquirir mascotas con su respectivo porcentaje.

⁷⁸ BARÒN, Diana. Bogotá D.C., 2014, 22p. "INVESTIGACION A TRAVÈS DE LA PROSPECTIVA DE MARKETIN DEL ROL QUE TIENEN LAS MASCOTAS EN LOS HOGARES BOGOTANOS EN LA ACTUALIDAD Y EN EL 2024". Colegio de estudios superiores de Administración (CESA). Maestría en dirección de marketing.

Tabla 21. Crecimiento de mascotas en principales países de América 2014

Puesto	País	Porcentaje %
1	Argentina	18,8
2	Venezuela	13,6
3	México	10,0
4	Colombia	9,8
5	Brasil	9,5
6	Chile	8,2
7	Canadá	5,1
8	Estados Unidos	1,9

Fuente: COLEGIO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE ADMINISTRACIÓN:
<http://repository.cesa.edu.co/bitstream/10726/1349/5/TMM00260.pdf>.
(Consultado 02-08-2016).

La Tabla 21., permite concluir que no solo en Colombia está la oportunidad de éxito del negocio, este se puede proyectar a gran escala y puede hacer pensar que a futuro se pueden implementar estrategias del crecimiento del negocio a nivel mundial por los altos porcentajes de incremento de mascotas, en donde Argentina, Venezuela y México podrían ser países potenciales para expandir el negocio.

2.1.1.2 Comportamiento del mercado de mascotas en Colombia. Cada vez se vuelve más común que los hogares colombianos cuenten con una mascota, lo que hace que este mercado sea mucho más atractivo. Según Fenalco, se estima que existen 3.000 establecimientos relacionados a los productos y servicios para mascotas que funcionan en las 20 principales ciudades del país. En la Tabla 22, se muestra el crecimiento del mercado de mascota desde 2008 hasta 2013.

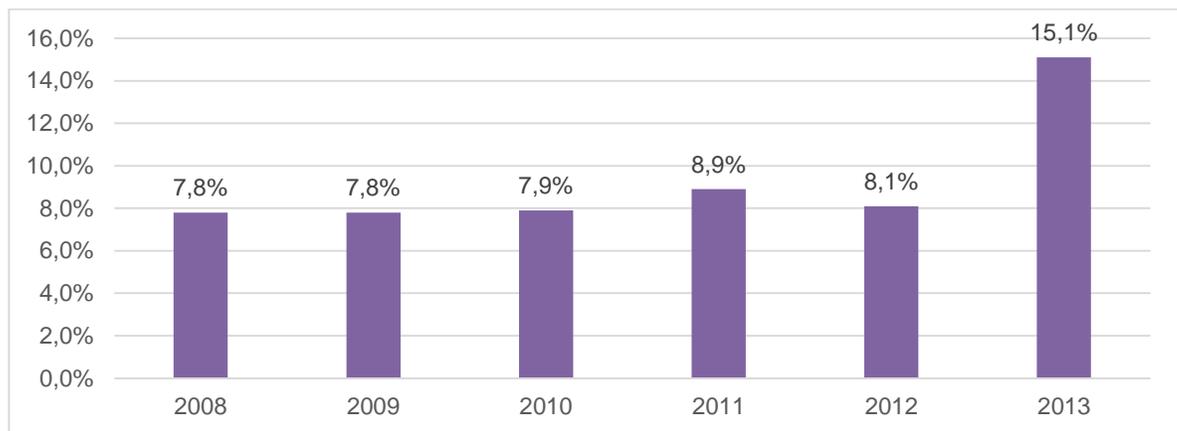
Tabla 22. Crecimiento del mercado de mascotas 2008-2013

Año	Crecimiento porcentual %
2008	7,8
2009	7,8
2010	7,9
2011	8,9
2012	8,1
2013	15,1

Fuente: COLEGIO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE ADMINISTRACIÓN:
<http://repository.cesa.edu.co/bitstream/10726/1349/5/TMM00260.pdf>.
(Consultado 02-08-2016).

El crecimiento anual para el subsector en 2015 fue de 15%, y sus ingresos al país alcanzan los 1.000 millones de pesos mensuales⁷⁹. En la Tabla 22., y Gráfico 15., se describe el crecimiento del mercado de 2008 al 2013 en Colombia, donde en 2013 se evidencia el más alto aumento de un año a otro, es un indicador positivo que, hace pensar que la demanda crecerá cada día más y la prestación de un servicio para mascotas es mucho más atractivo y probablemente tendrá un mayor éxito.

Gráfico 15. Crecimiento anual del mercado de mascotas en porcentaje (%)



Fuente: COLEGIO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE ADMINISTRACIÓN: <http://repository.cesa.edu.co/bitstream/10726/1349/5/TMM00260.pdf>. (Consultado 02-08-2016).

2.1.2 Características del negocio relacionadas con mascotas. En éste ítem se describen los principales factores relacionados con el mercado de mascotas, como el comportamiento de la población de perros, los principales servicios y el comportamiento de las ventas según los canales de distribución.

2.1.2.1 Población de mascotas en Colombia. El número de mascotas sin importar su clase ha venido aumentando. Los perros son las mascotas con mayor población y aumento frente a los demás, lo que ratifica el enfoque del proyecto hacia los caninos, la cual se ha incrementado un 7% en los últimos años⁸⁰.

⁷⁹ BARÒN, Diana. Bogotá D.C., 2014, 22p. "INVESTIGACION A TRAVÈS DE LA PROSPECTIVA DE MARKETIN DEL ROL QUE TIENEN LAS MASCOTAS EN LOS HOGARES BOGOTANOS EN LA ACTUALIDAD Y EN EL 2024". Colegio de estudios superiores de Administración (CESA). Maestría en dirección de marketing.

⁸⁰ BARÒN, Diana. Bogotá D.C., 2014, 22p. "INVESTIGACION A TRAVÈS DE LA PROSPECTIVA DE MARKETIN DEL ROL QUE TIENEN LAS MASCOTAS EN LOS HOGARES BOGOTANOS EN

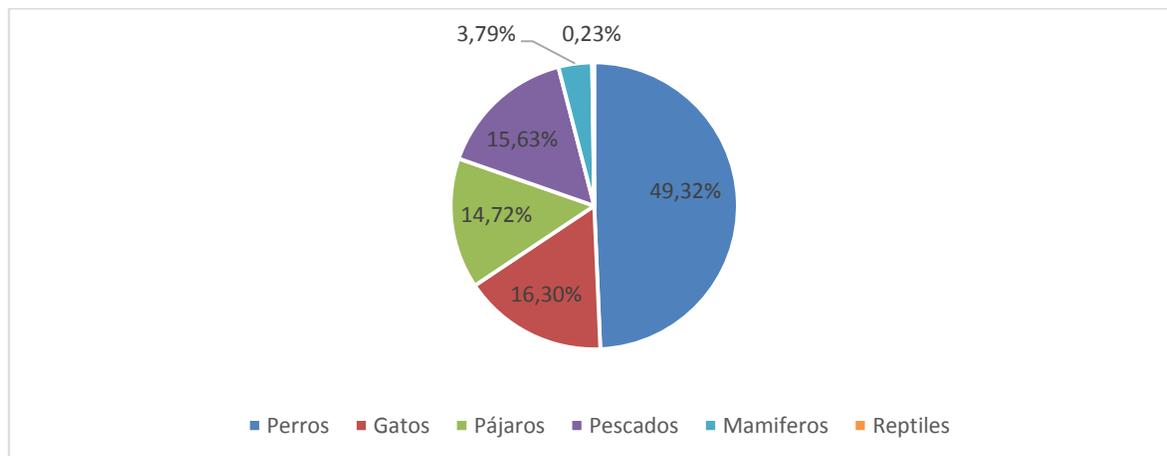
La Tabla 23., y Gráfico 16., muestran el crecimiento poblacional por tipo de animal., la cual permite concluir la preferencia por los perros con una diferencia significativa, le sigue los gatos y los pájaros respectivamente.

Tabla 23. Población de mascotas en Colombia 2014

Población de animales	Número por mascota en millones						Variación porcentual 2013
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
Perros	3988,8	3986,2	4034,9	4105,8	4179,2	4250,3	49,32
Gatos	1201,3	1231,7	1262,8	1293,5	1367,4	1404,8	16,30
Pájaros	1263,6	1264,6	1265,6	1266,6	1267,7	1268,7	14,72
Pescados	1159,6	1195,2	1231,7	1269,2	1307,6	1347	15,63
Mamíferos pequeños	324,7	325	325,4	325,7	326,1	326,4	3,79
Reptiles	20,1	20,1	20,1	20,1	20,2	20,2	0,23

Fuente: COLEGIO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE ADMINISTRACIÓN: <http://repository.cesa.edu.co/bitstream/10726/1349/5/TMM00260.pdf>. (Consultado 04-08-2016).

Gráfico 16. Población de mascotas en Colombia 2014



Fuente: COLEGIO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE ADMINISTRACIÓN: <http://repository.cesa.edu.co/bitstream/10726/1349/5/TMM00260.pdf>. (Consultado 04 agosto de 2016).

Se puede apreciar en la Tabla 23., y Gráfico 16., que las cifras tienen un crecimiento anual del 2%, lo cual es alentador, ya que se podría suponer que la penetración en este mercado crece año a año y posiblemente en 10 años esta penetración tenga más impacto en la sociedad⁸¹.

2.1.2.2 Principales servicios. Se nombran y describen los principales servicios caninos existentes en Colombia.

- ✓ **Guarderías.** Brinda comodidades y disposición de tiempo para cuidar de las mascotas en caso que sus dueños tengan que viajar o simplemente no cuenten con el tiempo necesario para brindarle a su mascota.
- ✓ **Spa.** Se encargan de consentir a las mascotas. En estos establecimientos se prestan servicios como gimnasio, masajes, sauna y peluquería.
- ✓ **Adiestramiento.** Se entrenan, adiestran y educan con el fin de que obedezcan a sus dueños. En este tipo de negocios se enseña al canino a realizar trucos, tareas especiales, control de agresividad o de cualquier comportamiento que sus dueños deseen lograr a través del adiestramiento de la mascota.
- ✓ **Cementerio y servicios crematorios.** Las familias adoptan a su canino como un miembro más de su familia, es por eso que muchas personas deciden dar el último adiós a su mascota de la mejor manera. Existen negocios encargados de dar un servicio de velación, acompañamiento psicológico, sepultura o cremación.
- ✓ **Peluquería.** Se encargan de asear y realizar cortes de uñas y pelaje al canino.
- ✓ **Veterinaria.** Las clínicas veterinarias son centros donde profesionales especializados atienden las enfermedades y su prevención, del manejo, conducta, nutrición, selección genética, medicina preventiva y curativa, identificación y peritaje de los perros, gatos y de otros animales de compañía⁸².

⁸¹ BARÒN, Diana. Bogotá D.C., 2014, 22p. "INVESTIGACION A TRAVÈS DE LA PROSPECTIVA DE MARKETIN DEL ROL QUE TIENEN LAS MASCOTAS EN LOS HOGARES BOGOTANOS EN LA ACTUALIDAD Y EN EL 2024". Colegio de estudios superiores de Administración (CESA). Maestría en dirección de marketing.

⁸² EMPRENDICES, COMUNIDAD DE EMPRENDEDORES. "Plan de negocios de una clínica veterinaria". [En línea]. [4 de agosto 2016]. Disponible en: <<https://www.emprendices.co/plan-de-negocios-de-una-clinica-veterinaria/>>

- ✓ **Paseadores de perros.** Para liberar la energía y sacarlos del encierro al que muchas mascotas se someten, los paseadores se encargan de sacarlos a pasear por un tiempo determinado.
- ✓ **Ropa.** Comercializan ropa y accesorios para todo tipo de raza y gusto del cliente, entre ellos están los sacos, sombreros, correas, camisetas, pantalones, pelucas, entre otros.

2.1.2.3 Ventas según el canal de distribución. La venta de productos y prestación de servicios de mascotas se generan en dos grandes ramas: la primera se da en los canales de distribución masiva, en la Tabla 24., se presentan como hipermercados y supermercados donde normalmente el cliente realiza sus compras y se encuentra todo tipo de producto; lo mismo en canales especiales que ofrecen mercancías de consumo masivo y artículos más personalizados para las mascotas, en la Tabla 24., se representa en tiendas, clínicas y negocios que no se especializan en el mercado de mascotas⁸³.

Tabla 24. Ventas según el canal de distribución porcentualmente

Ventas por canal	Año					
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Hipermercados	20,6	22,1	22,6	20,7	21,7	22,1
Supermercados	25,7	23,9	21,4	19,1	19,3	19,3
Otros minoristas de tiendas comestibles	5,4	7,2	7,8	8,3	8,9	9,5
Súper tiendas de animales domésticos	-	-	-	-	4,9	8,6
Tiendas de animales	19,5	19,6	19,4	19,1	14,5	15
Clínicas veterinarias	14,3	13,9	13,7	13,5	13,6	12,4
Otros minoristas de la No-Tienda de comestibles	14,5	13,3	15,2	19,3	17,1	13,1

Fuente: COLEGIO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE ADMINISTRACIÓN: <http://repository.cesa.edu.co/bitstream/10726/1349/5/TMM00260.pdf>. (Consultado 04-08-2016).

Realizando un análisis de cuales canales son lo que han generado un mayor crecimiento en ventas, sigue siendo los canales masivos quienes han presentado un comportamiento positivo frente al año anterior, por ejemplo en 2013 los hipermercados tuvieron un crecimiento del 1.84% y los supermercados se

⁸³ BARÒN, Diana. Bogotá D.C., 2014, 22p. "INVESTIGACION A TRAVÈS DE LA PROSPECTIVA DE MARKETIN DEL ROL QUE TIENEN LAS MASCOTAS EN LOS HOGARES BOGOTANOS EN LA ACTUALIDAD Y EN EL 2024". Colegio de estudios superiores de Administración (CESA). Maestría en dirección de marketing.

mantiene constantes; los canales especiales tienen comportamiento irregular lo que no garantiza que la venta de productos de mascotas sea mayor y logre captar ventas a los hipermercados y supermercados. Los canales especiales, el único que tuvo comportamiento positivo en el último año fueron las súper tiendas de animales domésticos y los demás canales se comportaron negativamente.

El canal de distribución al que podría pertenecer el proyecto es: otros minoristas de las no-tiendas de comestibles, los porcentajes de venta son significativos frente a los canales de distribución masiva, y la comercialización de productos podría ser una línea de negocio atractiva que a futuro se podría incluir en el objeto social.

2.1.3 Mercado de mascotas como oportunidad de negocio y tendencias mundiales. Hace referencia al comportamiento del mercado a nivel mundial, tendencias, productos y servicios novedosos que hacen atractivo dicho mercado.

2.1.3.1 Mercados con mayor crecimiento en Latinoamérica. El mercado Latinoamericano ha venido creciendo tanto en la economía de los países y en el crecimiento poblacional, en 2012 se identificaron los mercados que han incrementado con mayor razón y se espera que en un futuro sigan teniendo el mismo comportamiento. Entre los mercados se encuentra de cosméticos, electrodomésticos, fármacos, filtros solares y el cuidado de mascotas. El gasto en el mercado de mascotas aumentó en un 44% lo que hace que sea altamente atractivo. Los países con mayor aumento son México, Argentina y Chile⁸⁴.

2.1.3.2 Mercado mundial de alimentos para mascotas. El valor del mercado de alimentos para mascotas ascendió a 58.600 millones de dólares en el año 2011 y se espera que alcance un valor de 74.800 millones para 2017 (El mercado de los alimentos para mascotas-El tamaño de la industria mundial, la participación en el mercado, tendencias, análisis y proyecciones, 2011-2017), a una tasa de crecimiento anual compuesto del 4.2% desde el 2011 hasta el 2017⁸⁵. El incremento del mercado mundial de alimentos se presenta por el aumento de ingresos, mejor estilo de vida y tendencia a adquirir mascotas en las familias entre otras.

⁸⁴ LATINLINCK. "Los mercados en crecimiento más fuertes de Latinoamérica". []. []. Disponible en: < <http://latinlink.usmediaconsulting.com/2012/09/los-mercados-en-crecimiento-mas-fuertes-de-latinoamerica/?lang=es>>

⁸⁵ CUIDAR MASCOTAS. "El mercado mundial de alimentos para mascotas podría alcanzar los 74.800 millones de dólares en 2017". [En línea]. [8 de Agosto 2016]. Disponible en: <<http://www.cuidarmascotas.net/mercado-mundial-alimentos-mascotas-podria-alcanzar-74800-millones-dolares-2017/>>

2.1.3.2 Productos y servicios nuevos. Descripción de nuevos productos y servicios a nivel mundial como una tendencia en el subsector.

- ✓ **Cerveza para perros.** Empresas a nivel mundial han innovado en sus productos y han creado cerveza para perros, dentro de sus características se encuentra el sabor (carne, pollo, cebada), beneficios que ayudan a la visión y también indicado en como molestias estomacales.

Uno de los países pioneros en ofrecer cerveza para mascotas es Holanda en 2007, es un producto que no tiene alcohol y su sabor es de carne, su nombre es Kwispelbeir su traducción es menear la cola. Japón y Estados Unidos también fabricaron sus versiones de la cerveza con características muy similares⁸⁶.

- ✓ **Motel para perros.** Consiste en un área que sirve para preservar las especies y procrear. Tiene un ambiente especial para los animales acompañado de música, ambientación de la habitación y comida, allí se pactan citas o se encuentra la pareja para la mascota.

En 2012, Brasil inaugura uno de los moteles caninos más ostentoso llamado Belo Horizonte Animal Mundo Pet, un edificio de 8 pisos que cuenta con una gran tienda, habitaciones con camas, espejos y cojines en forma de huesos y corazones que dan un ambiente propicio para que los dueños de las mascotas se sientan a gusto con el servicio exclusivo a sus caninos⁸⁷.

- ✓ **Helado para perros.** Con la tendencia a humanizar los caninos en los últimos años existen marcas que ofrecen como producto el helado exclusivamente para perros para controlar su temperatura en días calurosos.

Las marcas más importante que han fabricado helados para perros son Dogissimo, un empresa italiana que además de ofrecer helado para personas adicionó su servicio para los perros, con sabores de arroz, vainilla y soya; en Londres (Inglaterra) también existe el mismo servicios pero con sabores como pollo, jamón y trocitos de galletas, la idea de negocio ha sido bastante exitosa⁸⁸.

⁸⁶ BLOG DE CHARLY. "Cerveza para perros, una tendencia mundial". [En línea]. [04 de Agosto 2016]. Disponible en < <http://elblogdecharly.com/2016/06/08/cerveza-perros-una-tendencia-mundial/>>

⁸⁷ PORTAFOLIO. "1 millón de dólares costó motel para perros". [En línea]. [8 de Agosto 2016]. Disponible en: <<http://www.portafolio.co/tendencias/millon-dolares-costó-motel-perros-92208>>

⁸⁸ VIDA PERRUNA. "Helado para mascotas". [En línea]. [8 de Agosto 2016]. Disponible en:<<https://vidaperrunachile.wordpress.com/2012/12/08/helados-para-perros/>>

2.1.4 Competencia. Antes de entrar en el análisis del mercado se considera oportuno estudiar la competencia actualmente existente teniendo en cuenta los servicios prestados de cada uno de los establecimientos y cuales se clasificarían como competencia directa e indirecta, a continuación se describe la competencia.

- ✓ **Competencia directa.** Se asume competencia directa a aquellos establecimientos comerciales que presten los mismos servicios o servicios muy similares a la guardería recreativa a los mismos clientes potenciales del negocio. Entre las más cercanas al municipio se encuentra la Guardería canina campestre San Miguel ubicada en el municipio de Zipacón; MASCOTEAR ubicada en el municipio de Mosquera y DOGCLEAVER ubicado en el municipio de Bojacá.

- ✓ **Competencia indirecta.** La competencia indirecta es la que ofrece productos y servicios complementarios, buscando satisfacer a algunos de los mismos clientes del subsector. En Facatativá se encuentran establecimientos que ofrecen servicios de peluquería canina, spa, venta de accesorios, servicios veterinarios; entre los más reconocidos en el municipio se encuentra UCLIVET dedicado a los cuidados clínicos veterinarios, Clínica Veterinaria Facatativá con más de 20 años de experiencia y con gran confiabilidad en el municipio; Pet's Spa y Perros, gatos y silvestres que brindan servicios de peluquería canina, venta de accesorios, vacunas y alimento para mascotas; SPA KNINO especializado en baño canino, peluquería y aromaterapia; Student's dog's empresa que brinda el servicio de adiestramiento y se especializa en la educación de perros detectores de cáncer y la escuela nacional de carabineros de Facatativá que cuenta con la escuela de formación de guías y adiestramiento de perros.

2.1.5 Tecnología. La tecnología hace parte esencial en el momento de poner en marcha el negocio. Se deberá tener en cuenta que tipo de tecnología es la más adecuada y con qué fin se hará dicha inversión. La clasificación y definición de la tecnología se ha convertido según el profesor Carlos Osorio M. en su artículo *Enfoques sobre la tecnología* en “algo complejo y sujeto a un conjunto de relaciones y de puntos de vista diversos, desde siglos pasados”⁸⁹; por ello, se clasificará de acuerdo al objeto social del servicio que se proyecta presentar de la manera más sencilla:

⁸⁹ OSORIO, Carlos. Enfoques sobre la tecnología. (Ene-Abr. 2002).

- ✓ **Tecnología blanda.** También conocida como soft technology se refiere a aquellas donde el producto final no es un objeto tangible sino que su fin es mejorar el funcionamiento de la organización mediante el conocimiento teórico u operacional para cumplir los objetivos de la empresa⁹⁰.
- ✓ **Tecnología dura.** La mayor diferencia es que el producto tecnológico es un producto totalmente tangible, como lo son los dispositivos electrónicos. “Por tecnología dura se entiende la maquinaria, los instrumentos, las herramientas, hardware, redes de telecomunicación que hacen el trabajo más eficaz y propician la generación de productos y servicios con mejor calidad, novedad e integridad”⁹¹.

Para la prestación del servicio se necesitará entonces trabajar con tecnología blanda para incluir conocimientos de tipo organizacional y administrativos para así ocuparse en el desarrollo sostenible de la organización; pero a la vez se incluirá tecnología dura puesto que a pesar que se brindará un servicio se necesitará de estructuras físicas, dispositivos electrónicos, redes de telecomunicación y hardware como herramientas para la prestación de los servicios.

2.1.6 Costos fijos y costos variables. Los costos hacen referencia a toda la inversión que se realiza para realizar o prestar un producto o servicio; un gasto se realiza para el mantenimiento, sobrevivencia y administración del negocio.

2.2 BARRERAS DE ENTRADA

Son dificultades u obstáculos que tiene una empresa al ingresar a un mercado, estas pueden ser políticas, económicas, sociales, tecnológicas, ambientales o legales.

2.1.1 Barreras políticas. La planeación y ejecución del gobierno del Alcalde Pablo Emilio Malo del municipio de Facatativá durante su mandato y de acuerdo al Plan de ordenamiento territorial del municipio en cuanto a uso de suelos, expansión urbana y rural para la ejecución del negocio; se debe tener en cuenta para analizar e invertir en el mercado de cuidados caninos en el municipio.

⁹⁰ DANIEL RODRIGUEZ. Tecnologías Blandas y Duras. [En línea]. [09 de Agosto de 2016]. Disponible en: <http://es.slideshare.net/DanielCR/tecnologas-blandas-y-duras>

⁹¹ Ibid.

Por otro lado, el sistema tributario que hoy rige a Colombia es muy “complejo y costoso para las grandes y pequeñas empresas castigando la inversión productiva y la creación de empleo formal”⁹², por un lado la vinculación laboral para emprender el negocio formalmente debe ser una inversión alta que exige rentabilidad en un periodo de tiempo medio para poder cumplir con las expectativas y costos primordiales del negocio, sumándose a ello el impuesto de renta, IVA, ICA, CREE que se apoyan en un sistema tributario demasiado complejo para el contribuyente.

2.1.2 Barreras económicas. Como bien se nombró en la barrera política (numeral anterior), se deberá hacer una inversión considerable para formalizar el negocio de acuerdo a la ley vigente colombiana al tiempo y cumplimiento de las normas exigidas de una inversión para la infraestructura, insumos, personal y demás recursos necesarios para poner en marcha la guardería canina. Para ello, se deberá buscar la financiación de un tercero por la ausencia de capital de las autoras del proyecto.

2.1.3 Barreras sociales y culturales. El antropomorfismo ó término mejor conocido como humanización; que se refiere a “cuando atribuimos características o cualidades exclusivas de los humanos a animales”⁹³; se convierte en una barrera de entrada por la tendencia que actualmente se refleja en “dar amor” a los canes. Otros establecimientos comerciales dedicados a servicios caninos se dedican exclusivamente a “consentir y mimar” a los perros por lo cual los clientes tienen ciertas preferencias a comprar dichos servicios. César Millán experto en el tema, más conocido como “El encantador de perros” asegura en una entrevista dada a Diario Popular en el año 2013 dice que *“el principal problema entre los animales y sus dueños aparece cuando no se les suministra ejercicio, disciplina y afecto y se les brinda sólo cariño”*, teniendo en cuenta esto la idea de la guardería recreativa canina se enfocaría en prestar servicios exclusivamente necesarios para el bienestar del animal, por lo cual el modelo de negocio debe sobrepasar barreras culturales y tendencias de moda.

2.1.4 Barreras ambientales. Para este caso las leyes ambientales colombianas vigentes deben cumplirse con el fin de preservar el medio ambiente dando buen uso

⁹² PORTAFOLIO “5 razones que justifican una reforma tributaria estructural”. [En línea]. [2 Agosto de 2016]. Disponible en: <http://www.portafolio.co/economia/impuestos/especial-reforma-tributaria-2016-155080>

⁹³ SUPER CACHORROS, CULTURA Y CIENCIAS CANINAS “Antropomorfismo: ¿Humanizar a los perros es un error?”. [En línea]. [2 Agosto de 2016]. Disponible en: <<http://supercachorros.org/antropomorfismo-humanizar-a-los-perros/>>

a los recursos naturales, implementando buenas prácticas para la disposición de residuos generados por la empresa y lograr un mejoramiento continuo en los procesos para disminuir el impacto ambiental.

2.1.5 Barreras legales. La normatividad se convierte en una barrera de entrada en cuanto a alineamientos que se deben cumplir para evitar sanciones y/o problemas legales durante la ejecución del proyecto. En el análisis del entorno Legal se incluye el cumplimiento de las leyes pertinentes a la tenencia de perros.

2.3 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

La segmentación busca dividir a través de identificar características y necesidades específicas en un mercado. Para el proyecto se realizará una segmentación de consumo que permite encontrar un grupo determinado al cual va dirigido el servicio, es decir, quien es el verdadero cliente, con el fin de orientar el proyecto con la información adecuada y con los mejores resultados.

2.3.1 Segmentación geográfica. Se determinará la ubicación geográfica del proyecto, por lo tanto se divide según el país, en departamento y municipio.

2.3.1.1 Macro segmentación Colombia. Colombia es un país ubicado en América del Sur, es el único país que cuenta con acceso a el océano Pacífico y Atlántico lo que le permite contar con diversas islas como San Andrés, Providencia y Santa Catalina. Conformado por 32 departamentos y el Distrito capital Bogotá. En la Imagen 5., se muestra la división por departamentos de Colombia.

Imagen 5. Colombia subdivida por Departamentos



Fuente: http://4.bp.blogspot.com/-V8AUCb4_Ik/UX6DTva1F4I/AAAAAAAAAAal/1zdppZ5gVAY/s1600/el+mapa+de+colombia.jpg. (Consultado 9 de Agosto 2016).

Según el DANE en el 2016 se registra una tasa de población en Colombia de 48.809.934 habitantes.⁹⁴

2.3.1.2 Macro segmentación Cundinamarca. Uno de los departamentos más importantes del país por su actividad económica variada, tiene una superficie de 22.779,21 km², conformado por 116 municipios distribuidos en 15 provincias que son: Almeidas, Alto Magdalena, Bajo Magdalena, Gualivá, Guavio, Magdalena Centro, Medina, Oriente, Rionegro, Sabana Centro, Sabana de Occidente, Soacha, Sumapaz, Tequendama y Ubaté, y su población de 2.68 millones de personas⁹⁵, según el último censo en 2013. Por proyecciones el DANE para finales del 2016 Cundinamarca tendrá 2.721.368 habitantes en total.

⁹⁴ DANE. “Reloj de población”. [En línea]. [9 Agosto de 2016]. Disponible en: < http://www.dane.gov.co/reloj/reloj_animado.php >

⁹⁵ GOBERNACION DE CUNDINAMARCA. “Estadísticas de Cundinamarca 2011-2013”. [En línea]. [9 Agosto de 2016]. Disponible en:< <http://www.cundinamarca.gov.co/wps/wcm/connect/04aecefa-79d0-4a3c-be08-9440023c225a/TACO+estadisticas+cundinamarca+Publicaci%C3%B3n+WEB.compressed.pdf?MOD=AJPERES>>

En la Imagen 6., se muestra el Departamento de Cundinamarca subdividido en municipios.

Imagen 6. Cundinamarca subdividida en provincias



Fuente: http://jerusalen-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/64643865616362613663303163643463/MAPA_CUNDINAMARCA.gif
(Consultado 9 Agosto de 2016)

2.3.1.3 Macro segmentación Sabana de Occidente. “Se encuentra localizada en la parte centro-occidente del departamento de Cundinamarca, limita por el norte con las provincias de Gualivá y Rionegro; por el sur con la provincia de Soacha; por el occidente con la provincia de Tequendama; y al oriente con Bogotá y la provincia de Sabana Centro”⁹⁶. La provincia Sábana de occidente está conformada por 8 municipios: Subachoque con 16.435 habitantes en el año 2016, El Rosal con 17.648 habitantes, Madrid con 79.120, Funza con 76.742 habitantes, Mosquera con 84.841 habitantes; 11.845 habitantes en el municipio de Bojacá; en Zipacón cuentan con 5.631 habitantes y Facatativá, cabecera municipal con 134.522 habitantes. Todos estos datos son proyecciones al año 2016 realizadas por estudios del DANE. La distribución geográfica de los municipios anteriormente mencionados se puede visualizar a continuación en la Imagen 7.

⁹⁶ UNIVERSIDAD DEL ROSARIO. “Planes de competitividad en cuatro (4) provincias de Cundinamarca”. [En línea]. [9 Agosto de 2016]. Disponible en: http://www.urosario.edu.co/urosario_files/c7/c75acb75-be29-49c8-8e50-f45bd4f96169.pdf

Imagen 7. Distribución geográfica de la provincia Sábana de Occidente



Fuente: UNIVERSIDAD ROSARIO: Disponible en: http://www.urosario.edu.co/urosario_files/c7/c75acb75-be29-49c8-8e50-f45bd4f96169.pdf, (Consultado 9 Agosto de 2016), Pag17.

En la Tabla 25., se mostrará la población total y la proyección para el año 2016 de la población total de la Sabana de Occidente; ésta segmentación servirá para aquella población flotante que se encuentra fuera del municipio de Facatativá pero que podrían adquirir los servicios de guardería.

Tabla 25. Población de los municipios de Sábana de Occidente 2016

Municipios de Sábana de Occidente	Número de habitantes (2016)	Porcentaje %
Subachoque	16.435	3,9
El Rosal	17.648	4,1
Madrid	79.120	18,5
Funza	76.742	18,0
Mosquera	84.841	19,9
Bojacá	11.845	2,8
Zipacón	5.631	1,3
Facatativá	134.522	31,5
Total	426.784	100

Fuente: Proyecciones DANE (Consultado 9 Agosto de 2016)

La provincia de Sabana de Occidente cuenta con el 15,68% de la población total del Departamento de Cundinamarca; un porcentaje significativo que convierte a la provincia en una de las más importantes del departamento en número de habitantes. Facatativá cuenta con el 31,5% del total de la población de Sabana de Occidente siendo la más poblada de todos los municipios de la provincia.

2.3.1.4 Macro segmentación Facatativá. De acuerdo a datos de la alcaldía del municipio, Facatativá “tiene una extensión de 159,601 km² de los cuales 154,5 Km² pertenecen a la zona rural y 5,1 Km² a la zona urbana. Con una altitud de 2.586 mts sobre el nivel del mar. El municipio es considerado cabecera municipal y cuenta con un área de influencia de 34 municipios distribuidos en las siguientes provincias: Bajo Magdalena (Caparrapí, Guaduas, Puerto Salgar), Gualivá (Albán, La Vega, La Peña, Nimaima, Quebrada Negra, San Francisco, Sasaima, Supatá, Utica, Vergara y Villeta), Magdalena Centro (Beltrán, Bituima, Caguaní, Guayabal de Siquima, Pulí, San Juan de Rio Seco, Viani), Sabana de Occidente (Bojacá, El Rosal, Funza, Madrid, Mosquera, Subachoque, Tenjo y Zipacón), como se explicó con anterioridad.

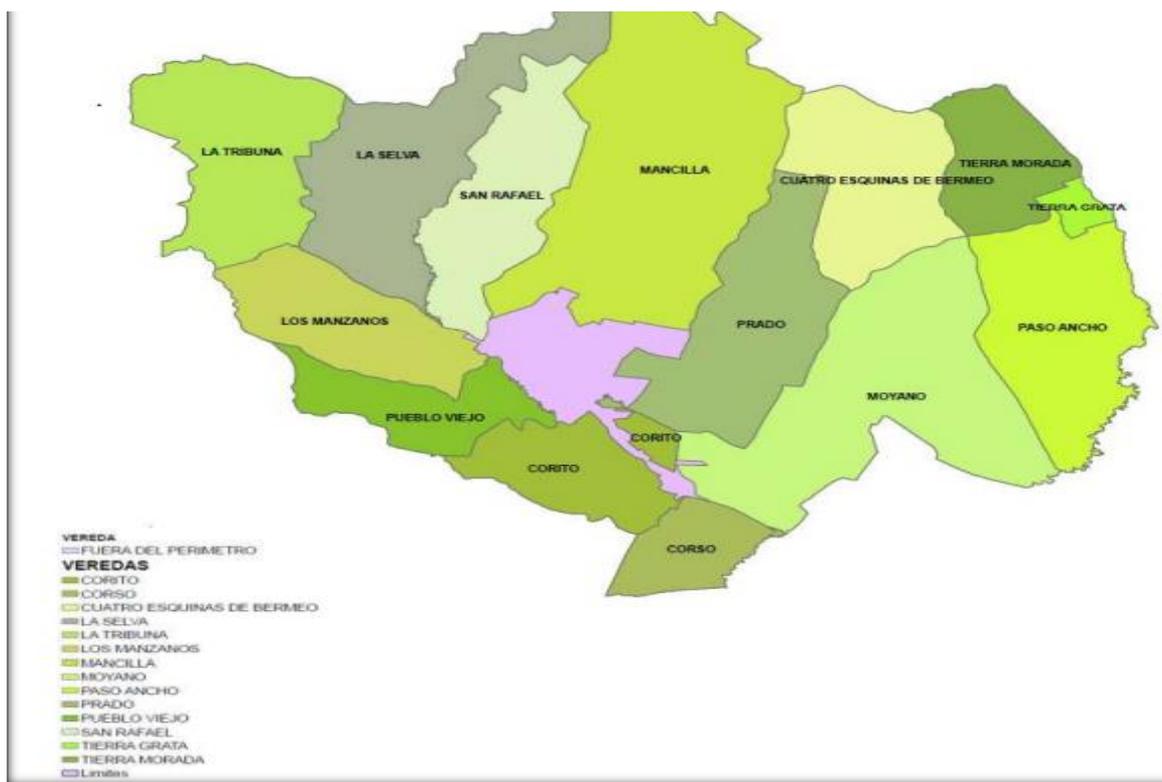
En la Imagen 8., e Imagen 9., se puede visualizar el mapa por barrios de Facatativá y el mapa veredal de Facatativá respectivamente.

Imagen 8. Mapa por Barrios, Facatativá



Fuente: Consejo Municipal Facatativá. Disponible en: <http://www.facatativa-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/32666261396530396563616434656231/plan-desarrollo-todos-somos-facatativa.pdf>. (Consultado 23 Marzo de 2016)

Imagen 9. Mapa veredal, Facatativá



Fuente: Consejo Municipal Facatativá. Disponible en: <http://www.facatativa-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/32666261396530396563616434656231/plan-desarrollo-todos-somos-facatativa.pdf>. (Consultado 23 Marzo de 2016)

En la Tabla 26., se representan las proyecciones del número de habitante por zona hasta el año 2015.

Tabla 26. Número de habitantes en Facatativá

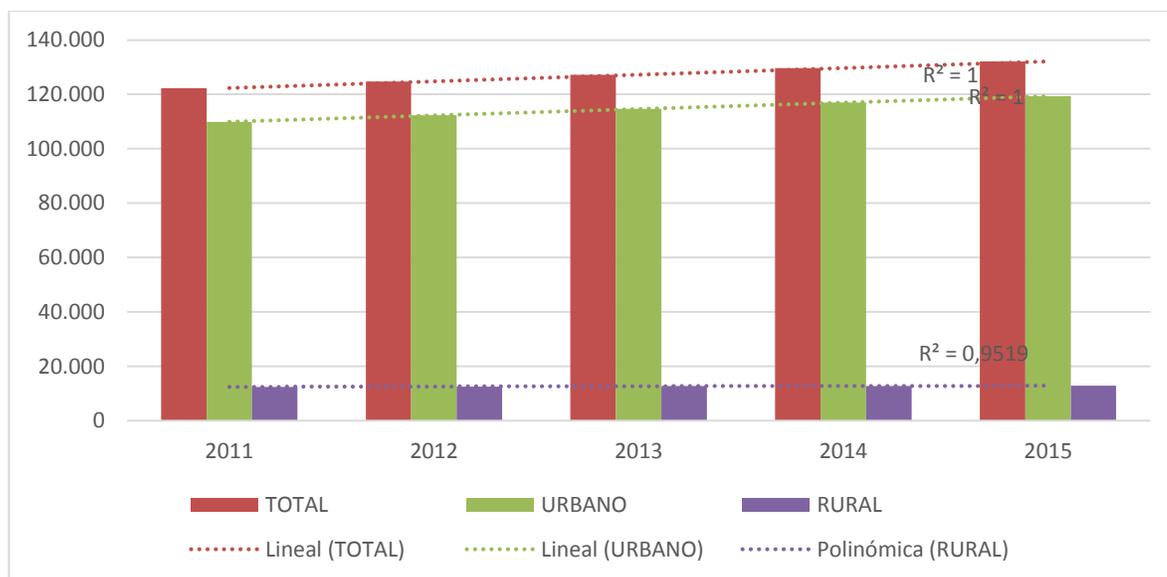
AÑO	2011	2012	2013	2014	2015
TOTAL	122.320	124.779	127.226	129.671	132.106
URBANO	109.909	112.269	114.616	116.960	119.294
RURAL	12.411	12.510	12.711	12.711	12.812

Fuente: Proyecciones DANE 2015. Disponible en: <http://facatativa-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/37643232356235323930323362656264/consolidado-estadistico-descriptivo-base-de-datos-sisben-facativ-16-abril-2013.pdf>> (Consultado 24-03-2016)

Es decir, que el comportamiento de la población desde el año 2013 ha venido aumentando aproximadamente un 1.88% hasta el año 2015 dando una proyección con el mismo comportamiento para el año 2016 de 134.537 habitantes, éste dato ratificado con la información estadística del DANE en su documento *Proyecciones de población municipales por área*; para el 2016, se proyecta que habrá 134.522 habitantes en Facatativá.

En el Gráfico 17., se puede observar la tendencia del comportamiento del crecimiento de la población urbana, rural y total del municipio desde el año 2011 al año 2015, teniendo un comportamiento creciente lineal como se analizó en el anterior párrafo.

Gráfico 17. Comportamiento y línea de tendencia de la población



Fuente: Proyecciones DANE 2015. Disponible en: <<http://facatativa-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/37643232356235323930323362656264/consolidado-estadistico-descriptivo-base-de-datos-sisben-facatativ-16-abril-2013.pdf>> (Consultado 24-03-2016).

El comportamiento para la población total y la población urbana, tuvo una tendencia lineal, por el crecimiento que presenta a través del tiempo, mientras que la población rural, su comportamiento tuvo una tendencia polinómica, pues su valor fue el más cercano a 1, se debe a que la población no tuvo un crecimiento representativo, sino que se mantuvo casi constante. A continuación en la Tabla 27., se realiza un resumen de la tasa poblacional de la macro segmentación.

Tabla 27. Resumen macro segmentación 2016

Macro segmentación	Población 2016
Colombia	48.747.632
Cundinamarca	2.721.368
Provincia Sábana de Occidente	426.784
Facatativá	134.522

Fuente: DANE, Proyecciones de población municipal y departamental 2005-2020. (Consultado 09 Agosto de 2016).

Por la naturaleza del proyecto, se realiza un análisis de los predios urbanos y rurales, posteriormente de los hogares habitados para poder así segmentar por núcleos familiares. Con la información suministrada por la Secretaría de Planeación de Facatativá y el estudio de campo realizado por las estudiantes, para corroborar dicha información e incluir la información de barrios nuevos, en el estudio se obtuvieron los datos expuestos en la Tabla 28.

Tabla 28. Resumen segmentación por hogares 2016

Número de Veredas	14
Número de hogares en veredas	3.618
Número de Barrios	123
Número de hogares en barrios	34.406
Total de hogares en Facatativá	38.024

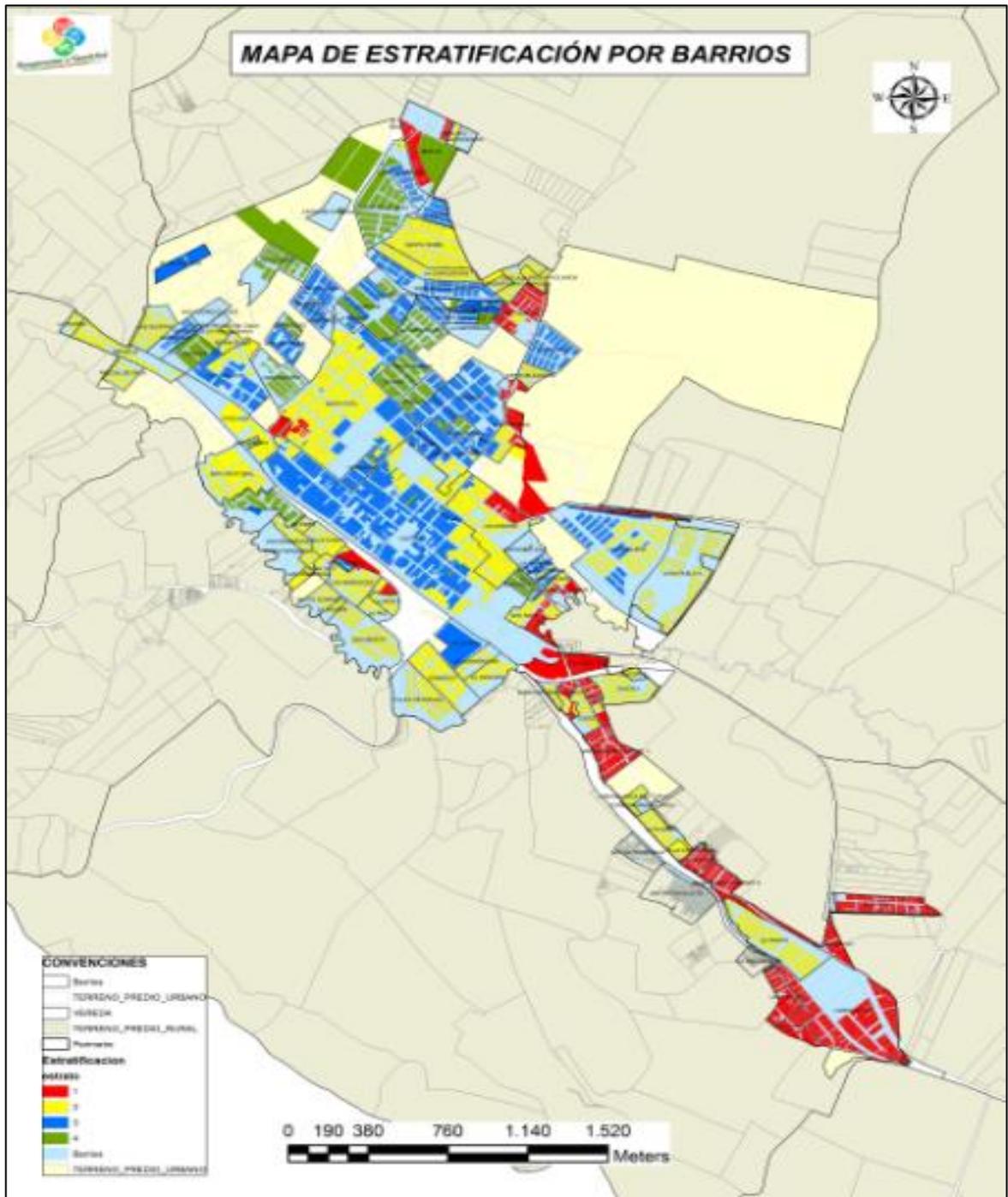
Fuente: Secretaría de Planeación de Facatativá 2015 y trabajo de campo.

En correlación con el número de habitantes proyectado para el año 2016, es decir 134.522 personas y el total de hogares calculados es decir 38.406; se puede concluir que en el municipio de Facatativá en promedio para el 2016 tendrán 3,5 personas por hogar. En el Anexo A se puede observar con detalle los barrios y veredas del municipio con su respectivo estrato socioeconómico y número de hogares.

2.3.2 Segmentación demográfica. Se establecen un grupo de variables atribuidas a la población, permiten diferenciar y agrupar como por ejemplo por edad, sexo, ingresos, entre otros. Para éste caso se segmentarán los hogares por estrato.

2.3.2.1 Características de estratificación en Facatativá. En Facatativá la estratificación está dada del estrato 1 al 4, como se puede visualizar en la Imagen 10.

Imagen 10. Mapa de estratificación por barrios



Fuente: Secretaría de planeación de Facatativá (Consultado 23 Agosto de 2016)

En la Imagen 10., se identifican los barrios y veredas de estratos 1,2, 3 y 4, cabe resaltar que aunque en el mapa de estratificación no aparece el estrato 5, según la inspección ocular y trabajo de campo realizado por las autoras, se encontró un nuevo barrio estrato 5 que también hará parte del nicho de mercado al que se le ofrecerá el servicio.

Para definir qué estratos son los adecuados para el proyecto se tuvieron en cuenta características específicas como:

- ✓ Estratificación según recibo de Energía Eléctrica.
- ✓ Ubicación del barrio.
- ✓ Nuevos conjuntos residenciales en Facatativá que aún no han sido incluidos en el censo.

Según Fenalco, se evidencia que existe una mayor adquisición de mascotas dependiendo el tipo de estrato en el que se encuentren, esto amplía la capacidad económica que tienen las familias, ya que se considera que convivir con una mascota muchas veces es un lujo o un gasto adicional que se genera. El porcentaje de hogares en clase alta es de 44%, mientras que los estratos más bajos son de 33%⁹⁷. Este estudio arrojó la conclusión que existe una mayor oportunidad de éxito en los estratos 3,4 y 5 municipal.

En los estratos 3, 4 y 5 municipales, En la Tabla 29., se identificaron el siguiente número de hogares:

Tabla 29. Porcentaje de participación por estratos en Facatativá 2016

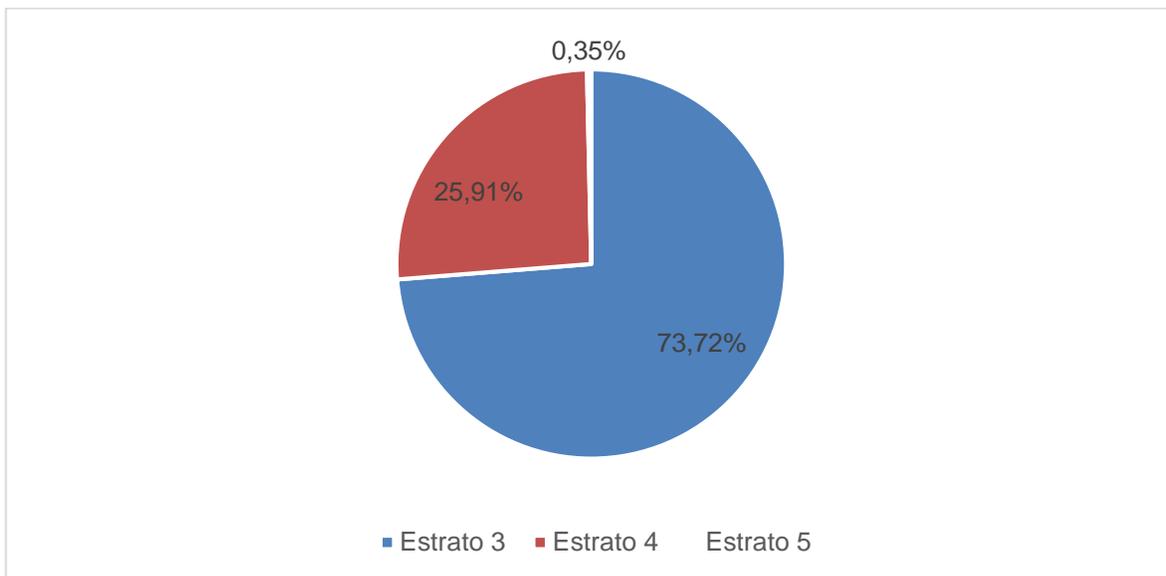
Estrato	Cantidad de hogares	Porcentaje (%)
3	8.193	73,72
4	2.880	25,91
5	40	0,35
Total	11.113	100

En la Tabla 29., y Gráfico 18., se representa el número de hogares de estratos municipales 3, 4 y 5, donde la mayor participación la tiene el estrato 3 con un 73,7%, lo conforman en total 56 barrios; estrato 4 un 25,9% de participación con 27 barrios,

⁹⁷ FENALCO. "Mascotas: crecen las oportunidades de negocio". [En línea]. [25 Agosto de 2016]. Disponible en: < <http://www.fenalco.com.co/contenido/934>>

y el único barrio que existe en Facatativá de estrato 5 que es Altos del bosque con 0.36% de participación.

Gráfico 18. Porcentaje de participación de hogares por estrato 2016



En el Cuadro 13., se representa las características por estrato.

Cuadro 13. Características de estratos 3, 4 y 5

Estrato 3	Estrato 4	Estrato 5
Corresponden 56 barrios. Los barrios quedan ubicados en el centro, norte, oriente y occidente de Facatativá. Hacen parte de barrios y el área comercial que se ubica en el centro.	Corresponden 27 barrios. Los barrios quedan ubicados en el norte y oriente de Facatativá. La mayoría de hogares están ubicados en conjuntos residenciales.	Corresponde 1 barrio. Queda ubicado en las afueras de Facatativá, vía mancilla. Es un conjunto residencial tipo campestre.

Con la justificación y caracterización de los estratos que se estudiarán para segmentar demográficamente la población de Facatativá; se procederá a realizar el análisis por barrio y vereda de los hogares pertenecientes a estratos municipales 3,4 y 5. A continuación en la Tabla 30., se visualiza el nombre del barrio analizado, su respectivo estrato y el número de hogares por estrato. En el Anexo A, se encuentra el número de hogares de estratos 1, 2, 3, 4 y 5 en Facatativá.

Tabla 30. Número de Hogares, estratos 3, 4 y 5 en el año 2016

Barrio	Número de hogares	Estrato	Estrato 3	Estrato 4	Estrato 5	Población objetivo
Altos del bosque	40	5			40	40
Alamos	86	3	86			86
Apto mirador arboleda	57	2,3	48			48
Arbelaez	228	3,4	183	45		228
Arboleda	1747	2,3	555			555
Atalaya del tunjo	558	3	558			558
Buganvilleas	106	3	106			106
Centro	760	3	244	4		248
Cerezos	324	4		324		324
Chapinero	775	2,3	115	1		116
Ciudadela Girasoles	1050	4		1050		1050
Copihue	188	3,4	78	110		188
Daniel ortega	183	2,3	148			148
Diurba	87	4		87		87
El Bosque	406	3	406			406
El cortijo de la morena	3	4		3		3
El diamante	12	3,4	8	4		12
El llanito	172	3	172			172
El triunfo	10	3	10			10
Geranios	784	3	784			784
Gibraltar	208	3	208			208
La Campiña	27	3	27			27
La Esmeralda	226	4		226		226
La Recebera	77	1,3	1			1
Las Piedras	288	1,2,3	69			69
Llano del tunjo	374	4		374		374
Los Laureles	104	3	104			104
Los Molinos	532	2,3	479			479
Los olivos	122	3	122			122
Los Robles	20	4		20		20
Los Tulipanes	280	4	280			280
María Angélica	66	3	66			66
Nuevo Copihue	61	3,4	85	52		137
Omnicentro	504	4	360	144		504
Parque Santa Helena (Berlín)	314	3	314			314
Pensilvania	166	3	166			166
Portal de María	310	1,2,3	1			1
Porvenir	135	3	135			135
Remanzo del Cacique	327	3	327			327
San Agustín	98	3,4	90	8		98
San Antonio Bajo	266	1,2,4		1		1
San Carlos	274	3,4	96	178		274

Tabla 31. (Continuación)

Barrio	Número de hogares	Estrato	Estrato 3	Estrato 4	Estrato 5	Población objetivo
San José	89	3	89			89
San Pedro Claver	10	3	10			10
San Pedro	32	4		32		32
Santa Rosa	92	3,4	58	34		92
Santa Rita	1887	1,2,3	306	12		318
Simón Bolívar	20	4		20		20
Tisquesusa	56	4		56		56
Vereda Corito	66	1,2,3	19			19
Vereda la Selva	76	1,2,3	1			1
Vereda La tribuna	254	1,2,3,4	4	1		5
Vereda Los Manzanos	293	1,2,3,4	3	3		6
Vereda Moyano	466	1,2,3	1			1
Vereda Paso Ancho	156	1,2,3	1			1
Vereda El Prado	421	1,2,3	1			1
Vereda San Rafael	266	1,2,3,4	11	1		12
Vereda Tierra Grata	234	1,2,3	2			2
Versalles	75	3,4	64			64
Villa Alba	600	3	600			600
Villa Claudia	10	3	10			10
Villa del Prado	57	3	57			57
Villa Ferroviaria	41	3	41			41
Villa Ivonne	37	3	37			37
Villa Nueva	140	1,2,3,4	21	1		22
Villa Rosita	80	3	80			80
Villa Sajonia	90	3,4	21	89		110
Zambrano	325	3	325			325
TOTALES	18.228		8.193	2.880	40	11.113

Fuente: Secretaría de Planeación de Facatativá, correlación trabajo de campo según autoras (24 Agosto de 2016)

El número de hogares estrato 3, 4 y 5 de Facatativá corresponde a 11.113 familias, pero según Fenalco y análisis enfocados al mercado de las mascotas, “en seis de cada 10 hogares colombianos hay mascotas”⁹⁸ y además de ello se da preferencia a los perros llevándose el 69% de favoritismo “seguido, por las aves o los pájaros”⁹⁹ Con ésta información se segmenta nuestra población objetivo como se ve en la Tabla 31.

⁹⁸ EL ESPECTADOR. “Mercado de las mascotas”. [En línea]. [25 Agosto de 2016]. Disponible en: <http://www.elespectador.com/noticias/economia/seis-de-cada-10-hogares-colombianos-hay-mascotas-articulo-540449>

⁹⁹ FENALCO. “Mascotas: crecen las oportunidades de negocio”. [25 Agosto de 2016]. [En línea]. Disponible en: <http://www.fenalco.com.co/contenido/934>

Tabla 31. Resumen de segmentación demográfica

Número de hogares estrato 3-4-5 en Facatativá	Número de hogares que poseen una mascota (estimado)	Número de hogares que poseen un perro (estimado)
11.113	6.668	4.601

Siendo así el 60% de los hogares del municipio de estratos 3, 4 y 5 poseen una mascota y de aquel porcentaje, 4601 hogares poseen perro, aquel segmento se considerará en el nicho de mercado al cual irá dirigido nuestro servicio.

2.3.3 Segmentación psicográfica. Para segmentar se atribuyen características específicas en el estilo de vida que permitan perfilar mejor el cliente. El proyecto es con perros, de ahí la importancia que el cliente sienta un amor profundo por ellos y comparta la pasión por querer brindar bienestar a sus mascotas.

El cliente debe llevar una vida cómoda, que no le permita estar todo el día al lado de su mascota, pero por su inmenso amor lo lleve a buscar la comodidad, bienestar, tranquilidad y confianza para dejar a su canino en manos de expertos.

Debe simpatizar con los derechos de los animales y considerar a su canino como un integrante más de su familia que al igual que ellos merecen lo mejor.

2.3.4 Segmentación conductual. En ésta segmentación, se definirá el por qué el cliente, en éste caso los dueños de las mascotas, preferirían por sus actitudes y condiciones tomar éste servicio por el grado de innovación al valor que se le suministrará.

2.3.4.1 Innovación al valor. Con el fin de darle un mayor valor a la percepción del cliente para que esté dispuesto a pagar por el servicio se hablará de la tasa de beneficio y la tasa de uso del proyecto.

La tasa de beneficio será ofrecer un servicio para los facatativeños y alguna población flotante; en municipios cercanos dedicado al cuidado de perros, buscando su bienestar en el momento de estar en el establecimiento, un desarrollo saludable y recreativo siempre al cuidado de personas capacitadas.

Mientras que la tasa de uso del proyecto buscará fidelizar clientes por la calidad del servicio de domingo a domingo; con un horario que favorezca y se acomode a la expectativa de los clientes.

2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Se utiliza para recolectar información sobre las preferencias de los clientes, y que estas permitan la toma de decisiones para lograr la satisfacción del cliente.

2.4.1 Plan de muestreo. “Los planes o programas de muestreo tienen por objetivo suministrar información sobre las características del producto o servicio, útiles para la aceptación o rechazo del mismo. Los resultados obtenidos de los análisis de las muestras, confrontados con determinados criterios, permiten decidir si debe aceptarse o rechazarse”¹⁰⁰. Con base a esta herramienta se identificará el tipo de muestro, de investigación, la estructuración de la encuesta y su respectivo análisis.

2.4.1.1 Tipo de muestreo. El muestreo no probabilístico se utiliza para un tipo de población específica, que cumple con características o rasgos identificados previamente, para el presente proyecto, el cliente debe cumplir con características básicas en rango de ingresos específico para que pueda acceder, por eso se estudiará las características de los estratos 3, 4 y 5.

2.4.1.2 Tipo de investigación. Para clasificar el tipo de investigación se debe cumplir con los criterios que enfoquen el objetivo del proyecto, los datos e información con la que se cuenta es escasa por eso se clasificó como una investigación exploratoria. “Cuando no existen investigaciones previas sobre el objeto de estudio o cuando el conocimiento del tema es tan vago e impreciso que nos impide sacar las más provisorias conclusiones sobre qué aspectos son relevantes y cuáles no, se requiere en primer término explorar e indagar, para lo que se utiliza la investigación exploratoria.

Para explorar un tema relativamente desconocido se dispone de un amplio espectro de medios y técnicas para recolectar datos en diferentes ciencias como son la revisión bibliográfica especializada, entrevistas y cuestionarios, observación participante y no participante y seguimiento de casos”¹⁰¹. Con la ayuda de fuentes primarias y secundarias se compilará la información necesaria, se analizará y se tomarán determinaciones con los resultados obtenidos. (Inteligencia de mercados)

¹⁰⁰ INTI. “Pruebas de desempeño”. [En línea]. [13 Agosto de 2016]. Disponible en: <http://www.inti.gob.ar/productos/pdf/mat_plan_muestreo.pdf>
<http://www.inti.gob.ar/productos/pdf/mat_plan_muestreo.pdf>

¹⁰¹ UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA. “Técnicas de investigación”. []. []. Disponible en: <http://datateca.unad.edu.co/contenidos/100104/100104_EXE/leccin_6_investigacin_exploratoria_descriptiva_correlacional_y_explicativa.html>

2.4.1.3 Tamaño de la muestra. Con la segmentación por consumo realizada con anterioridad, se halla el número de encuestas como herramienta de compilación de datos, que se deberán realizar para asegurar una cantidad mínima de información para ganar certidumbre y un análisis confiable.

Se considera para éste proyecto una población finita puesto que hay restricciones en las características de los clientes; el negocio va dirigido a los hogares de estratos 3,4 y 5 que posean un perro como mascota y requieran periódicamente el servicio de un tercero para el cuidado de sus canes.

Se determina el tamaño de la muestra mediante la Ecuación 1.

Ecuación 1. Tamaño de la muestra

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

Donde:

Z: Coeficiente de confianza

N: Población

p: probabilidad de éxito

q: Probabilidad de error

e: Error de estimación

n: Tamaño de la muestra

Para el proyecto se reemplaza y se obtienen los siguientes datos

$$n = \frac{(1,96^2 * 4601 * 0,5 * 0,5)}{(4601 - 1) * 0,05^2 + 1,96 * 0,5 * 0,5} = 354,6 \cong 355 \text{ Encuestas}$$

El coeficiente de confianza (Z) será de 1.96, según la tabla de distribución normal para el 95% de confiabilidad y 5% de error. El dato de población (N) se obtuvo gracias a la segmentación demográfica encontrada en el numeral 2.3.2, valor que corresponde al número de hogares que poseen un perro; y se manejará una probabilidad a favor (p) y una probabilidad en contra (q) equitativamente.

2.3.1.4 Diseño de la encuesta. Con el fin de obtener información se desarrollará una encuesta dirigida a la población de estratos 3, 4 y 5; se realizará de manera

directa y personal para evitar el sesgo. El tiempo de la encuesta se estima en 5 minutos, con 9 preguntas cerradas.

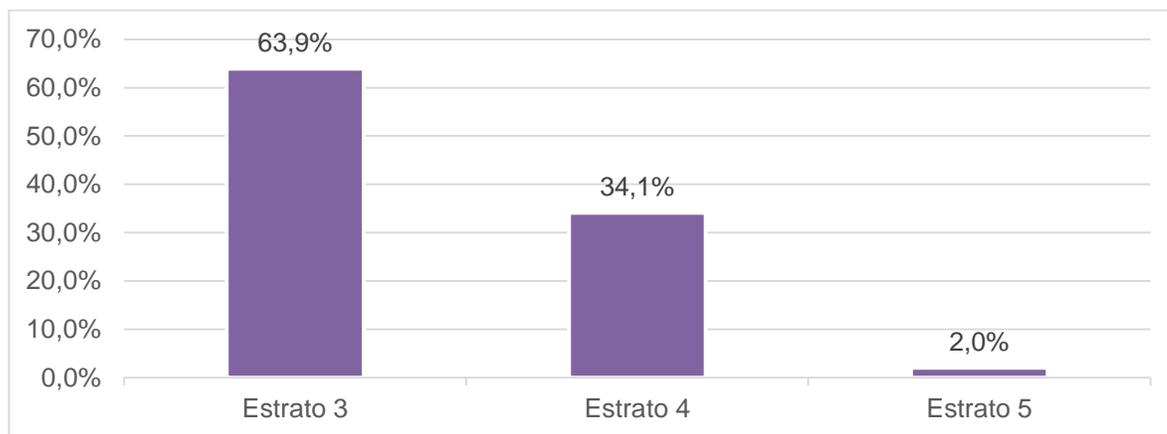
2.3.1.5 Análisis de la encuesta. La encuesta se realizó en el municipio de Facatativá, aplicada a 355 personas que pertenecen al estrato 3, 4 y 5 municipal. La compilación de datos se realizó con un pequeño cuestionario con preguntas cerradas para evitar el sesgo en la información. En el Anexo B., se encuentra el formato de la encuesta que se aplicó a los habitantes de Facatativá.

Antes de aplicar la encuesta se indagó sobre el estrato al cual pertenecían para validar la información obtenida. Para los estratos 1 y 2 se descartaba el diligenciamiento de la encuesta. En la Tabla 32., y Gráfico 19., se muestra el porcentaje de participación según el estrato económico del municipio de Facatativá.

Tabla 32. Estrato socioeconómico

Estrato	Número de personas	Porcentaje (%)
3	227	63,9
4	121	34,1
5	7	2,0

Gráfico 19. Estrato socioeconómico



El estrato 3 es el de mayor participación con un 63,9%, seguido del estrato 4 con un 34,1% y finalmente estrato 5 con un 2%, para acceder a este estrato directamente se acercó al único conjunto residencial con dicho estrato. El estrato 3 es el que tiene mayor peso porque en Facatativá la mayoría de barrios pertenecen a este.

A continuación se encuentran las preguntas con su respectivo análisis resultado del trabajo de campo realizado en el municipio de Facatativá, el viernes 26 y sábado de agosto de 2016.

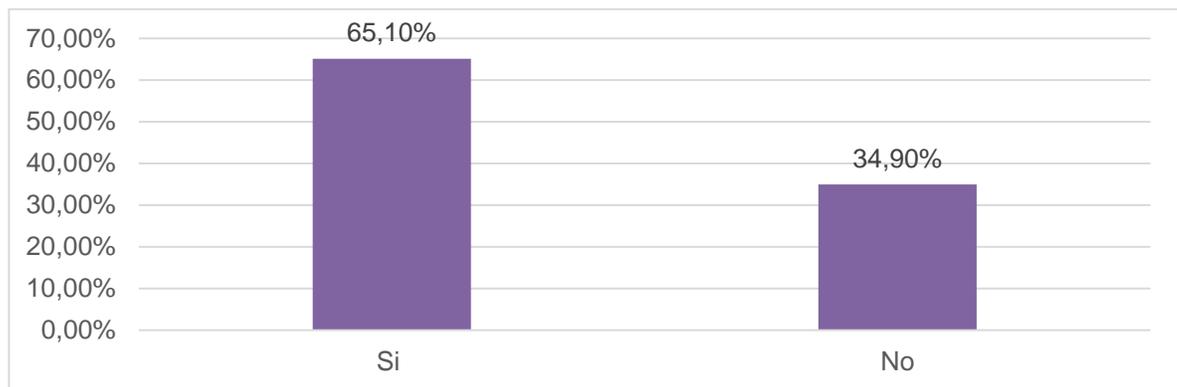
Pregunta 1. ¿En su hogar tiene perro o tiene planes de tener alguno?

Tabla 33. Análisis de datos pregunta 1

Opción	Respuesta	Número de personas	Porcentaje (%)
a	Si	231	65,1
b	No	124	34,9

La Tabla 33., y Gráfico 20., permite concluir que el 65,1% de las personas encuestadas poseen una mascota, se detecta una demanda bastante alta frente a los que no tienen perro con un 34,9%, es un buen indicador que incrementa la oportunidad de éxito del negocio. Con esta pregunta el *n* se reduce a 231 personas porque los que no tienen perro finalizan con la encuesta.

Gráfico 20. Análisis de datos pregunta 1



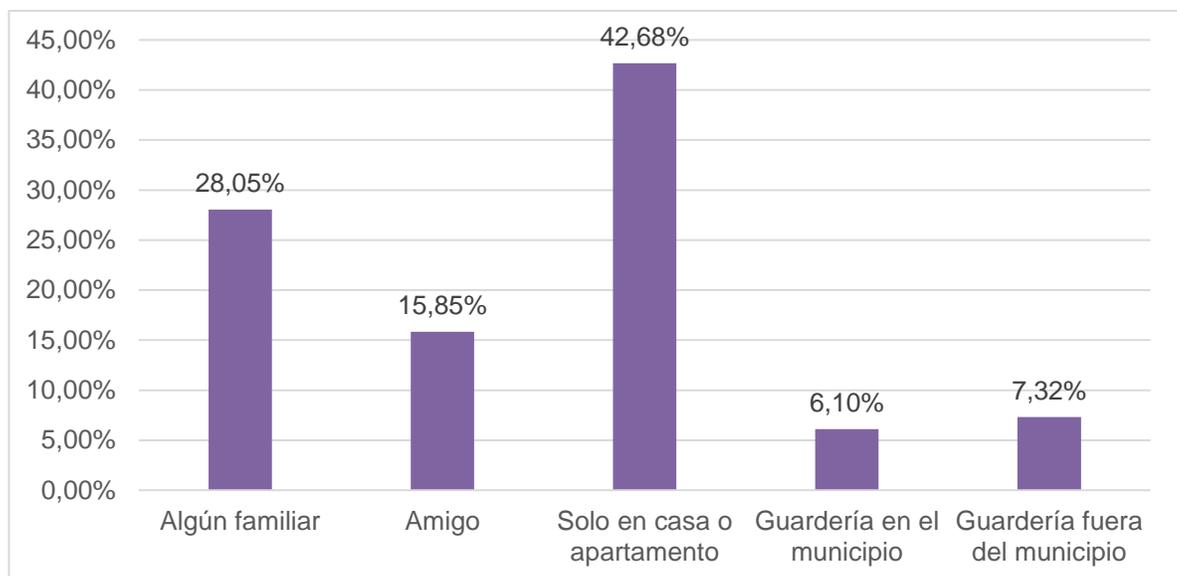
Pregunta 2. ¿Con quién deja o dejaría su canino en los momentos que no puede cuidarlo usted o alguien de su hogar

Tabla 34. Análisis de datos pregunta 2

Opción	Respuesta	Número de personas	Porcentaje (%)
a	Algún familiar	65	28,05
b	Amigo	37	15,85
c	Solo en casa o apartamento	99	42,68
d	Guardería en el municipio	13	6,10
e	Guardería fuera del municipio	17	7,32

En la Tabla 34., y Gráfico 21., se concluye que de las 231 personas encuestadas el 42,68% dicen dejar solo a su canino, el 28,05% lo dejan con un familiar, el 15,85% con un amigo o conocido y por último los menores porcentajes son para las guarderías en Facatativá un 6,1% y fuera de Facatativá un 7,32%. Se concluye que la carencia de una guardería canina con excelentes instalaciones hace que las personas acudan a familiares o amigos para que las cuiden, esa población es potencial para que adquieran un servicio que genere confianza para que sus mascotas estén al cuidado de expertos y con las mejores condiciones. Las personas que acuden a guarderías del municipio aseguran que el servicio no es el mejor pero por fuerza mayor acuden a él.

Gráfico 21. Análisis de datos pregunta 2



Pregunta 3. ¿Qué tipo de establecimiento visita usted con mayor frecuencia para adquirir servicios caninos?

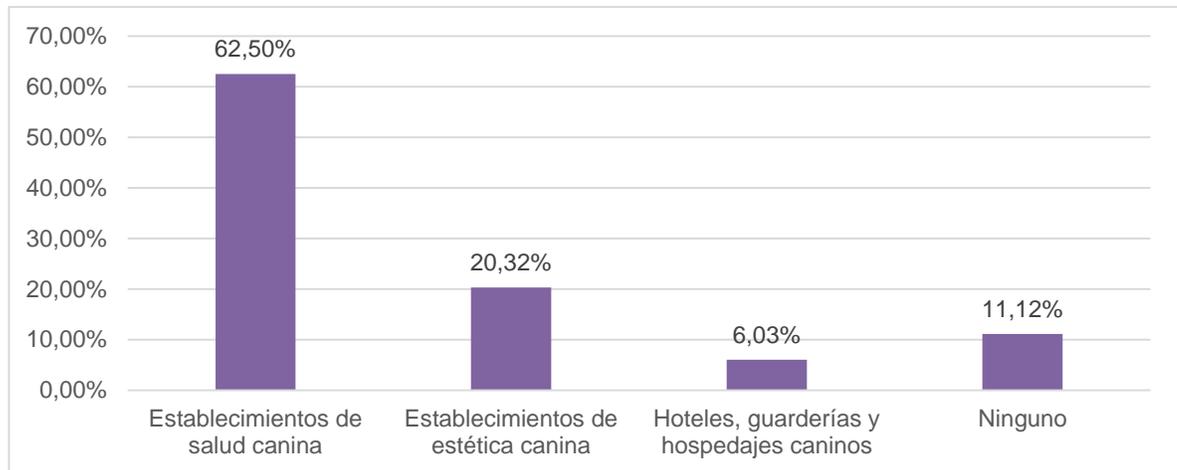
Tabla 35. Análisis de datos pregunta 3

Opción	Respuesta	Número de personas	Porcentaje (%)
a	Establecimientos de salud canina	144	62,5
b	Establecimientos de estética canina	47	20,32
c	Hoteles, guarderías y hospedajes	14	6,03
d	Ninguno	26	11,12

Los establecimientos de salud canina son los más visitados por las personas que tienen un perro con un 62,5%, seguido de establecimientos de estética canina que hace referencia a peluquerías, spa y boutiques con un 20,32%, están las guarderías

y hospedajes caninos con un 6,03% y por último un 11,12% que aseguran no frecuentar ningún tipo de establecimiento. Aunque la mayor participación es la salud canina, los hospedajes y guarderías caninas no son muy frecuentes y la carencia de establecimientos en Facatativá hace que no acostumbren o conozcan el servicio. La Tabla 35., y Gráfico 22., concluye que el trabajo en publicidad debe ser bastante significativo para dar a conocer la apertura de una guardería canina.

Gráfico 22. Análisis de datos pregunta 3



Pregunta 4. Ordene según la importancia que usted considere, los siguientes servicios para una guardería canina. Siendo 1 el de menor importancia y 6 el de mayor importancia

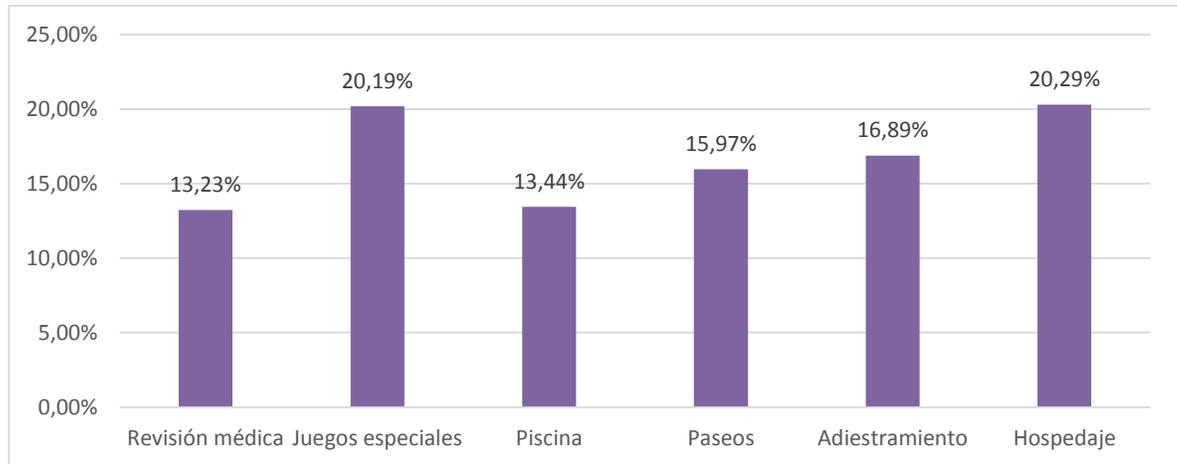
Tabla 36. Análisis de datos pregunta 4

Opción	Respuesta	Número de personas						Total	Puntaje
		1	2	3	4	5	6		
a	Revisión médica veterinaria	69	51	54	15	12	30	231	633
b	Juegos especiales Agility	9	26	32	63	49	52	231	966
c	Piscina	51	58	56	35	18	13	231	643
d	Paseos orientados	18	43	72	56	32	10	231	764
e	Adiestramiento básico	31	54	26	32	65	23	231	808
f	Hospedaje canino	20	24	33	34	52	68	231	971

Para la Tabla 36., y Gráfico 23., se asignó una puntaje para el análisis de las respuestas, el mayor puntaje e importancia fue para el servicio de hospedaje 20,29%, luego los juegos especiales y agility (agilidad) con 20,19%, seguido del adiestramiento con un 16,89%, la opción de paseos dirigidos y orientados tuvo una participación de 15,89%, piscina el 13,44% y finalmente la revisión médica con 13,23%. Aunque unos puntajes tuvieron una mayor participación que otros, la

percepción de los servicios fueron relativamente parecidos, ninguno obtuvo una tendencia atípica que el otro. Permitted reconocer la importancia que dan las personas a los servicios, se priorizaron y se concluyó cuáles son los servicios que se deben profundizar más pues son los que valorara el cliente. El hospedaje y juegos especiales y el adiestramiento son los puntajes más significativos, por eso se debe trabajar en la infraestructura del negocio.

Gráfico 23. Análisis de datos pregunta 4



Pregunta 5. ¿Qué opción preferiría en el momento de entregar a su mascota a una guardería canina?

Tabla 37. Análisis de datos pregunta 5

Opción	Respuesta	Número de personas	Porcentaje (%)
a	Ruta puerta a puerta	188	81,39
b	Punto de encuentro estratégico	16	6,93
c	Usted mismo lo llevaría	27	11,69

La Tabla 37., y Gráfico 24., permitió decidir que el servicio de ruta es esencial para facilitar el acceso al servicio, su porcentaje de participación es de 81,39%, el 11,69% de las personas encuestadas llevarían ellos mismos a su mascota y por último un punto de encuentro que facilitará la entrega del canino con un 6,93%. La inclusión del servicio de ruta es muy importante, por eso se concluye la adición del servicio de ruta.

Gráfico 24. Análisis de datos pregunta 5



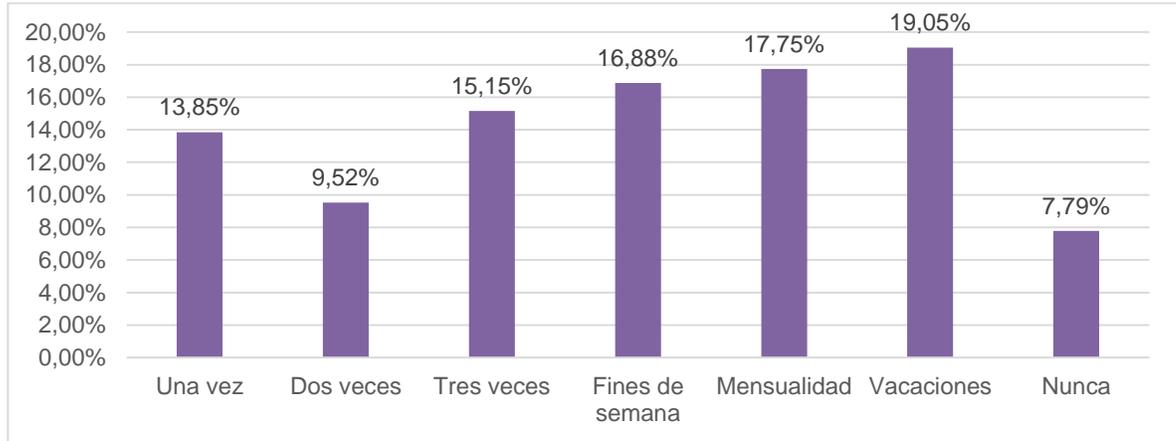
Pregunta 6. ¿Con que frecuencia llevaría a su canino a una guardería recreativa?

Tabla 38. Análisis de datos pregunta 6

Opción	Respuesta	Número de personas	Porcentaje (%)
a	Una vez por semana	32	13,85
b	Dos veces por semana	22	9,52
c	Tres veces por semana	35	15,15
d	Solo fines de semana	39	16,88
d	Pagaría mensualidad	41	17,75
e	Vacaciones	44	19,05
f	Nunca	18	7,79

En la Tabla 8., y Gráfico 25., el 17,75% de las personas encuestadas manifestaron que pagarían una mensualidad, es un buen indicador y se tendrían que realizar planes para lograr captar clientes y no solo acudan a la guardería recreativa ocasionalmente. De las 231 personas encuestadas, 44 llevarían a su mascota en vacaciones que son consideradas ocasiones de fuerza mayor como viajes, el trabajo, entre otras razones.

Gráfico 25. Análisis de datos pregunta 6



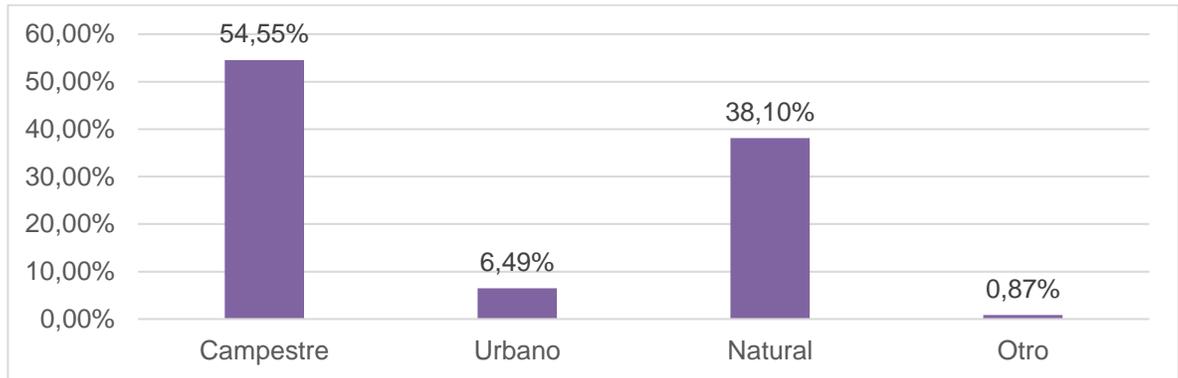
Pregunta 7. ¿En qué ambiente le gustaría que estuviera su perro al cuidado de terceros?

Tabla 39. Análisis de datos pregunta 7

Opción	Respuesta	Número de personas	Porcentaje (%)
a	Campestre Moderno	126	54,55
b	En un predio urbano	15	6,49
c	En un espacio natural	88	38,10
d	Otro ¿Cuál?	2	0,87

En la Tabla 39., y Gráfico 26., el ambiente con mayor participación fue el campestre moderno con 54,4%, seguido de espacio natural con 38,1% y finalmente un predio urbano cerca a su hogar con 6,49%. Permite confirmar el ambiente en el que se realizará el proyecto, será una combinación entre un ambiente campestre, pero la naturaleza será lo atractivo del proyecto.

Gráfico 26. Análisis de datos pregunta 7



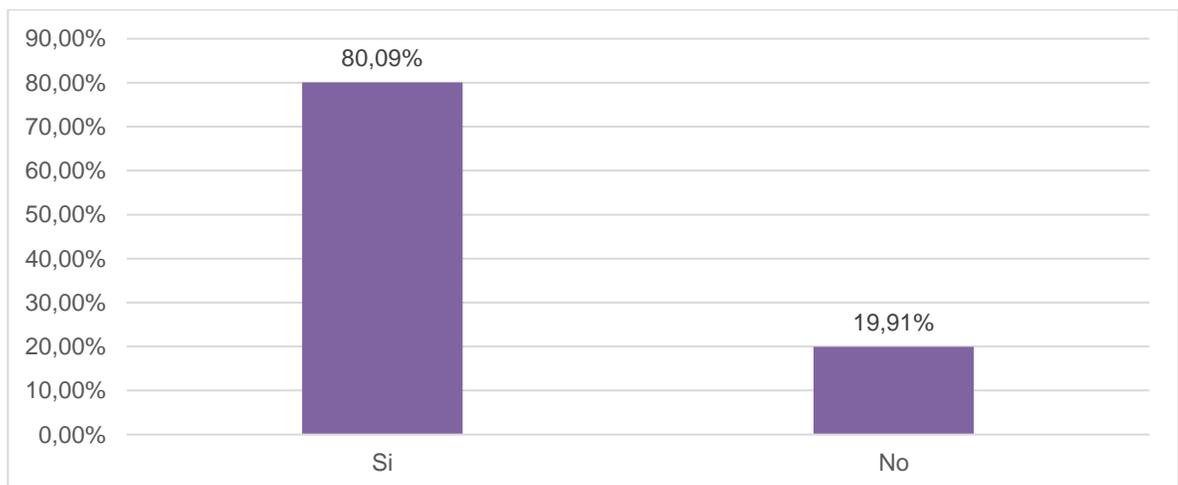
Pregunta 8. ¿Estaría dispuesto a pagar por un servicio de guardería recreativa canina en Facatativá?

Tabla 40. Análisis de datos pregunta 8

Opción	Respuesta	Número de personas	Porcentaje (%)
a	Si	185	80,09
b	No	46	19,91

En la Tabla 26., y Gráfico 27., se concluye que la aceptación del proyecto es bastante positiva, la gente que estaría dispuesta a pagar por una guardería en Facatativá es de 185 personas con una participación del 80,09% lo que indica la acogida y éxito del proyecto. Las personas que no pagarían por este servicio corresponden al 19,91% (46 personas).

Gráfico 27. Análisis de datos pregunta 8



Pregunta 9. Entre que rango de precio estaría dispuesto a pagar por 12 horas de servicio que incluye guardería, recreación y valoración médica.

Tabla 41. Análisis de datos pregunta 9

Opción	Respuesta	Número de personas	Porcentaje (%)
a	\$30.000 - \$34.900	114	49,35
b	\$35.000 - \$39.900	49	21,21
c	\$40.000 - \$44.900	36	15,58
d	\$45.000 - \$50.000	32	13,85

La Tabla 41., y Gráfico 28., muestran el rango de ingresos que están dispuestos a pagar. La opción (a) por ser el rango de menor valor, fue el que obtuvo la mayor participación de las personas encuestadas con un 49,35% con un número de personas de 114, la opción b fue elegida por el 21,21% con un total de 49 personas, seguido por la opción d con 32 personas y un porcentaje de 15,58% y finalmente 32 personas con un porcentaje de 13,85%.

Gráfico 28. Análisis de datos pregunta 9



2.5 DEMANDA DEL SERVICIO

Con el objetivo de identificar la cantidad de bienes y servicios que son requeridos o deseados por el consumidor, es necesario analizar factores o características que influyen al mercado objetivo; los hábitos, precio, capacidad económica, bienes sustitutos que pueden generar en el cliente satisfacción frente al servicio prestado en éste proyecto, pueden ser algunos de muchos factores que se pueden presentar al momento de determinar la demanda.

2.5.1 Demanda potencial. Hace referencia a la posible demanda inicial que puede adquirir el servicio, ayuda a determinar la cantidad de ventas y el crecimiento que tendrá el proyecto.

Se definió que la demanda potencial es el número de hogares en toda la Sabana de Occidente, dado que no se puede dejar a un lado aquella demanda flotante que se encuentra en los municipios aledaños al municipio de Facatativá. Con base en datos del DANE en el módulo de hogares que asegura que en Cundinamarca “el promedio de personas por hogar es de 3,7”¹⁰²; se define la demanda potencial dada en hogares, en la Tabla 42.

Tabla 42. Resumen demanda potencial

Número de personas en Sabana de Occidente	Número de Hogares en Sabana de Occidente
426.784	115.347

La demanda potencial del servicio de guardería canina corresponde entonces a 115.347 hogares ubicados en la Provincia de la Sabana de Occidente.

2.5.2 Demanda real. Se considera demanda real a aquellos consumidores que cumplen los requerimientos y que puedan llegar a capitalizar el servicio, es decir que estén dispuestos a pagar por recibir el servicio. En éste caso la demanda real corresponde a 4.601 hogares, los cuales son estratos 3, 4 y 5 del municipio de Facatativá, que posean un perro como mascota y lo consideren como parte de su familia.

2.5.3 Demanda insatisfecha. “Es el volumen posible de consumo de un bien o servicio no satisfecho completamente, lo que indica que la oferta es insuficiente, o menor que la demanda”¹⁰³, teniendo en cuenta esto y con el análisis de la Pregunta número 8 de la encuesta se deduce que aquellas personas que les gustaría y estarían dispuestos a pagar por los servicios ofrecidos por la guardería recreativa canina corresponden al 80,09% de la demanda real es decir 3685 hogares.

2.5.5 Pronóstico de la demanda. Predecir cuál será la demanda del negocio en un periodo de tiempo específico, ayudará a tener claro cuantas ventas se realizarán y cómo será el comportamiento de las mismas.

Al no poseer datos históricos de la demanda de guarderías caninas en Facatativá o municipios cercanos; con el análisis de la pregunta número 6 de la encuesta se llegó a pronosticar el comportamiento de las ventas para los próximos 5 años.

¹⁰² DANE. Módulo hogares. [En línea]. [30 Agosto de 2016]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/files/censo2005/PERFIL_PDF_CG2005/25000T7T000.PDF>

¹⁰³ RODRÍGUEZ RESTREPO, Víctor José. TORRES DE CUBILLOS, María Consuelo. Guía de iniciativa empresarial y creación de empresas. Demanda insatisfecha. Bogotá D.C: Junio 2008. 54p.

La demanda insatisfecha corresponde a 3.685 hogares que poseen mascota, concretamente un perro y estarían dispuestos a tomar los servicios de la guardería canina. De aquella demanda, el 19,05% pagarían por un periodo vacacional, el 17,75% pagaría una mensualidad, el 13,85% lo llevaría una vez por semana; el 9,52% dos veces por semana, otro 15,15% tres veces a la semana y un 16,9% los fines de semana.

Los clientes más importantes para la empresa y los cuales brindan una demanda confiable, son los más frecuentes; por dicha razón se procede a analizar la demanda del servicio de acuerdo al 17,75% que pagaría una mensualidad por el servicio de guardería. Además aquellos hogares que estarían dispuestos a tomar el servicio por un periodo vacacional (19,05%) son de igual importancia para la guardería por lo cual aquel porcentaje también se tendrá en cuenta para llegar a pronosticar la demanda promedio total de la guardería puesto que el periodo de más ocupación en estos centros es la semana santa, fines de semana, verano, épocas de mitad de año y navidades¹⁰⁴.

El número de servicios demandados para éste mercado se encuentra a continuación en la Tabla 43.

Tabla 43. Número de servicios demandados

	N° de servicios al día	N° de servicios al mes	N° de servicios al año
Pagaría Mensualidad	654	19.621	235.457
Pagaría vacaciones	702	21.057	252.686
Total			488.143

De acuerdo a la variación anual (2014-2015) del PIB en la rama de actividad económica **Actividades de servicios sociales, comunales y personales** a la cual pertenece la actividad del negocio la cual fue de 2,9%, según el Boletín técnico del último trimestre de 2015; se realizará el pronóstico en número de servicios para los siguientes 5 años, como se muestra en la Tabla 44., en la segunda columna.

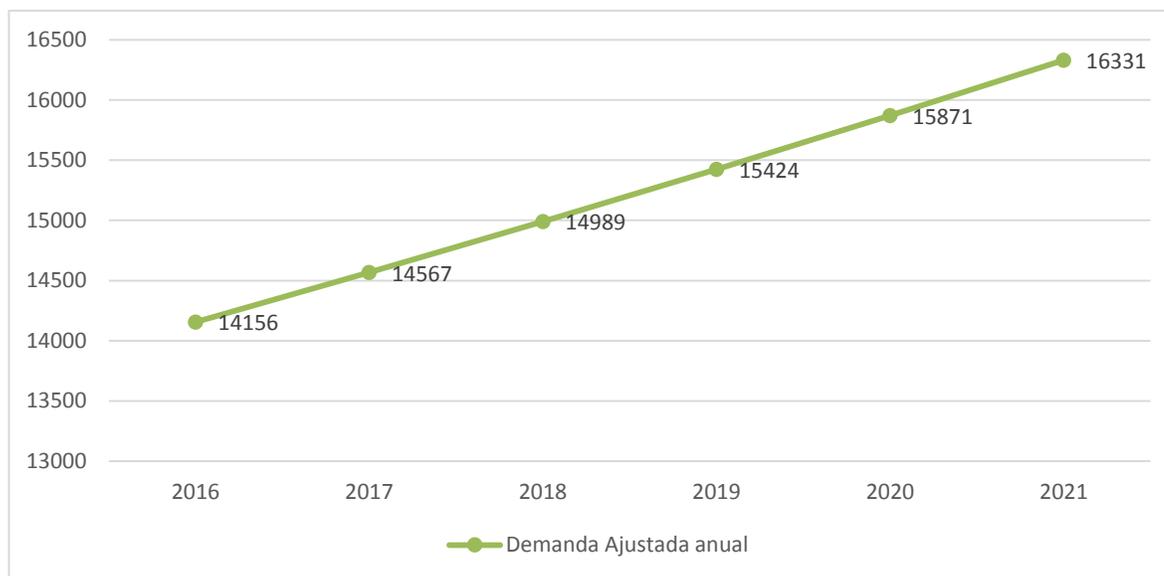
¹⁰⁴ ANDRÉS MATEOS. "Temporada alta en las residencias caninas". [En línea]. [14 Octubre de 2016]. Disponible en: < http://www.eldiario.es/eldiarioex/Temporada-alta-residencias-caninas_0_414359569.html>

Tabla 44. Pronóstico de demanda en servicios prestados

Año	Demanda Anual	Demanda Ajustada anual	Demanda diaria
2016	488.143	14.156	39
2017	502.299	14.567	40
2018	516.866	14.989	42
2019	531.855	15.424	43
2020	547.279	15.871	44
2021	563.150	16.331	45

Para iniciar y teniendo en cuenta que la capacidad instalada con la que se iniciará el negocio no permitirá atender el 100% de la demanda insatisfecha, se hará un ajuste igual al crecimiento anual de la rama de actividad económica que se encuentra en la tercera columna, para así finalizar con la demanda promedio diaria que estará acorde a la capacidad instalada del negocio. En la Gráfico 29., muestra el comportamiento de la demanda anual.

Gráfico 29. Demanda Anual (Servicios demandados 2016 - 2021)



Se espera que la demanda insatisfecha vaya en crecimiento por el furor y a medida que se amplíe la necesidad de recibir el servicio de guardería canina. Si el comportamiento es el esperado la guardería deberá aumentar su capacidad instalada para poder satisfacer el mayor porcentaje de aquella demanda insatisfecha.

2.6 ANÁLISIS DE LA OFERTA

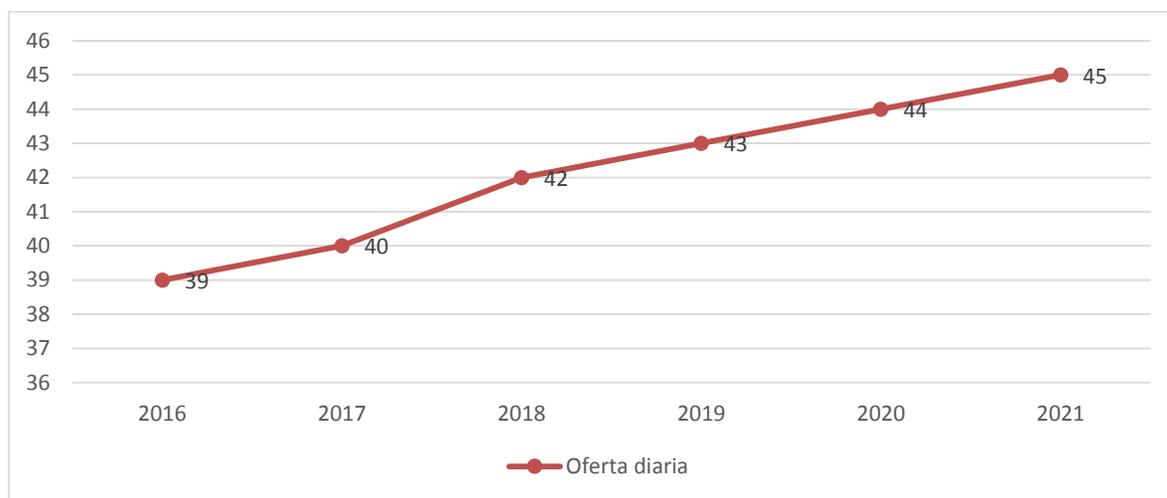
Por ser un servicio, a medida que los clientes van demandando se va ofreciendo el servicio, por tal razón la demanda será igual a la oferta la cual será restringida por la capacidad instalada del negocio (Ver ítems 3.6). En la Tabla 45., y Gráfico 30., se refleja la oferta diaria de acuerdo a la demanda obtenida con anterioridad.

Tabla 45. Oferta diaria por año 2016-2021

Año	Oferta diaria
2016	39
2017	40
2018	42
2019	43
2020	44
2021	45

A medida que pasen los años y con el éxito de la empresa, la capacidad instalada y disponible del servicio deberá aumentar, con el fin de no perder clientes potenciales por falta de espacio disponible en la guardería.

Gráfico 30. Oferta diaria por año 2016-2021



2.7 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Teniendo en cuenta nuestra demanda analizada con anterioridad y la ausencia de una competencia similar dentro o muy cerca al municipio; se realizarán estrategias con base a la competencia directa de tres establecimientos comerciales con servicios e instalaciones muy similares al proyecto en marcha, ubicados en municipios de la Sábana de Occidente a no más de 30 minutos del municipio de

Facatativá. Se deberá tener en cuenta que gran parte de los clientes de aquellas empresas serán demanda flotante para la empresa que se desea crear.

2.7.1 Características principales de la competencia. A continuación en el Cuadro 14., las principales características de la competencia del negocio, que se identificaron con las visitas realizadas por las autoras del proyecto.

Cuadro 14. Características de la competencia

Empresas	Características
MASCOTEAR	Ubicado en el municipio de Funza a 24,1 km del municipio de Facatativá a 37 minutos por variante Madrid-Mosquera. Poseen excelente servicio al cliente, un buen equipo de trabajo e instalaciones amplias y llamativas. Entre sus servicios más importantes se encuentra el colegio canino, ruta puerta a puerta según horario acordado con el cliente, pero solo en los municipios de Funza y Mosquera; entrenamiento, recreación y algunos servicios adicionales como masajes y rutinas de belleza canina. Poseen página Web, buenos comentarios y gran cantidad de seguidores en redes sociales.
CANES TRAINER	Empresa con un único trabajador llamado Cesar Augusto Cárdenas, desvinculado de la Policía Nacional; con experiencia de más de 10 años en adiestramiento de obediencia básica y defensa personal; siendo éste su servicio con más valor agregado. Ofrece también, servicio de guardería, donde él mismo recoge las mascotas en la puerta de la casa (Sólo servicio en Facatativá) y las cuida en un predio urbano familiar ó si bien desea en finca ubicada en la Vereda de Mancilla donde se mantienen las mascotas amarradas, con periodos de tiempo de esparcimiento y educación básica para pequeños cambios de conducta. No posee página web ni posee reconocimiento en redes sociales, tampoco un espacio para recreación ni deporte canino, además de no mantener supervisado el perro todo el tiempo.
DOGCLEAVER	Ubicado en el municipio de Bojacá vereda Cubia; distancia de 12,6 km a 25 minutos aproximadamente del municipio facatativeño. Entre sus servicios más importantes se encuentra la guardería canina, con un cuidado adecuado para los perros, adiestramiento, transporte en los municipios de Facatativá y Bojacá, Agility Dog, criadero. Es una empresa nueva pero con una buena idea de negocio, posee instalaciones amplias y adecuadas para la recreación y deporte de las mascotas; entre sus debilidades está la falta de experiencia en el mercado, que se evidencia en la capacidad de respuesta de sus trabajadores en cuanto los beneficios y experiencias dentro de la guardería. No poseen página Web, pero manejan redes sociales en Facebook e Instagram, con gran publicidad por éste medio y buenos comentarios. Poseen alianzas estratégicas con veterinarias en el municipio de Facatativá y en el municipio de Bojacá.

2.7.2 Matriz de perfil competitivo (MPC). “Es una herramienta analítica que identifica a los competidores más importantes de una empresa e informa sobre sus fortalezas y debilidades particulares. Los resultados de ellas dependen en parte de juicios subjetivos en la selección de factores, en la asignación de ponderaciones y en la determinación de clasificaciones, por ello debe usarse en forma cautelosa

como ayuda en el proceso de la toma de decisiones”¹⁰⁵. Para llevar a cabo la ponderación y análisis de la matriz de perfil competitivo, se tendrán en cuenta los factores críticos de éxito del sector.

2.7.2.1 Fundamentación. A continuación los factores críticos de éxito más importantes de acuerdo a la interpretación y estudio de campo de las autoras; con su respectiva explicación y alcance.

- ✓ **Garantizar la calidad y eficiencia de los servicios.** Éste factor se relaciona directamente con la satisfacción del cliente en el momento de tomar el servicio para su mascota, indagando si se llegó a las expectativas y necesidades del cliente. En éste punto se presupone el personal capacitado y la experiencia en el mercado que permitan la garantía del servicio.
- ✓ **Mantener la imagen corporativa.** Se medirá mediante el reconocimiento y posicionamiento de marca que tenga el establecimiento dependiendo de su experiencia en el mercado y las herramientas que utilice como medio de publicidad.
- ✓ **Mantener alianzas estratégicas.** La integración con otras empresas amplía la opción de atraer nuevos clientes y la obtención de un beneficio económico Ganar- Ganar para las empresas aliadas.
- ✓ **Ofrecer un excelente servicio al cliente.** Al ser un servicio, la capacidad de los trabajadores en el trato personal y conocimiento en los servicios prestados, se convierte en un tema clave para la satisfacción, fidelización y buenos comentarios de los clientes. En éste ítem también se presupone la importancia del servicio postventa, seguimiento de clientes y al servicio prestado.
- ✓ **Poseer y adecuar Instalaciones de acuerdo a la demanda del mercado.** Las instalaciones por el modelo de negocio se convierten en un factor clave de éxito por la confiabilidad y tranquilidad que despierta en el cliente, al dejar a su mascota en un establecimiento recomendable a la percepción de los sentidos del consumidor. El aseo, la pulcritud del lugar y la seguridad serán factores claves para realizar la calificación.

¹⁰⁵ POLILIBROS. Matriz de Perfil Competitivo. [En línea]. [29 Agosto de 2016]. Disponible en: http://148.204.211.134/polilibros/portal/polilibros/P_Terminados/Planeacion_Estrategica_ultima_actuacion/polilibro/Unidad%20IV/Tema4_6.htm

- ✓ **Ofrecer un portafolio de servicios competitivos.** Se analizará la capacidad de la empresa para ofrecer nuevos servicios, la ampliación en su portafolio y la capacidad de despertar nuevas necesidades en el consumidor.
- ✓ **Garantizar la integridad de la mascota.** Se tendrán en cuenta los protocolos de recepción y salida de las mascotas y el cuidado interno que se lleve a cabo para prever cualquier anomalía y garantizar la integridad física y emocional del perro.

A continuación en la Tabla 46., la asignación subjetiva de los factores críticos de éxito en el peso total dentro del sector.

Tabla 46. Asignación del peso de los factores críticos de éxito en el subsector

Factor crítico de éxito	Peso
Garantizar la calidad y eficiencia del servicio	0,20
Mantener la imagen corporativa	0,10
Mantener alianzas estratégicas	0,10
Ofrecer un excelente servicio al cliente	0,15
Poseer y adecuar instalaciones	0,10
Ofrecer un portafolio de servicios competitivos	0,15
Garantizar la integridad de la mascota	0,20
Total	1

La calificación se dio de acuerdo a la descripción y alcance de cada factor crítico de éxito, explicado anteriormente. Los factores que más peso tienen en el sector y en los cuales la empresa debe trabajar para avalarlos son: garantizar la calidad y eficiencia del servicio que viene implícita con la garantía de la integridad de la mascota. De ésta manera se asegura la satisfacción y cumplimiento de las expectativas de los clientes, se asignó un peso de 0,20.

Con un poco menos de importancia se asignó un peso de 0,15 para los siguientes factores críticos de éxito: Ofrecer un excelente servicio al cliente y ofrecer un portafolio de servicios competitivos; éstos complementarán los anteriores factores y también van dirigidos a la satisfacción de los clientes, con ellos se marcan diferencias de valor agregado entre las empresas competitivas.

Por último los factores críticos de éxito que siguen siendo importantes para la rentabilidad en el sector pero a los cuales se les asignó un puntaje pequeño (0,10) fueron: Mantener la imagen corporativa, mantener las alianzas estratégicas y poseer y adecuar instalaciones. Éstos influyen en el mejoramiento continuo que deberán poseer las empresas en el sector para que sean exitosas.

Así mismo el modelo de la Matriz de Perfil Competitivo (MPC), ofrece un modelo de evaluación de 1 a 4 que lo adaptamos dando la calificación mayor (4) si la competencia atiende por completo al factor crítico de éxito, hasta (1) si no atiende para nada el factor crítico de éxito.

A cada una de las empresas se le analizarán en el Cuadro 15., como se encuentran con cada uno de los factores críticos de éxito en el sector con una calificación de 1 a 4.

Cuadro 15. Matriz de perfil competitivo

Factores críticos de éxito	Mascotear			Canes trainer			Dogcleaver		
	Peso	Calificación	Promedio	Peso	Calificación	Promedio	Peso	Calificación	Promedio
Garantizar la calidad y eficiencia del servicio	0,20	4	0,80	0,20	3	0,60	0,20	4	0,80
Mantener la imagen corporativa	0,10	3	0,30	0,10	1	0,10	0,10	2	0,20
Mantener alianzas estratégicas	0,10	3	0,30	0,10	1	0,10	0,10	3	0,30
Ofrecer un excelente servicio al cliente	0,15	4	0,60	0,15	3	0,45	0,15	2	0,30
Poseer y adecuar instalaciones	0,10	2	0,20	0,10	1	0,10	0,10	3	0,30
Ofrecer una variedad de servicios competitivos	0,15	4	0,60	0,15	2	0,30	0,15	4	0,60
Garantizar la integridad de la mascota	0,20	4	0,80	0,20	2	0,40	0,20	3	0,60
Total	1,00	-	3,60	1,00	-	2,05	1,00	-	3,10

2.7.2.2 Interpretación. Las sumatorias de las calificaciones promedio por encima de 2,5 indican que la empresa se encuentra bien posicionada. Las empresas MASCOTEAR y DOGLEAVE tienen un buen reconocimiento y posicionamiento en el sector. CANES TRAINER por el contrario, con tan solo 2,05 en puntaje promedio; no se considera una empresa netamente competitiva para la idea de negocio del proyecto, puesto que a pesar de ser especialista en adiestramiento con experiencia de más de 10 años, no ha trabajado en publicidad, innovación en servicios, alianzas y no posee instalaciones para ofrecer un servicio completo. MASCOTEAR con un puntaje de 3,60 el mayor de los tres, se considera la empresa con el nivel de competitividad más alto y con un liderazgo sobre las demás, por el buen servicio al cliente, buenas instalaciones, calidad y satisfacción de los clientes. A pesar de poseer el puntaje más alto para MASCOTEAR, se concluyó que DOGCLEAVER es la competencia más directa del proyecto al obtener información de que aproximadamente el 60% de los usuarios del servicio son Facatativeños,

mientras que MASCOTEAR aunque bien tiene clientes del municipio de Facatativá su nicho de mercado está en los municipios de Funza y Mosquera. Por ello se trabajará Benchmarking para MASCOTEAR con el fin de evaluar de manera continua sus procesos, buenas prácticas y servicios; mientras que para DOGCLEAVER se trabajarán estrategias de innovación, calidad, valor agregado y la reducción de costos, para lograr competir más fácilmente.

2.8 MARKETING MIX

Para finalizar éste Capítulo de mercados, nos enfocaremos en las estrategias del marketing mix para así, en el momento de entrar al sector, alcanzar una buena participación en el mercado con los servicios propuestos de la empresa, además de rentabilidad; para ello se recurrirá al enfoque y análisis de las 4Ps, que son los elementos básicos que engloban a una empresa comercialmente. Se les conoce como 4Ps “por su acepción anglosajona (product, price, place y promotion). Las 4Ps del marketing pueden considerarse como las variables tradicionales con las que cuenta una organización para conseguir sus objetivos comerciales. Para ello es totalmente necesario que las cuatro variables del marketing mix se combinen con total coherencia y trabajen conjuntamente para lograr complementarse entre sí”¹⁰⁶. Actualmente para perfeccionar el marketing mix se incluyó una quinta P (5P) llamada percepción que busca la satisfacción total del consumidor con la marca a la cual está comprando. Con lo anteriormente dicho se realizará el plan de mercadeo para la guardería canina.

2.8.1 Producto o servicio. Para este ítem se aclara que es un servicio el que está comercializando la empresa. Se realizará un análisis de la imagen corporativa y características del servicio, nombre, logo y eslogan.

2.8.1.1 Imagen corporativa y características del servicio. Se asignan los atributos de una guardería recreativa canina, por lo tanto el amor por los animales es la clave para que el servicio sea interesante y atractivo para el cliente. El estilo de la empresa es campestre pero predominará la naturaleza, por lo tanto lo ecológico también es el fuerte.

2.8.1.2 Nombre. Para la presente factibilidad se asignó el nombre de “Doggy Place” se decidió que fuera en inglés para que este sea impactante y tenga relación con el tipo de servicio campestre y dirigido a estratos 3,4 y 5 municipales, que en

¹⁰⁶ ROBERTO ESPINOSA. Marketing Mix. [En línea]. [29 Agosto de 2016]. Disponible en: <<http://robertoepinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>>

Facatativá son quienes tienen ingresos superiores. La composición del nombre se divide en: “Doggy” que hace atribución a los caninos y “Place” que se refiere al lugar natural y campestre, es decir su traducción es “Lugar de perro”.

Para las autoras el nombre es corto y creativo, además incorpora y hace referencia al servicio que se presta, por lo tanto para el cliente es fácil identificar de qué trata.

2.8.1.3 Logotipo. El logotipo que representa a la empresa debe ser de fácil recordación, una vez que lo vea el cliente no lo debe olvidar. La Imagen 11., es coherente con el servicio que se presta, es creativo, original y simple.

Imagen 11. Logotipo



2.8.1.4 Eslogan. El eslogan que usaremos para la empresa Doggy Place, guardería canina será la frase “Cuidarlo es nuestro mayor compromiso pero hacerlo feliz, nuestra más grande satisfacción”. Con ésta frase se desea brindar tranquilidad al cliente en el momento de confiar el bienestar de su mascota a Doggy Place, cuando no puede dedicar su compañía como amo; ya sea por varios días seguidos ó todos los días mientras cumple con sus labores. También el eslogan se enfoca a que el cliente tenga la claridad que su mascota estará en espacios especiales y aptos para que pueda socializar con otras mascotas, recrearse, descansar y tener un cronograma de actividades durante todo el día según los requerimientos de la mascota y su dueño.

2.8.2 Precio. El precio por el que pagará el cliente por adquirir el servicio no se ha fijado, debido a que falta realizar el restante de capítulos de la presente factibilidad (estudio técnico, estudio administrativo y ambiental, estudio legal y estudio financiero), pues es necesario determinar tres variables que inciden en la obtención del precio que son: los costos y gastos, el valor agregado que depende de la utilidad que se espera y la relación del precio con la competencia.

- ✓ **Costos y gastos.** Se determinarán a lo largo del desarrollo del presente proyecto, en donde se tendrá en cuenta los recursos necesarios para la ejecución de la guardería recreativa.
- ✓ **Análisis de la competencia.** Ya se realizó un análisis de precios de la competencia directa que permite tener una idea del comportamiento y rango por el que se debe ofrecer el servicio. Se concluyó que la competencia directa con mayor rivalidad es Dogcleaver, por la cercanía a Facatativá y entre su demanda están personas de Facatativá, se trabajará en innovación, calidad y reducción de costos.
- ✓ **Valor agregado.** El servicio adquiere valor dependiendo de la calidad del servicio, de la infraestructura y múltiples factores que debe evidenciar el consumidor.

Como estrategia de precio se utilizará una de penetración, es un servicio nuevo por lo tanto la fijación del precio dependerá del valor de la competencia para que el precio inicial sea más bajo y permita que ingrese inmediata y exitosamente al mercado. El cliente es sensible a la fijación del precio, por eso, la idea principal es captar y atraer clientes, generar fidelización y ampliar la participación del mercado de Doggy Place.

2.8.3 Plaza. También conocido como distribución. La estrategia de plaza responde al cómo va a llegar el servicio al consumidor final. La guardería recreativa canina tendrá una distribución de tipo directa, dado que en la cadena de abastecimiento del servicio no se encontrarán intermediarios sino que se presta directamente a la mascota. Cabe anotar que el cliente en éste caso es quien capitaliza el servicio, es decir el dueño de la mascota, pero el consumidor final termina siendo la mascota. Éste canal de distribución directo será de tipo exclusivo pues se garantizará la calidad del servicio que tendrá el cliente final, optimizando costos al no perder valor en cada eslabón, como puede pasar en un canal de distribución largo. Al ser una distribución exclusiva el cliente debe sentirse privilegiado al tomar el servicio, por

ello la importancia de la calidad, las instalaciones y la garantía de la integridad de la mascota.

2.8.4 Promoción. Como empresa que ingresa en el mercado es muy importante la estrategia de promoción; dado que será el canal para empezar a captar clientes en el mercado y despertar el interés de tomar el servicio en una nueva guardería recreativa canina en Facatativá.

El mejoramiento continuo que se desea trabajar en la empresa enfocado en la satisfacción del cliente hará que la publicidad voz a voz sea el eje principal que atraiga gran cantidad de clientela. Para empezar se trabajará marketing digital en las redes sociales más usadas actualmente: Facebook e Instagram, además de crear una página web, que será clave para el reconocimiento, exposición de los servicios, ventajas, filosofía, galería, entre otros.

Por la llegada del servicio al municipio de Facatativá, es vital darlo a conocer de una forma más directa para el cliente, se utilizarán estrategias de penetración del mercado para que el servicio actual se dé a conocer por medio de publicidad y mercadeo. Se utilizaran volantes en el municipio, el diseño de dichos volantes se encuentra en el Anexo C.

2.8.5 Percepción. La compra de un producto o servicio es emocional y racional, de ahí la importancia de conocer que percibe el cliente sobre lo que está comprando. Pero no solo está la percepción del cliente, sino de todas las partes interesadas o los llamados stakeholders (clientes, proveedores, inversionistas, empleados, entre otros), la forma de ser vistos y percibidos se debe cuidar y mantener.

Para medir la satisfacción de los stakeholders se realizará por medio de herramientas cualitativas y cuantitativas: las cualitativas se realizan con base de los procesos y elementos internos a la organización como lo es la imagen corporativa, planeación estratégica y clima organizacional que se desarrollará en el capítulo administrativo; la parte cuantitativa se realizará por medio de indicadores de gestión y encuestas.

2.8.5.1 Encuesta. Permiten conocer las preferencias, gustos, inconformidades del cliente. Se puede realizar encuestas constantemente para saber en qué mejorar.

2.8.5.2 Indicadores de gestión. Los indicadores permiten mostrar y observar el comportamiento de determinada área, proceso, departamento, se realiza de manera

cuantitativa para observar el porcentaje de desarrollo o evolución de cada parte de la organización. En el Cuadro 16., se describen los indicadores de gestión que se utilizarán para medir a las partes interesadas del proyecto.

Cuadro 16. Indicadores de gestión

Indicador	Fórmula	Descripción
Satisfacción	$\frac{\% \text{ Clientes que reportan alguna insatisfacción}}{\text{Total de clientes}}$	Debe tener un comportamiento decreciente pues las quejas, reclamos, deben disminuir. Debe determinar qué grado de conformidad tiene el cliente con los servicios prestados y el grado de compromiso de la alta dirección con el mismo
Retención de clientes	$\frac{\text{Clientes solicitan retiro}}{\text{Total de clientes}}$	Se asigna a servicio al cliente, quienes son los encargados de retener, reportar cualquier tipo de insatisfacción por parte del cliente.
Indicador de rotación al personal	$\frac{\text{Trabajadores entran} - \text{Trabajadores salen}}{\text{Total trabajadores}}$	Mide el flujo de entrada y salida de los trabajadores
Ausentismo	$\frac{\text{Horas no trabajadas}}{\text{Horas programadas} * \text{Total trabajadores}}$	Mide el porcentaje de tiempo no laborado (faltas, ausencias justificadas y no justificadas, incapacidades, permisos, entre otras)
Capacidad	$\frac{\text{Capacidad instalada ocupada}}{\text{Total capacidad instalada}}$	Mide el porcentaje de utilización de la capacidad de la empresa

2.9 COSTOS PARA EL ESTUDIO DE MERCADOS

A continuación en el Cuadro 17., se muestran los costos que implica llevar a cabo un estudio de mercados de acuerdo a los ítems anteriormente citados; para que se logre un éxito con la indagación del estudio de mercados.

Cuadro 17. Costos de estudio de mercados

Estrategia de mercado	Características	Valor
Volantes	10000 volantes. Tamaño ½ carta, no incluye el diseño. Ver Anexo C	\$95.000
Redes sociales	Las autoras crearán una página de Facebook e Instagram, la cual deberá ser monitoreada y controlada por el mismo personal de la empresa	Gratis
Elaboración de página Web	Será diseñada por las autoras del proyecto	Gratis
Dominio de página Web	El valor de dominio al mes de una página web es de \$70.000 mensuales. El valor dado en la siguiente casilla corresponde al valor anual para el dominio de la página web	\$840.000/ anual

3. ESTUDIO TÉCNICO

En este capítulo se evaluará la viabilidad técnica del proyecto de acuerdo a los servicios prestados que se describirán detalladamente en las fichas técnicas. De acuerdo a la justificación de la localización se evaluarán costos, características del predio, materiales, proveedores, mano de obra, distribución de espacios, que serán aspectos a evaluar para la factibilidad del proyecto. También se realizarán diagramas como herramienta de Ingeniería Industrial para determinar el proceso de la prestación del servicio y facilitar la comprensión del mismo.

Por otro lado, se realizará un análisis ergonómico que evalúe el diseño de puestos de trabajo para cada cargo, es muy importante pues la salud, bienestar y seguridad del trabajador debe ser una preocupación de los dirigentes de la organización por cumplir la normatividad y para lograr los objetivos tanto individuales como corporativos.

Los impactos negativos y positivos al igual que los desperdicios, que por la naturaleza del negocio, deben identificarse para poder realizar un plan de manejo ambiental para controlar los riesgos que la organización pueda ocasionar al medio ambiente.

3.1 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Doggy Place es una guardería recreativa exclusivamente para caninos, que se encarga del cuidado integral de las mascotas. Dicho servicio, tiene la cualidad de gozar de espacios amplios, naturales y amenos, carentes de rejas y encierros que permitan que el canino tenga plena libertad y comodidad en sus instalaciones.

El proyecto ofrecerá los servicios que inician con una valoración médica, guardería y/o recreación, adiestramiento y transporte.

3.1.1 Valoración clínica. Para el bienestar y salud de los caninos es necesario que se le realice una valoración veterinaria, donde se certifique que el perro está en las mejores condiciones de salud para que pueda tener contacto con otros animales, y anticipar cualquier problema.

El chequeo clínico consiste en una minuciosa inspección en cada uno de sus sistemas, dependiendo los resultados puede ser aceptado o no por la guardería recreativa; en caso que no esté en las mejores condiciones de salud, con

consentimiento y bajo la responsabilidad de su amo se procede a practicar ayudas diagnósticas para asegurar el bienestar o la condición en la que se encuentra el canino y garantizar su estado para integrarse con los demás. Es realizado por un médico veterinario, con los conocimientos profesionales necesarios para satisfacer las necesidades del canino, con el cual se realizará una alianza estratégica de acuerdo a la calificación que arroje el estudio de proveedores en el ítem 3.9.

Para el ingreso del canino a Doggy Place es necesario que cumplan con los siguientes requisitos para garantizar la salud y bienestar de cada uno de ellos.

- ✓ Solo se reciben mascotas después de los 4 meses, hasta que tengan todas las vacunas obligatorias y puedan estar en contactos con otros perros. Ver Anexo D.
- ✓ Todos los perros deben poseer todas las vacunas obligatorias, incluyendo la Tos de las perreras. Además deben presentar el carné de vacunación, dejando una copia en la guardería para organizar la historia de cada canino.
- ✓ Es obligatorio que cada perro cuente con un tratamiento antipulgas para controlar el ingreso de parásitos a la guardería.
- ✓ Periódicamente se debe desparasitar a los perros por lo tanto es obligatorio una desparasitación cada tres meses¹⁰⁷.
- ✓ Deben ingresar con su collar y placa para su identificación.
- ✓ La guardería se reserva el derecho de admisión, así se garantizará la armonía y el bienestar de todos los integrantes de Doggy Place.

El chequeo clínico es obligatorio únicamente para los caninos que toman un paquete de acuerdo a sus necesidades encontrados en el Anexo E. Para situaciones donde el servicio se necesite esporádicamente; sin conllevar a la compra del paquete no es obligatoria la valoración médica pero si los otros requisitos.

3.1.2 Guardería. Éste consiste en brindar un servicio que se encargue del cuidado temporal de los perros mientras sus amos no pueden ocuparse de él, como por ejemplo en las vacaciones, compromisos, viajes de trabajo, entre múltiples factores que se pueden presentar.

¹⁰⁷ TIENDA ANIMAL. "Plan de vacunación". [En línea]. [04 de septiembre]. Disponible en: <<http://www.tiendanimal.es/articulos/plan-de-vacunacion-para-cachorros/>>

En el momento que el canino es recibido en las instalaciones de Doggy Place se asume el cuidado de la mascota que consiste en su alimentación, adiestramiento, higiene, salud y residencia por un periodo de tiempo específico, según lo establezca su dueño.

Para la residencia del canino se cuentan con instalaciones amplias, con zonas verdes cuidadas y limpias, zonas especiales para dormir que será el fuerte del proyecto, los caninos no permanecerán en corrales, tendrán dormitorios adaptados con camas para perros para que se sienta cómodos, como en casa.

En cuanto a su estadía, es necesario que el amo deje un inventario de todos los objetos del canino, y un formato de información que especifique características de su cuidado; como por ejemplo horas especiales para dormir y alimentarse, que tipos de comida debe consumir, medicinas, fobias, problemas de agresividad y toda la información que crea pertinente para que el grupo de trabajo tenga en cuenta.

Para la buena prestación del servicio de guardería es necesario tener en cuenta los siguientes factores:

- ✓ **Alimentación.** Según el perro, depende su alimentación, influyen factores como su edad, peso, tamaño y actividad física que realice. Cada perro consume una comida diferente, en porciones y frecuencias distintas, por lo tanto su dueño deberá informar el número de veces que se le debe suministrar alimento y en que porción. Además cada dueño tiene derecho a llevarle a su perro adiciones de comidas como snacks o pasabocas.
- ✓ **Heces Fecales.** Doggy Place contará con espacios exclusivos para disponer de aquellos desechos. El excremento será enterrado en un espacio alejado de la guardería, para así proteger la salud y promover el bienestar de los individuos de la empresa.
- ✓ **Veterinario.** Además de la valoración médica, debe existir una autorización por parte del amo, para que en caso de cualquier eventualidad que pueda tener el perro, pueda ser atendido inmediatamente por un veterinario aliado y así mantener su integridad.
- ✓ **Higiene y olor.** De la forma que es recibido el canino de la misma forma debe ser entregado, por lo tanto Doggy Place se hace responsable de entregarlo limpio y libre de olores. En caso de que el canino haya tenido un periodo de estadía largo éste se bañará y Doggy Place se compromete a garantizar que el baño sea un momento agradable para la mascota, por eso el baño se realizará con agua tibia, en un espacio exclusivo, con jabones neutros y champú suave y

eficaz; se utilizarán productos según la naturaleza del perro, para que el pelaje conserve su textura, brillo y densidad.

3.1.3 Recreación. La actividad física y mental es vital para mantener al canino en óptimas condiciones para desarrollar sus capacidades y destrezas. Es importante aclarar que cualquier canino necesita de actividad física adecuada, pero con ayuda del equipo de trabajo se sabrá que intensidad es necesaria.

La recreación se divide en dos tipos de actividades: juegos especializados de agility (agilidad) y paseos orientados:

- ✓ **Juegos especializados Agility (Agilidad).** Para brindar este servicio de cuenta con un circuito de agility (agilidad), que se comprende por una serie de obstáculos que el canino debe atravesar en el menor tiempo posible, entre los obstáculos están: aros, salto de longitud, pasarela, arcos, balancines y plataformas.

El circuito está diseñado para lograr destreza, agilidad para formar su carácter y autoconfianza; además de estimulación, obediencia y sociabilidad con sus compañeros de guardería¹⁰⁸, sin importar la raza, edad, tamaño, cualquier canino de Doggy Place puede solicitar el servicio.

- ✓ **Paseos orientados.** Este servicio se ofrece con el fin de liberar energía acumulada en el canino, además que le permite controlar sus nervios, que paren de ladrar, rompan cosas, disminuir la agresividad, quemar calorías, se encuentren mejor anímicamente y mejorar su actividad mental¹⁰⁹. Se realiza con el acompañamiento de un profesional, que diariamente los sacará a pasear. Se puede ejecutar en las mismas instalaciones o a las afueras de Doggy Place, el canino siempre contará con su collar, correa, bozal y placa que lo identifique.

3.1.4 Adiestramiento. Consiste en hacer que el canino aprenda y adquiera destrezas en algo. El servicio se realiza aprendiendo reglas generales de comportamiento en función de obediencia, socialización y fidelidad a su amo. El adiestrador es el encargado de domar al canino, es una persona capacitada que se encarga de realizar el acompañamiento. Entre sus funciones está en adiestrar por medio de órdenes claves guiar al canino a realizar acciones determinadas.

¹⁰⁸ MUNDO PERRO. "Beneficios del Agility para perros". [En línea]. [04 Septiembre de 2016]. Disponible en: < <http://www.mundoperro.net/beneficios-del-agility-para-perros.html>>

¹⁰⁹ MISANIMAES. "Beneficios del paseo de perros". [En línea]. [04 Septiembre de 2016]. Disponible en: < <http://misanimales.com/beneficios-de-pasear-tu-perro>>

Es un servicio personalizado, el canino tendrá exclusividad con el entrenador y este a su vez de una forma comprensiva, evitando el maltrato con el animal logrará su control y por medio de acciones de adiestramiento conseguirá domar su comportamiento.

Con el adiestramiento de obediencia el canino aprende normas básicas de sumisión frente a su dueño. El objetivo es lograr la obediencia del perro frente a su propietario, adiestrar y enseñar acciones como sentarse, dar la mano, caminar al ritmo de velocidad de su amo, saltos, entre otras actividades.

Para el adiestramiento canino, en alguna especialidad se restringe de acuerdo a los conocimientos, destrezas y condiciones de los adiestradores de Doggy Place.

3.1.5. Transporte. La ubicación del proyecto es en las afueras de Facatativá, por lo tanto no para todos los amos es fácil llevarlos. La ruta de Doggy Place se encargará de recoger al canino en la puerta de su casa y de igual forma devolverlo. En Facatativá no existe restricción, pueden acceder todos los barrios del municipio.

Se cuenta con un vehículo adaptado para el transporte de perros, dicha adaptación es vital para que el canino sea transportado de la forma adecuada, debe incluir respiraderos que permitan que los caninos cuenten con la ventilación adecuada y debe contar con zonas independientes para cada uno de los perros.

3.2 FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO

Para la guardería recreativa canina Doggy Place, se realiza una ficha técnica que contenga la información de prestación del servicio, características y procedimientos de manera específica. En el Cuadro 18., se encuentra la ficha técnica general del servicio.

Cuadro 18. Ficha técnica de los servicios de Doggy Place

FICHA TÉCNICA GENERAL DEL SERVICIO		
Nombre del Proyecto	DOGGY PLACE	
Imagen		
Descripción	“Doggy Place” es una guardería recreativa exclusivamente para caninos, que se encarga del cuidado integral de las mascotas.	
Especificaciones técnicas	Guardería	Éste consiste en brindar un servicio que se encargue del cuidado temporal de los perros mientras sus amos no pueden ocuparse de él.
	Recreación	La actividad física y mental es vital para mantener al canino en óptimas condiciones y le ayude a desarrollar sus capacidades y habilidades.
	Juegos Agility	Es un circuito de agility, que se comprende por una serie de obstáculos que el canino debe atravesar en el menor tiempo posible, entre los obstáculos están: aros, salto de longitud, pasarela, arcos, balancines y plataformas.
	Paseos orientados	Este servicio se ofrece con el fin de liberar energía acumulada en el canino, además que le permite controlar sus nervios, que paren de ladrar, rompan cosas y disminuya la agresividad.
	Adiestramiento	Consiste en hacer que el canino aprenda y adquiera destrezas en algo. El servicio se realiza aprendiendo reglas generales de comportamiento en función de obediencia y protección a su amo.
	Obediencia	El canino aprende normas básicas de sumisión frente a su dueño. El objetivo es lograr la obediencia del perro frente a su propietario
	Valoración Médica	Para el bienestar y salud de los caninos es necesario que se le realice una valoración médica, donde se certifique que el perro está en óptimas condiciones de salud para que pueda tener contacto con otros animales, y además detectar a tiempo cualquier problema.

Cuadro 18. (Continuación)

FICHA TÉCNICA GENERAL DEL SERVICIO		
Especificaciones técnicas	Ruta	El servicio de ruta es opcional, depende de si su dueño puede o no llevarlo. La ubicación del proyecto es en las afueras de Facatativá, por lo tanto no para todos los amos es fácil llevarlos. La ruta de “Doggy Place” se encargará de recoger a él canino en la puerta de su casa y de igual forma devolverlo. En Facatativá no existe restricción, pueden acceder todos los barrios del municipio.
Horario de atención		Guardería y hotel: Instalaciones y personal disponible de domingo a domingo de 8am a 5pm Ruta: Recogida de caninos de 6am a 8am y entrega de 5pm a 7pm
Vida útil		El servicio se puede adquirir a partir de los 4 meses de vida del canino.

3.2.1 Doggy Paquetes. Los clientes podrán disponer de varios paquetes con el fin de acomodarse a sus necesidades y presupuesto. Doggy Place manejará 2 grandes paquetes:

- ✓ **Doggy School:** Dejar a la mascota todo el día en casa mientras las personas realizan su rutina cotidiana (trabajo, estudios, compromisos) hace que la mascota se deprima, estrese y haga desastres en la casa; por lo tanto el paquete Doggy School está enfocado para éste segmento que prefiera recrear a su canino mientras es educado en las instalaciones de la guardería.
- ✓ **Doggy Vacation:** En ocasiones especiales algunas personas no pueden llevar a su perro a eventos y vacaciones por lo cual se crea el paquete Doggy Vacation, adicionando el servicio de hospedaje.

Las fichas técnicas de los Doggy paquetes se encuentran en el Anexo E.

3.3 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA

Para poder asignar la mejor ubicación y las mejores características (áreas de acceso, distancia del proyecto a Facatativá, área, precio), es necesario realizar un análisis de macro localización a micro localización, por medio de herramientas que permitirán comparar y escoger el mejor punto estratégicamente ubicado para el desarrollo de la presente factibilidad.

3.3.1 Macro localización. El proyecto se realizará en el municipio de Facatativá, las características geográficas se mencionaron en el estudio de mercados. A continuación se describen las características más importantes en Facatativá.

El municipio es alternativa de localización industrial, centro de servicio regional, sitio de producción y suministro de alimentos para la capital del país y para los municipios cercanos. Su economía está conformada por tres sectores: primario, secundario y terciario. El sector del proyecto es el terciario que hace referencia al comercio, servicios y turismo principalmente, actualmente en Facatativá cuenta con 4.247 establecimientos de los que se destacan la producción de calzado y prendas de vestir, fabricación de hierro y acero, ventas de alimentos, elaboración de productos farmacéuticos, entre otros productos.¹¹⁰

Su cercanía a la capital del país es atrayente, se encuentra aproximadamente a 45 minutos de Bogotá D.C., y a 29 kilómetros del aeropuerto El Dorado y al futuro terminal aéreo más importante del país en Madrid (Cundinamarca), lo que crea una ventaja competitiva para Facatativá. Adicionalmente cuenta con la Escuela Nacional de Carabineros y a la base militar, Distrito militar 46.

El proyecto al caracterizarse por sus amplias zonas verdes y ser campestre, se seleccionó 3 vías las cuales se caracterizan por ser veredas municipales y en ellas se encuentra el mayor número de fincas, aunque existe vías de acceso más importantes, en ellas no se encontraron fincas disponibles con las características deseadas.

3.3.1.1 Fundamentación. Para las tres veredas se tendrán en cuenta las siguientes características que determinarán en que veredas se realizará el proyecto.

- ✓ **Seguridad.** Por lo general las veredas en Facatativá son bastante solas y transitan muy pocos vehículos, por eso es vital que el cliente se sienta tranquilo al acceder al proyecto. Debe ser un lugar sin externalidades que lo afecten. Se tendrá en cuenta la población de la vereda y el volumen de personas que transitan.
- ✓ **Estrato socioeconómico.** Es importante que lleguen todos los servicios suministrados por el municipio y además saber qué tipo de estrato es, pues al

¹¹⁰ FACATATIVA-CUNDINAMARCA. Nuestro municipio. [En línea]. [5 Septiembre de 2016]. Disponible en: <http://www.facatativa-cundinamarca.gov.co/informacion_general.shtml>

ser un servicio dirigido a estratos altos, va ser determinante en la decisión del cliente.

- ✓ **Valor de arriendos.** Por la ubicación de la vereda, existen predios más valorizados que otros, de ahí depende el valor de los servicios y el valor del arriendo. Para este factor se tendrá en cuenta los predios más económicos.
- ✓ **Distancia de los clientes.** De la ubicación del proyecto depende que se convierta en una fortaleza o una debilidad, es importante que este cerca al nicho de mercado al que va dirigido para disminuir costos de transporte.
- ✓ **Estado de las vías.** Las veredas en Facatativá tienen un porcentaje pavimentado y el restante son vías destapadas, es esencial tenerlo en cuenta para que acceda el cliente y los vehículos que recogen a los perros estén en buenas condiciones para transitar por ellas.

3.3.1.2 Desarrollo. Para realizar el análisis de macro localización se tomó en cuenta la matriz de la guía de iniciativa empresarial y creación de empresas, desarrollada por el docente Víctor José Rodríguez Restrepo de la Universidad América con la ayuda de María Consuelo Torres de Cubillos.

Para calificarla se realiza un rango de 1 a 4, a continuación en la Tabla 47., se muestra el rango de clasificación según su importancia.

Tabla 47. Rango de calificación para la macrolocalización

Calificación	Descripción
1	Mayor Debilidad
2	Menor Debilidad
3	Menor Fortaleza
4	Mayor Fortaleza

Fuente: Iniciativa empresarial y creación de empresas.

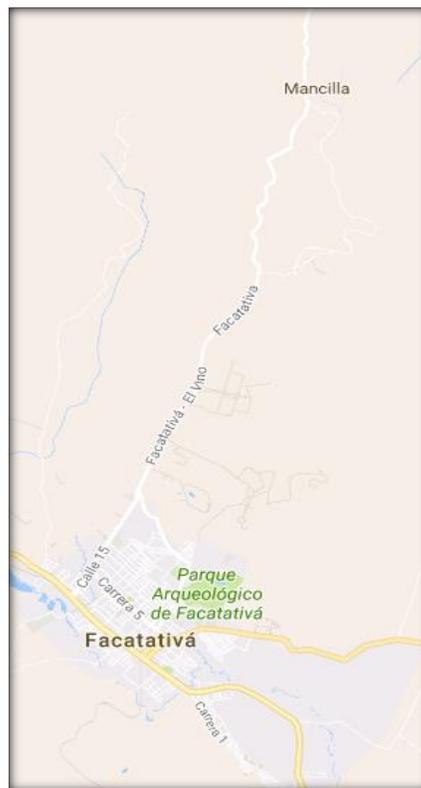
Al finalizar se totaliza y el puntaje mayor es el ganador. En el Cuadro 19., se realiza el desarrollo de la matriz de macrolocalización para poder escoger la mejor zona de ubicación para el proyecto.

Cuadro 19. Matriz de macrolocalización del proyecto

	Seguridad	Estrato socioeconómico	Valor de arriendo	Distancia con los clientes	Estado de las vías	Total
Zona A: Vereda San Rafael	1	1	4	1	1	8
Zona B: Vereda Mancilla	3	3	3	3	2	14
Zona C: Vereda Cuatro esquinas	3	2	3	1	3	12

3.3.1.3 Interpretación. El mayor puntaje lo obtuvo la Zona B que corresponde a la Vereda Macilla. En cada uno de los factores predominó y se destacó según las necesidades que las autoras buscan en la ubicación de Doggy Place. En la Imagen 12,, se muestra la ubicación de la Vereda Macilla.

Imagen 12. Vereda Mancilla



Fuente: Google Maps (Consultado 5/09/16)

Para el primer factor que es seguridad, obtuvo un puntaje de 4, este se fundamentó en que Mancilla es una de las veredas más grandes que hay en Facatativá, por allí quedan importantes lugares como lo es la Escuela Nacional de Carabineros y una de las empresas más importantes que hay en Facatativá como lo es Ecopetrol. Por lo tanto la seguridad y el flujo de vehículos es alto. Además es una zona donde la mayoría de ciclistas diariamente transitan para hacer deporte, por lo tanto ésta vereda permanece con un flujo continuo de personas.

El estrato socio económico varía, existe estrato 1, 2, 3 y 5, este factor se calificó según la percepción del cliente, es importante que el lugar donde se desarrolla el proyecto tenga características similares al nicho de mercado, muchas de las fincas y conjuntos que existen allí son de estratos altos, como lo es Altos del Bosque que es el único proyecto de estrato 5 que existe actualmente en Facatativá.

Los arriendos varían, y la valorización de los predios va incrementando, por lo tanto el análisis de precios para los predios se realizará cuidadosamente en la microlocalización.

Para el cuarto factor, la ubicación del proyecto en esta zona sería una ventaja competitiva, pues muchos de los conjuntos residenciales que existen actualmente de estrato 3, 4 y 5 quedan cerca a esta vía, cabe resaltar que actualmente existe muchos proyectos en construcción y estos se ubican en dicha zona. El acceso para los clientes se facilitaría, y los recorridos de la ruta de Doggy Place serían más cortos.

Por último, el estado de las vías es muy importante, esta vía topográficamente se clasifica como una pendiente suave y moderada, aproximadamente está pavimentada en un 30%, el restante está destapado, aún así es una vía de las más importantes pues desemboca en el Alto del Vino y comunica con el municipio de la Vega.

3.3.2 Micro localización. En la macro localización se concluyó que la zona donde quedará ubicada “Doggy Place” es en la Vereda Macilla, pero ahora se realizará un análisis más profundo y específico de la ubicación del proyecto.

Para la elección del mejor lugar para el desarrollo de “Doggy Place”, se realizó una investigación sobre todas las posibles fincas en dicha zona que estén en arriendo y cumplan con las características del proyecto, de estas se destacaron 3, y ahora se realizará un análisis minucioso de factores definidos por las autoras para escoger el

mejor. En el Cuadro 20., se describen las tres fincas con sus respectivas características.

Cuadro 20. Micro localización del proyecto

Finca	Características	Imagen
<p>Opción 1</p>	<p>Cuenta con 2 fanegadas en zonas verdes. La casa principal es de 200m² que se compone de 5 habitaciones, 3 baños, una chimenea, dos salones grandes en el primer piso y cuenta con una casa auxiliar para un cuidadores de 120m², cocina, cuarto de ropas y terraza. Bosque nativo. Queda ubicada en el área destapada aproximadamente 10 minutos del casco urbano. Estrato 2. Arriendo: \$6.000.000</p>	
<p>Opción 2</p>	<p>Cuenta con 1,5 fanegadas. La casa principal se compone por 3 habitaciones, zona de ropa. Cocina. 2 baños y una casa auxiliar para un cuidador. Un nacedero de agua, 2 pozos de agua y cancha de futbol. Que da ubicada al lado de la carretera, es decir en la zona pavimentada a 5 minutos del casco urbano. Estrato 1. Arriendo \$4.000.000.</p>	
<p>Opción 3</p>	<p>Cuenta con 3 fanegadas en zonas verdes. La casa es de 300m² que consta de 4 habitaciones, 3 baños, cuarto de ropas, salón de juegos. Ubicada en el área destapada, aproximadamente a 10 minutos del casco urbano. Estrato 1. Arriendo \$4.500.000</p>	

3.3.2.1 Fundamentación. A continuación se describen las principales características con las que debe contar el predio.

- ✓ **Valor del arriendo.** Por la ubicación de las veredas, la mayoría de fincas están altamente valorizadas, y el costo de los predios es alto, por eso se busca economía en el arriendo.

- ✓ **Área.** Para el buen funcionamiento y cumplimiento de las expectativas del proyecto, se buscan áreas grandes y con zonas verdes cuidadas y limpias.
- ✓ **Espacio y diseño.** La infraestructura de la casa debe ser amplia y visualmente agradable, pues allí es donde quedará ubicada el área administrativa. Se busca la comodidad, espacios grandes y luminosos.
- ✓ **Distancia del predio a Facatativá.** Entre más cerca quede el predio a Facatativá, más fácil es el acceso para los clientes y disminuirá los costos de transporte.
- ✓ **Seguridad.** El número de fincas cercanas, el tránsito de personas y vehículos y el alumbrado público, interviene en la seguridad del cliente y el equipo de trabajo.
- ✓ **Estado de las vías.** La vía en su totalidad no se encuentra pavimentada, presenta un buen porcentaje de carretera destapada; esto interviene en el cuidado de los vehículos y facilitan el acceso a los clientes dependiendo en que zona quede ubicada.

3.3.2.2 Desarrollo. Para el análisis de la microlocalización se toma nuevamente la matriz de la guía de iniciativa empresarial y creación de empresas, desarrollada por el docente Víctor José Rodríguez Restrepo de la Universidad América con la ayuda de María Consuelo Torres de Cubillos.

Para calificarla se realiza un rango de 1 a 4, siendo 1 el de menor debilidad y 4 la mayor fortaleza, en la Tabla 48., se muestra específicamente los rangos para la microlocalización.

Tabla 48. Rango de calificación para la microlocalización

Calificación	Descripción
1	Mayor Debilidad
2	Menor Debilidad
3	Menor Fortaleza
4	Mayor Fortaleza

Al finalizar se totaliza y el puntaje mayor es el ganador. En el Cuadro 21., se realiza el desarrollo de la matriz de micro localización para poder escoger mejor finca estratégicamente ubicada en la Vereda de Mancilla en Facatativá.

Cuadro 21. Matriz de micro localización del proyecto

	Valor del arriendo	Área	Espacio y diseño	Distancia del predio a Facatativá	Seguridad	Estado de las vías	Total
Finca 1	2	1	4	2	2	2	13
Finca 2	4	3	3	3	3	2	18
Finca 3	3	4	3	2	2	2	16

3.3.2.3 Interpretación. La sumatoria con mayor puntaje es la finca 2 llamada Yerba Buena. El primer factor que se estudió fue el valor de arrendamiento, es la finca más económica entre las 3 opciones con un valor de \$4.000.000, no es tan lujosa como las demás opciones pero se adapta perfectamente a las características del proyecto, pues no es una casa para habitar sino para instalar un negocio.

El área también es una ventaja, cuenta con 6,05 fanegadas en zonas verdes, incluida una cancha de fútbol, es decir que la topografía favorece, pues cuenta con un área plana donde fácilmente se puede instalar el circuito de agility. Después sigue el espacio y diseño, la casa se puede adecuar fácilmente al área administrativa, cuenta con espacios amplios y luminosos que se pueden modificar y adaptar. La distancia del predio a Facatativá, se calificó con un 3 pues es la más cercana a 5 minutos y su seguridad es excelente pues queda cerca de la Escuela Nacional de Carabineros. Por último, queda ubicada en el área pavimentada de la Vía Mancilla.

3.4 ESTUDIO DE MÉTODOS

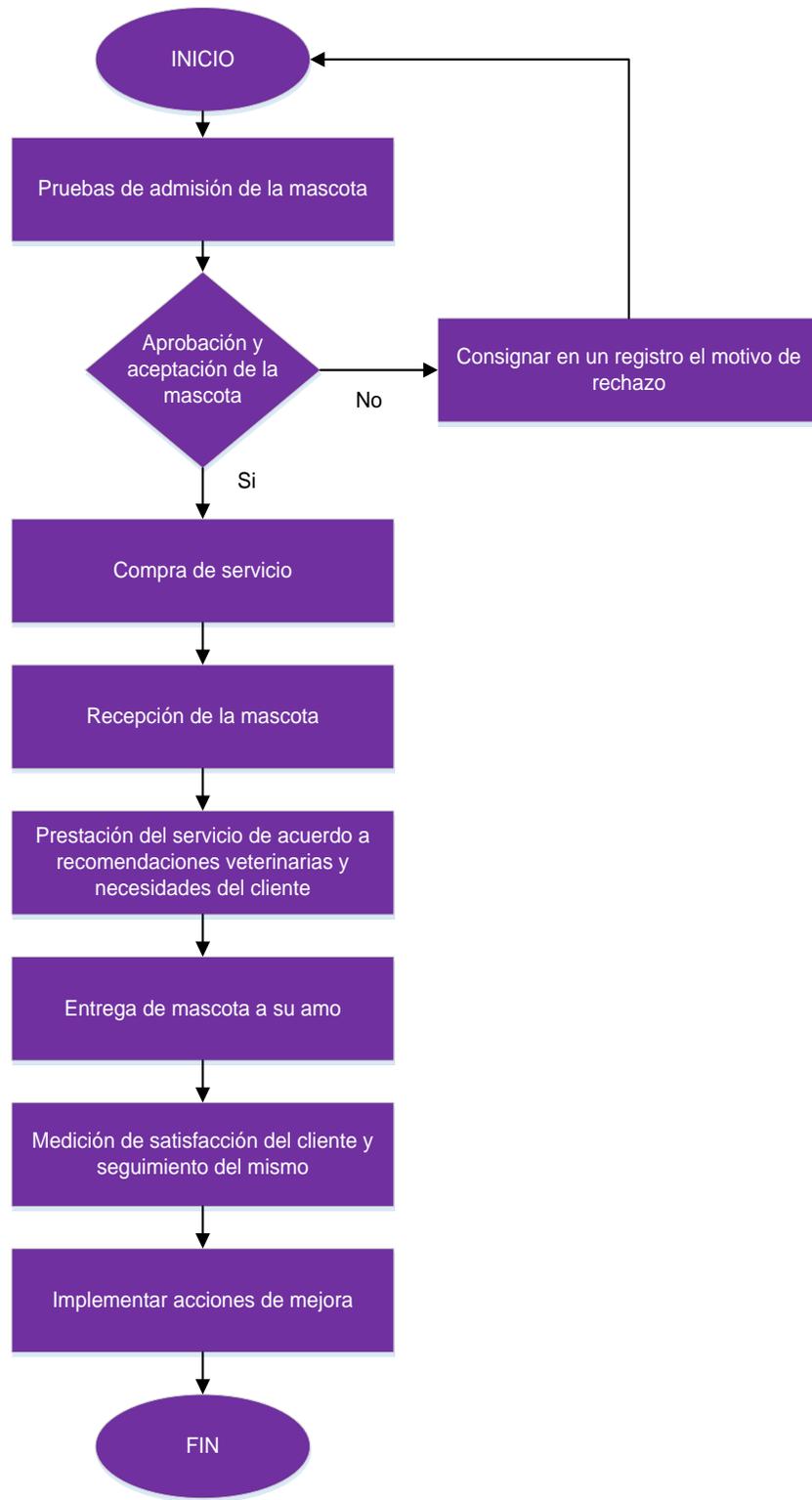
Con el fin de tener mayor conocimiento y control sobre el proceso de la prestación del servicio, se realizarán diagramas de flujo que muestran la manera cómo se llevará a cabo la prestación del servicio generalmente, para el proceso de admisión de la mascota a la guardería y para cada uno de los paquetes disponibles en Doggy Place.

3.4.1 Fundamentación diagrama de flujo general del proceso. A continuación se describe las operaciones, inspecciones y decisiones generales del proceso de prestación del servicio general.

- ✓ **Pruebas de admisión de la mascota.** Ésta operación se realiza con el fin de garantizar la integridad y salud de todos los integrantes de Doggy Place. En la fundamentación del diagrama de flujo de admisión y compra del servicio se encuentra con detalle, los requisitos de entrada al establecimiento.
- ✓ **Aprobación y aceptación de la mascota.** Al cumplir con los requisitos de admisión se procede a la venta del servicio. Si no cumple, el cliente deberá volver cuando cumpla con los requisitos y el personal administrativo consignará la razón por la cual fue rechazado con los datos correspondientes del cliente.
- ✓ **Venta del servicio.** Los empleados encargados de vender el servicio mediante una atención especial y amable hacia el cliente, ofrecerán los paquetes y beneficios que obtendrán si hacen efectiva la contribución de algún servicio.
- ✓ **Prestación del servicio.** De acuerdo a recomendaciones del veterinario y las necesidades del cliente que se registrarán en un soporte físico y virtual, para prestar el servicio que contrató el cliente brindando calidad y garantizando la integridad del perro.
- ✓ **Medición de satisfacción del cliente y seguimiento del mismo.** Para Doggy Place es de gran importancia tener un seguimiento del cliente después de recibir el servicio. Para medir la percepción del cliente se utilizarán métodos como encuestas, indicadores de gestión, escuchar sugerencias para lograr una mejora continua y abrir un espacio PQR (petición, quejas y reclamos) para identificar los requerimientos de los clientes y ofrecer un mejor servicio.
- ✓ **Implementación de acciones de mejora.** Como servicio post venta la medición de satisfacción al cliente llevará a implementar acciones de mejora para que los clientes valoren dicha gestión en la toma de algún nuevo servicio y la calidad del mismo.

El Diagrama 1., muestra el flujo general del proceso en la prestación del servicio.

Diagrama 1. Flujo general del proceso



3.4.2 Fundamentación del diagrama del proceso de admisión de la mascota.

Del diagrama general del proceso, se desglosa una serie de actividades que se realizarán para admitir o no a la mascota del cliente que desea obtener los servicios de Doggy Place.

- ✓ **Revisión de requisitos de entrada.** Se revisa la documentación necesaria de la mascota para que pueda entrar a la guardería. Ésta documentación se basa en que deberá poseer todas las vacunas obligatorias, incluyendo la Tos de las perreras, presentando el carné de vacunación; placa de identificación y otros requisitos que se encuentran con detalle en el numeral 3.1.1 Valoración clínica del presente documento. Si no cumple con los requisitos deberá volver cuando pueda cumplirlos a cabalidad, a este cliente se le hará un seguimiento, en el momento que sea apto vuelva a las instalaciones
- ✓ **Valoración veterinaria.** Con el fin de evitar la propagación de enfermedades infecciosas y virus a los perros de la guardería y también al personal de trabajo de la empresa; un veterinario aliado se encargará de hacer una valoración clínica para descartar cualquier anomalía que pueda afectar a toda la población. De igual manera procederá a dar recomendaciones generales a los dueños del animal, en cuanto al estado actual de salud, cantidad de alimento óptimo, nivel de intensidad física necesaria y cualquier otra recomendación.
- ✓ **Aprobación de ingreso.** Al cumplir con la documentación, con los requisitos y el buen estado de salud de la mascota se califica como apto, su ingreso se aprueba a la guardería Doggy Place.
- ✓ **Vinculación con veterinario aliado.** Cuando el estado de salud del animal no cumple con las características de ingreso a la guardería se procede a vincular al cliente con nuestro Veterinario aliado ofreciéndole un mejor precio y garantías de un excelente servicio. De ésta manera el cliente percibirá la calidad del servicio y se le ofrecerá una solución dirigida al bienestar de su mascota.
- ✓ **Visita a instalaciones del negocio.** Para que el cliente perciba la estrategia de diferenciación que utilizará Doggy Place, con el consentimiento e interés del usuario se podrá realizar un pequeño paseo por las instalaciones, mientras se suministra la información pertinente de los servicios que se ofrecen y los beneficios si llegara a obtenerlos, con ello se logrará atraer la atención del cliente que destacará las ventajas del negocio. También se ofrecerá la opción de programar citas para realizar visitas en los espacios disponibles para el cliente.

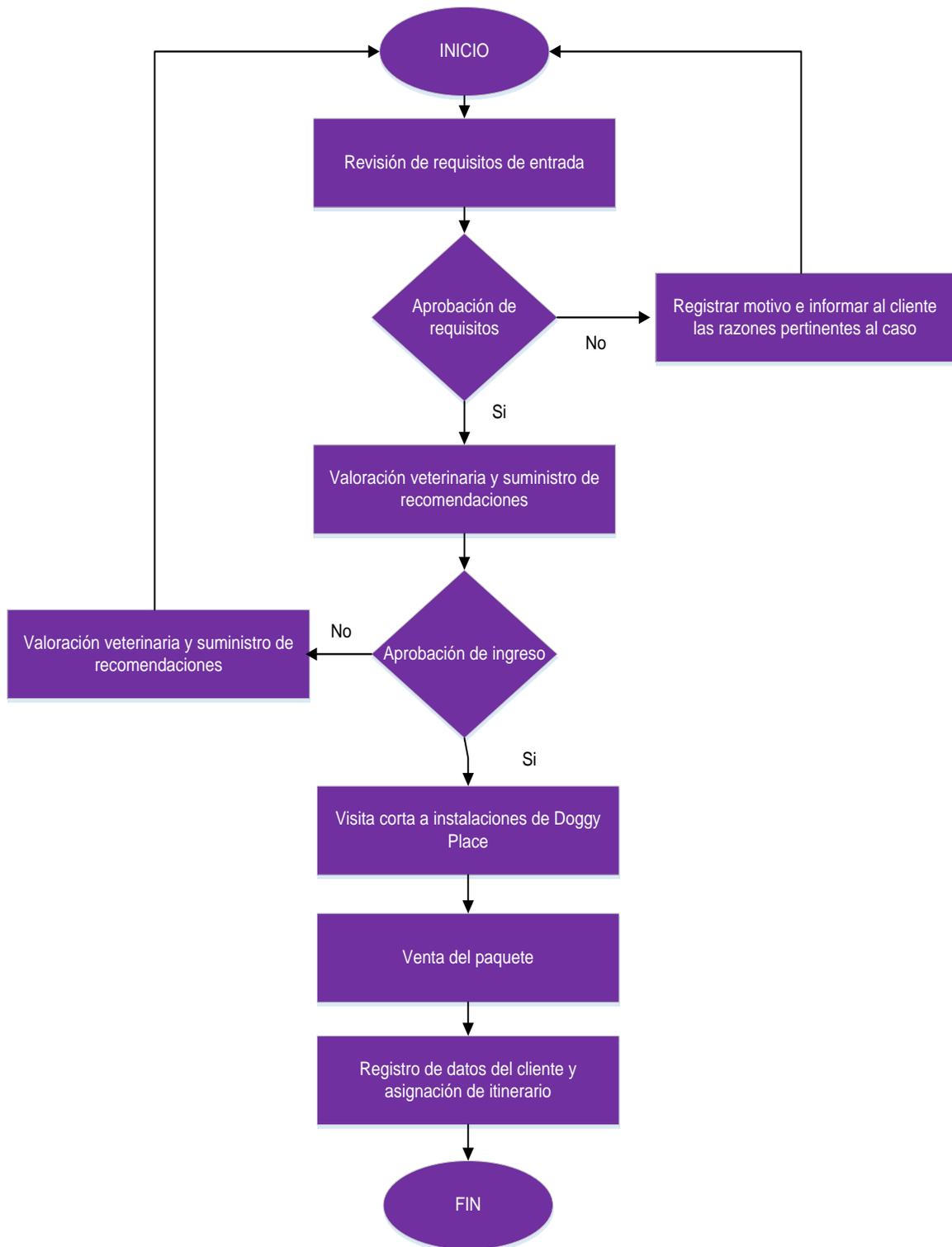
- ✓ **Venta del paquete de servicio.** De acuerdo a los requerimientos y presupuesto del cliente, se procede a la venta del servicio.

- ✓ **Registro de datos del cliente y asignación del itinerario de trabajo.** Si es un cliente antiguo el registro de datos no se realizará, pero si una pequeña inspección para actualizar dichos datos. Si el cliente es nuevo se procede a llenar una base de datos muy sencilla de información básica como nombre del responsable de la mascota, número de contacto, e-mail, dirección, datos del perro como edad, raza, observaciones adicionales del cliente para su mascota, como rutinas especiales para su perro, alimento especial, golosinas, medicina, entre otros.

Por otro lado, cada perro deberá tener un itinerario de actividades de acuerdo a su tamaño, edad, estado físico y raza. En el itinerario de cada perro se especificará el paquete comprado, las recomendaciones y observaciones médicas del animal, la intensidad física recomendada para el animal, un espacio para cualquier observación fuera de la normalidad durante la prestación del servicio y un cronograma de actividades que los entrenadores y/o cuidadores deberán tener en cuenta en el momento de prestar el servicio.

A continuación en el Diagrama 2., se ilustra el proceso de admisión de mascotas en la guardería Doggy Place.

Diagrama 2. Diagrama de flujo del proceso de admisión del perro



3.4.3 Fundamentación del diagrama del proceso de un día en la guardería.

Según el paquete que compre el cliente cambiará un poco la forma de prestar el servicio. A continuación la fundamentación del proceso de prestación del servicio para Doggy School un día.

- ✓ **Recoger perro en casa o lugar acordado con el cliente.** Los trabajadores de la guardería se encargarán de recoger a los canes en la puerta de su casa o donde lo desee el cliente, se llevará en una ruta la cual poseerá caniles o compartimientos para que el perro esté seguro durante el transporte a la guardería.
- ✓ **Recibimiento del can en guardería recreativa canina.** Si el can es nuevo de acuerdo a su tamaño y edad se clasificará en un área especial donde su convivencia sea amena y sus compañeros tengan características físicas y conductuales similares a las de él.
- ✓ **Socialización y adaptación.** En espacios especiales el perro tendrá la oportunidad de jugar y socializar con otras mascotas para complementar su adaptación a la guardería.
- ✓ **Revisión de itinerario.** La persona encargada de los perros debe revisar el itinerario de cada uno de sus perros bajo su responsabilidad. Debe hacer seguimiento sobre la hora de alimentación, aplicar medicina o alguna especificación que haya dejado su dueño.
- ✓ **Alimentar canino y/o suministrar servicio según necesidad.** Se realiza la acción que corresponda al itinerario del perro.
- ✓ **Realizar paseo dirigido.** Se realizan caminatas dentro o fuera de las instalaciones de Doggy Place.
- ✓ **Inspección física.** Mientras los perros descansan después de cada caminata se deberá inspeccionar el estado físico del animal, inspeccionar patas, pelaje, todo el cuerpo en general para atender cualquier herida lo más pronto posible. En éste espacio, se limpiará y peinará el perro retirando cualquier suciedad o elemento que haya recogido durante la caminata.

- ✓ **Recreación Agility.** Se pondrán en la zona de Agility y allí se educarán por parte de los adiestradores, para que jueguen y logren su adiestramiento mientras se recrean.
- ✓ **Rutina de entrega habitual.** Consiste en entregar al canino en las mejores condiciones, por eso se le realiza limpieza, cuidado de uñas, peinado, corte de uñas y baño si ya lo requiere y se entregará perfumado si el cliente lo solicita.
- ✓ **Entrega a responsable del perro.** Dentro de los acuerdos el cliente debe especificar el lugar donde recogerán su perro, los trabajadores de Doggy Place entregarán al perro a la persona responsable para garantizar así la integridad del animal.

En el Diagrama3., se ilustra la prestación de un día en Doggy Place.

Diagrama 3. Flujo de proceso para Doggy School diario

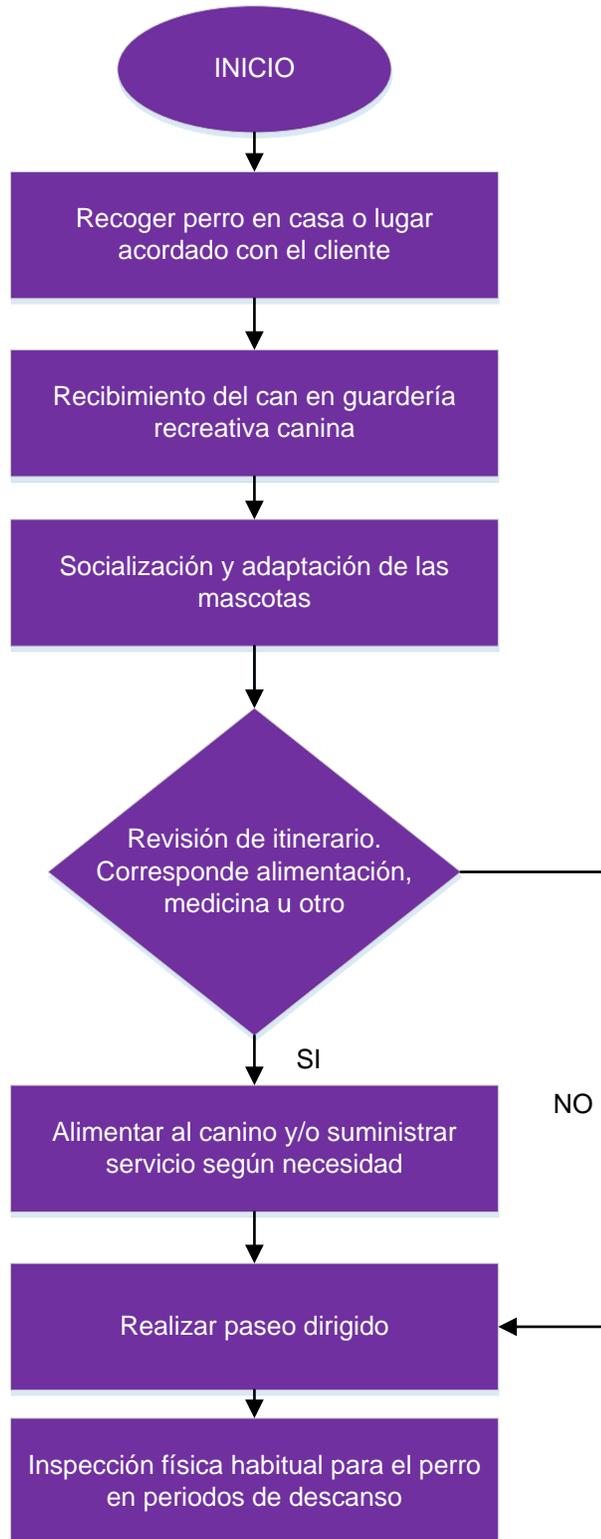
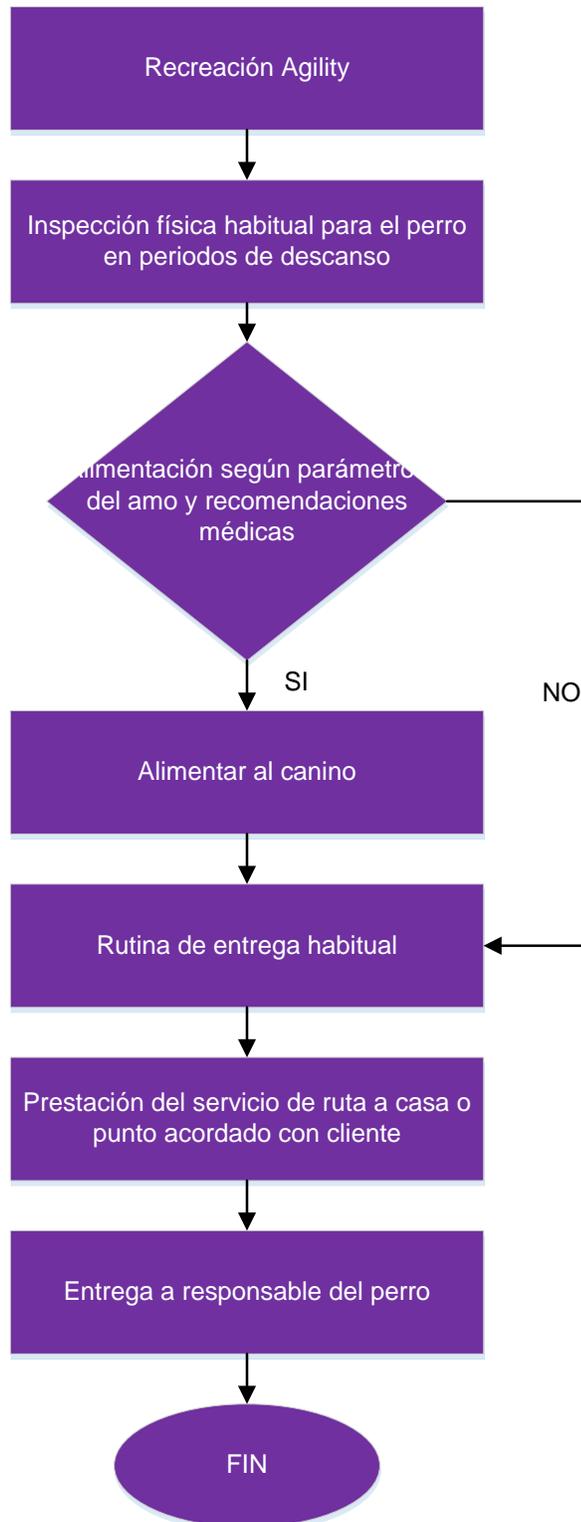


Diagrama 3. (Continuación)



Los diagramas de flujo para los paquetes School (colegio) con adiestramiento y Vacation (vacaciones) se encuentran en el Anexo F y Anexo G

3.4.5 Horario general para la prestación del servicio. A continuación en el Cuadro 22., se explica un horario general de un día en la guardería Doggy Place, este horario puede tener cambios de acuerdo a la capacidad utilizada durante el día y las necesidades del cliente.

Cuadro 22. Horario de un día normal en Doggy Place

Hora	Vacation (Vacaciones)	School (Colegio)
6:00 am	Ruta.	Ruta.
7:00 am	Ruta.	Ruta.
8:00 am	Zona libre.	Suministro de necesidades y descanso.
9:00 am	Suministro de necesidades y descanso.	Adiestramiento o recreación agility (agilidad).
10:00 am	Paseo.	Adiestramiento o recreación.
11:00 am	Paseo.	Adiestramiento o recreación.
12:00 pm	Zona libre e inspección.	Zona libre e inspección.
1:00 pm	Zona libre e inspección.	Paseo.
2:00 pm	Recreación agility (agilidad)	Paseo.
3:00 pm	Suministro de necesidades y embellecimiento.	Suministro de necesidades y embellecimiento.
4:00 pm	Ruta.	Ruta.
5:00 pm	Ruta.	Ruta.
6:00 pm		ASIGNACIÓN DE DORMITORIOS Y HOSPEDAJE
7:00 pm		
8:00 pm		
9:00 pm		
10:00 pm		

3.5 DISTRIBUCIÓN DE ESPACIOS

“Se refiere a la disposición física de los puestos de trabajo de sus componentes materiales y a la ubicación de las instalaciones para la atención y servicios al personal y clientes”¹¹¹. Con la distribución de espacios se espera crear una dinámica de trabajo entre las áreas de la finca de tal manera que se prevea un crecimiento de capacidades y se logre el mayor aprovechamiento del terreno.

El arquitecto Daniel Esteban Rodríguez, con el acompañamiento de las autoras del proyecto, realizó un planteamiento de lo que sería un arreglo y adecuaciones aptas para el modelo de negocio, ver cotización de la adecuación del terreno en el Anexo H.

A continuación en la Imagen 13., el plano actual del terreno sin modificaciones y en la Imagen 14., el plano con las adecuaciones para llevar a cabo la guardería canina.

¹¹¹ PREZI. Distribución del espacio en las áreas de trabajo. [En línea]. [07 Octubre de 2016]. Disponible en: <https://prezi.com/rcfrdt18ihcv/distribucion-del-espacio-en-las-areas-de-trabajo/>

Imagen 13. Plano actual del terreno

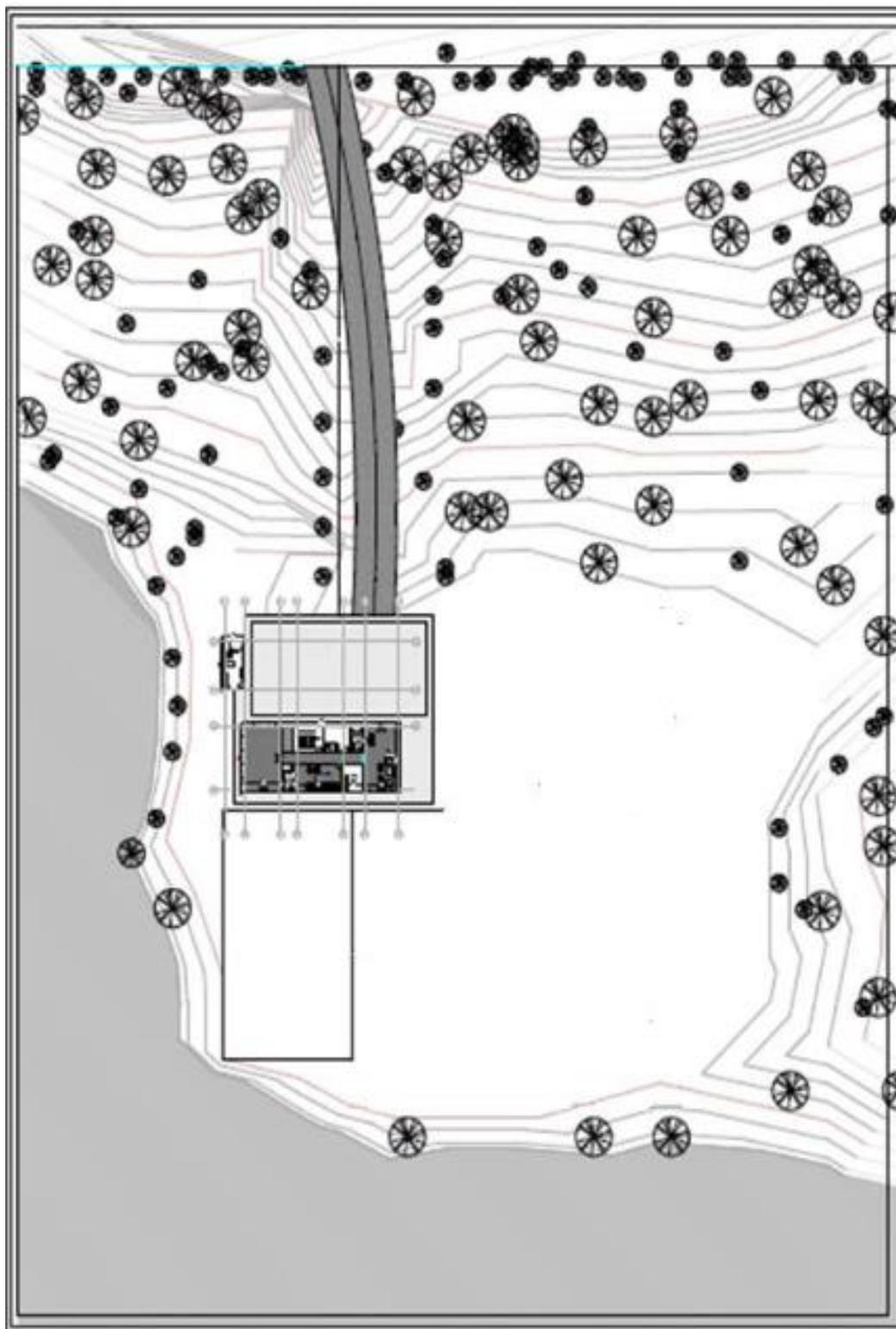
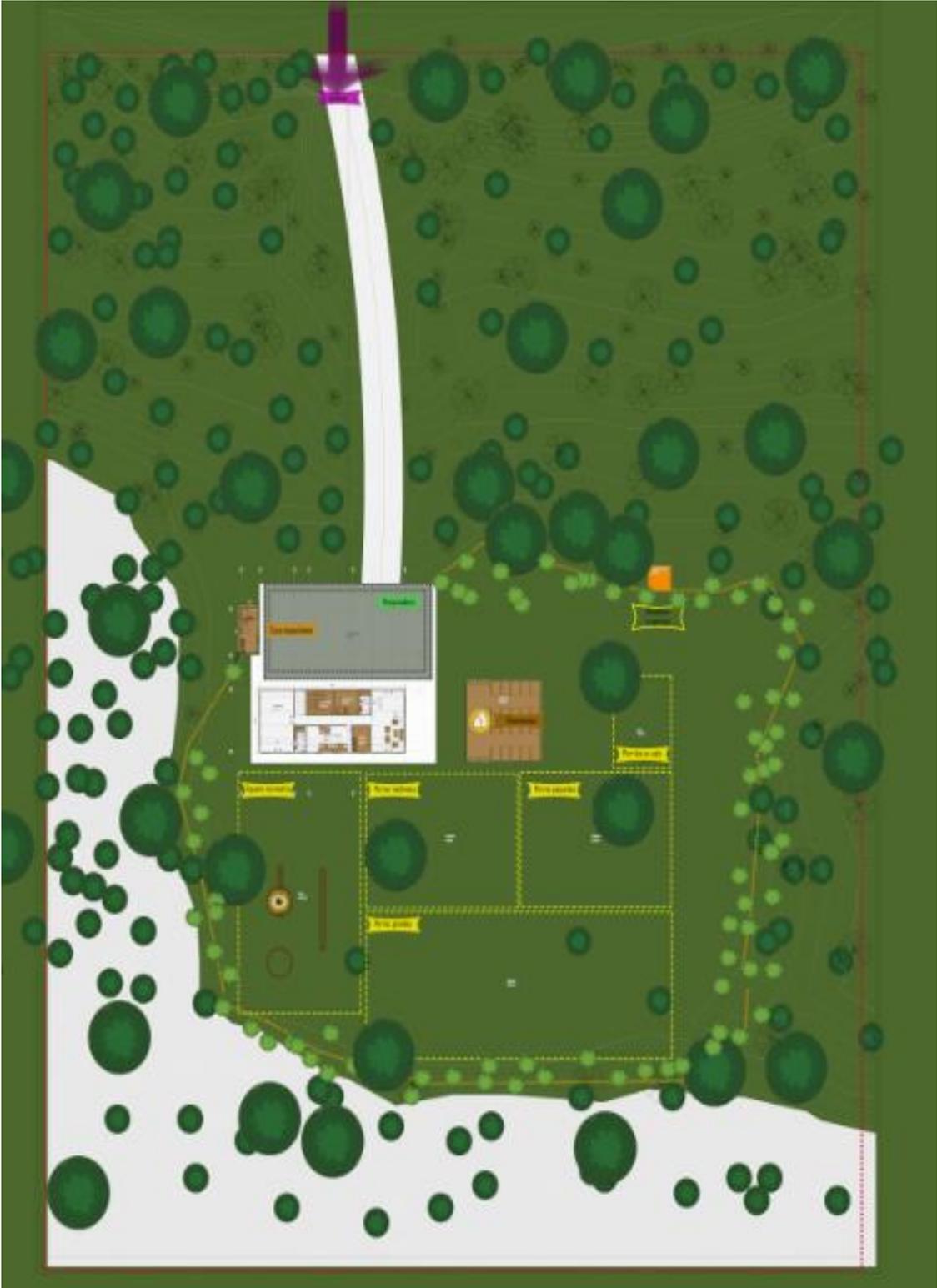
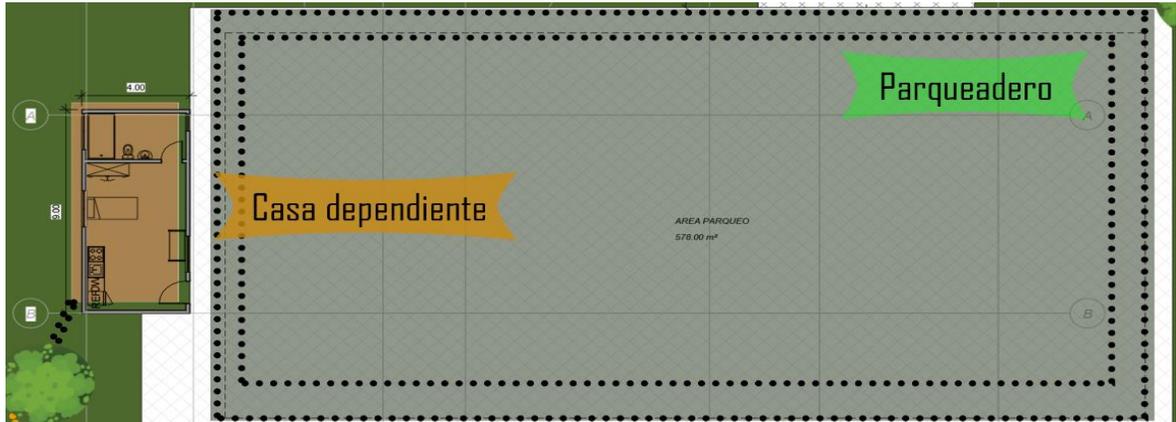


Imagen 14. Distribución de espacios (adecuaciones)



3.5.1 Casa dependiente y parqueadero. La finca actualmente cuenta con un espacio bastante amplio que funciona como parqueadero, su área es de 578m² y la casa de la persona encargada de los oficios varios y el cuidado de la finca tiene un área de 36m², en la Imagen 15 se ilustra dicha área de la finca.

Imagen 15. Casa dependiente y parqueadero



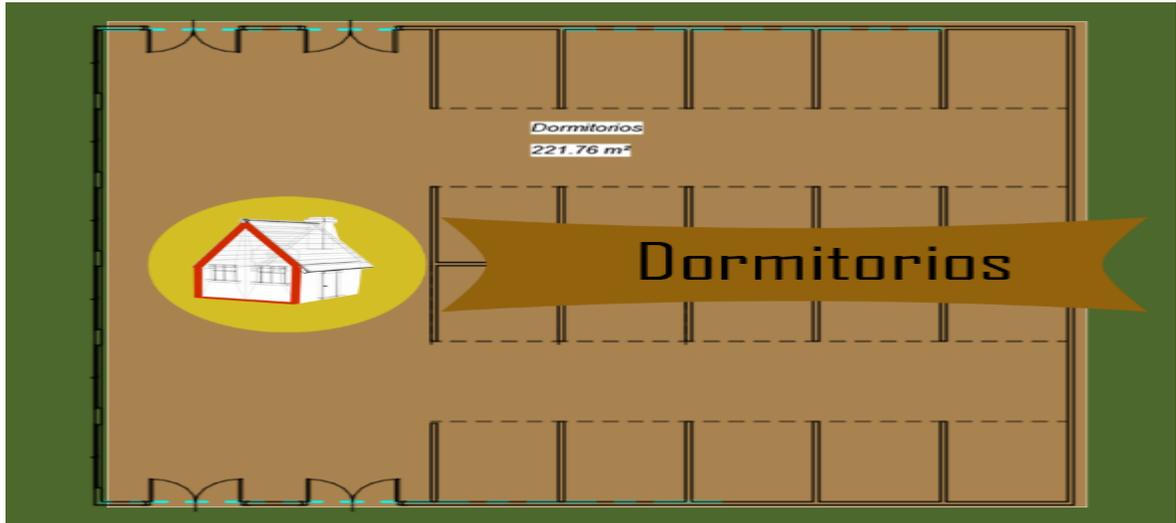
3.5.2 Área administrativa. Como se había aclarado anteriormente, la casa se dispondrá para el área administrativa de la empresa; se adaptará una sala de espera, una enfermería pequeña, una oficina principal administrativa, un cuarto de insumos y además se adaptará el área disponible para realizar las rutinas de belleza de los caninos. En la Imagen 16., se ilustra el área administrativa y el espacio para realizar el embellecimiento de los animales. El área de la zona administrativa es de 528,9 m².

Imagen 16. Distribución del área administrativa.



3.5.3. Dormitorios. Una de las adecuaciones más importantes de la finca serán los dormitorios de las mascotas. Para ellos se dispuso de un terreno plano y apto para ello que mide 221,7 m², en la Imagen 17., se ilustra el área disponible para los dormitorios. Se encuentran 36 dormitorios y 4 espacios disponibles para insumos.

Imagen 17. Distribución de espacio de dormitorios



3.5.4 Espacios libres y de recreación. La zona de agility cuenta con un espacio apto para ello de 1.125 m², existirán zonas libres de acuerdo al tamaño de cada uno de los perros. Una zona libre para perros pequeños de 504m²; una zona libre para perros medianos de 576 m²; zona libre para perros grandes de 648 m² y una zona aislada para perritas en celo de 65m². Además se cuenta con un área de 5.582m² estimada para la realización de paseos y caminatas. A continuación en la Imagen 18., se ilustra la distribución de dichos espacios libres y de recreación.

Imagen 18. Distribución de espacio para zonas libres y de recreación.



3.5.5. Distribución de espacios del área de desechos orgánicos. Se dispone de 16m² para el pozo séptico donde irán todos los desechos de los perros; en dicha área se realizará un tratamiento especial con óxido de calcio (Cal) para “eliminar sustancias negativas, neutralizar la acidez y quitar los malos olores”¹¹². En la Imagen 19. Se ilustra dicha área.

Imagen 19. Distribución para el área de desechos



¹¹² HORCALSA. "Tratamiento de aguas negras". [En línea]. [06 Noviembre de 2016]. Disponible en: <http://horcalsa.com/cal-para-medio-ambiente/>

3.6 CÁLCULO DE CAPACIDADES

La empresa deberá establecer el total de servicios intangibles que puede ofrecer a sus clientes. Como servicio, la capacidad del proyecto estará relacionada y restringida directamente con la capacidad instalada del negocio.

3.6.1 Capacidad instalada. Según recomendaciones de médicos veterinarios, expertos en adiestramiento consultados durante el trabajo de campo de las investigadoras y averiguaciones adicionales, como mínimo los perros deben tener disponibles $12m^2$ individualmente¹¹³. Al tener un espacio amplio disponible con el resultado del análisis de localización del negocio, las autoras del presente proyecto dispondrán dependiendo del tamaño del perro el espacio establecido en la Tabla 49.

Tabla 49. Espacio disponible por perro en zonas libres en metros cuadrados (m^2)

Tamaño de la mascota	Disponibilidad mínima de espacio	Disponibilidad adecuada de espacio
Pequeño	12	14
Mediano	12	16
Grande	12	18
Perras en celo	12	12

Para las perras en celo, que se espera no tener una cantidad importante pero tampoco restringir la entrada de estas, se tendrá la disponibilidad mínima requerida es decir $12m^2$.

De esta manera se restringe la tenencia de mascotas en zonas libres, ver Tabla 50.

Tabla 50. Capacidad de zonas libres en metros cuadrados (m^2)

Zona	Perros	m^2 /perro	Capacidad min m^2
Zona libre para perros pequeños	36	14	504
Zona libre para perros medianos	36	16	576
Zona libre para perros grandes	36	18	648
Total capacidad zona libre			1.793

¹¹³ NEGOCIOS. Negocio de guardería canina una residencia para perros. [En línea]. [10 Octubre de 2016]. Disponible en: <http://negociosi.com/negocio-de-guarderia-canina-una-residencia-para-perros.html>

La Tabla 50., muestra que las zonas libres tendrán el espacio mínimo en caso tal de que el tamaño de todos los perros que pagan una mensualidad sea el mismo, cabe resaltar que en ésta área no hay restricción de capacidad instalada por el gran espacio que se tiene como se puede visualizar en el ítem distribución de espacios. También con este espacio de $1632m^2$ se dispondrá para aquellas mascotas que poseen planes distintos, que no pagan una mensualidad y toman el servicio esporádicamente.

Para la zona libre de perras en celos, si existirá restricción en las instalaciones, existirá un espacio de $65m^2$ que da para una capacidad en el día de 5 perras en este estado, ver Tabla 51.

Tabla 51. Capacidad para perras en celo

Zona	m^2	m^2 /perro	Número de mascotas
Zona libre para perras en celo	65	12	5.41

La capacidad total de la guardería se verá restringida por el número de colaboradores en la posición de Cuidadores caninos que serán contratados. Según Pedro Villamizar Vargas, médico veterinario y zootecnista quien posee una guardería canina y dispuso de su tiempo para colaborar a las investigadoras del proyecto, al no existir normatividad específica que diga cuantos perros puede tener a cargo un colaborador en un mismo periodo de tiempo un trabajador y siendo relativo el comportamiento, tamaño, raza y condición física en la que se encuentre el canino; se recomienda por colaborador alrededor de 6 perros para cuidar al tiempo, es decir para alimentar, pasear y recrear, la capacidad se ilustra en la Tabla 52.

Tabla 52. Capacidad diaria de la guardería

Cuidador canino	Número de perros que debe atender	Número de rondas al día	Número de perros atendidos al día
1	6	2	12
2	6	2	12
3	6	2	12
Total capacidad guardería			36

La capacidad de la guardería diariamente será de 36 perros. Lo que equivale a 252 servicios prestados a la semana y 1008 servicios al mes.

Se tendrá ahora en cuenta el espacio para dormitorios, el cual tiene disponibles $230m^2$, este espacio es exclusivo para los paquetes de Doggy Vacation los cuales incluyen la estadía en la noche del perro en las instalaciones de la guardería, esta área comprende $100m^2$ donde se construirán 36 caniles y 4 espacios disponibles para insumos. El espacio tiene zonas de circulación para los cuales se otorgó $130m^2$. En la Tabla 53., se muestra el número de dormitorios con los cuales dispondrá la guardería.

Tabla 53. Capacidad instalada de dormitorios

Zona	m^2 disponibles	m^2 /Habitación	Capacidad Max
Zonas de circulación	120		
Dormitorios	100	$5m^2$	36

3.6.2 Distribución de servicios diarios a prestar. Para tener un estimado de los servicios por paquete que al día la empresa deberá prestar, de acuerdo a la encuesta realizada en el estudio de mercados, a las necesidades evidenciadas de los clientes y la capacidad instalada del proyecto, se asignarán porcentajes de participación para cada uno de los paquetes y sus distintas subdivisiones, en la Tabla 54., se observa de acuerdo a la demanda para el año 2017.

Tabla 54. Servicios diarios a prestar

Paquete	Subpaquete	Porcentaje (%)	Servicios prestados	Aproximado
School (70%)	1 día	7	2,8	3
	3 veces semana	10	4	4
	Fin de semana	15	6	6
	Mensual	38	15,2	15
Vacation (30%)	1 semana	7,5	3	3
	2 semana	7,5	3	3
	3 semana	7,5	3	3
	4 semana	7,5	3	3
Total de servicios al día				40

3.7 EQUIPOS E INSUMOS

Para la apertura del negocio se deberá realizar la compra y análisis de los insumos y equipos más importantes. A continuación en el Cuadro 23., Cuadro 24., Cuadro 25., Cuadro 26., Cuadro 27 y Cuadro 28., se encuentran las especificaciones e ilustración de cada uno de los elementos de las áreas de la guardería.

Cuadro 23. Equipos e insumos para el área de sala de espera

Elemento	Especificaciones	Ilustración
Sofá esquinero.	Sofá esquinero espumado, patas metálicas, estructura interna de madera, tela jazz tipo cuero.	
Televisor.	TV 32" 80 cm LED SONY, resolución HD, entradas: 2HDMI. 1USB.	
Mesa centro.	Dimensiones de 38 x 82.1 x 58 cm. Calibre de 18m. Mesa de dos niveles.	
Florero decorativo.	Florero de mesa Spams Glass; material en vidrio y madera. Su diseño logrará dar un toque moderno y elegante.	
Flores artificiales.	Medidas: 58,4 cm de alto, accesorio decoración, tipo flor campana, acompañante con flores y follaje artificial y natural.	

Cuadro 23. (Continuación)

Elemento	Especificaciones	Ilustración
Caneca de basura.	Caneca color plateado, pedal Acero, diámetro de 20 cm, fondo 31,5 cm tipo set de 2 papeleras, portapapelera plástica interior, material resistente al óxido.	

A continuación en la Tabla 55., los costos para dotar el área de recepción de la empresa Doggy Place.

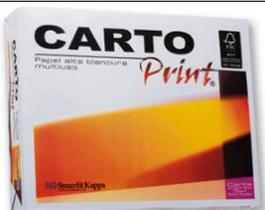
Tabla 55. Costos de insumos y equipos para el área de recepción

Elemento	Proveedor	Valor unitario (\$)	Cantidad	Valor total (\$)
Sofá esquinero	Alkosto	809.910	2	1.619.820
TV LED	Alkosto	799.000	1	799.000
Mesa centro	Éxito	119.900	1	119.900
Florero	Homecenter	59.900	1	59.900
Flores artificiales	Homecenter	16.900	1	16.900
Caneca Basura	Homecenter	59.900	1	59.900
Total insumo y equipo en recepción				2.675.420

Cuadro 24. Equipos e insumos para oficina administrativa

Elemento	Especificaciones	Ilustración
Silla de oficina.	Posee reposabrazos, material en tela, madera, espuma, plástico y metal, soporta 80 Kg. Alto de la silla: 82 cm (Expandible hasta 94 cm).	
Computador.	Sistema operativo Ubuntu Linux 644, color negro, memoria RAM 4GB, monitor LCD antirreflejos.	

Cuadro 24. (Continuación)

Elemento	Especificaciones	Ilustración
Impresora.	Conectividad USB, función imprime, copia, escanea, resolución: 4800X1200 dpi.	
Teléfono.	Teléfono inalámbrico Motorola M400B.	
Celular.	Huawei Y520D Negro. Pantalla 480X485, cámara de 5MP. Memoria interna ROM: 4GB / RAM: 512MB.	
Resma.	Resma de papel bond blanco. Tamaño carta, 500 hojas / 75 gr.	
Escritorio de oficina.	Escritorio en aglomerado de madera recubierta con melamina Ecofort. Medidas: 90 cm x 72,3 cm x 37.6 cm. Calibe de 15mm.	
Silla de espera.	Silla Novocentro Blanca, peso de 3,5 Kg, material plástico, patas de acero, respaldo y asiento resistente. Uso comercial y de hogar.	

Cuadro 24. (Continuación)

Elemento	Especificaciones	Ilustración
Set de oficina.	Set organizador compuesto por 5 elementos, elaborados en material enmallado y liviano. Color negro.	
Archivador.	Archivador metálico de 4 gavetas en lámina cold rolled calibre 24, color gris, posee resistencia mecánica a la flexión, cortadura, fatiga, impacto y torsión. Fondo 60cm.	

A continuación en la Tabla 56, los costos para dotar la oficina administrativa de la empresa.

Tabla 56. Costos de equipos e insumos para la oficina administrativa

Elemento	Proveedor	Valor unitario (\$)	Cantidad	Valor total (\$)
Silla de oficina	Alkosto	119.900	1	119.900
Computador	Éxito	869.900	1	869.900
Impresora	Alkosto	359.000	1	359.000
Teléfono	Alkosto	89.900	1	89.900
Celular	Alkosto	199.900	1	199.900
Resma	Éxito	10.500	2	21.000
Escritorio de oficina	Éxito	89.195	1	89.195
Silla de espera	Éxito	119.925	2	239.850
Set de oficina	Homecenter	44.900	1	44.900
Archivador metálico	Homecenter	539.900	1	539.900
Total equipos e insumos oficina administrativa				2.573.445

Cuadro 25. Equipos e insumos para la cocina

Elemento	Especificaciones	Ilustración
Cafetera.	Cafetera con diseño moderno, exclusivo y útil con jarra de vidrio con mago frío al tacto. Sistema Anti Goteo que permite retirar la jarra aún durante la preparación del café.	
Horno microondas.	Horno microondas blanco. Preparación y cocción de alimentos, fácil de usar.	
Bandeja.	Bandeja de Bambú cuadrada 23 x 10 cm.	
Vajilla.	Vajilla de 4 puestos redonda en porcelana. Incluye 20 piezas color blanco.	
Caneca de basura.	Caneca Pedal 20 Lt Estra.	

A continuación en la Tabla 57., los costos para dotar la cocina de la empresa.

Tabla 57. Costos de equipos e insumos para la cocina

Elemento	Proveedor	Valor unitario (\$)	Cantidad	Valor total (\$)
Cafetera	Éxito	49.900	1	49.900
Horno microondas	Éxito	152.900	1	152.900
Bandeja	Homecenter	39.900	1	39.900
Vajilla	Homecenter	89.900	1	89.900
Caneca de basura	Homecenter	33.900	1	33.900
Total equipos e insumos para la cocina				366.500

Cuadro 26. Equipos e insumos para el cuarto de dependientes

Elemento	Especificaciones	Ilustración
Estufa.	Estufa de mesa con 4 quemadores y tapa de vidrio. Dimensiones 17.7x52.5x56.5 Cm. Peso de 8,3 Kg.	
Base cama.	Fabricado con madera pino canadiense seco inmunizado, forrado con tela cuero tex en diferentes colores y patas metálicos removibles.	
Colchón.	Colchón paraíso Nassau sencillo 90 *190, tipo resortado. Peso promedio por persona 80Kg.	

A continuación en la Tabla 58., los costos para dotar el cuarto de dependientes.

Tabla 58. Costos de equipos e insumos del cuarto de dependientes

Elemento	Proveedor	Valor unitario (\$)	Cantidad	Valor total (\$)
Estufa	Éxito	245.900	1	245.900
Base cama	Éxito	260.000	1	260.000
Colchón	Éxito	302.000	1	302.000
Total equipos e insumos del cuarto de dependientes				807.900

Cuadro 27. Equipos e insumos enfermería

Elemento	Especificaciones	Ilustración
Báscula.	Balanza para caninos.	
Mesa veterinaria sencilla	Mesa sencilla en acero inoxidable especial para perros.	

En la Tabla 59., los costos para la enfermería.

Tabla 59. Costos equipos e insumos enfermería

Elemento	Proveedor	Valor unitario (\$)	Cantidad	Valor total (\$)
Balanza para perros	Mercado libre	600.000	1	600.000
Mesa veterinaria	Talleres Rugeles	120.000	1	120.000
Total equipos e insumos enfermería				720.000

Cuadro 28. Equipos e insumos para el área de operaciones

Elemento	Especificaciones	Ilustración
Punto ecológico.	Medidas: 1,03 metros de ancho x 1,23 metros de alto x 44 cm de diámetro. Set de 3 papeleras con colores y estampaciones específicas para cada tipo de residuos que guían al usuario para realizar una adecuada separación de los mismos. Capacidad de 53 litros.	
Comedero redondo.	Comedero acero inoxidable básico de 30 cm.	
Cama para perro.	Cama Soft mediana 54cm x 36 cm. Cómoda, indeformable y térmica. El relleno se puede retirar para un fácil lavado.	
Cama Soft gigante.	Cama para perros grandes, cómoda, térmica, forro independiente y de fácil lavado, rellena con fibra siliconada. Medidas 97 cm x 71 cm.	
Podadora.	Ideal para alcanzar mayores alturas y lugares de difícil acceso. Para uso en fincas, cultivos a gran escala, clubes, parques, poda de árboles y en zonas urbanas.	

Cuadro 28. (Continuación)

Elemento	Especificaciones	Ilustración
Locker metálico.	Locker de 16 puestos. Posee resistencia mecánica a la flexión, cortadura, fatiga, impacto y tosión.	
Recogedor.	Tamaño grande con palanca de apertura, pala recogedora fácil de usar. Es de uso doméstico para recoger de manera segura e higiénica los desperdicios de las mascotas. Medidas Ancho 14 cm, largo 60 cm.	
Recogedor convencional.	Recogedor con borde de goma y mango largo, con gancho de colgar, elaborado en plástico, ideal para recoger polvo y suciedad del piso.	
Escoba de jardinería.	Escoba con 20 dientes gruesos que aseguran un efectivo agarre al suelo, cabeza plástica en colefin proporciona fuerza y flexibilidad superiores en ambientes calientes y fríos, liviana y fácil de usar, no tiene partes de metal.	
Escoba convencional.	Escoba ideal para barrer y restregar baldosas y tapetes.	
Trapero rosca más repuesto.	Trapero compuesto en algodón 100%. Trae repuesto de trapero.	

Cuadro 28. (Continuación)

Elemento	Especificaciones	Ilustración
Pelotas de juego con cuerda.	Bola con cuerda trenzada.	
Juguete Mini.	Juguete para pequeños perros en forma de aro y material de látex. Diámetro de 8Cm.	
Juguete Frisbee.	Juguete para pequeños y grandes perros, hecho en material resistente y duradero.	
Collares caninos.	Accesorio para mascota con hebilla para mayor seguridad y ajuste. Estampado de huesos y patitas de perros. Ancho 1,27 cm, largo 100 cm. Collar 29 Cm.	
Traila Collar de ogo.	Tipo collar ahogo, delgado, con manija fácil de llevar cómodo y seguro. Dimensiones: 0,7 Cm de diámetro y120 Cm de largo.	

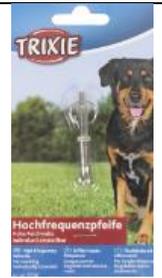
Cuadro 28. (Continuación)

Elemento	Especificaciones	Ilustración
<p>Juguete Agility Slalom.</p>	<p>Se compone de una base, 12 postes verticales y 12 anclajes metálicos. La base metálica está protegida del óxido y viene dividida en 3 divisiones de 4 postes cada una, cada poste viene separado 60 cm. Cada poste tiene 5 cm de diámetro. Material: La base es metálica y los postes verticales en PVC.</p>	
<p>Túnel colapsado agility.</p>	<p>Tiene una entrada rígida con base metálica y un recubrimiento en acrílico, a la salida tiene un material flexible que se colapsa. La entrada está protegida para mayor seguridad del perro y por dentro su piso tiene un material antideslizante, esta base rígida tiene un sistema de anclaje sobre el césped. Material: Base metálica, acrílico y lona. Medidas: La base rígida tiene una longitud de 90 cm y su entrada tiene una altura de 60 cm. El material flexible tiene una longitud de 3 mts.</p>	
<p>Llanta agility.</p>	<p>Marco cuadrado fuerte y resistente que cuenta con un sistema práctico y graduable de altura de la rueda para 2 medidas (largo y medio). Material: marco y bases en madera, sistema de agarre en cuerda y rueda en tubería corrugada.</p>	
<p>Salto Agility.</p>	<p>Está compuesta por dos vallas y una barra horizontal. Cada valla trae travesaños para las variaciones de altura, desde 10 cm, 25 cm, 35 cm, 45 cm y 65 cm. Adecuado para toda clase de perros y edades. La barra horizontal es libre, mide 1,20mts y se pone sobre los travesaños de las vallas, para variar la altura del salto de acuerdo al perro. Vallas hechas en material metálico y barra horizontal en madera.</p>	

Cuadro 28. (Continuación)

Elemento	Especificaciones	Ilustración
Salto Largo agility.	Se compone por 5 elementos de altura variable de forma gradual más 4 bases en cruz con postes verticales señalizados de la zona de salto. Hecho en madera.	
Túnel rígido.	Túnel hecho en lona altamente resistente y flexible que le permite ser deformado para hacer forma de “u” o “s”. Trae refuerzos cada 25 cm con aros de gran resistencia. Medidas: 6m de largo y 60 cm de diámetro.	
Cepillo.	Cepillo plástico suave de 10 x 17 Cm.	
Corta uñas.	Instrumento para mantener cortas las uñas de todos los caninos evitando molestias.	
Snacks.	Snack con sabor a pollo y espinaca. Fuente de proteína, contiene vitaminas A, B, C, D, E y K, espinaca y perejil.	

Cuadro 28. (Continuación)

Elemento	Especificaciones	Ilustración
Pito.	Pito metálico para perro.	
Clicker.	Es una cajita de plástico con una placa de metal que realiza un sonido instantáneo, un click o chasquido, en dos tonos, al apretar y al relajar la presión ¹¹⁴ .	
Shampoo.	Shampoo para perros “Keraclean”.240 ml, gratis peine plástico antipulgas.	
Colonia.	Colonia Splash para perro. 240 ml, gratis Guante Masaje Pelo.	
Sopladora	Instrumento para secar el pelo de los caninos, cuando son bañados.	

¹¹⁴ NO SOLO MASCOTAS. “Adiestramiento con clicker para perros”. [En línea]. [29 Septiembre de 2016]. [En línea]. Disponible en: http://nosolomascotas.com/perros/adiestramiento_canino/adiestramiento_clicker.html

Cuadro 28. (Continuación)

Elemento	Especificaciones	Ilustración
Manguera	Manguera de riego, presión de 40 PSI, dimensiones: 100 metros de largo y 16 mm de diámetro.	
Pistola metálica	Pistola de riego para manguera, ligera, con 7 salidas de agua.	
Moto de trabajo	Cilindraje de 149 cm ³ . Potencia máxima de 11.9 Hp a 7500 rpm. Su motor cuenta con la tecnología Blue Core que le permite tener mayor eficiencia de combustible y una relación amigable con el medio ambiente.	
Remolque	Remolque de 100 cm de ancho x 1,50 mts de largo x 1 de alto. Rango de peso máximo 300 Kg. Sistema de amortiguación: hoja de resorte reforzada.	
Mesa de aseo para mascotas	<p>Mesa estable y duradera en acero inoxidable y superficie de caucho con textura antideslizante, posee correa para sujetar al animal.</p> <p>El proveedor realiza la mesa a las medidas necesarias.</p>	

A continuación en la Tabla 60., los costos para dotar el área operativa de la empresa.

Tabla 60. Costos de equipos e insumos para el área de operaciones

Elemento	Proveedor	Valor unitario (\$)	Cantidad	Valor total (\$)
Punto ecológico	Homecenter	263.900	2	527.800
Comedero	Homecenter	22.900	20	458.000
Cama Soft mediana	Homecenter	79.900	10	799.000
Cama Forte grande	Ambar Boutique	105.000	10	1.050.000
Podadora	Homecenter	1.810.900	1	1.810.900
Locker metálico	Homecenter	749.900	2	1.499.900
Recogedor mascotas	Homecenter	36.900	2	73.800
Recogedor convencional	Homecenter	9.900	1	9.900
Escoba de jardinería	Homecenter	11.900	1	11.900
Escoba convencional	Éxito	10.550	1	10.550
Trapero	Homecenter	9.200	1	9.200
Pelota de Juego con cuerda	Agrocampo	10.100	5	50.500
Juguete mini aro	Agrocampo	10.400	5	52.000
Juguete Frisbee	Agrocampo	36.981	2	73.962
Collar y correa canina	Homecenter	14.900	10	149.000
Collar de ahogo	Homecenter	10.900	10	109.000
Túnel colapsado	Lucky Dogs	460.000	1	460.000
Juguete llanta	Lucky Dogs	455.000	1	455.000
Juguete Slalom	Lucky Dogs	355.000	1	355.000
Juguete de salto Agility	Lucky Dogs	150.000	1	150.000
Salto largo Agility	Lucky Dogs	280.000	1	280.000
Túnel rígido agility	Lucky Dogs	360.000	1	360.000
Cepillo para perro	Agrocampo	20.400	3	61.200
Corta uñas	Agrocampo	23.723	2	47.446
Snacks	Agrocampo	14.000	2	28.000
Pito	Agrocampo	5.400	3	16.200
Clicker	Agrocampo	10.700	2	21.400
Shampoo	Agrocampo	34.200	2	68.400
Colonia	Agrocampo	28.500	2	57.000
Sopladora	Mercado Libre	575.000	1	575.000
Manguera	Homecenter	58.900	1	58.900
Pistola	Homecenter	12.900	1	12.900
Moto	Yamaha	5.500.000	1	5.500.000
Remolque	Remolques y remolques	1.800.000	1	1.800.000
Mesa de aseo (65x62cm)	Talleres Rugeles	350.000	1	350.000
Mesa de aseo (77x62cm)	Talleres Rugeles	400.000	1	400.000
Total equipos e insumos área de operaciones				17.751.758

3.8 SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

Para “Doggy Place” es esencial cuidar la salud física, mental y social de los colaboradores y también de los clientes que estén en las instalaciones. Con la ayuda del plan de salud ocupacional PSO, se busca establecer actividades de planeación, organización, ejecución y evaluación de todos los posibles factores que puedan afectar en el bienestar de todos. Este plan debe ser desarrollado por cada uno de los participantes para preservar la salud individual y colectiva.

3.8.1 Programa de salud ocupacional. Este estará conformado por un subprograma de Medicina Preventiva y Trabajo y el subprograma de Higiene y Seguridad Industrial. En el Cuadro 29., se describen las actividades de cada subprograma que debe desarrollarse de manera permanente.

Cuadro 29. Programa de salud ocupacional

PLAN DE SALUD OCUPACIONAL		
Subprograma	Descripción	Actividades
Medicina Preventiva y de trabajo.	La finalidad del programa es conservar la salud del trabajador y de los perros que se encuentren en las instalaciones, se realiza una promoción, prevención y control para protegerlo de todos los posibles riesgos que pueda encontrar en el sitio de trabajo.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar exámenes médicos de admisión, ubicación del puesto de trabajo, exámenes periódicos o cuando se considere necesario. ✓ Desarrollar actividades de vigilancia y prevención que incluyan el análisis de accidentes laborales, enfermedades profesionales y panorama de riesgos. ✓ Documentar, investigar y analizar todas las posibles enfermedades profesionales, detectar sus causas y establecer medidas preventivas y correctivas pertinentes. ✓ Informar al trabajador sobre los programas de salud. ✓ Crear e implantar un servicio eficiente de primeros auxilios. ✓ Realizar visitas a los puestos de trabajo para detectar los riesgos y tomar medidas correctivas. ✓ Documentar y elaborar estadísticas de morbilidad y mortalidad de los trabajadores relacionados con su trabajo. ✓ Promover actividades de recreación y deporte.

Cuadro 29. (Continuación)

Subprograma	Descripción	Actividades
Higiene y SI.	Su finalidad es identificar, reconocer, evaluar y controlar los factores ambientales que se creen en el puesto de trabajo y afecten la salud de los trabajadores.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaborar un panorama de riesgos que de información sobre la localización, exposición y evaluación de los mismos. ✓ Identificar riegos de todo tipo, por medio de inspecciones periódicas. ✓ Evaluar la peligrosidad de los riesgos. ✓ Inspeccionar el buen funcionamiento de los equipos de seguridad. ✓ Implantar programas de mantenimiento de los quipos, herramientas, instalaciones, alumbrado y redes eléctricas. ✓ Investigas y analizar las causas de accidente e incidente de trabajo y enfermedades profesionales. ✓ Organizar y desarrollar un plan de emergencia. ✓ Delimitar y marcar las áreas de trabajo, zonas de almacenamiento, vías de circulación y señalizar salidas, salidas de emergencia y zonas peligrosas.

Fuente: ROMERO, John Álvaro. Salud y seguridad en el trabajo. 2014 (Consultado 7 Septiembre de 2016) 14p-18p

3.8.2 Plan de seguridad. Doggy Place debe estar preparada para cualquier tipo de situación que pueda afectar el bienestar de los trabajadores. A continuación se realizará un análisis de vulnerabilidad, plan de emergencia y plan de evacuación.

3.8.2.1 Diagnóstico de vulnerabilidad. A continuación se detectan los posibles riesgos que se puedan presentar en las instalaciones de Doggy Place. En el Cuadro 30., se realiza un inventario de amenazas.

Cuadro 30. Inventario de amenazas

Técnicos	Natural		Social		
Incendio	X	Sismos	X	Atentados	X
Explosión		Vientos fuertes	X	Asalto/hurto	X
Escape vapores tóxicos		Granizada	X	Secuestro	X
Fuga sustancias peligrosas		Inundación	X	Amenaza de bomba	X
Contaminación radioactiva		Olas de frío	X	Vandalismo	X
Falla estructural en planta física	X	Incendio forestal	X	Extorsión	X
Falla de maquinarias y equipos	X	Descarga o tormenta eléctrica	X	Guerrilla	
Accidente de tránsito	X	Maremoto		Paramilitarismo	
Contaminación biológica		Erupción volcánica		Desorden civil	X
Intoxicación alimenticia	X	Deslizamiento de tierra		Hambruna	
Concentración de personas		Epidemia/Plagas	X		
		Agresión	X		

Fuente: ROMERO, John Álvaro. Planes de emergencia. (Consultado 7 Septiembre de 2016)

La infraestructura de la planta física de Doggy Place no está exenta de que pueda ser afectada por fenómenos naturales o físicos, por ser una finca ubicada a las afueras de Facatativá puede presentar cualquier tipo de riesgo, por eso se atribuyeron las amenazas de sismos, vientos fuertes, granizada. Inundación, olas de frío, incendio forestal, descarga o tormenta eléctrica e incendio.

Las amenazas sociales también se pueden presentar, por eso se tienen en cuenta como posibles amenazas que se puedan presentar a lo largo del desarrollo del proyecto como atentados, robos, secuestro, amenaza de bomba, vandalismo, extorsión y desorden civil.

3.8.2.2 Elementos de seguridad. Con el fin de mitigar los riesgos es necesario que Doggy Place cuente con elementos de seguridad que ayuden a disminuir los accidentes, riesgos, enfermedades o cualquier otro peligro que se pueda presentar. En el Cuadro 31., se describen los elementos básicos con los que contará Doggy place.

Cuadro 31. Elementos de seguridad

Elemento	Función
Extintor	<p>“Los extintores de polvo ABC son los indicados para automoción y son válidos para la extinción de los siguientes tipos de fuego:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Tipo A: (fuegos de materias sólidas, que implican madera, tejidos, goma, papel y algunos tipos de plástico o sintéticos). ✓ Tipo B: (fuegos de materias líquidas, que implican gasolina, aceites, pintura, gases y líquidos inflamables y lubricantes). ✓ Tipo C: (fuegos de materias gaseosas, como la mayor parte de los gases combustibles)”¹¹⁵. <p>Realizando las cotizaciones, aconsejaron utilizar extintor ABC con capacidad de 10Lb para múltiples tipos de incendio por el objeto social de la empresa.</p>
Botiquín	<p>En las cotizaciones se recomendó un botiquín portátil que permite un fácil traslado en el momento del accidente, este contiene:</p> <p>1 Venda elástica en rollo 3x5, 1 Gasa(Caja) 1x1, 2 gasas tejidas estériles, 1 algodón (bolsa x 50gr), 3 preservativos, 1 alcohol (frasco 345ml), 1 aplicadores (bolsax20), 1 baja lenguas (bolsax20), 2 sobres de suero oral, 1 agua oxigenada, 1 rollo esparadrapo 2x5, 1 rollo micropore 2x5, 1 frasco de isodine espuma, 1 frasco isodine solución, 3 pares de guantes desechables, 1 de curas x10, 3 jeringas.</p>
Kit Botiquín para automóvil	<p>Se realizará la compra de un kit vehicular que contiene:</p> <p>1 extintor abc con capacidad de 5Lb, 2 tacos de madera, 2 conos; un botiquín que contiene: 1 venda elástica en rollo 2x5,, 1 gasa (caja 1x1/2), 1 algodón (bolsa x 5gr), 1 preservativo 3x3,, 1 alcohol (frascix120ml), 1 aplicadores (bolsax20), 1 toalla higienica, 1 rollo de esparadrapo micorporoso 1/5x5), 1 par de guantes desechables de latex, 1 venditas adecivax4, tijeras, 1 silvato de plástico, 1 inmovilizador cuello ortopédico blanco, 1 sobre de suero oral.</p>
Camilla plástica de rescate	<p>Es de uso obligatorio y sirve para trasladar a un herido evitando lesiones o mayores complicaciones, tiene una capacidad de transportar hasta 80kg.</p>

En la Tabla 61., se describen los costos por la compra de los equipos de seguridad de “Doggy Place”. En el Anexo I, está la respectiva cotización de cada elemento.

¹¹⁵ ARM-ACCESORIOS. Extintores polvo ABC. [En línea]. [13 Septiembre de 2016]. Disponible en: <<http://www.ams-accesorios.com/component/djcatalog2/items/2-extintores-polvo-abc>>

Tabla 61. Costos de elementos de seguridad

Proveedor	Elemento	Cantidad	Valor unidad (\$)	Total (\$)
Controlesxt	Extintor ABC 10Lb	2	57.000	114.000
Controlesxt	Botiquín	1	45.000	45.000
Controlesxt	Kit Botiquín para automóvil	1	58.000	58.000
Controlesxt	Camilla plástica de rescate	1	160.000	160.000
Total elementos de seguridad				377.000

3.8.2.3 Elementos de protección personal. Para realizar las labores en la guardería recreativa canina Doggy Place de manera segura, se deberá realizar la compra de los elementos de protección personal (EPP) encontrados a continuación en el Cuadro 32.

Cuadro 32. Elementos de protección personal

Tipo de elemento	Uso	Ilustración
Gorra de protección Max 5000	Recomendada para labores donde el trabajador permanece a la intemperie ¹¹⁶ . Las labores de cuidadores, entrenadores y paseadores tienen ésta característica, lo ideal es lograr también una identificación de color por cada cargo.	
Botas de protección impermeables MACHA	Son fabricadas en plástico de tal manera que sea impermeable para evitar el contacto de productos químicos o de aguas negras contaminadas. Su color negro es de uso industrial general ¹¹⁷ .	
Botines de seguridad	Para garantizar la comodidad del pie de los trabajadores y evitar lesiones en el momento de pasear los perros, adiestrarlos y realizar los juegos guiados, se tendrá una dotación de un zapato tipo botín punta de acero que ayudará a evitar lesiones en los pies además de adaptarse a la anatomía de las persona	
Tapabocas	Dicho elemento tapa la nariz y la boca para proteger al trabajador contra efectos negativos para la salud que se causan al inhalar polvos, vapores, partículas mínimas ó cualquier olor fuerte y microorganismo contaminado que por medio del aire pueda llegar a los pulmones.	

¹¹⁶ ROMERO, John Álvaro. Salud y seguridad en el trabajo. Bogotá. 2014

¹¹⁷ SEPULVEDA SANTAMARIA. Dayana. PROTECCIÓN PERSONAL. Botas de seguridad. [En línea]. [12 Septiembre 2016]. Disponible en: < <http://es.slideshare.net/ladycorpse/epp-tipos-de-botas-de-seguridad-9346454>>

Cuadro 32. (Continuación)

Tipo de elemento	Uso	Ilustración
Guantes de poliuretano	Suele ser habitual usar guantes en aquellas tareas que pueden dañarnos las manos, sobre todo de forma mecánica ¹¹⁸ . En el momento de pasear los perros se recomienda usar guantes para evitar lesiones en manos, los guantes facilitan el agarre por poseer un dorso fresco de nylon y garantizan la protección de las manos.	
Guantes industriales de caucho	Para protección manual máxima contra aceites, grasa y productos químicos fuertes de uso doméstico. De acuerdo a la actividad que se realice se encuentran en el mercado de calibre 25, 35 ó el más grueso de calibre 90.	
Overol Dril	Con el fin de proteger la ropa de diario de los trabajadores y que se sientan cómodos al momento de tener contacto con los canes, parte de la dotación para los trabajadores serán overoles en Dril.	

A continuación en la Tabla 62., se encuentran los costos pertinentes para la compra de los elementos de protección individual que se requieren en Doggy Place.

Tabla 62. Costos para los elementos de protección personal

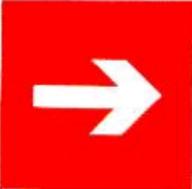
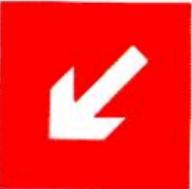
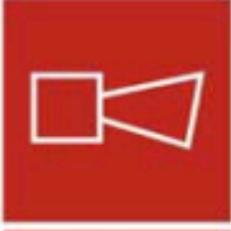
Elemento	Cantidad	Proveedor	Valor unitario con IVA (\$)	Valor Total (\$)
Gorra de protección	10	Dotaciones industriales JM	7.000	70.000
Botas de protección impermeables marca MACHA	4	Dotaciones industriales JM	25.000	100.000
Botines de seguridad Bronco	1	Dotaciones industriales JM	65.000	65.000
Tapabocas tela Blanco	10	Dotaciones industriales JM	1.500	15.000
Guantes de poliuretano	4	Dotaciones industriales JM	8.000	32.000
Guantes de caucho industrial calibre 35	3	Dotaciones industriales JM	4.500	13.500
Overol Dril hasta Talla 42	10	Dotaciones industriales JM	35.000	350.000
Total elementos de protección personal				645.500

¹¹⁸ C.M.T CONCEPCIÓN. "PREVENCIÓN DE RIESGOS". "Implementos de seguridad". [En línea]. [13 Septiembre de 2016]. Disponible en: <http://prevencionderiesgoscmtconcep.jimdo.com/seguridad/implementos-de-seguridad/>

3.8.2.4 Señalización. Con el fin de tomar las medidas necesarias para que sea claro y de fácil detección, las señales de seguridad son vitales para recudir y controlas cualquier tipo de riesgo. A continuación se definen las señales de seguridad que se utilizarán en Doggy Place, se hace uso de cuatro tipos de señalización que se consideran pertinentes.

- ✓ **Señales de protección contra incendios.** En el Cuadro 33., se describe las señales contra incendio que se utilizarán, estas permiten guiar y advertir a los ocupantes de las instalaciones sobre los equipos y zonas de riesgo de incendio.

Cuadro 33. Señalización protección contra incendios

Tipo de señal	Imagen	Significado	Descripción y aplicación
Protección contra incendios		Extintor de incendios.	Se utilizara para la fácil detección y ubicación de los distintos extintores en las instalaciones.
	 	Dirección que debe seguirse.	Indica las rutas en donde se encuentra el equipo contra incendios (Extintor).
	 AVISADOR SONORO	Aviso sonoro.	Indica la ubicación del silbato definido para avisar cualquier tipo de emergencia.

- ✓ **Señales de evacuación.** Estas señales son obligatorias, permiten guiar a las personas que se encuentren en las instalaciones a encontrar las rutas de evacuación y puntos de encuentro en caso de una emergencia. En el Cuadro 34., se representan las señales de evacuación que se utilizarán.

Cuadro 34. Señalización de evacuación

Tipo de señal	Imagen	Significado	Descripción y aplicación
Evacuación		Ruta de evacuación.	Indica la ruta de salida definida en la ruta de evacuación.
		Primeros auxilios.	Indica el lugar del botiquín de primeros auxilios.
		Salida de emergencia.	Para su fácil detección indica la salida rápida y segura de las instalaciones.

Cuadro 34. (Continuación)

Tipo de señal	Imagen	Significado	Descripción y aplicación
Evacuación		Punto de encuentro.	Indica el punto de encuentro definido en el plan de emergencia.

- ✓ **Señales de advertencia.** Ayudan a detectar y prevenir los posibles riesgos que puedan afectar la salud física de las personas y los perros. En el Cuadro 35., se describe las señales utilizadas para advertir los riesgos detectados.

Cuadro 35. Señalización de advertencia

Tipo de señal	Imagen	Significado	Descripción y aplicación
Advertencia		Peligro riesgo eléctrico.	Indica un posible riesgo eléctrico en las zonas de alto voltaje.
		Riesgo de accidentes.	Indica un riesgo general que pueda existir de un accidente.
		Piso húmedo.	Alerta e indica las zonas húmedas que pueden ocasionar un posible accidente.

- ✓ **Señales de obligación.** Estas señales obligan a los trabajadores a realizar acciones o uso del equipo de trabajo. En el Cuadro 36., se definen las acciones obligatorias.

Cuadro 36. Señalización obligatoria

Tipo de señal	Imagen	Significado	Descripción y aplicación
Obligación.		Uso obligatorio de ropa de protección.	En actividades de prestación del servicio es obligatorio usar la ropa de protección adecuada.
		Uso obligatorio de cestos de basura.	Obliga a usar adecuadamente los cestos disponibles en cada área.

A continuación en la Tabla 63., se realiza un resumen de los costos que incurren en la adquisición de la señalización para “Doggy Place”.

Tabla 63. Costo señalización

Proveedor	Elemento	Cantidad	Valor unidad (\$)	Total (\$)
Dotaciones industriales JM	Señales contra incendio	11	2.500	27.500
Dotaciones industriales JM	Señales evacuación	11	2.500	27.500
Dotaciones industriales JM	Señales advertencia	3	2.500	7.500
Dotaciones industriales JM	Señal de advertencia piso húmedo	2	25.000	50.000
Dotaciones industriales JM	Señales obligatorias	5	2.500	12.500
Total señalización				125.000

3.8.2.3 Plan de emergencia. Es compromiso de la empresa comunicar a los empleados el plan de acción según corresponda la emergencia. Para poder responder eficazmente a cualquier eventualidad en el Cuadro 37., se hace una descripción de los grupos encargados, sus funciones y acciones según sea el caso.

Cuadro 37. Plan de emergencia.

Grupos de emergencia	Descripción	Tiempo	Acción
<p>Grupo de prevención y control de incendios.</p>	<p>Se encargan de realizar acciones preventivas diariamente, se pueden presentar por mal mantenimiento o instalación de fuentes eléctricas.</p>	<p>Antes</p>	<p>✓ La brigada debe estar en alerta permanente y con extintores y gabinetes contra incendio en buen estado y bien ubicados en el área de peligro o riesgo.</p>
		<p>Durante</p>	<p>✓ Su responsabilidad es minimizar las lesiones y pérdidas que se puedan presentar durante el desarrollo de la emergencia.</p>
		<p>Después</p>	<p>✓ Comprobarán que el riesgo ya este eliminado y de recoger escombros y limpiar las áreas afectadas antes del reintegro de todo el personal. ✓ Evaluarán daño, inventarán equipos y materiales perdidos y establecer la causa del incendio.</p>
<p>Grupo de primeros auxilios.</p>	<p>Se encargan de prestar atención inmediata a los heridos lesionados (personas y perros), deben tener un buen estado físico y psicológico para atender cualquier amenaza.</p>	<p>Antes</p>	<p>✓ Entrenarse en primeros auxilios y atención a heridos. ✓ Mantener botiquines dotados. ✓ Conocer la ubicación de centros de atención de urgencias en el sector.</p>
		<p>Durante</p>	<p>✓ Atender a los heridos que necesiten primeros auxilios. ✓ Valorar lesionados, clasificarlos y atenderlos según la prioridad. ✓ Estar pendiente de la evacuación.</p>
		<p>Después</p>	<p>✓ Colaborar con la brigada de rescate y atención del personal y los caninos. ✓ Estar pendiente del personal que está en centros de atención. ✓ Evaluar y corregir fallas del procedimiento. ✓ Realizar informes de heridos y su estado.</p>

Cuadro 37. (Continuación)

Grupos de emergencia	Descripción	Tiempo	Acción
<p>Grupo de evacuación y rescate.</p>	<p>Se encarga de coordinar y guiar al personal y perros de cada área para evacuar a sitios seguros de acuerdo al plan de evacuación.</p>	Antes	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Seleccionar las mejores rutas de evacuación. ✓ Mantener despejada y señalizada las rutas de evacuación. ✓ Publicar los planos de las rutas de evacuación.
		Durante	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dirigir la evacuación. Verificar que los empleados y los perros evacuen el área donde se estén desempeñando. ✓ Controlar al personal, los perros y evitar el pánico. ✓ Proceder al rescate del personal.
		Después	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Llamar lista del personal y perros evacuados. Realizar informe de evacuación.
<p>Grupo de comunicación y control.</p>	<p>Colabora con los anteriores grupos de emergencia da a conocer de la emergencia a las instituciones pertinentes.</p>	Antes	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mantener actualizadas los directorios de emergencia incluyendo veterinarias. ✓ Mantener comunicación con el Jefe de la brigada. ✓ Mantener actualizadas las capacitaciones y sistemas de alarma. ✓ Realizar simulacros.
		Durante	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Llamar a los organismos de control según el caso. ✓ Controlar la entrada y salida del personal, perros y del personal de emergencia. ✓ Facilitar la salida del personal por las rutas de emergencia.
		Después	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Vigilar la infraestructura para evitar robos o saqueos. ✓ Ayudar a eliminar escombros de áreas que hayan estado en emergencia. ✓ Permitir el ingreso únicamente del personal autorizado.

Fuente: ROMERO, John Álvaro. Planes de emergencia. (Consultado 7 Septiembre de 2016)

3.8.2.3 Plan de evacuación. En el Cuadro 38., se describen los procedimientos que se realizan en caso de una emergencia, describiendo de forma segura las acciones que se deben realizar por medio de fases de evacuación.

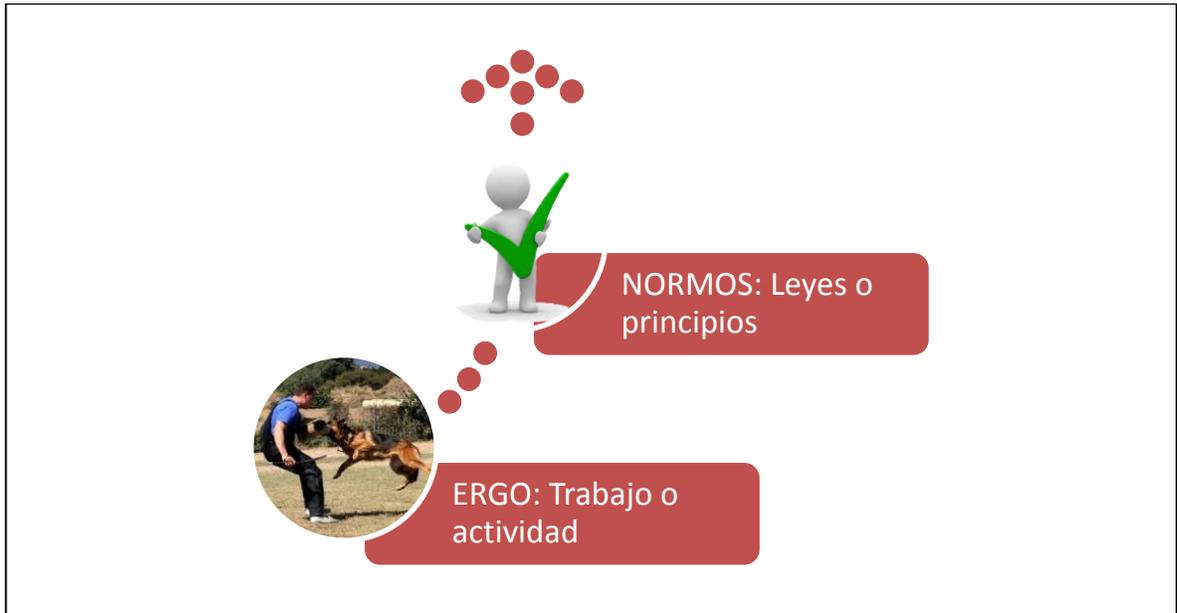
Cuadro 38. Plan de evacuación

Fase	Descripción	Tener en cuenta	Acciones
Detección	Debe pasar el menor tiempo posible entra la ocurrencia y la detección de una amenaza.	Inmediata: Generada por el evento como tal, como por ejemplo sismos o explosiones. Todos se percatan inmediatamente.	Establecer codificaciones para interpretación de las señales.
		Humana: Cuando es percibida por una persona y esta da aviso.	Determinar que no queden zonas fuera del alcance de señales.
		Automática: Realizada por aparatos eléctricos con sensores que lo identifica y se procede a evacuar.	Fijar la aplicación del sistema por medio de ejercicios periódicos con o sin previo aviso.
Evaluación	Se procede a la verificación de los responsables del manejo de la emergencia (brigadas, grupo, vigilancia).	Existencia real del peligro.	Deben comunicarse inmediatamente con el coordinador de emergencias o con quien pueda manejar la situación. Si la detección la realiza una persona podrá comunicarse con la activación de la alarma.
		Causas y características del evento.	
		Magnitud del evento.	
Alarma	Si la fase de evaluación es positiva, quiere decir que existe un peligro considerable y puede generar. Consecuencias en las personas.	Señal codificada: Se dirige a los integrantes de la brigada de emergencia y a los que componen el plan de alerta.	Se ordena activar la alarma, para este caso la alarma de “Doggy Place” es determinada por un silbato.
		Señal de evacuación: Dar aviso a todo el personal.	
Evacuación	Inicia desde que la primera persona comienza a evacuar hasta cuando sale la última persona al punto de encuentro.	Tiempo de evacuación: Tiempo total empleado en la evacuación, se contabiliza desde que aparece la primera manifestación de amenaza hasta la última persona que ha recorrido la ruta de evacuación.	
		Evacuación de áreas peligrosas.	Abrir rejas y sacar inmediatamente a los perros que se encuentren encerrados. Deben ser llevados al punto de encuentro. Todo el personal y los perros deben dirigirse al punto de encuentro.
		Puntos de encuentro: Todo el personal debe conocer el sitio o sitios de reunión en caso de evacuación.	Se define la cancha como punto de encuentro.

Fuente: ROMERO, John Álvaro. Planes de emergencia. (Consultado 7 Septiembre de 2016)

3.8.3 Ergonomía. La ergonomía es el estudio del cuerpo humano con respecto al medio artificial que lo rodea. En la Imagen 20., se muestra con detalle el significado y el origen de la palabra Ergonomía.

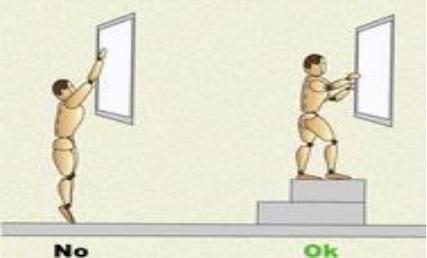
Imagen 20. Ergonomía



Por el desglose de la palabra ergonomía, se entiende que son las leyes y normas para realizar una actividad de trabajo de tal manera que se realice de forma segura, evitando accidentes de trabajo o con el tiempo enfermedades de origen laboral; para buscar así la eficiencia, productividad y satisfacción de todos los trabajadores en su puesto de trabajo.

A continuación en el Cuadro 39., los aspectos básicos de la ergonomía que aplican de acuerdo a las actividades que se realizarán en Doggy Place.

Cuadro 39. Principios básicos de la ergonomía

Principio	Ilustración
<p>Ninguna tarea debe exigir de los trabajadores que adopten posturas forzadas, como tener todo el tiempo extendidos los brazos o estar encorvados durante mucho tiempo.</p>	
<p>Hay que enseñar a los trabajadores las técnicas adecuadas para levantar pesos. Toda tarea bien diseñada debe minimizar la cantidad y la frecuencia de levantamiento y su seguridad.</p>	
<p>Se deben rotar las tareas para disminuir todo lo posible el tiempo que un trabajador dedica a efectuar una tarea sumamente repetitiva, pues las tareas repetitivas exigen utilizar los mismos músculos una y otra vez que normalmente son muy aburridas.</p>	
<p>Los objetos deben estar lo más cerca posible a los brazos. Los objetos usados de manera frecuente en el lugar de trabajo deben colocarse a una altura estándar, de tal manera que los trabajadores más altos no tengan que encorvarse y los más bajos agacharse.</p>	
<p>Se debe garantizar el espacio para estirar las piernas en posición horizontal.</p>	

Fuente: <http://copernico.escuelaing.edu.co/lpinilla/www/protocols/ERGO/DISENO%20DE%20PUESTO%20DE%20TRABAJO%202009-2.pdf> (Consultado 07 Septiembre 2016)

Con los principios básicos de la ergonomía que aplican a la actividad económica de Doggy Place, se procede a caracterizar los aspectos ergonómicos más importantes que se tendrán en cuenta para el diseño del puesto de trabajo de los cargos de la empresa. Para ello se deberá tener en cuenta los tres elementos que componen el diseño del puesto de trabajo.

- ✓ **Estación de trabajo.** Es el espacio físico donde se ejecuta la actividad.
- ✓ **Posición de trabajo.** Postura que adopta el trabajador para realizar su labor.
- ✓ **Superficie de trabajo.** Espacio que está al alcance de las extremidades y permite la ejecución de la labor.¹¹⁹

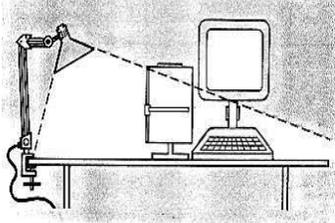
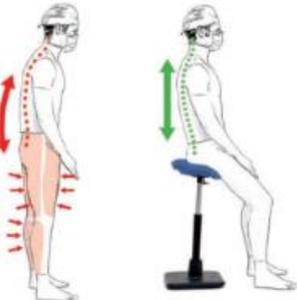
A continuación en el Cuadro 40., los aspectos ergonómicos que se tendrán en cuenta para el diseño de los puestos de trabajo de Doggy Place.

Cuadro 40. Aspectos ergonómicos según posición de trabajo

Departamento	Posición de trabajo	Aspectos	Ilustración ergonómica
Administrativo y de servicio al cliente	Trabajo sentado (a)	Aplica para líder administrador (a) y auxiliar veterinario.	
		El borde superior del monitor debe estar al nivel de los ojos o unos centímetros debajo	
		Cabeza y cuello en posición recta, hombros relajados.	
		Ratón y otros dispositivos, próximos al teclado.	
		Piernas y muslos a 90° o un poco más.	
		Holgura entre el borde del asiento y rodillas	
		Pies pegados al suelo, si por la estatura del trabajador, éste no alcanza el piso, se procederá a la compra de una apoya pies.	

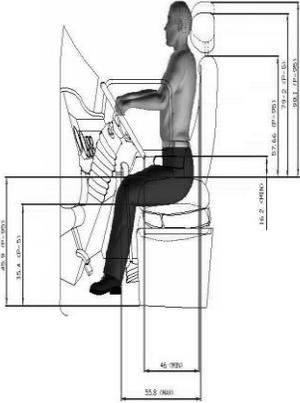
¹¹⁹ ESCUELA COLOMBIANA DE INGENIERÍA. “Diseño antropométrico de puestos de trabajo”. [En línea]. [07 Septiembre 2016]. Disponible en: <<http://copernico.escuelaing.edu.co/lpinilla/www/protocols/ERGO/DISENO%20DE%20PUESTO%20DE%20TRABAJO%202009-2.pdf>>

Cuadro 40. (Continuación)

Departamento	Posición de trabajo	Aspectos	Ilustración ergonómica
Administrativo		Muslos y espalda a 90° o un poco más.	
		Pausas activas dos veces al día de 10 minutos cada una.	
		Al estar en un espacio cerrado, los aspectos ambientales, también se deberán tener en cuenta: evitar reflejos, atender normas de iluminación, garantizar una ventilación que no afecte vías respiratorias del trabajador.	
		La colocación del flexo no debe originar reflejos molestos en las superficies reflectantes.	
Operaciones	Trabajo de pie	Aplica para Entrenadores y cuidadores.	
		Aunque para éstos cargos tienen actividades dinámicas, y no deben estar en una misma posición y un mismo lugar todo el día; se descarta la compra del tapete ergonómico y de un reposapiés.	
		Se recomienda no mantener periodos muy largos de pie, por ello se dispondrán sillas para el descanso de los trabajadores por pequeños periodos de tiempo.	
		Una postura ergonómica será la clave para evitar fatigas, enfermedades osteomusculares y molestias en el cuerpo del trabajador.	
		El piso debe mantenerse limpio, liso y no ser resbaladizo ¹²⁰ .	

¹²⁰ ESCUELA DE INGENIERÍA. “Diseño de puestos de trabajo”. [En línea]. [07 Septiembre de 2016]. Disponible en: <http://copernico.escuelaing.edu.co/lpinilla/www/protocols/ERGO/DISENO%20DE%20PUESTO%20DE%20TRABAJO%202009-2.pdf>

Cuadro 40. (Continuación)

Departamento	Posición de trabajo	Aspectos	Ilustración ergonómica
	Trabajo de pie	La dotación para los trabajadores que mantengan gran parte del día de pie tendrán zapatos cómodos y de tacón bajo para que sean ergonómicos.	
		EL trabajador no debe tener que estirarse para realizar sus tareas.	
		El levantamiento de cargas debe realizarse de manera responsable.	
		El trabajador debe tener la ruta de transporte y el punto de destino final del levantamiento, retirando los materiales que entorpezcan el paso.	
		Solicitar ayuda a otras personas si el peso es excesivo y no hay ayudas mecánicas.	
		Adoptar postura típica de levantamiento.	
	Trabajo sentado (en medio de transporte)	Aplica para conductor de ruta	
		Se tendrán en cuenta los mismos aspectos ergonómicos del trabajo sentado del área administrativa.	
		Adicional los mandos que regulan las dimensiones de la silla se deben poder manipular de forma fácil y segura mientras el conductor está sentado en ella.	
		El material de revestimiento del asiento de la silla es recomendable que sea de tejido transpirable y flexible y que tenga un acolchamiento de 20mm de espesor como mínimo ¹²¹ .	
Medidas antropométricas en la ilustración.			

A continuación, en la Tabla 64., se encuentran los precios cotizados de los elementos ergonómicos necesarios para cumplir con los principios básicos de la

¹²¹ *Ibíd*

ergonomía de los colaboradores de Doggy Place y así garantizar su satisfacción en el puesto de trabajo.

Tabla 64. Costo de elementos ergonómicos

Elemento	Cantidad	Proveedor	Valor Unidad Con IVA (\$)	Precio Total (\$)
Descansa pies	1	SurtiNova	74.936	74.936
Pad Mouse	1	SurtiNova	12.180	12.180
Apoya muñecas	1	SurtiNova	16.356	16.356
Total				103.472

Fuente: Cotización empresa SurtiNova Distribuciones S.A.S (Consultado 7 Septiembre de 2016)

3.9 SELECCIÓN DE PROVEEDORES

Doggy Place, deberá realizar una selección adecuada de proveedores para garantizar la calidad del servicio prestado. El servicio de fumigación para evitar la propagación de plagas en la guardería y el servicio veterinario, con el cual se realizará la alianza estratégica; serán los proveedores más importantes del negocio.

3.9.1 Modelo Multicriterio para selección de proveedores. Para evitar la subjetividad en el análisis de proveedores, el modelo multicriterio es el ideal para incluir subjetividad y análisis de números.

3.9.1.1 Perfil del proveedor. Doggy Place buscará integrar en su cadena de abastecimiento a empresas que posean una capacidad de respuesta acorde a las necesidades de la organización para garantizar la buena experiencia del cliente durante la prestación del servicio. Como empresa en estado de introducción al mercado y posteriormente en crecimiento, buscará proveedores cuyas características de calidad y puntualidad promuevan a construir el buen nombre de Doggy Place.

3.9.1.2 Posibles candidatos. A continuación en el Cuadro 41., se encuentran los posibles candidatos para la selección de proveedores.

Cuadro 41. Posibles Candidatos

Proveedor	Ubicación	Teléfono	Contacto
FUMIGACIÓN			
Camila Andrea Robayo Ortiz	Facatativá	312 591 7189	Si.controlex@gmail.com
SEINCOF	Bogotá D.C	313412 1379	contacto@solucionesintegralesyfumigación.com
JARAMILLO & JARAMILLO	Bogotá D.C	312 518 8104	
VETERINARIO			
Unal Vet	Facatativá- Cra 4 No 8- 50	317 734 1020	
Clinica Veterinaria Facatativá	Facatativá- Cra 4ª #5-69	310 301 8034	clinicaveterinariadrcesarayala@hotmail.com
Medivet	Facatativá- Cra 1 #3-02	320 361 6106	

3.9.1.3 Criterios de calificación. Los criterios más importantes para calificar los posibles candidatos se encuentran a continuación en el Cuadro 42.

Cuadro 42. Criterios de calificación

Criterios de calificación	Descripción
Calidad (Criterio 1)	De acuerdo a los conocimientos, certificaciones y trayectoria en el mercado de los posibles candidatos, se evaluará la calidad integral (pre-durante-post) que puede ofrecer a Doggy Place.
Buenos precios (Criterio 2)	Es importante contactar con un proveedor que ofrezca precios asequibles para reducir los costos generales de la empresa y poder ofrecer precios competitivos en el mercado
Servicio post venta (Criterio 3)	Con este criterio se evalúa las garantías que el proveedor brinda después de haber prestado el servicio además de asistencia periódica, servicio de mantenimiento entre otros.
Ubicación (Criterio 4)	Este factor se relaciona con la posición geográfica del proveedor, se evaluará según la cercanía con Doggy Place, de tal manera que se podrá tener una aproximación respecto a su puntualidad.

3.9.1.4 Escala de calificación. La matriz absoluta se hará de acuerdo a una escala de calificación sencilla de 1 a 3 donde 1 será la mejor calificación y 3 la peor calificación, como lo indica el Cuadro 43., para cada uno de los criterios.

Cuadro 43. Escala de calificación

Criterio	Calificación	Puntos	Descripción
Calidad	Excelente	1	Cumple con todos los estándares de calidad explicados en la descripción del criterio de calificación.
	Bueno	2	Cumple con algunos los estándares de calidad explicados en la descripción del criterio de calificación.
	Regular	3	Incumple con los estándares de calidad explicados en la descripción del criterio de calificación.
Buenos precios	Excelente	1	Se encuentra por debajo del promedio de precios del mercado.
	Bueno	2	Se encuentra en el promedio de precios del mercado.
	Regular	3	Se encuentra por encima de los precios del mercado.
Servicio post venta	Excelente	1	Estipula un tipo de compromiso exclusivo después de prestar el servicio.
	Bueno	2	Estipula compromiso restringido después de prestar el servicio.
	Regular	3	No estipula ningún tipo de compromiso.
Ubicación	Excelente	1	Se encuentra ubicado en el municipio de Facatativá.
	Bueno	2	Se encuentra ubicado en algún municipio cercano de la sabana de occidente o en la ciudad de Bogotá.
	Regular	3	Se encuentra ubicado fuera de la provincia de sabana de occidente.

3.9.1.5 Factores de ponderación y matriz definitiva. Bajo el modelo multicriterio y para establecer las factores de ponderación se utilizan los siguientes modelos.

- ✓ **Modelo objetivo (So).** Para mitigar el caos de las calificaciones se realizará el siguiente modelo matemático ilustrado en la Ecuación 2., Ecuación 3. y Ecuación 4.

Ecuación 2. Modelo objetivo

$$S_o = \frac{D_i}{\sum_{i=1}^n D_i}$$

Di = Dispersión

Ecuación 3. Entropía

$$E = \frac{-1}{\text{Log}(m)} * \left(\sum_{i=1}^n R_{ij} * \text{Log}R_{ij} \right)$$

E = Entropía

m = Número de Proveedores evaluados (4)

i = Criterios (4)

j = Proveedores (4)

Rij = Calificación asignada a un proveedor i en un criterio tipo j

Ecuación 4. Dispersión

$$D_i = 1 - (E_i)$$

Di = Dispersión

Ei = Entropía

- ✓ **Modelo subjetivo (Sb).** Mediante la Ecuación 5., se calcula la parte subjetiva del modelo.

Ecuación 5. Modelo subjetivo

$$W_s = \frac{\sum_{i=1}^n P_{ij}}{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n P_{ij}}$$

Pij = Calificación del triángulo de Fuller

i = Filas de la Matriz absoluta

j = Columnas de la Matriz absoluta

- ✓ **Modelo definitivo (Wd).** Los resultados a analizar resultan del cálculo de la Ecuación 6.

Ecuación 6. Modelo definitivo

$$S_d = \frac{S_o \times S_b}{\sum_{i=1}^n S_o \times S_b}$$

So = Modelo Objetivo
 Sb = Modelo Subjetivo
 Sd = Modelo Definitivo

A continuación, se presentará el análisis por medio del modelo multicriterio, en el Tabla 65., se encuentra la matriz relativa definitiva que deja el desarrollo del modelo para el proveedor de exterminador y control de plagas. El desarrollo de todo el modelo de los dos proveedores se encuentra en el Anexo J.

Tabla 65. Matriz relativa del modelo multicriterio para proveedor del servicio de fumigación.

	Criterio 1	Criterio 2	Criterio 3	Criterio 4	Total
Camila Robayo	0,470517	0,904427	0,452993	0,086031	1,914
SEINCOF	0,235258	0,904427	0,452993	0,172063	1,765
Jaramillo	0,235258	1,356641	0,452993	0,172063	2,217

El modelo definitivo arrojó para el proveedor del servicio de fumigación los siguientes factores de ponderación.

- ✓ Calidad = 23,53%
- ✓ Buenos precios = 45,22%
- ✓ Servicios post venta = 22,65%
- ✓ Ubicación = 8,60%

Por la importancia que el modelo le dió a cada de uno de los criterios de calificación, el proveedor que se adapta mejor a las necesidades de la empresa es SEINCOF, ver cotización en Anexo J , que aunque Camila Robayo, residente de Facatativá y Licenciada en biología ofrecía una tarifa menor a la de la empresa SEINCOF, la calidad del servicio prestado, la experiencia en el mercado, un personal avalado por la secretaría de Salud, productos de alta calidad y de bajo impacto ambiental favorecen a SEINCOF, garantizando la calidad del servicio y por consiguiente la satisfacción de los clientes de Doggy Place. El contacto con la señorita Camila Robayo estará disponible como segunda opción.

A continuación en la Tabla 66., se presentará el análisis y la matriz relativa definitiva que deja el desarrollo del modelo para el proveedor veterinario.

Tabla 66. Matriz relativa del modelo multicriterio para proveedor veterinario

	Criterio 1	Criterio 2	Criterio 3	Criterio 4	Total
Unal Vet	0,340498	0,451618	0,170249	0,037635	1,000
Clínica Veterinaria Facatativá	0,340498	1,354853	0,340498	0,037635	2,073
Medivet	0,680997	0,451618	0,170249	0,037635	1,340

El modelo definitivo arrojó para el proveedor veterinario los siguientes factores de ponderación,

- ✓ Calidad = 34,05%
- ✓ Buenos precios = 45,16%
- ✓ Servicios post venta = 17,02%
- ✓ Ubicación = 3,76%

Con aquellos factores el resultado se enfocó a tener la negociación de proveedor veterinario con Unal Vet, el cuál ofreció en su propuesta (Ver Anexo K) un precio de \$25.000 por valoración médica, lleva en el mercado veterinario en el municipio aproximadamente 10 años y posee excelente personal que garantiza la calidad del servicio, adicional a esto fue la única veterinaria que ofreció aparte de la valoración médica de ingreso, una valoración de egreso para que el cliente final tenga el derecho y la claridad de la salud y estado de su mascota durante la estadía en la guardería. Por otra parte el médico veterinario del establecimiento Medivet con una muy buena propuesta y una gran disposición a la idea del negocio, será la segunda opción en caso tal de que la primera opción Unal Vet, no cumpla durante el desarrollo y crecimiento de la empresa con su capacidad y estándares.

3.10 RESUMEN DE COSTOS DEL ESTUDIO TÉCNICO

A continuación en la Tabla 67., para concluir el capítulo técnico, se encuentra el resumen de los costos de los implementos que requiere la guardería recreativa canina para empezar a funcionar.

Tabla 67. Resumen de costos del estudio técnico

Equipos y elementos	Costo total (\$)
Recepción	2.675.420
Oficina administrativa	2.573.445
Cocina	366.500
Cuarto de dependientes	807.900
Enfermería	720.000
Operaciones	17.751.758
Elementos de seguridad	377.000
EPP	645.500
Señalización	125.000
Elementos ergonómicos	103.472
Total equipos y elementos	26.145.995

También se realizarán los costos de operación de un servicio con los cuales la guardería Doggy Place deberá contar para cada prestación de servicio. Se debe

tener en cuenta el precio de valoración médica por cada mascota atendida, el costo de combustible por cada mascota transportada al día y el costo del desgaste de insumos al llevar a cabo los servicios de adiestramiento, recreación y baño.

- ✓ **Combustible:** Para calcular el consumo de combustible diario de la ruta de Doggy Place, se tuvo en cuenta que según las características de la moto comprada su tipo de motor es de 4 tiempos con un cilindraje de 149cm³, lo que hace que el consumo de gasolina sea aproximadamente de 3lts (0,79 galones) cada 100km. El remolque con una capacidad de 16 perros por recorrido se estima con el cálculo aproximado que se harán dos viajes en la mañana y dos viajes en la tarde durante los primeros meses a partir de la apertura de la empresa, lo cual aproximadamente suma 100km recorridos al día, siendo cada recorrido de 25km. Ver Tabla 68.

Tabla 68. Consumo y costos de combustible en pesos (\$)

Combustible	\$/galón	Consumo día (galón)	Consumo día	Consumo perro día (galón)	Consumo perro día (\$)
Gasolina	7800	0,79	6162	0,021944444	171,1666667

- ✓ **Guardería:** Además del costo de mano de obra directa que más adelante se evaluará, se tendrá en cuenta un costo del porcentaje de utilización de los elementos que se necesitan para operar y prestar el servicio de guardería recreativa. Entre estos elementos se encuentran los juegos de agility (agilidad), correas y juguetes. En la Tabla 69., se encuentra el costo de operación para el servicio de guardería

Tabla 69. Costos de operación para servicio de guardería

Insumos utilizados	Insumos utilizados (\$)	Porcentaje	Utilización /perro (\$)
Elementos de operación	2.794.108	0,05%	1.397,054

- ✓ **Adiestramiento:** Se tendrá en cuenta el porcentaje de utilización de los elementos que intervienen en la operación durante el adiestramiento. Entre estos elementos se encuentran los pitos, clicker, correas, collares, juguetes, entre otros. En la Tabla 70., se encuentra el costo de operación por un servicio de adiestramiento.

Tabla 70. Costo de operación de un servicio de adiestramiento

Insumos utilizados	Insumos utilizados (\$)	Porcentaje	Utilización /perro (\$)
Elementos de operación	734.108	0,05%	367,054

- ✓ **Hospedaje:** Para este caso se tienen en cuenta los elementos de operación que intervienen en el momento que la mascota demanda el servicio de hospedaje, para ello se estima un porcentaje de utilización de acuerdo a los dormitorios con los que contará la guardería, a continuación en la Tabla 71., los costos de operación para el servicio de hospedaje.

Tabla 71. Costos de operación de un servicio de hospedaje

Insumos utilizados	Insumos utilizados (\$)	Porcentaje	Utilización /perro (\$)
Camas	184900	1%	924,5

- ✓ **Baño y embellecimiento:** Es importante dejar claro que el baño no se realiza diario en ninguno de los paquetes de Doggy Place sino una o dos veces al mes de acuerdo a indicaciones del cliente y naturaleza del animal. A continuación en la Tabla 72., el porcentaje de utilización estimado por los insumos consumidos durante una sesión de baño.

Tabla 72. Costos de operación servicio de baño y embellecimiento

Insumos utilizados	Insumos utilizados (\$)	Porcentaje	Utilización /perro (\$)
Corta uñas	23.723	3%	711,69
Cepillo	20.400	2%	408
Shampoo	34.200	15%	5130
Colonia	28.500	5%	1425
Costo total de operación de una sesión de baño			7.674,69

A continuación en la Tabla 73., se encuentra el resumen de costos de cada uno de los servicios por paquete.

Tabla 73. Costos de operación por un día de servicio

Paquete	Subpaquete	Ruta (\$)	Guardería (\$)	Adiestramiento (\$)	Hospedaje (\$)	Baño (\$)	Valoración médica (\$)	Costo total/serv (\$)
School	1 día	171,17	1397,05	367,05	0,00	0,00	0,00	1935,27
	3 día/ sem	171,17	1397,05	367,05	0,00	639,56	2083,33	4658,17
	Fds	171,17	1397,05	367,05	0,00	959,34	3125,00	6019,61
	Mensual	171,17	1397,05	367,05	0,00	383,73	1250,00	3569,01
Vacation	1 semana	171,17	1397,05	0,00	924,50	1096,38	3571,43	7160,53
	2 semana	171,17	1397,05	0,00	924,50	548,19	1785,71	4826,63
	3 semana	171,17	1397,05	0,00	924,50	365,46	1190,48	4048,66
	4 semana	171,17	1397,05	0,00	924,50	274,10	892,86	3659,67

Adicional a éste costo por servicio prestado a mascota en un día, se deberá adicionar el costo fijo de la valoración médica de \$25.000 el cual incluye bajo la alianza con veterinaria Unal Vet, valoración de ingreso, valoración de salida e historia clínica, garantizando así el estado integral del animal durante su estadía en Doggy Place. Para cada uno de los paquetes dicha valoración se estima de acuerdo a los días de estadía del perro como se muestra en la Tabla 73.

3.11 ANÁLISIS AMBIENTAL

Por medio del análisis ambiental se pretende identificar los posibles impactos que existe en cada una de las áreas de Doggy Place S.A.S, en una guardería recreativa las emisiones o impactos negativos al medio ambiente son muy bajos pero se crean medidas para mitigarlos.

3.11.1 Matriz Vicente Conesa. Es una herramienta que permite identificar los impactos significativos que se pueden presentar en la ejecución y desarrollo de la presente factibilidad.

3.11.1.1 Fundamentación. Se realiza la descripción de cada uno de los pasos para conocer los parámetros y funcionamiento de la matriz.

✓ **Identificación de aspectos e impactos ambientales.** Por medio de un análisis por áreas, en el Cuadro 44., se identificaron los siguientes impactos.

Cuadro 44. Identificación de impactos ambientales

Área	Elemento ambiental afectado	Tipo	Descripción
Labores administrativas	Consumo de recursos	Consumo de energía eléctrica.	El consumo de los equipos de cómputo, impresoras, iluminación, teléfonos
	Residuos	Residuos sólidos	Papeles impresos como no impresos, cartucho de impresoras, facturas, cajas de transporte, carpetas
		Utilización de residuos reciclables	Papeles impresos como no impresos, facturas, cajas de transporte, carpetas
	Agua	Aguas residuales	Agua usada en baños y cocina
		Utilización de aguas residuales	Agua usada en baños y cocina
	Aire y suelo	Fenómenos naturales	Sismo y daños en la estructura física
Servicios generales	Consumo de recursos	Consumo de energía eléctrica	Consumo de electrodomésticos como microondas y cafetera
	Residuos	Residuos sólidos reciclables	Papel
		Residuos no reciclables	Servilletas, papel de cocina utilizado, bombillas fundidas, latas de productos de aseo
	Suelo	Residuos Orgánicos	Cualquier comestible orgánico
	Aguas	Aguas residuales	Agua utilizada para el aseo y baño

Cuadro 44. (Continuación)

Área	Elemento ambiental afectado	Tipo	Descripción
Área operativa	Residuos	Residuos sólidos reciclables	Papel y bolsas
		Residuos orgánicos.	Heces fecales
	Contaminación auditiva	Ruido	Ladrido de perros
	Agua	Aguas residuales	Agua usada para recreación, alimentación y aseo
	Consumo de recursos	Consumo de energía eléctrica	Consumo de iluminación y elementos didácticos
	Aire	Contaminación del aire	Emisión de gases por conducir

- ✓ **Criterios de evaluación.** La matriz se divide en criterios de calificación que se describen en el Cuadro 45.

Cuadro 45. Criterios de evaluación ambiental

Criterios		Significado	Calificación	Puntaje
Signo	(+/-)	Hace alusión al carácter benéfico (+) o perjudicial (-) de las distintas acciones que van a actuar sobre los distintos factores considerados	Benéfico	+
			Perjudicial	-
Intensidad	IN	Grado de incidencia de la acción sobre el factor en el ámbito específico en el que actúa. Varía entre 1 y 12, siendo 12 la expresión de la destrucción total del factor en el área en la que se produce el efecto y 1 una mínima afectación.	Baja	1
			Media	2
			Alta	4
			Muy Alta	8
			Total	12
Extensión	EX	Área de influencia teórica del impacto en relación con el entorno de la actividad (% de área, respecto al entorno, en que se manifiesta el efecto).	Puntual	1
			Parcial	2
			Extensa	4
			Total	8
			Critica	12
Momento	MO	Alude al tiempo entre la aparición de la acción que produce el impacto y el comienzo de las afectaciones sobre el factor considerado.	Largo plazo	1
			Mediano plazo	2
			Inmediato	4
			Critico	8
Persistencia	PE	Tiempo que supuestamente permanecerá el efecto desde su aparición y, a partir del cual el factor afectado retornaría a las condiciones iniciales previas a la acción por los medios naturales o mediante la introducción de medidas correctoras	Fugaz	1
			Temporal	2
			Permanente	4

Cuadro 45. (Continuación)

Criterios		Significado	Calificación	Puntaje
Reversibilidad	RV	Se refiere a la posibilidad de reconstrucción del factor afectado, es decir, la posibilidad de retornar a las condiciones iniciales previas a la acción, por medios naturales, una vez aquella deje de actuar sobre el medio.	Corto plazo	1
			Mediano plazo	2
			Irreversible	4
Sinergia	SI	Este atributo contempla el reforzamiento de dos o más efectos simples. La componente total de la manifestación de los efectos simples, provocados por acciones que actúan simultáneamente, es superior a la que cabría de esperar cuando las acciones que las provocan actúan de manera independiente, no simultánea.	Sin sinergismo	1
			Sinérgico	2
			Muy sinérgico	4
Acumulación	AC	Este atributo da idea del incremento progresivo de la manifestación del efecto cuando persiste de forma continuada o reiterada la acción que lo genera.	Simple	1
			Acumulativo	4
Efecto	EF	Este atributo se refiere a la relación causa-efecto, o sea, a la forma de manifestación del efecto sobre un factor, como consecuencia de una acción.	Indirecto	1
			Directo	4
Periodicidad	PR	Se refiere a la regularidad de manifestación del efecto, bien sea de manera cíclica o recurrente (efecto periódico), de forma impredecible en el tiempo (efecto irregular) o constante en el tiempo (efecto continuo)	Irregular	1
			Periódico	2
			Continuo	4
Recuperabilidad	MC	Se refiere a la posibilidad de reconstrucción, total o parcial, del factor afectado, es decir, la posibilidad de retornar a las condiciones iniciales previas a la acción, por medio de la intervención humana (o sea mediante la implementación de medidas de manejo ambiental).	Inmediato	1
			Medio plazo	2
			Mitigable	4
			Irrecuperable	8

✓ **Importancia.** Para saber la importancia y grado de impacto del impacto, se describe en el Cuadro 46.

Cuadro 46. Importancia y grado de impacto ambiental

Importancia	Grado	Puntuación
$I = (3IN + 2EX + MO + PE + RV + SI + AC + EF + PR + MC)$	Irrelevantes	Inferiores a 25
	Moderados	Entre 25 y 50
	Severos	Entre 50 y 75
	Críticos	Superiores a 75

3.1.1.2 Desarrollo. A continuación en el Cuadro 47., se califica cada uno de los aspectos e impactos encontrados en la factibilidad.

Cuadro 47. Impactos ambientales

Elemento	Impacto	N A T	I N E X	M O	P E	R V	S I	A C	E F	P R	M C	Importancia	Impacto	
Consumo de recursos	Consumo de energía eléctrica.	-	2	2	1	1	1	1	1	4	1	1	21	Irrelevante
Residuos	Generación de residuos sólidos	-	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	18	Irrelevante
	Generación de residuos sólidos reciclables	+	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	14	Irrelevante
	Generación de residuos orgánicos.	+	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	14	Irrelevante
	Generación de residuos no reciclables	-	3	1	1	2	2	1	1	1	1	1	21	Irrelevante
Agua	Aguas residuales	-	2	2	2	2	2	1	1	4	2	2	26	Moderado
	Utilización de aguas residuales	+	1	2	1	2	2	1	1	1	2	2	19	Irrelevante
Aire y suelo	Fenómenos naturales	-	3	3	4	2	2	2	1	4	1	8	39	Moderado
Suelo	Residuos Orgánicos fecales	-	3	2	4	4	2	1	2	4	4	4	38	Moderado
Contaminación auditiva	Ruido	-	1	3	4	1	2	2	1	4	1	2	26	Moderado
Aire	Contaminación del aire	-	1	3	4	1	2	2	1	4	1	2	26	Moderado

3.11.1.3 Interpretación. Para cada factor, dependiendo su impacto se crea una medida de control, por ser una guardería recreativa, su impacto al ambiente mínimo, pero existen parámetros que ayudarán a su control y mitigación. Se presentan en el Cuadro 48.

Cuadro 48. Actividades de control ambiental

Área	Actividad	Elemento ambiental afectado	Aspecto		Medidas de control
			Tipo	Descripción	
Área Administrativa	Labores administrativas	Consumo de recursos	Consumo de energía eléctrica.	El consumo de los equipos de cómputo, impresoras, iluminación, teléfonos	Establecer políticas para la disminución de consumo de energía. Uso de bombillas ahorradoras
		Residuos	Residuos solidos	Papeles impresos como no impresos, cartucho de impresoras, facturas, cajas de transporte, carpetas	Separar residuos según su naturaleza y disponer de cada uno a las entidades pertinentes.
			Utilización de residuos reciclables	Papeles impresos como no impresos, facturas, carpetas	Separa residuos según su naturaleza, reutilizar todos los residuos que se pueda.
		Agua	Aguas residuales	Agua usada en cocina y baños	Capacitar y reutilizar el agua
			Utilización de aguas residuales	Agua usada en cocina y baños	Reutilizar el agua.
		Aire y suelo	Fenómenos naturales	Sismo y daños en la estructura física	Capacitar. Dar conocimiento del plan de acción, rutas de evacuación, primeros auxilios.
Servicios generales	Aseo de instalaciones	Consumo de recursos	Consumo de energía eléctrica	Consumo de electrodomésticos como microondas y cafetera	Establecer políticas para la disminución de consumo de energía. Uso de bombillas ahorradoras.
		Residuos	Residuos sólidos reciclables	Papel	Separa residuos según su naturaleza, reciclar.
			Residuos Orgánicos	Cualquier comestible orgánico	Utilización del recurso. Disponer de residuos a entidades pertinentes
			Residuos no reciclables	Servilletas, papel de cocina utilizado, bombillas fundidas, latas de productos de aseo	Separar residuos según su naturaleza y disponer de cada uno a las entidades pertinentes.
		Agua	Aguas residuales	Agua utilizada para el aseo y baño	Capacitar y reutilizar el agua

Cuadro 48. (Continuación)

Área	Actividad	Elemento ambiental afectado	Aspecto		Medidas de control
			Tipo	Descripción	
Área operativa	Labores de ejecución del servicio	Residuos	Residuos sólidos reciclables	Papel y bolsas	Separa residuos según su naturaleza, reutilizar todos los residuos que se pueda.
		Suelo	Residuos orgánicos.	Heces fecales	Área especial para depósitos, construcción de pozo séptico.
		Agua	Aguas residuales	Agua usada para recreación, alimentación y aseo	Capacitar y reutilizar el agua
		Consumo de recursos	Consumo de energía eléctrica	Consumo de iluminación y elementos didácticos	Establecer políticas para la disminución de consumo de energía. Uso de bombillas ahorradoras. Capacitación
		Contaminación auditiva	Ruido	Ladrado de perros	Se mitigará el ruido manteniendo a los perros distraídos y en espacios abiertos
		Aire	Contaminación del aire	Emisión de gases por conducir	Mantener la revisión tecno mecánica y de gases al día

3.11.2 Normatividad ambiental. En el Cuadro 49., se explicará la principal normatividad ambiental que aplica al manejo de ambiental y animal, su implementación y cumplimiento es vital para el buen funcionamiento del establecimiento.

Cuadro 49. Normatividad ambiental

Norma	Descripción
Decreto 351, por el cual se reglamenta la gestión integral de los residuos generados en la atención en salud y otras actividades.	Regula y ajusta la normatividad para actividades de control., inspección y vigilancia para actividades sanitarias y ambientales. Regula los residuos generados en atención en salud y otras actividades. Existen 11 servicios de atención de salud, en donde Doggy Place hace parte de servicios veterinarios entre los que se incluye: consultorios, clínicas, laboratorios. Centros de zoonosis y zoológicos, tiendas de mascotas, droguerías veterinarias y peluquerías veterinarias.
Resolución 631 de 2015. por el cual se establecen los parámetro y valores límites máximos permisibles en los vertimientos puntuales a cuerpos de aguas superficiales y a los sistemas de alcantarillado público y se dictan disposiciones	Para Doggy Place se realiza vertimientos de aguas residuales domésticas, que son las que proceden de hogares, así como de instalaciones en las que se desarrollan actividades industriales, comerciales o de servicios que correspondan. 1, Descarga de retretes y servicios sanitarios. 2. Descargas de los sistemas de aseo personal (duchas y lavamanos), de las áreas de la cocina, elementos de aseo y lavado de paredes, pisos y ropa.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

El objetivo de este capítulo es el direccionamiento y organización de la empresa. Se realiza la planeación estratégica, se definen los roles y la forma en que se va a delegar las responsabilidades, sus funciones específicas y competencias requeridas, asignación de salarios por medio de herramientas que permitan medir el nivel de valor y aporte a la organización.

4.1 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

Son los lineamientos para la administración, el ejecutar y el hacer de la empresa. Direcciona y determina como hacer el mejor uso de los recursos con los que cuenta para cumplir los objetivos que se pretenden alcanzar. Para ello es necesario realizar la misión, visión, objetivos, valores, políticas, todos con el fin de direccionar y crear sentido de pertenencia en la organización.

4.1.1 Misión organizacional. “Una declaración de la misión, denominada en ocasiones una declaración del credo, una declaración del propósito, una declaración de la filosofía, una declaración de creencias, una declaración de principios de negocios o una declaración que “define nuestro negocio” revela lo que una empresa desea ser y a quién quiere servir.”¹²² A continuación la presentación de la misión de Doggy Place.

“Somos Doggy Place, una guardería recreativa canina ubicada en el municipio de Facatativá, que tiene como prioridad brindar un servicio exclusivo para su mascota. Tenemos el compromiso de ofrecerles un bienestar óptimo, con los mejores espacios dirigidos a su cuidado, atención, mantenimiento, carentes de rejas y encierros que atiendan con minuciosidad sus necesidades. Una experiencia que usted y su mascota amarán.”

4.1.2 Visión organizacional. La visión determina a dónde quiere llegar la organización, refleja la propuesta de valor y los efectos que provocará en un marco de tiempo establecido.

“Seremos la mejor empresa prestadora de servicios caninos, con un amplio portafolio de servicios que atienda las necesidades de Facatativá con la mejor experiencia para nuestros clientes, bajo las más estrictas normas de calidad, con

¹²² FRED R, David. Conceptos de administración estratégica. Misión de una empresa. Novena edición. México: Person Educación, 2003. 59p

las mejores prácticas empresariales y con un equipo de trabajo comprometido brindando la mejor formación para alcanzar con excelencia el mejor servicio.”

4.1.3 Valores organizacionales. Ayudan a definir la cultura organizacional de la empresa, identifican al equipo de trabajo con el que cuentan y reflejan quien es la organización.

- ✓ **Respeto.** Respetamos a nuestros clientes y a la naturaleza de los animales- El trato frente a los dos debe ser primordial para poder lograr los mejores resultados y lograr un buen clima laboral.
- ✓ **Disciplina.** El camino a la excelencia y el liderazgo es la constancia y la disciplina. La capacidad de realizar las actividades en orden y constancia reflejan el gran equipo con el que cuenta la organización, nos lleva a la excelencia y el liderazgo.
- ✓ **Responsabilidad.** La responsabilidad y el compromiso son nuestra virtud. El cumplimiento que tiene cada uno de los empleados frente a sus actividades son características y competencias que nos destacan como organización. .
- ✓ **Profesionalismo.** La realización de nuestras acciones están enmarcadas en la acción ética y profesional.

4.1.4 Política empresarial. Pautas y requisitos necesarios que se definen para estandarizar el servicio y mejorarlo, tanto para clientes y empleados. En el Anexo L se encuentran las políticas que se deberán cumplir a cabalidad en Doggy Place.

4.1.5 Objetivos corporativos. Sirven para encaminar la empresa y lograr que la misión planteada en el ítem 4.1.1 se logre. En el Cuadro 50., se definen los objetivos principales, las metas para cumplirlas, la estrategia para ejecutarlas y el representante encargado de la supervisión del mismo.

Cuadro 50. Objetivos corporativos

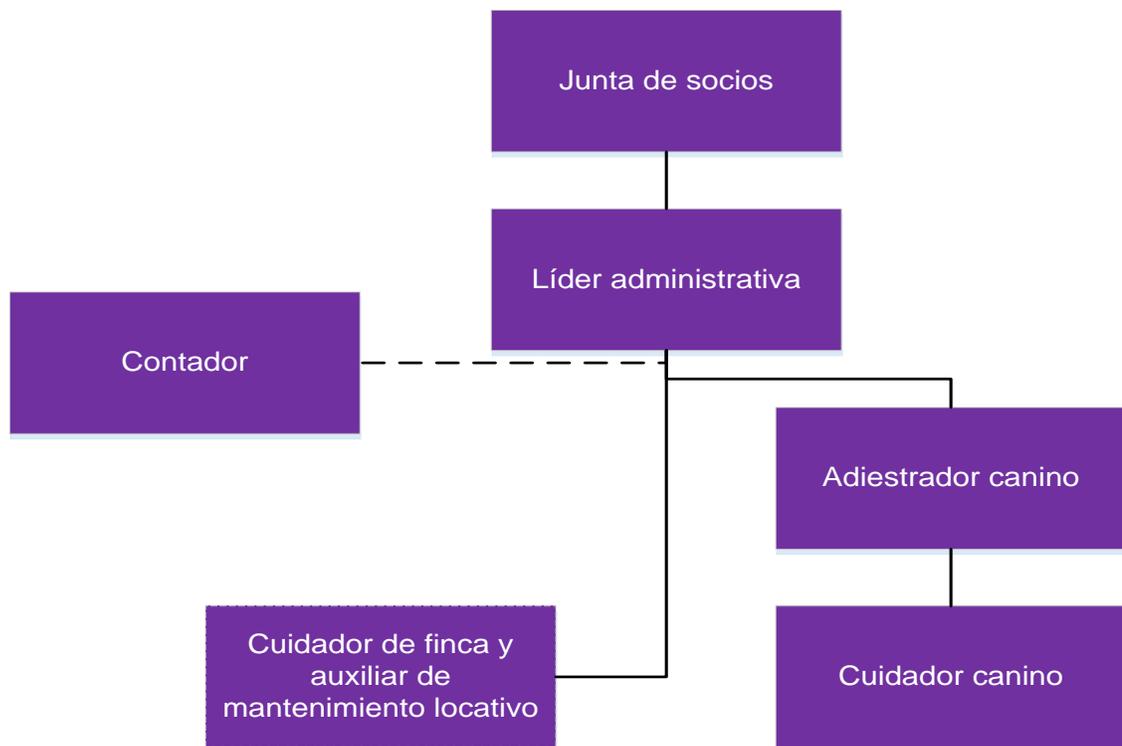
N	Objetivos	Metas	Estrategia
1	Mantener un conjunto de servicios ajustados a las necesidades del mercado	Realizar alianzas con proveedores y mantener un nivel de satisfacción para cada servicio.	Estrategias de integración hacia atrás (proveedores), que disminuyan el número de proveedores, mejore la calidad, disminuya precios y garantice el oportuno abastecimiento. El objetivo principal es prestar servicios conjuntamente.
		Realizar alianzas con competencia.	Estrategia de integración horizontal (competidores) que generen un mayor control sobre ellos y garanticen el crecimiento de la organización.
		Desarrollo de mercado.	Encuestas para saber la percepción del cliente.
2	Aumentar la capacidad del negocio.	Mejorar infraestructura.	Invertir.
		Abrir nuevos puntos de venta.	
		Aumentar los recursos.	
3	Posicionar el negocio en el mercado.	Aumentar el reconocimiento de marca.	Estrategias de penetración que aumenten la participación y reconocimiento en el mercado.
		Realizar reducciones en el precio.	
		Explorar nuevos mercados.	Estrategias de desarrollo de mercado en nuevas áreas geográficas.
		Introducir servicio en áreas geográficas.	
4	Garantizar la satisfacción de los colaboradores.	Capacitar y formar constantemente al personal.	Desarrollo de planes de acción para promover la formación y mejor selección del personal que integra la empresa.
		Realizar un proceso de selección, contratación, y capacitación de los empleados exigente.	
		Crear sentido de pertenencia a la organización.	Comunicación y divulgación de la planeación estratégica.
5	Garantizar la satisfacción de las necesidades de los clientes.	Mejorar calidad del servicio y de productos ofrecidos.	Integración con proveedores.
		Crear áreas de servicio al cliente.	

4.2 ANÁLISIS ORGANIZACIONAL

El desempeño organizacional de la empresa dependerá de la buena gestión y control de cada dependencia de la organización que deberá estar articulada con la planeación estratégica de la empresa. Es necesario tener claro la jerarquía y dependencia de cada uno de los cargos y sus respectivas funciones.

4.2.1 Organigrama. A continuación en el Diagrama 4., se encuentra la representación gráfica de las distintas posiciones de la empresa con su jerarquía y posiciones tercerizadas.

Diagrama 4. Organigrama Doggy Place



4.2.2 Manual de funciones. Para cada cargo de la empresa Doggy Place S.A.S se deberá tener en cuenta el manual de funciones realizado por las autoras del proyecto donde se especifican y delimitan los campos de actuación de cada uno de los colaboradores de la empresa. Ver Anexo M.

4.3 CONTRATACIÓN DEL PERSONAL

Para el cumplimiento y buen desempeño del personal que integra la empresa Doggy Place, es necesario acatar el siguiente procedimiento para contratar al nuevo talento humano.

- ✓ Tener en cuenta las características del manual de funciones de cada cargo.
- ✓ Describir las características, competencias y necesidad del cargo para la organización.
- ✓ Organizar el proceso de reclutamiento de los candidatos del cargo
- ✓ Realizar una base de datos que permita recopilar candidatos potenciales para otros cargos (OPCIONAL).
- ✓ Entrar en proceso de selección del candidato al cargo.
- ✓ Contratar.
- ✓ Capacitar y dar la inducción del cargo.

Cada cargo tiene especificaciones diferentes, por lo tanto en el momento que se necesite la contratación del talento humano, se debe seguir el procedimiento sin excepción.

4.3.1 Descripción del cargo. En el manual de funciones se especifica el perfil, la naturaleza del cargo, estudios, y tareas a realizar.

4.3.2 Reclutamiento del personal. Con el fin de atraer, comunicar y divulgar a los candidatos del mercado laboral, la existencia de una vacante y que el aspirante cumpla con las competencias y características que requiera dicha vacante; se usarán técnicas con bajo costo, alto rendimiento y efectivas. Se utilizarán tres técnicas de reclutamiento que son:

- ✓ **Carteles o anuncios en lugares visibles.** Se utilizará para la atracción de las vacantes simples que no necesitan de muchos estudios o competencias específicas. Se ubicarán en puntos estratégicos que sean fácil de identificar, donde circule o se agrupe un número importante de personas.

- ✓ **Reclutamiento virtual.** Se realizará por medio de los medios electrónicos con los que cuenta Doggy Place, es decir, que la información se divulgará en la página principal del proyecto, en Facebook e Instagram con el fin de ahorrar costos y de una forma efectiva socializar la información.
- ✓ **Reclutamiento interno.** Con el fin de promover y aprovechar las competencias y capacidades del personal, se realizará un reclutamiento interno antes de realizar el externo, será una forma de desarrollar las capacidades, promover una sana competencia, generar motivación y crear un mejor clima organizacional. Este reclutamiento se realizará una vez la organización sea estable y se dé la posibilidad de ascender o crear nuevos cargos.

4.3.3 Seleccionar el mejor candidato. Su objetivo es comparar y elegir el mejor candidato para la vacante solicitada. El procedimiento para realizar la selección será la siguiente.

- ✓ **Recopilación de información.** Es esencial tener definido las directrices e información sobre el puesto de trabajo que se pretende ocupar. Previamente se debe realizar un análisis del puesto de trabajo que permita crear factores de clasificación desde el inicio.
- ✓ **Mapa de competencias.** Se debe realizar un mapa de competencias para la organización que identifique las competencias individuales y las competencias de la empresa. En el Cuadro 51, se define la estructura del mapa de competencias.

Cuadro 51. Mapa de competencias

Competencia	Descripción
Organizacionales	Son las competencias distintivas para Doggy Place, estas se deben construir y poseer para mantener una ventaja competitiva.
Funcionales	Están diseñadas por áreas o departamentos.
Administrativas	Competencias que cada gerente o ejecutivo debe poseer para administrar
Específicas	Cada persona debe construir y desarrollar sus competencias para actuar a favor de la organización.

Fuente: Chiavenato Capítulo selección de personal. (Consulta 12 Octubre 2016)

- ✓ **Prueba de conocimiento.** Se utilizarán para los cargos que requieren un nivel de conocimientos específico. Se evaluará el conocimiento profesional como técnico que requiera el cargo. Esta prueba es escrita y ayudará a la

determinación final. Se diseñará una prueba con preguntas puntuales de cómodo análisis y calificación que permitirá al evaluador su fácil comprensión.

- ✓ **Referenciación.** Confirmación de los datos y referencias telefónicamente del aspirante.
- ✓ **Entrevista con el director de área.** De una manera más personal permitirá conocer mejor al candidato, evaluará sus conocimientos, personalidad entre otros aspectos que le entrevistador crea pertinentes y admita filtrar la decisión final.
- ✓ **Exámenes médicos.** Cada uno de los empleados deben estar en condiciones físicas y mentales aptas para el desempeño de su cargo, es por eso que se realizará un examen acorde a los requerimientos de sus actividades y perfil del puesto de trabajo. Se realizarán por medio de la empresa Javap Salud Ocupacional, ubicada en la Cra 3 # 6-58 en el centro de Facatativá. El valor del examen médico es de \$20.000, en la Tabla 74., se describe el valor total del número de exámenes necesarios para la conformación del equipo de trabajo de Doggy Place.

Tabla 74. Costos de exámenes de ingreso

Elemento	Proveedor	Valor unitario (\$)	Cantidad	Valor total (\$)
Examen médico ocupacional de ingreso	Java Salud Ocupacional	20.000	6	120.000
Total				120.000

En el Anexo N., se encuentra la cotización del examen de salud ocupacional.

- ✓ **Análisis y decisión final.** Por medio de la comparación se elige el candidato con mejor desempeño en el proceso de selección para que pueda iniciar vinculación con Doggy Place.

4.3.4 Contratación del personal. Se diseña un contrato laboral a término definido que contenga: datos de la empresa, datos del trabajador, fecha en que inicia el contrato y su duración, fecha en que inicia el contrato y su duración, el tipo de contrato que se celebra, objetivo y funciones, condiciones, remuneración y firmas.

4.3.5 Inducción del personal. Permite brindar la información necesaria para adaptar al nuevo trabajador o una re inducción por si es una selección interna.

- ✓ **Inducción general.** Para Doggy Place es importante que todos los trabajadores estén familiarizados con la razón de ser de la empresa, se realizará una presentación corta sobre la información más importante que es: misión, visión, objetivos, valores corporativos, clientes, proveedores y organigrama.

4.3.5.2 Inducción específica. Para esta inducción la información que se le brindará al trabajador esta especificada en el manual de funciones que contiene los objetivos y tareas que debe desempeñar. Se debe mostrar el puesto de trabajo y las herramientas de salud ocupacional y seguridad industrial del puesto.

4.3.5.3 Evaluación. Se procede a evaluar la inducción ejecutada, se realizará un seguimiento de la adaptación y rendimiento del trabajador en el puesto de trabajo y en la organización en general y servirá para mejorar los procesos de inducción.

4.5 SALARIOS

El método de evaluación por puntos, es el método más común para realizar un análisis de salarios que sea acorde y justo al desempeño del cargo. En Doggy Place se crearán 4 cargos que se describen en los manuales de funciones, son cargos con actividades diferentes y por lo tanto la remuneración es distinta. En la Tabla 75., se muestran los salarios actuales por cada cargo.

Tabla 75. Salario promedio actual por labor

Cargo	Salario promedio actual (\$)
Gerente de servicios administrativos	3.110.650
Adiestrador de animales	1.509.992
Cuidadores caninos	746.899
Cuidadores de negocio	800.000

Fuente:TU SALARIO: Disponible en: <http://www.tusalario.org/colombia/Portada/carrera/funcion-y-salario>
(Consultado 06 Octubre de 2016).

Por el número de cargos y el rango de remuneración en el que esta uno del otro, el método de evaluación por puntos no se puede ejecutar, pues la tendencia del método no se ajustaría a los 4 cargos. Es por eso que las autoras de la presente factibilidad con el fin de realizar un análisis en cuanto a asignación salarial, consideraron realizar un análisis por medio de bolsas de empleo que permite ver el panorama actual del salario remunerado en cada uno de los cargos. Se utilizará una

matriz que permita comparar y tener en cuenta los criterios más significativos para su asignación.

4.5.1 Fundamentación. Se tendrá en cuenta las principales bolsas de empleo de internet como lo son: Computrabajo y El Empleo. En cada una de las páginas se busca una oferta laboral muy parecida a la que se necesita para el cargo y así permitir realizar una comparación de cada una.

4.5.1.1 Ofertas laborales. En el Cuadro 52., se buscaron 3 ofertas que se asemejan a los requisitos y descripción que se realizó en los manuales de funciones para cada uno de los cargos. Se tuvo en cuenta la información más relevante en la oferta, la demás información se puede evidenciar en la página de internet de la que fue obtenida.

Cuadro 52. Ofertas laborales

Cargo	Opción 1	Opción 2	Opción 3
Líder administrativo	Se requiere para un equipo de trabajo AUXILIAR ADMINISTRATIVO, hombre o mujer. Educación mínima: Profesional o finalizando carrera profesional. Salario: \$1.200.000. Experiencia mínima del cargo: 2 años. ¹²³	Requiere personal técnica o tecnóloga en administración, secretariado o afines, con experiencia mínima de 4 años desempeñando el cargo de recepción o auxiliar administrativa, manejo de conmutador, atención a clientes, atención a proveedores, pagos, manejo de caja menor. Salario: \$950.000. ¹²⁴	Se requiere personal preferiblemente técnico, tecnólogo o profesional en carreras comerciales. Con experiencia de 1 a 2 años en cargos relacionados en manejo administrativo. Salario: \$1.500.000

¹²³ COMPUTRABAJO. "Auxiliar administrativo - Colegio Canino en Cundinamarca - Vinos Express". [En línea]. [18 de Octubre de 2016]. Disponible en: <<http://www.computrabajo.com.co/ofertas-de-trabajo/oferta-de-trabajo-de-auxiliar-administrativa-colegio-canino--en-cajica-8F2146B6111E3E8E>>

¹²⁴ COMPUTRABAJO. "Auxiliar administrativa". [En línea]. [18 de Octubre de 2016]. Disponible en: <<http://www.computrabajo.com.co/ofertas-de-trabajo/oferta-de-trabajo-de-auxiliar-administrativa-en-medellin-6214E8EE0C686993>>.

Cuadro 52. (Continuación)

Cargo	Opción 1	Opción 2	Opción 3
Adiestrador canino	Reconocida EPS para mascotas requiere Adiestrador canino, para trabajar en Chía. Excelente actitud de servicio, experiencia mínima de 5 años en labores similares. Salario mensual: \$1.000.000. Experiencia Laboral. Auxiliar, asistencia y otros ¹²⁵ .	Alimentan, cuidan, entrenan y acicalan animales, ayudan a veterinarios, técnicos de salud animal y criadores de animales. Están empleados por clínicas veterinarias, refugios de animales, zoológicos, criaderos y escuelas de adiestramiento. Salario de \$1.000.000 ¹²⁶ .	Multinacional requiere adiestrador canino. Educación mínima: Bachillerato con curso actualizado como adiestrador canino. Salario: Menor de \$1.000.000
Cuidador canino	Se requiere un manejador canino con experiencia mínima de 6 meses. Educación mínima: Bachillerato/Educación media. Salario: \$689,454 (Neto mensual) ¹²⁷ .	Empresa requiere hombres con bachiller culminado, para desempeñarse como GUARDA CANINO, con experiencia mínima de 1 año con CURSO VIGENTE. Salario: \$689.454 ¹²⁸	Empresa requiere manejador canino, debe ser bachiller con curso de seguridad actualizado como manejador canino. Tener más de 6 meses de experiencia manejando caninos. Salario: \$900.000 ¹²⁹
Auxiliar de mantenimiento locativo	Se requiere cuidador de casa en la Calera. Educación mínima: Bachillerato/Educación media. Salario: \$690.000.	Se requiere (hombre o mujer entre 30 y 35 años) para cuidar lote en pance, se requieren para vivir en el sitio en casa prefabricada. Salario: \$689.454	Persona con experiencia en cuidado de residencia y con conocimiento en arreglos locativos. Educación mínima Educación básica primaria. Salario \$689.454

Fuente: El empleo, Computrabajo. (Consultado 14 Octubre de 2016)

¹²⁵ EL EMPLEO. "Adiestrador canino". [En línea]. [18 de Octubre de 2016]. Disponible en: <<http://www.empleo.com/colombia/trabajo/ADIESTRADOR-CANINO-496059572>>.

¹²⁶ TRABAJE.COM. "Vacante para adiestrador de perros". [En línea]. [18 de Octubre de 2016]. Disponible en: <<http://trabajo.com.co/vacantes-de-empleo-en-medellin-departamento-de-antioquia/adiestrador-perros/26545>>

¹²⁷ COMPUTRABAJO. "Manejador canino". [En línea]. [18 de Octubre de 2016]. Disponible en: <<http://www.computrabajo.com.co/ofertas-de-trabajo/oferta-de-trabajo-de-manejador-canino-presentate-en-bogota-dc-4CE1C93D18BA3A4E>>.

¹²⁸ COMPUTRABAJO. "Manejador canino". [En línea]. [18 de Octubre de 2016]. Disponible en: <<http://www.computrabajo.com.co/ofertas-de-trabajo/oferta-de-trabajo-de-manejador-canino-urgente-en-bogota-dc-29B75A492F986526>>.

¹²⁹ COMPUTRABAJO. "Guía canino". [En línea]. [18 de Octubre de 2016]. Disponible en: <<http://www.computrabajo.com.co/ofertas-de-trabajo/oferta-de-trabajo-de-guia-canino-con-moto-en-cali-EDF05566137C5B3D>>.

4.5.1.2 Criterios. Se determinan los criterios de calificación más importantes que se tendrán en cuenta para la evaluación del cargo. En la Tabla 76., se describen y se asigna un porcentaje de importancia. Los criterios que se definieron son 3, pues la información que brindan las páginas de ofertas laborales es mínima, por lo tanto se definieron criterios que todas las páginas compartan.

Tabla 76. Criterios de calificación y su peso

Criterio	Porcentaje (%)
Nivel académico	30
Experiencia	40
Valor del salario	30

Una vez definidos los criterios con su respectivo peso, estos son calificados como se describe en la Tabla 77.

Tabla 77. Calificación

Calificación	Descripción
1	Mayor debilidad
2	Menor debilidad
3	Menor fortaleza
4	Mayor fortaleza

4.5.2.2 Desarrollo. Se realiza una tabla general para calificar cada uno de los cargos, esta ofrece una serie de parámetros de calificación que permitirán obtener que oferta es la que mejor y aplica para Doggy Place.

Para el desarrollo del análisis salarial del Cuadro 52., al realizar la investigación e indagar en las diferentes páginas de ofertas laborales, se tuvieron en cuenta las que más se asemejaban a las característica que se plantearon en los manuales de funciones. De los 4 cargos analizados, solo el de Líder administrativo fue en el que se encontró salarios y especificaciones de educación y experiencia diferentes. Por lo tanto se utilizará una matriz que permita escoger que salario entre las ofertas es el más indicado para Doggy Place, para los demás cargos (Adiestrador, cuidador canino y auxiliar de mantenimiento locativo) la remuneración en todos los casos es la misma, por lo tanto se concluye que se asignará el mismo salario que se describe en las ofertas.

En la Tabla 78., se realiza la calificación de la matriz para el cargo de líder administrativo.

Tabla 78. Matriz salarial Líder administrativo

Criterios	Peso	Oferta 1		Oferta 2		Oferta 3	
		Calificación	PP	Calificación	PP	Calificación	PP
Nivel académico	40%	4	1,6	2	0,8	4	1,6
Experiencia	35%	2	0,7	1	0,35	2	0,7
Valor del salario	25%	3	0,75	3	0,75	2	0,5
Total			3,05		1,9		2,8

4.5.2.3 Fundamentación. Según la descripción que se encuentra en la oferta laboral, se calificaron criterios en orden de importancia según lo que se busca, la mayor puntuación fue para la Oferta 1. En el nivel académico la descripción solicita persona profesional, con experiencia mínima de dos años, que aunque es Doggy Place busca experiencia de 1 año, es una de las ofertas que menos experiencia laboral pedía, por lo tanto se calificó con un 2, y por último el salario, al ser una empresa que está iniciando, los salarios no pueden tener una remuneración muy alta y en la descripción el salario era de \$1.200.000 lo que es pertinente para el cargo. Por lo tanto en la Tabla 79., se definen los salarios finales para Doggy Place.

Tabla 79. Salario Doggy Place

Cargo	Salario promedio actual (\$)
Líder administrativo	1.200.000
Adiestrador de animales	1.000.000
Cuidadores caninos	689.454
Cuidador y auxiliar de mantenimiento locativo	689.545

A continuación en el Cuadro 53., y Cuadro 54., la liquidación de la nómina de un mes para Doggy Place.

Cuadro 53. Salario con horas extraordinarias y recargo dominical, cifras en pesos

Cargo	Salario Base	Valor hora	No Horas Extra	Horas Extra diurna	Recargo Dominical	Total Horas Extra y recargos	SALARIO MENSUAL TOTAL
				25%	75%		
Líder Administrativo	1.200.000	6.250	0	-	-	-	1.200.000
Adiestrador	1.000.000	5.208	0	-	-	-	1.000.000
Cuidador Canino	689.454	3.192	0	-	178.747	178.747	868.201
Cuidador Finca	689.454		0	-	0	0	689.454

Para cada uno de los cargos se tiene en cuenta el horario que debe trabajar en cada uno de ellos. Para el líder administrativo y el adiestrador se tendrá un horario de lunes a sábado de 8:00am a 5:00pm con derecho a una hora de almuerzo; los cuidadores caninos deben cumplir un horario de lunes a domingo con derecho a un día de descanso. Se manejarán dos turnos; el primero de 6:00am a 4:00pm y el segundo de 8:00am a 6:00pm con derecho a una hora de almuerzo. Tres empleados deberán cumplir dicho horario los cuales deberán rotar a conveniencia.

Cuadro 54. Total nómina al mes, cifras en pesos

Salario mensual total	Aux Transporte 2016	Salud	Pensión	ARL	Cesantías	Intereses a las cesantías	Prima	Vacaciones	Parafiscales	Total	N	Total (\$)
		8,50%	12%	0,52%	8,33%	1%	8,33%	4,17%	9%			
1.200.000	77.700	102.000	144.000	6.264	99.960	1.000	99.960	50.040	108.000	1.888.924	1	1.888.924
1.000.000	77.700	85.000	120.000	5.220	83.300	833	83.300	41.700	90.000	1.587.053	1	1.587.053
868.201	77.700	73.797	104.184	4.532	72.321	723	72.321	36.204	78.138	1.388.122	3	4.164.367
689.454	77.700	58.604	82.734	3.599	57.432	574	57.432	28.750	62.051	1.118.329	1	1.118.329
Total Nómina												8.758.673

El Cuadro 54., contiene la información de la liquidación mensual de los trabajadores de la guardería con las prestaciones sociales, seguridad social y obligaciones parafiscales que por legislación laboral debe pagar la empresa.

4.6 Otros costos administrativos. La tercerización del cargo del contador que incluye los servicios de nómina, seguridad social, prestaciones sociales e impuestos de la empresa tiene un costo adicional que se encuentra en la Tabla 80., dicho costo fue cotizado por la empresa “Asesores y Consultores *gj*” con quien se realizaría la alianza estratégica. Ver Anexo O

Tabla 80. Otros costos administrativos

Servicio	Costo por persona (\$)	Costo mensual total (\$)
Outsourcing contador	70.000	420.000

5. ESTUDIO LEGAL

En éste capítulo se analizará el paso a paso para la constitución legal de la empresa y se planteará la mejor forma de constitución de acuerdo a las especificaciones de cada tipo, la naturaleza de la empresa y la normatividad vigente.

5.1 PASOS PARA CONSTITUIR LA ORGANIZACIÓN

Como primera instancia la organización tendrá lucro es decir que a través de la prestación del servicio se pretende obtener utilidades y aumentar el capital de los socios; se clasifica como empresa y no industria puesto que bajo su objeto social principal no se encuentra la explotación de un recurso natural. A continuación los pasos para constituir legalmente la empresa.

5.1.1 Forma de constitución. Por la naturaleza de la empresa y las condiciones reales para formalizarla, se realizará con la participación de dos o más socios con personería jurídica que se deberá trabajar bajo las siguientes condiciones:

- ✓ Actividad limitada: Como su nombre lo indica, la empresa no tendrá derecho a moverse libremente en todo tipo de negocios, sino que tendrá restricciones en sus actividades; las cuales dependerán de las actividades registradas en el RUES.
- ✓ Responsabilidad limitada: No se comprometerá el patrimonio personal de los socios.

Teniendo claro que se manejará una figura legal con personería jurídica se escoge entonces la figura con personería jurídica comercial, la cual se definen según el código de comercio como actividades mercantiles y son las más comunes en el mercado actual. Aquellas figuras de tipo comercial pueden ser: limitada, comanditarias, anónimas o sociedades por acciones simplificadas.

La organización Doggy Place desea aprovechar los beneficios del tipo de sociedad por acciones simplificadas (S.A.S), los cuales se encuentran en el Cuadro 55.

Cuadro 55. Beneficios de las sociedades por acciones simplificadas (S.A.S)

Beneficios de las S.A.S
Puede ser conformada por uno o varios socios.
No tiene límite de socios.
Aunque tienen personería jurídica tienen derecho a actividad ilimitada.
El primer año se encuentran exentos de impuestos.
Pueden registrar una duración indefinida.
La responsabilidad de sus socios se limita a sus aportes
Solo se exige tener revisor fiscal cuando “los activos brutos a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior, sean o excedan el equivalente a tres mil salarios mínimos legales vigentes” ¹³⁰ .
La SAS no está obligada a tener junta directiva y sus accionistas pueden renunciar a su derecho.

Este tipo de sociedad empresarial que se encuentra en auge desde su entrada en vigencia en el año 2008 es muy interesante para la organización por su modalidad que “permite a los emprendedores simplificar trámites y comenzar su proyecto con un bajo presupuesto”¹³¹ como resultado de los beneficios nombrados en el anterior Cuadro.

5.1.2 Nombre o razón social. El nombre que se escogió como razón social de la empresa debe ser consultado en la página de cámara de comercio para ratificar que es único y no hay ninguna otra empresa en Colombia que ya haya escogido aquel nombre. En la Imagen 21., se puede observar que el nombre que se utilizará para reconocer la empresa se encuentra aún disponible. Doggy Place S.A.S será el nombre que se utilizará como razón social de la organización por autorización del control nacional de homonimia, dando así cumplimiento a los parámetros establecidos.

¹³⁰ FINANZAS PERSONALES. “¿Por qué vale la pena constituir una SAS?”. [En línea]. [15 agosto de 2016]. Disponible en: < <http://www.finanzaspersonales.com.co/impuestos/articulo/por-que-vale-pena-constituir-sas/37888>>

¹³¹ -----

Imagen 21. Consulta de razón social

Servicios en Línea

Soporte y ayuda en Línea: | Línea de Respuesta Inmediata 3830330

Chat | Llamada virtual | Ayuda

Registro Mercantil - Homonimia nacional

Por identificación

Clase: No. -

Por nombre o razón social*

Escriba los primeros caracteres del nombre

Búsqueda por palabra clave

Por palabra clave

Registro mercantil

Digite el número de matrícula

Cámara de Comercio	Matrícula	Razón Social	Organización Jurídica	Ultimo año renovado	Estado
					1

Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá. Disponible en: http://aplicax.ccb.org.co/ccbconsultas/consultas/RUE/consulta_empresa.a_spx (Consultado 15 Agosto de 2016)

5.1.3 Actividad u objeto social. En el momento de formalizar la empresa, aunque será una organización tipo S.A.S para evitar dar desconfianza en el mercado por falta de experiencia no se asignarán muchas actividades económicas sino por el contrario dos que encierren el mercado económico que se desea penetrar. En el Cuadro 8., en la página 58 del presente documento se encuentra con detalle los códigos y la descripción de la Clasificación de Actividades Económicas CIIU en el que el negocio pretende trabajar. Por un lado el código CIIU 9609 llamado Otras actividades de servicios personales, incluye: Los servicios de cuidado de animales domésticos, como residencias y peluquerías para animales, el aseo, la sesión de formación y adiestramiento de mascotas; y el código 7500 denominado Actividades veterinarias incluye: Las actividades de atención médica y control de animales domésticos. Con el registro de estos dos códigos CIIU basta para tener un buen campo para moverse en los distintos servicios que se pretenden ofrecer.

5.1.4 Diligenciamiento de formularios. Ante la Cámara de comercio se deben tramitar los formularios del registro único empresarial (RUES) acompañado del formulario de inscripción del registro único tributario (RUT), éste último otorgado por la DIAN. Se debe anexar el acta de constitución encontrado en el Anexo P con sus respectivos estatutos, notas de aceptación y documento de identidad del representante legal de la empresa.

5.1.4.1 RUT. constituye el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar a las personas y entidades que tengan la calidad de contribuyentes declarantes del impuesto de renta y no contribuyentes declarantes de ingresos y patrimonio, los responsables del régimen común, los pertenecientes al régimen simplificado, los agentes retenedores, los importadores, exportadores y demás usuarios aduaneros; y los demás sujetos de obligaciones administradas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN¹³².

5.1.4.2 RUES. El registro único empresarial y social según la resolución 71029 de la Superintendencia de Industria y comercio, se debe diligenciar dicho formulario para integrar la información de los siguientes registros:

- ✓ Registro mercantil
- ✓ Registro único de proponentes
- ✓ Registro de Entidades Sin Ánimo de Lucro
- ✓ Régimen común y entidades de economía solidaria
- ✓ Registro de actividades y juegos de azar
- ✓ Registro de veedurías ciudadanas
- ✓ Registro de economía solidaria.

5.1.5 Matrícula mercantil. Después de radicados los documentos ante cámara de comercio se deberá llevar al estudio financiero también ante cámara de comercio como obligación tributaria. La matrícula mercantil según la definición encontrada en la página web de la Cámara de comercio es “el registro que deben hacer los comerciantes (personas naturales y jurídicas) y los establecimientos de comercio con jurisdicción en el lugar donde van a desarrollar su actividad y donde va a funcionar el establecimiento de comercio para dar cumplimiento a una de las obligaciones mercantiles dispuestas en el código de comercio.”¹³³

¹³² DIAN. “RUT”. [En línea]. [05 Septiembre de 2016]. Disponible en: <http://www.dian.gov.co/descargas/ayuda/guia_rut/content/Generalidades1.htm>

¹³³ CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. “matricula mercantil”. [En línea]. [15 Agosto de 2016]. Disponible en: < <http://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Cree-su-Empresa/Que-es-la-matricula-mercantil>>

La Cámara de Comercio entonces, reflejará el consecutivo que se conocerá como número de matrícula mercantil, el cual debe ser renovado cada año para que la empresa siga sus lineamientos lícitos.

5.1.6 Número de identificación tributaria (NIT). Aproximadamente después de 3 días hábiles de haber obtenido el número de la matrícula mercantil, la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) se encarga de asignar el número de identificación tributaria NIT el cual es exclusivo para figuras con personería jurídica; el NIT permitirá “la individualización inequívoca de los inscritos, para todos los efectos, en materia tributaria, aduanera y de control cambiario y, en especial, para el cumplimiento de las obligaciones de la misma naturaleza”¹³⁴.

5.1.7 Resolución de autorización de facturación. Como contribuyentes oficiales al tributo, el paso a seguir es la expedición ante la DIAN de la resolución de facturación, la cual tendrá una vigencia de dos años. En éste paso también se deberá escoger el rango a usar en las facturas de tal manera que se ahorre dinero en la impresión de las mismas y sirva como estrategia comercial.

5.1.8 Registro de información tributaria. “Es el mecanismo de identificación, ubicación y clasificación de los contribuyentes del Impuesto de Industria y Comercio, Avisos y Tableros. La inscripción en el RIT se debe efectuar entre los dos meses siguientes a la fecha de iniciación de operaciones.”¹³⁵ Dicho trámite se realiza en la Secretaría de Hacienda e identifica a la empresa como aportante al Impuesto de industria y comercio ICA.

5.1.9 Registro de cuenta bancaria en Entidad Bancaria. Para que la DIAN proceda al registro del RUT, se deberá hacer constar la apertura de una cuenta bancaria a la través de una certificación por parte de la Entidad Bancaria

5.1.10 Suscripción de pólizas contra robo. Es importante asegurar la empresa en caso de pérdidas o daños que puedan sufrir los bienes asegurados cuando sean hurtados en forma violenta o tentativa. Aunque se escogerá un lugar seguro y tranquilo, es mejor prevenir impactos económicos inesperados, protegiendo así el patrimonio de la empresa.

¹³⁴ DIAN. “¿Qué es el NIT?. [En línea]. [15 Agosto de 2016]. Disponible en: < http://www.dian.gov.co/contenidos/servicios/rut_preguntasfrecuentes.html>

¹³⁵ SECRETARÍA DISTRITAL DE HACIENDA. “RIT”. [En línea]. [15 Agosto de 2016]. Disponible en: < <http://www.shd.gov.co/shd/registro-de-informacion-tributaria>>

5.1.11 Visita de bomberos. En Facatativá se debe solicitar la visita de bomberos después de haber cancelado un valor de \$50.000 a la Cuenta Corriente Colpatría número 7231000369 a nombre de bomberos. El soporte de pago debe ser llevado a las instalaciones del Cuerpo de Bomberos Voluntarios ubicado en la Carrera 6 No. 13ª-20, con el Nombre, número de cédula y número de contacto del propietario de la empresa.

De ésta manera se podrá expedir el certificado de seguridad para darle funcionalidad a la empresa.

5.1.12 Autorización de planeación. La secretaría de Planeación y urbanismo del municipio de Facatativá ubicada en el Palacio Municipal Cra 3 No 5-68; se encargará de otorgar la licencia de funcionamiento y el uso de suelo. Para esto se debe contar con el número catastral de la finca, para que la oficina de urbanismo se encargue de hacer el análisis de uso de suelo y a continuación contrastar con el POT del municipio para efectuar la construcción y ejecución del negocio. A continuación en la Imagen 22. e Imagen 23., el recibo de pago para el otorgamiento de uso de suelos y el formato que se debe diligenciar.

Imagen 22. Recibo por concepto de uso de suelos

Municipio de Facatativá
Secretaría de Hacienda
TESORERÍA MUNICIPAL - NIT 899999328-1

RECIBO UNIVERSAL
Nº 22132

CODIGO GF-FR-129
VERSION: 2
FECHA: ABRIL 01/2016

FECHA: _____
RECIBÍ DE: _____
CÓDIGO: _____ C.C. No. _____

LA SUMA DE: _____ Total a Pagar \$ **23.000**

COD.	CONCEPTO	VALOR
01	PERDIDA DOCUMENTOS	\$
02	CERTIFICACIONES (Residencia/Superficial)	\$
03	CERTIFICACIÓN USO DE SUELOS	\$ 23.000
04	BOLETÍN NOMENCLATURA	\$
05	TRASTEADO	\$

PAGUESE EN: BANCO POPULAR, COLPATRIA, Y BANCO CAJA SOCIAL.

Después de realizar esta consignación debe dirigirse a:

- Cualquier Inspección de Policía
- Despacho de la Alcaldía
- Oficina de Planeación Municipal
- Oficina de Planeación Municipal

REQUISITOS:

- Atención e Información al Usuario (S.A.C.)
- Inspecciones de Policía
- Fotocopia de las Cédulas del dueño del trasteo y del conductor del vehículo.
- Fotocopia de la Tarjeta de propiedad del Vehículo

Fuente. Oficina de planeación y Urbanismo de Facatativá

Imagen 23. Formato Uso de suelos

ALCALDÍA DE FACATATIVA SECRETARÍA DE URBANISMO CONCEPTO USO DE SUELO		CUS	
RADICADO N°	FECHA	NO DILIGENCIAR USO EXCLUSIVO S.U.	
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO		GENERALIDADES NORMATIVAS	
*RAZÓN SOCIAL		ÁREA FUNCIONAL	
*ACTIVIDAD COMERCIAL		TÍTULO	
DATOS DEL SOLICITANTE		USO	
*NOMBRE		CLASIFICACIÓN	
*N° CÉDULA		INTENSIDAD AUDITIVA	
*FIRMA		SECTOR	
DATOS DEL INMUEBLE		SUBSECTOR	
*PROPIETARIO		CATEGORÍA DE USO	
*N° CÉDULA		CONDICIONES DEL ESTABLECIMIENTO	
*CÉDULA CATASTRAL		BAÑOS	
*DIRECCIÓN		ÁREA	
*BARRIO		AVISO	
OBSERVACIONES			
<small>EL FIRMANTE DECLARO QUE ME RESPONSABILIZO TOTALMENTE POR LA VERACIDAD DE LA INFORMACIÓN CONSIGNADA EN ESTE FORMULARIO. ASI MISMO DECLARO QUE CONOZCO LAS DISPOSICIONES VIGENTES QUE REGIRAN LA MATERIA Y SANCIONES ESTABLECIDAS. EL VALOR DE ESTE DOCUMENTO ES UN (1) S.D.M.L.V. LO CUAL, NO GARANTIZA QUE SALGA FAVORABLE O DENEGADO. SIN EL RECIBO DE CANCELACION EN TESORERIA NO SERÁ TRAMITADO.</small>			

Fuente. Oficina de Planeación y urbanismo de Facatativá

5.1.13 Permiso de sanidad. Cuando la empresa ya esté en funcionamiento se debe programar con la Secretaría de Salud de Facatativá una visita para que otorguen a la empresa el permiso de sanidad. Ésta visita es totalmente gratuita.

5.2 OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

Por ley el Estado tiene el derecho de ser acreedor de ciertos impuestos y obligaciones que las personas naturales y jurídicas en el ámbito nacional deberán pagar para cumplir con las leyes tributarias colombianas.

5.2.1 Impuesto al valor agregado-IVA. El valor agregado son aquellas características diferenciadoras que las empresas imponen en sus productos y servicios, por las cuales el cliente y/o consumidor las materializa cuando está dispuestos a pagar. “El responsable de este impuesto sólo paga el impuesto equivalente al valor que le agrega a producto, no paga el impuesto sobre el valor de todo el producto.”¹³⁶

5.2.2 Retención en la fuente. También conocido como impuesto anticipado a la renta es decir que mediante ésta figura “el Estado ya no debe esperar el año

¹³⁶GERENCIE, IVA. [En línea]. [15 agosto de 2016]. Disponible en: <http://www.gerencie.com/que-es-el-iva.html>>

completo para recaudar el impuesto de renta, sino que cada mes lo cobra, asegurando un flujo constante de recursos.”¹³⁷

5.2.3 Impuesto de industria, comercio tableros y avisos. “Es un impuesto que se genera por el ejercicio o realización directa o indirecta de cualquier actividad industrial, comercial o de servicios, ya sea que se cumpla de forma permanente u ocasional, en inmueble determinado, con establecimiento de comercio o sin ellos.”¹³⁸

5.2.4 Impuesto sobre la Renta. “Aplica a las personas jurídicas, naturales y las asimiladas a unas y otras. Grava todos los ingresos realizados en el año, que puedan producir un incremento (neto) en el patrimonio en el momento de su percepción y que no hayan sido expresamente exceptuados.

El patrimonio es la suma de todos los bienes y derechos apreciables en dinero poseídos a 31 de diciembre del respectivo año y que tienen la posibilidad de producir una renta.

Están obligados a presentar declaración de impuestos sobre la renta y complementarios todos los contribuyentes sometidos a dicho impuesto con excepción de aquellos que señala la ley en forma expresa.”¹³⁹ Éste impuesto se deberá pagar cada año ante la DIAN, de acuerdo al número NIT de la empresa y el calendario tributario donde se especifica la fecha de cada cuota de pago.

5.2.5 Información exógena. No es un impuesto pero si una obligación tributaria, donde la empresa deberá reportar ante la DIAN la información pertinente en “materia tributaria, aduanera o cambiaria, en forma electrónica.”¹⁴⁰

5.3 OBLIGACIONES LABORALES

Bajo el objeto del código sustantivo del trabajo el cuál es “lograr la justicia en las relaciones que surgen entre empleadores y trabajadores, dentro de un espíritu de

¹³⁷ FINANZAS PERSONALES. “¿Qué es y cómo opera la retención en la fuente’. [En línea]. [16 Agosto de 2016]. Disponible en: <http://www.finanzaspersonales.com.co/impuestos/articulo/como-pagar-retencion-fuente/53416>

¹³⁸ SDH. “Industria y comercio”. [En línea]. [16 Agosto de 2016]. Disponible en: < <http://www.shd.gov.co/shd/industria-y-comercio>>

¹³⁹ DIAN. “Impuesto sobre la Renta y Complementarios”. [En línea]. [16 Agosto de 2016]. Disponible en: < http://www.dian.gov.co/descargas/ayuda/guia_rut/content/Responsabilidades1.htm#4>

¹⁴⁰ DIAN. “Presentación de información por envío de archivos”. [En línea]. [16 Agosto de 2016]. Disponible en: < http://www.dian.gov.co/contenidos/servicios/exogena_presentacion.html>

coordinación económica y equilibrio social”¹⁴¹, de acuerdo al Artículo 57 del Código Sustantivo del Trabajo, las obligaciones especiales del patrono son:

- ✓ Dar o suministrar al trabajador los elementos necesarios, materia prima, instrumentos de trabajo para la realización de sus labores.
- ✓ Prestar al trabajador en forma inmediata, atención en caso de un accidente o una enfermedad.
- ✓ Afiliar al trabajador a la Seguridad Social simultáneamente con la firma del contrato de trabajo.
- ✓ Conceder al trabajador las licencias necesarias que el trabajador solicite de conformidad a la ley o al Reglamento Interno del Trabajo.
- ✓ Dar al trabajador que lo solicite, certificaciones laborales, examen y certificación sanitaria.
- ✓ Pagar la remuneración pactada en las condiciones, periodos y lugares convenidos.

5.4 PRESTACIONES SOCIALES

Cumplir con la afiliación de las prestaciones sociales también es de carácter obligatorio para los empleadores, aquellos beneficios pueden ser legales o extralegales y son pagados económicamente, en especie o en servicios.

5.4.1 Cesantías. Es el beneficio económico a cargo del empleador, consistente en una suma de dinero que el empleador está obligado a pagar a la terminación del contrato, equivalente en 30 días de salario por año de servicio prestado o proporcional por fracción de año. Las cesantías nacen para auxiliar al trabajador en el periodo de tiempo que se encuentra sin trabajo (cesante).

5.4.2 Intereses a las cesantías. Éste beneficio económico para el empleado, consiste en un reconocimiento del 12% anual sobre el valor de las cesantías, siendo más concretos corresponde al 1% mensual sobre el valor de las cesantías

¹⁴¹ RÉGIMEN LEGAL DE BOGOTÁ D.C. Código Sustantivo del Trabajo. [En línea]. [16 Agosto de 2016]. Disponible en: < <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=33104>>

5.4.3 Prima de servicios. Beneficio económico a cargo del empleador consistente en 30 días de salario por año de servicio prestado pagadero en forma semestral. 15 días se pagarán el 30 de junio y el otros 15 días el 20 de diciembre de cada año.

5.4.4 Auxilio de transporte. Éste beneficio se paga por orden del gobierno nacional quien establece el valor del auxilio año a año. Tienen derecho aquellos que devenguen hasta dos salarios mínimos legales mensuales vigentes.

5.4.5 Dotación. Como parte de la dotación de la prestación social incluye el calzado y vestido de labor. Tendrán derecho aquellos trabajadores que devenguen hasta dos salarios mínimos legales vigentes y se deberá realizar mínimo tres entregas de dotación estipuladas en el Cuadro 56.

Cuadro 56. Fechas de entrega de dotación

Dotación	Fecha
Primera Dotación	30 de abril
Segunda Dotación	31 de agosto
Tercera Dotación	20 de diciembre

Fuente: MINTRABAJO. “Dotación a trabajadores”. Disponible en <http://www.mintrabajo.gov.co/marzo-2016/5877-dotacion-a-trabajadores-debe-ser-tres-veces-al-ano.html> (Consultado 05 Septiembre de 2016)

En caso tal que el trabajador gane más de 2 SMLV y se le suministre dotación, se convierte en una prestación social extralegal que la empresa sin obligación desea suministrar.

5.4.6 Vacaciones. Descanso remunerado consistente en 15 días de salario por año de servicio prestado y proporcional por fracción de año. Las vacaciones se pueden acumular hasta por 3 periodos, es decir 3 años.

5.5 OBLIGACIONES A LA SEGURIDAD SOCIAL. Todo empresario incluido en el Régimen General deberá pagar a sus empleados y garantizar la seguridad social integral, la cual comprende salud, riesgos de invalidez, vejez y muerte, al igual que la cobertura en caso de accidentes de trabajo.

La cotización de salud será gestionada por las EPS que el empleado tenga como preferencia el porcentaje que se paga es del 12,5% distribuido de tal manera que el empleador aporte el 8,5% y el trabajador el 4%.

La pensión será gestionada por los fondos de pensión, el cuál será escogido también por el empleado donde el aporte es del 16% distribuido así: 4% aporta el trabajador y 12% aportará el empleador.

Para finalizar, la cotización a riesgos laborales varía según el riesgo a que se exponga el trabajador según la naturaleza de su trabajo. Los aportes, varían entre un 0,522% para el nivel I y 6,960% para el nivel V de riesgo. Los riesgos laborales son gestionados por las aseguradoras de riesgos profesionales, ARP; que a diferencia de los dos elementos anteriores, es asignada por el empleador¹⁴².

5.6 APORTES PARAFISCALES

Todas las empresas por legislación colombiana deben realizar un aporte del 9% del total de la nómina a aportes parafiscales que se encuentran distribuidos en aporte a caja de compensación familiar, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) y Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA).

5.6.1 Cajas de compensación familiar. Las cajas de compensación bajo su fin sin ánimo de lucro, tienen como objetivo administrar, respecto a sus afiliados, prestaciones de seguridad social. Las empresas deben aportar el 4% del total de la nómina a su respectiva caja de compensación.

5.6.2 Instituto Colombiano de Bienestar Familiar. El ICBF es una entidad pública que tiene como fin brindar bienestar y velar por los derechos y garantías de los niños, niñas, adolescentes y sus familias. El aporte a ésta entidad gubernamental es del 3%.

5.6.3 Servicio Nacional de aprendizaje. El SENA es una entidad gubernamental que trabaja por mejorar la calidad de vida de los colombianos, ofrece formación gratuita a millones de colombianos que se benefician con programas técnicos, tecnológicos y complementarios¹⁴³. El aporte al SENA es del 2% sobre el monto total de la nómina de la empresa.

¹⁴² SEGURIDAD SOCIAL., relación laboral. [En línea]. [Consultado 05 Septiembre de 2016]. Disponible en: <http://www.gerencie.com/que-es-la-seguridad-social-en-una-relacion-laboral.html>

¹⁴³ SENA. Quienes Somos. [En línea]. [18 Octubre de 2016]. Disponible en: <http://www.sena.edu.co/acerca-del-sena/quienes-somos/Paginas/Quienes-Somos.aspx>

5.7 COSTOS PARA LEGALIZAR LA EMPRESA

A continuación en la Tabla 81., se encuentra el resumen de los costos pertinentes de las diligencias para legalizar la empresa en el municipio de Facatativá.

Tabla 81. Costos de legalización de la empresa

Diligencia	Costo (\$)
Visita Bomberos	50.000
Concepto Uso de suelos	23.000
Registro mercantil	506.000
Inscripción al ICA	200.000
Derechos por inscripción de libros y documentos	67.500
Inscripción representante legal	27.000
Total costos de legalización de la empresa	873.500

Para establecer el costo del registro mercantil, que se causa por el total de activos de la empresa y el valor de los derechos por inscripción de libros y documentos, se citó en el documento de tarifas de los servicios de registros públicos de la cámara de comercio del año 2016, el cual se encuentra en el Anexo Q.

6. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero del proyecto se realiza con el fin de determinar la viabilidad financiera de la creación de una guardería recreativa canina en el municipio de Facatativá. Mediante los indicadores financieros (VPN, TIR y costo beneficio), la determinación de la inversión inicial para la puesta en marcha del negocio, costos y gastos que genera el proyecto, se determinará la factibilidad, rentabilidad y viabilidad del proyecto para llevar a cabo o no.

6.1 PROYECCIÓN ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR

“El índice de precios al consumidor (IPC) mide la evolución del costo promedio de una canasta de bienes y servicios representativa del consumo final de los hogares, expresado en relación con un período base”¹⁴⁴. El grupo Bancolombia bajo sus publicaciones económicas, pronosticaron el IPC de los siguientes años, los cuales servirán para las proyecciones que se deberán realizar en el presente capítulo. Ver en Tabla 82.

Tabla 82. Proyección IPC en porcentaje (%) 2016 - 2020

Año	2016	2017	2018	2019	2020
IPC	6,50	3,73	3,10	3,04	3,00

Fuente: Proyecciones económicas a mediano plazo. Grupo Bancolombia actualización Julio 2016

6.2 INVERSIÓN INICIAL

Se considera inversión inicial a aquel monto de dinero que se debe invertir para poner en marcha el negocio. Dicho monto se encuentra dividido en activos fijos, capital de trabajo y activos diferidos.

6.2.1 Activos fijos. Son los bienes tangibles que posee la empresa para que pueda operar. En la Tabla 83., se describen los bienes que harán parte del activo fijo de la empresa.

¹⁴⁴ BANCO DE LA REPÚBLICA. “Índice de precios al consumidor”. [En línea]. [Consultado 24 Octubre de 2016]. Disponible en: < <http://www.banrep.gov.co/es/ipc>>

Tabla 83. Activos fijos de Doggy Place.

Elemento	Valor unitario (\$)	Cantidad	Valor total (\$)
Muebles y Enseres			
Balanza para perros	600.000	1	600.000
Mesa veterinaria	120.000	1	120.000
Mesa de aseo (65x62cm)	350.000	1	350.000
Mesa de aseo (77x62cm)	400.000	1	400.000
Podadora	1.810.900	1	1.810.900
Sopladora	575.000	1	575.000
Moto	5.500.000	1	5.500.000
Remolque	1.800.000	1	1.800.000
Comedero	22.900	20	458.000
Cama Soft mediana	79.900	10	799.000
Cama Forte grande	105.000	10	1.050.000
Locker metálico	749.900	2	1.499.800
Túnel colapsado	460.000	1	460.000
Juguete llanta	455.000	1	455.000
Juguete Slalom	355.000	1	355.000
Juguete de salto Agility	150.000	1	150.000
Salto largo Agility	280.000	1	280.000
Túnel rígido agility	360.000	1	360.000
Sofá esquinero	809.910	2	1.619.820
Punto ecológico	263.900	2	527.800
TV LED	799.000	1	799.000
Mesa centro	119.900	1	119.900
Silla de oficina	119.900	1	119.900
Escritorio de oficina	89.195	1	89.195
Silla de espera	119.925	2	239.850
Archivador metálico	539.900	1	539.900
Cafetera	49.900	1	49.900
Horno microondas	152.900	1	152.900
Estufa	245.900	1	245.900
Base cama	260.000	1	260.000
Colchón	302.000	1	302.000
Tecnología			
Computador	869.900	1	869.900
Impresora	359.000	1	359.000
Teléfono	89.900	1	89.900
Celular	199.900	1	199.900
Total			6.056.965

6.2.1.1. Depreciación de activos fijos. “La depreciación es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste que sufre un bien por el uso que se haga de él. Cuando un activo es utilizado para generar ingresos, este sufre un desgaste normal durante su vida útil que el final lo lleva a ser inutilizable”¹⁴⁵. El objetivo de realizar la depreciación de los activos de la empresa es para distribuir durante 5 años el gasto sobre el uso de dicho activo. En la Tabla 84., se realiza la depreciación de los activos fijos de Doggy Place.

Tabla 84. Depreciación de activos fijos

Elemento	Vida útil (años)	Valor de compra (\$)	Depreciación (\$)
Muebles y enseres			
Balanza para perros	5	600.000	120.000
Mesa veterinaria	5	120.000	24.000
Mesa de aseo (65x62cm)	5	350.000	70.000
Mesa de aseo (77x62cm)	5	400.000	80.000
Podadora	5	1.810.900	362.180
Sopladora	5	575.000	115.000
Moto	5	5.500.000	1.100.000
Remolque	5	1.800.000	360.000
Comedero	5	458.000	91.600
Cama Soft mediana	5	799.000	159.800
Cama Forte grande	5	1.050.000	210.000
Locker metálico	5	1.499.800	299.960
Túnel colapsado	5	460.000	92.000
Juguete llanta	5	455.000	91.000
Juguete Slalom	5	355.000	71.000
Juguete de salto Agility	5	150.000	30.000
Salto largo Agility	5	280.000	56.000
Túnel rígido agility	5	360.000	72.000
Punto ecológico	5	527.800	105.560
Sofá esquinero	5	1.619.820	323.964
TV LED	3	799.000	266.333
Mesa centro	5	119.900	23.980
Silla de oficina	5	119.900	23.980
Escritorio de oficina	5	89.195	17.839
Silla de espera	5	239.850	47.970
Archivador metálico	5	539.900	107.980
Cafetera	5	49.900	9.980
Horno microondas	5	152.900	30.580
Estufa	5	245.900	49.180
Base cama	5	260.000	52.000
Colchón	5	302.000	60.400
Total depreciación de muebles y enseres.			4.524.286

¹⁴⁵ GERENCIA. “Depreciación”. [En línea]. [Consultado 24 Octubre de 2016]. Disponible en: <<http://www.gerencia.com/depreciacion.html>>

Tabla 84. (Continuación)

Elemento	Vida útil (años)	Valor de compra (\$)	Depreciación (\$)
Tecnología			
Computador	3	869.900	289.967
Impresora	3	359.000	119.667
Teléfono	3	89.900	29.967
Celular	3	199.900	66.633
Total depreciación Tecnología			506.233
Total depreciación de activos fijos			5.030.520

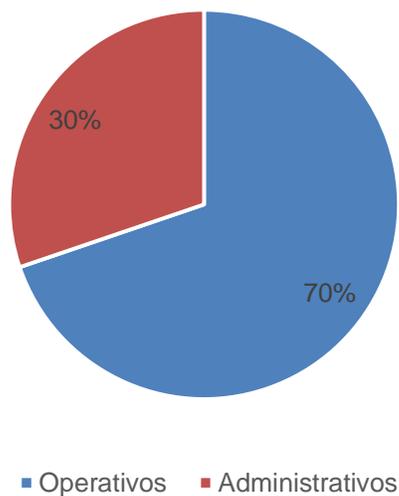
Aquella depreciación también se realizará para interpretarla entre el valor total que se deprecia en el área operativa y en el área administrativa. En la Tabla 85., y Gráfico 31., se encuentran los valores por área y su respectivo porcentaje de depreciación.

Tabla 85. Depreciación por área

Área	Depreciación (\$)
Operativos	3.510.100
Administrativos	1.520.420
Total	5.030.520

El área operativa es donde se encuentra el mayor valor de participación de depreciación anual en la guardería con un porcentaje del 70% frente a un 30% de la depreciación del área administrativa.

Gráfico 31. Depreciación por área



6.2.2 Capital de trabajo. Para poder iniciar el funcionamiento de una organización, es necesario tener en cuenta el capital de trabajo que se utilizará para cubrir los gastos a corto plazo, son los recursos que comúnmente se conocen como activos corrientes. El capital de trabajo de Doggy Place, se describe en la Tabla 86.

Tabla 86. Capital de trabajo

Capital de trabajo	Valor (\$)
Costo de operación anual	165.883.279
Número de días laborales	360
Costo de operación diario	460.787
Gastos de administración	39.633.306
Número de días laborales	360
Costo de operación diario	110.093
Total de costos y gastos diarios	570.879
Días a cubrir por capital de trabajo	90
Capital de trabajo	51.379.146
Imprevistos (10%)	5.137.915
Total capital de trabajo	56.517.061

6.2.3 Activos diferidos. Los activos diferidos se consideran “gastos ya pagados pero aún no utilizados, cuyo objetivo es no afectar la información financiera de la empresa en los periodos en los que aún no se han utilizado esos gastos.”¹⁴⁶

Dentro de los activos diferidos de la empresa se encuentran: papelería; elementos de operación como juguetes, cepillos y collares, elementos de aseo, seguridad industrial y ergonomía; legalizar la empresa como se explicó en el capítulo legal requiere de realizar trámites que tienen cierta tarifa la cual debe cancelarse para el legal funcionamiento de la empresa; costos de mercadeo que son aquellos que contribuirán al reconocimiento de marca de la empresa a medida que pase el tiempo y adecuaciones de instalación puesto que el estado actual de la finca donde se llevará a cabo el proyecto requiere de algunos cambios arquitectónicos para cumplir con el objeto de la empresa. Los activos diferidos y su respectivo monto se encuentran en la Tabla 87.

¹⁴⁶ GERENCIE.COM. “Naturaleza y objetivo de los activos diferidos” [En línea]. [21 Octubre de 2016]. Disponible en: <http://www.gerencie.com/naturaleza-y-objetivo-de-los-activos-diferidos.html>

Tabla 87. Activos diferidos

Concepto	Valor total (\$)
Papelería	366.300
Elementos de operación	734.108
Elementos de aseo	187.150
Seguridad industrial y ergonomía	1.250.972
Legalización de la empresa	873.500
Costos de mercadeo	165.000
Adecuaciones de instalación	17.502.650
Total activos diferidos	21.079.680

6.2.4 Resumen de inversión inicial. A continuación en la Tabla 88., se muestra la discriminación de la inversión inicial en su totalidad.

Tabla 88. Inversión inicial

Concepto	Valor (\$)
Activos Fijos	6.056.965
Capital de trabajo	56.517.061
Activos diferidos	21.079.680
Inversión total	83.653.706

6.3 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

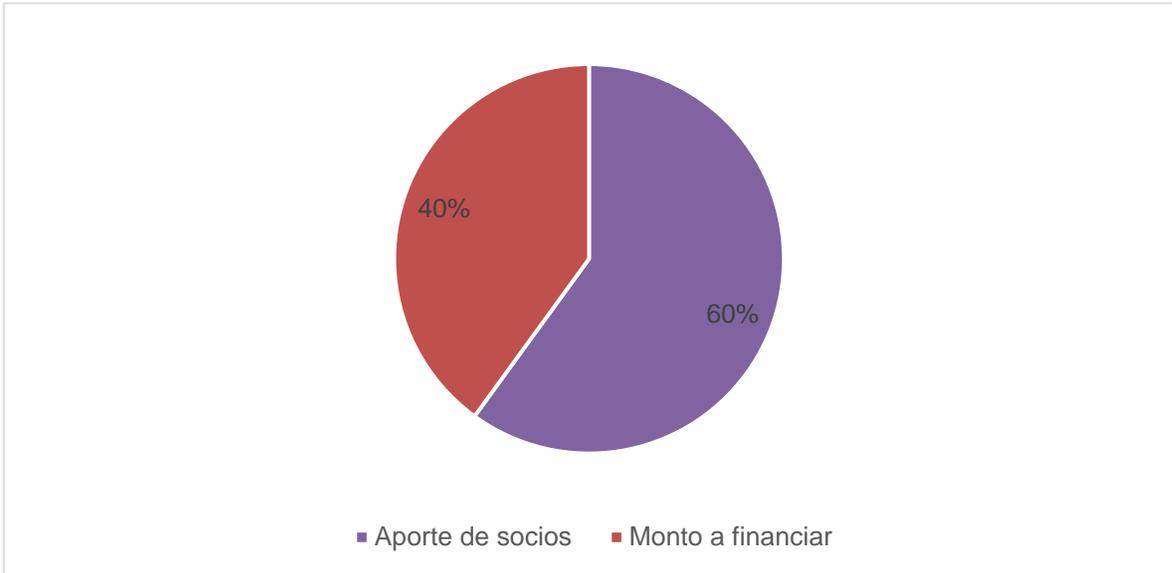
Para la implementación del proyecto se necesitará de una inversión total de \$83.653.706. En la Tabla 89., y Gráfico 32., se encuentra el monto que aportará la junta de socios y el monto que será financiado.

Tabla 89. Aportes para la inversión total

Concepto	Valor (\$)
Aporte de socios	50.192.224
Monto a financiar	33.461.482
Total	83.653.706

Los socios aportarán el 60% de la inversión inicial total mientras que mediante la financiación de una entidad bancaria, se completará el 40% restante.

Gráfico 32. Aporte para inversión inicial en porcentaje



Para poder acceder a beneficios de entidades bancarias, que manejen beneficios para empresas como microcréditos, es necesario que la empresa lleve funcionando como mínimo un año, por tal razón la línea de crédito que se solicitará es de libre inversión. En el Banco Caja Social, para personas que manejen figura de empleados se maneja una tasa del 1,9 N/m (Nominal mensual).

En el Cuadro 57., se describe la información con la que se cuenta para determinar el valor de la anualidad que se pagará durante los 5 años del préstamo.

Cuadro 57. Resumen información del crédito

Concepto	Descripción	Valor
VP	Valor presente	(\$) 33.400.000
i	Tasa de interés	1.9 N/m
n	Numero de periodos	60 meses
A	Anualidad	

Para encontrar el valor de la anualidad se requiere de la Ecuación 7.

Ecuación 7. Fórmula anualidad

$$A = VP \left(\frac{i}{1 - (1+i)^{-n}} \right)$$

$$A = 33.400.000 \left(\frac{0,019}{1 - (1 + 0,019)^{-60}} \right) = 937.728$$

En la Tabla 90., se presenta la tabla de amortización del crédito que se adquirirá con el Banco Caja Social.

Tabla 90. Tabla de amortización en pesos

N Cuotas	Saldo inicial	Intereses	Valor Cuota	Abono a capital	Saldo final	Seguro	Total valor cuota
		0,019					
0	33.400.000	0	0	0	33.400.000	0	0
1	33.400.000	634.600	937.728	303.128	33.096.872	15.000	952.728
2	33.096.872	628.841	937.728	308.887	32.787.985	15.000	952.728
3	32.787.985	622.972	937.728	314.756	32.473.229	15.000	952.728
4	32.473.229	616.991	937.728	320.736	32.152.493	15.000	952.728
5	32.152.493	610.897	937.728	326.830	31.825.662	15.000	952.728
6	31.825.662	604.688	937.728	333.040	31.492.622	15.000	952.728
7	31.492.622	598.360	937.728	339.368	31.153.254	15.000	952.728
8	31.153.254	591.912	937.728	345.816	30.807.438	15.000	952.728
9	30.807.438	585.341	937.728	352.386	30.455.051	15.000	952.728
10	30.455.051	578.646	937.728	359.082	30.095.970	15.000	952.728
11	30.095.970	571.823	937.728	365.904	29.730.065	15.000	952.728
12	29.730.065	564.871	937.728	372.857	29.357.209	15.000	952.728
13	29.357.209	557.787	937.728	379.941	28.977.268	15.000	952.728
14	28.977.268	550.568	937.728	387.160	28.590.108	15.000	952.728
15	28.590.108	543.212	937.728	394.516	28.195.593	15.000	952.728
16	28.195.593	535.716	937.728	402.012	27.793.581	15.000	952.728
17	27.793.581	528.078	937.728	409.650	27.383.931	15.000	952.728
18	27.383.931	520.295	937.728	417.433	26.966.498	15.000	952.728
19	26.966.498	512.363	937.728	425.364	26.541.134	15.000	952.728
20	26.541.134	504.282	937.728	433.446	26.107.688	15.000	952.728
21	26.107.688	496.046	937.728	441.682	25.666.006	15.000	952.728
22	25.666.006	487.654	937.728	450.074	25.215.932	15.000	952.728
23	25.215.932	479.103	937.728	458.625	24.757.307	15.000	952.728
24	24.757.307	470.389	937.728	467.339	24.289.968	15.000	952.728
25	24.289.968	461.509	937.728	476.218	23.813.750	15.000	952.728
26	23.813.750	452.461	937.728	485.267	23.328.483	15.000	952.728
27	23.328.483	443.241	937.728	494.487	22.833.997	15.000	952.728
28	22.833.997	433.846	937.728	503.882	22.330.115	15.000	952.728
29	22.330.115	424.272	937.728	513.456	21.816.659	15.000	952.728
30	21.816.659	414.517	937.728	523.211	21.293.448	15.000	952.728
31	21.293.448	404.576	937.728	533.152	20.760.296	15.000	952.728
32	20.760.296	394.446	937.728	543.282	20.217.014	15.000	952.728
33	20.217.014	384.123	937.728	553.605	19.663.409	15.000	952.728

Tabla 90. (Continuación)

N Cuotas	Saldo inicial	Intereses	Valor Cuota	Abono a capital	Saldo final	Seguro	Total valor cuota
34	19.663.409	373.605	937.728	564.123	19.099.286	15.000	952.728
35	19.099.286	362.886	937.728	574.841	18.524.445	15.000	952.728
36	18.524.445	351.964	937.728	585.763	17.938.681	15.000	952.728
37	17.938.681	340.835	937.728	596.893	17.341.789	15.000	952.728
38	17.341.789	329.494	937.728	608.234	16.733.555	15.000	952.728
39	16.733.555	317.938	937.728	619.790	16.113.764	15.000	952.728
40	16.113.764	306.162	937.728	631.566	15.482.198	15.000	952.728
41	15.482.198	294.162	937.728	643.566	14.838.632	15.000	952.728
42	14.838.632	281.934	937.728	655.794	14.182.838	15.000	952.728
43	14.182.838	269.474	937.728	668.254	13.514.585	15.000	952.728
44	13.514.585	256.777	937.728	680.951	12.833.634	15.000	952.728
45	12.833.634	243.839	937.728	693.889	12.139.745	15.000	952.728
46	12.139.745	230.655	937.728	707.073	11.432.673	15.000	952.728
47	11.432.673	217.221	937.728	720.507	10.712.166	15.000	952.728
48	10.712.166	203.531	937.728	734.197	9.977.969	15.000	952.728
49	9.977.969	189.581	937.728	748.146	9.229.823	15.000	952.728
50	9.229.823	175.367	937.728	762.361	8.467.461	15.000	952.728
51	8.467.461	160.882	937.728	776.846	7.690.615	15.000	952.728
52	7.690.615	146.122	937.728	791.606	6.899.009	15.000	952.728
53	6.899.009	131.081	937.728	806.647	6.092.363	15.000	952.728
54	6.092.363	115.755	937.728	821.973	5.270.390	15.000	952.728
55	5.270.390	100.137	937.728	837.590	4.432.799	15.000	952.728
56	4.432.799	84.223	937.728	853.505	3.579.295	15.000	952.728
57	3.579.295	68.007	937.728	869.721	2.709.574	15.000	952.728
58	2.709.574	51.482	937.728	886.246	1.823.328	15.000	952.728
59	1.823.328	34.643	937.728	903.085	920.243	15.000	952.728
60	920.243	17.485	937.728	920.243	-0	15.000	952.728

6.4 COSTOS DE OPERACIÓN

Son todos los gastos que están relacionados con la ejecución y operación de la organización. Están discriminados todos los recursos que son utilizados para poner en marcha, mantener y sostener el negocio.

6.4.1 Costos de utilización de los servicios de Doggy Place. De acuerdo al estimado de la distribución de servicios prestados al día, en la guardería canina

encontrados en el estudio técnico y al crecimiento del sector se estimará la demanda anual y la proyección de servicios a prestar para los próximos cinco años.

Siendo prudentes y realistas en el comportamiento de la demanda de los primeros años de ejecución de la empresa, se estimará un crecimiento tentativo donde se tendrá en cuenta la capacidad utilizada de la capacidad total de la empresa al igual que la demanda proyectada. En la Tabla 91., se ilustra el comportamiento esperado de la demanda y la utilización de la capacidad para los próximos 5 años.

Tabla 91. Comportamiento de la demanda y utilización de la capacidad

Año	Demanda diaria	Demanda real	Crecimiento de la demanda (%)	Capacidad diaria	Utilización capacidad (%)
2016	39	16	40	36	44
2017	40	16	40	36	45
2018	42	21	50	36	58
2019	43	30	70	36	83
2020	44	44	100	36	122
2021	45	45	100	36	126

De acuerdo a la información de la Tabla anterior, se estima la cantidad de servicios a prestar por Doggy Place para los próximos 5 años. Ver Tabla 92.

Tabla 92. Demanda anual atendida por paquete

Paquete	Subpaquete	2016			2017			2018		
		Demanda calculada	Demanda real esperada	Demanda anual atendida	Demanda calculada	Demanda real esperada	Demanda anual atendida	Demanda calculada	Demanda real esperada	Demanda anual atendida
School	1 día	3	2	720	3	2	720	3	2	720
	3 veces sem	4	1	360	4	1	360	4	1	360
	Fds	6	2	720	6	2	720	6	3	1.080
	Mensual	14	3	1.080	15	3	1.080	17	7	2.520
Vacation	1 semana	3	2	720	3	2	720	3	2	720
	2 semana	3	2	720	3	2	720	3	2	720
	3 semana	3	2	720	3	2	720	3	2	720
	4 semana	3	2	720	3	2	720	3	2	720
Total		39	16	5.760	40	16	5.760	42	21	7.560

Tabla 92. (Continuación)

Paquete	Subpaquete	2019			2020			2021		
		Demanda calculada	Demanda real esperada	Demanda anual atendida	Demanda calculada	Demanda real esperada	Demanda anual atendida	Demanda calculada	Demanda real esperada	Demanda anual atendida
School	1 día	2	2	720	2	2	720	2	2	720
	3 veces sem	4	2	720	4	2	720	4	2	720
	Fds	6	4	1.440	6	6	2.160	6	6	2.160
	Mensual	17	12	4.320	17	14	5.040	17	14	5.040
Vacation	1 semana	4	3	1.080	4	3	1.080	4	3	1.080
	2 semana	4	3	1.080	4	3	1.080	4	3	1.080
	3 semana	3	2	720	4	3	1.080	4	3	1.080
	4 semana	3	2	720	3	3	1.080	4	3	1.080
Total		43	30	10.800	44	36	12.960	45	36	12.960

El costo de operación de un servicio se pronosticará con base en el IPC para los próximos cinco años, como se puede observar en la Tabla 93.

Tabla 93. Costos de operación por utilización de insumos al año cifras en pesos

Año		2016		2017		2018	
Paquete	Subpaquete	Costo/ servicio	Costo total	Costo/ servicio	Costo total	Costo/ servicio	Costo total
School	1 día	1.935	1.393.398	2.061	1.483.969	2.138	1.539.321
	3 veces sem	4.658	1.676.940	4.961	1.785.941	5.146	1.852.556
	Fds	6.020	4.334.120	6.411	4.615.838	6.650	7.182.013
	Mensual	3.569	3.854.530	3.801	4.105.074	3.943	9.935.785
Vacation	1 semana	7.161	5.155.584	7.626	5.490.697	7.910	5.695.500
	2 semana	4.827	3.475.172	5.140	3.701.058	5.332	3.839.107
	3 semana	4.049	2.915.034	4.312	3.104.511	4.473	3.220.309
	4 semana	3.660	2.634.965	3.898	2.806.238	4.043	2.910.911
Total anual (\$)			25.439.742		27.093.325		36.175.502

Tabla 93. (Continuación)

Año		2019		2020		2021	
Paquete	Subpaquete	Costo/ servicio	Costo total	Costo/ servicio	Costo total	Costo/ servicio	Costo total
School	1 día	2.204	1.587.040	2.271	1.635.286	2.339	1.684.344
	3 veces sem	5.306	3.819.971	5.467	3.936.098	5.631	4.054.181
	Fds	6.856	9.872.873	7.065	15.259.513	7.277	15.717.298
	Mensual	4.065	17.560.790	4.189	21.110.412	4.314	21.743.724
Vacation	1 semana	8.156	8.808.091	8.404	9.075.857	8.656	9.348.133
	2 semana	5.497	5.937.179	5.665	6.117.669	5.834	6.301.199
	3 semana	4.611	3.320.139	4.751	5.131.607	4.894	5.285.555
	4 semana	4.168	3.001.149	4.295	4.638.576	4.424	4.777.733
Total anual (\$)			53.907.232		66.905.017		68.912.168

6.4.2 Costos de mano de obra directa. En este ítem se encontrarán los salarios de los trabajadores que están directamente relacionados con la operación del servicio. Para la guardería Doggy Place, los cargos que están relacionados con la prestación del servicio son: cuidador canino, adiestrador y auxiliar de oficios varios. A continuación en la Tabla 94., el costo de pagar los salarios a los anteriores cargos.

Tabla 94. Costos de mano de obra directa

Cargo	Número de Cargos	2016 (\$)	2017 (\$)	2018 (\$)	2019 (\$)	2020 (\$)	2021 (\$)
Cuidador canino	3	49.972.402	53.220.608	55.205.737	56.917.115	58.647.395	60.406.817
Adiestrador	1	19.044.636	20.282.537	21.039.076	21.691.287	22.350.702	23.021.223
Auxiliar de oficios varios	1	13.419.953	14.292.250	14.825.351	15.284.937	15.749.599	16.222.087
Total MOD (\$)		82.436.992	87.795.396	91.070.165	93.893.340	96.747.697	99.650.128

6.4.3 Costos indirectos de operación (CIO). Hace referencia a los costos que no son de mano de obra directa. Hacen parte los gastos técnicos y administrativos que se necesitan para la prestación del servicio.

6.4.3.1 Servicios públicos. Se realizará un promedio de cuanto es el consumo de cada uno de los servicios públicos. Es necesario tener en cuenta que el área operativa es donde se presta el servicio por lo tanto es el área que más consume recursos.

- ✓ **Energía eléctrica.** Para realizar el cálculo de consumo de energía eléctrica, se tuvo en cuenta cada uno de los equipos que consumen este recurso en el área operativa. La empresa de energía de Cundinamarca (EEC), es la encargada de brindar este servicio, por lo tanto se tuvo en cuenta las tarifas de último mes de agosto, como un servicio no residencial comercial. En la Tabla 95., aparece el consumo anual de energía eléctrica en el área operativa y en la Tabla 96., la proyección hasta el año 2021.

Tabla 95. Consumo anual de energía eléctrica para el área operativa

Equipos	Unidades	Consumo hora KW/hora	Horas laboradas	Valor hora KW (\$/h)	Consumo total día KW (\$/h)	Días año	Consumo total año KW (\$/h)
Bombillo ahorrador	5	0,02	8	566,97	340,18	360	122.465
Sopladora	1	1,00	2	566,97	1133,95	360	408.222
Total							530.687

Tabla 96. Proyección consumo de energía hasta 2021, cifras en pesos

Año actual	2017	2018	2019	2020	2021
Bombillo ahorradoras	130.425	135.290	139.484	143.724	148.036
Sopladora	434.756	450.973	464.953	479.088	493.460
Total	565.181	586.263	604.437	622.812	641.496

- ✓ **Acueducto.** La empresa que maneja los servicios de acueducto, alcantarillado y aseo es “Aguas de Facatativá”. En la zona rural, la actividad de recolección de residuos se realiza por medio de la alianza con la empresa Servigenerales, que presta el servicio con una frecuencia de 1 vez por semana y cubre el 100% del área, para la Vereda Mancilla los días de recolección son los días miércoles y el cobro se suma a la factura. Por último el servicio de alcantarillado solo ha llegado a 4 veredas en Facatativá, la Vereda Mancilla aún no cuenta con la prestación

de este servicio, por lo tanto, como se planteó en las adecuaciones estas disposiciones se hacen por medio de un pozo séptico.

Para realizar el cálculo del consumo, diariamente se realizó un promedio de $3m^3$ de agua, que incluye el baño de los perros y otras actividades operacionales. Para estimar el valor, se basó en la tabla de tarifas de la empresa aguas de Facatativá. Para el cargo fijo y la recolección de residuos el cálculo anual se hizo por cada dos meses pues para esta factura el cobro es bimensual. En la Tabla 97., se determina el costo anual y en la Tabla 98., se realiza la proyección del costo del agua por año hasta 2021.

Tabla 97. Consumo anual de acueducto y aseo

Concepto	Consumo total m^3 /día	Valor consumo m^3 (\$)	Consumo diario Total (\$)	Consumo mes Total (\$)	Consumo anual (\$)
Agua	3	1.136	3.407,73	1.02.232	1.226.783
Cargo fijo				18.741	112.446
Aseo				24.605	147.630
Total anual					1.486.859

Tabla 98. Proyección consumo de acueducto y aseo 2021 cifras en pesos

Año actual	2017	2018	2019	2020	2021
Agua	1.306.524	1.355.257	1.397.270	1.439.747	1.482.939
Cargo fijo	119.755	124.222	128.073	131.966	135.925
Aseo	157.226	163.090	168.146	173.258	178.456
Total	1.583.505	1.642.569	1.693.489	1.744.971	1.797.320

- ✓ **Gas.** El servicio de gas natural solo se presta en el área urbana, es decir que el gas que se utilizará es un cilindro de gas propano que se promedia se consume uno cada 2 meses. En el área operacional se utiliza un cilindro en la casa del auxiliar de oficios varios; en la Tabla 99., está el costo de cilindro de gas que se utilizará durante un año y en la Tabla 100., la proyección del costo del cilindro de gas hasta 2021.

Tabla 99. Costo cilindro de gas

Concepto	Libras	Costo unitario	Cantidad anual	Costo total anual
Cilindro de gas	40	42.000	6	252.000

Tabla 100. Proyección cilindro de gas 2021 cifras en pesos

Año actual	2017	2018	2019	2020	2021
Cilindro gas	268.380	278.391	287.021	295.746	304.618
Total	268.380	278.391	287.021	295.746	304.618

6.4.3.2 Arriendo. El arriendo de las instalaciones que se pagará para el funcionamiento de Doggy Place se encontró en el estudio técnico. Se determinó el porcentaje de utilización del área operacional que es del 88,16%. En la Tabla 101., se proyectará el valor hasta el 2021 de dicho porcentaje del área operacional.

Tabla 101. Proyección arriendo del área operacional cifras en pesos

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Arriendo	42.316.800	45.067.392	46.748.406	48.197.606	49.662.814	51.152.698

2.4.3.3 Resumen de costos indirectos. En la Tabla 102., se realiza el resumen de las proyecciones de todos los costos indirectos de operación (Servicios, arriendo y depreciación).

Tabla 102. Resumen costos indirectos de operación cifras en pesos

Concepto	2016 (\$)	2017 (\$)	2018 (\$)	2019 (\$)	2020 (\$)	2021 (\$)
Servicios	2.269.545	2.417.066	2.507.222	2.584.946	2.663.528	2.743.434
Arriendo	42.316.800	45.067.392	46.748.406	48.197.606	49.662.814	51.152.698
Depreciación		3.510.100	3.510.100	3.510.100	3.510.100	3.510.100
Total	44.586.345	50.994.558	52.765.728	54.292.652	55.836.442	57.406.232

6.4.3.4 Resumen costos anuales de operación. Los costos anuales de utilización de los insumos en el servicio, mano de obra directa y costos indirectos de operación del área operativa se encuentran a continuación en la Tabla 103., con lo cual se finaliza y se determina los costos anuales totales de operación.

Tabla 103. Costos anuales de operación cifras en pesos

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Utilización en servicios	25439742	27093.325	361.75.502	53.907.232	66.905.017	68.912.168
MOD	82436992	87795.396	910.70.165	93.893.340	96.747.697	99.650.128
CIO	44586345	50994.558	527.65.728	54.292.652	55.836.442	57.406.232
Total costos de operación	152.463.079	165.883.279	180.011.394	202.093.224	219.489.156	225.968.528

A continuación se procederá a realizar la proyección de los costos de mano de obra directa y costos indirectos de operación anual por unidad de servicio prestado. Ver Tabla 104.

Tabla 104. Proyección de costos MOD y CIO anual por unidad de servicio

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020	2021
MOD	14.312	15.242	12.046	8.694	7.465	7.689
CIO	7.741	8.853	6.980	5.027	4.308	4.429
Total unidades a producir	5.760	5.760	7.560	10.800	12.960	12.960
Costo total promedio/serv	22.053	24.095	19.026	13.721	11.773	12.119

Al tener el costo promedio anual de MOD y CIO por servicio prestado, se puede visualizar en la Tabla 105., aquel costo más el costo por utilización de elementos de servicios para determinar el costo total unitario por el servicio completo.

Tabla 105. Costo total anual de operación por paquete cifras en pesos

Año	2016	2017	2018	2019	2020	2021
School 1 día						
Unidades a producir	720	720	720	720	720	720
Costo de utilización	1.935	2.061	2.138	2.204	2.271	2.339
MOD /servicio	14.312	15.242	12.046	8.694	7.465	7.689
CIO/servicio	7.741	8.853	6.980	5.027	4.308	4.429
Costo unitario	23.988	26.157	21.164	15.925	14.045	14.458
Costo de operación anual	17.271.315	18832.713	15237.977	11.466.106	10112.182	10.409.698
School 3 veces por semana						
Unidades a producir	360	360	360	720	720	720
Costo de utilización	4.658	4.961	5.146	5.306	5.467	5.631
MOD /servicio	14.312	15.242	12.046	8.694	7.465	7.689
CIO/servicio	7.741	8.853	6.980	5.027	4.308	4.429
Costo unitario	26.711	29.056	24.172	19.026	17.240	17.749
Costo de operación anual)	9.615.898	10.460.313	8.701.884	13.699.037	12412.995	12.779.534
School fin de semana						
Unidades a producir	720	720	1.080	1.440	2.160	2.160
Costo de utilización	6.020	6.411	6.650	6.856	7.065	7.277
MOD /servicio	14.312	15.242	12.046	8.694	7.465	7.689
CIO/servicio	7.741	8.853	6.980	5.027	4.308	4.429
Costo unitario	28.072	30.506	25.676	20.577	18.838	19.395
Costo de operación anual	20.212.037	21.964.582	27729.997	29.631.006	40.690.203	41.893.358
School plan mensual						
Unidades a producir	1.080	1.080	2.520	4.320	5.040	5.040
Costo de utilización	3.569	3.801	3.943	4.065	4.189	4.314
MOD /servicio	14.312	15.242	12.046	8.694	7.465	7.689
CIO/servicio	7.741	8.853	6.980	5.027	4.308	4.429
Costo unitario	25.622	27.896	22.969	17.786	15.962	16.433
Costo de operación anual	27.671.406	30.128.191	57.881.083	76.835.187	80.448.688	82.821.197
Vacation 1 semana						
Unidades a producir	720	720	720	1.080	1.080	1.080
Costo de utilización	7.161	7.626	7.910	8.156	8.404	8.656
MOD /servicio	14.312	15.242	12.046	8.694	7.465	7.689
CIO/servicio	7.741	8.853	6.980	5.027	4.308	4.429
Costo unitario	29.213	31.721	26.936	21.877	20.177	20.774
Costo de operación anual	21.033.501	22.839.441	19.394.157	23.626.690	21.791.202	22.436.163

Tabla 105. (Continuación)

Vacation 2 semanas						
Unidades a producir	720	720	720	1.080	1.080	1.080
Costo de utilización	4.827	5.140	5.332	5.497	5.665	5.834
MOD /servicio	14.312	15.242	12.046	8.694	7.465	7.689
CIO/servicio	7.741	8.853	6.980	5.027	4.308	4.429
Costo unitario	26.879	29.236	24.358	19.218	17.438	17.953
Costo de operación anual	19.353.089	21.049.802	17.537.764	20.755.778	18.833.014	19.389.230
Vacation 3 semanas						
Unidades a producir	720	720	720	720	1.080	1.080
Costo de utilización	4.049	4.312	4.473	4.611	4.751	4.894
MOD /servicio	14.312	15.242	12.046	8.694	7.465	7.689
CIO/servicio	7.741	8.853	6.980	5.027	4.308	4.429
Costo unitario	26.101	28.407	23.499	18.332	16.525	17.013
Costo de operación anual	18.792.951	20.453.255	16.918.966	13.199.205	17.846.952	18.373.585
Vacation 4 semanas						
Unidades a producir	720	720	720	720	1.080	1.080
Costo de utilización	3.660	3.898	4.043	4.168	4.295	4.424
MOD /servicio	14.312	15.242	12.046	8.694	7.465	7.689
CIO/servicio	7.741	8.853	6.980	5.027	4.308	4.429
Costo unitario	25.712	27.993	23.069	17.889	16.068	16.542
Costo de operación anual	18.512.882	20.154.982	16.609.567	12.880.215	17.353.921	17.865.763
Costo total de operación	152.463.079	165.883.279	180.011.394	202.093.224	219.489.156	225.968.528

6.5 GASTOS

“El gasto es la partida contable que implicará una disminución en el beneficio o un aumento en la pérdida de esta. A diferencia de lo que es un costo, para realizar un gasto se necesita un movimiento de un banco o de caja; las empresas suelen gastar en salarios e insumos”¹⁴⁷.

6.5.1 Gastos administrativos. Son aquellos que se atribuyen a la organización y administración de la empresa. En este ítem se tendrán en cuenta los salarios de la parte administrativa (líder administrativa), el consumo de servicios donde opera el área y el costo del arriendo de las oficinas. Ver el costo de mano de obra del área administrativa en la Tabla 106.

¹⁴⁷ CONCEPTO. “Concepto de gasto”. [En línea]. [31 Octubre de 2016]. Disponible en: <http://concepto.de/gasto/>

Tabla 106. Costos mano de obra administrativa cifras en pesos 2016 - 2021

Cargo	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Líder administrativo	22.667.083	24.140.444	25.040.882	25.817.150	26.601.991	27.400.051

6.5.2 Gastos de servicios públicos en área administrativa. Se determina el consumo de recursos de energía, agua y gas en el área administrativa. Es necesario tener en cuenta que el área administrativa no es directamente donde se presta el servicio, por lo tanto su consumo es mínimo.

- ✓ **Energía eléctrica.** Se determina el consumo de los electrodomésticos y equipos que se utilizan en esta área. En la Tabla 107., se describen y se muestra el consumo de cada uno de ellos con su respectivo costo. En la Tabla 108., se realizará la proyección del valor hasta 2021.

Tabla 107. Consumo anual de energía eléctrica

Equipos	Unidades	Consumo hora KW/hora	Horas laboradas	Valor hora KW (\$/h)	Consumo total día KW (\$/h)	Días año	Consumo total año (\$)
Televisor	1	0,08	8	566,97	340,18	360	122.466
Microondas	1	1,00	2	566,97	1133,95	360	408.220
Computador	1	0,14	8	566,97	635,01	360	228.603
Cafetera	1	0,90	2	566,97	1020,55	360	367.398
Impresora	1	0,14	2	566,97	158,75	360	57.150
Bombillo ahorrador	5	0,02	8	566,97	340,18	360	122.466
Total							1.306.305

Tabla 108. Proyección consumo de energía cifras en pesos 2016 - 2021

Equipo	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Televisor	122.466	130.426	135.291	139.485	143.726	148.037
Microondas	408.220	434.755	450.971	464.951	479.086	493.458
Computador	228.603	243.463	252.544	260.373	268.288	276.337
Cafetera	367.398	391.279	405.874	418.456	431.177	444.112
Impresora	57.151	60.866	63.136	65.093	67.072	69.084
Bombillo ahorrador	122.466	130.426	135.291	139.485	143.726	148.037
Total	1.306.305	1.391.215	1.443.107	1.487.844	1533.074	1.579.066

- ✓ **Acueducto y alcantarillado.** “Una persona consume en promedio 3.8 los metros cúbicos de Agua al mes”¹⁴⁸. La líder administrativa es la única que estará en esta área, por lo tanto se tendrá en cuenta este consumo, también se puede generar un consumo de agua de trabajadores y clientes que lleguen a visitar las instalaciones por lo tanto se promedia el consumo en 4,5 m³ al mes. En la Tabla 109., se encuentra el consumo anual de agua sin tener en cuenta el consumo de aseo, pues este costo ya se tuvo en cuenta en los costos indirectos. En la Tabla 110., se proyecta en consumo de agua hasta 2021.

Tabla 109. Consumo de agua

Concepto	Consumo total m ³ /día	Valor consumo m ³ (\$)	Consumo diario Total (\$)	Consumo mes Total (\$)	Consumo anual (\$)
Agua	0,15	1135,91	170,39	5112	61.339
Total anual					61.339

Tabla 110. Proyección consumo de agua 2016 - 2021 cifras en pesos

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Agua	61.339	65.326	67.763	69.864	71.987	74.147
Total	61.339	65.326	67.763	69.864	71.987	74.147

6.5.3 Arriendo. El porcentaje de arriendo en el área administrativa es de un 11,84% de las 1,5 fanegadas. En la Tabla 111., se encuentra el valor del arriendo de la parte administrativa y su respectiva proyección.

Tabla 111. Proyección arriendo área administrativa cifras en pesos 2016-2021

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Arriendo	5.683.200	6.052.608	6.278.370	6.473.000	6.669.779	6.869.872

6.5.4 Resumen gastos. En la Tabla 112., se encuentra el total de los gastos de administración con su respectiva proyección hasta el año 2021.

¹⁴⁸ EPM. “Tips para el uso inteligente”. [En línea]. [31 de Octubre 2016]. Disponible en: <http://www.epm.com.co/site/clientes_usuarios/Clientesyusuarios/Hogaresypersonas/Agua/Tipsparaelusointeligente.aspx>

Tabla 112. Resumen gastos administrativos cifras en pesos 2016-2017

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Líder administrativo	22.667.083	24.140.444	25.040.882	25.817.150	26.601.991	27.410.691
Servicios públicos	1.367.644	1.456.541	1.510.870	1.557.707	1.605.061	1.653.213
Arriendo	5.683.200	6.052.608	6.278.370	6.473.000	6.669.779	6.869.872
Internet y telefonía	658.020	700.791	726.931	749.466	772.249	795.417
Plan móvil	370.800	394.902	409.632	422.330	435.169	448.224
Honorarios contador	5.040.000	5.367.600	5.567.811	5.740.414	5.914.922	6.092.370
Depreciación		1.520.420	1.520.420	1.520.420	1.520.420	1.520.420
Total	35.786.747	39.633.306	41.054.916	42.280.486	43.519.592	44.790.208

6.6 PRECIO DE VENTA

El precio que deberán pagar los clientes de la guardería Doggy Place para adquirir el servicio, se realizará de acuerdo al margen de contribución que las autoras del proyecto estipularon para cada uno de los paquetes, ver Tabla 113.

Tabla 113. Margen de contribución

Paquete		Porcentaje (%)
School	1 día	45
	3 veces sem	35
	Fds	35
	Mensual	35
Vacation	1 semana	35
	2 semana	35
	3 semana	35
	4 semana	35

Se procederá entonces a realizar el cálculo del precio de venta mediante el cálculo de la Ecuación 8., los precios proyectados en la Tabla 114.

Ecuación 8. Precio de venta

$$\text{Precio de Venta} = \frac{\text{Costo de operación}}{1 - \% \text{ del margen de utilidad}}$$

Tabla 114. Precio de venta en pesos

Paquete		2016	2017	2018	2019	2020	2021
School	1 día	43.614	47.557	38.480	28.955	25.536	26.287
	3 veces sem	41.094	44.702	37.188	29.271	26.523	27.307
	Fds	43.188	46.933	39.501	31.657	28.982	29.839
	Mensual	39.418	42.918	35.336	27.363	24.557	25.281
Vacation	1 semana	44.943	48.802	41.441	33.656	31.042	31.960
	2 semana	41.353	44.978	37.474	29.567	26.828	27.620
	3 semana	40.156	43.704	36.152	28.203	25.423	26.173
	4 semana	39.557	43.066	35.491	27.522	24.721	25.450

6.7 INGRESOS

Las entradas económicas a la empresa se consideran las ventas proyectadas por el precio calculado anteriormente. A continuación en la Tabla 115., se ilustran los ingresos proyectados anualmente desde el año 2017 al año 2021.

Tabla 115. Ingresos cifras en pesos

Paquete		2017	2018	2019	2020	2021
School	1 día	34.241.296	27.705.413	20.847.465	18.385.786	18.926.723
	3 veces sem	16.092.789	13.387.515	21.075.442	19.096.915	19.660.822
	Fds	33.791.664	42.661.534	45.586.162	62.600.312	64.451.321
	Mensual	46.351.063	89.047.819	118.207.981	123.767.212	127.417.227
Vacation	1 semana	35.137.602	29.837.164	36.348.754	33.524.926	34.517.173
	2 semana	32.384.311	26.981.175	31.931.967	28.973.868	29.829.584
	3 semana	31.466.547	26.029.178	20.306.470	27.456.849	28.267.054
	4 semana	31.007.665	25.553.180	19.815.715	26.698.339	27.485.789
Total		260.472.937	281.202.978	314.119.955	340.504.208	350.555.693

6.8 FLUJO DE CAJA

“Los flujos de caja son las variaciones de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado para una empresa.

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa. El flujo de caja se analiza a través del Estado de Flujo de Caja.”¹⁴⁹ Se pretende con el flujo de caja ver el comportamiento de los ingresos y de los egresos que tiene la

¹⁴⁹ ECONOMÍA & NEGOCIOS EL MUNDO. “Flujo de caja”. [En línea]. [02 noviembre de 2016]. Disponible en: <<http://www.elmundo.com.ve/diccionario/fianza.aspx>>

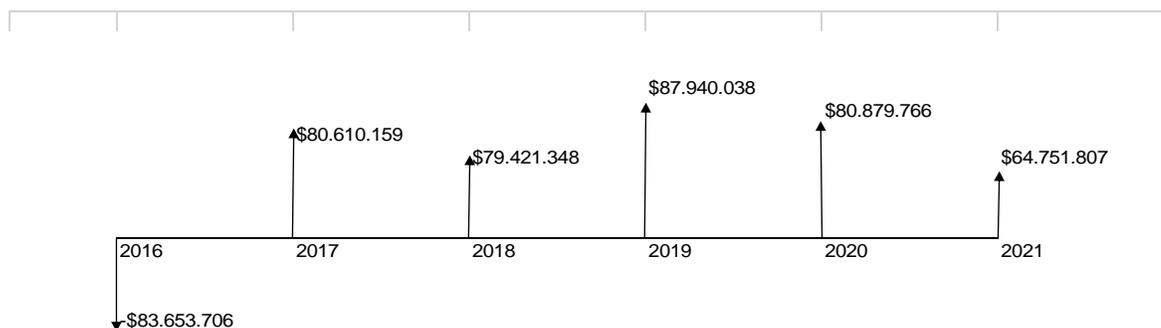
empresa para determinar la capacidad financiera que tiene la empresa y a partir de esta información generar indicadores que permitan proyectar comportamiento de la empresa.

A continuación en la Tabla 116., y Gráfico 33., se representa el flujo de caja de la empresa Doggy Place con proyección hasta 2021.

Tabla 116. Flujo de caja neto 2016-2021

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas (\$)		260.472.937	281.202.978	314.119.955	340.504.208	350.555.693
(-) Costos operacionales (\$)		152.463.079	165.883.279	180.011.394	202.093.224	219.489.156
Utilidad bruta (\$)		108.009.858	115.319.699	134.108.561	138.410.983	131.066.536
Gastos administrativas (\$)		39.633.306	41.054.916	42.280.486	43.519.592	44.790.208
Utilidad operacional (\$)		68.376.552	74.264.783	91.828.075	94.891.391	86.276.329
(-) Intereses de crédito		7.209.942	6.185.493	5.571.775	3.292.021	1.274.765
Utilidad antes de impuesto (\$)		75.586.494	80.450.275	97.399.851	98.183.412	87.551.093
(-) Impuestos 25% (\$)		0	5.028.142	12.174.981	18.409.390	21.887.773
Utilidad neta (\$)		75.586.494	75.422.133	85.224.869	79.774.023	65.663.320
(+) Amortización diferida		4.215.936	4.215.936	4.215.936	4.215.936	4.215.936
(+) Depreciaciones		5.030.520	5.030.520	5.030.520	5.030.520	5.030.520
(-) Abono a credito		4.222.791	5.247.241	6.531.287	8.140.712	10.157.969
(-) Inversiones	83.653.706	0	0	0	0	0
TOTAL FLUJO DE CAJA	-83.653.706	80.610.159	79.421.348	87.940.038	80.879.766	64.751.807

Gráfico 33. Flujo de caja 2016-2021



6.9 EVALUACIÓN FINANCIERA

“La evaluación de proyectos permite medir el valor, con base de la comparación de los beneficios y costos proyectados en el horizonte del proyecto y con el objetivo de medir su valor económico, financiero o social”¹⁵⁰. A partir del cálculo del valor presente neto (VPN), la tasa interna de retorno (TIR) y el indicador de relación costo beneficio, se verificará si el proyecto es factible, rentable y viable.

6.9.1 Tasa interna de oportunidad (TIO). “La TIO es la tasa mínima que se utiliza para determinar el valor actual neto de los flujos futuros de caja del proyecto y es la rentabilidad mínima que se le debe exigir al proyecto para tomar la decisión de no invertir en un uso alternativo de los recursos o en otro proyecto”¹⁵¹. Es decir que la TIO es el interés de oportunidad que se está dispuesto a ganar para invertir en el proyecto.

Para realizar la TIO, es necesario tener en cuenta el (DTF) y la inflación. En la Tabla 117., se presenta el cálculo promedio de la DTF.

¹⁵⁰ SPW. “Evaluación de proyectos”. [En línea]. [02 noviembre de 2016]. Disponible en: <<http://www.spw.cl/proyectos/evaluacion.htm>>

¹⁵¹ MANEJA TUS FINANZAS. “Evaluación de inversión”. [En línea]. [02 noviembre de 2016]. Disponible en: <<http://manejatusfinanzas.blogspot.com.co/p/evaluacion-de-la-inversion.html>>

Tabla 117. DTF Promedio

Vigencia desde	Vigencia hasta	DTF (%)
31/10/2016	06/11/2016	7,36
24/10/2016	30/10/2016	6,99
17/10/2016	23/10/2016	6,93
10/10/2016	16/10/2016	7,07
03/10/2016	09/10/2016	7,24
26/09/2016	02/10/2016	7,13
19/09/2016	25/09/2016	7,04
12/09/2016	18/09/2016	7,21
05/09/2016	11/09/2016	7,22
29/08/2016	04/09/2016	7,24
Promedio		7,14

Fuente: DÓLAR WILKINSON. Disponible en: <http://dolar.wilkinsonpc.com.co/df.html> (Consultado 04/11/2016)

Además se deberá tener en cuenta la tasa de inflación del año 2016 y la tasa esperada por los socios inversionistas. A continuación en la Tabla 118., se encuentra el cálculo de la TIO.

Tabla 118. Tasa interna de oportunidad

Concepto	Porcentaje (%)
DTF promedio	7,14
Tasa inflación 2016	7,27
Tasa esperada	10
TIO	24,41

6.9.2 Valor presente neto (VPN). “Es el resultado de descontar (traer a valor presente) los flujos de caja proyectados de una inversión a la tasa de interés de oportunidad o costo de capital y sustraerle el valor de la inversión. Si el resultado obtenido genera un remanente positivo, el proyecto es viable en caso contrario no”¹⁵² Si el resultado del valor presente neto es superior a 0 es factible y si es menor a 0 el proyecto no se realiza. En la Ecuación 9., se muestra la ecuación para calcular el VPN del proyecto.

¹⁵² UNAD. “matemáticas financieras”. [En línea]. [02 noviembre de 2016]. Disponible en: <http://datateca.unad.edu.co/contenidos/102007/Carpeta_contenido_en_linea/MATEMATICAS%20FINANCIERAS/valor_presente_net.html>

Ecuación 9. Valor presente neto (VPN)

$$VPN = \frac{VF_0}{(1+i)^0} + \frac{VF_1}{(1+i)^1} + \frac{VF_2}{(1+i)^2} + \frac{VF_3}{(1+i)^3} + \frac{VF_n}{(1+i)^n} + \dots$$

Donde:

$$\frac{VF_0}{(1+i)^0} = \text{Inversión inicial}$$

VF= Valor flujo neto efectivo

n = Número de periodos

i = Tasa de interés TIO

$$VPN = -83.653.706 + \frac{80.610.159}{(1+24,41\%)^1} + \frac{79.241.348}{(1+24,41\%)^2} + \frac{87.940.038}{(1+24,41\%)^3} + \frac{80.879.766}{(1+24,41\%)^4} + \frac{64.751.807}{(1+24,41\%)^5} = \$113.683.019$$

El cálculo del VPN del proyecto es de \$113.683.019 lo cual significa que el proyecto es factible y es favorable invertir en él.

6.9.3 Tasa de interés de rentabilidad (TIR). “La tasa interna de retorno (TIR), es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje”¹⁵³. Lo que se busca es encontrar una tasa que haga que el VPN tienda a cero. Si la TIR es mayor a la TIO será rentable invertir en el negocio de lo contrario si es menor no se debe realizar.

La TIR del proyecto es igual a 46,30%, cálculo mayor a la TIO lo que representa que el proyecto si es rentable.

6.9.4 Relación beneficio costo (B/C). Mide la relación entre los costos y beneficios asociados al proyecto, es decir, la relación entre ingresos y egresos que tiene el proyecto. En la Ecuación 10., se presenta la fórmula relación beneficio costo con la que se calculará el indicador.

¹⁵³ PYMESFUTURO. “Tasa interna de retorno”. [En línea]. [01 noviembre 2016]. Disponible en: <<http://www.pymesfuturo.com/tiretorno.htm>>.

Ecuación 10. Relación costo beneficio

$$Rb/c = \frac{\sum VP Ingresos TIO}{\sum VP Egresos TIO}$$

Dónde:

$\sum VP Ingresos TIO$ = Sumatoria de los ingresos totales

$\sum VP Egresos TIO$ = Sumatoria de los egresos totales

$$\begin{aligned} \sum VPI &= \frac{260.472.937}{(1 + 24,41\%)^1} + \frac{281.202.978}{(1 + 24,41\%)^2} + \frac{314.119.955}{(1 + 24,41\%)^3} + \frac{340.504.208}{(1 + 24,41\%)^4} \\ &\quad + \frac{350.555.693}{(1 + 24,41\%)^5} = \$813.877.348 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \sum VPE &= \frac{203.529.118}{(1 + 24,41\%)^1} + \frac{223.399.071}{(1 + 24,41\%)^2} + \frac{246.569.924}{(1 + 24,41\%)^3} + \frac{275.454.939}{(1 + 24,41\%)^4} \\ &\quad + \frac{297.599.871}{(1 + 24,41\%)^5} = \$650.769.070 \end{aligned}$$

Con la sumatoria de los ingresos y egresos en valor presente se procede a calcular la relación costo beneficio.

$$B/C = \frac{813.877.348}{650.769.070} = 1,2506$$

La relación entre los beneficios y la inversión del proyecto en los próximos cinco años del negocio será rentable y viable al ser el resultado mayor a 1. Por cada peso invertido en el negocio se obtienen \$25 de ganancia.

6.9.5 Periodo de recuperación de la inversión (PRI). “Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial”¹⁵⁴. Con dicho instrumento se tendrá una herramienta para poder optimizar la toma de decisiones, para realizar el cálculo ver Ecuación 11.

¹⁵⁴ PYMES FUTURO. “Periodo de recuperación de la inversión”. [En línea]. [06 Noviembre de 2016]. Disponible en: <<http://www.pymesfuturo.com/pri.htm>>

Ecuación 11. Periodo de recuperación de la inversión

$$PRI = a + \left[\frac{b - c}{d} \right]$$

Donde:

a= Año anterior inmediato al que se recupera la inversión.

b= Inversión inicial.

c=Suma de los flujos de efectivo anteriores.

d= FNE del año en que satisface la inversión.

$$PRI = 1 + \left[\frac{83.653.706 - 80.610.159}{79.421.348} \right] = 1,0382$$

El periodo de recuperación de la inversión será de un (1) año y catorce (14) días.

7. CONCLUSIONES

- ✓ Las personas cada vez más adquieren mascotas incluyéndolas en su núcleo familiar, esto se ha convertido en una tendencia mundial, por lo tanto, la oportunidad de negocio de servicios para mascotas cada vez es más atractivo.
- ✓ Con el estudio de mercados se encontró un alto porcentaje de personas en Facatativá que estarían dispuestas a adquirir un servicio exclusivo e innovador para cuidado de sus mascotas por la carencia del mismo. Por lo tanto se creó una propuesta de valor para el cliente que satisfaga todas sus necesidades. Para el reconocimiento de marca se realizan estrategias en marketing mix para una imponente imagen que permita una fácil penetración al mercado.
- ✓ El estudio técnico permitió concluir, que por ser una empresa prestadora de servicios, la capacidad está restringida por las instalaciones, por eso se realizó un diseño del espacio que permitiera satisfacer la demanda que se determinó en el estudio de mercados, espacio flexible a los cambios y crecimiento que pueda presentar el negocio.
- ✓ El éxito y direccionamiento de una organización está en su planeación estratégica y en el rumbo que se le dé a la organización, el estudio administrativo permitió crear una perspectiva del camino de la empresa, se realizó un organigrama para definir la unidad de mando y actividades que debe realizar cada uno de los colaboradores de la empresa para un correcto clima organizacional en Doggy Place.
- ✓ El estudio legal permitió reconocer cada uno de los pasos, requerimientos y requisitos que se necesitan para poner en funcionamiento la organización, cada empresa es totalmente diferente en su forma de constitución dependiendo la actividad que se realice, por ello, se identificaron cada uno de los procedimientos necesarios para conformar un empresa que trabaje con animales
- ✓ Con una tasa interna de oportunidad (TIO) de 24.41%, el proyecto arrojó un valor presente neto de \$113.683.019 es un buen valor para que el proyecto sea factible y sea favorable invertir en él; una tasa interna de retorno (TIR) mayor a la TIO con un valor de 46,30 puntos porcentuales lo cual garantiza la rentabilidad del proyecto. El indicador beneficio costo indicó la viabilidad del proyecto con un resultado de \$1,25, es decir que por cada peso invertido se obtendrán \$25 de ganancias. Para finalizar, el periodo de recuperación de la inversión (PIR) será de (1) un año y catorce (14) días, contando con que no siga en alza el porcentaje de inflación.

8. RECOMENDACIONES

- ✓ Se pueden introducir en el objeto social la venta de productos y servicios utilizando estrategias de diversificación, fácilmente además de la prestación del servicio se puede comercializar productos como alimentos, accesorios y cualquier otro tipo de negocio relacionado con animales.
- ✓ Se recomienda crear alianzas estratégicas con servicios complementarios que permitan obtener un mayor control sobre la competencia, de esta forma los establecimientos de servicios complementarios al de guardería y recreación canina prestaran difícilmente el mismo servicio y por el contrario se ayudarán mutuamente para crear un mayor reconocimiento de marca por el ofrecimiento del servicio en diferentes mercados.
- ✓ Para realizar una exitosa penetración del mercado, se recomienda realizar una fuerte gestión en la promoción y venta del servicio por medios electrónicos, con la creación de nuevos servicios y productos en Doggy Place se deben crear facilidades para el cliente para la adquisición del mismo, ofreciendo facilidades de pago de forma electrónica.
- ✓ Por el crecimiento del subsector, se pueden crear estrategias de desarrollo de mercado que permitan introducir el servicio en nuevas áreas geográficas para captar clientes en un mercado que está creciendo y aún no se ha explorado en su totalidad.

BIBLIOGRAFÍA

ALCALDIA DE FACATATIVA-CUNDINAMARCA. “Masiva asistencia en Festival Canino”. [En línea]. [8 Abril de 2016]. Disponible en: [≤
https://www.facebook.com/prensafacatativa/posts/270933996411286](https://www.facebook.com/prensafacatativa/posts/270933996411286)>

-----, “Nuestro Municipio”. [En línea]. [23 marzo de 2016]. Disponible en: [<http://www.facatativa-cundinamarca.gov.co/informacion_general.shtml>](http://www.facatativa-cundinamarca.gov.co/informacion_general.shtml)

-----, “Puntos caninos de aseo para las mascotas en Facatativá”. [En línea]. [8 Abril de 2016]. Disponible en: [<http://www.facatativa-cundinamarca.gov.co/noticias.shtml?apc=ccx-1-&x=2628745>](http://www.facatativa-cundinamarca.gov.co/noticias.shtml?apc=ccx-1-&x=2628745)

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ. “Secretaria distrital de salud”. [En línea]. [5 Abril de 2016]. Disponible en: [<http://www.saludcapital.gov.co/CZOO/Documents/Resoluci%C3%B3n%200240%20del%2017%20de%20Enero%202014.pdf>](http://www.saludcapital.gov.co/CZOO/Documents/Resoluci%C3%B3n%200240%20del%2017%20de%20Enero%202014.pdf)

-----, “LEY 1713 DE 2002”. [En línea]. [08 Abril de 2016]. Disponible en: [<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=5542>](http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=5542).

AMBIENTE BOGOTÁ. “Documento técnico de soporte para la construcción de la política pública de protección y bienestar animal del distrito”. [En línea]. [8 de Agosto 2016]. Disponible en: http://www.ambientebogota.gov.co/c/document_library/get_file?uuid=59e6d70c-a54f-46f5-b39a-c3a3c3e1bc0b&groupId=10157>

ARM-ACCESORIOS. Extintores polvo ABC. [En línea]. [13 Septiembre de 2016]. Disponible en: <http://www.ams-accesorios.com/component/dicatalog2/items/2-extintores-polvo-abc>>

ASAMBLEA DEPARTAMENTAL DE CUNDINAMARCA. “Ordenanza No.135/2012” [En línea]. [8 de Agosto 2016]. Disponible en: http://www.cundinamarca.gov.co/wps/wcm/connect/b9ef5b00-6d85-4055-96b2-f3645b2334c0/ORDENANZA_135_DE_2012.pdf?MOD=AJPERES>

ANDRÉS MATEOS. “Temporada alta en las residencias caninas”. [En línea]. [14 Octubre de 2016]. Disponible en: http://www.eldiario.es/eldiarioex/Temporada-alta-residencias-caninas_0_414359569.html>

BANCO DE LA REPÚBLICA. “Índice de precios al consumidor”. [En línea]. [26 Marzo de 2016]. Disponible en: <http://www.banrep.gov.co/es/ipc>>.

-----, “PIB y PIN”. [En línea]. [26 Marzo de 2016]. Disponible es: http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/pib_y_pnb>

BARÓN, Diana. Bogotá D.C., 2014, 22p. "INVESTIGACION A TRAVÉS DE LA PROSPECTIVA DE MARKETIN DEL ROL QUE TIENEN LAS MASCOTAS EN LOS HOGARES BOGOTANOS EN LA ACTUALIDAD Y EN EL 2024". Colegio de estudios superiores de Administración (CESA). Maestría en dirección de marketing.

BLOG DE CHARLY. "Cerveza para perros, una tendencia mundial". [En línea]. [04 de Agosto 2016]. Disponible en < <http://elblogdecharly.com/2016/06/08/cerveza-perros-una-tendencia-mundial/>>

CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. "matricula mercantil". [En línea]. [15 Agosto de 2016]. Disponible en: <<http://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Cree-su-Empresa/Que-es-la-matricula-mercantil>>

CARACOL RADIO. "Ciudad de mascotas, una web colombiana que mim a los animales de compañía". [En línea]. [4 Abril de 2016]. Disponible en: ≤ <http://www.caracol.com.co/noticias/tecnologia/ciudad-de-mascotas-una-web-colombiana-que-mima-a-los-animales-de-compania/20130824/nota/1956977.aspx>>

------. "Ley ambiental colombiana requiere cumplimiento por parte de las empresas para la preservación del medio ambiente". [En línea]. [8 de Agosto de 2016]. Disponible en: < http://caracol.com.co/radio/2010/09/29/ecologia/1285759620_364757.html>

------. "Ley ambiental colombiana requiere cumplimiento por parte de las empresas para la preservación del medio ambiente". [En línea]. [8 de Agosto de 2016]. Disponible en: < http://caracol.com.co/radio/2010/09/29/ecologia/1285759620_364757.html>

CARRILLO SARRIA. José Luis. "Las mascotas y su cuidado, un renglón que ha cobrado protagonismo". [En línea]. [21 Abril de 2016]. Disponible en: < <http://www.elpais.com.co/elpais/cali/noticias/mascotas-y-su-cuidado-renglon-economico-ha-ganado-importancia>>

CLUB PERRUNO. "Agility para perros". [En línea]. [29 Septiembre de 2016]. Disponible en: <<http://www.clubperruno.com/articulos-de-perros/deportes-caninos/1393.html>>

COMPUTRABAJO. "Manejador canino". [En línea]. [18 de Octubre de 2016]. Disponible en: <<http://www.computrabajo.com.co/ofertas-de-trabajo/oferta-de-trabajo-de-manejador-canino-presentate--en-bogota-dc-4CE1C93D18BA3A4E>>.

-----". "Manejador canino". [En línea]. [18 de Octubre de 2016]. Disponible en: <http://www.computrabajo.com.co/ofertas-de-trabajo/oferta-de-trabajo-de-manejador-canino-urgente--en-bogota-dc-29B75A492F986526>>.

-----". "Guía canino". [En línea]. [18 de Octubre de 2016]. Disponible en: <http://www.computrabajo.com.co/ofertas-de-trabajo/oferta-de-trabajo-de-guia-canino-con-moto-en-cali-EDF05566137C5B3D>>.

COMUNIDAD CONTABLE. "Nueva reforma tributaria, Ley 1739 del 2014". [En línea]. [27 Marzo de 2016]. Disponible en: http://www.comunidadcontable.com/BancoNorma/N/nueva_reforma_tributaria_ley_1739_del_2014/nueva_reforma_tributaria_ley_1739_del_2014.asp

CONCEJO MUNICIPAL DE FACATATIVÁ. "Plan de desarrollo económico, social, ambiental y de obras públicas". [En línea]. [23 marzo de 2016]. Disponible en: <http://www.facatativa-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/32666261396530396563616434656231/plan-desarrollo-todos-somos-facatativa.pdf>>

CONCEJO MUNICIPAL DE LA CALERA. "Acuerdo Municipal No.001 de 2013". [En línea]. [8 de Agosto 2016]. Disponible en: <http://lascalera-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/62363164306262626336333839306434/acuerdo-mpal-001.pdf>>

CONCEJO MUNICIPAL DE MADRID CUNDINAMARCA. "Proyecto de acuerdo 001-2016". En línea]. [8 de Agosto 2016]. Disponible en: <http://www.concejo.madrid-cundinamarca.gov.co/es/concejo-en-linea/proyectos-de-acuerdo/2187-por-el-cual-se-crea-la-junta-municipal-defensora-de-animales-y-se-dictan-normas-sobre-su-funcionamiento>>

CONGRESO DE COLOMBIA. "Ley No. 1774, 6 Enero 2016". [En línea]. [2 de Junio 2016]. Disponible en: <http://es.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201774%20DEL%206%20DE%20ENERO%20DE%202016.pdf>>

CONCEPTO. "Concepto de gasto". [En línea]. [31 Octubre de 2016]. Disponible en: <http://concepto.de/gasto/>

CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DE CUNDINAMARCA. Portafolio de trámites y servicios. Dirección de cultura ambiental y servicio al ciudadano. Bogotá. 2015

CUIDAR MASCOTAS. "El mercado mundial de alimentos para mascotas podría alcanzar los 74.800 millones de dólares en 2017". [En línea]. [8 de Agosto 2016]. Disponible en: <http://www.cuidarmascotas.net/mercado-mundial-alimentos-mascotas-podria-alcanzar-74800-millones-dolares-2017/>>

DANE. “Comunicado de prensa” [En línea]. [24 Marzo 2016]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_dem_ltrim15.pdf>

----- . “Módulo hogares”. [En línea]. [30 Agosto de 2016]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/files/censo2005/PERFIL_PDF_CG2005/25000T7T000.PDF>

----- . “Muestra trimestral de servicios, IV trimestre de 2015”. [En línea]. [05 Abril de 2016]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/mts/bol_mts_IVtrim_15.pdf>

----- . “Clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas”. [En línea]. [4 Abril de 2016]. Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/nomenclaturas/CIIU_Rev4ac.pdf

DATOS MACRO. “En diciembre cayó el IPC en Colombia”. [En línea]. [24 Enero de 2017]. Disponible en: <http://www.datosmacro.com/ipc-paises/colombia>

DIAN. “¿Qué es el NIT?”. [En línea]. [15 Agosto de 2016]. Disponible en: <http://www.dian.gov.co/contenidos/servicios/rut_preguntasfrecuentes.html>

DINERO. “La inflación en los últimos 12 meses superó el incremento del salario mínimo”. [En línea]. [22 Marzo de 2016]. Disponible en: <<http://www.dinero.com/economia/articulo/inflacion-en-colombia-para-el-mes-de-enero-de-2016/219008>>

----- . “La inflación más alta de los últimos 7 años”. [En línea]. [26 Marzo de 2016]. Disponible en: <<http://www.dinero.com/economia/articulo/la-inflacion-alta-ultimos-anos/217685>>

----- . “Colombia le apuesta a la ciencia, tecnología e innovación para alcanzar el desarrollo”. [En línea]. [27 Marzo de 2016]- Disponible en: <<http://www.dinero.com/edicion-impresa/pymes/articulo/inversiones-ciencia-tecnologia-innovacion-colombia/212458>>

ECONOMÍA & NEGOCIOS EL MUNDO. “Flujo de caja”. [En línea]. [02 noviembre de 2016]. Disponible en: <<http://www.elmundo.com.ve/diccionario/fianza.aspx>>

EL COLOMBIANO. Ley de protección a los animales. [En línea]. [2 de Junio 2016]. Disponible en: <http://www.elcolombiano.com/historico/ley_de_proteccion_a_los_animales-KDEC_112954>

EL EMPELO. “Adiestrador canino”. [En línea]. [18 de Octubre de 2016]. Disponible en: <<http://www.empleo.com/colombia/trabajo/ADIESTRADOR-CANINO-496059572>>.

EL HERALDO. “El ABC de la ley contra el maltrato a los animales en Colombia”. [En línea]. [2 de Junio]. Disponible en: <<http://www.elheraldo.co/politica/el-abc-de-la-ley-contra-el-maltrato-los-animales-en-colombia-232332>>

EL PAÍS. “La economía colombiana creció 3,1 % en el 2015”. [En línea]. [27 Marzo de 2016]. Disponible en: <<http://www.elpais.com.co/elpais/economia/noticias/economia-colombiana-crecio-31-2015>>.

------. “Estos son los puntos clave de la reforma tributaria que presentó el Gobierno”. [En línea]. [27 Diciembre de 2016]. Disponible en: <<http://www.elpais.com.co/elpais/economia/noticias/estos-son-puntos-clave-reforma-tributaria-presento-gobierno>>

------. “Esto dice la ley colombiana sobre los perros”. [En línea]. [5 Abril de 2016]. Disponible en: <<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-10818884>>

EL TIEMPO. “Ley sobre tenencia de perros”. [En línea]. [8 de Agosto]. Disponible en: <<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1349236>>

------. “Radiografía del sector de telecomunicaciones en Colombia”. [En línea]. [25 Marzo de 2016]. Disponible en: <<http://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/asi-califica-el-foro-economico-mundial-a-colombia-en-temas-tic/14009397>>

EMPRENDICES, COMUNIDAD DE EMPRENEDORES. “Plan de negocios de una clínica veterinaria”. [En línea]. [4 de agosto 2016]. Disponible en: <https://www.emprendices.co/plan-de-negocios-de-una-clinica-veterinaria/>

EPM. “Tips para el uso inteligente”. [En línea]. [31 de Octubre 2016]. Disponible en: <http://www.epm.com.co/site/clientes_usuarios/Clientesyusuarios/Hogaresypersonas/Agua/Tipsparaelusointeligente.aspx>

ESCUELA COLOMBIANA DE INGENIERÍA. “Diseño antropométrico de puestos de trabajo”. [En línea]. [07 Septiembre 2016]. Disponible en: <http://copernico.escuelaing.edu.co/lpinilla/www/protocols/ERGO/DISENO%20DE%20PUESTO%20DE%20TRABAJO%202009-2.pdf>

ESTADÍSTICAS DE CUNDINAMARCA. “Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC)”. [En línea]. [24 Marzo de 2016]. Disponible en: <<http://www.cundinamarca.gov.co/wps/wcm/connect/04aecefa-79d0-4a3c-be08->

[9440023c225a/TACO+estadisticas+cundinamarca+Publicaci%C3%B3n+WEB.com+pressed.pdf?MOD=AJPERES](http://www.cundinamarca.gov.co/wps/wcm/connect/04aecefa-79d0-4a3c-be08-9440023c225a/TACO+estadisticas+cundinamarca+Publicaci%C3%B3n+WEB.com+pressed.pdf?MOD=AJPERES)>

FACATATIVÁ-CUNDINAMARCA. Nuestro municipio. [En línea]. [5 Septiembre de 2016]. Disponible en: http://www.facatativa-cundinamarca.gov.co/informacion_general.shtml

FRED R, David. Conceptos de administración estratégica. Misión de una empresa. Novena edición. México: Person Educación, 2003. 59p.

GAMEZ, Luisa, TINOCO, Diego. Bogotá D.C., 2016, 34p. Trabajo de grado (ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA “CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y DISTRIBUIDORA DE CAUCHO GRANULADO EN EL MUNICIPIO DE FACATATIVÁ (CUNDINAMARCA)”). Fundación Universidad América. Facultad de Ingenierías. Cundinamarca.

GERENCIE.COM. “Naturaleza y objetivo de los activos diferidos” [En línea]. [21 Octubre de 2016]. Disponible en: <<http://www.gerencie.com/naturaleza-y-objetivo-de-los-activos-diferidos.html>>

GOBERNACIÓN DE CUNDINAMARCA. “Estadísticas de Cundinamarca 2011-2013”. [En línea]. [6 de Agosto 2016]. Disponible en: <<http://www.cundinamarca.gov.co/wps/wcm/connect/04aecefa-79d0-4a3c-be08-9440023c225a/TACO+estadisticas+cundinamarca+Publicaci%C3%B3n+WEB.com+pressed.pdf?MOD=AJPERES>>

----- . “Plan de desarrollo 2016-2020”. [En línea]. [6 de Agosto 2016]. Disponible en: <http://www.cundinamarca.gov.co/wps/documentos/Pdd/2016_2020/Plan_de_Desarrollo_2016_2020.pdf>

HORCALSA. “Tratamiento de aguas negras”. [En línea]. [06 Noviembre de 2016]. Disponible en: <http://horcalsa.com/cal-para-medio-ambiente/>

IMEBU. “Indicadores demográficos 2020”. [En línea]. [27 Marzo de 2016]. Disponible en: <http://www.imebu.gov.co/web/documentos/observatorio/demografia/indicadores_demograficos_2020.pdf>

INFORMACIÓN JURÍDICA, TRIBUTARIA Y EMPRESARIAL. “Ley 1774 de 06 de Enero de 2016”. [En línea]. [2 de Junio 2016]. Disponible en: <<http://legislacion.vlex.com.co/vid/ley-1774-06-enero-595310978>>

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS COLOMBIANA (2008). Documentación: Referencias bibliográficas. Contenido, forma y estructura: NTC5613, Bogotá, Colombia: INCONTEC.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN (2002). Documentación: Dibujo técnico. Formato y plegado de dibujos. NTC 1687, Bogotá, Colombia: INCONTEC.

----- (2002). Referencias documentales para fuentes de información electrónicas: NTC4490, Bogotá, Colombia: INCONTEC.

----- (2002). Presentación de tesis, trabajos de grado y otros trabajos de investigación: NTC1486, Bogotá, Colombia: INCONTEC.

INTI. “Pruebas de desempeño”. [En línea]. [13 Agosto de 2016]. Disponible en: <http://www.inti.gob.ar/productos/pdf/mat_plan_muestreo.pdf>

INGRID GIOVANA RONDÓN MÁRQUEZ. Profesional en negocios internacionales. “De la paz y la economía colombiana. ¿Un proceso de paz conveniente?”. [En línea]. [31-05-2016]. Disponible en <<http://www.ucc.edu.co/prensa/2015/Paginas/de-la-paz-y-la-economia-colombiana-un-proceso-de-paz-conveniente.aspx>>

LATINLINCK. “Los mercados en crecimiento más fuertes de Latinoamérica”. []. []. Disponible en: < <http://latinlink.usmediaconsulting.com/2012/09/los-mercados-en-crecimiento-mas-fuertes-de-latinoamerica/?lang=es>>

MINAMBIENTE. “LEY 1259 DE 2008”. [En línea]. [08 Abril de 2016]. Disponible en: <https://www.minambiente.gov.co/images/normativa/leyes/2008/ley_1259_2008.pdf>

MINTIC. “La comunidad de Facatativá ahora cuenta con un punto Vive Digital”. [En línea]. [24 Marzo de 2016]. Disponible en: <<http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-1673.html>>

MISANIMAES. “Beneficios del paseo de perros”. [En línea]. [04 Septiembre de 2016]. Disponible en: < <http://misanimales.com/beneficios-de-pasear-tu-perro>>

MUNDO PERRO. “Beneficios del Agility para perros”. [En línea]. [04 Septiembre de 2016]. Disponible en: <<http://www.mundoperro.net/beneficios-del-agility-para-perros.html>>

MUTANTES.TV. “Facatativá, mascotas disfrutaron del festival canino”. [En línea]. [8 Abril de 2016]. Disponible en: <<http://www.mutantes.tv/facatativa-mascotas-disfrutaron-del-festival-canino/>>

PORTAFOLIO. “1 millón de dólares costó motel para perros”. [En línea]. [8 de Agosto 2016]. Disponible en: <<http://www.portafolio.co/>

DANE. “Reloj de población”. [En línea]. [9 Agosto de 2016]. Disponible en: ≤ http://www.dane.gov.co/reloj/reloj_animado.php>

------. “En enero, el desempleo nacional se ubicó en 11,9 %” [En línea]. [25 Marzo 2016]. Disponible en: < <http://www.portafolio.co/economia/empleo/enero-2016-desempleo-nacional-ubico-11-491614>>

------. “Mascotas, en el radar del sector asegurador”. [En línea]. [4 Abril de 2016]. Disponible en: < <http://www.portafolio.co/economia/finanzas/mascotas-radar-sector-asegurador-58278>>

------. “5 razones que justifican una reforma tributaria estructural”. [En línea]. [2 Agosto de 2016]. Disponible en: <http://www.portafolio.co/economia/impuestos/especial-reforma-tributaria-2016-155080>>

PYMES FUTURO. “Periodo de recuperación de la inversión”. [En línea]. [06 Noviembre de 2016]. Disponible en: <http://www.pymesfuturo.com/pri.htm>

------. “Tasa interna de retorno”. [En línea]. [01 noviembre 2016]. Disponible en: <<http://www.pymesfuturo.com/tiretorno.htm>>.

RODRÍGUEZ RESTREPO, Víctor José. TORRES DE CUBILLOS, María Consuelo. Guía de iniciativa empresarial y creación de empresas. Demanda insatisfecha. Bogotá D.C: Junio 2008. 54p

SAS AUDITORES. “Recursos”. [En línea]. [27 Diciembre de 2016]. Disponible en: < http://www.sasauditores.com/recurso/descarga_12_168.pdf>

SABANA DE OCCIDENTE CON SENTIDO DE UNIDAD. “PRODUCTO TURISTICO SABANA OCCIDENTE”. [En línea]. [24 Marzo de 2016]. Disponible en: <<http://www.facatativa-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/30383832313962313937316461636433/producto-turistico-sabana-occidente-2.pdf>>

SECRETARÍA DISTRITAL DE HACIENDA. “RIT”. [En línea]. [15 Agosto de 2016]. Disponible en: <<http://www.shd.gov.co/shd/registro-de-informacion-tributaria>>

SECRETARÍA DE PLANEACIÓN DE FACATATIVÁ. “Análisis estadístico poblacional”. [En línea]. [24 Marzo de 2016]. Disponible en: <<http://facatativa-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/37643232356235323930323362656264/consolidado-estadistico-descriptivo-base-de-datos-sisben-facatativ-16-abril-2013.pdf>>

SUPER CACHORROS, CULTURA Y CIENCIAS CANINAS “Antropomorfismo: ¿Humanizar a los perros es un error?”. [En línea]. [2 Agosto de 2016]. Disponible en: < <http://supercachorros.org/antropomorfismo-humanizar-a-los-perros/>>

SPW. "Evaluación de proyectos". [En línea]. [02 noviembre de 2016]. Disponible en: <http://www.spw.cl/proyectos/evaluacion.htm>

TRABAJE.COM. "Vacante para adiestrador de perros". [En línea]. [18 de Octubre de 2016]. Disponible en: <http://trabaje.com.co/vacantes-de-empleo-en-medellin-departamento-de-antioquia/adiestrador-perros/26545>

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO. "Planes de competitividad en cuatro (4) provincias de Cundinamarca". [En línea]. [9 Agosto de 2016]. Disponible en: http://www.urosario.edu.co/urosario_files/c7/c75acb75

UNAD. "matemáticas financieras". [En línea]. [02 noviembre de 2016]. Disponible en: http://datateca.unad.edu.co/contenidos/102007/Carpeta_contenido_en_linea/MATEMATICAS%20FINANCIERAS/valor_presente_netto.html

------. "Técnicas de investigación". [En línea]. [02 agosto de 2016]. Disponible en: http://datateca.unad.edu.co/contenidos/100104/100104_EXE/leccin_6_investigacion_exploratoria_descriptiva_correlacional_y_explicativa.html

ANEXO A
HOGARES EN VEREDAS Y BARRIOS FACATATIVÁ

Barrio	Número de hogares	Estrato	Estrato 3	Estrato 4	Estrato 5	Población objetivo
Altos del bosque	40	4			40	40
Álamos	86	3	86			86
Apto mirador arboleda	57	2,3	48			48
Arbeláez	228	3,4	183	45		228
Arboleda	1747	2,3	555			555
Atalaya del tunjo	558	3	558			558
Brasilia	266	2				0
Buganvilleas	106	3	106			106
Cadiz	147	2				0
Cartagenita	1930	1				0
Centro	760	3	244	4		248
Cerezos	324	4		324		324
Chapinero	775	2,3	115	1		116
Chico I	563	1,2				0
Chico II	395	2				0
Chicuaza	92	2				0
Ciudadela Girasoles	1050	4		1050		1050
Condor Dos caminos	107	2				0
Condor Manablanca	40	2				0
Copihue	188	3,4	78	110		188
Daniel ortega	183	2,3	148			148
Diurba	87	4		87		87
Dos caminos	714	1,2				0
El Bosque	406	3	406			406
El cortijo de la morena	3	4		3		3
El diamante	12	3,4	8	4		12
El Edén	70	2				0
El llanito	172	3	172			172
El paraíso	185	2				0
El pesebre	82	1,2				0
El Portal	2	2				0
El prado	835	2				0
El Triangulo	74	1				0
El triunfo	10	3	10			10
Geranios	784	3	784			784
Gibraltar	208	3	208			208
Girardot	477	2				0
Jardín	409	1				0
Juan Pablo II	1526	2				0
Juan XXIII	132	2				0
La Campiña	27	3	27			27
La concepción	329	2				0
La convención	204	2				0
La esmeralda	226	4		226		226
La esperanza	36	2				0

La Florida	249	2				0
La Paz	263	1,2				0
La Pepita	212	2				0
La Recebera	77	1,3	1			1
La Rivera	55	2				0
La Riviera	91	2				0
Las Acacias	13	1				0
Las Lajas	306	2				0
Las Lomas	119	1				0
Las Mercedes	379	2				0
Las Palmas	132	1				0
Las Piedras	288	1,2,3	69			69
Las Quintas	419	2				0
Llano del tunjo	374	4		374		374
Los Laureles	104	3	104			104
Los llanitos	265	1				0
Los Molinos	532	2,3	479			479
Los Monarkas	369	2				0
Los olivos	122	3	122			122
Los Robles	20	4		20		20
Los Tulipanes	280	4		280		280
Manablanca sector II	762	1				0
Manablanca sector III	369	2				0
Manablanca sector IV	477	1				0
María Angélica	66	3	66			66
María Fernanda	5	2				0
María Paula Santa clara	35	2				0
María Paula Villas norte	93	2				0
María Paula	27	2				0
Mirador Manablanca	31	2				0
Nueva Holanda	199	2				0
Nuevo Copihue	61	3,4	85	52		137
Omnicentro	504	4	360	144		504
Parque Santa Helena (Berlín)	314	3	314			314
Pensilvania	166	3	166			166
Portal de María	310	1,2,3		1		1
Porvenir	135	3	135			135
Remanzo del Cacique	327	3	327			327
Rincón de Faca	288	2				0
San Agustín	98	3,4	90	8		98
San Antonio Bajo	266	1,2,4		1		1
San Antonio	432	1,2				0
San Benito	831	2				0
San Carlos	274	3,4	96	178		274
San Cristobal	350	2				0
San Geronimo	1	2				0
San José	89	3	89			89

San Pedro Claver	10	3	10			10
San Pedro	32	4		32		32
San Rafael Sector II	266	1,2				0
San Rafael Sector II	477	1,2				0
Santa Rosa	92	3,4	58	34		92
Santa Ana	1	1				0
Santa Clara	1	2				0
Santa Isabel	1031	2				0
Santa Rita	1887	1,2,3	306	12		318
Santo Domingo	137	2				0
Sauzalito	1	2				0
Siete de Agosto	170	1,2				0
Simón Bolívar	20	4	20			20
Tierra Linda	1	2				0
Tisquesusa	56	4		56		56
Vereda Corito	66	1,2,3	19			19
vereda Cuatro esquinas	220	1,2				0
Vereda el Corzo	12	1,2				0
Vereda la Selva	76	1,2,3	1			1
Vereda La tribuna	254	1,2,3,4	4	1		5
Vereda Los Manzanos	293	1,2,3,4	3	3		6
Vereda Mancilla	380	1,2				0
Vereda Moyano	466	1,2,3	1			1
Vereda Paso Ancho	156	1,2,3	1			1
Vereda El Prado	421	1,2,3	1			1
Vereda Pueblo Viejo	345	1,2				0
Vereda San Rafael	266	1,2,3,4	11	1		12
Vereda Tierra Grata	234	1,2,3	2			2
Vereda Tierra Morada	429	1,2				0
Versalles	75	3,4	64			64
Villa Alba	600	3	600			600
Villa Carlota	84	1				0
Villa Carolina	67	2				0
Villa Claudia	10	3	10			10
Villa del Prado	57	3	57			57
Villa Ferroviaria	41	3	41			41
Villa Ivonne	37	3	37			37
Villa Nueva	140	1,2,3,4	21	1		22
Villa Riviera	7	1,2				0
Villa Rosita	80	3	80			80
Villa Olímpica	182	2				0
Villas de Manjuí	598	2				0
Villa Sajonia	90	3,4	21	89		110
Zambrano	325	3	325			325
						38024
Número total de hogares						
Número total de hogares						38024

Número de hogares en veredas	3618
Número de hogares en zona urbana	34406
Número de hogares de la población objetivo	11113
Promedio de personas por hogar	3,54

**ANEXO B
ENCUESTA**

ENCUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA GUARDERÍA RECREATIVA CANINA EN FACATATIVÁ

Su opinión es muy importante para nosotros, agradecemos que haya tomado el tiempo para diligenciar ésta encuesta, solo le tomarán 5 minutos aproximadamente y está compuesta por 8 preguntas.

Estrato socioeconómico al cuál pertenece. Marque cn una X

- 3
- 4
- 5

1) ¿En su hogar tiene perro o tiene planes de tener alguno?

- SI
- No

Si su respuesta es No, por favor finalice la encuesta.

2) ¿Con quién deja o dejaría a su canino en los momentos que no puede cuidarlo usted o alguien de su hogar?

- Algún familiar
- Amigo
- Solo en casa o apto
- Guardería en el municipio
- Guardería fuera del municipio

3) ¿Qué tipo de establecimiento visita usted con mayor frecuencia para adquirir servicios caninos?

- De salud Canina
- De estética canina
- Hoteles y guarderías
- Ninguno

4) Ordene según la importancia que usted considere, los siguientes servicios para una guardería canina. Siendo 1 el de menor importancia y 6 el de mayor importancia.

- Revisión médica
- Juegos especiales Agility
- Piscina
- Paseos orientados
- Adiestramiento básico
- Hospedaje canino

5) ¿Qué opción preferiría en el momento de entregar a su mascota a una guardería canina?

- Ruta puerta a puerta
- Punto de encuentro estratégico
- Usted mismo lo llevaría

6) ¿ Con qué frecuencia llevaría a su canino a una guardería recreativa?

- Una vez por semana
- Dos veces por semana
- Tres veces por semana
- Pagaría mensualidad
- En ocasiones de fuerza mayor
- Nunca

7) ¿En qué ambiente le gustaría que estuviera su perro al cuidado de terceros?

- Campestre-Moderno
- En un predio urbano
- En un espacio natural
- Otro ¿Cuál?

8) ¿Estaría dispuesto a pagar por un servicio de guardería recreativa canina en Facatativá?

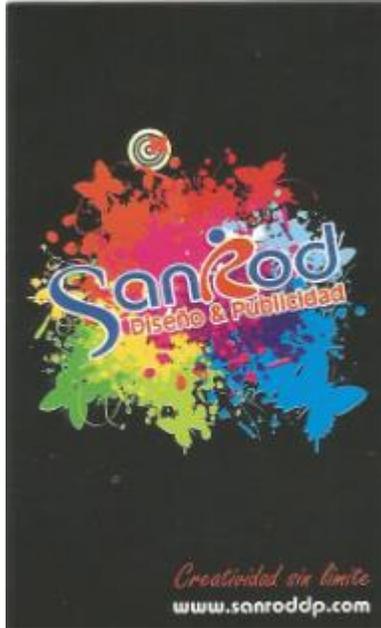
- Si
- No

9) Entre qué rango de precio estaría dispuesto a pagar por 12 horas de servicio que incluye guardería, recreación y valoración médica?

- \$30.000 - \$34.900
- \$35.000 - \$39.900
- \$40.000 - \$44.900
- \$45.000 - \$50.000

Gracias por su colaboración!

ANEXO C
COTIZACIÓN DE VOLANTES PARA PROMOCIÓN



1000 Volantes
1/2 cada
4x0
Propalcaté
\$ 95.000.
Sin Diseño.

Tel.: (571) 890 6084
Cel.: 310 8620686
311 8989471
Calle 8 No. 4R-27 Forotólvá Cund.
E-mail: creative@sanroddp.com / sanrod_dp@hotmail.com



GUARDERÍA CANINA
CAMPESTRE



EL LUGAR PERFECTO PARA TU MASCOTA

JUEGOS ESPECIALES AGILITY
(ARCOS, PASARELA, BALANCINES)

ADIESTRAMIENTO BÁSICO
PASEOS ORIENTADOS

REVISIÓN MÉDICA VETERINARIA

MAYOR INFORMACIÓN

LAURA DANIELA SALAS
CELULAR: 3178787292

VIVIANA RODRÍGUEZ PINEDA
CELULAR: 3222180419

Email: doggyplace@gmail.com

ANEXO D
VACUNAS OBLIGATORIAS Y PRECIOS PROMEDIO DE VACUNACIÓN

Fuente: Gabriel Garcia. Médico Veterinario. “Prevenir es vacunar”. [En línea]. [06 Octubre de 2016]. Disponible en: <
<http://www.4patas.com.co/perros/salud/articulo/esquema-de-vacunacion-para-perros-cachorros/4>

Edad	Vacuna
15-30 días	Tos de las perreras*
45-50 días	Parvovirus y moquillo canino (distemper).
60-65 días	Parvovirus, moquillo canino (distemper), coronavirus, hepatitis infecciosa canina, parainfluenza canina y leptospira
75-80 días	Revacunación: parvovirus, moquillo canino, coronavirus, hepatitis infecciosa canina, parainfluenza canina y leptospira.
100-120 días	Rabia
Anual	Revacunación: rabia, parvovirus, moquillo canino (distemper), coronavirus, hepatitis y leptospira

*Se recomienda para animales que van a convivir permanentemente con otros perros y que viven en climas fríos.

Precio	Vacuna
\$18.000 - \$30.000	Tos de las perreras
\$5.500 - \$30.000	Parvovirosis
\$8.000 - \$30.000	Triple canina*
\$10.100 - \$35.000	Pentavalente**
\$5.900 - \$20.000	Rabia

***Triple canina:** Moquillo canino (distemper), hepatitis infecciosa canina y leptospira.

****Pentavalente:** Moquillo canino (distemper), hepatitis infecciosa canina, leptospira, parainfluenza canina y parvovirosis.

ANEXO E
FICHAS TÉCNICAS DE LOS PAQUETES A OFRECER POR DOGGY PLACE

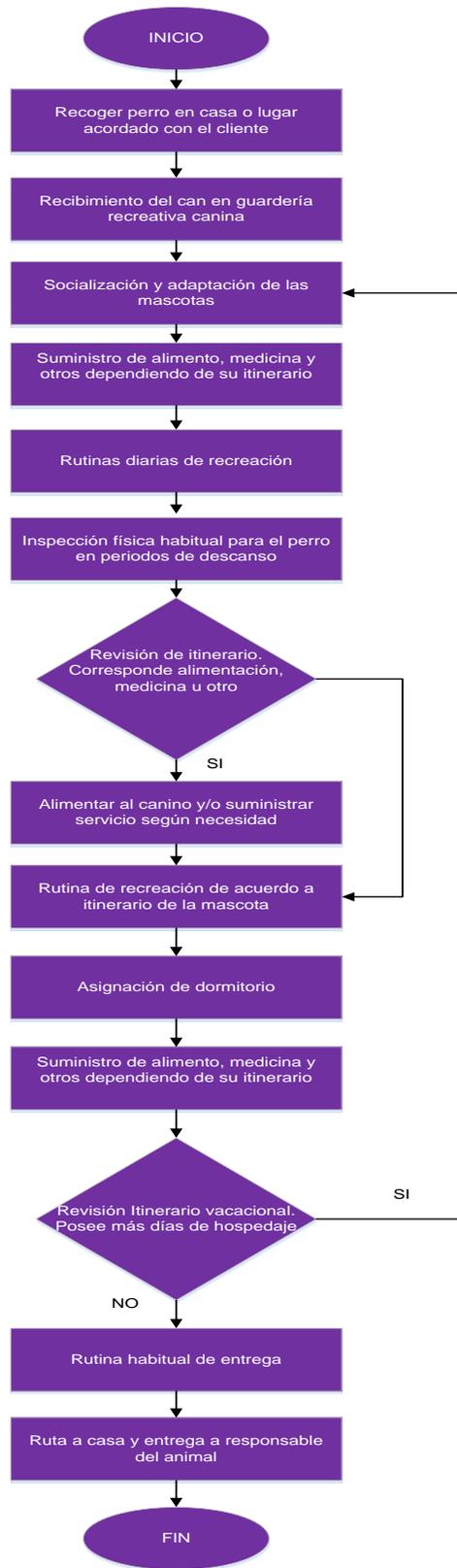
FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO		
Nombre del Paquete	DOGGY SCHOOL	
Imagen		
Descripción	"DOGGY SCHOOL" va dirigido para clientes que aman a sus mascotas y requieren además de recreación, cariño y diversión para sus perritos, educación básica y/o especializada a un muy buen costo.	
Especificaciones técnicas	Valoración Médica	Para el bienestar y salud de los caninos es necesario que se le realice una valoración médica, donde se certifique que el perro está en óptimas condiciones de salud para que pueda tener contacto con otros animales, y además detectar a tiempo cualquier problema.
	Guardería Recreativa	Servicio que se encarga del cuidado temporal de los perros mientras sus amos no pueden ocuparse de él. La recreación siempre será un servicio incluido en nuestra guardería, los juegos dirigidos, agility y paseos en horarios establecidos, hacen parte de nuestros servicios principales.
	Adiestramiento	Se le enseñará al perro comandos básicos y específicos según la preferencia de su amo. El servicio se realiza por personal altamente capacitado y con ardua experiencia para mejorar su comportamiento y obediencia a su amo. Si requiere de especialidades más avanzadas se realizará de acuerdo al tiempo disponible del adiestrador y las necesidades de la mascota.
	Ruta	La ruta de "Doggy Place" se encargará de recoger a él canino en la puerta de su casa y de igual forma devolverlo, de acuerdo a las necesidades y tiempos disponibles del cliente. En Facatativá no existe restricción, la ruta podrá acceder a todos los barrios y veredas del municipio.
	Baño	Una o dos veces al mes según las indicaciones del amo se le realizará un baño con agua tibia y mucho amor que incluye limpieza de oídos, secado de pelo y respectivo cepillado.

FICHA TECNICA DEL SERVICIO		
Nombre del Paquete	DOGGY VACATION	
Imagen		
Descripción	"DOGGY VACATION" va dirigido a aquellos clientes que necesitan el servicio esporádicamente. Doggy Place pensando en el bolsillo de éstos clientes maneja planes vacacionales para las mascotas, evitando caer en el pago por día que saldría mucho más costoso.	
Especificaciones técnicas	Valoración Médica	Para el bienestar y salud de los caninos durante la estadía y después de la misma, es necesario que se le realice una valoración médica, donde se certifique que el perro está en óptimas condiciones de salud para que pueda tener contacto con otros animales, y además detectar a tiempo cualquier problema. Dentro de los servicios médicos para Doggy Vacation se incluye la desparasitación periódica de acuerdo a la edad y estilo de vida del perrito.
	Guardería Recreativa	Para unas deliciosas vacaciones, el perro tendrá espacios de esparcimiento, recreación, socialización y paseos dirigidos a cargo de profesionales. Durante la estadía se garantizan espacios cómodos y aptos para dormir, descansar y alimentarse; todo para mantener la integridad del animal y la tranquilidad del cliente.
	Ruta	Aunque para Doggy Vacation la ruta no sería un servicio diario, se garantiza recoger y llevar al perrito en un medio de transporte apto el día que se desee y se tenga disponible en los horarios establecidos de ruta.
	Baño	Según las indicaciones del amo se le realizará un baño con agua tibia y mucho amor que incluye limpieza de oídos, secado de pelo y respectivo cepillado.

ANEXO F
DIGRAMAS DE FLUJO PARA LA PRESTACIÓN DEL PAQUETE DE SERVICIO
“DOGGY SCHOOL”



ANEXO G
DIGRAMAS DE FLUJO PARA LA PRESTACIÓN DEL PAQUETE DE SERVICIO
“DOGGY VACATION”



ANEXO H
COTIZACIÓN PARA LA ADECUACIÓN DEL TERRENO



Bogotá, 02 de noviembre de 2016

Señor(a):
 Viviana Rodriguez, Laura Salas
 Estudiantes ing industrial

COTIZACIÓN ARREGLO DE TERRENO Y ADECUACIÓN PARA ATENCIÓN A PERROS FACATATIVÁ.

Para el desarrollo de la propuesta se estipula un precio de \$17.502.650 Por concepto de levantamiento y adecuación de terreno para proyecto de perrera en Facatativá.
 Dentro de la propuesta económica, se estipula un anticipo del 40% para iniciar la elaboración de los planos , un 40% con la entrega de productos y un 20% por la aprobación por parte del contratante.

ACTIVIDAD GENERALES	PERIMETRO	UN	M2	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
DESCAPOTE			38.720	\$ 20,00	\$ 774.400,00
ARREGLO CERCA PERIMETRAL				\$ 300.000,00	\$ 300.000,00
CASA DEPENDIENTE					
ENCHAPE BALDOSA			24,05	\$ 21.000,00	\$ 505.050,00
PINTURA BLANCA EPOXICA	20,4			\$ 8.000,00	\$ 163.200,00
BAÑO INCLUYENDO ENCHAPE Y APARATOS SANITARIOS				\$ 1.500.000,00	\$ 1.500.000,00
CASA PRINCIPAL					
PINTURA BLANCA EPOXICA	195			\$ 8.000,00	\$ 1.560.000,00
CASA EN MADERA, DORMITORIO PERROS					
VALOR TOTAL INCLUYENDO MANO DE OBRA			1	\$ 7.000.000,00	\$ 7.000.000,00
OTROS					
DESECHOS ORGANICOS			1	\$ 700.000,00	\$ 700.000,00
MALLAS ESPACIOS PERROS			1	\$ 3.000.000,00	\$ 3.000.000,00
COCINA			1	\$ 2.000.000,00	\$ 2.000.000,00
				VALOR TOTAL	\$ \$17.502.650

DANIEL ESTEBAN RODRÍGUEZ PINEDA
 Arquitecto
 akzproyectos@gmail.com



**ANEXO I
COTIZACIONES**

Dotaciones Industriales

J M

Jorge Micón

NIT. 11 442 967-3 - RÉGIMEN SIMPLIFICADO
 OVEROLES - BOTAS - GUANTES - CASCOS - BATAS DRIL Y DACRÓN
 OVEROLES IMPERMEABLES - ARNETOS - REATAS Y CARETAS

FECHA
 12 09 16.

COTIZACIÓN
 Nº 3887

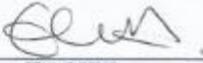
CARRERA 4 No. 4-66 - Tel: 892 0554 - Cel: 310 212 2391 - FACATATIVÁ

SEÑOR: LAURA DANIELA SALAS.

DIRECCIÓN: TEL:
 CIUDAD: NIT o C.C.:

CANT	DESCRIPCIÓN	VR. UNIT	VR. TOTAL
1	OVEROL DRIL T:42.		35.000
1	PAN BOTAS MARCA		25.000
1	PAN BOTAS VERDUS		26.000
1	ECOMA		7.000
1	PAN ESCUROS ZEBVOLA		55.000
1	PAN ESCUROS POLURETANO		8.000
1	PAN ESCUROS NITULO		8.000
1	DETERGIZACION PISO HUMEDO		25.000
1	SEÑAL PEQUEÑA		25.000
1	CAMILLA PLASTICA		170.000
1	PAN BOTAS MATERIAL SEVILLA P/A		48.000
1	PAN BOTAS BLANCOS D.E.		65.000
1	GUANTES GUECHO IND CL 35		95.000
1	TAPA BOCAS TELA BLANCO	SUBTOTAL \$	151.000
SON:		TOTAL \$	

SEÑOR: _____ FIRMA CLIENTE

SEÑOR:  FIRMA VENDEDOR

IMP. POR FAVOR RECONOZCA MARCA NIT. 19 242 032-9 TEL: FAX: 342 37 58

Bogotá D.C 10 de Septiembre de 2016

Señores

DOGGY PLACE SAS

Atn LAURA DANIELA SALAS

Tel: 3178787292

E-mail laurasalas94@hotmail.com

Ciudad Bogotá

Respetados Señores :

De acuerdo a su gentil solicitud, cotizamos para su estudio y aprobación de los siguientes productos:

REF	FOTO	ARTÍCULO	COTIZACION		
			CANTIDAD	VR UNIDAD SIN IVA	VR TOTAL CON IVA
DESCANSAPIES					
0986		DESCANSAPIES CON MOVIMIENTO 3 ALTURAS , con tapete antideslizante, en MDF u metal de 40x22x29 cms, 3 alturas, altura mínima 15 cms y máxima 22 cms color negro	1	64.700	75.052
1280		DESCANSAPIES ARCO METALMADERA Con tapete antideslizante, ángulo de inclinación de 0 a 32 grados sobre el plano horizontal, plataforma basculante medidad 46x37x18cms color gris	1	64.600	74.936
		DESCANSAPIES PLÁSTICO .Gris o negro, superficie antideslizante y basculante de 45*36cms. Ajuste para 0 y 30° con bloqueo. Altura de 10 y 13 cms	1	81.900	95.004
		DESCANSAPIES PLÁSTICO . Negro o Rojo, superficie basculante con tapete acolchado removible para su limpieza de 32*45cms. Color Rojo-Negro o Gris-Negro. Altura ajustable de 10, 12 y 15cms	1	69.400	80.504
0960		DESCANSAPIES con MOVIMIENTO Y MASAJEADOR 3 ALTURAS , Tapete antideslizante, en mdf de 47 x 22 x 33 cms,con 3 alturas, altura mínima 12 cms y máxima 22 cms Color negro- gris	1	80.800	93.728

0964		MESA PARA COMPUTADOR PORTATIL mdf y metal, con canales, a 5 alturas, medidas 32 x 19 x 26 cms altura mínima 9 cms máxima 19 cms color negra- necesita teclado y mouse adicional	1	44.600	51.736
966		MESA PARA COMPUTADOR PORTATIL mdf y metal, altura de 15 hasta 25 cms desde la superficie a la base del computador. Medidas 25 X32 x 31.5 cms color negra- necesita teclado y mouse adicional-equipo recomendado hasta 17"para personas hasta de 1.80cms	1	75.700	87.812
		SOPORTE PARA DOCUMENTOS SELECTA MDF 34X20X19.5CMS gancho en aluminio. ideal para solortar hojas cart, oficio y libros, previene lesiones de cuello por actividades de digitación al realizar continuas y repetidas flexiones e inclinaciones del cuello.	1	27.500	31.900
CPU Y COJIN					
1096		COJIN ERGONOMICO PARA ESPALDA- (En espuma de alta densidad, en forma de cuña con correa ajustable a diferentes alturas del espaldar-forro removible- color azul – O NEGRO	1	47.300	54.868
0976		SOPORTE PORTACPU en MDF graduable, con rodachines con freno color negro medidas 48 x 22.5 x 18 cms. tiempo de entrega 4 a 6 días hábiles	1	60.000	69.600
PAD Y APOYATECLADOS					
0997		PAD MOUSE CON GEL colores negro, gris, verde y azul oscuro	1	10.500	12.180
1053		PAD MOUSE PVC Y JERSEY color negro unicamente	1	11.100	12.876
1063		PAD MOUSE EN JERSEY color negro unicamente	1	16.500	19.140
1083		APOYAMUNECA TECLADO PLANO color negro	1	14.100	16.356
1073		APOYAMUNECA TECLADO JERSEY color negro	1	19.300	22.388

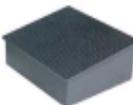
CONDICIONES COMERCIALES

Tiempo de entrega: De 2 a 4 hábiles días después de recibida la orden de compra y la consignación

Cantidades de 50 a 100 unidades entrega de 15 a 20 días hábiles

VENDEMOS DESDE UNA UNIDAD EN ADELANTE

Teléfonos:7504890 - 2509865 - 3138309921 / surtinovadistribuciones@gmail.com
www.surtinova.com BOGOTA -COLOMBIA

0957		DESCANSAPIES con MOVIMIENTO 8 ALTURAS Y MASAJEADOR- tapete antideslizante,mdf, medidas 47X31 X 40cms, con 8 alturas, altura mínima 23 cm ,máxima 31 cms color negro-gris	1	87.200	101.152
1222		DESCANSAPIES SENCILLO OVAL, mdf medidas 37 X 11 X 27cms, Tapete antideslizante, altura 11 cms, color negro	1	31.800	36.888
0958		DESCANSAPIES SENCILLO, en mdf, medidas 35x10x30cms, tapete antideslizante, altura 10 cm color gris	1	35.800	41.528
0987		DESCANSAPIES BALANCIN, mdf,tapete antideslizante medidas 41 x 18 x 33 cms altura mínima 8 cms máxima 18 cms,color negro.	1	53.800	62.408
MESAS PARA MONITOR Y PORTATIL					
1295		MESA GRADUABLE 5 ALTURAS, mdf medidas 53 X 10 X 22 cms altura mínima 10 cms máxima 16 cms color negro	1	56.800	65.888
1203		MESA GRADUABLE 5 ALTURAS, mdf medidas 34.5 X 10 X 22 cms altura mínima 10 cms máxima 16 cms color negro	1	47.000	54.520
1285		MESA Mini GRADUABLE 5 ALTURAS, mdf medidas 20 X 10 X 22 cms altura mínima 10 cms máxima 16 cms color negro	1	37.800	43.848
0962		MESA MULTIPLE GRADUABLE A 3 ALTURAS, mdf,medidas 36.5 x 14.5 x 26.5 cms plataforma de 30x26 cms, altura mínima 11 cms máxima 14.5 cms con bandeja- color negro	1	44.600	51.736
-80		BRAZO PARA PANTALLA SINGLE NEGRO. De 17 "-27".Peso max 6,5 kg 10x100cm distancia vertical de elevación 250 mm. Rotación: 360°.Giratorio 180° Ángulo de inclinación:+30 ° a -50 °. Color:negro.Chasis en Aluminio. Carcasa Plastico MAS MODELO	1	110.000	127.600
0963		MESA GRADUABLE A 3 ALTURA para PC - TODO EN UNO en madera-mdf-collrolled,aluminio- negra (se fabrica bajo medidas-tiempo de entrega 5 dias hábiles)	1	74.300	86.188

Forma de entrega :Entrega en Bogotá: valor flete es \$6.000+ iva, Pedido mayor de \$450.000 **asumimos flete**
Entregas a nivel nacional: La mercancía se envía con flete al cobro. Pedido mayor \$700.000 **asumimos flete**

Forma de Pago: consignación anticipada

DESCUENTOS POR CANTIDAD : *para pedidos mayores a 50 unidades de la misma referencia aplicar descuento del 2% a los precios arriba mencionados a excepcion de pad mouse impresos.*

Validez: **30 DÍAS**

Quedamos atentos a sus inquietudes,

Cordialmente,

Diana Patricia Rojas B
Representante

Teléfonos:7504890 - 2509865 - 3138309921 / surtinovadistribuciones@gmail.com
www.surtinova.com BOGOTA -COLOMBIA

INGENIERO INDUSTRIAL
FERNANDO AUGUSTO ROBAYO RAMIREZ
EXTINTORES
FUMIGACIÓN
 Lavado y desinfección de
 tanques para agua potable


DOMICILIOS

313 360 7488 - 312 591 7189
 si.controlext@gmail.com
 calle 13 N° 7 - 45 B. Santa Rita Facatativá

10/16/2015

Lunes a Sábado ~~7:30 am a 7:00 pm~~ ^{7:30 am a 12:30 m}
 Domingos y festivos ~~8:00 am a 12:30 m~~

Calidad color Fabricación Reservas

CORRIENTE	AMARILLO	Garaje	57.000
✓ ISO 9001	DORADO	Laboratorio	64.000
✓ ISO 9001	AZUL	Laboratorio	66.000
B	Camiller + 1/2	Carretera y/o Negocio	68.000
Bot + amuzo + ant			74.000
17	45.000	Meda	58.000
✓ 27		Baja	37.000
OTROS		OTROS	47.000
			Kit H. usps

Sofá Esquinero ESPUMADOS Singapur Jazz Negro



★★★★★ Escribe una opinión

Código: 7707076600761



Espuma de alta densidad

Estructura interna en madera

Patas metálicas

Tela jazz tipo cuero

✓ En existencia*



Compra Online

Precio Normal \$-899.900

Hoy \$ 809.910

Cantidad: 1 ▼

Compra ya



ENVÍO GRATIS



Pago Seguro



Cambios sin problemas

Fuente: <http://www.alkosto.com/sofa-esquinero-espumados-singapur-jazz-negro>
(Consultado 12 Octubre de 2016)

TV 32" 80cm LED SONY 32R327C HD



★★★★★ 1 Opinión

Código: 4548736015326

Pulgadas:32
Medida Diagonal:80cm
Sintonizador Digital DVB-T2
Resolución:HD
Contraste:mas de 1.000
Entradas:2 HDMI, 1 USB
Velocidad Respuesta:60

✓ En existencia*



Ver disponibilidad en Tienda

Compra Online

Precio Normal \$-949.000

Hoy \$ 799.000

Cantidad: 1 ▼

Compra ya



ENVÍO GRATIS



Pago Seguro



Cambios sin problemas

Fuente: <http://www.alkosto.com/tv-32-80cm-led-sony-32r327c-hd>. (Consultado 12 Octubre de 2016)



Mesa Centro MODUART

REF:35009-04 PLU:217815

\$119.900

Vendido por: Exito
Calcular costos de envío

1 und.

Añadir

Fuente: <http://www.exito.com/products/0002517975674312/Mesa+Centro?nocity>.
(Consultado 12 Octubre de 2016)



Precio corresponde a la ubicación de **CUNDINAMARCA**
El precio puede cambiar al modificar la zona de envío o retiro.

\$ 59.900 .
Acumulas: 59 CMR Puntos

Cantidad **Agregar al carro**

Calcula el valor de tu cuota CMR

N° de cuotas	Valor de la cuota
<input type="text" value="1"/>	\$ 59.900

MÉTODOS DE ENVÍO Y RETIRO

- Envío a domicilio
- Retira tu compra en tienda
- Disponibilidad en tiendas

Fuente: <http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/277475/Florero-Mesa/277475>. (Consultado 12 Octubre de 2016)



Precio corresponde a la ubicación de **CUNDINAMARCA**
El precio puede cambiar al modificar la zona de envío o retiro.

\$ 16.900 .
Acumulas: 16 CMR Puntos

Cantidad **Agregar al carro**

Calcula el valor de tu cuota CMR

N° de cuotas	Valor de la cuota
<input type="text" value="1"/>	\$ 16.900

MÉTODOS DE ENVÍO Y RETIRO

- Envío a domicilio
- Retira tu compra en tienda
- Disponibilidad en tiendas

Fuente: <http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/155036/Flor-campana-,-rojo-amarillo/155036>. (Consultado 12 Octubre de 2016).



Precio corresponde a la ubicación de **CUNDINAMARCA**
El precio puede cambiar al modificar la zona de envío o retiro.

\$ 59.900 .
Acumulas: 59 CMR Puntos

Cantidad: Agregar al carro Agregar a mi lista

Calcula el valor de tu cuota CMR

N° de cuotas	Valor de la cuota
<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="\$ 59.900"/>

MÉTODOS DE ENVÍO Y RETIRO

- Envío a domicilio No disponible
- Retira tu compra en tienda Ver opciones
- Disponibilidad en tiendas Ver disponibilidad

Fuente: <http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/268430/Caneca-Pedal-20-Lt+-Caneca-Pedal-12-Lt/268430>. (Consultado 12 Octubre de 2016).

Silla de Oficina K-LINE Negra 8006



★★★★☆ Opinión

Código: 7701023750233

- Silla de oficina con reposabrazos. .
- Material: Tela, Madera, Espuma, Plástico y Metal.
- Peso que soporta: 80 Kg.
- Alto de la silla: 82 cm (Expandible hasta 94 cm).

✓ En existencia*

Ver disponibilidad en Tienda



Compra Online

\$ 119.900

Cantidad: Compra ya

ENVÍO GRATIS

Pago Seguro | Cambios sin problemas

Fuente: <http://www.alkosto.com/silla-de-oficina-office-mart-negra-8006>. (Consultado 12 de Octubre de 2016).



Computador All in One HP 205 G2 Negro

HP
REF:AIOHP205G2 PLU:AIOHP205G2

\$869.900

Antes: \$1.000.000

Vendido Por: TIENDA TECNOLÓGICA DE COLOMBIA
Tiempo de entrega: **de 3 a 5 días hábiles**

1 und.

Añadir

Fuente: <http://www.exito.com/products/MP00950000000004/Computador+All+in+One+HP+205+G2+Negro?nocity>. (Consultado 12 de Octubre de 2016).

Impresora Multifuncional HP Ultra 2529



★★★★★ 2 Opiniones

Código: 889296517955

- Función: Imprime - Copia - Escanea
- Velocidad de Impresión - copia: 19ppm Negro - 15ppm Color
- Resolución impresión: 4800 x 1200 dpi
- Resolución escaner: 1200 x 1200 ppp
- Conectividad: USB

✓ En existencia*

Compra Online

Precio Normal ~~\$ 529.000~~

Hoy \$ 359.000

Cantidad: 1 **Compra ya**

ENVÍO GRATIS

Pago Seguro Cambios sin problemas

Fuente: <http://www.alkosto.com/multifuncional-hp-ultra-2529>. (Consultado 12 de Octubre de 2016).

Teléfono inalámbrico MOTOROLA M 400 Negro



★★★★★ Escribe una opinión

Código: 183420003049

Motorola M400B
 Tecnología: DECT 6.0
 Sistema contestador: NO
 Identificador de llamada: NO
 Líneas: 1
 Altavoz: NO
 Otros: 10 Números Marcado rapido

✓ En existencia*

Ver disponibilidad en Tienda

Compra Online

\$ 89.900

Cantidad: 1 **Compra ya**

ENVÍO GRATIS

Pago Seguro Cambios sin problemas

Fuente: <http://www.alkosto.com/telefono-inalambrico-motorola-m-400-negro>. (Consultado 12 de Octubre de 2016).

Celular HUAWEI Y520D Blanco



☆☆☆☆☆ Escribe una opinión

Código: 6901443036547

Pantalla: 4,5 / 480x854

Cámara: 5MP FF WF/0.3MP FF

Procesador: Dual Core 1.3 GHz Cortex A7

Sistema Operativo: Android 4.4

Memoria Interna: ROM: 4GB / RAM: 512MB

RED: 3G / 2G



Compra Online

Precio Normal \$309.900

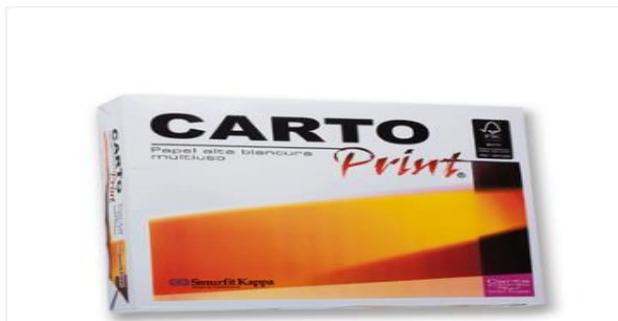
Hoy \$ 199.900

Cantidad: 1

Compra ya



Fuente: <http://www.alkosto.com/celular-huawei-ascend-y520d-blanco>. (Consultado 12 Octubre de 2016).



Resma carta 500 hojas 75 grm

CARTOPRINT

Presentación: U PLU:706675

\$10.500

Vendido Por: Éxito
Tiempo de entrega

1 und.

Añadir

Fuente: <http://www.exito.com/products/0000387949405330/Resma+carta+500+hojas+75+grm?nocity> (Consultado 12 octubre de 2016)



Escritorio

MADERKIT

REF:00896ESWR PLU:602776

\$85.195

Antes: \$154.900

Vendido por: Éxito
Calcular costos de envío

1 und.

Añadir



Fuente: <http://www.exito.com/products/0002589155695762/Escritorio?nocity> (Consultado 12 octubre de 2016)



**Silla Auxiliar
FINLANDEK**

REF:YMG-9107 PLU:787227

\$119.925

Antes: \$159.900



Vendido por: **Exito**
[Calcular costos de envío](#)

1 und.

Añadir

Fuente: <http://www.exito.com/products/0002157905561507/Silla+Auxiliar?nocity>
 (Consultado 12 octubre de 2016)



Precio corresponde a la ubicación de **CUNDINAMARCA**
 El precio puede cambiar al modificar la zona de envío o retiro.

\$ 44.900

Acumulas: 44 CMR Puntos

Cantidad

1

Agregar al carro

[Agregar a mi lista](#)

Calcula el valor de tu cuota CMR

Nº de cuotas

1

Valor de la cuota

\$ 44.900

MÉTODOS DE ENVÍO Y RETIRO

- Envío a domicilio [Ver opciones](#)
- Retira tu compra en tienda [Ver opciones](#)
- Disponibilidad en tiendas No disponible

Fuente: <http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/100584/Set-de-oficina-5-piezas/100584> (Consultado 12 octubre de 2016)



Precio corresponde a la ubicación de **CUNDINAMARCA**
 El precio puede cambiar al modificar la zona de envío o retiro.

\$ 539.900 UND

Acumulas: 539 CMR Puntos

Cantidad

1

Agregar al carro

[Agregar a mi lista](#)

Calcula el valor de tu cuota CMR

Nº de cuotas

1

Valor de la cuota

\$ 539.900

MÉTODOS DE ENVÍO Y RETIRO

- Envío a domicilio [Ver opciones](#)
- Retira tu compra en tienda No disponible
- Disponibilidad en tiendas No disponible

Fuente: <http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/215091/Archivador-metalico-4-Gavetas-136x47x60-cm-Gris/215091>. (Consultado 12 Octubre de 2016).



Cafetera 10 12 Tazas Negra SIMPLY

REF:SC120 PLU:377219

\$49.900

Antes: \$59.500



Vendido Por: Éxito
Tiempo de entrega

1 und.

Añadir

Fuente:<http://www.exito.com/products/0002037540523344/Cafetera+10+12+Tazas+Negra?nocity> (Consultado 12 octubre de 2016)



Horno Microondas 0.7 Pc Blanco SIMPLY

REF:SM071W PLU:114562

\$152.900

Vendido por: Exito
Calcular costos de envío

1 und.

Añadir

Fuente:<http://www.exito.com/products/0000702915975615/Horno+Microondas+0.7+Pc+Blanco?nocity>



Precio corresponde a la ubicación de
CUNDINAMARCA
El precio puede cambiar al modificar la zona de
envío o retiro.

\$ 39.900 .

Acumulas: 39 CMR Puntos

Cantidad 1 **Agregar al carro** Agregar a mi lista

Calcula el valor de tu cuota CMR

Nº de cuotas	Valor de la cuota
1	\$ 39.900

Fuente:<http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/187458/Bandeja-bambu-cuadrada-23-x-10-cm/187458>. (Consultado 12 Octubre de 2016).



\$ 89.900 UND
Acumulas: 89 CMR Puntos

Cantidad: 1 [Agregar al carro](#) [Agregar a mi lista](#)

Calcula el valor de tu cuota CMR

N° de cuotas	Valor de la cuota
1	\$ 89.900

MÉTODOS DE ENVÍO Y RETIRO

- [Envío a domicilio](#) [Ver opciones](#)

Fuente: <http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/287541/Vajilla-Redondatto-de-20-Piezas-4-Puestos/28754>. (Consultado 12 Octubre de 2016).



CONDICIONAMARCA
El precio puede cambiar al modificar la zona de envío o retiro.

\$ 33.900
Acumulas: 33 CMR Puntos

Cantidad: 1 [Agregar al carro](#) [Agregar a mi lista](#)

Calcula el valor de tu cuota CMR

N° de cuotas	Valor de la cuota
1	\$ 33.900

MÉTODOS DE ENVÍO Y RETIRO

- [Envío a domicilio](#) [Ver opciones](#)
- [Retira tu compra en tienda](#) [Ver opciones](#)
- [Disponibilidad en tiendas](#) [Ver disponibilidad](#)

Fuente: <http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/189688/Caneca-Pedal-20-Lt/189688>. (Consultado 12 de Octubre de 2016).

Nuevo



Estufa Haceb Mesa AR- V GAS EE GN NE
HACEB
REF: MesaAR-VGASEEGNNE PLU:170165

\$245.900
Antes: \$260.000

Vendido Por: InvMep
Tiempo de entrega: de 3 a 5 días hábiles

1 und. [Añadir](#)

Fuente: <http://www.exito.com/products/MP02540000000016/Estufa+Haceb++Mesa+AR++V+GAS+EE+GN+NE?nocity>. (Consultado 12 Octubre de 2016)



Base Cama Sencillo 90x190
COLCHONES JUBILO

REF: PLU:BACA90X190

\$260.000

Antes: \$413.000

Vendido Por: Colchones Júbilo
Tiempo de entrega: de 6 a 10 días hábiles

1 und.

 **Añadir**

Fuente: <http://www.exito.com/products/MP0100000000033/Base+Cama+Sencillo+90x190?nocity> (Consultado 12 Octubre de 2016)



Colchon Paraíso Nassau Sencillo 90*190 STD
COLCHONES PARAISO

REF: PLU:ColNas90*190Std

\$302.000

Antes: \$822.000

Vendido Por: Colchones Paraíso
Tiempo de entrega: de 8 a 12 días hábiles

1 und.

 **Añadir**

Fuente: http://www.exito.com/products/MP00780000000001/Colchon+Para%C3%A1so+Nassau+Sencillo+90*190+STD?nocity (Consultado 12 Octubre de 2016)



\$ 600.000

 36 cuotas de **\$ 16.667** con 
VISA  
Más opciones

 Entrega a acordar con el vendedor
Santa Fe, Bogotá D.C.
[Consultar costos](#)

¡Único disponible!

Comprar



Fuente: <http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-427335744-bascula-balanza-para-pesar-caninos- JM> (Consultado 12 octubre de 2016).



CUNDINAMARCA
El precio puede cambiar al modificar la zona de envío o retiro.

\$ 263.900 .

Acumulas: 263 CMR Puntos

Cantidad

Calcula el valor de tu cuota CMR

Nº de cuotas	Valor de la cuota
<input type="text" value="1"/>	\$ 263.900

MÉTODOS DE ENVÍO Y RETIRO

- Envío a domicilio Ver opciones
- Retira tu compra en tienda Ver opciones

Fuente: <http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/242432/Punto-Ecologico-3-Puntos-No-Reciclable,-Papel-Carton,-Plastico-10-Lt/242432>. (Consultado 12 Octubre de 2016).



\$ 22.900 UND

Acumulas: 22 CMR Puntos

Cantidad

Calcula el valor de tu cuota CMR

Nº de cuotas	Valor de la cuota
<input type="text" value="1"/>	\$ 22.900

MÉTODOS DE ENVÍO Y RETIRO

Fuente: <http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/182978/Comedero-Acero-Inoxidable-Basico-30-cm/182978>. (Consultado 12 de Octubre de 2016).



Precio corresponde a la ubicación de **CUNDINAMARCA**. El precio puede cambiar al modificar la zona de envío o retiro.

\$ 79.900 UND

Acumulas: 79 CMR Puntos

Cantidad

Calcula el valor de tu cuota CMR

Nº de cuotas	Valor de la cuota
<input type="text" value="1"/>	\$ 79.900

MÉTODOS DE ENVÍO Y RETIRO

- Envío a domicilio Ver opciones
- Retira tu compra en tienda Ver opciones
- Disponibilidad en tiendas No disponible

Fuente: <http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/164479/Cama-Super-Economica-Grande-60x40x15-cm/164479>. (Consultado 12 de Octubre de 2016).



\$ 1.810.900 UND

Acumulas: 1.810 CMR Puntos

Cantidad

1

Agregar al carro

Agregar a mi lista

Calcula el valor de tu cuota CMR

N° de cuotas

1

Valor de la cuota

\$ 1.810.900

MÉTODOS DE ENVÍO Y RETIRO

Fuente: <http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/295190/Podadora-De-Altura-Echo-Ppt-266.-Profesional/295190>. (Consultado 12 Octubre de 2016).



El precio puede cambiar al modificar la zona de envío o retiro.

\$ 749.900 UND

Acumulas: 749 CMR Puntos

Cantidad

1

Agregar al carro

Agregar a mi lista

Calcula el valor de tu cuota CMR

N° de cuotas

1

Valor de la cuota

\$ 749.900

MÉTODOS DE ENVÍO Y RETIRO

Envío a domicilio

Ver opciones

Retira tu compra en tienda

No disponible

Disponibilidad en tiendas

No disponible

Fuente: <http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/215202/Locker-Metalico-16-Puestos-200x123x30-cm-Gris-Azul/215202>. (Consultado 12 Octubre de 2016)



\$ 36.900 UND

Acumulas: 36 CMR Puntos

Cantidad

1

Agregar al carro

Agregar a mi lista

Calcula el valor de tu cuota CMR

N° de cuotas

1

Valor de la cuota

\$ 36.900

Fuente: <http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/226411/Recogedor-Plastico-Grande/226411>. (Consultado 12 de Octubre de 2016)



Precio corresponde a la ubicación de **CUNDINAMARCA**
El precio puede cambiar al modificar la zona de envío o retiro.

 **\$ 9.900 .**

Acumulas: 9 CMR Puntos

Cantidad
1

Agregar al carro 

Agregar a mi lista

Calcula el valor de tu cuota CMR

N° de cuotas

Valor de la cuota

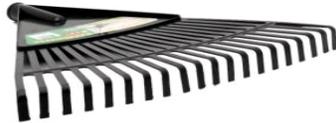
1

\$ 9.900

MÉTODOS DE ENVÍO Y RETIRO

-  Envío a domicilio Ver opciones
-  Retira tu compra en tienda Ver opciones
-  Disponibilidad en tiendas Ver disponibilidad

Fuente: <http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/13151/Recogedor-De-Piso-No.2-Largo-Con-Perfil/13151>. (Consultado 12 de Octubre de 2016)



 **\$ 11.900 .**

Acumulas: 11 CMR Puntos

Cantidad
1

Agregar al carro 

Agregar a mi lista

Calcula el valor de tu cuota CMR

N° de cuotas

Valor de la cuota

1

\$ 11.900

Fuente: <http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/27966/Escoba-20-dientes-17-pulgadas-sin-mango/27966>. (Consultado 12 de Octubre de 2016)



Escoba Suave C Meta
EXITO MARCA PROPIA

Presentación: U PLU: 513639

\$10.550

Vendido Por: Exito
Tiempo de entrega

1  und.

Añadir 

Fuente: <http://www.exito.com/products/0001744233392620/Escoba+Suave+C+Meta> (Consultado 12 octubre de 2016)



\$ 9.200 .

Acumulas: 9 CMR Puntos

Cantidad

1

Agregar al carro

Agregar a mi lista

Calcula el valor de tu cuota CMR

Nº de cuotas

1

Valor de la cuota

\$ 9.200

MÉTODOS DE ENVÍO Y RETIRO

Envío a domicilio

Ver opciones

Retira tu compra en tienda

Ver opciones

Disponibilidad en tiendas

Ver disponibilidad

Fuente: <http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/239239/Trapero-Copa-Ecologico-320-gr-Cabo-Madera/239239>. (Consultado 12 de Octubre de 2016)



Bola Cuerda Fcente 34961

\$10.100

+ AGREGAR

Fuente: <https://merqueo.com/bogota/domicilios-agrocampo/perros/juguetes/bola-cuerda-fcente-34961>. (Consultado 12 de Octubre de 2016).



Juguete Mini Aro Latex 8 Cm 35612

\$10.400

+ AGREGAR

Fuente: <https://merqueo.com/bogota/domicilios-agrocampo/perros/juguetes/juguete-mini-aro-latex-8-cm-35612>. (Consultado 12 de Octubre de 2016).



Juguete Frisbee Pupp Kong Kp15

\$36.981

+ AGREGAR

Fuente: <https://merqueo.com/bogota/domiciliosagrocampo/perros/juguetes/juguete-frisbee-pupp-kong-kp15>. (Consultado 12 de Octubre de 2016).



 **\$ 14.900** UND
Acumulas: 14 CMR Puntos

Cantidad

1

Agregar al carro 

Agregar a mi lista

Calcula el valor de tu cuota CMR

N° de cuotas

1

Valor de la cuota

\$ 14.900

Fuente: <http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/227802/Trailla-Lujo-Estampado-1-2-Hebilla-Plastica-100-cm/227802>. (Consultado 12 de Octubre de 2016).



 **\$ 10.900** UND
Acumulas: 10 CMR Puntos

Cantidad

1

Agregar al carro 

Agregar a mi lista

Calcula el valor de tu cuota CMR

N° de cuotas

1

Valor de la cuota

\$ 10.900

Fuente: <http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/26037/Trailla-Collar-Ahogo-Cordon-Delgado-Estandar/26037>. (Consultado 12 de Octubre de 2016).

Túnel Colapsado ★ ★ ★ ★ ★



\$ 460,000 Pesos

Category: Articulos De Agility



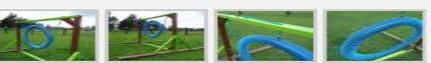
Fuente: http://luckydogshotel.com/venta-de-articulos-de-agility/?s_p_c_t=1342&ident=1&product_id=10&page_num_0_1=1&back=1 (Consultado 12 octubre de 2016)

LJanta ★ ★ ★ ★ ★



\$ 455,000 Pesos

Category: Articulos De Agility



Fuente: http://luckydogshotel.com/venta-de-articulos-de-agility/?s_p_c_t=1342&ident=1&product_id=8&page_num_0_1=1&back=1 (Consultado 12 octubre de 2016)

Slalom ★ ★ ★ ★ ★



\$ 355,000 pesos

Category: Articulos De Agility

Fuente: http://luckydogshotel.com/venta-de-articulos-de-agility/?s_p_c_t=1342&ident=1&product_id=9&page_num_0_1=1&back=1 (Consultado 12 octubre de 2016)

Salto ★★★★★



\$ 150,000 pesos

Category: Artículos De Agility



Fuente: http://luckydogshotel.com/venta-de-articulos-de-agility/?s_p_c_t=1342&ident=1&product_id=7&page_num_0_1=1&back=1
(Consultado 12 octubre de 2016)

Salto Largo ★★★★★



\$ 280,000 Pesos

Category: Artículos De Agility



Fuente: http://luckydogshotel.com/venta-de-articulos-de-agility/?s_p_c_t=1342&ident=1&product_id=6&page_num_0_1=1&back=1
(Consultado 12 octubre de 2016)

Tunel Rígido ★★★★★



\$ 360,000 pesos

Category: Artículos De Agility



Fuente: http://luckydogshotel.com/venta-de-articulos-de-agility/?s_p_c_t=1342&ident=1&product_id=5&page_num_0_1=1&back=1
(Consultado 12 octubre de 2016).

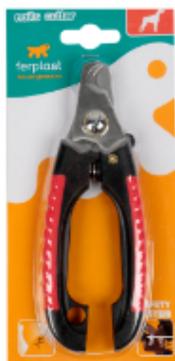


Cepillo Plastico Suave 10X17 Cm 24132

\$20.400

+ AGREGAR

Fuente: <https://merqueo.com/bogota/domicilios-agrocampo/perros/higiene-y-belleza/cepillo-plastico-suave-10x17-cm-24132> (Consultado 12 octubre de 2016)



Corta Uñas Gro 5987 85987899

\$23.723

+ AGREGAR

Fuente: <https://merqueo.com/bogota/domicilios-agrocampo/perros/salud-y-cuidado/corta-unas-gro-5987-85987899> (Consultado 12 octubre de 2016)



Happy Tails Pollo y Espinaca x 180 gramos

180 gramos

\$14.000

+ AGREGAR

Fuente: <https://merqueo.com/bogota/domicilios-agrocampo/perros/snacks/happy-tails-pollo-y-espinaca-verde-x-180-gramos> (Consultado 12 octubre de 2016)



Pito Metalico Perro 2258

\$5.400

+ AGREGAR

Fuente: <https://merqueo.com/bogota/domicilios-agrocampo/perros/ropa-y-accesorios/pito-metalico-perro-2258> (Consultado 12 octubre de 2016)



Entrenador Soft Clicker 2298

\$10.700

+ AGREGAR

Fuente: <https://merqueo.com/bogota/domicilios-agrocampo/perros/ropa-y-accesorios/entrenador-soft-clicker-2298> (Consultado 12 octubre de 2016)



Shampoo Keraclean 240ml Gratis Peine Plastico Antipulgas

2 unid

\$34.200

+ AGREGAR

Fuente: <https://merqueo.com/bogota/domicilios-agrocampo/perros/higiene-y-belleza/shampoo-keraclean-240ml-gratis-peine-plastico-antipulgas> (Consultado 12 octubre de 2016)



Colonia Splash 240ml Gratis Guante Masaje Pelo

2 unid

\$28.500

+ AGREGAR

Fuente: <https://merqueo.com/bogota/domicilios-agrocampo/perros/higiene-y-belleza/colonia-splash-240ml-gratis-guante-masaje-pelo> (Consultado 12 octubre de 2016)

Soplador Peluqueria Canina Aeolus Cyclone

5 vendidos



\$ 575.000

36 cuotas de \$ 15.972 con 
VISA   
Más opciones

 Envío gratis a todo el país por Mercado Envíos
Conoce los tiempos y las formas de envío.
[Calcular cuándo llega](#)

Cantidad:

- 1 +

Comprar



 Compra 100% protegida por el Programa de Protección al Comprador.

Fuente: <http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-427033224-soplador-peluqueria-canina-aeolus-cyclone- JM> (Consultado 12 Octubre de 2016)

Manguera para Riego 16 mm x 100mt Riegoteo

42 Unidades disponibles
SKU:267447   



Precio corresponde a la ubicación de CUNDINAMARCA
El precio puede cambiar al modificar la zona de envío o retiro.

\$ 58.900 UND
Acumulas: 58 CMR Puntos

Cantidad

1

Agregar al carro 

Agregar a mi lista

Calcula el valor de tu cuota CMR

N° de cuotas

1

Valor de la cuota

\$ 58.900

MÉTODOS DE ENVÍO Y RETIRO

 Envío a domicilio

[Ver opciones](#)

 Retira tu compra en tienda

[Ver opciones](#)

 Disponibilidad en tiendas

[Ver disponibilidad](#)

Fuente: <http://www.homecenter.com.co/homecenterco/product/267447/Manguera-para-Riego-16-mm-x-100mt/267447> (Consultado 12 octubre de 2016)

Pistola plástica ergonómica 7 salidas Ergo

89 Unidades disponibles

SKU:156986   



Precio corresponde a la ubicación de CUNDINAMARCA. El precio puede cambiar al modificar la zona de envío o retiro.

\$ **12.900**

Acumulas: 12 CMR Puntos

Cantidad

1

Agregar al carro

Agregar a mi lista

Calcula el valor de tu cuota CMR

N° de cuotas

1

Valor de la cuota

\$ 12.900

MÉTODOS DE ENVÍO Y RETIRO

 Envío a domicilio

[Ver opciones](#)

 Retira tu compra en tienda

[Ver opciones](#)

 Disponibilidad en tiendas

[Ver disponibilidad](#)

Fuente: <http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/156986/Pistola-plastica-ergonomica-7-salidas/156986> (Consultado 12 Octubre de 2016)



SZ-RR
VERSION 2.0

Modelo 2017

\$5.500.000 / IVA incluido

Precio con Tarjeta de Crédito Yamaha*

\$5.390.000/ IVA incluido

Fuente: <http://www.incolmotos-yamaha.com.co/site/productos/motos/urbanas-trabajo-y-deportivas/szrr> (Consultado 12 octubre de 2016)

AMBAR BOUTIQUE DE...
NIT: 1070953458-4
CARRE 5 # 4 -44 FACATATIVA...
Telefono :8924554

COTIZACION 163

Fecha : 13-Oct-2016
Señor(es) : OCASIONAL
NR : 1
Ciudad : ANSERMA
Teléfono : 55555555
Dirección :

Descripcion	Cantidad	Valor Total
CAMA FORTE GRANDE	1,000	\$105,000
CAMA FORTE GRANDE	1,000	\$105,000
Subtotal :		\$210,000
Total Descuentos :		\$0
Total Iva :		\$0
TOTAL		\$210,000

Impreso el: 13 Oct 2016 Hora: 11:29:00

Remolques & Remolques

COTIZACION No. 1528

DAGOBERTO FALLA RODRIGUEZ
 NIT:79.838.649-4 REG. SIMPLIFICADO
 AV 68 No 28-15 SUR
 DE NORTE A SUR SOBRE LA AV 68 PASANDO MEDIA CUADRA LA PRIMERA DE MAYO
 CEL 311 2482532
 BOGOTA

SEÑORES:
 LAURA SALAS

Fecha: 19/10/2015
Autorizado por:
Transporte:
A la atención de:
Enviar el:

DESCRIPCIÓN	PRECIO
<p>AREA DE TRABAJO: 100 CM DE ANCHO X 1.50 MTS DE LARGO x 1.00 DE ALTO</p> <p>SISTEMA DE AMORTIGUACION: HOJA DE RESORTE REFORZADA.</p> <p>RANGO PESO MAXIMO: 300KG</p> <p>EJE PRINCIPAL: ACERO 1020 DE 1 PULGADA</p> <p>RUEDAS: RIN 8 PARA VELOCIDAD</p> <p>LUCES PRINCIPALES DE SEÑALIZACION REGLAMENTARIAS.</p> <p>MATERIALES:</p> <p>PARA ESTE TIPO DE REMOLQUE SE UTILIZARA PERFIL RECTANGULAR CALIBRE 14</p> <p>LAMINA GALVANIZADA CAL 18</p> <p>CABLEADO CALIBRE 18 CON STOP CON TODAS SUS FUNCIONES: STOP,DIRECCIONALES,ESTACIONARIAS.</p> <p>ESTRUCTURA METALICA EN TUBO CUADRADO DE 40X40 CAL.18</p> <p>SUSPENSION EN MUELLE</p> <p>ALTURA DEL PISO A LA PLANCHA O AL AREA DE TRABAJO DE .50 CM ESTA MEDIDA ES LA RECOMENDADA PARA QUE EL REMOLQUE TENGA MUY BUENA ESTABILIDAD YA QUE SE UTILIZARA PARA CARGAR ARTICULOS DE PESO Y VOLUMEN.</p> <p>CONSIGNACIONES A LA CUENTA DAVIVIENDA AHORROS A NOMBRE DE LA SRA LILIANA MORENO CUENTA No 004270142888 NUMERO DE CEDULA 39673085</p>	
<p>TIEMPO DE ENTREGA 10 DIAS HABILES</p> <p>SE INICIA EL TRABAJO CON EL 50% Y EL 50% RESTANTE A LA ENTREGA Y SATISFACCION DEL CLIENTE</p> <p>UN AÑO DE GARANTIA Y TRES MESES DE MANTENIMIENTO SIN COSTO ALGUNO.</p>	<p>Subtotal \$ 1.800.000,00</p> <p>Impuesto ventas \$ -</p> <p>Total \$ 1.800.000,00</p>

VENDEDOR _____ Fecha 09/05/2012

LA PRESENTE COTIZACION TIENE VALIDES DE 30 DIAS A PARTIR DE LA FECHA DE LA MISMA.

ANEXO J
MODELO MULTICRITERIO PARA SELECCIÓN DE PROVEEDORES

FUMIGACIÓN

- ✓ Matriz absoluta

FUMIGACIÓN				
	Criterio 1	Criterio 2	Criterio 3	Criterio 4
Camila	2	2	2	1
SEINCOF	1	2	2	2
Jaramillo	1	3	2	2

- ✓ Modelo objetivo (So) para empresa de fumigación

Ci	Criterio 1	Criterio 2	Criterio 3	Criterio 4	Total
Ej	-0,86135	-3,77052	-2,58406	-1,72271	
Dj	1,861353	4,770525	3,584059	2,722706	12,93864
So	0,14	0,37	0,28	0,21	

- ✓ Modelo subjetivo (Sb) para empresa de fumigación (Matriz de Fuller)

	Criterio 1	Criterio 2	Criterio 3	Criterio 4
Criterio 1	1	1	1	1
Criterio 2	0	1	1	1
Criterio 3	0	0	1	1
Criterio 4	0	0	0	1

- ✓ Resultado del modelo subjetivo (Sb)

Ci	ΣP_{ij}	Sb
Criterio 1	4	0,4
Criterio 2	3	0,3
Criterio 3	2	0,2
Criterio 4	1	0,1
TOTAL	10	

- ✓ Modelo definitivo (Sd)

Ci	So	SoxSb	Sd	Sd %
Criterio 1	0,14	0,06	0,24	23,53
Criterio 2	0,37	0,11	0,45	45,22
Criterio 3	0,28	0,06	0,23	22,65
Criterio 4	0,21	0,02	0,09	8,60
		0,244599		100,00

- ✓ Nuevos factores de ponderación

Criterio	Factor de ponderación
Calidad	24%
Buenos precios	45%
Servicio post venta	22%
Ubicación	9%

- ✓ Matriz relativa

	Criterio 1	Criterio 2	Criterio 3	Criterio 4	Total
Camila Robayo	0,470517	0,904427	0,452993	0,086031	1,914
SEINCOF	0,235258	0,904427	0,452993	0,172063	1,765
Jaramillo	0,235258	1,356641	0,452993	0,172063	2,217

VETERINARIO

- ✓ Matriz absoluta

VETERINARIO				
	Criterio 1	Criterio 2	Criterio 3	Criterio 4
Unal Vet	1	1	1	1
Clínica Veterinaria Facatativá	1	3	2	1
Medivet	2	1	1	1

- ✓ Modelo objetivo (So) para veterinario

Ci	Criterio 1	Criterio 2	Criterio 3	Criterio 4	Total
Ej	-1,26186	-3	-1,26186	0	
Dj	2,26186	4	2,26186	1	9,523719
So	0,24	0,42	0,24	0,11	1,00

- ✓ Modelo subjetivo (Sb) para veterinario (Matriz de Fuller)

	Criterio 1	Criterio 2	Criterio 3	Criterio 4
Criterio 1	1	1	1	1
Criterio 2	0	1	1	1
Criterio 3	0	0	1	1
Criterio 4	0	0	0	1

- ✓ Resultado del modelo subjetivo (Sb)

Ci	Σ Pij	Sb
Criterio 1	4	0,4
Criterio 2	3	0,3

Criterio 3	2	0,2
Criterio 4	1	0,1
TOTAL	10	

✓ Modelo definitivo (Sd)

Ci	So	SoxSb	Sd	Sd %
Criterio 1	0,24	0,09	0,34	34,05
Criterio 2	0,42	0,13	0,45	45,16
Criterio 3	0,24	0,05	0,17	17,02
Criterio 4	0,11	0,01	0,04	3,76
Total		0,28		100,00

✓ Nuevos factores de ponderación

Criterio	Factor de ponderación
Calidad	34%
Buenos precios	45%
Servicio post venta	17%
Ubicación	4%

✓ Matriz relativa

	Criterio 1	Criterio 2	Criterio 3	Criterio 4	Total
Unal Vet	0,340498	0,451618	0,170249	0,037635	1,000
Clínica Veterinaria Facatativá	0,340498	1,354853	0,340498	0,037635	2,073
Medivet	0,680997	0,451618	0,170249	0,037635	1,340

ANEXO K
COTIZACIONES DE CANDIDATOS PARA LOS POSIBLES PROVEEDORES



FUMIGACIONES JARAMILLO Y JARAMILLO

NIT. 79564425-4

ACTIVIDAD ECONOMICA: 9000 - REGIMEN SIMPLIFICADO

Facatativá Cundinamarca 18 de octubre del 2016

Señores
Escuela Canina
Ciudad

Ref. COTIZACION

Reciban un cordial saludo.

De acuerdo a su amable solicitud, me permito cotizar el siguiente servicio de saneamiento ambiental, control integrado de plagas (fumigación), el servicio se efectuara el día y hora acordado por la entidad dicho servicio consta de aplicación con aspersion a motor a las distintas áreas.

Nos permitimos dar a conocer la programación, por medio de la cual pretendemos mantener un stop de desinfección, control y erradicación de virus, bacterias, microorganismos y plagas en Los distintos lugares de la **Escuela Canina**

✓ **OBJETIVOS**

Poder controlar y erradicar las plagas las cuales son reservorios de virus, bacterias, microorganismos y agentes patentes patógenos, vectores de enfermedades; de igual manera dar cumplimiento a lo establecido a la legislación sanitaria vigente: Ley 9 / 1979 Decreto 1843 / 1991 – Decreto 345 / 1997 del Ministerio de Salud., Decreto 60 de 2002 INVIMA.

✓ **SUGERENCIAS**

Lavar y desinfectar antes de realizar el servicio de fumigación en las distintas áreas.

Para poder garantizar el efecto del producto, ya que este forma una película adherente en las partes aplicadas teniendo así una residualidad de efecto continuo a un tiempo de 4 a 6 meses.

No lavar las partes nombradas después de haber aplicado el producto a un tiempo menor de 15 días, para poder obtener mejores resultados ante las distintas plagas.

Realizamos el control integrado de plagas de:

- **DESINSECTACION (Pyretrinas)**
- **DESINFECCION (Biguanidina polimerica)**
- **Desratización (Cebos pells)**

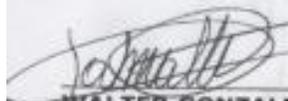
Anexamos: Ficha técnica ante la secretaria de salud con atención a los inspectores de sanidad, con la programación de los servicios.

La cancelación de la factura de venta se realizaría contra entrega del servicio a entera satisfacción.

El costo del servicio es de \$350.000

Lo anterior para fines que estimen y crean convenientes.

Atentamente



Walter Gonzalez
TECNICO
NIT: 79.564.425
CEL: 312 518 01 04

WALTER GONZALEZ
Teléfono: 573-8791
Móvil: 312-5188104

Bogotá D: C octubre 18 de 2016

Cotización **No 0406**



Señores
DOGGI PLACE
Atn. Administración
Carrera 1 sur # 2- 190 Facatativá Cundinamarca
Tel. 3178787292
E- mail: laurasalas94@hotmail.com
Ciudad.

Ref. Propuesta Control Integrado de plagas

La siguiente tiene como fin dar a conocer nuestra propuesta comercial para el control integrado de plagas,

INTRODUCCION

El control de plagas y el lavado de tanques es un proceso técnico y sistemático que requiere de personal idóneo y capacitado, lo cual genera responsabilidad integral y compartida, ya que de no contar con empresas con personal técnico y avalado por la secretaria de Salud de Bogotá, son muchos los riesgos que se puede incurrir, Nuestros productos son de alta calidad, en donde se soporta con fichas técnicas, hojas de seguridad, concepto toxicológico, aprobados por el INVIMA, Secretaria de Salud, en donde algunos están inscritos en el Codex alimentario de la FAO/OMS, otros por la OPS. Contamos con un equipo interdisciplinario INGENIEROS, Biólogos, Químicos, Agrónomos e industriales Nuestros operarios se encuentran capacitados por el SENA (centro Nacional de Aprendizaje) y empresas privadas como OLMO PROTECCIÓN por lo cual garantizamos la calidad y el soporte técnico de nuestros servicios en Sanidad Ambiental.

AREAS A CUBRIR

Guardería canina, de aproximadamente 40 perros en una zona de 3000m2 aproximadamente.

PRODUCTOS Y PROCEDIMIENTOS

Nuestros productos son realmente muy bajos en toxicidad y de bajo impacto en el ambiente, son piretroides que utilizados de manera profesional no causan daños ni traumatismos, igualmente nuestro personal está capacitado y certificado en manejo seguro de plaguicidas, los productos son autorizados por INVIMA, OPS, OMS y secretaria de salud. Para uso en salud pública y cuenta con sus fichas técnicas y concepto toxicológico.

PROCEDIMIENTO

Realizaremos una aspersión en la totalidad del la perímetro de la siguiente manera:
Se llevaran los caninos a u costado del perímetro en aproximados 1500 m2 y luego de fumigado, esperando unos 30 minutos se trasladan al área fumigada y se procede a fumigar la otra mitad del perímetro así cubriremos los 3000 metros contratados. De igual forma realizaremos una desinfección ambiental para controlar ácaros, hongos, bacterias, levaduras y esporas.

Calle 25B # 99-87 Piso 2 - contacto@solucionesintegralesyfumigacion.com
www.solucionesintegralesyfumigacion.com

Realizaremos una inspección a nivel interno y externo para verificar Si hay problemas de roedores y atacar madrigueras para controlar la Población.



MEDIDAS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL Y SALUD OCUPACIONAL

- SEINCOF SAS está comprometido en garantizar la satisfacción de nuestros clientes, disminuir los impactos negativos en el ambiente y así cumplir con la normatividad legal vigente nacional e internacional, controlando los riesgos.
- Con anterioridad a la prestación de los servicios se coordinará con los supervisores del contrato.
- Durante la prestación del servicio se dispondrá de las medidas de precaución necesarias.
- Los productos a utilizar cumplen con las más rigurosas pruebas de efectividad y seguridad internacional

PROPUESTA ECONÓMICA PARA LA FUMIGACION, DESINFECCIÓN Y DESRATIZACION.

PROPUESTA ECONOMICA			
PRELIMINAR	ÁREA	CIUDAD	VALOR
DOGGI PLACE	3000 M2	Facatativá	\$ 280.000
DESINFECCION AMBIENTAL	3000 M2	CORTESIA SEINCOF FUMIGACIONES	\$ 0
Subtotal			\$ 280.000

SI REQUIERE IVA SE LE SUMARA EL 16% SOBRE EL VALOR PRESENTE.

El servicio se debe realizar cada 90 días mínimo tres veces al año no hay un decreto que establezca el tiempo más sin embargo por la rapidez en que se reproducen los insectos recomendamos estos tiempos.

CORDIALMENTE



Yonis Sepúlveda C
 Representante legal
 Tel. 5477613 móvil. 3134121379- 3132424940
 e-mail: contacto@solucionesintegralesyfumigacion.com

Calle 25B # 99-87 Piso 2 - contacto@solucionesintegralesyfumigacion.com
www.solucionesintegralesyfumigacion.com



CONTROL DE PLAGAS FUMIGACIÓN

Lavado y desinfección de
tanques para agua potable

Analista en desarrollo de
especies e investigación

CAMILA ANDREA ROBAYO ORTIZ
LICENCIADA EN BIOLOGÍA

UNICAMENTE Plaguicidas de uso en salud pública

313 360 7488 -  312 591 7189

si.controlext@gmail.com

Calle 13 N° 7 - 45 B. Santa Rita. Facatativá

The advertisement features several illustrations: a hand pouring liquid from a container, two beetles, a mouse, a bird, and a wire cage. A large red prohibition sign is overlaid on the mouse and bird. Handwritten text at the bottom indicates the price and frequency of service.

\$230.000 / u cd 3 veces año.
SIGA LAS RECOMENDACIONES DE SU CONTROLADOR

✓ **Oferta Clínica Veterinaria de Facatativá.**

Consulta
 8am
 6 pm
 \$ 55.000
 Cuadro hemático
 \$ 20.000
 Test Paw/may
 c/mo \$25.000

✓ **Oferta Clínica Veterinaria Medivet.** La información suministrada por la Veterinaria Medivet, no tuvo un soporte físico por dificultades en el momento de la visita de las autoras del proyecto. Sin embargo el Médico Veterinario realizó la siguiente oferta.

Valoración médica general para informales	\$ 30.000 /perro
Dcto por alianza estratégica con veterinaria	20%
Tarifa como aliados estratégicos	\$24.000/ perro

Ofrece además de la valoración médica la disponibilidad de tiempo para realizar visitas esporádicas a la guardería y su atención a los caninos cuando lo requieran.

ANEXO L
POLÍTICAS EMPRESARIALES



POLÍTICA DE EMERGENCIAS

Para **DOGGY PLACE S.A.S** es de vital importancia proveer un adecuado nivel de seguridad para todos nuestros caninos, clientes y colaboradores, lo cual incluye: equipos e instalaciones idóneas, fomento de la cultura de prevención, suministro de información necesaria para la prevención y control de emergencias de cualquier naturaleza. En concordancia con lo anterior, la Gerencia y todos los empleados de **DOGGY PLACE S.A.S**, se comprometen a dar apoyo y colaboración manifiesta en recursos humanos, técnicos y financieros para las la instalación de todas las acciones tendientes a preservar la vida e integridad de las personas y mascotas que en cualquier circunstancia estén dentro de las instalaciones de la empresa.

El alcance de esta política, es para todas las áreas de trabajo de la Empresa y todos sus colaboradores. Se hace explícito el compromiso de la gerencia para hacer seguimiento a los procesos y promover el mejoramiento continuo de la organización.

Dada en Facatativá., al primer (01) día del mes de Octubre de 2016.

LAURA SALAS VERA

VIVIANA RODRIGUEZ PINEDA



POLÍTICA DE PAUSAS ACTIVAS

DOGGY PLACE S.A.S atendiendo a la necesidad de sus colaboradores en reducir problemas de salud, relacionados con la posición corporal en el entorno organizacional, se compromete a fomentar una cultura del autocuidado mediante la realización de pausas activas, con el fin de combatir el estrés, la fatiga física y mental, por ende, las enfermedades laborales y los accidentes de trabajo en cada puesto de trabajo.

Por lo anterior a esto **DOGGY PLACE S.A.S**, capacitará una serie de personas quienes lideran los ejercicios de pausas activas y son los responsables que dichas pausas se realicen todos los días, como objetivo de generar consciencia de autocuidado en cada colaborador de la Compañía.

El alcance de esta política, es para todas las áreas de trabajo de la Compañía y todos sus colaboradores.

Se hace explícito el compromiso de la gerencia para hacer seguimiento a los procesos y promover el mejoramiento continuo de la organización.

Dada en Facatativá, al primer (01) día del mes de Octubre de 2016.

LAURA SALAS VERA

VIVIANA RODRIGUEZ PINEDA



POLÍTICA DE PREVENCIÓN DEL ALCOHOLISMO DROGADICCIÓN Y TABAQUISMO

Es política de **DOGGY PLACE S.A.S** prohibir a sus colaboradores, el uso, la distribución o la presencia bajo la influencia del alcohol o drogas alucinógenas, durante las horas de trabajo a las instalaciones de la empresa.

Así mismo se reconoce que el consumo de cigarrillo es causa de incomodidad y un riesgo para la salud de las personas; por lo tanto, es política de la compañía prohibir que se fume dentro de las instalaciones de la empresa, durante la realización de las labores de operación.

Se reconoce que estar bajo los efectos del alcohol o sustancias alucinógenas ponen en riesgo la calidad de las actividades y la seguridad de la empresa. Por ende, **DOGGY PLACE S.A.S** se reserva el derecho de efectuar las pruebas que sean requeridas, así como también la negación al acceso de las instalaciones y áreas donde se desarrollan actividades y la terminación contractual.

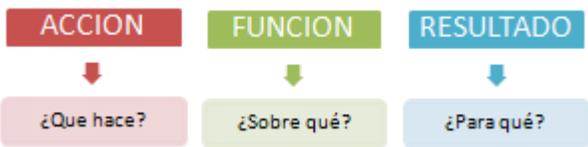
El alcance de esta política, es para todas las áreas de trabajo de la Empresa y todos sus colaboradores.

Dada en Facatativá., al primer día (01) del mes de Octubre de 2016.

LAURA SALAS VERA

VIVIANA RODRÍGUEZ PINEDA

ANEXO M
MANUALES DE FUNCIONES

				MANUAL DE FUNCIONES DOGGY PLACE	
				MISIÓN DEL CARGO	
				<p>La misión corresponde a la razón de ser del cargo en la organización. Reflejan el tipo de influencia del cargo sobre su función.</p>	
					
				<p>Desarrollar un trabajo eficiente que garantice la estabilidad financiera de la empresa, brindando un óptimo clima organizacional, mejoramiento continuo y aprovechamiento de recursos. Mediante el asesoramiento comercial y habilidades de tipo interpersonal la líder administrativa tendrá como objetivo establecer contactos internos y externos eficientes para empoderar el éxito de la empresa brindando soluciones oportunas a conflictos y problemas laborales internos; comprometiéndose con la empresa como líder.</p>	
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO					
DÍA	MES	AÑO	Número de cargos	NOMBRE DEL CARGO	
1	10	2016	1	Líder administrativo.	
ELABORADO POR			Laura Salas.	CARGO DEL JEFE INMEDIATO	
APROBADO POR			Viviana Rodríguez.	Ninguno.	
2. PERFIL DEL CANDIDATO DEL CARGO					
EDUCACIÓN DEL CARGO			Profesional en Ingeniería Industrial o administración de empresas.		
EXPERIENCIA			2 años.		
FORMACIÓN			Administración, finanzas, talento humano		
HABILIDADES			Liderazgo, manejo de personal, relaciones interpersonales, criterio, conocimientos y toma de decisiones.		
3. RESPONSABILIDADES					
Se especifican las responsabilidades que tiene el cargo, encaminados a los resultados que espera la organización.					
					
<p>Encargado del talento humano Selección, contratación y capacitación general del personal. Dinámica del ambiente y clima organizacional. Velar por el cumplimiento de las Leyes colombianas y normatividad interna de la empresa.</p>					
Desarrollar planes estratégicos de publicidad y venta del servicio.					

Establecer alianzas estratégicas en el mercado.
 Controlar y aprobar los informes financieros y de mercado realizados por el auxiliar contable.
 Gestionar bajo el modelo del PHVA propuestas de mejora continua en las operaciones.
 Garantizar el funcionamiento de todas las áreas de la empresa.
 Hacer la revisión de la documentación y requisitos de entrada de los caninos.
 Recibir peticiones, quejas y reclamos de los clientes.
 Realizar el seguimiento de los antiguos, nuevos y posibles clientes.
 Llevar al día y en orden la documentación y bases de datos e historia clínica de cada una de las mascotas
 Responsabilizarse de caja menor
 Supervisión de ingresos y egresos de la empresa.
 Brindar eficientemente la información de los planes que otorga y efectúa la compra del mismo.

4. ORGANIZACIÓN

Superior inmediato jerárquico	Ninguno
Superior inmediato funcional	Ninguno
Otros cargos que reportan al mismo superior inmediato jerárquico	Ninguno
Cargos que le reportan	Adiestrador canino

5. TOMA DE DECISIONES

A TOMAR	A PROPONER
Requiere toma de decisiones de tipo administrativo, legal, contable, mercadeo y publicidad.	Aprobación de cuentas a proveedores. Dotación de la oficina administrativa y del área de operaciones. Autorización de pagos. Asignación de cargos y trabajos en cada área. Aprobación, autorización de campañas publicitarias. Aprobación de cotizaciones.

5. ESFUERZO

MENTAL	ALTO.
VISUAL	MEDIO.
FISICO	BAJO.

6. COMPETENCIAS ORGANIZACIONALES

Eficacia para la identificación y solución de problemas y datos que se consideren relevantes para la organización.
 Capacidad de expresarse claramente y de forma convincente.
 Implicarse y proponer una línea de acción adecuada que ayude a la solución de problemas.
 Influencia activa en los acontecimientos, visión de oportunidades y actuación por decisión propia.
 Disposición para participar en grupos de trabajo para obtener un beneficio compartido.

7. COMPETENCIAS FUNCIONALES

Crear en el propio trabajo valor agregado que permita beneficiar el esfuerzo para la organización..
 Capacidad de realizar de forma eficaz un plan apropiado de actuación personal y con terceros para alcanzar un mismo objetivo.

Capacidad para mezclarse fácilmente con otras personas. Abierto y participativo.
 Capacidad para percibir e implicarse en decisiones y actividades en otras partes de la empresa.

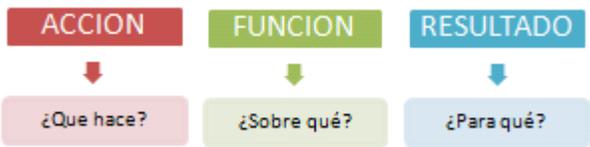
8. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Capacidad de analizar, organizar y resolver datos numéricos, datos financieros, estadísticas, entre otros.

Detectar las expectativas del cliente, asumiendo compromiso con la percepción o problemas que se generen con el mismo para proporcionar soluciones satisfactorias para ambas partes.

Distribución eficaz de la toma de decisiones y responsabilidades hacia los subordinados.

Capacidad de entender asuntos de negocios que afecten la rentabilidad y crecimiento de la empresa.

				MANUAL DE FUNCIONES DOGGY PLACE	
				MISIÓN DEL CARGO	
<p>La misión corresponde a la razón de ser del cargo en la organización. Reflejan el tipo de influencia del cargo sobre su función.</p>					
					
El adiestrador tendrá como objetivo garantizar la educación y el comportamiento de sus estudiantes caninos lo que se verá reflejado en la satisfacción de los clientes en calidad del servicio.					
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO					
DÍA	MES	AÑO	Número de cargos	NOMBRE DEL CARGO	
1	10	2016	1	Adiestrador canino.	
ELABORADO POR			Laura Salas.	CARGO DEL JEFE INMEDIATO	
APROBADO POR			Viviana Rodríguez.	Líder administrativo.	
2. PERFIL DEL CANDIDATO DEL CARGO					
EDUCACIÓN DEL CARGO			Técnico en educación y adiestramiento canino.		
EXPERIENCIA			Entre 1 y 2 años.		
FORMACIÓN			Psicología canina y adiestramiento canino.		
HABILIDADES			Relaciones interpersonales y contacto con clientes, habilidades manuales, trabajo en equipo.		
3. RESPONSABILIDADES					
Se especifican las responsabilidades que tiene el cargo, encaminados a los resultados que espera la organización.					
					
<p>Adiestramiento de los caninos. Asesoramiento comercial mediante charlas sobre actividades de adiestramiento a los dueños de las mascotas. Mantener una relación estrecha con los dueños de los caninos informando el estado y evolución del adiestramiento de su macota. Realizar y entregar informe de adiestramiento de cada uno de los caninos. Informar cualquier anomalía de un animal o instalación peligrosa. Cuidar y mantener a salvo los instrumentos otorgados por la empresa para la ejecución de sus labores. Todas las funciones que le ordene su Jefe inmediato.</p>					
4. ORGANIZACIÓN					

Superior inmediato jerárquico	Líder administrativo.
Superior inmediato funcional	Ninguno.
Otros cargos que reportan al mismo superior inmediato jerárquico	Cuidador canino.
Cargos que le reportan	Cuidador canino.
5. TOMA DE DECISIONES	
A TOMAR	A PROPONER
Requiere toma de decisiones en el área operativa.	Dotación de recursos para la ejecución de las actividades.
5. ESFUERZO	
MENTAL	MEDIO.
VISUAL	BAJO.
FISICO	ALTO.
6. COMPETENCIAS ORGANIZACIONALES	
<p>Eficacia para la identificación y solución de problemas y datos que se consideren relevantes para la organización.</p> <p>Capacidad de expresarse claramente y de forma convincente.</p> <p>Implicarse y proponer una línea de acción adecuada que ayude a la solución de problemas.</p> <p>Influencia activa en los acontecimientos, visión de oportunidades u actuación por decisión propia.</p> <p>Disposición para participar en grupos de trabajo para obtener un beneficio compartido.</p>	
7. COMPETENCIAS FUNCIONALES	
<p>Crear en el propio trabajo valor agregado que permita beneficiar el esfuerzo para la organización.</p> <p>Capacidad de realizar de forma eficaz un plan apropiado de actuación personal y con terceros para alcanzar un mismo objetivo.</p> <p>Capacidad para mezclarse fácilmente con otras personas. Abierto y participativo.</p> <p>Capacidad para percibir e implicarse en decisiones y actividades en otras partes de la empresa.</p>	
8. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	
<p>Detectar las expectativas del cliente, asumiendo compromiso con la percepción o problemas que se generen con el mismo para proporcionar soluciones satisfactorias para ambas partes.</p> <p>Distribución eficaz de la toma de decisiones y responsabilidades hacia los subordinados.</p> <p>Capacidad para modificar el comportamiento y adoptar un tipo diferente de enfoque sobre ideas o criterios.</p> <p>Capacidad de mantenerse eficaz en situaciones de rechazo.</p> <p>Capacidad para tomar decisiones que aseguren el control sobre métodos, personas, animales o situaciones</p>	

	MANUAL DE FUNCIONES DOGGY PLACE			
	MISIÓN DEL CARGO			
	<p>La misión corresponde a la razón de ser del cargo en la organización. Reflejan el tipo de influencia del cargo sobre su función...</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <div style="background-color: #e91e63; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">ACCION</div> <div style="color: #e91e63; font-size: 1em;">↓</div> <div style="background-color: #fce4ec; padding: 5px; border: 1px solid #fce4ec;">¿Que hace?</div> </div> <div style="text-align: center;"> <div style="background-color: #8bc34a; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">FUNCION</div> <div style="color: #8bc34a; font-size: 1em;">↓</div> <div style="background-color: #e8f5e9; padding: 5px; border: 1px solid #e8f5e9;">¿Sobre qué?</div> </div> <div style="text-align: center;"> <div style="background-color: #9c27b0; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">GUIAS</div> <div style="color: #9c27b0; font-size: 1em;">↓</div> <div style="background-color: #e1bee7; padding: 5px; border: 1px solid #e1bee7;">¿De acuerdo a qué?</div> </div> <div style="text-align: center;"> <div style="background-color: #00bcd4; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">RESULTADO</div> <div style="color: #00bcd4; font-size: 1em;">↓</div> <div style="background-color: #e1f5fe; padding: 5px; border: 1px solid #e1f5fe;">¿Para qué?</div> </div> </div> <p>Realizar el acompañamiento en las actividades del instructor; el cuidador canino deberá garantizar la integridad del animal, teniendo en cuenta que es el cargo que mantiene contacto durante más tiempo con los caninos. Además debe mantener la limpieza y el orden del área operativa, para que así se garantice la integridad de las mascotas en las instalaciones de la guardería.</p>			
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO				
DÍA	MES	AÑO	Número de cargos	NOMBRE DEL CARGO
1	10	2016	1	Cuidador canino.
ELABORADO POR			Laura Salas.	CARGO DEL JEFE INMEDIATO
APROBADO POR			Viviana Rodríguez.	Adiestrador canino
2. PERFIL DEL CANDIDATO DEL CARGO				
EDUCACIÓN DEL CARGO			Bachillerato.	
EXPERIENCIA			6 meses.	
FORMACIÓN				
HABILIDADES			Habilidades manuales, buen estado físico.	
3. RESPONSABILIDADES				
Se especifican las responsabilidades que tiene el cargo, encaminados a los resultados que espera la organización				
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <div style="background-color: #e91e63; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">ACCION</div> <div style="color: #e91e63; font-size: 1em;">↓</div> <div style="background-color: #fce4ec; padding: 5px; border: 1px solid #fce4ec;">¿Que hace?</div> </div> <div style="text-align: center;"> <div style="background-color: #8bc34a; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">FUNCION</div> <div style="color: #8bc34a; font-size: 1em;">↓</div> <div style="background-color: #e8f5e9; padding: 5px; border: 1px solid #e8f5e9;">¿Sobre qué?</div> </div> <div style="text-align: center;"> <div style="background-color: #00bcd4; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">RESULTADO</div> <div style="color: #00bcd4; font-size: 1em;">↓</div> <div style="background-color: #e1f5fe; padding: 5px; border: 1px solid #e1f5fe;">¿Para qué?</div> </div> </div>				
<p>Realizar clases de refuerzo de adiestramiento que el instructor le encomiende. Alimentar a los perros. Acompañar el adiestramiento de los perros, atendiendo órdenes de su jefe inmediato. Pasear a los perros de acuerdo a su itinerario. Conducir la ruta. Dirigir los juegos de recreación. Barrer, trapear y arreglar las zonas comunes de los perros. Realizar la rutina de belleza de entrega. (Baño, peinado, corte de uñas)</p>				
<p>Recoger y disponer la materia fecal en los lugares pertinentes.</p>				

Cuidar y mantener limpias las zonas verdes.	
Vigilar los perros cuando están en las zonas de descanso.	
Realizar acompañamiento al adiestrador canino cuando éste lo solicite.	
4. ORGANIZACIÓN	
Superior inmediato jerárquico	Líder administrativo.
Superior inmediato funcional	Adiestrador canino.
Otros cargos que reportan al mismo superior inmediato jerárquico	Ninguno.
Cargos que le reportan	Ninguno.
5. TOMA DE DECISIONES	
A TOMAR	A PROPONER
Requiere toma de decisiones en el área operativa	Dotación de recursos para la ejecución de las actividades.
5. ESFUERZO	
MENTAL	MEDIO.
VISUAL	BAJO.
FISICO	ALTO.
6. COMPETENCIAS ORGANIZACIONALES	
Eficacia para la identificación y solución de problemas y datos que se consideren relevantes para la organización.	
Capacidad de expresarse claramente y de forma convincente.	
Implicarse y proponer una línea de acción adecuada que ayude a la solución de problemas.	
Influencia activa en los acontecimientos, visión de oportunidades o actuación por decisión propia.	
Disposición para participar en grupos de trabajo para obtener un beneficio compartido.	
7. COMPETENCIAS FUNCIONALES	
Crear en el propio trabajo valor agregado que permita beneficiar el esfuerzo para la organización.	
Capacidad de realizar de forma eficaz un plan apropiado de actuación personal y con terceros para alcanzar un mismo objetivo.	
Capacidad para mezclarse fácilmente con otras personas. Abierto y participativo.	
Capacidad para percibir e implicarse en decisiones y actividades en otras partes de la empresa.	
8. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	
Capacidad para modificar el comportamiento y adoptar un tipo diferente de enfoque sobre ideas o criterios.	
Capacidad de mantenerse eficaz en situaciones de rechazo.	
Capacidad para tomar decisiones que aseguren el control sobre métodos, personas, animales o situaciones.	

	MANUAL DE FUNCIONES DOGGY PLACE															
	MISIÓN DEL CARGO															
<p>La misión corresponde a la razón de ser del cargo en la organización. Reflejan el tipo de influencia del cargo sobre su función...</p>																
<table border="0"> <tr> <td style="background-color: #e91e63; color: white; padding: 5px;">ACCION</td> <td style="background-color: #8bc34a; color: white; padding: 5px;">FUNCION</td> <td style="background-color: #9c27b0; color: white; padding: 5px;">GUIAS</td> <td style="background-color: #00bcd4; color: white; padding: 5px;">RESULTADO</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">↓</td> <td style="text-align: center;">↓</td> <td style="text-align: center;">↓</td> <td style="text-align: center;">↓</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #ffe0b2; padding: 5px;">¿Que hace?</td> <td style="background-color: #e8f5e9; padding: 5px;">¿Sobre qué?</td> <td style="background-color: #e1bee7; padding: 5px;">¿De acuerdo a qué?</td> <td style="background-color: #e1f5fe; padding: 5px;">¿Para qué?</td> </tr> </table>					ACCION	FUNCION	GUIAS	RESULTADO	↓	↓	↓	↓	¿Que hace?	¿Sobre qué?	¿De acuerdo a qué?	¿Para qué?
ACCION	FUNCION	GUIAS	RESULTADO													
↓	↓	↓	↓													
¿Que hace?	¿Sobre qué?	¿De acuerdo a qué?	¿Para qué?													
<p>Su principal objetivo es cuidar las instalaciones de la finca, mantenerlas aptas para el correcto funcionamiento de la guardería recreativa.</p>																
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO																
DÍA	MES	AÑO	Número de cargos	NOMBRE DEL CARGO												
1	10	2016	1													
ELABORADO POR			Laura Salas.	CARGO DEL JEFE INMEDIATO												
APROBADO POR			Viviana Rodríguez.	Líder administrativo												
2. PERFIL DEL CANDIDATO DEL CARGO																
EDUCACIÓN DEL CARGO			Bachillerato.													
EXPERIENCIA																
FORMACIÓN																
HABILIDADES			Habilidades manuales, buen estado físico.													
3. RESPONSABILIDADES																
<p>Se especifican las responsabilidades que tiene el cargo, encaminados a los resultados que espera la organización</p>																
<table border="0"> <tr> <td style="background-color: #e91e63; color: white; padding: 5px;">ACCION</td> <td style="background-color: #8bc34a; color: white; padding: 5px;">FUNCION</td> <td style="background-color: #00bcd4; color: white; padding: 5px;">RESULTADO</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">↓</td> <td style="text-align: center;">↓</td> <td style="text-align: center;">↓</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #ffe0b2; padding: 5px;">¿Que hace?</td> <td style="background-color: #e8f5e9; padding: 5px;">¿Sobre qué?</td> <td style="background-color: #e1f5fe; padding: 5px;">¿Para qué?</td> </tr> </table>					ACCION	FUNCION	RESULTADO	↓	↓	↓	¿Que hace?	¿Sobre qué?	¿Para qué?			
ACCION	FUNCION	RESULTADO														
↓	↓	↓														
¿Que hace?	¿Sobre qué?	¿Para qué?														
<p>Cuidar y mantener limpias las zonas verdes. Vigilar los perros cuando están en los dormitorios. Informar oportunamente cualquier eventualidad que presenten las mascotas en las instalaciones Atender y ayudar al personal cuando lo necesiten en labores operativos (paseos, rutinas de embellecimiento, manejo de heces fecales, entre otros). Realizar el mantenimiento locativo de las instalaciones. Vigilar día y noche la finca.</p>																
4. ORGANIZACIÓN																
Superior inmediato jerárquico			Líder administrativo.													
Superior inmediato funcional			Ninguno.													

Otros cargos que reportan al mismo superior inmediato jerárquico	Adiestrador.
Cargos que le reportan	Ninguno.
5. TOMA DE DECISIONES	
A TOMAR	A PROPONER
Decisiones básicas de su cargo.	Dotación de recursos para la ejecución de las actividades.
5. ESFUERZO	
MENTAL	BAJO.
VISUAL	BAJO.
FISICO	ALTO.
6. COMPETENCIAS ORGANIZACIONALES	
<p>Eficacia para la identificación y solución de problemas y datos que se consideren relevantes para la organización.</p> <p>Capacidad de expresarse claramente y de forma convincente.</p> <p>Implicarse y proponer una línea de acción adecuada que ayude a la solución de problemas.</p> <p>Influencia activa en los acontecimientos, visión de oportunidades o actuación por decisión propia.</p> <p>Disposición para participar en grupos de trabajo para obtener un beneficio compartido.</p>	
7. COMPETENCIAS FUNCIONALES	
<p>Crear en el propio trabajo valor agregado que permita beneficiar el esfuerzo para la organización.</p> <p>Capacidad de realizar de forma eficaz un plan apropiado de actuación personal y con terceros para alcanzar un mismo objetivo.</p> <p>Capacidad para mezclarse fácilmente con otras personas. Abierto y participativo.</p> <p>Capacidad para percibir e implicarse en decisiones y actividades en otras partes de la empresa.</p>	
8. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	
<p>Capacidad para modificar el comportamiento y adoptar un tipo diferente de enfoque sobre ideas o criterios.</p> <p>Capacidad de mantenerse eficaz en situaciones de rechazo.</p> <p>Capacidad para proponer soluciones e ideas en cuanto a las instalaciones de la finca.</p>	

ANEXO N
COTIZACIÓN EXÁMENES MÉDICOS DE INGRESO

RECIBO DE CAJA

No. _____

POR LA SUMA DE Veinte mil Pesos FECHA 2-10-2016

PAGADO ASI: EFECTIVO CHEQUE No. _____ \$ 20.000
RECIBIDO DE Javap Salud Ocupacional BANCO _____
DIRECCION Cra 3 # 6-58 Centro Sur
CONCEPTO Cotización Exámenes Médicos ocupacional
\$ 20.000

PAGO TOTAL ABONO NUEVO SALDO \$ _____ SALDO ANTERIOR \$ _____

CUENTA	IMPUTACION CONTABLE		
	NOMBRE	DEBITOS	CREDITOS

FIRMA Y SELLO
JAVAP SALUD OCUPACIONAL SAS
Médicos Especialistas en Salud Ocupacional
Cra. 6 No. 14-19 Centro Sur Bogotá D.C. 425 33 97
Cel: 313 801 9000 Fax: 313 801 9000
Cra. 7 No. 33-33 Centro Sur Bogotá D.C. 425 33 97
HIT

ANEXO O
COTIZACIÓN OUTSORCING CONTABLE



Los honorarios mensuales de esta propuesta por persona serán: \$ 70.000.

Esperamos que esta propuesta pueda satisfacer sus requerimientos a todo nivel.

Cordialmente,

JESSICA MENDIVELSO RODRIGUEZ
Coordinadora Calle Octava
GJ ASESORES & CONSULTORES S.A.S
Especialistas en Seguridad Social
PBX: 843-7591 Móvil: 310-876-4731
Facatativá - Cundinamarca

Honorarios

Anexo P
ACTA DE CONSTITUCIÓN

ACTA DE CONSTITUCIÓN

El acta de constitución es un documento que se asemeja a la partida de nacimiento de una empresa, en donde se describe la forma en que se formará la empresa, la o las actividades a que se dedicará, datos básicos de los socios, aportes, firmas de sus fundadores y demás información que se considere pertinente.

Se presenta la siguiente acta de constitución, que incluye los requisitos mínimos y las cláusulas que se consideraron relevantes.

En el municipio de Facatativá (Cundinamarca), siendo 15 días del mes de Octubre del dos mil dieciséis (2016), se reunieron las señoritas Laura Daniel Salas Vera identificada con la cédula de ciudadanía 1.070.969.854 expedida en Facatativá y Viviana Carolina Rodríguez Pineda identificada con cédula de ciudadanía 1.070.965.461 expedida en Facatativá, con el fin de construir una guardería recreativa canina.

CAPÍTULO I

Nombre, nacionalidad, domicilio, objeto y datos básicos de los socios.

Artículo 1. Nombre, nacionalidad y domicilio

La sociedad se denomina DOGGY PLACE. Es una sociedad comercial por acciones simplificada, de nacionalidad colombiana. El domicilio principal de la sociedad es en el municipio de Facatativá, en la vereda Mancilla Km 46. La sociedad podrá crear sucursales, agencias y establecimientos por decisión de su Asamblea General de Accionistas.

Artículo 2. “Actividad u objeto social”

Para el desarrollo del objeto social de la empresa se podrán desarrollar las siguientes actividades.

Cuadro 58. Actividad u objeto social

CIU	Descripción
9609	Otras actividades de servicios personales
7500	Actividades veterinarias

Artículo 3. “Socios y datos básicos”

A continuación se presentan el número de socios, con sus respectivos datos básicos y quienes harán parte de la firma.

Cuadro 59. Datos básicos de los socios.

Nombres y apellidos	Documento de identidad	Dirección	Teléfono
Laura Daniela Salas Vera	1.070.969.854 de Facatativá	Cra 1ª Sur No 2-195	3178787292
Viviana Carolina Rodríguez Pineda	1.070.965.461 de Facatativá	Cra 3ª No 3-28	3222180419

CAPÍTULO II CAPITAL Y ACCIONES

Artículo 4. “Aportes y participaciones”

Se describe cada uno de los aportes que realizaran los socios y se define el porcentaje de participación de cada uno.

Cuadro 60. Aportes y participación

Nombre	Monto aporte	Representado en	Porcentaje de participación	Número de cuotas o acciones
Laura Daniela Salas	\$25.126.853	Recursos propios	50%	5
Viviana Carolina Rodríguez	\$25.126.853	Recursos propios	50%	5

Artículo 5. Derechos derivados de cada acción

Cada acción nominativa confiere los siguientes derechos a su propietario: a) El de deliberar y votar en la Asamblea de Accionistas de la Sociedad; b) El de percibir una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los beneficios sociales establecidos por los balances de fin de ejercicio; c) El de negociar las acciones con sujeción a la ley y a los estatutos; d) El de inspeccionar libremente los libros y papeles sociales, dentro de los cinco (5) días hábiles anteriores a la fecha en que deban aprobarse los balances de fin de ejercicio, en los eventos previstos en el artículo 20 de la ley 1258 de 2008; y e) El de recibir, en caso de liquidación de la sociedad, una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los activos sociales, una vez pagado el pasivo externo de la sociedad.

CAPÍTULO III.

DIRECCIÓN, ADMINISTRACIÓN, REPRESENTACIÓN Y REVISORÍA FISCAL DE LA SOCIEDAD

Artículo 6. Órganos sociales

La dirección de la sociedad es ejercida por la Asamblea General de Accionistas o, de modificarse su composición accionaria en tal sentido y de conformidad con la ley, lo será por su único accionista. La administración y representación legal está a cargo del Representante legal.

Artículo 7. Dirección de la Sociedad: Asamblea general de accionistas

La Asamblea se compone de los accionistas inscritos en el Libro de Registro de Acciones, o de sus representantes o mandatarios reunidos en el domicilio social o fuera de él, con el quórum y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. La asamblea ejerce las funciones previstas en el artículo 420 del Código de Comercio. La asamblea será convocada por el representante legal mediante comunicación escrita que incluirá el orden del día correspondiente a la reunión convocada, dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles. Para deliberar en cualquier tipo de reunión, se requerirá de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones suscritas. En cualquier tipo de reunión, la mayoría decisoria estará conformada por el voto favorable de un número singular o plural de accionistas que represente al menos la mitad más una de las acciones presentes. Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito.

Artículo 8. Administración de Representación Legal de la Sociedad

La administración y representación legal de la sociedad está en cabeza del representante legal, quien no tendrá un suplente.

La representación legal puede ser ejercida por personas naturales o jurídicas, la Asamblea General de Accionistas, designará a los representantes legales por el período que libremente determine o en forma indefinida, si así lo dispone, y sin perjuicio de que los nombramientos sean revocados libremente en cualquier tiempo.

Artículo 9. Facultades de los representantes legales

El representante legal puede celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y funcionamiento de la sociedad.

Artículo 10. Revisoría fiscal

La sociedad no tendrá Revisor Fiscal mientras no esté obligada por la Ley. De llegar a encontrarse en los supuestos legales que hacen obligatoria la provisión de dicho cargo, se procederá a la designación por parte de la asamblea general de accionistas, y su nombramiento se efectuará con posterioridad a la constitución de la sociedad.

**CAPÍTULO IV
ESTADOS FINANCIEROS, RESERVAS Y DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES**

Artículo 11. Estados financieros y distribución de utilidades

La sociedad tendrá ejercicios anuales y al fin de cada ejercicio social, el 31 de diciembre, la Sociedad deberá cortar sus cuentas y preparar y difundir estados financieros de propósito general de conformidad con las prescripciones legales y las normas de contabilidad establecidas, los cuales se someterán a la consideración de la Asamblea de Accionistas en su reunión ordinaria junto con los informes, proyectos y demás documentos exigidos por estos estatutos y la ley.

Tales estados, los libros y demás piezas justificativas de los informes del respectivo ejercicio, así como éstos, serán depositados en las oficinas de la sede principal de la administración, con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles al señalado para su aprobación.

Artículo 12. Reserva legal.

De las utilidades líquidas de cada ejercicio la sociedad destinará anualmente un diez por ciento (10%) para formar la reserva legal de la sociedad hasta completar por lo menos el cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito.

Artículo 13. Utilidades, reservas y dividendos

Aprobados los estados financieros de fin de ejercicio, la Asamblea de Accionistas procederá a distribuir las utilidades, disponiendo lo pertinente a reservas y dividendos. La repartición de dividendos se hará en proporción a la parte pagada del valor nominal de las acciones. El pago del dividendo se hará en efectivo, en las épocas que defina la Asamblea de Accionistas al decretarlo sin exceder de un año para el pago total; si así lo deciden los accionistas en Asamblea, podrá pagarse el dividendo en forma de acciones liberadas de la misma sociedad. En este último caso, no serán aplicables los artículos 155 y 455 del Código de Comercio.

CAPÍTULO V DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

Artículo 14. Causales de disolución

La sociedad se disolverá ante la ocurrencia de cualquiera de las siguientes causales:

1. Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuera prorrogado mediante documento inscrito en el registro mercantil antes de su expiración.
2. Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social.
3. Por la iniciación del trámite de liquidación judicial.
4. Por las causales previstas en los estatutos.
5. Por la voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único.
6. Por orden de autoridad competente.
7. Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo de cincuenta por ciento del capital suscrito.

Artículo 15. Liquidación

Llegado el caso de disolución de la sociedad, se procederá a la liquidación y distribución de los bienes de acuerdo con lo prescrito en la ley en relación con las sociedades de responsabilidad limitada.

Artículo 16. Liquidador

Hará la liquidación la persona o personas designadas por la Asamblea de Accionistas. Si no se nombrara liquidador, tendrá carácter de tal del Representante Legal.

Artículo 17. Sujeción a las normas legales.

En cuanto al desarrollo y término de la liquidación, el liquidador o los liquidadores se sujetarán a las normas legales vigentes en el momento de efectuarse la liquidación.

CAPÍTULO VI DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Artículo 18. Transitorio. Nombramientos

Hasta cuando la Asamblea disponga lo contrario, sin perjuicio de las facultades de elección y remoción consagradas en estos estatutos, se hacen los siguientes nombramientos:

Representante Legal Principal

Se designa en este cargo a: LAURA DANIELA SALAS VERA, identificado con la Cédula de Ciudadanía No. 1.070.969.854 de Facatativá (Cundinamarca). La persona designada como Representante Legal Principal Acepta el cargo, para lo cual allegará carta de aceptación que adjunta al documento de constitución

Viviana Carolina Rodríguez Pineda
C.C 1.070.965.461

Laura Daniela Salas Vera
C.C 1.070.969.854

ANEXO Q
TARIFAS DE LOS SERVICIOS DE REGISTROS PÚBLICOS – 2016

Fuente: <http://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Tarifas-de-los-registros-publicos-2016>

TARIFAS DE LOS SERVICIOS DE REGISTROS PÚBLICOS - 2016
MATRÍCULAS Y RENOVACIONES

(Decreto 1074 del 26 de mayo del 2015)

La matrícula de los comerciantes o su renovación en el registro público mercantil, causará anualmente los derechos liquidados sobre el total de activos que a continuación se indican:

RANGO DE ACTIVOS En salarios mínimos		RANGO DE ACTIVOS Pesos		TARIFA \$ %S.M.M.L.V.	TARIFA \$ En \$	RANGO DE ACTIVOS En salarios mínimos		RANGO DE ACTIVOS Pesos		TARIFA %S.M.M.L.V.	TARIFA En \$
Mayor a	Menor o igual	Mayor a	Menor o igual			Mayor a	Menor o igual	Mayor a	Menor o igual		
0	2	0	1,378,910	5,24	36,000	280	297	193,047,400	204,768,135	146,50	1,010,000
2	4	1,378,910	2,757,820	7,34	51,000	297	316	204,768,135	217,867,780	148,95	1,027,000
4	5	2,757,820	3,447,275	9,79	67,000	316	332	217,867,780	228,899,060	151,05	1,041,000
5	7	3,447,275	4,826,185	10,84	75,000	332	350	228,899,060	241,309,250	154,20	1,063,000
7	9	4,826,185	6,205,095	12,94	89,000	350	524	241,309,250	361,274,420	159,44	1,099,000
9	11	6,205,095	7,584,005	14,68	101,000	524	700	361,274,420	482,618,500	166,08	1,145,000
11	12	7,584,005	8,273,460	16,08	111,000	700	875	482,618,500	603,273,125	171,33	1,181,000
12	14	8,273,460	9,652,370	17,83	123,000	875	1.050	603,273,125	723,927,750	175,52	1,210,000
14	16	9,652,370	11,031,280	20,28	140,000	1.050	1.224	723,927,750	843,892,920	179,02	1,234,000
16	18	11,031,280	12,410,190	22,38	154,000	1.224	1.399	843,892,920	964,547,545	181,82	1,254,000
18	19	12,410,190	13,099,645	23,78	164,000	1.399	1.574	964,547,545	1,085,202,170	183,92	1,268,000
19	21	13,099,645	14,478,555	25,52	176,000	1.574	1.748	1,085,202,170	1,205,167,340	186,01	1,282,000
21	23	14,478,555	15,857,465	26,92	186,000	1.748	2.098	1,205,167,340	1,446,476,590	188,46	1,299,000
23	25	15,857,465	17,236,375	28,67	198,000	2.098	2.448	1,446,476,590	1,687,785,840	191,26	1,319,000
25	26	17,236,375	17,925,830	30,77	212,000	2.448	2.797	1,687,785,840	1,928,405,635	193,36	1,333,000
26	28	17,925,830	19,304,740	31,82	219,000	2.797	3.147	1,928,405,635	2,169,714,885	194,75	1,343,000
28	30	19,304,740	20,683,650	33,57	231,000	3.147	3.497	2,169,714,885	2,411,024,135	196,85	1,357,000
30	31	20,683,650	21,373,105	35,66	246,000	3.497	5.245	2,411,024,135	3,616,191,475	200,35	1,381,000
31	33	21,373,105	22,752,015	37,41	258,000	5.245	6.993	3,616,191,475	4,821,358,815	205,94	1,420,000
33	35	22,752,015	24,130,925	38,81	268,000	6.993	8.741	4,821,358,815	6,026,526,155	212,94	1,468,000
35	52	24,130,925	35,851,660	45,45	313,000	8.741	10.490	6,026,526,155	7,232,382,950	218,88	1,509,000
52	70	35,851,660	48,261,850	54,54	376,000	10.490	12.238	7,232,382,950	8,437,550,290	220,98	1,524,000
70	87	48,261,850	59,982,585	63,99	441,000	12.238	13.986	8,437,550,290	9,642,717,630	223,78	1,543,000
87	105	59,982,585	72,392,775	73,43	506,000	13.986	15.734	9,642,717,630	10,847,884,970	226,92	1,565,000
105	123	72,392,775	84,802,965	83,57	576,000	15.734	17.483	10,847,884,970	12,053,741,765	231,47	1,596,000
123	140	84,802,965	96,523,700	93,01	641,000	17.483	34.965	12,053,741,765	24,106,794,075	244,06	1,683,000
140	158	96,523,700	108,933,890	103,15	711,000	34.965	69.930	24,106,794,075	48,213,588,150	245,10	1,690,000
158	175	108,933,890	120,654,625	113,29	781,000	69.930	104.895	48,213,588,150	72,320,382,225	246,15	1,697,000
175	192	120,654,625	132,375,360	131,47	906,000	104.895	139.860	72,320,382,225	96,427,176,300	246,85	1,702,000
192	210	132,375,360	144,785,550	133,92	923,000	139.860	174.825	96,427,176,300	120,533,970,375	247,55	1,707,000
210	228	144,785,550	157,195,740	136,36	940,000	174.825	349.650	120,533,970,375	241,067,940,750	248,25	1,712,000
228	245	157,195,740	169,605,930	138,81	957,000	349.650	699.300	241,067,940,750	482,135,881,500	251,05	1,731,000
245	262	169,605,930	182,016,120	141,61	976,000	699.300	874.125	482,135,881,500	602,669,851,875	256,99	1,772,000
262	280	182,016,120	193,047,400	143,71	991,000	874.125	En Adelante	602,669,851,875	En Adelante	259,79	1,791,000

 Fundación Universidad de América	FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA	Código:
	PROCESO: GESTIÓN DE BIBLIOTECA	Versión 0
	Autorización para Publicación en el Repositorio Digital Institucional – Lumieres	Enero - 2017

AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL LUMIERES

Nosotras **Viviana Carolina Rodríguez Pineda** y **Laura Daniela Salas Vera** en calidad de titulares de la obra, **Estudio de Factibilidad para la creación de unas guardería recreativa canina en el municipio de Facatativá-Cundinamarca**, elaborada en el año **2016**, autorizamos al **Sistema de Bibliotecas de la Fundación Universidad América** para que incluya una copia, indexe y divulgue en el Repositorio Digital Institucional – Lumieres, la obra mencionada con el fin de facilitar los procesos de visibilidad e impacto de la misma, conforme a los derechos patrimoniales que me(nos) corresponde(n) y que incluyen: la reproducción, comunicación pública, distribución al público, transformación, en conformidad con la normatividad vigente sobre derechos de autor y derechos conexos (Ley 23 de 1982, Ley 44 de 1993, Decisión Andina 351 de 1993, entre otras).

Al respecto como Autores manifestamos conocer que:

- La autorización es de carácter no exclusiva y limitada, esto implica que la licencia tiene una vigencia, que no es perpetua y que el autor puede publicar o difundir su obra en cualquier otro medio, así como llevar a cabo cualquier tipo de acción sobre el documento.
- La autorización tendrá una vigencia de cinco años a partir del momento de la inclusión de la obra en el repositorio, prorrogable indefinidamente por el tiempo de duración de los derechos patrimoniales del autor y podrá darse por terminada una vez el autor lo manifieste por escrito a la institución, con la salvedad de que la obra es difundida globalmente y cosechada por diferentes buscadores y/o repositorios en Internet, lo que no garantiza que la obra pueda ser retirada de manera inmediata de otros sistemas de información en los que se haya indexado, diferentes al Repositorio Digital Institucional – Lumieres de la Fundación Universidad América.
- La autorización de publicación comprende el formato original de la obra y todos los demás que se requiera, para su publicación en el repositorio. Igualmente, la autorización permite a la institución el cambio de soporte de la obra con fines de preservación (impreso, electrónico, digital, Internet, intranet, o cualquier otro formato conocido o por conocer).
- La autorización es gratuita y se renuncia a recibir cualquier remuneración por los usos de la obra, de acuerdo con la licencia establecida en esta autorización.
- Al firmar esta autorización, se manifiesta que la obra es original y no existe en ella ninguna violación a los derechos de autor de terceros. En caso de que el trabajo haya sido financiado por terceros, el o los autores asumen la responsabilidad del cumplimiento de los acuerdos establecidos sobre los derechos patrimoniales de la obra.
- Frente a cualquier reclamación por terceros, el o los autores serán los responsables. En ningún caso la responsabilidad será asumida por la Fundación Universidad de América.
- Con la autorización, la Universidad puede difundir la obra en índices, buscadores y otros sistemas de información que favorezcan su visibilidad.

	FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA	Código:
	PROCESO: GESTIÓN DE BIBLIOTECA	Versión 0
	Autorización para Publicación en el Repositorio Digital Institucional – Lumieres	Enero - 2017

Conforme a las condiciones anteriormente expuestas, como autores establecemos las siguientes condiciones de uso de nuestra obra de acuerdo con la **licencia Creative Commons** que se señala a continuación:

	Atribución- no comercial- sin derivar: permite distribuir, sin fines comerciales, sin obras derivadas, con reconocimiento del autor.	
	Atribución – no comercial: permite distribuir, crear obras derivadas, sin fines comerciales con reconocimiento del autor.	X
	Atribución – no comercial – compartir igual: permite distribuir, modificar, crear obras derivadas, sin fines económicos, siempre y cuando las obras derivadas estén licenciadas de la misma forma.	

Licencias completas: http://co.creativecommons.org/?page_id=13

Siempre y cuando se haga alusión de alguna parte o nota del trabajo, se debe tener en cuenta la correspondiente citación bibliográfica para darle crédito al trabajo y a sus autores.

De igual forma como autores autorizamos la consulta de los medios físicos del presente trabajo de grado así:

AUTORIZAMOS	SI	NO
La consulta física (sólo en las instalaciones de la Biblioteca) del CD-ROM y/o Impreso	X	
La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer para efectos de preservación	X	
Información Confidencial: este Trabajo de Grado contiene información privilegiada, estratégica o secreta o se ha pedido su confidencialidad por parte del tercero, sobre quien se desarrolló la investigación. En caso afirmativo expresamente indicaremos, en carta adjunta, tal situación con el fin de que se respete la restricción de acceso.	SI	NO X

Para constancia se firma el presente documento en Bogotá D.C, a los 13 días del mes de Febrero del año 2017

LOS AUTORES:

Autor 1

Nombres

Viviana Carolina

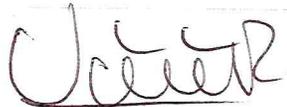
Apellidos

Rodríguez Pineda

Documento de identificación No

1.070.965.461

Firma



Autor 2

Nombres

Laura Daniela

Apellidos

Salas Vera

Documento de identificación No

1.070.969.854

Firma

