

**Creación de la Empresa Spa Móvil Dog Tor Motas S.A.S Mediante Plan de Negocio en
Tunja-Boyacá**

Mayerlie Xiomara Pulido Ruiz

Universidad Santo Tomas

División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Facultad Administración de Empresas

Tunja

2021

CREACIÓN EMPRESA SPA MOVIL DOG TOR MOTAS

**Creación de la Empresa Spa Móvil Dog Tor Motas S.A.S Mediante Plan de Negocio en
Tunja-Boyacá**

Mayerlie Xiomara Pulido Ruiz

**Proyecto de Grado Optar por el Título de
Administrador de Empresas**

Universidad Santo Tomás

División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Facultad Administración de Empresas

Tunja

2021

CONTENIDO

1.	Fase.1 Formulación de la Idea del Negocio	20
1.1	Nombre de la idea del negocio	20
1.2	Objetivo General	20
1.3	Objetivos Específicos.....	20
1.4	Agentes Promotores Formuladores y Responsables de la Ejecución	21
1.4.1	Agentes Promotores.	21
1.4.2	Formulador.....	21
1.4.3	Responsable de la Ejecución	21
1.5	Justificación de la Idea de Negocio.	22
2.	Fase 2. Análisis de la Idea de Negocio	29
2.1	Estudio de Mercado	29
2.1.1	Identificación del bien o servicio.	29
2.1.2	Análisis del Sector	31
2.1.3	Fuerzas de Porter	32
2.1.4	Análisis del entorno.	34
2.2	Análisis de la Demanda	35
2.2.1	Objetivo del análisis de la demanda.	36
2.2.2	Metodología de análisis a aplicar.....	36
2.2.3	Naturaleza de la investigación.	36

2.2.4	Alcance de la investigación.	37
2.2.5	Selección de la muestra.	37
2.2.6	Población.....	37
2.3	Herramientas o instrumentos para el análisis	39
2.3.1	Fuentes de información.	39
2.3.2	Encuesta.....	40
2.4	Comportamiento histórico.....	41
2.4.1	Segmentación del mercado.	42
2.5	Características teóricas de la demanda.	44
2.5.1	Función de la demanda.....	44
2.5.2	Determinación de la ecuación de la demanda.....	45
2.5.3	Función de ingresos.	47
2.5.4	Elasticidad de la demanda.	47
2.6	Estimación de la demanda futura.	49
3.	Análisis de la Oferta	52
3.1	Objetivo del análisis de la oferta.....	52
3.2	Metodología de análisis a aplicar.....	52
3.2.1	<i>Población y Muestra:</i>	52
3.3	Herramientas o instrumentos para el análisis	53
3.4	Proveedores actuales del bien o servicio y análisis de competencia	53

CREACIÓN EMPRESA SPA MOVIL DOG TOR MOTAS

3.4.1	Proveedores actuales.....	53
3.4.2	Análisis de Competidores Directos.	57
3.4.3	Amenaza de sustitutos.....	59
3.4.4	Amenaza de Nuevos Competidores.....	59
3.4.5	Poder de Negociación de Clientes.	60
3.4.6	Poder de Negociación de Proveedores.....	60
3.5	Régimen y características del mercado.	60
3.6	Régimen y características del mercado de insumos.	61
3.6.1	Niveles del producto.....	63
3.7	Comportamiento histórico de la oferta	64
3.8	Características teóricas de la oferta.....	67
3.8.1	Función de la Oferta.....	67
3.8.2	Función de precios.....	69
3.8.3	Precios determinados por la estructura de costos del mercado.....	70
3.8.4	Precio Internacional	70
4.	ANALISIS DE LOS SISTEMAS ACTUALES DE COMERCIALIZACION	75
4.1	Canales de Distribución.....	76
4.2	Márgenes de Comercialización.....	76
4.3	Condiciones de incertidumbre en la comercialización.....	76
5.	Análisis Demanda VS Oferta	77

6.	Estudio Técnico	78
6.1	Tamaño del proyecto	78
7.	Análisis de los factores condiciones del tamaño del proyecto.	80
7.1	Identificación de la demanda.....	80
7.2	Insumos y suministros del proyecto.	81
7.3	Identificación de la maquinaria, equipo y tecnología.....	81
7.3.1	Localización	84
8.	Ingeniería del proyecto	85
8.1	Diagrama Operaciones.....	88
8.2	Diagrama Planta Física.	89
8.3	Diagrama Flujo de Operaciones Dentro de él.....	90
9.	Análisis de normas ISO.....	93
10.	Aspectos tecnológicos de los procesos.....	95
10.1	Objetivo del Plan de Negocios.	95
10.2	Definición del Servicio.....	96
10.3	Proceso Productivo del Servicio.....	96
10.4	Insumos Requeridos para cada servicio.....	102
10.5	Mano de obra requerida para la prestación del servicio del plan de negocio.	104
10.6	Maquinaria y equipos	104
11.	Plan de acción y cronograma de la fase de inversión y operación del proyecto.....	105

12.	Función de producción.....	108
13.	Análisis de Impacto Ambiental	108
13.1	Marco teórico y conceptual del estudio ambiental.....	108
13.2	Metodología utilizada para la formulación del estudio de impacto ambiental.....	115
13.3	Determinación de impactos ambientales del proyecto.....	116
13.4	Preparación del plan manejo ambiental.....	117
13.5	Determinación de requisitos y trámites de licencias y permisos ambientales.....	122
13.6	Análisis de sostenibilidad ambiental del proyecto	125
14.	Organización y Aspectos Administrativos.....	126
14.1	Estructura orgánica y funciones a nivel de áreas.....	126
14.2	Planta de cargos requerida	127
14.3	Plataforma estratégica de la idea de negocio.....	131
14.3.1	Misión.....	132
14.3.2	Visión.....	132
14.3.3	Políticas empresariales	132
14.3.4	Objetivos y metas.....	132
14.4	Mapa de Procesos.....	133
15.	Marco Legal.....	135
15.1	Identificación y justificación del tipo de organización empresarial.....	135
15.2	Diseño de estatutos	137

16.	Requisitos y trámites de formalización de la empresa	153
16.1	Requisitos y trámites de formalización de la empresa	156
16.2	Registros de materia de propiedad intelectual	157
16.3	Contratos por suscribir en cumplimiento del objeto social.....	159
16.3.1	Arrendamiento del local comercial.....	159
16.4	Manejo de contratación laboral	159
16.4.1	Terminación del contrato a término indefinido.....	160
17.	Estudio Financiero.....	162
17.1	Presupuesto de inversiones	162
17.2	Ingresos.....	164
17.3	Costo de producción	169
17.4	Balance inicial del proyecto	171
17.5	Estado de resultados.....	172
17.6	Flujo de caja neto.....	173
17.7	Cálculo de indicadores para evaluación financiera del proyecto	174
17.7.1	Indicadores de riesgo	174
17.8	Análisis de sostenibilidad financiera del proyecto.....	176
18.	Impacto Social y Responsabilidad Social Empresarial.....	177
18.1	Relación y clasificación de partes de interés.	177
18.2	Actividades y programas de involucramiento de partes interesadas.....	181

18.3	Implementación y manejo de gobierno corporativo	182
19.	Fase 3. Planeación Estratégica	184
19.1	DECISIONES MEDIANTE MATRICES	184
19.1.1	Recolección y articulación de datos sobre el entorno y la estructura de la empresa o idea de negocio.....	184
19.1.2	Matriz PESTEL.....	186
19.1.3	Matriz POAM.....	188
19.1.4	Matriz MEFE	189
19.1.5	Matriz PCI.....	191
19.1.6	Matriz MEFI.....	192
19.1.7	Matriz DOFA.....	193
19.1.8	Matriz MCPE.....	195
19.1.9	Matriz QFD	197
20.	Fase 4. Formulación Estratégica	198
20.1	Selección y Priorización de Estrategias	198
20.1.1	Estrategias de mercadeo.....	198
20.1.2	Estrategias operativas.....	200
20.1.3	Estrategias financieras	201
20.1.4	Estrategias de sostenibilidad ambiental, financiera económica y legal.	202
20.1.5	Estrategias de responsabilidad social empresarial	203
20.2	FORMULACION DEL PLAN DE TRABAJO	205

20.3	ELABORACION DEL CRONOGRAMA	208
21.	Fase 5. Control y Evaluación	209
21.1	Cuadro de mando (BALANCE SCORE CARD).....	209
21.1.1	Mapeo Estratégico en el BCS	209
21.2	BATERIA DE INDICACIONES.....	212
22.	CONCLUSIONES.....	213
23.	BIBLIOGRAFIA.....	215
24.	ANEXOS	217

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Precio de venta, costo y margen de contribución	31
Tabla 2 Población.	38
Tabla 3 Precios para función de demanda.	44
Tabla 4 Precios para la ecuación de demanda	46
Tabla 5 Estimación de la demanda futura.	49
Tabla 6 Función de precios	69
Tabla 7 TARIFAS DE PELUQUERÍA CANINA EN ESPAÑA	71
Tabla 8 TARIFAS DE PELUQUERÍA CANINA EN MEXICO.....	73
Tabla 9 TARIFAS DE PELUQUERÍA CANINA EN MEXICO.....	79
Tabla 10 Productos Requeridos para Spa Móvil Dog Tor Motas	81
Tabla 11 Cronograma de actividades.....	92
Tabla 12 Productos para cada servicio.....	102
Tabla 13 PLAN DE ACCION Y CRONOGRAMA SPA MOVIL DOG TOR MOTAS	105
Tabla 14 Plan de manejo ambiental	120
Tabla 15 Plan de manejo ambiental	160
Tabla 16 Horas extras	161
Tabla 17 Inversión Inicial	162
Tabla 18 Servicios Razas caninas grandes.....	164
Tabla 19 servicios Razas caninos medianos	165
Tabla 20 Servicios Razas Caninos pequeños.....	166
Tabla 21 Productos	168
Tabla 22 Ingresos no operacionales	169

Tabla 23 Costos de producción.....	169
Tabla 24 costo por servicio	170
Tabla 25 Blance Inicial	171
Tabla 26 Estado de resultados.....	172
Tabla 27 Flujo de caja.....	173
Tabla 28 Análisis de sensibilidad	174
Tabla 29 Análisis del escenario	175
Tabla 30 Punto de equilibrio.....	176
Tabla 31 Partes de Interes	177
Tabla 32 Stakeholders.....	181
Tabla 33 Matriz pestel	186
Tabla 34 Matriz poam.....	188
Tabla 35 Mefe.....	189
Tabla 36 Matriz PCI.....	191
Tabla 37 MEFI.....	192
Tabla 38 dofa	193
Tabla 39 MCPE.....	195
Tabla 40 ESTRATEGIAS DE MARKETING	199
Tabla 41 ESTRATEGIAS OPERATIVAS.....	200
Tabla 42 ESTRATEGIAS DE SOSTENIBILIDAD	202
Tabla 43 PLAN DE TRABAJO.....	205
Tabla 44 Cronograma de Actividades.....	208
Tabla 45 Balance Score Card.....	211

Tabla 46 Matriz KPY 212

INDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Mercado de mascotas en Colombia	25
<i>Figura 2.</i> PRESENTACION DEL PRODUCTO	30
<i>Figura 3.</i> Gráfico de función de la demanda	45
<i>Figura 4.</i> Gráfico de la ecuación de demanda	47
<i>Figura 5.</i> Mapa sector las nieves Tunja Boyacá	55
<i>Figura 6.</i> Análisis de las cinco fuerzas de Porter.....	56
<i>Figura 7.</i> datos y gastos de las mascotas	66
<i>Figura 8 .</i> Gráfico de la ecuación de la oferta.	68
<i>Figura 9.</i> Gráfico de la función de la oferta.	68
<i>Figura 10.</i> Cambiaria de veterinario.....	78
<i>Figura 11</i> Proceso Operativo de optimización de talento humano. Fuente: Autora	80
<i>Figura 12.</i> Oficina Spa Móvil Dog Tor Motas	85
<i>Figura 13.</i> Modelo de Oficina	85
<i>Figura 14</i> Diagrama de procesos de servicio al cliente. Fuente: Autora.....	86
<i>Figura 15.</i> Flujo del proceso.....	88
<i>Figura 16.</i> Modelo de Adaptación vehículo	89
<i>Figura 17.</i> Diagrama del servicio al cliente.....	90
<i>Figura 18 .</i> Tipos de pelaje canino	101
<i>Figura 19</i> Ubicación Spa móvil Dog Tor Motas	118
<i>Figura 20 .</i> Estructura Organizacional.....	126
<i>Figura 21.</i> Mapa de Procesos	133
<i>Figura 22.</i> Documento acto de propiedad	158
<i>Figura 23.</i> Gobierno Corporativo	183

<i>Figura 24 .Ubicación geográfica de spa móvil Dog Tor motas.....</i>	<i>184</i>
<i>Figura 25. Ubicación centros veterinarios.....</i>	<i>185</i>
<i>Figura 26. comercio en el sector</i>	<i>185</i>
<i>Figura 27 QFD</i>	<i>198</i>
<i>Figura 28. Mapeo Estratégico</i>	<i>210</i>

LISTA DE ANEXOS

ANEXO B Análisis de encuesta	217
Anexo C. Formulario de Registro Único Empresarial y Social RUES.....	226
Anexo D. Formulario de Registro de Marcas y Lemas Comerciales	229

Resumen ejecutivo

En la actualidad son muchas las familias que tienen mascotas caninas y así mismo son incluidas como parte fundamental de la familia, su cuidado y su bienestar es un derecho que le debe brindar cada familia que desee adoptar una de ellas.

Es por eso que se plantea la idea de negocio de un Spa Móvil Dog Tor Motas para mascotas caninas en la ciudad de Tunja, hoy en día no hay ningún centro especializado en el cuidado de animales o veterinaria que se enfoque en este servicio a domicilio, donde trae beneficios de fácil acceso al servicio de peluquería canina, evitar el desplazamiento a las veterinarias y el transporte de la mascota y así mismo el estrés de las mismas.

Para el desarrollo de este proyecto se identificaron aspectos importantes como la formulación y análisis de la idea de negocio, la planeación y formulación estratégica y control y evaluación.

Se basará en varias páginas web, investigaciones, planes de negocios, datos especializados en el tema, libros, encuestas realizadas a la comunidad, en la ayuda del tutor y temas vistos en la carrera de administración de empresas.

Finalmente se espera sea de gran ayuda y agrado este proyecto para adquirir más conocimientos y reforzar otros. Alcanzar mis metas, desarrollar una idea innovadora y de emprendimiento a nivel profesional y personal.

Spa Móvil Dog Tor Motas nace como iniciativa personal, que consiste en crear una empresa para prestar servicios a domicilio de peluquería canina, suplir una necesidad en la población de Tunja que tiene mascotas que en su gran mayoría son perros.

La empresa busca brindar comodidad a propietarios de mascotas caninas, ofreciéndoles servicios a domicilio, encaminada a dar solución acorde a sus necesidades; esperamos ser, la empresa líder en reconocimiento como Spa para perros en las principales ciudades de Boyacá, por la calidad de nuestros servicios prestados e innovación en el servicio de peluquería.

Como dueños de mascotas, entendemos por lo que pasan los amos de animales a la hora de ir al veterinario o a un centro de servicio y no encontrar el nivel de atención esperada, no conocer todas las opciones presentes en el mercado para satisfacer la necesidad, además de no tener información de calidad ni un servicio eficaz, poniendo en peligro el bienestar y la vida del animal.

De acuerdo al sector canino, en el segmento de mercado encontramos que la población tunjana asciende a 195.496 personas y se evidencia un aumento de la proporción de animales de compañía, pasando de un 22,9% en el año 2000 a un 54,7% al año 2005 según estudios realizados por el DANE en el año 2015. Lo que nos indica que el sector servicios al cuidado de mascotas va en aumento.

Por lo anterior se toma la decisión de satisfacer esta necesidad y vacío en el mercado mediante el servicio a domicilio para la prestación de peluquería canina, ya que comúnmente conocemos los establecimientos que prestan servicios similares, la gran diferencia es que el cliente ya no tendrá que desplazarse al lugar de la veterinaria.

La empresa contará con personal de acuerdo a los puestos de trabajo requeridos para prestar el servicio, entre quienes se destacan un técnico peluquero canino quien se encargará del baño y el cuidado de las mascotas, un estudiante en curso quién realizará las actividades de asistencia del técnico y adicionalmente será el conductor del vehículo; la gerente de la empresa quien

desempeñara labores administrativas de la empresa y quien estará al pendiente del suministro de elementos necesarios para el funcionamiento del spa móvil. El equipo estará dotado con uniforme representativo de la organización y contaremos con equipos de trabajo de última tecnología.

La empresa contara con una oficina situada en el sector de las nieves kra 10 con calle 25 de igual manera va a disponer de un vehículo transformado en un centro de peluquería canina, en el que tendrá servicios como: baño spa, baño medicado, limpieza de oídos, corte de uñas y profilaxis; adicionalmente tendremos disponible para la venta artículos como accesorios, productos de aseo, vitaminas y desparasitantes, con el beneficio de que nuestros clientes podrán tenerlo todo sin moverse de un entorno de confianza, esto con el fin de impedir enfermedades en las mascotas como el estrés y recorridos de larga distancia para las mascotas, contara además con la comodidad del acompañamiento de su dueño en el proceso de baño y limpieza si así lo prefieren los usuarios todo al frente de su lugar de domicilio.

Se contara con una página web y redes sociales para el agentamiento de citas y numero de WhatsApp para atención al usuario, se realiza la agenda de programación de rutas diarias para visitar a los clientes; el spa móvil estará disponible para atención de diferentes razas y tamaños de mascotas (perros) serán atendidos en la ciudad de Tunja de (estratos 2-5), en el horario de martes a domingo de 8:00am a 5:00pm; se realizará una programación de rutas a realizar cada día según las llamadas de clientes, se debe considerar que los clientes deberán programar anticipadamente su cita con un mínimo de 24 horas.

1. Fase.1 Formulación de la Idea del Negocio

1.1 Nombre de la idea del negocio

Spa Móvil Dog Tor Motas.

1.2 Objetivo General

Diseñar un plan de Negocios para la creación de un Spa móvil para mascotas caninas en la ciudad de Tunja.

1.3 Objetivos Específicos

- Planear un Plan de negocios con la formulación del Spa Movil Dog Tor Mota, evaluar sus respectivos procesos y llevar el control de los lineamientos para el funcionamiento del mismo.
- Realizar un estudio de mercado para identificar la oferta y demanda para verificar el potencial de la idea de negocio en Tunja.
- Proponer un estudio financiero para determinar la viabilidad de la empresa Spa Móvil Dog Tor Motas.
- Identificar los requisitos legales, ambientales y sociales que debe cumplir la empresa para su funcionamiento.
- Efectuar un estudio administrativo y legal para el plan de negocios.
- Elaborar un estudio técnico y operativo que defina la maquinaria y equipos, insumos y recursos humanos.

1.4 Agentes Promotores Formuladores y Responsables de la Ejecución

1.4.1 Agentes Promotores.

La Universidad Santo Tomás seccional Tunja, se desempeña como agente promotor, ya que es el principal órgano estudiantil que impulsa a los formuladores a plantear y desarrollar el contenido del proyecto de grado, en este caso, el plan de negocio para la creación de la Empresa Spa Móvil Dog Tor Motas Mediante Plan de Negocio en Tunja-Boyacá, todo esto de la mano de un respectivo docente tutor que realiza un proceso de acompañamiento, asesoría y revisión permanente.

1.4.2 Formulator

La formuladora del presente proyecto estudiante de Administración de Empresas de la universidad Santo Tomas Tunja – Boyacá con CC. 1 010 221 108 de la ciudad de Bogotá.

1.4.3 Responsable de la Ejecución

La ejecución de este plan de negocios estará a cargo de Mayerlie Xiomara Pulido Ruiz, estudiante de Administración de Empresas de 26 años de la ciudad de Bogotá, con un gusto y amor inmenso por los animales, con una gran responsabilidad que la identifica, honestidad y respeto, trabajadora en su mayor parte en ventas y todo lo que tenga que ver con mercadeo y finanzas, con experiencia en atención al cliente y fluidez al hablar ante el público, compromiso con sus objetivos y metas a lo largo de la vida, quien cumplirá con los lineamientos expuestos por la facultad de administración de empresas y los diferentes docentes.

1.5 Justificación de la Idea de Negocio.

La idea surgió a partir de la necesidad personal y familiar del entorno social por la cual las mascotas al momento del desplazamiento su lugar de peluquería (veterinaria) se tornaban tensas y con la negación de avanzar al sitio donde se requería cada ocho días para su peluqueada y baño, tales razones llegaron a afectar a la mascota al no querer salir, pensando en todo momento que se llevaría a tal lugar, se identificó el estrés de la mascota al momento del desplazamiento, las dudas llegaron al no saber cómo era el trato y el proceso del servicio prestado por tal peluquería, de allí igual forma se determinó la falta de tiempo y personal para el recorrido hasta la veterinaria ya que los medios de transporte evitan el desplazamiento con la mascota. El apoyo incondicional por suplir esta necesidad en la ciudad de Tunja por la gran oferta de familias con mascotas caninas, y la asesoría por el cuerpo docente de la universidad y el conocimiento de cada materia hicieron una meta por cumplir a tal proyecto como plan de negocio y meta personal

Realizando un estudio detallado y de acuerdo con las proyecciones del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), se pretende que para el año 2022 la población total de la ciudad de Tunja tenga un crecimiento del 20,85%, lo que indica que se puede alcanzar los 210.925 habitantes. Analizando el segmento de mercado y comparando con los anteriores datos es muy probable que, así como la población aumente, la cantidad de animales también puesto que el 2015 el DANE evidencio un constante aumento de la proporción de animales de compañía, pasando de un 22,9% en el año 2000 a un 54,7% en el año 2005, así como también el aumento de la población total de animales con dueño tuvo un crecimiento del 20% al 52% entre los años 1971 y 2001, superando los 1.400.000 animales, “Con orgullo hoy Tunja afirma haber

hecho el censo de mascotas más completo a nivel nacional. De acuerdo a los resultados la población de caninos domiciliados para febrero de 2018 alcanzó los 45.225, mientras que la población felina es de 9.984” (Consejo Municipal de Tunja.gov 2018).

Con esta información se podrá ratificar que el aumento de mascotas se está dando cada año lo que será en su conjunto indicativos de un creciente requerimiento de servicios de peluquerías caninas y que mejor que un servicio a domicilio.

A este respecto, se sabe que el mercado de las mascotas está creciendo a pasos agigantados, en parte porque la tendencia animalista se está imponiendo, como porque la gente está tendiendo a suplir la existencia de hijos, por la tenencia de animales, en palabras del Director Económico de FENALCO: “Es un hecho el ascenso del mercado de las mascotas en aquellas sociedades donde el crecimiento poblacional se ha vuelto lento y donde el número de hijos por mujer desciende. Colombia no es la excepción, lo que representa una gran oportunidad de negocios (Carrillo, 2015)”.

Por la gran variedad de centros y clínicas en el sector veterinario se visualiza la oportunidad de crear un nuevo centro el cual será atendido por su dueña y propietaria quien se propone ofrecer atención especializada y diferencial a domicilio a la mascota, lo que sería innovador y un punto a favor para Spa Móvil Dog Tor Motas ya que facilitaría el servicio para los clientes teniendo en cuenta que los animales son de gran importancia en la vida de su amo, el significado que tienen ellos en la familia, conociendo que se convierten en un miembro fundamental e incondicional, considerado un amigo, hijo, hermano o simplemente parte indispensable de la vida cotidiana. Además de todo esto y lo más importante, tener una mascota implica una responsabilidad para una vida sana y duradera.

Se trabajará con un vehículo tipo furgón acondicionado y adecuado para la prestación del servicio de peluquería canina, baño especializado, limpieza externa de oídos, cuidado de uñas, limpieza de pulpejos (almohadillas) y limpieza de dientes, por personal capacitado a cargo técnico y auxiliar con los utensilios dados a cada mascota.

Como empresa estará comprometida con el total cuidado de la mascota, el respeto por el medio ambiente, por esta razón los productos serán biodegradable, es decir que las sustancias que contienen serán bien asimiladas por la naturaleza. Los productos estarán elaborados con activos naturales, enriquecidos con proteínas y adicionadores botánicos que cuidan la piel y el cabello de los animales de la compañía.

¿Qué otros proyectos o estudios similares se han realizado?: Un primer trabajo corresponde a Olga Corina Falcón (2015), quien realizó la propuesta “planificación estratégica de la aplicación móvil Pets Control” como proyecto requisito para optar el título de Máster en Mobile Business. En este trabajo se maneja estrategia de aplicación bajo el modelo canvas y estrategia corporativa donde se hace análisis FODA para conocer factores internos y externos que pueden afectar o abrir oportunidades a su idea de negocio, a partir del conocimiento de estos factores se desarrolla estrategia de marketing mix para orientar y dar cumplimiento a su propósito el cual es el poder lanzar una aplicación móvil que brinde el acceso al mundo de las mascotas en un solo sitio desde cualquier lugar. Dentro del trabajo también se evidencia un prototipo de lo que sería la aplicación definiendo claramente datos de registro e ingreso, de lo que constaría el menú de la App y su diseño, en lo que podemos determinar la relación con el proyecto que proponemos y orientándonos hacia una profundización en otros aspectos como marketing digital.

MERCADO DE MASCOTAS EN COLOMBIA

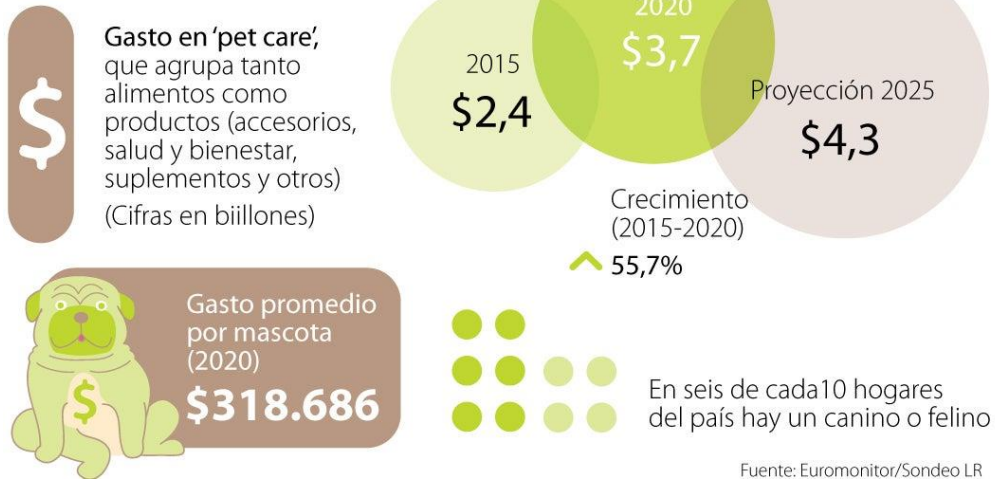


FIGURA 1. MERCADO DE MASCOTAS EN COLOMBIA

Nota. La imagen demuestra que el mercado de mascotas en Colombia movió \$3,7 billones el año pasado y la proyección es que a 2025 mueva cerca de \$4,3 billones. Tomado de: Blog Agronegocios, XIMENA GONZÁLEZ – 2021.

Hoy en día, los gastos básicos de las mascotas hacen parte del presupuesto mensual de miles de familias colombianas.

Llegar a casa y ser recibido con alegría por el miembro no humano de la familia es confortable para muchos, Spa Móvil Dog Tor Motas es necesario para nuestras mascotas caninas ya que es indispensable e importante mantenerlos física y psicológicamente saludables, los dueños de las mascotas tienen una vida muy ocupada, jornadas laborales muy extensas pero sin embargo no quieren descuidar a sus mascotas, Spa Móvil Dog Tor Motas prestara servicios de salud e higiene para la mascota canina a domicilio, de esta manera lograra simplificar la vida a los clientes,

llevando el servicio hasta la puerta del hogar, evitando el estrés y los posibles contratiempos que se puedan presentar a la hora de tener que desplazarse hasta un centro canino.

Causas y consecuencias

Las circunstancias a las que se exponen las mascotas al momento de ser llevadas a su peluquería o veterinaria se identifican al momento de la negación por parte de los perritos esto con el motivo de no querer desplazarse al sitio donde no se sienten cómodos sin la compañía de su amo. Mercé García, editora de Experto Animal nos muestra 10 señales de estrés en el perro tales como:

- **Hiperactividad:** Es común que los perros estresados tengan comportamientos hiperactivos. No pueden mantener la compostura y, a la larga, pueden comenzar a canibalizar los muebles y cualquier utensilio que encuentren en el camino para liberar la tensión acumulada.
- **Aparición de estereotipias:** Las estereotipias son ejercicios repetidos realizados por perros sin un propósito específico. Hay muchos tipos de estereotipias: podemos observar a los perros mordiéndose la cola, cazando animales invisibles, ladrando constantemente. Son hábitos repetitivos y sin parar.
- **Reacciones exageradas:** Tal vez su perro haya ladrado un poco y haya dejado de comer, o haya reaccionado a otros perros en el pasado. Independientemente de sus hábitos, ahora puede observar su comportamiento más intenso. En un perro estresado, la reacción se intensifica.

- **Salivación y relamido:** Si observamos a los perros lamiendo y salivando de forma muy exagerada, debemos ser conscientes de que este no es un hábito que se desarrolló repetidamente. Este es uno de los signos de estrés que debemos tener en cuenta.
- **Falta de atención:** Los perros estresados sufren de nerviosismo general, lo que les dificulta concentrarse y obedecer órdenes. Sin embargo, si su perro generalmente carece de atención y lo ha estado (no solo porque se siente estresado), si esto es una falta de atención, puede evaluarlo con su veterinario.
- **Jadeo excesivo:** El jadeo es una herramienta para que los perros expulsen el calor de sus cuerpos. Si observa el jadeo del perro mientras debería estar tranquilo, es posible que se sienta estresado y necesite aliviar su tensión. A veces, los jadeos pueden ir acompañados de gemidos y sonidos tristes.
- **Reactividad o huida:** Los perros estresados suelen sentirse muy incómodos en situaciones desconocidas o situaciones que lo hacen sentir estresado. Por ejemplo, si nuestro perro está estresado cuando se encuentra con otros perros, cada encuentro hará que reaccione de forma exagerada. Esto provocará que intente escapar o reaccionar muy negativamente ante este estímulo (ya sea una persona, entorno, objeto o situación concreta).
- **Pérdida de pelo:** La caída del cabello suele ocurrir en situaciones de estrés crónico, en las que el perro comienza a sentir que el cuerpo se ve afectado por la situación en la que se encuentra. Si descubre que su perro está empezando a perder pelo debido a la ansiedad, debe

consultar al veterinario lo antes posible. También puede perder el cabello por lamido compulsivo (granuloma agudo) o por arrancarse el cabello directamente con los dientes. Él, por favor, actúe lo antes posible, pero le enviará una señal de emergencia.

- **Rigidez muscular:** Especialmente en situaciones que provocan estrés, podemos ver un estado de tensión y rigidez más de lo habitual. Por lo general, observe la cola y las extremidades en un estado tenso, esperando que sucedan algunos eventos importantes.

- **Cambios del comportamiento:** Finalmente, completamos la lista con un problema común: los cambios de comportamiento. Es muy común que los perros estresados empiecen a mostrar comportamientos que nunca antes habían visto: agresivos, tímidos, frustrados, fobias. Sin embargo, no los mostramos en una situación concreta, sino que empezaron de forma general. Este es uno de los signos más evidentes de estrés en los perros.

2. Fase 2. Análisis de la Idea de Negocio

2.1 Estudio de Mercado

2.1.1 Identificación del bien o servicio.

Para SPA MOVIL DOG TOR MOTAS es de vital importancia el bienestar de las mascotas y sus amos, con el fin de facilitarles en: tiempo de recorrido al cliente y evitar el estrés de la mascota para ello prestaremos el servicio a domicilio para la peluquería canina en Tunja-Boyacá. El servicio será prestado a todo aquel usuario con mascota canina, en frente de su lugar de domicilio o como el cliente lo prefiera, prestado por un equipo profesional en sus labores, se llevará a cabo el baño total de la mascota y lo que conlleve en la peluquería según su pelaje y su tipo de peinado, anexo a ello en el transcurso se realizará como complemento una consulta básica gratis donde se analizará el estado de salud de la mascota.

El valor de los servicios es variable dependiendo del procedimiento que se le realice a la mascota; los precios en promedio de un baño de spa o un baño medicado oscilarán entre \$40.000 y \$100.000 según la raza y tamaño del animal, una profilaxis en promedio tiene un valor de \$80.000 y el valor de los productos depende de sus características; los pagos se podrán realizar en efectivo o con tarjeta de crédito o débito. La inversión para dicho proyecto es de \$100.000.000 de los cuales una parte se necesitará de un inversionista con un aporte de capital importante para la empresa.

La estrategia para la implementación de los precios se realizara en un estudio de mercadeo de la competencia no directa, los cuales solo cumplen con el servicio similar del baño de la mascota, de acuerdo a esto se tendrán en cuenta los costos y materia prima necesaria para el servicio; La

empresa contara con un cartel donde se exhibirá el precio en forma destacada a la vista del público de la tarifa diaria conjuntamente con la descripción de los servicios que esta incluye cada servicio de peluquería en cada raza de canino.

En cuanto a la factibilidad legal, no aplica ninguna normativa que represente una restricción significativa para la adquisición de las materias primas, que son básicamente implementan de estética veterinaria, por otro lado, existen estrategias gubernamentales que facilitan a los proveedores la distribución de dichas materias primas de manera adecuada y segura.



FIGURA 2. PRESENTACION DEL PRODUCTO

ELABORACIÓN AUTORA

Spa Móvil Dog Tor Motas cuenta con la viabilidad de ser pionero en servicio de baño y peluquería canina a domicilio en la ciudad de Tunja ya que actualmente las veterinarias de la

capital boyacense solo cuentan con servicio de guardería lo cual consta de movilizar a las mascotas hasta el lugar de la veterinaria y dejarlo por un transcurso de tiempo, la recogida del domicilio y la devuelta es uno de los más similares.

La empresa cuenta contará con un furgón dentro de su materia prima principales estará incluida el agua potable para el baño adecuado de las mascotas la ducha específica para tal servicio, los utensilios para cada servicio como son las tijeras máquinas de corte secador cepillos entre otros, dentro de la fuente de proveedores se encuentran en la ciudad de Bogotá.

TABLA 1

Precio de venta, costo y márgenes de contribución

TAMAÑO DE CANINO	PRECIO DE SERVICIO	COSTO UNITARIO	UTILIDAD	MARGEN DE CONTRIBU CION
<i>PEQUEÑO</i>	\$ 42.000	\$ 17.248	\$ 24.752	59%
<i>MEDIANO</i>	\$ 55.000	\$ 19.450	\$ 35.550	65%
<i>GRANDE</i>	\$ 85.000	\$ 24.742	\$ 60.258	71%

Fuente: Información compilada por autora.

2.1.2 Análisis del Sector

El Spa Móvil Dog Tor Motas, para mascotas se ubica en el sector de servicios, específicamente en el subsector veterinario, que a su vez se relaciona con la venta de medicamentos para animales domésticos y de producción. “En Colombia, la Industria veterinaria en el país está debidamente normalizada y contralada por entidades del Estado, tales como el Ministerio de Agricultura y el Instituto Colombiano Agropecuario – ICA, quien además certifica en Buenas Prácticas de Manufactura”. (Universidad Nacional de Colombia, 2012)

Dentro del sector veterinario se encuentra el que está orientado a servicios y productos para las mascotas domésticas, la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco) señaló que para 2015 uno de los sectores económicos de mayor crecimiento en Colombia es el de la producción de alimentos para animales. (El Herald, 2015). El valor promedio en la producción nacional de comida para perros ha registrado utilidades alrededor de los \$600.000 millones de pesos en los últimos años. Al margen de esta cuantía están los servicios clínicos, funerarios para mascotas, ropa, juguetes, guarderías y spas, que son cada vez más demandados en el país, según el ente oficial de comercio. (El Herald, 2015) En el país el sector de productos y servicios para las mascotas domesticas está creciendo, según estadísticas de mercados, 6 de cada 10 familias tienen una mascota, según encuesta auspiciada por Fenalco y la firma Inteligencia Latinoamericana de Mercados (2015). En el estudio, los perros son los animales preferidos en el país, con una prevalencia del 70%, frente a otras especies como aves, gatos, peces, entre otros. Razón por la cual en los últimos años se han incrementado los centros veterinarios y servicios asociados, como aseo, paseos, 45 medicina prepagada, entre otros. “De acuerdo con datos de la Cámara de Comercio, en Cali hay registradas 272 veterinarias, una cifra importante si se compara con las 34 clínicas y hospitales, así como con 150 puestos de salud, según datos de Cali en Cifras”. (El País, 2015, párr.8).

2.1.3 Fuerzas de Porter

- **Barreras de entrada y de salida.** En Spa Móvil Dog Tor Motas las barreras de entrada y salida son muy bajas, pues no existen impedimentos representativos a la hora de generar una idea de negocio relacionada con el sector veterinario y en servicio especializados a domicilio en general en la capital boyacenses, Con respecto a la Diferenciación ya que será un servicio a la puerta de la casa del cliente que empezará en el mercado brindando este

servicios que se ha mencionado y que además pueda interactuar con su mascota mientras el baño si así el amo lo prefiere.

- **Posibles nuevos competidores.** En la industria veterinaria, la posibilidad de que nuevos competidores entren al mercado directa o indirectamente es muy alta, lo que también está relacionado con el bajo umbral de entrada al mercado, por lo que Spa Móvil Dog Tor Motas estará preparado y de esta forma responderá a esta situación generando diferenciación. A través de la innovación y los servicios, para convertirse en una empresa con características únicas, la empresa puede, hasta cierto punto, prevenir la amenaza de la entrada en el mercado de modelos veterinarios con servicios similares.
- **Poder de negociación de los clientes.** Para esta fuerza, los clientes tendrán un gran poder de negociación, siempre buscarán obtener mayores beneficios, un mejor servicio y a un precio bajo, esto, de la mano con la gran variedad de servicios veterinarios ofrecidos en la región, dan al cliente un poder de negociación relevante. Para ello contamos con un gran número de familias tunjanas que poseen mascotas y les gustan principalmente mantenerlas limpias y aseadas este será nuestro objetivo brindarle el mejor servicio diferenciador a domicilio con una gran expectativa con el punto a favor de no salir de su lugar de vivienda exponer a la mascota y la seguridad del mismo, así que todo debe hacerse de acuerdo con las condiciones previstas.
- **Posibles estrategias de respuestas de los competidores.** Spa Móvil Dog Tor Motas deberá mantenerse informada y actualizada sobre los diferentes avances precios servicios y cambios más reciente de sus competidores así de esta forma seguir innovando de manera constante. El proceso de identificar competidores también revela los puntos fuertes y débiles de los rivales actuales y potenciales. Este hecho tiene importantes implicaciones en

el modo de competir que tiene una empresa. “Suele ser bastante acertado no remover el panorama iniciando una guerra de precios con un competidor que tiene una base de recursos significativamente mayor o la reputación de ser un duro guerrero de precios” (CursodeMBA.com, 2018). Al realizar el análisis de la competencia es fundamental determinar con precisión quién es, cómo encaja el precio en su posición estratégica, cómo toma las decisiones vinculadas al precio y con qué capacidades y recursos cuenta.

- **Poder de negociación con los proveedores.** En este punto, la estrategia que utilizara Spa Movil Dog Tor Motas es el manejo de acuerdos de estandarización de precios con los proveedores, en donde el costo de la materia prima se mantenga a un nivel estable; también se debe tener en cuenta contar con otros proveedores. el proveedor es que me proporciona un producto necesario para prestar completo el servicio a las mascotas. Para este modelo de negocio, el proveedor inicialmente tendrá poca capacidad de negociaciones porque este es un negocio que no requiere demasiados productos constantemente algún tendrán un flujo mensual y no se comprará seguido además de esto se encuentran varios proveedores de los cuales también se pueden tener en cuenta. El único proveedor que puede presionar será el proveedor que nos alquila la oficina, porque Si el negocio tiene éxito, definitivamente aumentará el alquiler anual del local.
- **Productos o servicios sustitutos.** En este caso los servicios sustitutos serán aquellos los cuales presentan el servicio de baño a la mascota en las veterinarias de forma personalizada o la implementación de un servicio similar.

2.1.4 Análisis del entorno.

Con el análisis del entorno se pretende identificar aspectos estratégicos del entorno, a la vez factores tanto positivos como negativos para esto se tiene en cuenta la matriz PESTEL debido a que esta herramienta ayuda a analizar el entorno en el que se pretende operar para eso se tiene en cuenta el factor político con los posibles cambios en los tratados comerciales, las reformas tributarias que se realizan por parte del gobierno, los acuerdos internacionales y a la vez las reformas agrarias, por otro lado se encuentran los factores económicos como el crecimiento que se estima del PIB para los próximos años, el cambio de valor del dólar puede generar aumento en ciertos insumos, la política tanto monetaria como fiscal, el incremento del PCI, la crisis económica por la que atraviesa el país y el déficit gubernamental donde se puede generar nuevas reformas fiscales, en cuanto al factor social se debe tener en cuenta los cambios en los hábitos de consumo de las personas, como el aumento de la población universitaria en la ciudad y la preferencia de consumo de alimentos netamente boyacenses. Al hablar de la tecnología, como empresa se debe tener presente el manejo del benchmarking con la competencia en cuanto a la tecnología a manejar, el buen manejo de los medios de comunicación digital para poder realizar una adecuada promoción del establecimiento y productos, el manejo de tecnologías de información y comunicación para la mejora continua en la atención al cliente y la adquisición de maquinaria y equipo innovador y de alta calidad para la optimización de todos los procesos de la organización, por último se tiene en cuenta factores tanto ecológicos como la utilización de empaques con materiales reciclables, en este caso el cartón que tiene un 60% menos de dióxido de carbono y legales como el manejo de la implementación de la propiedad intelectual en cuanto al registro de marca.

2.2 Análisis de la Demanda

2.2.1 Objetivo del análisis de la demanda.

Identificar la demanda existente de servicios de spa canino en la ciudad de Tunja para la empresa SPA Móvil Dog Tor Motas.

2.2.2 Metodología de análisis a aplicar.

Para realizar el estudio de mercado de Spa Móvil Dog Tor Motas se realizará un estudio cuantitativo debido a que se realizara técnicas para la recolección de información, “El método más común para hacer investigación cuantitativa de mercado es una encuesta o cuestionario. Las encuestas pueden incluir entrevistas, que pueden llevarse a cabo usando varias metodologías distintas incluidas la presencial, por teléfono, en línea o entrevistas asistidas por computadora” (Universidad de Alcalá, 2018) para así conocer las necesidades del cliente y tomar decisiones.

De acuerdo a la gran oferta que demanda los ciudadanos de Tunja del departamento de Boyacá se identificó una gran oportunidad laboral y generadora de empleo para enriquecer a la ciudad e implementa mejoras e innovación en sectores veterinarios, suplir la necesidad de no hacerse se podría perder la oportunidad que hay de implementar un nuevo servicio de peluquería canina a domicilio. El personal afectado serán aquellas personas con mascotas caninas en este aspecto donde no tendrán en conocimiento y la facilidad de adquirir el servicio.

2.2.3 Naturaleza de la investigación.

La elaboración del estudio de mercado y como tal del plan de negocio tiene como finalidad recolectar, analizar, ordenar e interpretar los datos obtenidos a través de las encuestas aplicadas a una población representativa de la ciudad de Tunja, con el propósito de entender la demanda en el sector de comidas rápidas. La naturaleza de la investigación es de tipo descriptivo ya que “consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de

establecer su estructura o comportamiento” (Arias, 2012), así permite analizar variables independientes teniendo en cuenta las opiniones de las personas interesadas directa o indirectamente en el producto.

2.2.4 Alcance de la investigación.

Determinar en el mercado objetivo, a través de las encuestas, opiniones, puntos de vista, gustos y demás, que permitan establecer el comportamiento futuro en cuanto a la idea de negocio a desarrollar.

2.2.5 Selección de la muestra.

Para este estudio es de gran importancia realizar la selección de la muestra, es por ello que se utilizará un tipo de muestreo probabilístico, específicamente el muestreo aleatorio simple debido a que todas las personas de la población tienen exactamente la misma probabilidad de ser seleccionados para ser parte de la muestra.

2.2.6 Población.

De acuerdo a los datos arrojados por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) en el 2018, la ciudad de Tunja, Boyacá, específicamente en “El informe de proyecciones de población con desagregación nacional, departamental, municipal, y cabecera-resto (centros poblados y rural disperso)”, la población proyectada para el año 2020 en la ciudad Tunja es de 179.263, distribuidos en la cabecera municipal con 171.461 pobladores y en el centro poblado y rural disperso con 7.802 pobladores, para la presente investigación de mercados se toma como población los habitantes de la cabecera municipal (171.263) en su totalidad, pues la naturaleza del bien no restringe su consumo a cierta clase de habitantes, por lo cual el grupo objetivo es la totalidad de la población urbana de Tunja.

TABLA 2.

Población

Municipio	Total	Cabecera	Centro Poblado y Rural Disperso
	2020	2020	2020
Tunja	179.263	171.461	7.802

Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas. (2018). Censo nacional de población y vivienda 2018. Proyecciones de población. Recuperado de:

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>.

Es fundamental también tener en cuenta a la hora de la determinación de la muestra el uso de la fórmula estadística, para este caso, fórmula de muestra para población finita y teniendo en cuenta la cantidad de población de la ciudad se determinaron las variables de probabilidad de éxito y fracaso del 50% de exactitud, un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 10%.

Fórmula estadística para determinar la población finita:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Z^2 * P * Q + N * E^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,50) * (0,50) * 171.461}{(1,96)^2 * (0,50) * (0,50) + 171.461 * (0,1)^2}$$

$$n = \frac{164.67}{1715,57}$$

$$n = 95,986$$

Donde:

n = La muestra, (96).

N= Tamaño de la población (171.461).

Z= Nivel de confianza (95%), puntuación = 1,96.

P= Probabilidad de éxito. (50%)

Q= Probabilidad de fracaso (50%)

E= Margen de error (10%).

2.3 Herramientas o instrumentos para el análisis

La técnica que se utilizará para la recopilación de la información y su respectivo análisis de la demandada para este proyecto será mediante encuestas realizadas específicamente con segmentación en familias, parejas, o estratos sociales, entrevistas a conocidos con mascotas en su hogar y fuentes de investigación de otros proyectos y tesis, para el suministro específico de información con caninos en la ciudad de Tunja.

2.3.1 Fuentes de información.

Fuente primaria: Los ciudadanos de la capital boyacense se tendrán en cuenta sus opiniones sobre las veterinarias de Tunja.

Fuente secundaria: Es aquella información obtenida de investigaciones realizadas con respecto a temas del entorno, permitiendo obtener mayor conocimiento y comprensión en todos los

procesos. La aplicación de la encuesta se realizó de manera personal y posteriormente el análisis por medio de instrumentos como Excel.

2.3.2 Encuesta.

Esta encuesta tiene motivos estrictamente académicos por lo cual los datos recolectados y tabulados serán tratados en estricta reserva.

Género:

Edad:

Femenino 20-30 años ☐ 31-40 años ☐

Masculino ☐ 41-50 años ☐ 51-60 años ☐

1- ¿Tienes alguna mascota?

Si ☐

No ☐

2- ¿Qué mascota tienes? (Puede elegir más de una opción)

Gato ☐ Perro ☐

Otro (especifique) _____

3- ¿Cuán importantes son tus mascotas para ti?

1 2 3 4 5

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

4- ¿Qué tanto crees que cuidas de su salud?

☐ Todo el tiempo estoy al pendiente

☐ Solo hago los chequeos generales y están al día con sus vacunas.

☐ Más o menos, los atiendo solo cuando se enferman.

☐ La verdad no los atiendo como debería.

5- ¿Con qué frecuencia requieres el servicio de una veterinaria?

Cada semana ☐ Mensualmente ☐

C/ 2 a 4 meses ☐ Una vez al año ☐

No llevo a mis mascotas al veterinario ☐

6- ¿En cuál periodo de la semana puedes llevar a tu mascota al veterinario?

Lunes a viernes en las mañanas ☐

Lunes a viernes en las tardes ☐

Lunes a viernes en las noches ☐

Fines de semana

7- ¿A qué clínica llevas a tu mascota?

PET CENTER ☐ D' PELOS ESTAETICA ☐

ASMEVE ☐

Otro (especifique) _____

8- ¿Cuánto sueles pagar por una consulta con el veterinario? (sólo la consulta).

☐ Nada, es gratis

☐ Entre 20 y 50 mil pesos

☐ Más de 50 Bs.

9- ¿Cuánto gastas mensualmente en la salud de tu mascota? (contando con costos de transporte y medicamentos).

☐ Menos de \$ 50.000.

☐ 50-100 MIL PESOS.

☐ 101-200 MIL PESOS.

☐ Más de 200 MIL PESOS.

☐ No gasto en la salud de mi mascota.

10- ¿Cuál fue la razón por la que llevaste a tu mascota a una veterinaria? (Puede elegir más de una opción).

☐ Esterilización

☐ Desparasitación

☐ Fracturas y lesiones

☐ Peluquería

☐ Otros (especifique) _____

11- ¿Qué buscas en su centro veterinario de preferencia? (Puede elegir más de una opción)

☐ Calidad

☐ Precio

☐ Cercanía al hogar

Otros (especifique) _____

12- ¿Cambiarías de veterinario (cerca de tu zona) si te dieran la opción de una veterinaria móvil que atienda a tu mascota a domicilio?

☐ Si

☐ No se

☐ No

Gracias por su colaboración

Para el procesamiento de esta información se tabularán las encuestas y se llegará a la conclusión final de la cantidad de familias con mascotas tanto felinos como caninos. Se tendrá en cuenta la cantidad de caninos posibles por atender al mes, se contará con Typeform es un software de encuestas en línea con una interfaz muy fácil de usar que permitirá elaborar las encuestas. Como encuestado, el proceso de responder a una encuesta es bastante fluido, incluye funciones gratuitas como preguntas y respuestas ilimitadas, opciones de exportación de datos, temas diseñados a medida, así como plantillas listas para usar y funciones básicas de generación de informes.

2.4 Comportamiento histórico.

Fenalco indica que la industria que rodea el cuidado de mascotas está creciendo a un ritmo de 13 % anual, animado por una tendencia conocida como el ‘síndrome del nido vacío’ (Portafolio, 2013) , adicionalmente en una encuesta realizada por Fenalco en las cuatro principales ciudades del país, el 37 % de la gente dijo tener una mascota. Adicionalmente a la demanda de alimento, también se presenta oportunidad de mercado con: consulta al veterinario o al psicólogo animal y el hogar geriátrico; la ropa de marca, los juguetes, el spa, el salón de belleza, y un largo etcétera al que se han incorporado la afiliación a la EPS, la celebración del cumpleaños del animal con sus ‘amiguitos’ abordo, y el cementerio. (Portafolio, 2013). El crecimiento del negocio en este sector ha venido evolucionando, pues los servicios para cuidado de mascotas es creciente, según un estudio de la firma Euromonitor Internacional se tiene estimado cerca de 4,3 millones de perros en Colombia (Euromonitor, 2012) Representa un valor agregado para el presente negocio la tendencia que se viene consolidando en el mercado donde se ha percibido que a medida que la gente tiene mayor poder adquisitivo va a invertir más en el bienestar de su mascota, pues es considerada una parte más de la familia generando vínculos afectivos. (El Tiempo, 2014).

Según encuesta de YanHaas S.A en Colombia las personas llegan a destinar de su salario 12,9% en la compra de diferentes artículos para sus mascotas. Incluso los más apasionados gastan hasta 50% del sueldo mensual.

2.4.1 Segmentación del mercado.

La segmentación del mercado es el proceso de dividir el mercado en grupos homogéneos, que deben mantener características o necesidades similares. La similitud entre los grupos ayuda mucho a adoptar un enfoque estratégico, ya que se espera que estos grupos se comporten de la misma manera, para la creación de la empresa Dog Tor Motas está dada por las siguientes variables:

a) Variables zoográficas

Tipo de mascota.

- Perro
- Gato

b) Variables Geográficas

Personas que habiten en la ciudad de Tunja.

c) Variables Pictográficas

Estrato socioeconómico

- 2-5

Rango Familiar

- Familia

- Pareja
- Soltero(a)

Por lo tanto, el segmento al que se dirigirá Spa Móvil Dog Tor Motas es a las personas que residan en Tunja sin importar su vínculo familiar y de estrato de fácil acceso a nuestro servicio, que posean en su gran mayoría perros y quieran adquirir el servicio a domicilio para un mejor bienestar de su mascota.

Consumo Aparente: El consumo aparente permite estimar lo consumido por una población en un tiempo determinado, utilizando para esto los valores de producción y de comercio internacional (importaciones y exportaciones) Formula a tener en cuenta $Ca = (P + I) - (E + \Delta i)$. En el caso de Spa Móvil Dog Tor Motas este cálculo se realizará únicamente sobre el valor de las atenciones por mascota, para establecer la cantidad de servicios se realizó una indagación verbal con una veterinaria y esto nos arrojó como resultado diario de 5 perritos es decir que anualmente se tendría un total de servicios de 1.800 cantidades de servicios prestados es decir un servicio total de 9.000 anual en la ciudad de Tunja.

Fórmula:

$$Ca = (P + I) - (E + \Delta i)$$

$$Ca = (9.000 + 0) - (0 + 0)$$

$$Ca = 9.000$$

Esto se hace evidente en el aumento de establecimientos que ofrecen servicios de todo tipo para mascotas, según una encuesta realizada por Fenalco, la industria que rodea este tipo de servicios ha crecido un 13% anual, animada por lo que se conoce como el “síndrome de nido vacío” que es

aplicable a parejas jóvenes que todavía no desean tener hijos o a personas de edad quienes ya cumplieron con su labor y buscan llenar su necesidad de dar afecto prodigándoles todos estos cuidados, sin dejar de ser importante las numerosas familias que aún tiene hijos son precisamente ellos el motivo de adquirir una mascota, estos indicadores motivaron a ver en esta idea un mercado potencial para la implementación del plan de negocio.(“Mascotas: Crecen las Oportunidades de Negocio “, 2014).

2.5 Características teóricas de la demanda.

2.5.1 Función de la demanda.

Al realizar el cálculo de la fórmula de la demanda se va a tener en cuenta el presupuesto mensual que el cliente está dispuesto a gastar en su mascota un promedio entre \$ 50.000 mil pesos y \$ 100.000 donde el 60% de las personas están de acuerdo, en seguida de 20% que destinan entre \$101.000 y \$200.000 al mes. Para determinar la ecuación de la demanda se toma como referencia el precio mínimo de cada servicio, es decir que si una persona destina \$42.000 pesos para el servicio de baño y peluquería de su mascota, y un valor máximo de \$80.000 mil pesos que se refiere a un canino de raza grande.

Si el presupuesto promedio de un cliente para su mascota es de \$50.000 y \$ 100.000 el servicio básico tiene un costo de \$42.000, del baño para 1 mascota y el valor máximo que puede llegar a invertir sean \$ 100.000 puede adquirir lo de 2 baños de 2 mascotas con un valor de \$ 84.000.

TABLA 3.

PRECIOS PARA LA FUNCIÓN DE LA DEMANDA

Raza	Q	P	P/U
------	---	---	-----

CREACIÓN EMPRESA SPA MOVIL DOG TOR MOTAS

Promedio	1	42.000	42.000
Promedio	2	84.000	42.000

Q	P
1	42.000
2	84.000

Fuente: Información compilada por autora

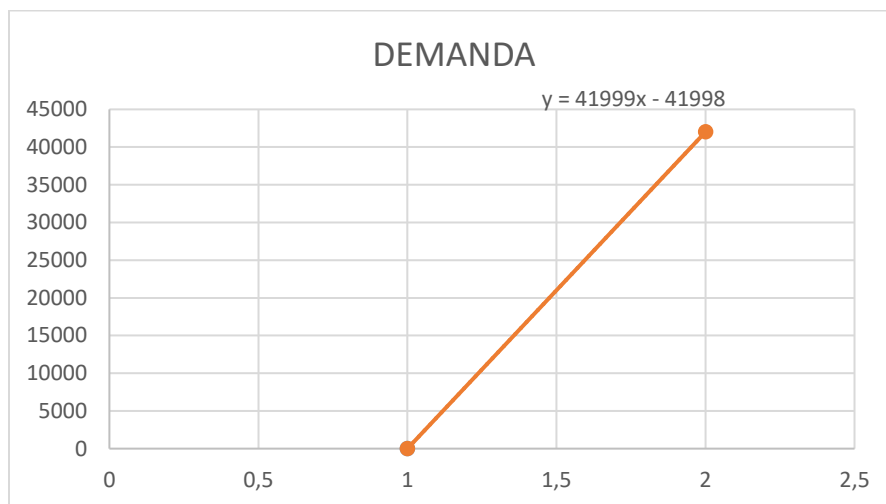


FIGURA 3. GRÁFICO DE FUNCIÓN DE LA DEMANDA

Fuente: Información compilada por la autora

2.5.2 Determinación de la ecuación de la demanda.

Siendo Y= precio y X = Cantidad.

La ecuación de la demanda se determina de la siguiente manera:

$$Y - Y_1 = m (X - X_1).$$

Y m representa la pendiente, la cual se haya con la siguiente fórmula:

$$m = (\Delta Y) / (\Delta X) = (Y_2 - Y_1) / (X_2 - X_1).$$

En términos de precios y cantidades previamente establecidos se desarrolla de la siguiente manera:

$$m = (42.000 - 84.000) / (1 - 2).$$

$$m = 42.000$$

Y al reemplazar este valor en la fórmula completa se determinó el siguiente resultado:

$$P - 42.000 = 42.000 (Q - 1)$$

$$P - 42.000 = 42.000Q + 42.000$$

$$P = 42.000Q + 42.000 + 42.000$$

$$P = 42.000 Q + 84.000$$

TABLA 4

PRECIOS PARA LA ECUACIÓN DE DEMANDA

Q	P
5	294.000
4	252.000
3	210.000
2	168.000
1	126.000
0	84.000

Fuente: Recopilada por la autora

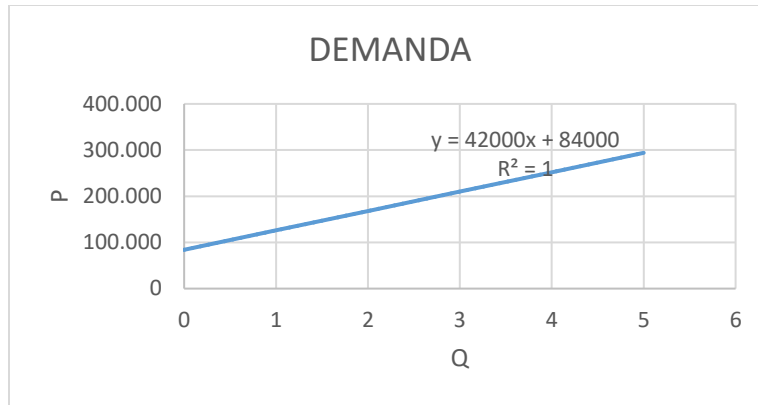


FIGURA 4. GRÁFICO DE LA ECUACIÓN DE DEMANDA

Fuente: Información recopilada por la autora

Esta curva muestra el comportamiento de los precios en relación a la cantidad demandada y establece la función para relacionar estos dos conceptos, con esta teoría económica se estableció que al demandador x cantidad de productos varía y, es decir el precio que el demandante está dispuesto a pagar por el mismo.

2.5.3 Función de ingresos.

Para obtener este valor se realiza la multiplicación del total de producción promedio de un establecimiento con el precio unitario, de la siguiente manera:

Fórmula:

$$I = \text{Precio} * \text{Cantidad.}$$

$$I = 42.000 * 9.000$$

$$I = \$ 378.000.000$$

2.5.4 Elasticidad de la demanda.

Para este cálculo se busca determinar la variación porcentual de la cantidad demanda del servicio base de Spa Móvil Dog Tor Motas con respecto a la variación porcentual del precio, tomando en cuenta los puntos ya encontrados en la función de la demanda.

Fórmula:

$$E_p = (\Delta X / X) / (\Delta P / P).$$

$$\Delta X = 2 - 1$$

$$\Delta X = 1$$

$$\Delta P = 84.000 - 42.000$$

$$\Delta P = 42.000$$

$$\Delta X / X = 1 / 1$$

$$\Delta X / X = 1\%$$

$$\Delta P / P = 42.000 / 42.000$$

$$\Delta P / P = 100 \%$$

$$E_p = (\Delta X / X) / (\Delta P / P)$$

$$E_p = (1 / 1) / (42.000 / 42.000)$$

$$E_p = 1$$

Al aumentar la cantidad demandada en un 100% el valor específico la elasticidad de la demanda es del 1%.

2.6 Estimación de la demanda futura.

Se realizó una búsqueda del crecimiento poblacional estimado desde 2020 hasta 2035, se halló el porcentaje de crecimiento y se aplicó este dato al hallado como consumo aparente del producto como se muestra en la siguiente tabla:

TABLA 5.

ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA FUTURA

Año	Población	%	C. Aparente
2020	171.461	0,78%	3.126.039
2021	172.804	0,69%	3.150.524
2022	173.991	0,67%	3.172.165
2023	175.150	1,13%	3.193.296
2024	177.130	1,18%	3.229.395
2025	179.214	1,12%	3.267.390
2026	181.218	1,04%	3.303.926
2027	183.106	0,97%	3.338.348
2028	184.887	0,88%	3.370.819
2029	186.515	0,81%	3.400.500
2030	188.027	0,75%	3.428.067
2031	189.431	0,73%	3.453.664

CREACIÓN EMPRESA SPA MOVIL DOG TOR MOTAS

2032	190.808	0,69%	3.478.769
2033	192.118	0,65%	3.502.653
2034	193.372	1%	3.525.516
2035	194.573	-	3.547.412

Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas. (2018). Censo nacional de población y vivienda 2018. *Proyecciones de población*. Recuperado de: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>.

De acuerdo con el comportamiento normal del mercado se pueden presentar situaciones o fenómenos de naturaleza micro, macro, interna o externa que alteren el comportamiento de los datos presentados, pero según el factor seleccionado para realizar la estimación, es decir, la población, el consumo aparente crecería aproximadamente un 1% anualmente.

El sector Peluquería canina en Colombia, seis de cada diez familias cuentan con alguna mascota en su casa, siendo los perros, los animales preferidos, seguidos por los gatos.

Así lo revela una reciente encuesta auspiciada por la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco), en la que se evidencia que el mercado de las mascotas es una gran oportunidad en “aquellas sociedades donde el crecimiento poblacional se ha vuelto lento y donde el número de hijos por mujer descende”.

“Una mascota brinda diversión, compañía e inclusive seguridad. En el país existen alrededor de 2.700 establecimientos de comercio al por menor que ofrecen este tipo de productos” (El Espectador, 28 ene 2015 - Por: Redacción Economía)

En todo el campo de productos y servicios, los servicios de peluquería, servicios médicos, guarderías y hoteles, spas, boutiques, complementos, mobiliario, seguros y equipos de diversión se han convertido en una prioridad absoluta. Zapatos, collares, champús, hidratantes o protectores solares, baños sanitarios, uñas y cochecitos de silicona y otras cosas que parecen cochecitos también han llenado los estantes de las tiendas especializadas para satisfacer las necesidades de los perros o gatitos y sus dueños.

Según Fenalco, de los 3.000 establecimientos que funcionan en las 20 principales ciudades del país; alimentos, juguetes, correas y antiparasitarios lideran las ventas.

“Colombia es un país que gusta de los animales de compañía. Un amo gasta entre 80.000 y 70.000 pesos mensuales en el cuidado de su perro y 20.000 a 200.000 pesos mensuales en el cuidado de su gato. Los animales de compañía sin lugar a dudas ya son un integrante más de la familia”, sostuvieron voceros de Expopet.

Boyacá 7 días consultó las secretarías de Salud de Tunja, Duitama y Sogamoso, ciudades que albergan una población cercana a los 25 mil animales, cantidad tomada por el número de vacunas antirrábicas provistas por la Secretaría de Salud de Boyacá, anualmente, a esos municipios.

"No existe censo real de caninos. Las referencias que tenemos se toman del promedio estimado en el país, que es de un perro por cada 10 personas", indicó Mery Luz Gutiérrez, secretaria de Salud de Duitama, que el año pasado vacunó 7.000 animales.

De acuerdo con la información suministrada y los estudios recopilados, en Tunja no se cuenta con un servicio de Spa Movil con un punto diferencial de ser a domicilio el baño y peluquería del canino, tema innovador y bien tomado por la comunidad con perritos en su familia ya que hoy en día no cuentan con el suficiente tiempo para llevar a la mascota a la veterinaria y por otro lado

debido a la pandemia que azota el mundo el salir a la calle a sido más complicado; no obstante los estudios demuestran que la mayoría de familias optan por tener una mascota en su hogar como compañía, para simplificar este servicio requerido se necesario de que los clientes no salgan de la comodidad del hogar y sin poner en riesgo su salud ni la de su mascota.

3. Análisis de la Oferta

3.1 Objetivo del análisis de la oferta

Conocer y definir cuáles son las condiciones y la cantidad de la oferta que existe en el sector veterinarias y en específico spa móvil y como producto principal la peluquería canina en el casco urbano de la ciudad de Tunja-Boyacá en términos de competitividad y disposición en el mercado.

3.2 Metodología de análisis a aplicar

Para el análisis de la oferta se va a utilizar el método de tipo Cuantitativo basado en los resultados obtenidos por la encuesta para el diseño y ajuste de las estrategias a aplicar en el plan de negocios; Los principales puntos a considerar en este estudio será enfocarse en el comportamiento histórico, el mercado y las características de entrada al mercado con el servicio de spa móvil, la competencia actual y los proveedores.

3.2.1 Población y Muestra: Respecto a los datos proporcionados por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) en Tunja, Boyacá en 2018, especialmente en el

pronóstico poblacional del país, departamento, municipio y población de primer nivel Según el informe, para el 2020, la población estimada de la ciudad de Tunja es de 179,263, distribuida en pueblos y centros poblados, 171,461 y áreas rurales, respectivamente, con una población de 7,802, solo se considera la población urbana. Actualmente, en la ciudad de Tunja no existe un spa móvil para mascotas en específicos perros, solo se cuenta con servicios veterinarios clínicos a domicilio y de transporte de la casa a la boutique, con base a estos datos se realizará la recolección de información para el análisis como técnica la investigación de hogares con mascota principalmente perros en Tunja.

3.3 Herramientas o instrumentos para el análisis

Un análisis conjunto o modelo multiatributos es el que utilizaremos para definir la oferta ya que se permitió identificar que la mayoría de ciudadanos de Tunja se inclinan por precios bajos, pero servicios de buena calidad, esto nos ayudó para definir la oferta. Se les presentaron a las personas diversas opciones para luego poder analizar qué fue lo que los impulso a tomar esa elección.

3.4 Proveedores actuales del bien o servicio y análisis de competencia

3.4.1 Proveedores actuales.

En el departamento se encuentran identificados centros de veterinaria aun sin un censo completo se determinó una gran oferta de productos para adquirirlos de pequeños negocios, por otro lado, la ciudad de Tunja cuenta con grandes almacenes en lo cuales se pueden adquirir estos productos al por mayor o en otro caso en la ciudad de Bogotá.

3.4.1.2 Proveedores de productos veterinarios.

HOMECENTER TUNJA

- Dirección: Av Universitaria ### 50 - 21, Tunja, Boyacá
- Teléfono: 01-800-0127373

ÉXITO TUNJA

- Dirección: Cra. 11 ## 18-28, Tunja, Boyacá
- Teléfono: (8) 7373888

Miguau Tienda de Mascotas

- Teléfono: 314 3178613

Tienda Para Mascotas Mapo

- Dirección: Cl. 67 #1ae-64 a 1ae-82, Tunja, Boyacá
- Teléfono: 310 2675304

Animalitos Distribuciones

- Dirección: Cra. 2ª Este #58 13, Tunja, Boyacá
- Teléfono: 310 7663382

En la actualidad Tunja se encuentra con una multiplicidad de competidores, que se agrupan en: clínicas de una sucursal, tiendas de mascotas y cadenas veterinarias. Ver mapa

CREACIÓN EMPRESA SPA MOVIL DOG TOR MOTAS

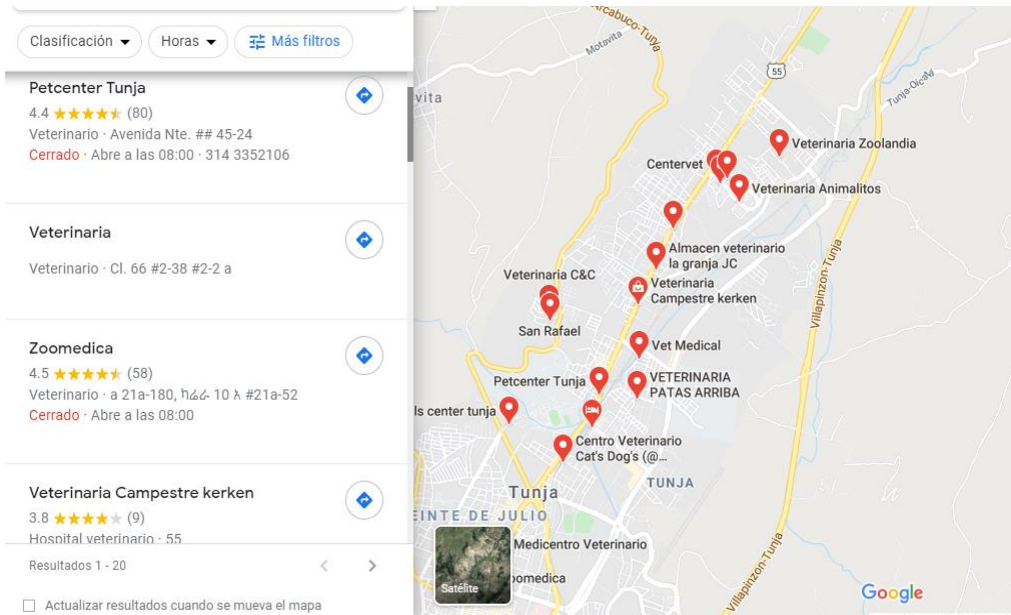


FIGURA 5. MAPA SECTOR LAS NIEVES TUNJA BOYACÁ

Nota. En la imagen identificamos un sector de la capital boyacense donde se muestran las principales veterinarias con servicios similares. Fuente: Google Maps.

Al respecto estas clínicas veterinarias de Tunja se identifican por prestar servicios clínicos veterinarios y boutiques entre otros asociados, cómo servicios médicos y de urgencias consultas médicas, ventas de medicamentos y accesorios para el baño de la mascota ropa y vestimenta adecuada para cada animal y raza; lo cual genera un factor diferenciador del servicio a domicilio de spa para las mascotas en especial los perros. Donde las más importantes en el sector son:

- Pet Center
- Veterinaria
- Zoomedica
- Veterinaria campestre

Estos son algunos de los servicios similares veterinarios para todo tipo de mascotas, teniendo en cuenta que excluyen el servicio a domicilio personalizados apenas y tienen servicio de recogida y devuelta de la mascota.

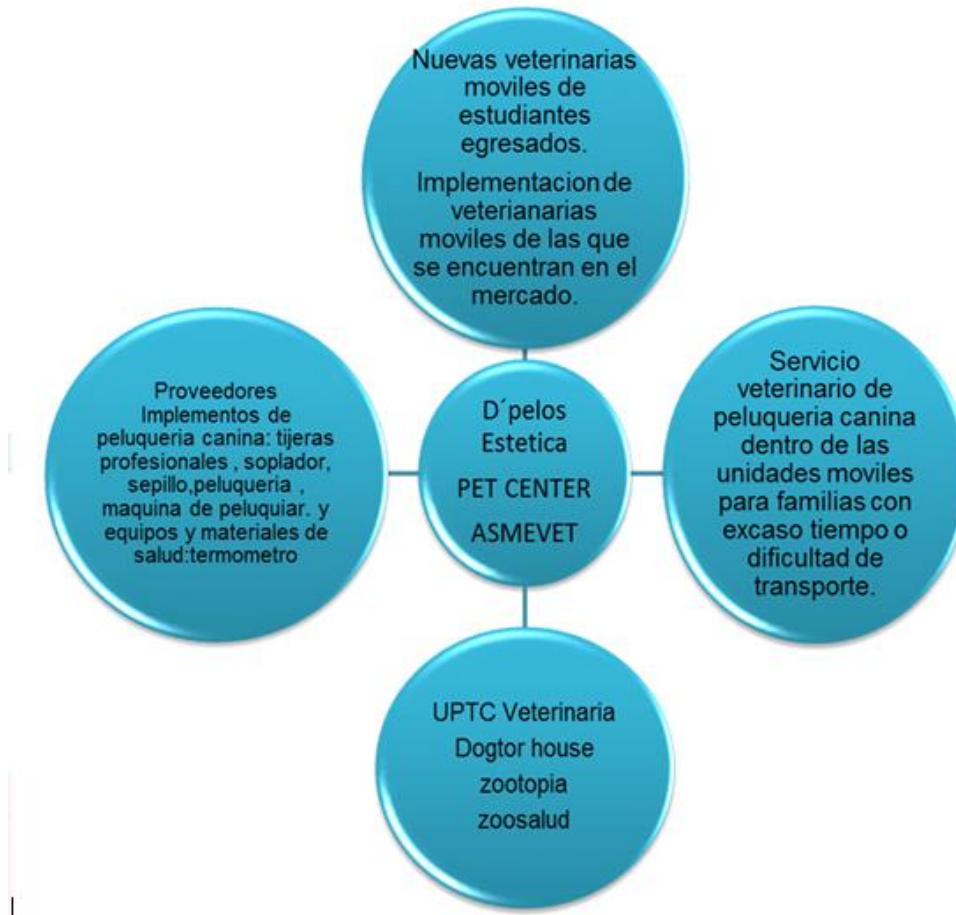


FIGURA 6. ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

Nota. En la imagen se muestra los competidores directos frente a la empresa Spa Móvil Dog Tor motas al lado de arriba la amenaza de nuevos competidores, el lado derecho, el poder de negociación con los clientes, abajo las posibles amenazas de productos y servicios sustitutos, y el lado izquierdo el poder de negociación con los proveedores.

Esta empresa no tendría un competidor directo en Tunja, pues no existe en el momento quien

Ofrezca este servicio con vehículo, ya que el foco del servicio es diferente al de las veterinarias tradicionales.

3.4.2 Análisis de Competidores Directos.

(D'PELOS ESTETICA, PET CENTER, ASMEVET)

Nuestra competencia cuenta con servicios similares puesto que presta servicios de peluquería canina y felina y demás servicios como guarderías y atención médica especializada; son empresas reconocidas en la ciudad de Tunja y prestan sus servicios de lunes a sábado en horarios de oficina, con personal altamente calificado.

ASMEVET: Reconocida por su amplia gama de servicios médicos especializados, urgencias hospitalarias a Domicilio y particulares, para cualquier tipo de animal, atendidos directamente por el doctor Luis Chávez, en horarios de oficina los días lunes a domingo en la dirección Cra. 9 #12-08, Tunja, Boyacá y su Teléfono de contacto: 313 2079986.

D'PELOS: es una empresa enfocada en estratos altos, por esta razón resaltamos como nuestra competencia directa ya que posee servicios similares a los de Spa Móvil Dog Tor Motas; sus servicios a domicilio cuentan con recoger a su mascota, llevarla a la veterinaria a su tratamiento de peluquería y después desplazarlos hasta su domicilio.

D'PELOS cuenta con:

- Hospedaje Exclusivo
- Hotel para mascotas en Tunja Boyacá.

- Veterinaria Spa
 - Clínica especializada en la salud de las mascotas las 24 horas.
 - Estética & Boutique donde cuenta con precios que oscilan entre \$35.000 y \$50.000
 - Limpieza y cuidados para las mascotas, también con servicio a domicilio.

TEL: 317 5690032

CRR 1B #41A- 27 TERRAZAS DE SANTA INES, Tunja

PET CENTER: es una empresa reconocida en la ciudad de Tunja por su gran variedad de servicios veterinarios y venta de accesorios para sus mascotas, sus precios son asequibles para los usuarios, presta servicios veterinarios como:

- Cirugías
- Esterilizaciones
- Hospitalización
- Venta de accesorios
- Venta de Alimentos.
- Peluquería canina y felina; donde cuentan con personal altamente calificado y sus precios varían dependiendo el tamaño y raza de su mascota entre 40.000 y 70.000 pesos.

Dirección: Avenida Norte. # 45-24, Tunja, Boyacá

Teléfono: 314 3352106

3.4.3 Amenaza de sustitutos.

Los principales sustitutos en productos y servicios son los ofrecidos por las consultas incluidas en las tiendas de mascotas, Analizando el estudio de los diferentes competidores del sector se concluyó que cada una de estas empresas cuentan con precios que varían de \$35.000 a \$70.000 cada una de ellas con servicio de peluquería canina y servicios adicionales.

En el caso de algunas que cuentan con el servicio de veterinaria llegan a ofrecer la consulta gratis, dejando de lado servicios de mayor complejidad como son las cirugías, la toma de muestras para laboratorio y el uso de rayos X o ecógrafos y respecto a los temas orientados a la salubridad pública, ofrecen solamente vacunas antirrábicas, castraciones, desparasitaciones y recientemente implantaciones de chips identificadores.

3.4.4 Amenaza de Nuevos Competidores.

El número de estudiantes graduados se puede estimar por el número de estudiantes registrados y el número de instituciones que imparten el título, y considerar los siguientes factores: Ante la absoluta falta de datos que pueden permitir a los estudiantes renunciar a la profesión veterinaria, este impacto solo considera el rezago de la profesión y la elección de otras profesiones, por lo que se cree que los que ingresan a la industria tienen un 100% de carreras, estudiantes de posgrado, independientemente de la universidad donde completen el plan de estudios.

Aunque es imposible distinguir la proporción de graduados que han trabajado recientemente en clínicas veterinarias, la pantalla de estudio puede usar para distinguir universidades con orientación clínica o productiva y el número de estudiantes matriculados en cada facultad.

3.4.5 Poder de Negociación de Clientes.

En el mercado de las clínicas veterinarias, los clientes prestan muy poca atención a los requisitos del servicio veterinario, lo que reduce su poder de negociación. Sin embargo, es probable que los clientes leales recomienden empresas que utilizan servicios que han producido un estado emocional "leal". Hasta cierto punto, una buena experiencia o una mala experiencia no solo afectará su próxima decisión de comprar u obtener un servicio (en este caso, Spa Móvil Dog Tor Motas), sino que aumentará la capacidad del cliente para negociar, y es probable que esta decisión afecte a otras decisiones potenciales consumidores.

3.4.6 Poder de Negociación de Proveedores.

El poder de negociación con nuestros proveedores es generar compras al por mayor de los diferentes instrumentos o implementos de aseo que se van a necesitar en spa móvil Dog Tor motas.

3.5 Régimen y características del mercado.

¿Qué precios hay en Spa Móvil Dog Tor Motas?

Los precios de peluquería Spa Móvil Dog Tor Motas varían generalmente en función de la raza del perro, tamaño, así como de los servicios que se realizan. A continuación, vamos a analizar el precio según el tipo de perro y corte y posteriormente vemos los factores que influyen en el importe final, así como sus características:

- Raza del perro y tamaño
- Tipo de pelaje

- Lavado
- Corte a tijera o máquina.
- Vaciado de glándulas
- Limpieza de orejas

¿Qué influye en los precios de peluquería canina?

Como hemos comentado el tipo de pelaje es una de los factores que determinan cuánto cuesta la peluquería canina y lavar a un perro. Esto es así porque con la mencionada técnica de quitar capas superiores que se tarda mucho más tiempo que con la máquina eléctrica.

Hay que poner mucho cuidado e ir poco a poco para no dañar el pelo inferior. En cambio, si lo que se quiere es rasurar por completo es mucho más sencillo. No hay que tener tanto cuidado salvo en las zonas donde hay que dejar pelo para crear una estética mejor.

Asimismo, tal y como hemos mencionado, es importante tener claro si quieres asear a tu mascota o te apetece disfrutar de nuestros servicios de peluquería canina más completos.

3.6 Régimen y características del mercado de insumos.

En el departamento y más específicos en Tunja se encuentran varias distribuidoras comerciales de productos para el baño de la mascota al detal es por esto que nuestra plaza central para la compra de los productos será Bogotá ya que se encontrará más variedad de productos al por mayor y detal esto para una mayor economía en la compra de los productos.

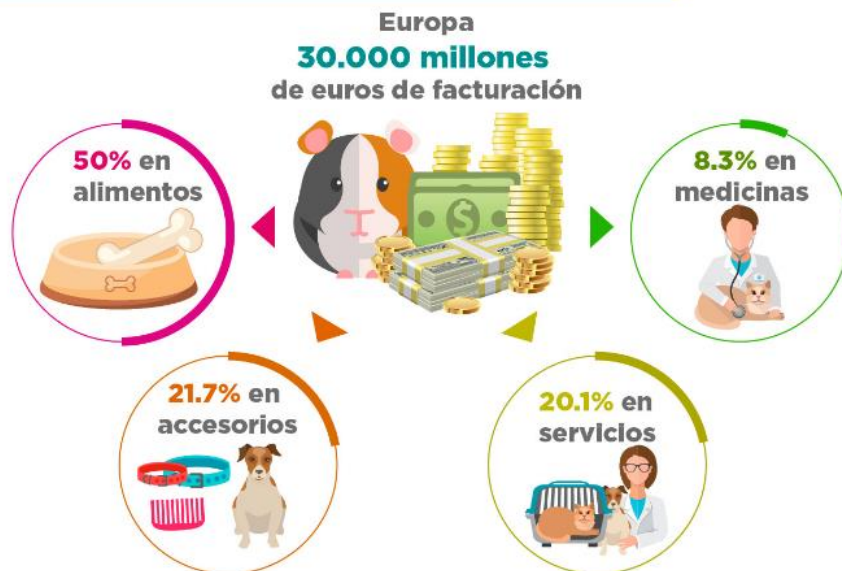
En términos de perspectiva internacional la alimentación es la partida presupuestaria que concentra la mayor parte de estos desembolsos. En Europa, por ejemplo, la comida supone el

50% del gasto total (15.000 millones de euros), seguido de los accesorios, los servicios y las medicinas.

Facturación sector de cuidados y alimentación animal



¿En qué se invierte este dinero?



FUENTES: Fediaf (European Pet Food Industry), American Pet Products Association (APPA), CEESA, Spanish Ministry for Agriculture, Pet Food Manufacturing Association (PFMA), Euromonitor International and El País newspaper.



El sector vive un momento muy dulce, pues cada vez más los animales son tratados como un miembro más del hogar, atendiendo así a sus necesidades y suponiendo un bocado importante al pastel presupuestario de las unidades familiares. Desde hace unos años la facturación de esta industria va aumentando de manera constante: en Estados Unidos se ha pasado de generar un volumen de negocio de 36.504 millones de euros en 2010 a alrededor de 56.300 millones de euros en 2016. Los estadounidenses son los que han incrementado especialmente estos gastos. En Europa se ha pasado de 24.000 millones de euros en 2010 a 30.000 en 2015 y en Latinoamérica de 3.879 millones de euros en 2011 a 8.966 millones de euros en 2016.

Las empresas que forman parte de este ‘universo animal’ van desde las clínicas veterinarias a las tiendas especializadas en mascotas, los fabricantes de piensos y productos para estas, las farmacéuticas y otras propuestas que desarrollan servicios para los ‘mascoteros’.

Las clínicas veterinarias forman parte fundamental de este ecosistema empresarial. En Estados Unidos estas llegan a facturar alrededor de 33.000 millones de dólares (datos de Statista) y la tendencia de ahora hasta 2020 es a que se mantenga esta cifra. Sin lugar a dudas para atraer a más clientes es importante que estos centros tomen conciencia de la necesidad de poner en marcha acciones de marketing para clínicas veterinarias que atraigan a nuevos usuarios y fidelicen a aquellos que ya han confiado en la compañía.

3.6.1 Niveles del producto.

a) Producto básico: Se busca satisfacer a la comunidad con nuestro innovador servicio de Spa Móvil Dog Tor Motas para mayor facilidad a la hora de peluquear a su perro.

b) Producto Real: Servicio de spa móvil de fácil acceso a la hora de bañar y peluquear a su cachorro en la puerta de la casa con el personal adecuado y capacitado para las diferentes especializaciones con beneficios tales como:

- Evitar el stress
- Evitar el contacto y posibles “peleas” con otros animales
- No hay riesgo del contagio de insectos
- Servicio en presencia del cliente
- No pierde tiempo en esperar

c) Producto aumentado: adicionalmente encontraran gran variedad de accesorios y productos de aseo para su mascota como por ejemplo vitaminas y desparasitantes razas de perros más comunes en Tunja.

d) Precios de la peluquería canina: Spa Móvil Dog Tor Motas es hoy en día una forma efectiva de bañar al perro. Cada vez existen más dueños de mascotas que solicitan estos servicios.

3.7 Comportamiento histórico de la oferta

Hoy día tener un can como mascota implica cuidados especiales; pues además de su correcta alimentación (según su raza y tamaño), ahora se debe pensar en detalles que en años anteriores se consideraban poco fundamentales como su salud e higiene. Para (worldanimalprotection, 2014)

“Se encuentra comprobado que al tener una estrecha relación con tu mascota e interactuar con esta regularmente, aparecen una serie de beneficios en tu vida”.

La compañía de una mascota, en específico de un canino se ha valorizado con el paso del tiempo, e incluso se le ha llegado a llamar “el mejor amigo del hombre” estableciendo lazos emocionales vitales. Para (Gómez, Atehortua, & Padilla, 2007): “La influencia positiva de las mascotas en la salud y bienestar de los seres humanos es bien reconocida y comprende los aspectos psicológico, fisiológico, terapéutico y sicosocial” Se ha empezado a notar un gran crecimiento en la industria para mascotas, pues ahora son consumidores de productos y servicios especializados. La razón es que los propietarios creen que los animales desean y merecen lo que ellos quieren. Ya sean tostadas, caramelos, hoteles, productos de belleza, juguetes, alimento, entre otros (Herzog, 2012)

La necesidad de tener acceso a cuidados especializados, permite la oferta y comercialización de servicios relacionados con el bienestar de las mascotas; al respecto (Stanton, 2004) en su libro Fundamentos de Marketing comenta: “ha habido un aumento en la demanda del cuidado de animales domésticos, contribuyendo a que las empresas oferten servicios desde el cuidado diario hasta las fiestas de cumpleaños para mascotas”. Lo anterior muestra una ventaja comparativa para el negocio, desde el punto de vista de crear la necesidad en el cliente de acceder a productos y servicios relacionados con el cuidado y bienestar que faciliten el manejo, cuidado y tenencia de las mascotas, pero que a su vez puedan ofrecerle comodidad al dueño y cuidador en cuanto a desplazamientos y ahorro de tiempo; esta ventaja comparativa se refleja al permitir especializarse en la estética canina, lo cual lleva a considerar un coste relativamente más bajo respecto a los que puede ofrecer la competencia.

De acuerdo con Ana María Gómez, gerente general de Fábrica, el año pasado hubo un auge en la tenencia y cuidado de mascotas. “El alimento es lo que más se vende y ahora hay desde comidas

holísticas o muy especializadas y el mercado se ha ido orientando precisamente hacia lo natural. Después del alimento hay un alto consumo en accesorios y servicios veterinarios”, dijo Gómez quien además destacó que, “en hogares donde no había mascotas y nunca se había considerado, el año pasado empezaron a tener un gato y un perro”.

Es por esto que Dog Tor Motas tendrá buen acogimiento en la ciudad de Tunja puesto que facilitara el aseo de muchas de las mascotas de la ciudad, y sus dueños o amos quedaran satisfechos con todos los servicios tanto así que se les prestara servicio de afiliación para poder consentir al cliente, con los mejores precios de los servicios, con estrategia de fidelización que se implementara.



FIGURA 7. DATOS Y GASTOS DE LAS MASCOTAS

Nota. Lo que respecta la imagen muestra que un promedio de 46% de las familias colombianas tiene mascota, el cual en su mayoría son perros, para el tema de peluquería y spa se muestra en el tercer lugar como el mayor gasto de las familias colombianas. Esto es favorable para la empresa Spa Móvil Dog Tor Motas,

3.8 Características teóricas de la oferta

3.8.1 Función de la Oferta

Se determinó promedio de 3 servicios de asignado por 1 día, asignado a un precio mínimo de servicio de \$42.000 y para contrastar el comportamiento de la oferta se determinaron 4 servicios adicionales para un precio de \$45.000

Q = Cantidad de servicios.

P= Precio.

Siendo los datos correspondientes:

(Q1= 3, P=42.000); (Q2= 4, P2= 45.000)

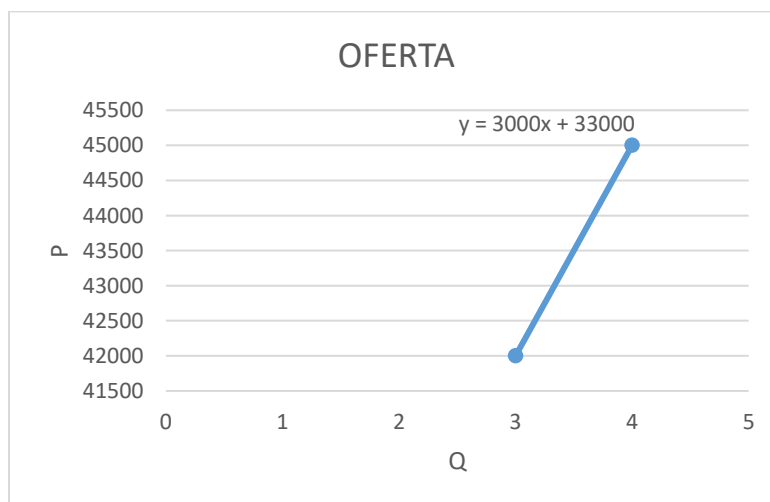


FIGURA 8. GRÁFICO DE LA ECUACIÓN DE LA OFERTA.

FUENTE: INFORMACIÓN COMPILADA POR AUTORA.

Y las fórmulas a implementar:

$$P - P1 = m (Q-Q1).$$

$$m = (P2- P1) / (Q2-Q1)$$

Al hallar la pendiente se obtiene el siguiente dato:

$$m = (45.000-42.000) / (4-3).$$

$$m = 3.000 / 1$$

$$m= 3.000$$

Y al remplazar la formula completa de la función de oferta:

$$P - 42.000 = 3.000 (Q - 3).$$

$$P - 42.000 = 3.000 Q - 9.000$$

$$P = 3.000 Q + 33.000$$

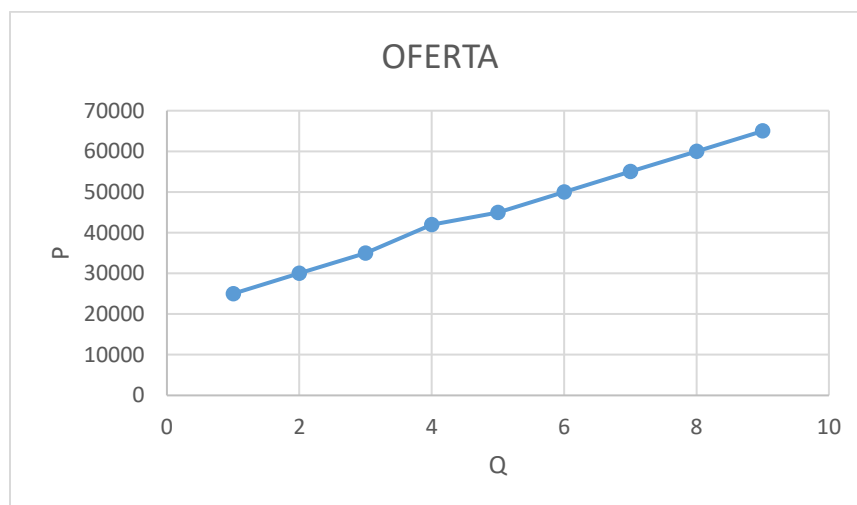


FIGURA 9. GRÁFICO DE LA FUNCIÓN DE LA OFERTA.

FUENTE: INFORMACIÓN COMPILADA POR AUTORA.

Nota. Esta curva según la ley económica a la que corresponde representa la relación entre los precios y las cantidades producidas de un producto, en este caso relacionado con el servicio de peluquería canina.

3.8.2 Función de precios.

Los precios de los servicios prestados por Spa Móvil Dog Tor Motas varían según la Raza o tamaño del canino, pues como se mencionó anteriormente, se ofrecerán tres diferentes tipos de servicios dependiendo la Raza grande, mediana o pequeña.

Para este caso se promedió los costos así:

TABLA 6

FUNCIÓN DE PRECIOS

COSTOS POR SERVICIO DE BAÑO Y CORTE DE LAS MASCOTAS

<i>Descripción</i>	<i>Unidad de medida</i>	<i>Consumo</i>	<i>Costo</i>	<i>Costo por consumo</i>
<i>Agua consumida</i>	m ³	0,05	\$ 2.105	\$ 105
<i>Shampoo</i>	ml ³	30	\$ 50	\$ 1.500
<i> acondicionador</i>	ml ³	30	\$ 50	\$ 1.500
<i>Kit cepillo</i>	1	0,003	\$ 30.000	\$ 90
<i>Kit de aseo (corta uñas)</i>	1	0,01	\$ 60.000	\$ 600
<i>Toalla, algodón y otros productos</i>	1	1	\$ 3.000	\$ 3.000
<i>Colonia</i>	ml ³	10	\$ 50	\$ 500
<i>Cintas</i>	1	1	\$ 500	\$ 500
<i>Productos para la limpieza del lugar de trabajo</i>	1	0,6	\$ 5.000	\$ 3.000
<i>Mano de obra</i>				\$ 5.952
<i>Otros costos</i>				\$ 500
<i>Costo total de un servicio</i>				\$ 17.248

Nota. En resumen, un servicio básico tendría un costo total de \$17.248 aproximadamente.

3.8.3 Precios determinados por la estructura de costos del mercado.

En promedio, la peluquería canina cuesta entre \$21.500 y \$36.000 por un servicio completo. Sin embargo, el costo total depende de factores como la raza y el tamaño.

Varias cosas pueden afectar el precio, como la raza, por ejemplo. Las razas con más pelaje son más difíciles de peinar que las de pelo corto, aparte de que el peso del perro suele ser mayor. El tipo de perros de pelo largo suelen ser los chow chow, husky siberiano, chihuahua, etc.

Por ejemplo, es posible encontrar un servicio completo de peluquería para perros de hasta 12kg, desde los \$14.000. En esa categoría de peso entrarían la mayoría de los schnauzer, pinscher miniatura, perro salchicha y pugs. Cabe acotar que los estimados parten de un precio base, el cual puede aumentar según el estado físico del perro, el comportamiento en consulta (si se pone agresivo), posibles complicaciones.

Un servicio de peluquería estándar para tu perro generalmente incluye un baño, cepillado, corte de pelo, corte de uñas, limpieza de orejas y cepillado de dientes. Lo mejor de todo es que puedes contratar todos esos servicios a domicilio, por un precio que va desde los \$22.000 hasta los \$65.000 si el perro es súper grande (más de 30kg).

3.8.4 Precio Internacional

A continuación, te detallamos en esta guía de precios cuánto cuesta un corte de pelo para un perro en **España**, el precio de bañar a un perro, los factores que influyen en el precio, por tipo de

servicio y perro:

TABLA 7

TARIFAS DE PELUQUERÍA CANINA EN ESPAÑA

Tipo de perro	Precio servicio baño
Mini, pequeño o mediano pelo corto	12 € - 17 € \$ 52.596 - \$ 74.511
Mini, pequeño o mediano pelo largo	18 € - 23 € \$ 78.894 - \$100.809
Grande pelo corto	24 € - 29 € \$ 105.192- \$127.103
Grande pelo largo	30 € - 35 € \$131.490- \$ 103.405
Tipo de perro	Precio servicio corte a máquina o tijeras
Mini o pequeño pelo largo	25 € - 30 € \$ 109.575 - \$ 131.490
Mediano pelo largo	31 € - 36 € \$ 135.873 - \$157.788
Grande pelo largo	37 € - 42 € \$ 162.172 - \$ 184.086

Normalmente los baños o cortes suelen incluir un arreglo higiénico y cepillado, sin embargo, si solo se desea contratar un cepillado, arreglo o una limpieza dental, los precios podrían oscilar de la siguiente manera:

Tipo de perro	Precio servicio cepillado
Mini, pequeño o mediano pelo largo	5 € - 13 € \$ 21.915 - \$ 13.149

Tipo de perro	Precio servicio cepillado
Grande pelo largo	15 € - 19 € \$ 65.745 - \$ 83.277

Tipo de perro	Precio limpieza dental
Perro de tamaño mini o pequeño	25 € - 29 € \$ 109.575 - \$ 127.107
Perro de tamaño mediano	30 € - 35 € \$ 131.490 - \$ 153.405
Perro de tamaño grande	39 € - 45 € \$ 170.937 - \$ 197,235

Nota. La tabla anterior se muestra los diferentes precios de España de forma separada, por tipo de perro y según su servicio, al lado encontraran el precio convertido en pesos colombianos.

Tomado de: <https://www.cronoshare.com/cuanto-cuesta/peluqueria-canina>

TABLA 8

TARIFAS DE PELUQUERÍA CANINA EN MEXICO

Tamaño del perro*	Baño relajante (pelo corto)	Baño relajante (pelo largo)	Shampoo antipulgas	Medicado	Cepillado dental	Corte de uñas	Shampoo avena
 Chico	\$220.00	\$250.00	+ \$50.00	desde \$50.00	+ \$40.00	+ \$50.00	+ \$50.00
 Mediano	\$250.00	\$290.00	+ \$50.00	desde \$60.00	+ \$50.00	+ \$55.00	+ \$50.00
 Grande	\$330.00	\$350.00	+ \$50.00	desde \$60.00	+ \$50.00	+ \$60.00	+ \$50.00

Nota: Los precios son estimados y pueden variar de acuerdo a las condiciones de pelo, piel, raza y talla de tu mascota. Pueden aplicarse cargos extra a valoración del estilista, por ejemplo, si tu perrito es muy nervioso, viene demasiado sucio, o si presenta rastas, bolas, nudos, éstos se cotizan por separado. Tomado de: <https://www.petcaredf.com/precios-estetica-canina-movil.html>.

Servicio de baño y peluquería: Hoy en día las personas prefieren las mascotas de tamaños pequeños, que son fáciles de mantener en un apartamento. “A la manutención de los perros hay que sumarle otro ítem y es el baño y la peluquería especializada que puede llegar a costar hasta \$60.000, además, hay que cepillarlos en casa, existen cepillos de \$10.000, pero también de \$80.000 depende de la calidad”, explicó Michell Cardona.

Tamaño del animal define la inversión: Según Ricardo Loaiza, médico veterinario, jefe de capacitación y activación de marca del Grupo BIOS, “si se tiene un perro, en términos generales el gasto va entre \$2,5 millones y \$5 millones al año, si es un gato la inversión anual es de \$2 millones a \$3 millones, dependiendo del tipo de comida y la cantidad que pueda ingerir. En razas pequeñas de perros la inversión anual sería de cerca de \$1,2 millones al año.

Para la prestación del Servio de Spa Móvil Dog Tor Motas, se tomaron precios de la competencia y se le dio un valor agrado a la empresa por el tema innovador de Domicilio a la casa del cliente. Estos precios incluyen:

Corte de la raza, baño con agua tibia, masaje, limpieza de glándulas, cepillado, limpieza de oídos y lagrimales, perfume y adorno.

Perros pequeños: Precios que oscilan entre \$40.000 y \$50.000 pesos

Perros Medianos: Precios que oscilan entre \$50.000 y \$70.000 pesos

Perros Grandes: precios que oscilan entre 80.000 y 100.000 pesos

Promoción: Las acciones de Spa Móvil Dog Tor motas tiene como objetivo incentivar a nuestros usuarios y la comunidad a ser parte de nuestros servicios para ello implementaremos la estrategia de publicidad tanto por radio como por folleto que se estarán entregando en el transcurso de las

rutas, se generaran primeramente incentivos de concursos y rifas para llamar a público y fidelizarlos con una buena atención al cliente y a su mascota, para cada mascota se tendrá en cuenta obsequio de galleta para que su próxima visita sea agradable y evite el estrés que genera la situación.

Cuando el ejemplar es mediano generalmente se requiere mucho más tiempo para completar el lavado del perro. Así mismo si tiene el pelo largo o corto necesita diferentes cuidados. Para un perro pequeño el lavado cuesta entre 40.000 y 50.000 Mil pesos.

El tipo de corte está influenciado por la raza del perro, así como los gustos personales. No es lo mismo un caniche que un labrador o un pastor alemán. Además, dentro de la variabilidad de tamaños existen diferencias en cuanto al tipo de pelo. Así podemos encontrar perros de pelo largo o corto. Generalmente, el pelaje corto no requiere un corte profundo y lo que es más demandado es arreglar ciertas zonas. En estos casos el precio oscila entre 60.000 y 80.000 mil pesos.

En cuanto a la limpieza de orejas y repasado de uñas esto suele estar incluido en el precio final. Las diferencias de importe suelen ir asociadas al tipo de técnica utilizada en la peluquería canina.

4. ANALISIS DE LOS SISTEMAS ACTUALES DE COMERCIALIZACION

Los sistemas de marketing son muy importantes porque pueden estudiar todas las oportunidades que existen en el mercado, por lo que deben enfocarse en la previsión, precios y distribución de productos para satisfacer todas las necesidades del consumidor, aumentar así la participación de mercado. Simultáneamente con las ventas.

4.1 Canales de Distribución.

Para que el servicio llegue al cliente, el canal de distribución debe ser utilizado como herramienta del sistema de marketing, teniendo en cuenta los canales actuales y más ventajosos de cada empresa. Para la venta del servicio de la Empresa Spa móvil Dog Tor Motas, de este plan de negocio, se debe considerar utilizar métodos de canal directo o propio, ya que, en este caso, la empresa propia es la responsable de brindar el servicio al consumidor final, es decir, no existe una agencia intermediaria organización comercial, teniendo en cuenta las recomendaciones de sanidad y estándares de calidad para tener una buena relación entre la empresa y los consumidores.

4.2 Márgenes de Comercialización.

Para poder obtener el margen de ofertar se debe tener en cuenta el costo del servicio con sus implementos incluidos y el precio de venta por cada servicio, elaborado acorde a los datos obtenidos de los precios de las clínicas veterinarias que prestan servicios similares.

Fórmula:

$$Mc = ((P_c - P_p) / P_p) * 100$$

Mc: Margen de comercialización

4.3 Condiciones de incertidumbre en la comercialización.

En el sector de veterinarias o clínicas, específicamente móviles o de transporte animal la incertidumbre y duda de su funcionamiento en la prestación del servicio se puede contemplar en aspectos como la situación actual en cuanto al virus COVID-19 ya que a pesar que de tener la

movilidad sin salir del hogar el cliente presentara inseguridad por los protocolos los cuales se tendrán que seguir de la mano con la ley.

5. Análisis Demanda VS Oferta

En el análisis de la oferta y la demanda se puede sacar la conclusión que: en términos de demanda es superior a la oferta ya que, se presta este servicio a muchos de los clientes que soliciten del mismo pero hay poca oferta porque la mayoría de estos servicios veterinarios o clínicas no cuentan con la inclusión de ser a domicilio; se puede decir que el sector actual no puede satisfacer plenamente, es decir, el servicio de veterinaria móvil es escaso porque hay pocas que presten servicio en la puerta de la casa del cliente, por lo que tiene como objetivo innovador y satisfacer las necesidades de los consumidores. Respecto a la demanda no satisfecha, es decir , que no hay gran oferta en el mercado ya que son muy pocas las empresas que ofrecen el servicios de Spa Movil y como tal no existe un servicio a domicilio especializado en baño de mascotas en especial caninos, es por eso que se pretende innovar y satisfacer las necesidades de los consumidores ya que en el sector veterinario Móvil existe una gran demanda y escasa oferta.

En cuanto a términos económicos el plan de negocio es viable ya que a pesar de que en Tunja no existe la prestación del servicio de spa móvil canino a domicilio, con un superávit positivo teniendo en cuenta que es un servicio innovador con precios que se ajustan al bolsillo del cliente.

Al hablar del nicho de mercado se puede decir que está conformado por la población de la ciudad de Tunja, Boyacá ya que las personas acceden a acceder a los servicios fuera de casa y en

recorridos con tráfico y complicaciones y cabe resaltar que el servicio a domicilio estará en crecimiento y no existe gran oferta en la ciudad.

6. Estudio Técnico

6.1 Tamaño del proyecto

Para la elaboración de la idea de negocio se pretende tener una población objetivo del 8% del tamaño de la población (171.461) donde se tiene como base 13.717 habitantes como clientes para la ejecución del plan de negocio en el año 2023, de acuerdo con el estudio de mercados se espera más del 87% de los clientes con mascota opten por el servicio móvil de Spa mensualmente, de acuerdo con la proyección de demanda anual estaría representado de la siguiente manera:

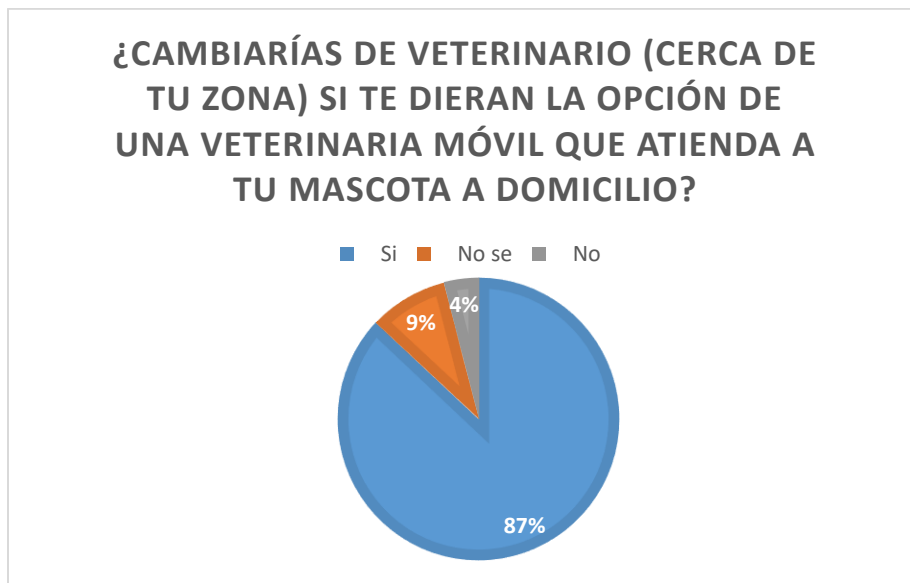


FIGURA 10. CAMBIARIA DE VETERINARIO

Fuente: encuesta aplicada a ciudadanos de la ciudad de Tunja.

Para determinar la cantidad servicios de peluquería y baño canino se utilizó la información recopilada de establecimientos clínicos veterinarios con modelos de negocio similares, las respuestas de esta indagación se muestran en la siguiente tabla:

TABLA 9.

CANTIDAD DE SERVICIOS A PRODUCIR

RAZA	SERVICIOS PROMEDIO DIA	VALOR PROMEDIO POR MASCOTA	DIA	MES	AÑO
PEQUEÑA	4	\$ 42.000	\$ 168.000	\$ 4.704.000	\$ 56.448.000
MEDIANA	3	\$ 55.000	\$ 165.000	\$ 4.620.000	\$ 55.440.000
GRANDE	2	\$ 85.000	\$ 170.000	\$ 4.760.000	\$ 57.120.000

Fuente: Información compilada por autora.

Plaza: Spa móvil Dog Tor motas contará con una oficina de recepción de llamadas y atención al usuario oficina las nieves kra 10 con calle 25 sector las nieves; donde el cliente realizará la cita; el spa móvil estará disponible para atención de diferentes razas y tamaños de mascotas (perros) atenderemos en los diferentes sectores de la ciudad de Tunja de (estratos 2-5), en el horario de martes a domingo de 8:00am a 5:00pm, se tendrá en cuenta que los clientes deberán programar anticipadamente su cita con un día de anterioridad. Se excluye de este mercado a las zonas rurales debido al desplazamiento y a la infraestructura de las carreteras que son de difícil acceso.

Población Objetivo: Nuestro servicio spa móvil Dog Tor motas de peluquería canina está dirigido a familias Tunjanas con mascotas y con una cultura ciudadana del cuidado animal que así requieran de los servicios de veterinaria Spa Móvil Dog Tor Motas específica para caninos.

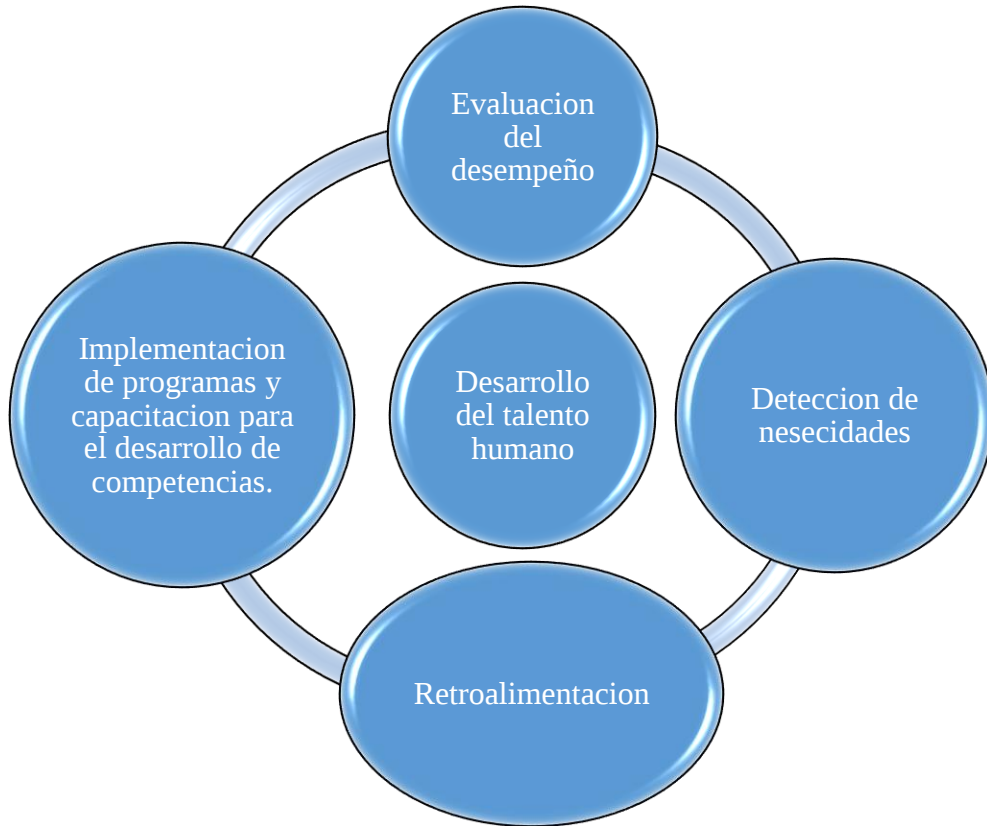


FIGURA 11 PROCESO OPERATIVO DE OPTIMIZACIÓN DE TALENTO HUMANO. FUENTE: AUTORA

7. Análisis de los factores condiciones del tamaño del proyecto.

7.1 Identificación de la demanda.

Esta idea de negocio va dirigido a todos los habitantes de la ciudad de Tunja, personas que tengan mascota y necesiten de servicio veterinario, por esta razón se toma como población objetivo 171.461 personas que habitan en el caso urbano de la ciudad, para así determinar la capacidad de producción de los servicios ofertados, ya que la demanda potencial se encuentra en esta zona de acuerdo con el análisis de mercado.

7.2 Insumos y suministros del proyecto.

Camión o furgoneta: La carrocería furgón JAC 1050 de 5 toneladas 2008 de spa móvil Dog Tor motas está compuesto por un Furgón mixto (carga seca) con parales internos en lámina Coll Rold, para mayor resistencia cuenta con 2 bisagras por puerta en aluminio, piso en lámina alfajor y forro interno con bandas de madera. Al JAC 1050 de 5 toneladas se le puede adaptar un furgón fabricado en acero/aluminio. Además, el Furgón mixto (carga seca) para JAC 1050 de 5 toneladas se encuentra muy bien reforzado y le brinda un espacio seguro a la implementación a realizar. (credivehiculos.com).

Este carro lo conducirá el personal calificado con pase C2, que se encontrará en cualidades adecuadas sin infracciones o deudas con tránsito.

7.3 Identificación de la maquinaria, equipo y tecnología.

TABLA 10

PRODUCTOS REQUERIDOS PARA SPA MÓVIL DOG TOR MOTAS

Instrumentaría	Descripción	Imagen
<u>Bañera en Acero Inoxidable</u>	Construida totalmente en acero inoxidable calibre 16, con parrillas que actúan como sub-fondo para permitir el drenaje del agua sucia, puerta desmontable para facilitar el ingreso de ejemplares de peso considerable, dos argollas para sujetar y parrilla accesorio para ubicar los tarros de Shampoo. Base con pines niveladores. Medidas L 120 cms x W 60 cms x H 145 cms.	
<u>Máquina para peluquería.</u>	Esta potente máquina Oster® Turbo A5 de dos velocidades para peluquería de perros ha sido rediseñada para mayor resistencia y durabilidad. Esta máquina de peluquería Oster tiene un motor de funcionamiento en frío que ofrece 45 vatios de potencia.	

<u>Máquina Oster</u> <u>® Turbo A5</u>	De dos velocidades le ofrece más que nunca. Nuevo diseño de carcasa, está hecha de un material ultra resistente y fuerte que resiste hasta las más duras condiciones de trabajo. Dispone de un motor de gran alcance, de funcionamiento en frío que ofrece 45 vatios para el corte fácil. Velocidad más rápida de la cuchilla y más amplio barrido de la cuchilla ayudan al peluquero de manera más eficiente para una mayor productividad. El modelo viene en azul hielo.	
<u>Set de Tijeras</u>	Tijeras profesionales en acero inoxidable marca GEIB, uno de los mejores constructores de tijeras en el mundo y la marca preferida por los groomers en Estados Unidos por su relación calidad-precio. Con ajuste de tensión y cojinete para absorber la vibración y prevenir la enfermedad de túnel carpiano, descansado del dedo meñique para mejor agarre y precisión en el corte, dureza de 52 rockwel.	
<u>Soplador 2 Velocidades</u>	Soplador tipo turbina de dos velocidades y suiche para control de temperatura. Motor de 4.0 HP, 40.000 FPM, 330 CFM. 110V/60HZ. Peso: 6.5 Kg. Manguera de 3 mt con tres boquillas. Motores de última generación, más eficientes, más silenciosos, más livianos y con estructura de plástico de alta resistencia contra impactos que no se oxidan.	
<u>Mesa Grooming Profesional</u>	Mesa Profesional plegable para Grooming. Medidas 36" L x 24" W x 32" H. Capacidad 90 Kilos. Viene con su brazo y plancha sujetadora, superficie antideslizante de larga duración en color negro. Contiene una correa sujetadora doble.	
<u>Set de Cepillos</u>	13 filas de alfileres en acero inoxidable de 16 mm de longitud. Línea económica Importada de Alemania. Caucho rojo de gran resistencia. Cabeza ovalada grande para mayor contacto. Madera sólida de peso liviano. Para razas de pelo largo y sedoso. Combinación de cerdas metálicas de cobre en el centro que remueven el pelo muerto y estimulan la circulación y cerdas sintéticas en el exterior para arrastrar la suciedad y dar brillo. Manija para mejor agarre. Cuchillas de acero inoxidable cortan a	

	través de esteras. Reversible para uso con la mano derecha o izquierda.	
<u>Corta Uñas Profesional</u>	Las asas ergonómicas innovadoras están conformadas para adaptarse a su mano y se cubren con doble enlace, acanalada y antideslizante de goma que no se caen. Agarre seguro y cómodo esencial para el corte preciso y seguro. El diseño ergonómico reduce el riesgo de lesiones causadas por movimientos repetitivos. Duradero y resistente resorte.	
<u>Cuidado del Oído</u>	Polvo de oído R-7 está diseñado para mantener seco orejas y reducir el olor. También puede utilizarse cuando se quita el pelo de los canales del oído de perros y gatos de una forma más amable y sin dolor producido por tirones ya que contiene elementos que aflojan el pelo del interior del oído. También se puede utilizar para la técnica de plucking.	
<u>Shampoo Galón</u>	Shampoo súper concentrado a base de aceite de coco, proteína y lanolina que nutren, da cuerpo y brillo al pelo, acondicionan la piel con un agradable aroma floral. Genera más abundante espuma que cualquier otro Shampoo, no irrita los ojos y posee un pH neutro apto para todo tipo de pelaje y color. Ideal para peluquerías, criaderos y guarderías caninas.	
<u>Acondicionador Galón</u>	De color rosado, se utiliza como complemento al Shampoo, se aplica puro o diluido de acuerdo al estado del pelo, y se puede enjuagar o secar con el producto puesto, se demora en secar más pero el pelo queda más hidratado por más tiempo evitando que se formen nudos. Dilución 4:1	
<u>Shampoo pelo Blanco Galón</u>	Este Shampoo de color azul intenso es desmanchador y a la vez resaltador en colores grises y negros. Es ideal para perros de pelo blanco (Maltes, Samoyedo) o que posean manchas blancas en su cuerpo (bóxer, fox terrier, bulldog, Boston) actuando sobre las manchas amarillas dejando el color blanco reluciente y resaltando los colores grises y negros. Fortificado con proteína, limpia profundamente, ayuda a desmanchar, controla los enredos y la pérdida del cabello. No irrita los ojos, rico en espuma con pH neutro.	

<u>Colonia</u>	Colonia concentrada desarrollada para eliminar los malos olores. Su exclusiva fragancia ha sido especialmente seleccionada. Libre de jabones, es suave y limpia profundamente sin maltratar ni quitar los aceites protectores de la piel y el pelaje.	
<u>Desmanchador de Lagrimas</u>	Este removedor de manchas tópico para mascotas es un gel hecho de limpiadores suaves que se pueden utilizar a diario para quitar las manchas de alrededor de los ojos de las mascotas, las barbas y la zona genital. 120ml.	

Nota. Los anteros productos son los más importantes y necesarios a la hora del baño de la mascota, Fuente: Pinterest Imágenes y Fuente: repository.urosario.edu.co descripción de cada uno.

7.3.1 Localización

Spa móvil Dog Tor motas contará con una oficina de recepción de llamadas y atención al usuario oficina las nieves kra 10 con calle 25 sector las nieves; se tomara en canon de arrendamiento inicialmente por contrato de 6 meses, con clausulas de permanencia requeridas por el arrendatario se remodelara en entorno de oficina, se tiene en cuenta aspecto de ubicación y fácil acceso a nuestros clientes por su tráfico lento de vehículos y zona conocida por los tunjanos, donde el cliente realizará la cita; el spa móvil estará disponible para atención de diferentes razas y tamaños de mascotas (perros) atenderemos en los diferentes sectores de la ciudad de Tunja de (estratos 2-5), en el horario de martes a domingo de 8:00am a 5:00pm, se tendrá en cuenta que los clientes deberán programar anticipadamente su cita con un día de anterioridad. Este canon de arrendamiento tiene un costo promedio de \$ 800.000; Se excluye de este mercado a las zonas rurales debido al desplazamiento y a la infraestructura de las carreteras que son de difícil acceso.

CREACIÓN EMPRESA SPA MOVIL DOG TOR MOTAS



Figura 12. Oficina Spa Móvil Dog Tor Motas

Nota. En el mapa nos muestra la ubicación de la oficina para atención a los clientes de Spa Móvil Dog Tor Motas en Tunja Boyacá, Fuente: Google Maps.

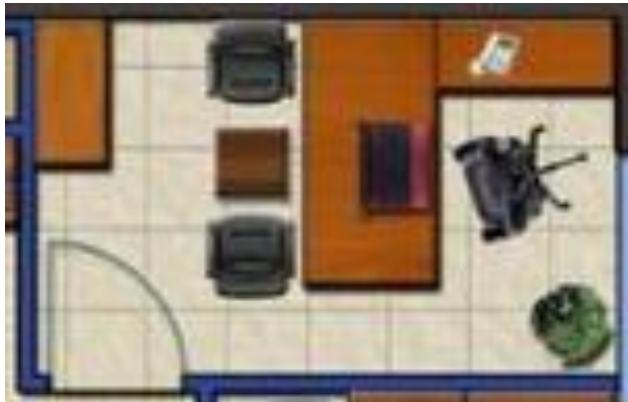


FIGURA 13. MODELO DE OFICINA

Nota. La siguiente imagen nos muestra el ideal para adecuar la oficina para la atención personalizada agendamiento de citas quejas y reclamos entre otros esta se encontrará en el sector de las nieves. Fuente: Pinterest

8. Ingeniería del proyecto

Para poder ejecutar la idea de negocio se tiene que tener en cuenta la estructuración de las operaciones que se van a realizar diarias en cuanto al servicio de veterinaria móvil, la atención de cada mascota su respectivo baño y corte de pelo con referencia a la raza, el proceso de secado y

últimos retoques de la mascota, y a la vez el buen funcionamiento de los instrumentos y como tal toda la instalación y adaptación del vehículo, para ello se debe tener clara la distribución de todos los recursos existentes para así tener de cada proceso y del vehículo como tal un excelente prestación de servicio. Para la prestación del servicio se establece un proceso como tal donde se puede representar con el siguiente diagrama:

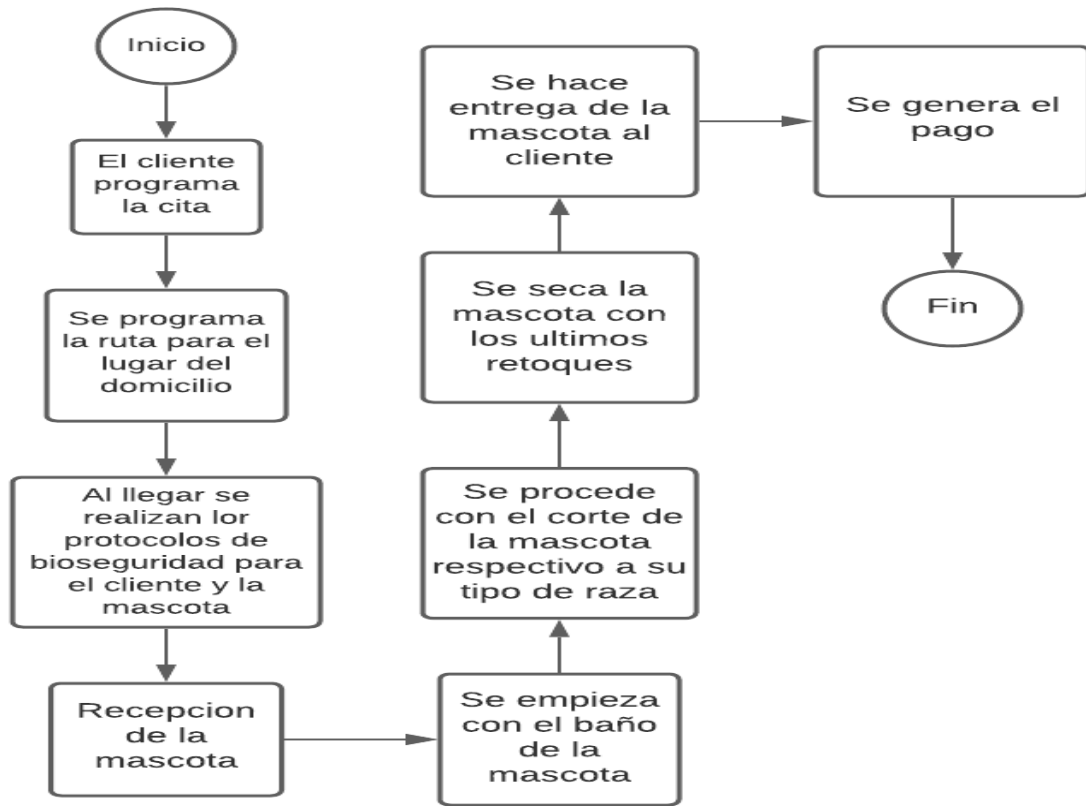


FIGURA 14 DIAGRAMA DE PROCESOS DE SERVICIO AL CLIENTE. FUENTE: AUTORA

Procesos:

El cliente programa la cita: El proceso de prestación del servicio de baño, peluquería y spa para mascotas comienza una vez el cliente hace la programación de la cita a través de la página de internet, o por medio telefónico. En este primer contacto se realiza un pre registro de los datos

tanto del dueño como de la mascota incluyendo nombre y raza y servicio solicitado (Baño y Peluquería o Spa) (Ver anexo 1). De igual manera se definen la fecha y la hora en la que se desea recibir el servicio teniendo en cuenta que la programación de los servicios está sujeta a la disponibilidad del tráiler y a la ubicación del cliente.

Programación de la ruta: En este paso se toma la mejor ruta para el desplazamiento, seguido se genera el proceso del alistamiento de los utensilios y el área total mente impecable y desinfectada, para el recibimiento de la mascota.

Protocolo de Bioseguridad: Al llegar al lugar de domicilio del cliente se toman los datos del mismo y de su mascota haciendo caso a los protocolos de desinfección de pies y manos del cliente y de las patas de la mascota.

Recepción de la mascota: Se registra la mascota en nuestra base de datos verificando el estado de salud y su perfil en ese momento. Se plantea el baño y corte respecto a su raza.

Baño de la mascota: Se verifica la temperatura del agua, seguido se enjuaga al perro se aplica el shampoo adecuado y se procede a retirar la mugre, se retira en su totalidad el shampoo con bastante agua si así lo desea el cliente se procede a aplicar acondicionar o desenredante, se retira con un mínimo de agua, luego se procede a desenredar el pelo y darle forma.

Corte de pelaje: Se continua con el corte adecuado a la mascota de acuerdo a su raza o como el cliente lo disponga, se seca y se cepilla el pelo.

Últimos retoques: En este proceso se cortan las uñas de la mascota y se hacen las ultimas inspecciones para la entrega del mismo.

Entrega al cliente: se entrega la mascota a su amo y se le muestra el proceso que tuvo el canino. Con la estimación de un buen servicio el cliente.

Pago: Se genera el pago por parte del cliente, y dando una grata despedida para un próximo servicio.

8.1 Diagrama Operaciones.

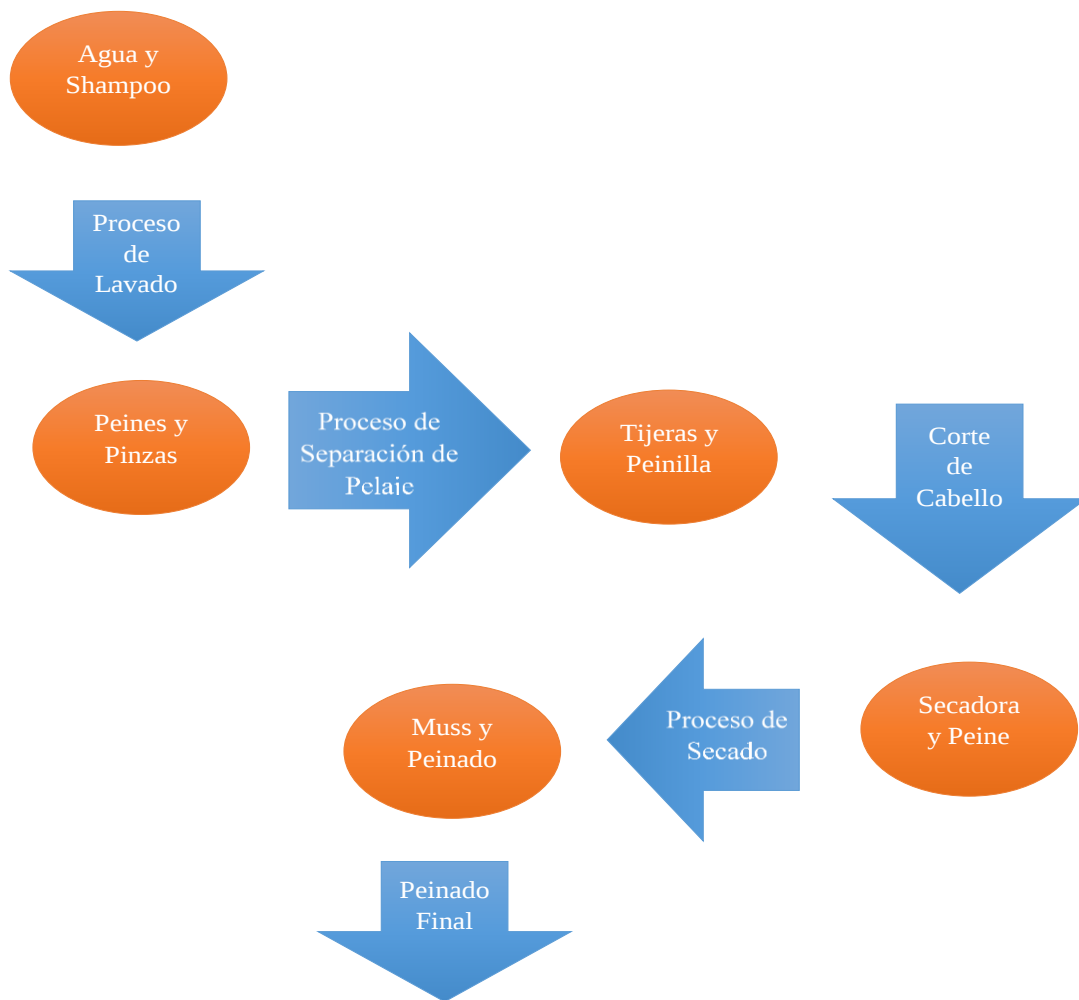


FIGURA 15. FLUJO DEL PROCESO

Nota. Flujo del proceso de producción del servicio de baño y corte de la empresa Spa Móvil Dog Tor Motas.

8.2 Diagrama Planta Física.

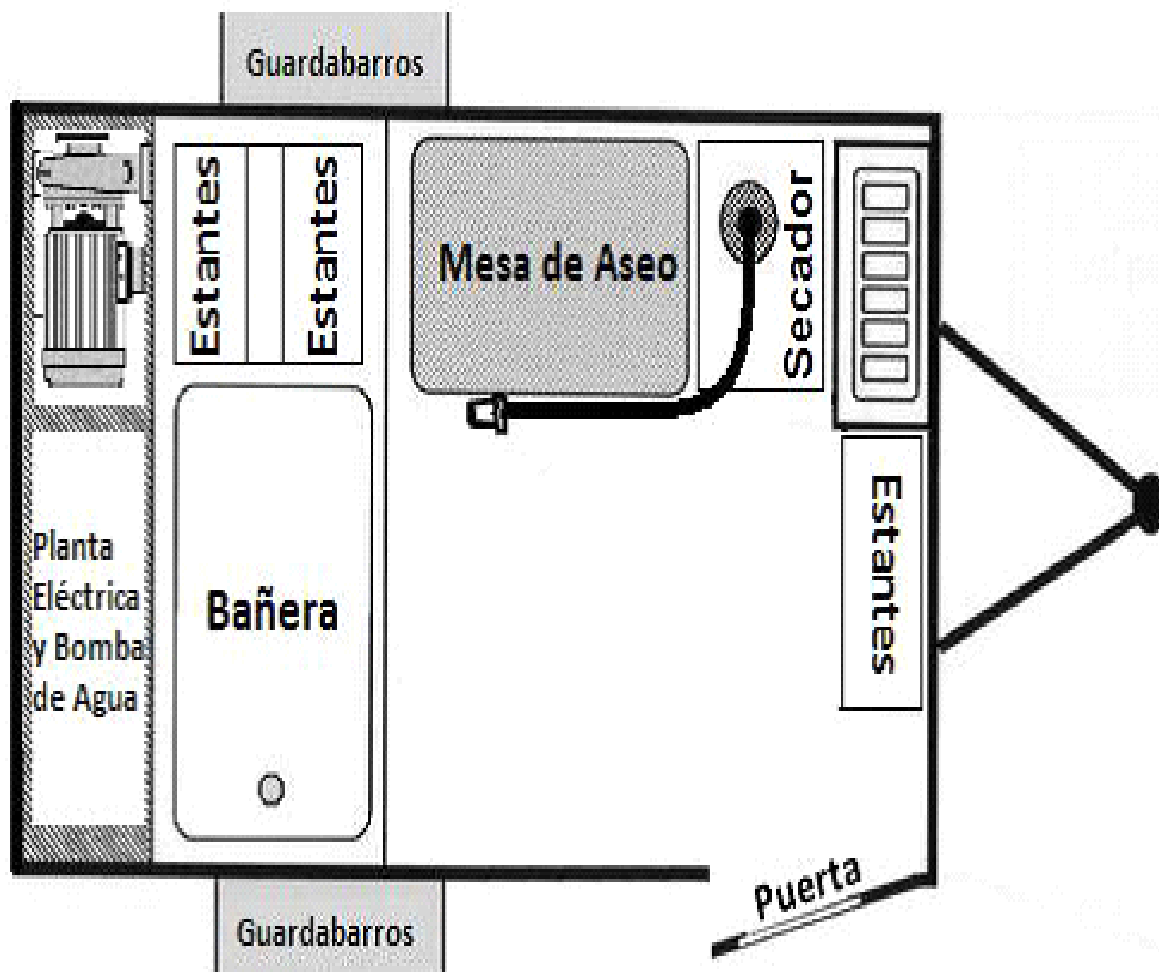


FIGURA 16. MODELO DE ADAPTACIÓN VEHÍCULO

Nota. Adaptaciones dentro del vehículo tipo furgón, donde se prestarán los servicios de baños personalizado a domicilio a nuestros clientes de Tunja Boyacá y sus mascotas canina.

8.3 Diagrama Flujo de Operaciones Dentro de él.

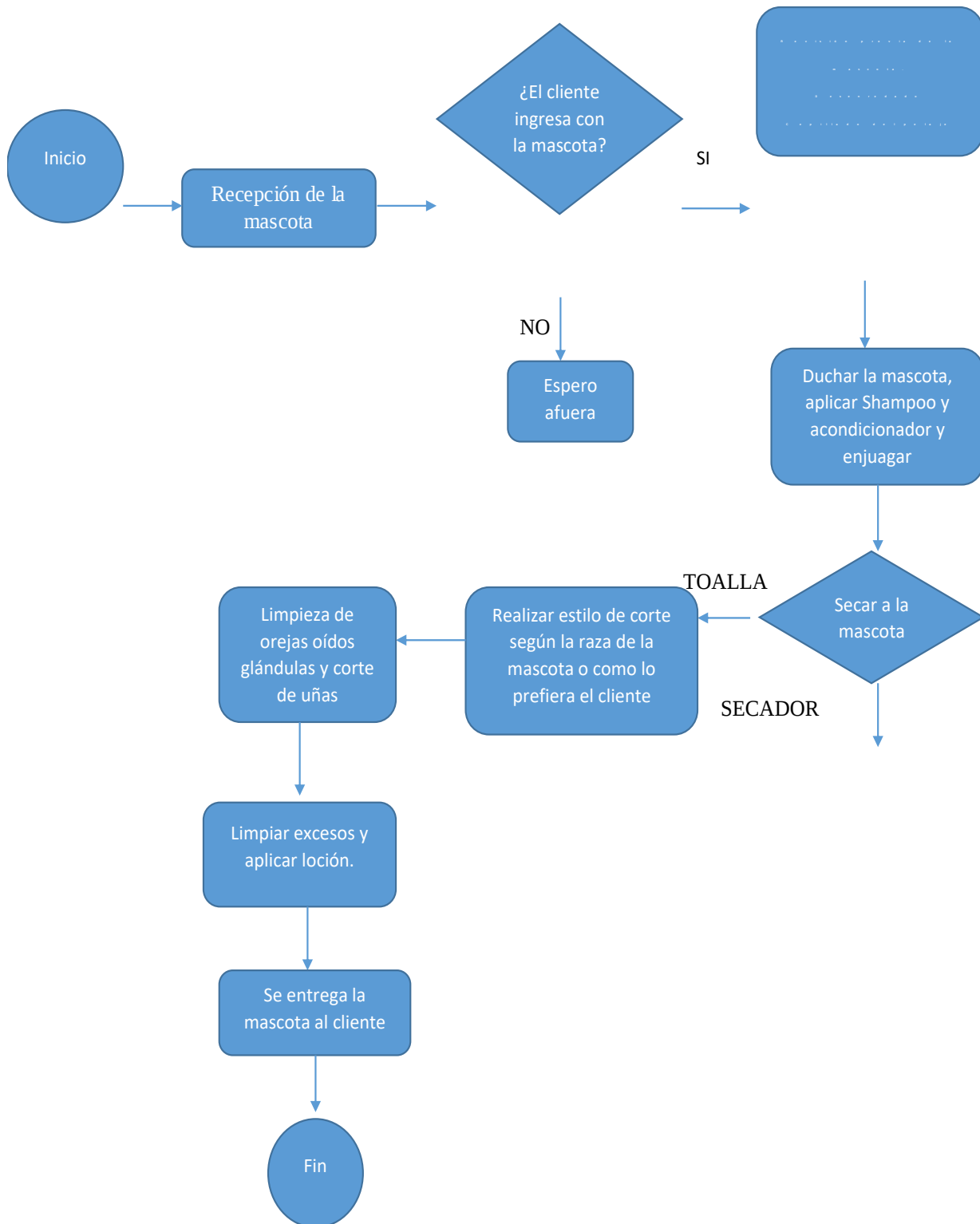


FIGURA 17. DIAGRAMA DEL SERVICIO AL CLIENTE

Nota. El diagrama anterior especifica el paso a paso del proceso al momento de recibir la mascota del cliente y su finalización del baño. Fuente: Autora

Creación de la agenda semanal

En la medida en que los clientes se contactan para reservar y programar sus servicios se genera una agenda semanal con todos los clientes que definieron dentro de esa fecha el servicio ya sea de Baño y Peluquería o Spa. Una vez establecida la agenda semanal, se procede a organizar aquellos clientes que se encuentran dentro de una misma zona geográfica.

Programación de rutas

En cuanto se establecen los clientes en una determinada zona, el administrador genera una programación de las rutas a cubrir para prestar el servicio de la manera más eficiente. Se establecen puntos estratégicos para la ubicación del tráiler en una determinada zona para atender a la mayor cantidad posible de clientes y se determina si es necesario realizar un desplazamiento a otra zona de la ciudad para completar la prestación del servicio de la jornada.

Despacho y Control de materiales

Después de que se establece la ruta para un determinado día, se procede a alistar el tráiler, se llenan los depósitos de agua, se verifica la cantidad de shampoo, acondicionador, cremas y demás insumos necesarios para la prestación del servicio y también se realiza un chequeo de todos los equipos antes de salir al punto de servicio. Se registra la hora de salida y tanto el administrador como el estilista firman la lista de chequeo y se hace entrega del folio de fichas de los clientes a visitar.

Registro de la mascota

Una vez en el punto de servicio se llenará la ficha de la mascota, la misma que contiene los datos del pre registro del cliente y a la cual se le añadirá dirección del cliente, teléfono y datos de la mascota: nombre, raza, edad, sexo, color, peso, alergias, y si tiene algún tipo de cirugía o cualquier observación importante. En la misma ficha se registrará el tratamiento o servicio que se le aplicará a la mascota, la fecha del servicio y una fecha estimada de la próxima visita. Esto se hace en un promedio de cinco minutos.

Recepción de la mascota

En esta etapa se recibe a la mascota y se verifican las condiciones en la que ingresa para obtener un diagnóstico del tratamiento que requiere, y el estilista conjuntamente con el cliente deciden el tipo de baño, la técnica de corte y el estilo de acuerdo a la raza y necesidades del perro o gato. Este proceso lleva alrededor de cinco minutos.

Entrega de la mascota

Al finalizar el servicio prestado ya sea de Baño y Peluquería o Spa, se procede a verificar el estado general de la mascota, que no exista suciedad en las patas o quede algún residuo de shampoo u otro producto en el manto de la mascota. Después de validar que la mascota se encuentre impecable se procede a entregarla a su dueño. Únicamente a la persona que la llevó o cualquier otra con previa autorización. Por ningún motivo se entregará una mascota a una persona diferente a la que aparece en el pre registro a menos que haya sido autorizada previamente.

TABLA 11

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES SPA MOVIL DOG TOR MOTAS						
Actividades	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Generar un estudio de mercado en tunja.						
Elaborar un estudio técnico y operativo que defina la maquinaria, insumos, equipos y recurso humano.						
Estudio respecto a los requisitos legales, ambientales y sociales que debe cumplir la empresa para su funcionamiento.						
Realizar un estudio financiero para determinar la viabilidad del negocio.						
Identificar un estudio administrativo para el plan de negocios.						

9. Análisis de normas ISO

Como bien lo indica la norma ISO 9001 es la base del sistema de Gestión de calidad, es una norma internacional enfocada en el buen manejo de todos los elementos con que una empresa debe contar en cuanto a su calidad, todos los elementos de Dog Tor Motas están 100% garantizados y aprobados por eso los explicamos uno a uno en el ítem de los insumos y suministros del proyecto.

Normativa ISO

Una clínica veterinaria certificada en el sistema de calidad bajo normas ISO, siendo la más popular la ISO 9001:2000, va a fomentar la seguridad y confianza del cliente y del centro al que se dirige Esta norma ISO 9001 sirve para crear una mejora continua en la atención al cliente y en

todos los servicios que presta al mismo. Va a motivar y concienciar a todo el personal, desde el gerente hasta el servicio de peluquería, creando un clima de empeño y esfuerzo conjunto.

Por otra parte, potencia al equipo hacía unos objetivos claros y cuantificables que servirán para que todos trabajen con unas metas bien definidas. Es de clara importancia en centros de alta especialización con un personal muy cualificado, por ejemplo, en hospitales, donde todos los departamentos tienen que funcionar de una manera coordinada y adecuada y en general en cualquier centro veterinario que tenga unas miras de mejora continua de sus servicios al mercado y hacia sus colegas más cercanos. Todos ellos necesitan dar una confianza prestando servicios de calidad certificada. La mejora continua en la atención profesional emocional hacia las mascotas y clientes, la formación y motivación de los colaboradores y la comunicación hacia trabajadores y clientes son las aspiraciones de toda clínica veterinaria que quiera ser competitiva. Esta mejora continua es a través de los procesos veterinarios asistenciales, de gestión, o los de comunicación interna y externa. Siempre dentro de la filosofía de un todo, de un equipo altamente cualificado. Para todo esto está la norma ISO 9001.

Se creará una diferenciación con respecto a la competencia que el mercado va a percibir, pudiendo elegir la mejor clínica respecto a unos baremos de calidad que los clientes entiendan muy bien. Esto dará lugar a un posicionamiento en un mercado de alta calidad en el que sólo los mejor preparados podrán estar.

En cuanto al cumplimiento de la normatividad se tendrá como referencia las normas técnicas colombianas en la implementación de los procesos para un servicio eficaz.

En la parte legal, se encuentran: la ley 73 de 1985, por la cual se dictan normas para el ejercicio de las profesiones de medicina veterinaria, medicina veterinaria y zootecnia y zootecnia y la ley

576 del 2000 por la cual se expide el código de ética para el ejercicio profesional de la medicina veterinaria, medicina veterinaria y zootecnia y zootecnia. La matrícula mercantil lo rige la ley 232 de 1995 y el decreto 1879 de 2008, la documentación pertinente a la cámara de comercio va a ser regulada por las alcaldías municipales, adicionalmente se debe comunicar a las oficinas de planeación o a la entidad territorial encargada el día de la apertura del establecimiento, se debe expedir el plan de ordenamiento territorial con el fin de tener una adecuada ubicación del establecimiento; uso del espacio público lo que está regido por la ley 388 de 1997 y la ley 2981 de 2013. Con respecto a los servicios públicos del establecimiento; se debe contar con abastecimiento de agua, vertimientos (decreto 3939 de 2010), manejo de residuos sólidos y como un aspecto importante el plan de gestión integral de residuos hospitalarios lo que está regido por la decreto 351 de 2014, donde se debe contar con una empresa que recolecta todos los residuos, estas entidades están obligadas a recoger animales que tengan un peso <50 Kg y es obligación de los empleados del establecimiento entregar los cadáveres de la manera adecuada como se reporta en la ley.

Los requisitos ambientales hacen referencia a calidad del aire regulado por el decreto 948 de 1995, olores (resolución 1541 de 2013), ruido (resolución 627 de 2006) (Hernández, 2016).

10. Aspectos tecnológicos de los procesos

10.1 Objetivo del Plan de Negocios.

Determinar todos los materiales insumos y maquinaria para la prestación del servicio y precisar los recursos necesarios para su funcionamiento del Spa Móvil Dog Tor Motas en Tunja.

10.2 Definición del Servicio.

La empresa contara con personal de acuerdo a los puestos de trabajo requeridos para prestar el servicio, entre quienes se destacan un técnico peluquero canino quien se encargará del baño y el cuidado de las mascotas, un estudiante en curso quién realizará las actividades de asistencia del técnico y adicionalmente será el conductor del vehículo; una secretaria quien se encargará de la recepción de llamadas y visitas de clientes en nuestra oficina y la gerente de la empresa quien desempeñara labores administrativas de la empresa y quien estará al pendiente del suministro de elementos necesarios para el funcionamiento del spa móvil. El equipo estará dotado con uniforme representativo de la organización y contaremos con equipos de trabajo de última tecnología.

Se dispondrá de un vehículo transformado en un centro de peluquería canina, en el que tendrá servicios como: baño spa, baño medicado, limpieza de oídos, corte de uñas y profilaxis; adicionalmente tendremos disponible para la venta artículos como accesorios, productos de aseo, vitaminas y desparasitantes, con el beneficio de que nuestros clientes podrán tenerlo todo sin moverse de un entorno de confianza, esto con el fin de impedir enfermedades en las mascotas como el estrés y recorridos de larga distancia para las mascotas, contara además con la comodidad del acompañamiento de su dueño en el proceso de baño y limpieza si así lo prefieren los usuarios todo al frente de su lugar de domicilio.

10.3 Proceso Productivo del Servicio.

A Continuación, se explicará el proceso que se llevará a cabo con cada baño de mascota de principio a fin.

Fase 1



1.Nos comunicamos con el cliente, para confirmar cita, Datos y disponemos a dirigirnos.

2.En el transcurso se prepara el lugar y materiales para el baño de la mascota.

3.El ciclo del baño de la mascota depende de su tamaño raza y estilo de corte donde tendremos un máximo de 45 min.

Fase 2



4.Juagamos a la mascota, aplicamos shampoo y masajearnos, exfoliamos la piel y enjuagamos al canino.

5.Secamos los excesos de agua con una toalla y luego usando soplador de alta potencia.

6.Aplicamos loción o talcos, vestimenta y collar de la mascota.

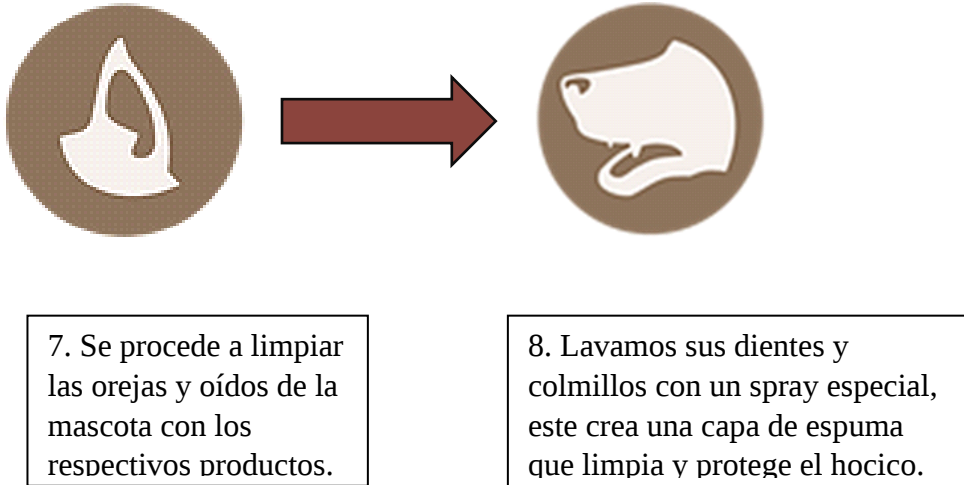
- **Cepillado y desenredado:** El cepillado y el desenredado es quizás el paso más importante en el arreglo profesional de una mascota, en especial en aquellos perros de pelo largo o que lo tienen en muy mal estado con formaciones de nudos. El desenredado antes del baño es indispensable, ya que si se aplica agua a una mascota con nudos en su

pelaje estos se tornarán más difíciles de eliminar. El tiempo que se emplea en esta etapa es en promedio 30 minutos, esto depende del tamaño, raza y condiciones del pelaje.

- **Baño:** En esta etapa se aplicará el baño a la mascota, es muy importante mojar la totalidad del cuerpo de la mascota para que el agua penetre completamente el manto y pueda llegar hasta la piel. También se drenarán las glándulas peri-anales, se limpiarán los ojos y los dientes de la mascota. Posteriormente se aplicará el Shampoo primero en las patas y luego en el resto del cuerpo; luego el acondicionador y se enjuagará con abundante agua tibia para que no queden residuos de shampoo que puedan ocasionar problemas de piel o sensibilidad; después se procederá a retirar el exceso de agua con una toalla. Durante el proceso se aplicará dos veces el shampoo, el primer enjuague para eliminar la suciedad y el segundo para obtener brillo especial en la piel y pelo. Finalmente se lavan los dientes usando pasta dental y cepillo exclusivamente para perros. La duración aproximada del baño es de 15 minutos, depende del tamaño de la mascota y condiciones del manto.
- **Secado:** Para esta etapa se usará un secador profesional especialmente para perro, el cual cuenta con graduación de velocidad y temperatura lo que acorta el tiempo de secado. De igual manera se podrán utilizar secadores de uso doméstico para las mascotas pequeñas y los gatos que son más sensibles al ruido y la sensación de aire en el cuerpo. Se procederá a secar primero la zona lumbar para evitar enfriamientos, luego el resto del cuerpo y finalmente la cabeza; primero con una toalla para quitar el exceso de agua y

luego se usará la secadora. La duración de este paso es de 10 a 30 minutos, dependiendo de la raza y tamaño de la mascota.

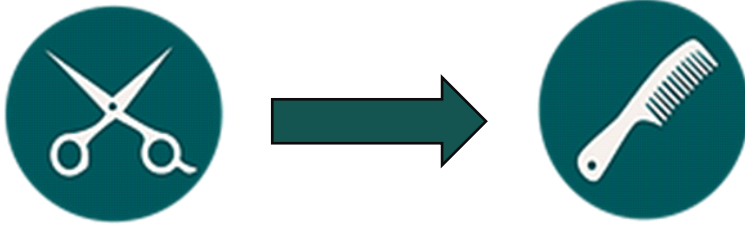
Fase 3



- **Limpieza de ojos, orejas y corte de uñas:** Después de secar a la mascota se procederá a cortar y a limar las uñas junto con la revisión y limpieza de orejas, para lo cual se usará un polvo medicado para mantener secas las orejas y reducir el olor. Este producto también facilita la técnica de plucking ya que contiene elementos que aflojan el pelo del interior del oído. Para limpiar los ojos se aplicará un desmanchador de lágrimas el cual disuelve las lagañas y además elimina las pequeñas costras alrededor del ojo dejando el pelaje de la mascota nuevamente brillante. El tiempo de duración es de 10 minutos.

Fuente: repository.urosario.edu.co

Fase 4



9. Se cortan las uñas y se revisan las almohadillas después se pulen para que no se astillen dejando la punta lisa y redonda.

10. Cortamos el pelo se le da forma a la cara y orejas y después se elimina el exceso en las patas.

- **Corte:** En este punto el estilista usará corte con máquina, tijera o stripping o combinará algunas de estas para realizar el corte. Los cortes a máquina se pueden hacer a diferentes longitudes de pelo. Con ayuda de los niveles se elegirá el largo del pelo para el corte de la mascota. El corte a tijera se lo hace en razas especiales como los Poodle, Bichón Frise, Cocker americano, etc. El corte a tijera normalmente se da para lograr un acabado final más prolijo ayudando a una escultura del pelaje. El tiempo promedio de duración de esta etapa es de 25 minutos dependiendo del estilo de corte y tamaño de la mascota.
- **Finalización del estilo:** Este es el paso final en el que se le agregan lazos o pañuelos además del perfume para que la mascota conserve un agradable aroma. En este proceso se verifica el estado final de la mascota y se revisan cada uno de los detalles para que no existan imperfecciones. La duración estimada es de 3 minutos.

- **Tipos de manto:** Con el fin de conocer las características específicas de la mascota se debe relacionar el tipo de pelaje, porque de acuerdo a esta característica se define la frecuencia de baño y los elementos a utilizar en el proceso. A la hora de prestar el servicio de baño y peluquería, este se hace de acuerdo al tipo de raza y pelaje de cada mascota en particular.
- Los tipos de pelaje se pueden clasificar de acuerdo a diferentes aspectos, tales como color, longitud, textura y forma.

Tipos de pelaje según su color:	• Manto de pelo simple, de un solo color. • Manto de pelo moteado. • Manto blanco sobre el que aparecen grandes manchas de colores. • Pelo compuesto, en el que se dan varios colores. • Pelo binario en el que se combina el color blanco con el negro. • Un manto de pelo tricolor.
Tipos de pelaje según su longitud:	• Corto. (Cepillándolo cada semana y lavándolo una vez al mes, se mantendrá limpio). • Medio. • Largo (debe ser cepillado cada día. Si se enreda hay que cortarlo)
Tipos de pelaje según su longitud:	• Suave. • Duro (suele ser corto, por lo que se cae menos). • Lanudo (debe cortarse con cada cambio de estación).
Tipos de pelaje según su longitud:	• Rizado (requiere de peluquería canina para evitar enredos) • Ondulado • Liso (no necesita ser lavado y cortado con tanta frecuencia como otros tipos de pelo canino)

FIGURA 18 .TIPOS DE PELAJE CANINO

Fuente: Seguros El corte ingles (2014)

Nota. La imagen anterior denota las diferencias entre pelajes y los tipos ya que cada uno tiene un trato peina secado y lavo diferente esto dependiendo de la raza del animal.

10.4 Insumos Requeridos para cada servicio

TABLA 12

PRODUCTOS PARA CADA SERVICIO

Productos	Especificaciones	Imagen
Shampoo	Para los diferentes pelajes de las razas de las mascotas.	
Acondicionador	Anti pulgas.	
Tijeras	Específicas para corte animal, para los diferentes tipos de corte y de pelaje.	
Soplador	Especial para mascotas que no se recaliente.	

• Cepillos	• Para distintos tipos de pelaje, Alambre acero, Poodle.	
• Corta uñas	• Especial para mascotas.	
• Aceite	• Especial para el limpiado de los oídos de los caninos.	
• Cuchillas profesionales	• Maquina especial para el corte de las mascotas.	
• Desmanchador de lagrimas	• Producto especial para el cuidado de los lagrimales de las mascotas.	
• Colonia	• Tanto para macho y hembra.	
• Toallas	• Diferenciar entre tipos de mantos.	

• Productos de limpieza	• Para después de prestar el servicio dejar el lugar de trabajo limpio.	
• Protocolos de bioseguridad	• Tener en cuenta todos los utensilios gel y alcohol y tapete desinfectante.	
• Equipos de protección para el personal.	• Para cada personal tener uniforme anti fluido, tapabocas guantes de látex y de ser necesario careta.	

10.5 Mano de obra requerida para la prestación del servicio del plan de negocio.

PERSONAL	CANTIDAD
Gerente y Administrado	1
Peluquero	1
Secretaria	1
Contador	1

Fuente: Autora

10.6 Maquinaria y equipos

ARTICULO	CANTIDAD
Furgón	1
Bañera	1
Maesa plegable	1
Soplador	1
Computador	1
Escritorio	1
Silla	2
Teléfono	1
Estantería	2

Fuentes: Autora

11. Plan de acción y cronograma de la fase de inversión y operación del proyecto.

TABLA 13

PLAN DE ACCION Y CRONOGRAMA SPA MOVIL DOG TOR MOTAS

Fase	Etapas	Proceso	Responsable	Actividades	Recursos humanos	Recursos materiales	Recursos tecnológicos
Creación de la idea de negocio	Formulación	Viabilidad y factibilidad	Emprendedores	Elaboración del documento de plan de negocio	Emprendedores	Papelería	Computador y software
	Búsqueda y arrendamiento del local	Contrato de arrendamiento	Emprendedores	Realización de acuerdos y firma del contrato	Emprendedor y asesor legal	Papelería	
Furgón	Montaje	Diseño y adecuación	Profesionales contratados	Instalación de decoración y equipo	Personal en diseño y ambientación	Material de veterinaria y muebles	Planos

CREACIÓN EMPRESA SPA MOVIL DOG TOR MOTAS

Instalación de la maquinaria y equipo	Adquisición	Cotización y compra de maquinaria	Emprendedores	Realizar las compras requeridas de acuerdo a lo establecido en el estudio técnico	Emprendedores	Vehículos de transporte	
	Instalación	Situar la maquinaria y equipos en el furgon	Personal especializado	Instalar la maquinaria y equipo en el furgón según el espacio.	Personal especializado	Vehículos de transporte	Diseño
Manejos legales y laborales	Registro de la empresa	Constitución de la empresa	Emprendedores	Trámite y registro ante la notaría y cámara de comercio	Emprendedores y asesor legal	Papelería	Computador

CREACIÓN EMPRESA SPA MOVIL DOG TOR MOTAS

	Contratación	Selección, contratación y capacitación del personal	Emprendedores	Proceso de selección y legalización de contratos con los futuros colaboradores	Emprendedores y asesor legal	Papelería	Computador
Inicio de operaciones	Publicidad	Presentación al público la idea de negocio y su apertura	Emprendedores	Campañas publicitarias y uso de redes sociales	Emprendedores	Papelería	Redes sociales y pagina web
	Inauguración	Inicio la prestación de servicios	Emprendedores y colaboradores	Inicio de servicios de peluquería canina	Emprendedores y colaboradores	Materia prima	Maquinaria

Fuente: Autora

12. Función de producción

Actualmente el sector veterinario se encuentra en crecimiento ya que cuenta con capital humano, técnico y servicios innovadores, haciendo referencia a la cantidad de servicios que se pueden prestar como máximo teniendo una determinada cantidad de recursos.

Inicialmente se tendrán dos camiones tipo furgón que llevaran implementados varios de los equipos que se necesitan para la atención de los servicios que se ofrecerán a las mascotas caninas además varios de los productos e insumos ya mencionados.

La principal función será la atención primordial a todos nuestros clientes o mascotas caninas garantizando las buenas instalaciones.

13. Análisis de Impacto Ambiental

13.1 Marco teórico y conceptual del estudio ambiental

Marco teórico

El análisis ambiental en esta idea de plan de negocio es de gran importancia debido a que permite identificar aquellas actividades dentro de las operaciones diarias que puedan causar cierto daño al medio ambiente, a la vez, investigar y establecer estrategias que permitan mitigar y eliminar estos riesgos, que a la vez puede afectar la comunidad. El impacto ambiental al momento de formular un proyecto se debe tener en gran consideración ya que en la actualidad es de gran importancia cuidar el ambiente debido a que es un factor primordial para la humanidad.

Según Saénz (1991) el impacto ambiental hace referencia a “la alteración producida en el medio natural donde el hombre desarrolla su vida, ocasionada por un proyecto o actividad, el impacto

ambiental tiene una connotación de origen humano dado que son las actividades, proyectos y planes desarrollados por el hombre los que inducen las alteraciones, los cuales pueden ser positivos que son cuando implican mejoramiento de la calidad ambiental o negativas cuando ocurre la situación contraria” (Peláez, 2004).

De acuerdo al Ministerio de Ambiente y la Autoridad Nacional de licencias Ambientales de Colombia un estudio de impacto ambiental es “el instrumento básico para la toma de decisiones sobre los proyectos, obras o actividades que requieren licencia ambiental y se exigirá en todos los casos en que se requiera licencia ambiental de acuerdo con la ley y este reglamento” (Autoridad Nacional de Licencias Ambientales, 2020).

Existen pasos para la elaboración de un estudio de impacto ambiental y según el Instituto Internacional para el Desarrollo Sostenible (IISD) existen siete que son utilizados por los bancos internacionales de desarrollo y países de Mesoamérica que son los siguientes: “Primero determinar si los impactos ambientales y sociales del proyecto propuesto serían suficientemente graves para desarrollar un EIA, segundo establecer los límites de la EIA, identificar la base de los análisis que se llevarán a cabo en cada etapa, describir las alternativas del proyecto y consultar al público afectado, tercero evaluar los impactos socioeconómicos y ambientales del proyecto y sus alternativas e identificar las medidas de mitigación para reducir esos impactos, el cuarto paso es preparar los planes necesarios para las medidas de mitigación y otros riesgos del proyecto, tales como fallas tecnológicas, el quinto reunir toda la investigación y el trabajo realizados durante las etapas anteriores en un documento, asegurando que el informe de EIA contiene todos los componentes clave, sexto se debe revisar el informe de EIA para determinar si el proyecto previsto obtendrá una licencia, o si requiere modificaciones y por último se debe asegurar de que las medidas de mitigación, las prioridades enumeradas en el EMP, y los planes

de contingencia se apliquen correctamente y resuelven de manera eficaz los impactos del Proyecto” (International Institute for Sustainable Development, 2020).

El factor fundamental de la responsabilidad social y empresarial es el relacionado con el medio ambiente, aún más tomando en cuenta la realidad actual de la contaminación y los riesgos que esto representa para la calidad de la vida humana.

Establecer y mantener un sistema de gestión medioambiental adecuado para la empresa que incluya: a) la recopilación y evaluación de información adecuada y puntual relativa al impacto de sus actividades sobre el medio ambiente, la salud y la seguridad; b) afiliación de metas cuantificables y, cuando proceda, de objetivos relacionados con la mejora de sus resultados ambientales y de la utilización de sus recursos con la correspondiente revisión periódica de estos objetivos; cuando proceda, los objetivos deberán ser coherentes con las políticas nacionales y los compromisos internacionales en materia de medio ambiente, y c) el seguimiento y el control regulares de los avances en el cumplimiento de los objetivos o metas en materia de medio ambiente, salud y seguridad (De La Morena, Bazan, & Cortés, 2016).

En Colombia los animales de compañía representan un lugar muy importante en la familia, estos han remplazado desde familiares fallecidos, hasta hijos por lo que conciernen una compañía y sustitución a un pariente, en la actualidad los animales son más representativos y respetados por algunas personas, otras simplemente los ignoran por una mala experiencia, o los abandonan por falta de tiempo o espacio del domicilio.

Una mascota es un animal domesticado por el hombre que convive y se conserva a su lado. Por cierto, los más conocidos, populares y numerosos son los gatos y los perros. Estos y otros animales se integran a las familias en una relación saludable y de respeto a la vida animal.

Las mascotas son muy importantes en el desarrollo social, intelectual y afectivo de los niños lo cual se ve reflejado positivamente en sus etapas posteriores, especialmente en su relación armoniosa con otros seres humanos. Los niños aprenden con sus mascotas que hay otras formas de comunicarse aparte del lenguaje; los niños aprenden a respetar las necesidades de los animales y se esmeran por cubrirlas para su bienestar.

Así lo afirma el: Artículo patrocinado, Linio. (2018, 26 de enero):

Sin lugar a dudas, las mascotas se han convertido en algo más que animales de compañía, ahora son consideradas como un miembro más de la familia, que además de brindar diversión y amor al interior de los hogares, proporcionan un impacto positivo en la salud física y mental de sus amos.

Y es que estas poseen cualidades que aportan beneficios para grandes y pequeños. En los niños, por ejemplo, se verán reflejadas en un adecuado desarrollo social, intelectual y afectivo, ya que mediante la relación con su mascota entienden la importancia del respeto hacia sus necesidades, así como la responsabilidad que acarrea tenerlos, y el descubrimiento de una comunicación no verbal.

Para los adultos mayores, las mascotas son una fuente inagotable de amor y además promueven una vida saludable, ayudando a decirle adiós al sedentarismo, mediante sus paseos diarios.

Igualmente, su compañía es importante para que los adultos expresen sentimientos y emociones, brindándoles felicidad y seguridad.

La escogencia de un animal debe estar basada en el estilo de vida de la familia a la que va a llegar, a las necesidades que deberán ser cubiertas en el hogar y al nivel de energía de la mascota

y de los miembros de la casa, para sacarle el mayor provecho a su compañía y brindarle una vida adecuada y responsable.

Con base en lo anterior las familias encuentra mayor compañía en una mascota otras por el contrario suelen abandonarlos respecto a diferentes aspectos socioculturales.

Debido a la gran importancia de los animales de compañía cada vez se identifican leyes, norma y códigos que los protegen y resguardan del maltrato como se identifica en él, “Artículo 1. Objeto. 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.” Ley 1774 de 2016.

Acercándonos un poco más al departamento de Boyacá, específicamente a Tunja se encuentran diferentes falencias respecto a la cantidad de mascotas un inconsistente abandono de animales sin censar o falta de atención por parte de la comunidad debido a esto se implementó un censo en la ciudad de Tunja planteado a continuación, La Administración Cepeda anunció que en Tunja se realizará un censo de caninos y felinos con el objetivo de cuantificar la población de estos animales, y así crear un plan eficaz de ejecución de programas de zoonosis que permita mitigar los riesgos ocasionados tanto por caninos como por felinos.

Francy Paola Monroy, médica veterinaria de la Secretaría de Protección Social de Tunja, Se inició con una prueba piloto en el mes de diciembre de 2017 en un barrio de la ciudad socializando el proceso de censo a la comunidad para posteriormente en enero del presente año terminar la etapa de divulgación y en febrero realizar las encuestas en los diferentes barrios de

Tunja. Para marzo, se espera tener una cifra real del número de caninos y felinos que habitan en Tunja.

“La tarea de censar caninos y felinos empezó en noviembre de 2017 cuando por medio de un convenio interadministrativo entre Alcaldía y la UPTC se acordó realizar el censo de estos animales en la capital boyacense. Prensa Alcaldía de Tunja, (2018 16 de enero). Perros y gatos de Tunja también serán censados”. El Diario Boyacá. (2018)

Debido a la gran importancia de las mascotas por las familias tunjanas un estudio realizado demuestra como las familias invierten más por su apariencia física y la salud de su mascota seguida por sus accesorios y alimentación, por lo tanto, se convirtió en un mercado relevante para satisfacer necesidades innovadoras al alcance de los usuarios dispuestos a pagar por un buen servicio y el cuidado de su mascota.

Como lo explica Raúl, A.F. (2016 17 de junio):

Cada día son más las personas que deciden tener mascotas en sus hogares. Según uno de los últimos estudios que se han sacado del tema, Fenalco encontró que más de la tercera parte de los hogares colombianos ha optado por incluir en sus núcleos familiares a una mascota, lo que indica que aproximadamente 1 de cada 3 familias poseen alguna, sea un perro, gato, aves o peces principalmente. Esta es la principal razón por la cual el mercado de productos alimenticios y accesorios para mascotas cada día es más significativo, y las góndolas de los supermercados vienen aumentando el espacio para albergar estos productos, así como el mercadeo electrónico, y las tiendas especializadas en todo tipo de bienes y servicios para alimentación, diversión o su cuidado.

La manutención y cuidado de animales en el mercado nacional pesa cada vez más en la canasta familiar del colombiano promedio.

Así lo revela una reciente encuesta auspiciada por la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco),:

En la que se evidencia que el mercado de las mascotas es una gran oportunidad en “aquellas sociedades donde el crecimiento poblacional se ha vuelto lento y donde el número de hijos por mujer descende”.

“Una mascota brinda diversión, compañía e inclusive seguridad. En el país existen alrededor de 2.700 establecimientos de comercio al por menor que ofrecen este tipo de productos”, indica el estudio.

Por otro lado, las secretarías de Salud de Tunja, Duitama y Sogamoso, ciudades que albergan una población cercana a los 25 mil animales, cantidad tomada por el número de vacunas antirrábicas proveídas por la Secretaría de Salud de Boyacá, anualmente, a esos municipios. (Boyacá 7 días).

Al analizar y según la opinión de Mery Luz Gutiérrez, secretaria de Salud de Duitama "No existe censo real de caninos. Las referencias que tenemos se toman del promedio estimado en el país, que es de un perro por cada 10 personas", indicó, que el año pasado vacunó 7.000 animales.

Redacción el Tiempo (2007)

Respecto a lo anterior en la ciudad de Tunja se encuentran clínicas prestando servicios médicos en diferentes especialidades a mascotas de la ciudad de Tunja y veredas aledañas, con su atención al cliente de lunes a viernes en horarios de oficina, por otro lado, están las comunes veterinarias donde se encuentra productos para las mascotas tanto como accesorios como productos a la venta de servicio de aseo. Los hospitales no quedan de lado prestan sus servicios

de urgencia para las mascotas de diferentes tamaños y especies, de igual forma los centros de acopio por parte de algún universidad o negocio familiar quienes cuidan de las mascotas mientras se dan en adopción. Por tal razón viendo la necesidad de diferentes usuarios se ha implementado un nuevo servicio a domicilio para las mascotas en la ciudad de Tunja que estará prestos en diferentes horarios de domingo a domingo apartando su cita con anterioridad, un servicio de comodidad para el cliente y los usuarios desde su casa adquirir el embellecimiento de su mascota sin desplazamientos arduos o estrés de la mascota por ello llega a la ciudad de Tunja SPA MOVIL DOG TOR MOTAS para servirles.

13.2 Metodología utilizada para la formulación del estudio de impacto ambiental.

Estudio: Es de suma importancia el estudio del impacto ambiental porque nos sirve para cualquier decisión que vayamos a tomar, es indispensable tener en cuenta las leyes que exige el reglamento para la ejecución del proyecto.

Población: Residentes de la ciudad de Tunja con mascotas caninas.

Muestra: En este caso la muestra son una parte de la población a la que le estamos ofreciendo el producto es decir a las mascotas caninas.

Instrumentos de recolección: Investigación y análisis en páginas web, utilizando todas las herramientas tecnológicas.

Análisis y procesamiento de la información: Se comparó la información recolectada con la información obtenida por parte de varios ciudadanos a los que les hicimos encuestas en donde se estructuraba principalmente el tema ambiental.

13.3 Determinación de impactos ambientales del proyecto.

Nuestro principal daño al medio ambiente es por medio del transporte ya que, así como es nuestro único medio de distribución de nuestros servicios también es uno de los mayores riesgos ante el medio ambiente por la combustión de carburantes que produce dos tipos de emisiones por el tubo de escape y el combustible los cuales afectan la calidad del aire.

Respecto a los desechos se tendrán 3 canecas indicando su respectivo uso la primera será identificada para el agua sucia la cual se vaciará al final del día en el caño, la segunda caneca en bolsa se depositará el pelo de corte donde al final del día se recoge en bolsas y se deja para el camión de la basura una tercera y última caneca será para las uñas y utensilios no reciclables.

Proceso	Impacto	Actividades
Recepción de la mascota y el cliente	Contaminación del ambiente al entorno	• Mantener el distanciamiento con el cliente y desinfectar las patas de las mascotas y los pies del cliente. • Realizar adecuada recepción de la mascota con el protocolo de bioseguridad. • Manejar excelentes medidas de higiene en zona de corte de la mascota para evitar cualquier tipo de bacterias, plagas, pulgas o cualquier otro bicho.

Proceso de limpieza, y corte.	Generación de residuos de pelaje.	• Cortar de manera adecuada las uñas para evitar que salten los residuos de las mismas. • Destinar los sobrantes del pelo uñas, copitos y demás en recipientes exclusivos para residuos.
Proceso baño	Contaminación del recurso hídrico	• Uso de tanque especiales para el agua utilizada en el proceso del baño. Disminuir lo suficiente el uso de agua durante el baño y destinar de manera eficaz los desechos que se generaran en el proceso del lavado
Aseo de las instalaciones	Contaminación del vehículo en área de baño y utensilios	• Destinar los desechos sólidos en recipientes según su naturaleza • Limpiar de manera adecuada cada espacio que quede libre de contaminación • Realizar desinfección del área

13.4 Preparación del plan manejo ambiental

La organización Spa Móvil Dog Tor Motas representada legalmente por Mayerlie Xiomara Pulido, ubicada en la Carrera 10 con calle 25 sector las nieves, Tunja Boyacá.

CREACIÓN EMPRESA SPA MOVIL DOG TOR MOTAS

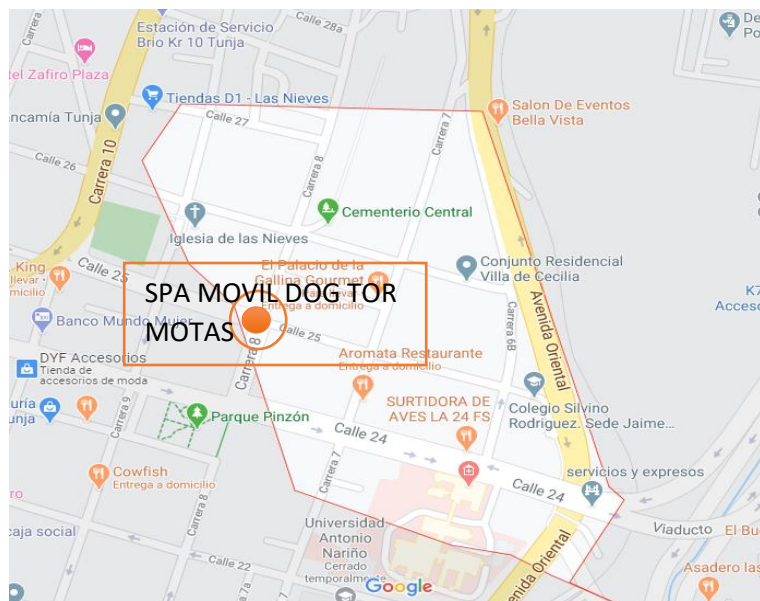


FIGURA 19 UBICACIÓN SPA MÓVIL DOG TOR MOTAS

Personal: Número de empleados: 3

Actividad de la empresa: Atención médica, cuidado y control para animales en establecimientos agropecuarios y animales domésticos. Estas actividades son realizadas por veterinarios certificados que prestan sus servicios en los respectivos centros veterinarios incluso a domicilio. A continuación, los códigos de las actividades veterinarias.

7507500 actividades veterinarias

- 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.

Esta clase excluye:

- El albergue y cuidado de animales de granja sin asistencia sanitaria. Se incluyen en la clase 0162, «Actividades de apoyo a la ganadería».
- Las actividades de esquilado de ovejas. Se incluyen en la clase 0162, «Actividades de apoyo a la ganadería».
- Los servicios de inspección sanitaria, arreo de ganado, pastoreo, castración de aves de corral. Se incluyen en la clase 0162, «Actividades de apoyo a la ganadería». Tomado de CIU 2012 (Cámara de comercio).

TABLA 14

PLAN DE MANEJO AMBIENTAL

PLAN DE MANEJO AMBIENTAL				
Impacto al medio ambiente	Descripción	Plan de acción	Tiempo estimado	Resultado
Sanidad animal y repercusiones ecológicas	Todo el tiempo estamos tratando con mascotas caninas y contaminamos el medio ambiente, más exactamente los suministros de agua, debido a residuos animales como lo son el estiércol sólido y líquido.	Se eliminará correctamente, esterilizando o transformarlo antes de su procesamiento.	Cada que las mascotas realicen sus necesidades, esterilizar y cada mes realizar limpieza del móvil.	Menos contaminación al medio ambiente.

CREACIÓN EMPRESA SPA MOVIL DOG TOR MOTAS

Utilización de productos veterinarios	Uso de productos veterinarios para el control de enfermedades, lucha contra parásitos e incremento de los niveles de producción, algunos de ellos son tóxicos y pueden tener un gran peligro para el medio ambiente	Revisar detalladamente los componentes de cada uno de los productos que traen los proveedores y verificar que estén aprobados por sanidad.	Todas las veces que lleguen productos nuevos a la veterinaria.	Se evitarán los malos productos tratados en animales y garantizar el bienestar de cada una de ellas.
Uso de plaguicidas	Los plaguicidas ponen en riesgo la calidad de las aguas en las zonas cercanas a los campos de cultivo ya que estos compuestos se transportan a través del agua y la atmósfera y contaminan tanto las aguas superficiales como las subterráneas.	Leer las indicaciones de riesgo y los ingredientes activos y elegir el producto con menor toxicidad. Utilizar la cantidad necesaria para cada tratamiento.	Todas las veces que lleguen productos nuevos a la veterinaria.	Eliminar las posibles enfermedades tanto para personas como para animales por el buen tratamiento que se les dan a estos productos.

13.5 Determinación de requisitos y trámites de licencias y permisos ambientales

Estatuto Nacional de Protección de los animales, Ley 84 de 1989. Especialmente en los siguientes artículos:

Artículo 2: Prevenir y tratar el dolor y sufrimiento de los animales.

Artículo 4: Toda persona está obligada a respetar y abstenerse de causar daño o lesión a cualquier animal.

Artículo 5: Mantener el animal en condiciones locativas apropiadas en cuanto a movilidad, luminosidad, aireación, aseo e higiene.

La Ley 746 de 2002 Tenencia y registro de perros potencialmente peligrosos. Especialmente en sus artículos:

Artículo 108B: se permite la presencia de caninos en sitios públicos y privados que como guías acompañen a su propietario o tenedor.

Artículo 108C: en las vías públicas, en los lugares abiertos al público, y en el transporte público en que sea permitida su estancia, todos los ejemplares caninos deberán ser sujetos por su correspondiente trailla y dependiendo si son potencialmente peligrosos si respectivo bozal y permiso.

Artículo 339A. El que 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 prisión de 12 a 36 meses, e inhabilidad especial de 1 a 3 años para el ejercicio de profesión, oficio, comercio o tenencia que tenga relación con los animales y multa de 5 a 60

salarios mínimos mensuales legales vigentes. Medidas para el personal que maneja animales. Del manejo de los animales.

Artículo 28. Teniendo en cuenta la necesidad de prevenir la transmisión de enfermedades zoonóticas, las personas que tengan a su cuidado animales de cualquier especie deberán: Estar dotados de ropas de trabajo adecuadas como delantales, botas de gomas, guantes de látex o caucho que puedan ser desinfectados o eliminados. (ICA, 2009)

Minimizar la exposición a membranas mucosas pudiendo llevar protección ocular (gafas protectoras) y mascarilla quirúrgica.

Descontaminar y eliminar adecuadamente los materiales potencialmente infecciosos. Incluyendo a los cadáveres, según la normatividad vigente sobre residuos peligrosos.

No comer, beber o fumar mientras se manejan animales.

Contar con la respectiva capacitación para el manejo y cuidado de las especies que tenga a su cargo.

Contar con el esquema de vacunación adecuada según el riesgo sanitario al que estén expuestos.

Someterse a pruebas y exámenes que se requieran según las clasificaciones específicas que para el efecto señale el Ministerio de la Protección Social en coordinación con el Ministerio de Agricultura y el Ministerio de Medio Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial.

De las licencias sanitarias. Tipos de licencia sanitaria de funcionamiento.

Artículo 68. Los Servicios Seccionales de Salud, una vez verificados el cumplimiento de la normatividad vigente, podrán expedir mediante resolución motivada las siguientes licencias sanitarias de funcionamiento, o renovar las existentes:

- Para zoológicos;
- Para clínicas y consultorios veterinarios;
- Guarderías de perros;
- Estéticas de animales domésticos;
- Clubes de recreación para animales domésticos;
- Para establecimientos o lugares de explotación o criaderos de animales, en áreas urbanas, de acuerdo con el artículo 53 del Decreto 2257 de 1986;
- Para otros establecimientos que realicen actividades conexas con las de los anteriores.

Artículo 39. Requisitos generales. Para la expedición o renovación de las licencias sanitarias de funcionamiento a que se refiere este decreto, se requiere cumplir con los siguientes requisitos de carácter general.

Según la ANLA y el Departamento administrativo de ciencia, tecnología e innovación Colciencias, los requisitos y trámites que debe tener una veterinaria son:

- Licencia ambiental: Por la distribución de pesticidas, sustancias o materiales que sean exportados para el servicio de una comunidad.
- Contrato de acceso o recursos genéticos y productos derivados con fines comerciales, industriales o de prospección biológica.
- Permiso de recolecta: Por los desperdicios que se den por cualquier acto quirúrgico de las mascotas.

- Condiciones sanitarias.
- Almacenamiento de medicamentos
- Registro de temperatura de neveras.
- Certificado de bomberos
- Un sistema de protección contra incendios.
- Lavado de tanques de agua
- Normatividad farmacológica
- Medicamentos vencidos

13.6 Análisis de sostenibilidad ambiental del proyecto

Escenario 1

A la hora de implementar nuestro plan ambiental no solo se verá beneficiado el medio ambiente si no también nosotros como empresa puesto que empezaremos a tener orden empresarial, revisaremos uno a uno los productos y sus instrucciones, estaremos enterados de las contraindicaciones y podemos evitar el mal uso de ellos en nuestras mascotas caninas.

La implementación de un plan ambiental permitirá ayudar a la ciudad y a salvar muchas cuencas hídricas recordando que muchos de los animalitos viven y necesitan de esto y nosotros como veterinaria no solo estamos interesados en el bienestar de nuestros clientes sino también en todos los animales en general.

Escenario 2

La no implementación del plan nos podría traer miles de riesgos con sanidad, lo que provocaría en un caso extremo el cierre de la veterinaria y el no poder funcionar y ofrecer sus servicios,

además el daño al medio ambiente, errores de aplicación de los productos en las mascotas caninas que podrían hasta poner en riesgo su vida, la mala imagen ante las demás veterinarias y clientes. Sería un fracaso rotundo no tener los requisitos y trámites al día que las entidades exigen puesto que no podríamos funcionar, ni prestar ningún servicio.

14. Organización y Aspectos Administrativos

14.1 Estructura orgánica y funciones a nivel de áreas

Spa Móvil Dog Tor Motas al ser un centro veterinario que presta sus servicios a domicilios es una organización muy pequeña por lo tanto su estructura por áreas la mostramos así:



FIGURA 20 .ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Para el presente plan de negocios se establece una estructura organizacional horizontal ya que no existe mandos medios y se pretende que todas las personas que hagan parte de la organización tengan una opinión, capacitando a las personas para que puedan participar en la toma de decisiones en las operaciones diarias así aportando un mayor nivel de responsabilidades a cada uno de los colaboradores, fortaleciendo el trabajo en equipo y donde todos se pueden comunicar directamente con el administrador o gerente debido a que de esa forma la información se obtiene con mayor rapidez y es más fiable.

14.2 Planta de cargos requerida

Según el organigrama anteriormente establecido para los cargos requeridos de acuerdo a la estructura se requiere:

PERFIL DE PUESTO

Empresa del sector veterinario Spa Móvil Dog Tor Motas Tunja

Puesto:	Técnico veterinario
Área:	Peluquería canina
Reporta a:	Gerente

- Funciones:	- Lavar el pelo, peinarlo con cuidado y secar al animal. - Cortar y arreglar el pelo con máquina eléctrica o tijeras, según cada raza. - Higiene de la zona genital, corte de uñas y limpieza de oídos. - Comprobar la salud de los ojos, dientes y otras zonas sensibles. - Aplicar productos estéticos para mejorar el aspecto final. - Diferenciar las partes de la anatomía de los perros y las formas de tratarlas. - Aprender a distinguir los distintos tipos de razas. - Saber cómo se utilizan los instrumentos de corte e higiene animal. - Mantener limpias las instalaciones y aparatos del centro.
--------------	---

	- Aprender cómo se debe bañar, secar y peinar a cada perro según su raza y características. - Conocer diferentes técnicas de corte de pelo: top-knot, hand stripping, blending, plucking, carding y clipperwork.
--	---

- Estudios:	- Educación Mínima: bachillerato/Educación media/Técnico veterinario
- Experiencia:	- Mínima de 2 años (02) en: - Experiencia en un año en el campo de cuidados e higiene de mascotas - Requerimos Groomer Profesional, con experiencia, para trabajar en Spa Canino y peluquería.
- Conocimientos:	- Tener habilidades para la realización de cortes de pelo, lavado y técnicas de limpieza concretas. - Ser amante de los animales y tratarlos con delicadeza, pero sobre todo contar con paciencia y algún que otro truco para hacer que disfruten y pierdan el miedo a estar en la peluquería. - Ser una persona comunicativa y de confianza. Recuerda que sus dueños están dejando a un familiar de cuatro patas a tu cuidado. - Contar con rigor artístico para los diferentes estilos de cortes que se les pueden realizar a las diferentes razas. Además, existe la posibilidad de asistir a competencias donde el diseño va más allá de lo normal. - Tener los conocimientos necesarios para poder identificar los signos de enfermedad, es uno de los aspectos más importantes. - Saber tratar los parásitos en la piel de los animales, ya que estos pueden provocar enfermedad.
Competencias Requeridas:	- Capacidad de comunicación y empatía con el cliente. - Creatividad para cuidar de todos los detalles. - Obtener los conocimientos y la formación necesaria para gestionar el negocio. - Organización y contabilidad. - Tener habilidades manuales para manejar los aparatos de corte de pelo. - Estar capacitado para saber cómo tratar a los perros y calmarlos. - Aprender a sujetar a las mascotas con suavidad y cuidado. - Tener sensibilidad y paciencia con el trato de los animales, así como saber dar una buena atención al cliente.

CREACIÓN EMPRESA SPA MOVIL DOG TOR MOTAS

Sueldo:	\$ 1'250.000
Lugar de Trabajo y Horario:	Furgón Spa Dog-Tor Motas Martes a Domingo de 8 am a 5 pm

PERFIL DE PUESTO

Empresa del sector veterinario Spa Móvil Dog Tor Motas Tunja

Puesto:	Asistente administrativa
Área:	Secretaria
Reporta a:	Gerente

- Funciones:	- Secretaria en la oficina de Spa Móvil Dog Tor Motas - Recepción de llamadas. - Agendamiento de citas. - Manejo de redes sociales y páginas web - Control de rutas. - Archivo
--------------	---

- Estudios:	- Educación Mínima: Técnico administrativo/Universitario.
- Experiencia:	- Mínimo un año (1) en: - Experiencia en clínicas veterinarias como recepcionista. - Asistente administrativo o secretaria.
- Conocimientos:	- Capacidades administrativas - Inventivo e ingenioso, con conocimientos generales de procedimientos, procesos y equipos de oficina. - Excelentes habilidades de comunicación, vocación de servicio, orientación al cliente y proactividad.
- Competencias Requeridas:	- Organizado y capaz de manejar su tiempo efectivamente - Capacidad analítica y habilidad para resolver conflictos - Tener buena presencia

CREACIÓN EMPRESA SPA MOVIL DOG TOR MOTAS

	- Motivado, decidido, responsable y capaz de adaptarse a diferentes situaciones - Honesto, discreto y con altos niveles de integridad. - Puntual, organizada y eficiente
--	--

Sueldo:	\$ 980.657
Lugar de Trabajo y Horario:	Oficina Spa Dog-Tor Motas Martes a Domingo de 8 am a 5 pm

PERFIL DE PUESTO

Empresa del sector veterinario Spa Móvil Dog Tor Motas Tunja

Puesto:	Auxiliar Contable
Área:	Contabilidad
Reporta a:	Gerente

- Funciones:	- Mantener actualizados los documentos legales de la compañía y entregar al personal que lo requiera. - Elaborar la nomina y liquidación de seguridad social. - Revisión de la contabilización de los documentos. - Clasificar adecuadamente de acuerdo a los centros de costos existentes los documentos contables.
--------------	---

- Estudios:	- Estudiante de nivel técnico, tecnológico o en formación profesional de primeros semestres, certificados en el área de Contaduría Pública.
- Experiencia:	- Mínimo un año (1) en: - Auxiliar contable o administrativo.
- Conocimientos:	- Manejo de los programas de Office (Word, Excel). - Conocimientos actualizados contabilidad y tributaria. - Manejo de herramientas de oficina. - Conocimiento como mínimo de un programa contable. - Conocimiento de los procedimientos del sistema de gestión integrado relacionados en la caracterización del proceso al cual pertenece.

- Competencias Requeridas:	- Competencias comunicacionales, interpersonales intrapersonales y de gestión. - Trabajo en equipo. - Iniciativa, creatividad, prudencia y proactividad. - Orientación al servicio.
----------------------------	---

Sueldo:	\$ 1.100.000
Lugar de Trabajo	Oficina Spa Dog-Tor Motas

14.3 Plataforma estratégica de la idea de negocio.

Nombre:

SPA MÓVIL DOG TOR MOTAS

Slogan:

“Para tu Mascota...Lo Mejor”

Logo e imagen corporativa:



14.3.1 Misión

Spa Móvil Dog Tor Motas es una empresa especializada en servicios de peluquería canina a domicilio tiene como misión el ofrecer bienestar a los clientes y amor incondicional a cada una de las mascotas.

14.3.2 Visión

Ser la primera Empresa de spa móvil para mascotas caninas en la ciudad de Tunja orientada al bienestar y garantizando el servicio, En 5 años ser una empresa líder en dar solución a los problemas de movilidad de nuestros clientes en los principales departamentos de Boyacá.

14.3.3 Políticas empresariales

- Prestar un servicio encaminado hacia la excelencia, garantizando un servicio conforme a las necesidades y expectativas de los clientes y la organización en general.
- Lograr compromiso de mejora continua.
- Personal capacitado y comprometido
- Asegúrese de que el sistema de gestión de la calidad siga siendo eficaz y se controle y revise periódicamente.
- Brindar una excelente calidad del servicio que se le ofrece a nuestros clientes.
- Impulsar iniciativas de mejora en la calidad y en la prestación de servicio, facilitando la formación de nuestros colaboradores para que garanticen los trabajos.

14.3.4 Objetivos y metas

- ✓ Darnos a conocer en la ciudad de Tunja
- ✓ Lograr excelencia en los clientes de Tunja.

- ✓ Controlar los recursos con el fin de obtener mayor rentabilidad
- ✓ Ofrecer un excelente servicio para todos nuestros clientes
- ✓ Crear un nuevo concepto de servicios, enfocado en el servicio a domicilio.
- ✓ Liderar el servicio veterinario en mascotas caninas
- ✓ Mejorar día a día para la satisfacción de los clientes
- ✓ Escuchar y tener en cuenta sugerencia de los clientes
- ✓ Cuidar de los animales como si fueran nuestras mascotas
- ✓ Incentivar al amor y respeto diario a las mascotas

14.4 Mapa de Procesos



FIGURA 21.MAPA DE PROCESOS

- Procesos estratégicos: Estos procesos serán destinados a definir y controlar las metas de la empresa, sus políticas y estrategias. Permitirán llevar adelante la organización. Estarán en relación muy directa con la misión/visión de la organización
- Afectan a la organización en su totalidad. Ejemplos: Comunicación interna/externa, Planificación, Formulación estratégica, Seguimiento de resultados, Reconocimiento y recompensa, Proceso de calidad total, etc.
- Procesos operativos: Estos procesos permitirán que el servicio que se genere al cliente incida directamente en la satisfacción del cliente final. Generalmente atraviesan muchas funciones. Son procesos que valoran los clientes. Ejemplos: Desarrollo del producto, Fidelización de clientes, Producción, Logística integral, Atención al cliente, los procesos operativos también reciben el nombre de procesos clave.
- Procesos de soporte: Apoyaran los procesos operativos. Los clientes en este caso serán internos. Ejemplos: Control de calidad, Selección de personal, Formación del personal, Compras, Sistemas de información.
- Cuando ya se tengan identificado todos los grandes procesos de la empresa Spa Movil Dog Tor Motas, éstos se representan en un mapa de procesos. teniendo en cuenta que la clasificación de los procesos de una organización en estratégicos, operativos y de soporte, vendrá determinada por la misión de la organización, su visión, su política. Así por ejemplo un proceso en una organización puede ser operativo, mientras que el mismo proceso en otra organización puede ser de soporte.

15. Marco Legal

15.1 Identificación y justificación del tipo de organización empresarial

La El tipo de sociedad mercantil es decir persona jurídica que se escogió para la elaboración de la presente idea de negocio es la Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S) creada por la Ley 1258 de 2008, ya que su constitución se realiza por medio de un documento privado, a la vez porque el número mínimo de accionistas es de uno y su tope máximo es ilimitado y por la estructura de capital que maneja debido a que permite de forma autónoma elaborar el diseño del contrato social dando la posibilidad a todos los asociados a definir todas aquellas directrices para manejar en las relaciones jurídicas.

En cuanto al documento de constitución que como se mencionó anteriormente, es un documento privado que se encuentra inscrito en el registro mercantil de la Cámara de comercio de la ciudad de Tunja ya que es ahí donde la sociedad se va a establecer el domicilio principal de la oficina de Spa Móvil Dog Tor Motas debe contener en primera instancia el nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; en segundo lugar debe ir la razón social seguida de “sociedad por acciones simplificada o S.A.S”, el domicilio principal de la sociedad y si se llega a establecer sucursales en el mismo acto de constitución, el término de duración en caso de que no es indefinido, se debe implementar de forma clara todas las actividades principales que se van a realizar, el capital y por último la forma de administración.

En lo correspondiente con las acciones de este tipo de sociedad, el valor de las acciones estará conformado por un mismo valor y no se podrán negociar en el mercado de valores, a la vez pueden crearse diferentes clases de acciones como las privilegiadas, con dividendo preferencial y

sin derecho al voto, con dividendo fijo anual y también acciones de pago según los términos y condiciones previstos en las normas que imponen los socios.

Al hablar de la organización de la estructura en los estatutos se determinará con libertad la estructura orgánica de la sociedad y aquellas normas que se rijan para el funcionamiento en cuanto a las reuniones los accionistas se pueden reunir tanto en el domicilio o fuera de él donde estas pueden ser por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito, también no se está obligado a tener junta directiva, el representante legal estará a cargo de las funciones y en caso de que la ley exija un revisor fiscal este deberá ser contador público (Congreso de Colombia, 2020).

Las obligaciones tributarias que tiene la Sociedad por Acciones Simplificada son las mismas que cualquier otra sociedad comercial, es decir que son agentes de retención en la fuente ya sea, IVA, ICA, renta, tienen la responsabilidad del IVA en caso de realizar una actividad grada con este impuesto, se contribuye al impuesto de renta, se debe expedir facturas, impuesto de industria y comercio, se debe pagar impuesto predial y llevar contabilidad (Gerencie.com, 2020).

Por último, el costo de creación para este tipo de sociedad es del 0.8% del monto total del capital, el costo del formulario de registro mercantil es de \$6.200 pesos, la inscripción en el registro mercantil es de un valor de \$45.000 pesos y el certificado de existencia y representación legal cuesta \$6.200 pesos para el 2021. organización es persona jurídica ya que ante la cámara de comercio de Tunja está registrada así, bajo la razón social de SPA MOVIL DOG TOR MOTAS. Es una sociedad anónima debido a un único socio la señora Mayerlie Xiomara Pulido, haciéndose cargo y responsabilizándose de cualquier riesgo que pueda tener la organización en cuanto sus costos de toda clase y su riesgo patrimonial.

15.2 Diseño de estatutos

Modelo de estatutos de sociedad por acciones simplificada, tomado y adaptado de (Camara de Comercio de Tunja, 2021)

SPA MOVIL DOG TOR MOTAS S.A.S

ACTO CONSTITUTIVO

Mayerlie Xiomara Pulido Ruiz de nacionalidad Colombiana, identificada con **C.C.**

1010221108, de Bogotá, domiciliado en la ciudad de Tunja, declara previamente al establecimiento y a la firma de los presentes estatutos-, haber decidido constituir una sociedad por acciones simplificada denominada Spa Móvil Dog Tor Motas, para realizar cualquier actividad civil o comercial lícita, por término indefinido de duración, con un capital suscrito de \$100.000.000, que han sido liberadas en su totalidad o en el porcentaje correspondiente, previa entrega del monto correspondiente a la suscripción al representante legal designado y que cuenta con un único órgano de administración y representación, que será el representante legal designado mediante este documento.

Una vez formulada la declaración que antecede, el suscrito ha establecido, así mismo, los estatutos de la sociedad por acciones simplificada que por el presente acto se crea.

MODELO DE ESTATUTOS

Capítulo I

Disposiciones generales

Artículo 1°. Forma. - La compañía que por este documento se constituye es una sociedad por acciones simplificada, de naturaleza comercial, que se denominará Spa Móvil Dog Tor Motas S.A.S, regida por las cláusulas contenidas en estos estatutos, en la Ley 1258 de 2008 y en las demás disposiciones legales relevantes.

En todos los actos y documentos que emanen de la sociedad, destinados a terceros, la denominación estará siempre seguida de las palabras: “sociedad por acciones simplificada” o de las iniciales “S.A.S”.

Artículo 2°. Objeto social. - La sociedad tendrá como objeto principal, realizar actividades de veterinaria. Así mismo, podrá realizar cualquier otra actividad económica lícita tanto en Colombia como en el extranjero.

La sociedad podrá llevar a cabo, en general, todas las operaciones, de cualquier naturaleza que ellas fueren, relacionadas con el objeto mencionado, así como cualesquiera actividades similares, conexas o complementarias o que permitan facilitar o desarrollar el comercio o la industria de la sociedad.

Artículo 3°. Domicilio. - El domicilio principal de la sociedad será la ciudad de Tunja y su dirección para notificaciones judiciales será la Cra 10 con calle 25 barrio las nieves. La sociedad podrá crear sucursales, agencias o dependencias en otros lugares del país o del exterior, por disposición de la asamblea general de accionistas.

Artículo 4°. Término de duración. - El término de duración será indefinido.

Capítulo II

Reglas sobre capital y acciones

Artículo 5°. Capital Autorizado. - El capital autorizado de la sociedad es de \$150.000.000.

Artículo 6°. Capital Suscrito. - El capital suscrito inicial de la sociedad es de \$100.000.000.

Artículo 7°. Capital Pagado. - El capital pagado de la sociedad es de \$100.000.000.

Parágrafo. Forma y Términos en que se pagará el capital. - El monto de capital suscrito se pagará, en dinero efectivo, dentro de los 24 meses siguientes a la fecha de la inscripción en el registro mercantil del presente documento.

Artículo 8°. Derechos que confieren las acciones. - En el momento de la constitución de la sociedad, todos los títulos de capital emitidos pertenecen a la misma clase de acciones ordinarias. A cada acción le corresponde un voto en las decisiones de la asamblea general de accionistas.

Los derechos y obligaciones que le confiere cada acción a su titular les serán transferidos a quien las adquiere, luego de efectuarse su cesión a cualquier título.

La propiedad de una acción implica la adhesión a los estatutos y a las decisiones colectivas de los accionistas.

Artículo 9°. Naturaleza de las acciones. - Las acciones serán nominativas y deberán ser inscritas en el libro que la sociedad lleve conforme a la ley. Mientras que subsista el derecho de preferencia y las demás restricciones para su enajenación, las acciones no podrán negociarse sino con arreglo a lo previsto sobre el particular en los presentes estatutos.

Artículo 10°. Aumento del capital suscrito. - El capital suscrito podrá ser aumentado sucesivamente por todos los medios y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. Las acciones ordinarias no suscritas en el acto de constitución podrán ser emitidas mediante

decisión del representante legal, quien aprobará el reglamento respectivo y formulará la oferta en los términos que se prevean reglamento.

Artículo 11°. Derecho de preferencia. - Salvo decisión de la asamblea general de accionistas, aprobada mediante votación de uno o varios accionistas que representen cuando menos el setenta por ciento (70%) de las acciones presentes en la respectiva reunión, el reglamento de colocación preverá que las acciones se coloquen con sujeción al derecho de preferencia, de manera que cada accionista pueda suscribir un número de acciones proporcional a las que tenga en la fecha del aviso de oferta. El derecho de preferencia también será aplicable respecto de la emisión de cualquier otra clase títulos, incluidos los bonos, los bonos obligatoriamente convertibles en acciones, las acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, las acciones con dividendo fijo anual y las acciones privilegiadas.

Parágrafo Primero. - El derecho de preferencia a que se refiere este artículo, se aplicará también en hipótesis de transferencia universal de patrimonio, tales como liquidación, fusión y escisión en cualquiera de sus modalidades. Así mismo, existirá derecho de preferencia para la cesión de fracciones en el momento de la suscripción y para la cesión del derecho de suscripción preferente.

Parágrafo Segundo. - No existirá derecho de retracto a favor de la sociedad.

Artículo 12°. Clases y Series de Acciones. - Por decisión de la asamblea general de accionistas, adoptada por uno o varios accionistas que representen la totalidad de las acciones suscritas, podrá ordenarse la emisión de acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, con dividendo fijo anual, de pago o cualesquiera otras que los accionistas decidieren, siempre que fueren compatibles con las normas legales vigentes. Una vez autorizada la emisión por la

asamblea general de accionistas, el representante legal aprobará el reglamento correspondiente, en el que se establezcan los derechos que confieren las acciones emitidas, los términos y condiciones en que podrán ser suscritas y si los accionistas dispondrán del derecho de preferencia para su suscripción.

Parágrafo. - Para emitir acciones privilegiadas, será necesario que los privilegios respectivos sean aprobados en la asamblea general con el voto favorable de un número de accionistas que represente por lo menos el 75% de las acciones suscritas. En el reglamento de colocación de acciones privilegiadas, que será aprobado por la asamblea general de accionistas, se regulará el derecho de preferencia a favor de todos los accionistas, con el fin de que puedan suscribirlas en proporción al número de acciones que cada uno posea en la fecha del aviso de oferta.

Artículo 13°. Voto múltiple. - Salvo decisión de la asamblea general de accionistas aprobada por el 100% de las acciones suscritas, no se emitirán acciones con voto múltiple. En caso de emitirse acciones con voto múltiple, la asamblea aprobará, además de su emisión, la reforma a las disposiciones sobre quórum y mayorías decisorias que sean necesarias para darle efectividad al voto múltiple que se establezca.

Artículo 14°. Acciones de pago. - En caso de emitirse acciones de pago, el valor que representen las acciones emitidas respecto de los empleados de la sociedad, no podrá exceder de los porcentajes previstos en las normas laborales vigentes.

Las acciones de pago podrán emitirse sin sujeción al derecho de preferencia, siempre que así lo determine la asamblea general de accionistas.

Artículo 15°. Transferencia de acciones a una fiducia mercantil. - Los accionistas podrán transferir sus acciones a favor de una fiducia mercantil, siempre que en el libro de registro de

accionistas se identifique a la compañía fiduciaria, así como a los beneficiarios del patrimonio autónomo junto con sus correspondientes porcentajes en la fiducia.

Artículo 16°. Restricciones a la negociación de acciones. - Durante un término de cinco años, contado a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil de este documento, las acciones no podrán ser transferidas a terceros, salvo que medie autorización expresa, adoptada en la asamblea general por accionistas representantes del 100% de las acciones suscritas. Esta restricción quedará sin efecto en caso de realizarse una transformación, fusión, escisión o cualquier otra operación por virtud de la cual la sociedad se transforme o, de cualquier manera, migre hacia otra especie asociativa.

La transferencia de acciones podrá efectuarse con sujeción a las restricciones que en estos estatutos se prevén, cuya estipulación obedeció al deseo de los fundadores de mantener la cohesión entre los accionistas de la sociedad.

Artículo 17°. Cambio de control. - Respecto de todos aquellos accionistas que en el momento de la constitución de la sociedad o con posterioridad fueren o llegaren a ser una sociedad, se aplicarán las normas relativas a cambio de control previstas en el artículo 16 de la Ley 1258 de 2008.

Capítulo III

Órganos sociales

Artículo 18°. Órganos de la sociedad. - La sociedad tendrá un órgano de dirección, denominado asamblea general de accionistas y un representante legal. La revisoría fiscal sólo será provista en la medida en que lo exijan las normas legales vigentes.

Artículo 19°. Sociedad devenida unipersonal. - La sociedad podrá ser pluripersonal o unipersonal. Mientras que la sociedad sea unipersonal, el accionista único ejercerá todas las atribuciones que en la ley y los estatutos se les confieren a los diversos órganos sociales, incluidas las de representación legal, a menos que designe para el efecto a una persona que ejerza este último cargo.

Las determinaciones correspondientes al órgano de dirección que fueren adoptadas por el accionista único, deberán constar en actas debidamente asentadas en el libro correspondiente de la sociedad.

Artículo 20°. Asamblea general de accionistas. - La asamblea general de accionistas la integran el o los accionistas de la sociedad, reunidos con arreglo a las disposiciones sobre convocatoria, quórum, mayorías y demás condiciones previstas en estos estatutos y en la ley.

Cada año, dentro de los tres meses siguientes a la clausura del ejercicio, el 31 de diciembre del respectivo año calendario, el representante legal convocará a la reunión ordinaria de la asamblea general de accionistas, con el propósito de someter a su consideración las cuentas de fin de ejercicio, así como el informe de gestión y demás documentos exigidos por la ley.

La asamblea general de accionistas tendrá, además de las funciones previstas en el artículo 420 del Código de Comercio, las contenidas en los presentes estatutos y en cualquier otra norma legal vigente.

La asamblea será presidida por el representante legal y en caso de ausencia de éste, por la persona designada por el o los accionistas que asistan.

Los accionistas podrán participar en las reuniones de la asamblea, directamente o por medio de un poder conferido a favor de cualquier persona natural o jurídica, incluido el representante legal

o cualquier otro individuo, aunque ostente la calidad de empleado o administrador de la sociedad.

Los accionistas deliberarán con arreglo al orden del día previsto en la convocatoria. Con todo, los accionistas podrán proponer modificaciones a las resoluciones sometidas a su aprobación y, en cualquier momento, proponer la revocatoria del representante legal.

Artículo 21°. Convocatoria a la asamblea general de accionistas. - La asamblea general de accionistas podrá ser convocada a cualquier reunión por ella misma o por el representante legal de la sociedad, mediante comunicación escrita dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles.

En la primera convocatoria podrá incluirse igualmente la fecha en que habrá de realizarse una reunión de segunda convocatoria, en caso de no poderse llevar a cabo la primera reunión por falta de quórum.

Uno o varios accionistas que representen por lo menos el 20% de las acciones suscritas podrán solicitarle al representante legal que convoque a una reunión de la asamblea general de accionistas, cuando lo estimen conveniente.

Artículo 22°. Renuncia a la convocatoria. - Los accionistas podrán renunciar a su derecho a ser convocados a una reunión determinada de la asamblea, mediante comunicación escrita enviada al representante legal de la sociedad antes, durante o después de la sesión correspondiente. Los accionistas también podrán renunciar a su derecho de inspección por medio del mismo procedimiento indicado.

Aunque no hubieren sido convocados a la asamblea, se entenderá que los accionistas que asistan a la reunión correspondiente han renunciado al derecho a ser convocados, a menos que manifiesten su inconformidad con la falta de convocatoria antes que la reunión se lleve a cabo.

Artículo 23°. Derecho de inspección. - El derecho de inspección podrá ser ejercido por los accionistas durante todo el año. En particular, los accionistas tendrán acceso a la totalidad de la información de naturaleza financiera, contable, legal y comercial relacionada con el funcionamiento de la sociedad, así como a las cifras correspondientes a la remuneración de los administradores sociales. En desarrollo de esta prerrogativa, los accionistas podrán solicitar toda la información que consideren relevante para pronunciarse, con conocimiento de causa, acerca de las determinaciones sometidas a consideración del máximo órgano social, así como para el adecuado ejercicio de los derechos inherentes a las acciones de que son titulares.

Los administradores deberán suministrarles a los accionistas, en forma inmediata, la totalidad de la información solicitada para el ejercicio de su derecho de inspección.

La asamblea podrá reglamentar los términos, condiciones y horarios en que dicho derecho podrá ser ejercido.

Artículo 24°. Reuniones no presenciales. - Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito, en los términos previstos en la ley. En ningún caso se requerirá de delegado de la Superintendencia de Sociedades para este efecto.

Artículo 25°. Régimen de quórum y mayorías decisorias: La asamblea deliberará con un número singular o plural de accionistas que representen cuando menos la mitad más uno de las acciones suscritas con derecho a voto. Las decisiones se adoptarán con los votos favorables de

uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más uno de las acciones con derecho a voto presentes en la respectiva reunión.

Cualquier reforma de los estatutos sociales requerirá el voto favorable del 100% de las acciones suscritas, incluidas las siguientes modificaciones estatutarias:

- (i) La modificación de lo previsto en el artículo 16 de los estatutos sociales, respecto de las restricciones en la enajenación de acciones.
- (ii) La realización de procesos de transformación, fusión o escisión.
- (iii) La inserción en los estatutos sociales de causales de exclusión de los accionistas o la modificación de lo previsto en ellos sobre el particular;
- (iv) La modificación de la cláusula compromisoria;
- (v) La inclusión o exclusión de la posibilidad de emitir acciones con voto múltiple; y
- (vi) La inclusión o exclusión de nuevas restricciones a la negociación de acciones.

Parágrafo. - Así mismo, requerirá determinación unánime del 100% de las acciones suscritas, la determinación relativa a la cesión global de activos en los términos del artículo 32 de la Ley 1258 de 2008

Artículo 26°. Fraccionamiento del voto: Cuando se trate de la elección de comités u otros cuerpos colegiados, los accionistas podrán fraccionar su voto. En caso de crearse junta directiva, la totalidad de sus miembros serán designados por mayoría simple de los votos emitidos en la correspondiente elección. Para el efecto, quienes tengan intención de postularse confeccionarán

planchas completas que contengan el número total de miembros de la junta directiva. Aquella plancha que obtenga el mayor número de votos será elegida en su totalidad.

Artículo 27°. Actas. - Las decisiones de la asamblea general de accionistas se harán constar en actas aprobadas por ella misma, por las personas individualmente delegadas para el efecto o por una comisión designada por la asamblea general de accionistas. En caso de delegarse la aprobación de las actas en una comisión, los accionistas podrán fijar libremente las condiciones de funcionamiento de este órgano colegiado.

En las actas deberá incluirse información acerca de la fecha, hora y lugar de la reunión, el orden del día, las personas designadas como presidente y secretario de la asamblea, la identidad de los accionistas presentes o de sus representantes o apoderados, los documentos e informes sometidos a consideración de los accionistas, la síntesis de las deliberaciones llevadas a cabo, la transcripción de las propuestas presentadas ante la asamblea y el número de votos emitidos a favor, en contra y en blanco respecto de cada una de tales propuestas.

Las actas deberán ser firmadas por el presidente y el secretario de la asamblea. La copia de estas actas, autorizada por el secretario o por algún representante de la sociedad, será prueba suficiente de los hechos que consten en ellas, mientras no se demuestre la falsedad de la copia o de las actas.

Artículo 28°. Representación Legal. - La representación legal de la sociedad por acciones simplificada estará a cargo de una persona natural o jurídica, accionista o no, quien no tendrá suplentes, designado para un término de un año por la asamblea general de accionistas.

Las funciones del representante legal terminarán en caso de dimisión o revocación por parte de la asamblea general de accionistas, de deceso o de incapacidad en aquellos casos en que el

representante legal sea una persona natural y en caso de liquidación privada o judicial, cuando el representante legal sea una persona jurídica.

La cesación de las funciones del representante legal, por cualquier causa, no da lugar a ninguna indemnización de cualquier naturaleza, diferente de aquellas que le correspondieren conforme a la ley laboral, si fuere el caso.

La revocación por parte de la asamblea general de accionistas no tendrá que estar motivada y podrá realizarse en cualquier tiempo.

En aquellos casos en que el representante legal sea una persona jurídica, las funciones quedarán a cargo del representante legal de ésta.

Toda remuneración a que tuviere derecho el representante legal de la sociedad, deberá ser aprobada por la asamblea general de accionistas.

Artículo 29°. Facultades del representante legal. - La sociedad será gerenciada, administrada y representada legalmente ante terceros por el representante legal, quien no tendrá restricciones de contratación por razón de la naturaleza ni de la cuantía de los actos que celebre. Por lo tanto, se entenderá que el representante legal podrá celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y el funcionamiento de la sociedad.

El representante legal se entenderá investido de los más amplios poderes para actuar en todas las circunstancias en nombre de la sociedad, con excepción de aquellas facultades que, de acuerdo con los estatutos, se hubieren reservado los accionistas. En las relaciones frente a terceros, la sociedad quedará obligada por los actos y contratos celebrados por el representante legal.

Le está prohibido al representante legal y a los demás administradores de la sociedad, por sí o por interpuesta persona, obtener bajo cualquier forma o modalidad jurídica préstamos por parte de la sociedad u obtener de parte de la sociedad aval, fianza o cualquier otro tipo de garantía de sus obligaciones personales.

Capítulo IV

Disposiciones Varias

Artículo 30°. Enajenación global de activos. - Se entenderá que existe enajenación global de activos cuando la sociedad se proponga enajenar activos y pasivos que representen el cincuenta por ciento o más del patrimonio líquido de la compañía en la fecha de enajenación. La enajenación global requerirá aprobación de la asamblea, impartida con el voto favorable de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones presentes en la respectiva reunión. Esta operación dará lugar al derecho de retiro a favor de los accionistas ausentes y disidentes en caso de desmejora patrimonial.

Artículo 31°. Ejercicio social. - Cada ejercicio social tiene una duración de un año, que comienza el 1° de enero y termina el 31 de diciembre. En todo caso, el primer ejercicio social se contará a partir de la fecha en la cual se produzca el registro mercantil de la escritura de constitución de la sociedad.

Artículo 32°. Cuentas anuales. - Luego del corte de cuentas del fin de año calendario, el representante legal de la sociedad someterá a consideración de la asamblea general de accionistas los estados financieros de fin de ejercicio, debidamente dictaminados por un contador independiente, en los términos del artículo 28 de la Ley 1258 de 2008. En caso de proveerse el cargo de revisor fiscal, el dictamen será realizado por quien ocupe el cargo.

Artículo 33°. Reserva Legal. - la sociedad constituirá una reserva legal que ascenderá por lo menos al cincuenta por ciento del capital suscrito, formado con el diez por ciento de las utilidades líquidas de cada ejercicio. Cuando esta reserva llegue al cincuenta por ciento mencionado, la sociedad no tendrá obligación de continuar llevando a esta cuenta el diez por ciento de las utilidades líquidas. Pero si disminuye, volverá a apropiarse el mismo diez por ciento de tales utilidades, hasta cuando la reserva llegue nuevamente al límite fijado.

Artículo 34°. Utilidades. - Las utilidades se repartirán con base en los estados financieros de fin de ejercicio, previa determinación adoptada por la asamblea general de accionistas. Las utilidades se repartirán en proporción al número de acciones suscritas de que cada uno de los accionistas sea titular.

Artículo 35°. Resolución de conflictos. - Todos los conflictos que surjan entre los accionistas por razón del contrato social, salvo las excepciones legales, serán dirimidos por la Superintendencia de Sociedades, con excepción de las acciones de impugnación de decisiones de la asamblea general de accionistas, cuya resolución será sometida a arbitraje, en los términos previstos en el artículo 36 de estos estatutos.

Artículo 36°. Cláusula Compromisoria. - La impugnación de las determinaciones adoptadas por la asamblea general de accionistas deberá adelantarse ante un Tribunal de Arbitramento conformado por un árbitro, el cual será designado por acuerdo de las partes, o en su defecto, por el Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil de la Cámara de Comercio de Tunja. El árbitro designado será abogado inscrito, fallará en derecho y se sujetará a las tarifas previstas por el Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil de la Cámara de Comercio de Tunja. El Tribunal de Arbitramento tendrá como sede el Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil de la Cámara de

Comercio de Tunja, se regirá por las leyes colombianas y de acuerdo con el reglamento del aludido Centro de Conciliación y Arbitraje.

Artículo 37°. Ley aplicable. - La interpretación y aplicación de estos estatutos está sujeta a las disposiciones contenidas en la Ley 1258 de 2008 y a las demás normas que resulten aplicables.

Capítulo IV

Disolución y Liquidación

Artículo 38°. Disolución. - La sociedad se disolverá:

1° Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si los hubiere, a menos que fuere 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 voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único;

5° Por orden de autoridad competente, y

6° Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo del cuarenta por ciento del capital suscrito.

Parágrafo primero. - En el caso previsto en el ordinal primero anterior, la disolución se producirá de pleno derecho a partir de la fecha de expiración del término de duración, sin necesidad de formalidades especiales. En los demás casos, la disolución ocurrirá a partir de la

fecha de registro del documento privado concerniente o de la ejecutoria del acto que contenga la decisión de autoridad competente.

Artículo 39°. Enervamiento de las causales de disolución. - Podrá evitarse la disolución de la sociedad mediante la adopción de las medidas a que hubiere lugar, según la causal ocurrida, siempre que el enervamiento de la causal ocurra durante los seis meses siguientes a la fecha en que la asamblea reconozca su acaecimiento. Sin embargo, este plazo será de dieciocho meses en el caso de la causal prevista en el ordinal 6° del artículo anterior.

Artículo 40°. Liquidación. - La liquidación del patrimonio se realizará conforme al procedimiento señalado para la liquidación de las sociedades de responsabilidad limitada. Actuará como liquidador el representante legal o la persona que designe la asamblea de accionistas.

Durante el período de liquidación, los accionistas serán convocados a la asamblea general de accionistas en los términos y condiciones previstos en los estatutos y en la ley. Los accionistas tomarán todas las decisiones que le corresponden a la asamblea general de accionistas, en las condiciones de quórum y mayorías decisorias vigentes antes de producirse la disolución.

Determinaciones relativas a la constitución de la sociedad

1. **Representación legal.** - Los accionistas constituyentes de la sociedad han designado en este acto constitutivo, a Mayerlie Xiomara Pulido Ruiz, identificado con el documento de identidad No. 1.010.221.108 de Bogotá, como representante legal de Spa Móvil Dog Tor Motas, por el término de 1 año.

Mayerlie Xiomara Pulido Ruiz participa en el presente acto constitutivo a fin de dejar constancia acerca de su aceptación del cargo para el cual ha sido designado, así como

para manifestar que no existen incompatibilidades ni restricciones que pudieran afectar su designación como representante legal de Spa Móvil Dog Tor Motas SAS.

2. **Actos realizados por cuenta de la sociedad en formación.** - A partir de la inscripción del presente documento en el Registro Mercantil, Spa Movil Dog Tor Motas SAS asume la totalidad de los derechos y obligaciones derivados de los siguientes actos y negocios jurídicos, realizados por cuenta de la sociedad durante su proceso de formación:

- Acto de constitución
- Contratos laborales
- Inscripción de marca

3. **Personificación jurídica de la sociedad.** - Luego de la inscripción del presente documento en el Registro Mercantil, Spa Móvil Dog Tor Motas SAS formará una persona jurídica distinta de sus accionistas, conforme se dispone en el artículo 2º de la Ley 1258 de 2008.

Los presentes estatutos fueron leídos y aprobados el día--- del mes --- del año--- en la ciudad de -
----- y en constancia firman:

Nombre: Mayerlie Xiomara Pulido Ruiz

Cedula: 1.010.221.108

16. Requisitos y trámites de formalización de la empresa

Los trámites que se deben realizar y requisitos que se deben tener de acuerdo con la cámara de comercio para la constitución del registro mercantil de la presente idea de negocio son:

1. Se debe diligenciar los estatutos de la Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S).

2. PRE RUT: donde se debe solicitar con los estatutos ya correctamente diligenciados, en las oficinas de la DIAN.
3. FORMULARIO RUES: El cual lo puede solicitar en las oficinas de la Cámara de Comercio o descargarlo. *Anexo 2*.
4. La persona que va a realizar el trámite debe presentar el documento original de identidad.
5. Se debe presentar el documento de constitución de la sociedad que en este caso es documento privado.
6. Se debe presentar la carta de aceptación del cargo en caso de que la persona que va a ocupar el cargo de administrador no sea accionista de la sociedad.
7. Se debe cancelar los derechos de inscripción correspondientes en el área de cajas de la Cámara (Cámara de Comercio de Tunja, 2020).

Por último, para poder terminar y cumplir con todos los trámites y requisitos se deberá realizar:

- Una consulta de uso de suelos debido a que todos los empresarios deben cumplir con lo que se establece en el Plan de Ordenamiento Territorial ya que permite conocer aquellas zonas geográficas donde se pueda realizar las actividades económicas correspondientes.
- Se debe cumplir con todas las condiciones sanitarias establecidas por la autoridad sanitaria y a la vez se deberá tener en cuenta que alimentos tanto crudos como preparados deberán estar debidamente protegidos y separados, así mismo el personal que maneje alimentos debe estar debidamente capacitado y certificado en la manipulación de los mismos y portar la dotación adecuada y en buen estado en materia de higiene sanitaria (gorro, tapabocas, bata limpia, calzado) y por último los utensilios que se vayan a utilizar para servir los alimentos deben estar en buen estado.
- Se debe cumplir con las condiciones de seguridad donde los cuerpos de bomberos son quienes certificarán (Cámara de Comercio de Tunja, 2020).

25.1 Responsabilidad de los médicos veterinarios

Ley 035 de 1929

Donde se faculta al Gobierno Nacional para que regule mediante Decreto Orgánico sobre el ejercicio de las Profesiones Médicas como la de los odontólogos, farmacéuticos, veterinarios entre otros.

DECRETO 1099 DE 1930

El Gobierno de Miguel Abadía Méndez, reglamentó la ley 035 mediante el Decreto 1099 de 1930, en lo referente al ejercicio de los Médicos veterinarios.

DECRETO 2944 DE 1948

Más adelante, el Gobierno de Mariano Ospina Pérez, el 21 de agosto de 1948, dictó el Decreto 2944, modificando y derogando el 1099 de 1930, el decreto 2944 estuvo vigente hasta octubre de 1985.

Ley 073 de 1985

Por la cual se dictan normas para el ejercicio de las profesiones de medicina veterinaria, medicina veterinaria y zootecnia y zootecnia.

Ley, médicos veterinarios, zootecnistas

Decreto 1122 de 1988.

Este reglamenta la ley 073 de 1985, regula a las tres profesiones, determina los requisitos académicos para ser médico veterinario o zootecnista, define las actividades para cada una de las

profesiones, establece la matrícula o registro profesional y crea el Consejo Profesional de Medicina Veterinaria y zootecnia de Colombia, COMVEZCOL.

COMVEZCOL

Inició actividades en 1992, es un organismo de naturaleza pública, con autonomía económica, que cumple funciones delegadas por el Estado de vigilar y controlar del ejercicio legal y ético de las profesiones...

LEY 576

Por la cual se expide el Código de ética para el ejercicio profesional de la medicina veterinaria y zootecnia, la medicina veterinaria y la zootecnia.

16.1 Requisitos y trámites de formalización de la empresa

Para la apertura de nuestro centro de spa es necesario una serie de documentos requeridos por algunas entidades que son:

Por Comvezcol: Es el consejo profesional de Medicina Veterinaria y de Zootecnia de Colombia encargado del buen manejo del ejercicio profesional de ciencias animales y colaborar con la academia. Ellos indican que se deben tener los siguientes documentos para laborar en clínica veterinaria en nuestro caso Spa Móvil Dog Tor Motas:

- ❖ Tarjeta profesional.
- ❖ Certificado de recetarios de medicamento de control
- ❖ Cámara de comercio
- ❖ RUT.
- ❖ Acta constitutiva

- ❖ RUES
- ❖ Plan de ordenamiento territorial
- ❖ Normatividad local.

16.2 Registros de materia de propiedad intelectual

El único procedimiento que se realizará en materia de propiedad intelectual para poder proteger la marca es el de registro de enseña comercial de acuerdo con los requerimientos exigidos por la Superintendencia de Industria y Comercio, donde se deben seguir una serie de procedimientos para que esto sea posible, que son:

1. Conocer si se puede registrar como marca.
2. Se debe consultar los antecedentes marcarios ASO, con el fin de saber si existen marcas parecidas, totalmente iguales o si están en trámite para evitar problemas durante el proceso de registro. Los antecedentes marcarios se pueden consultar de manera gratuita en la Oficina Virtual de Propiedad Industrial SIPI.
3. Se deberá clasificar los productos que distinguirá la marca y proceder a clasificarlos según la Clasificación Internacional de Niza. En el caso Spa Móvil Dog Tor Motas se clasifica en la clase número 5 ya que se incluyen Productos farmacéuticos, preparaciones para uso médico y veterinario; productos higiénicos y sanitarios para uso médico; alimentos y sustancias dietéticas para uso médico o veterinario, alimentos para bebés; suplementos alimenticios para personas o animales; emplastos, material para apósitos; material para empastes e impresiones dentales; desinfectantes; productos para eliminar animales dañinos; fungicidas, herbicidas.

CREACIÓN EMPRESA SPA MOVIL DOG TOR MOTAS

4. Presentar la solicitud a la Superintendencia de Industria y Comercio ya sea de manera virtual (Oficina Virtual de Propiedad Industrial SIPI) o en físico (puntos de atención) con los respectivos documentos y datos que debe contener la solicitud del registro. Anexo 3. (Superintendencia de Industria y Comercio, 2020).

Aparte, se debe realizar el pago de las tasas oficiales establecidas por la SIC, en este caso la solicitud de registro de marca es de primera o única clase por lo que el valor a pagar es de \$954.500 pesos colombianos si se realiza por Pagos Seguros en Línea (PES) y si se realiza el pago por oficina es un valor de \$1.160.500 pesos colombianos.

Certificado donde se muestra que SPA MOVIL DOG TOR MOTAS está registrado ante el ministerio del interior y de justicia.

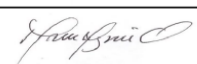
 REPÚBLICA DE COLOMBIA MINISTERIO DEL INTERIOR Y DE JUSTICIA DIRECCIÓN NACIONAL DE DERECHO DE AUTOR - UAE OFICINA DE REGISTRO				
SOLICITUD INSCRIPCIÓN ACTOS O CONTRATOS				
1. PARTES INTERVINIENTES MAYERLIE XIOMARA PULIDO RUIZ				
2. CLASE DE ACTO O CONTRATO ☐ Cesión ☐ Edición ☐ Ejecución de Obra ☐ Exclusividad Artística ☐ Inclusión en Fonograma ☐ Licenciamiento de Software ☐ Prestación de Servicios Representación ☐ Traducción ☐ Representación Recíproca ☒ Poder General ☐ Otro (Especificar): <u>RAZON SOCIAL</u>				
2.1 DERECHOS PATRIMONIALES ☐ Con transferencia de derechos. Duración de la transferencia: ☒ Sin transferencia de derechos				
3. OBJETO SPA MOVIL DOG TOR MOTAS				
4. VALOR ☒ Gratuito ☐ Oneroso ☐ Determinada (especificar): ☐ Indeterminada ☐ Impuesto de				
5. DURACIÓN Indefinido				
6. LUGAR Y FECHA DE LA FIRMA País: COLOMBIA Ciudad: TUNJA Día: 28 Mes: JULIO Año: 2020				
7. OBSERVACIONES GENERALES Veterinaria.				
8. DATOS DEL SOLICITANTE Nombre: MAYERLIE PULIDO RUIZ Doc. Ident: 1.010.221.108 De: BOGOTÁ Nacionalidad: COLOMBIANA Dirección: TV.3 #605-11 MUISCAS Teléfono: 3066432 Correo: electrónico:MAYIT@gmail.com Sitio web: Fax: Ciudad: TUNJA País: En representación de:				
USO OFICIAL  Fecha Solicitud: 25/07/2020 Firma del Solicitante:				

FIGURA 22. DOCUMENTO ACTO DE PROPIEDAD

16.3 Contratos por suscribir en cumplimiento del objeto social

16.3.1 Arrendamiento del local comercial

En relación a los tipos de contratación que se realizarán por parte de la organización se encuentra en primer lugar el contrato de arrendamiento de establecimiento de comercio o local comercial, según el artículo 1973 del código civil “El arrendamiento es un contrato en que las dos partes se obligan recíprocamente, la una a conceder el goce de una cosa, o a ejecutar una obra o prestar un servicio, y la otra a pagar por este goce, obra o servicio un precio determinado” y el arrendamiento específicamente de locales comerciales está sujeto a las mismas premisas básicas de un arrendamiento común aunque con especificaciones propias dada la naturaleza de inversión dentro del contrato, estas precisiones se encuentran entre el artículo 515 y 524 del código de comercio.

En cuanto a la forma del contrato “Ni el código de comercio ni el código civil dicen nada al respecto, por lo que se concluye que este puede ser verbal o escrito, por las connotaciones de este tipo de contratos, es recomendable hacerlo por escrito, y autenticándolo” (Gerencie.com, 2020) y en cuanto a la duración del mismo, “ni el código civil ni el código de comercio regulan la duración del contrato de arrendamiento de locales comerciales, así que la partes pueden pactarlo libremente, pudiendo hacerlo por meses o por años, y tantos años como prefieran” (Gerencie.com, 2020).

16.4 Manejo de contratación laboral

En Spa Móvil Dog Tor Motas se tendrá contratación a término indefinido “Según el artículo 45 del código sustantivo del trabajo, la duración de un contrato de trabajo se puede pactar por un tiempo determinado, por la duración de la obra o labor, por la ejecución de un trabajo transitorio u ocasional, o por término indefinido”. Donde señala La duración indefinida del contrato de trabajo se puede pactar de forma expresa en el contrato, o se puede inferir si no se pacta ninguna duración.

El contrato de trabajo es a término indefinido cuando en el contrato así se ha acordado expresamente.

También es indefinido cuando el contrato de trabajo se hace verbal, en razón a que todo contrato a término fijo debe ser por escrito, de modo que al hacerse verbal presume legalmente como indefinido.

16.4.1 Terminación del contrato a término indefinido

Al no pactarse una fecha cierta de terminación del contrato, este no se puede terminar por efecto del paso del tiempo, y sólo se puede terminar por decisión voluntaria del trabajador, por decisión voluntaria del empleador ya sea justificada o no, y por reconocimiento de la pensión del trabajador.

Fuente: (Gerencie.com 2021).

La cantidad de empleados y su nivel salarial ya determinados en la fase de análisis técnico y administrativo son los siguientes:

TABLA 15

PRESUPUESTO DE NOMINA

PRESUPUESTO DE NOMINA

CREACIÓN EMPRESA SPA MOVIL DOG TOR MOTAS

Contrato	Cargo	Costo total mensual		Tiempo para prestación de servicios
		Costo total mensual	Costo anual	
Indefinido	Gerente	\$ 1.600.000	\$ 19.200.000	
Indefinido	Técnico Veterinario	\$ 1.250.000	\$ 15.000.000	
Prestación de servicios	Auxiliar contable	\$ 1.100.000	\$ 13.200.000	12 meses
Indefinido	Conductor	\$ 1.014.980	\$ 12.179.760	
Indefinido	Asistente administrativa	\$ 1.014.980	\$ 12.179.760	

Como Indica la ley también se pagarán horas extras y dominicales ya que ofrecemos un servicio 24/7 así:

TABLA 16

HORAS EXTRAS

HORAS EXTRAS		
Horas extras	Valor	Definición
Hora extra diurna	\$ 4.731	Valor hora ordinaria 6 A.M - 9 P.M.+25%
Hora extra nocturno	\$ 6.624	Valor hora ordinaria 9 P.M - 6 A.M +75%
Hora extra diurna dominical/festivo	\$ 7.570	Valor hora ordinaria + 75% Fest. +25% Extra.

Hora extra nocturna		Valor hora ordinaria
dominical/ festivo	\$ 9.463	+75% Fest. +75% Extra.

Fuente: Comunidad contable

17. Estudio Financiero

17.1 Presupuesto de inversiones

TABLA 17

INVERSIÓN INICIAL

Inversión Inicial				
Concepto	Descripción	Precio Unitario	Cantidad	Total
Capital de trabajo				
Disponible	Caja	\$ 5.000.000	1	\$ 5.000.000
	Bancos	\$ 20.000.000	1	\$ 20.000.000
	Total			\$ 25.000.000
Activos fijos				
Adecuaciones	Vehículo	\$ 50.000.000	1	\$ 50.000.000
	Adaptación camioneta	\$ 10.000.000	1	\$ 10.000.000
	Total			\$ 60.000.000
Maquinaria y equipo	Bañera	\$ 100.000	1	\$ 100.000
	Ducha	\$ 35.000	1	\$ 35.000
	Mesa de trabajo	\$ 500.000	1	\$ 500.000
	Máquina para peluquería	\$ 60.000	2	\$ 120.000
	Set de tijeras	\$ 150.000	2	\$ 300.000
	Secador	\$ 500.000	1	\$ 500.000
	Set de cepillos	\$ 80.000	2	\$ 160.000
	Cortaúñas profesional	\$ 70.000	2	\$ 140.000

CREACIÓN EMPRESA SPA MOVIL DOG TOR MOTAS

	Gotas para cuidado del oído	\$ 105.000	1	\$ 105.000
	Galón de Shampoo para mascotas	\$ 150.000	1	\$ 150.000
	Acondicionador para mascotas	\$ 50.000	1	\$ 50.000
	Tanque de agua	\$ 50.000	2	\$ 100.000
	Gotas desmanchadoras	\$ 80.000	1	\$ 80.000
	Total			\$ 2.340.000
Muebles y enseres	Silla	\$ 65.000	2	\$ 130.000
	Escritorio	\$ 150.000	1	\$ 150.000
	Archivador	\$ 100.000	1	\$ 100.000
	Impresora	\$ 250.000	1	\$ 250.000
	Computador	\$ 1.500.000	1	\$ 1.500.000
	Total			\$ 2.130.000
Activos intangibles				
Legalización, licencias y trámites legales	Registro de marca	\$ 1.300.000	1	\$ 1.300.000
	Requerimientos movilidad	\$ 2.500.000	1	\$ 2.500.000
	Total			\$ 3.800.000
Gastos Pagados por anticipado				
Diferidos	Arrendamiento	\$ 1.500.000	2	\$ 3.000.000
	Total			\$ 3.000.000
TOTAL, INVERSIÓN INICIAL	\$ 96.270.000			

Para este plan de negocios se espera implementar un Spa Móvil Canino para los usuarios de la ciudad de Tunja adecuando un furgón tipo JAC, con una regadera de uso exclusivo para el baño de los caninos una mesa plegable para el corte y revisión del mismo de esta forma llevar a cabo

el proceso respectivo del peluquería canina posterior a esto se necesitara implementaciones internas para el suficientes abastecimiento de agua potable para las duchas diarias, de la mano con luz y aire acondicionado.

17.2 Ingresos

A continuación, se refleja el precio de servicios por raza por día mes y año, esto pronosticado para 5 años en el cual se empieza a reflejar ingresos netos así:

TABLA 18
SERVICIOS RAZAS CANINAS GRANDES

RAZAS GRANDES					
Año	Numero de servicios al día	Valor promedio por mascota	Ingreso día	Mes	Año
1	2	\$ 85.000	\$ 170.000	\$ 4.760.000	\$ 57.120.000
2	3	\$ 87.000	\$ 261.000	\$ 7.308.000	\$ 87.696.000
3	3	\$ 89.000	\$ 267.000	\$ 7.476.000	\$ 89.712.000
4	4	\$ 92.000	\$ 368.000	\$ 10.304.000	\$ 123.648.000
5	4	\$ 95.000	\$ 380.000	\$ 10.640.000	\$ 127.680.000
Total	16	\$ 448.000	\$ 1.446.000	\$ 40.488.000	\$ 485.856.000

Respecto a la tabla se analizaron las características de cada canino y se tomaron precios referentes a la competencia y se determinaron anteriormente plasmados el precio relativamente alto cuenta con especificaciones como llegar al lugar del domicilio no dejando de lavo el tiempo de duracion del baño y peluquiado del animal a parte de esto la cantidad de insumos y agua requerida, en donde el año inicial se promedian 2 perros al día ya que tunja no son ta recurentes las razas grandes.

Los perros de razas grandes se caracterizan por su fuerte contextura, su abundante y largo pelaje, teniendo en cuenta que la mayoría son de pelo largo y por supuesto por tener una increíble personalidad. Pues a pesar de mostrarse como fuertes y serios animales, en realidad son mascotas muy divertidas y sociales. Las principales razas de perros grandes son:

- Gran Danés
- Mastín Tibetano
- Perro Terranova
- San Bernardo
- Bernés de la Montaña

TABLA 19

SERVICIOS RAZAS CANINOS MEDIANOS

RAZAS MEDIANAS					
Año	Numero de servicios al día	Valor promedio por mascota	Ingreso día	Mes	Año
1	3	\$ 55.000	\$ 165.000	\$ 4.620.000	\$ 55.440.000
2	3	\$ 57.000	\$ 171.000	\$ 4.788.000	\$ 57.456.000
3	3	\$ 59.000	\$ 177.000	\$ 4.956.000	\$ 59.472.000
4	3	\$ 60.000	\$ 180.000	\$ 5.040.000	\$ 60.480.000
5	5	\$ 62.000	\$ 310.000	\$ 8.680.000	\$ 104.160.000
Total	17	\$ 293.000	\$ 1.003.000	\$ 28.084.000	\$ 337.008.000

Para las razas medianas las cuales son más requeridas para estos servicios, se promedió el precio con los de la competencia agregando el innovador servicio de ser a domicilio incluyendo que el amo puede estar presente al momento del baño. Estas razas son algunas de las tantas como las también llamadas criollos corrientes o cruzados los cuales son comunes en la ciudad de Tunja

esto por su facilidad de mantener en viviendas pequeñas, y los más requeridos por su compañía y características de ser especiales para hogar.

- Beagle
- Akita
- Border collie
- Siberian Husky
- Bulldog Ingles

TABLA 20

SERVICIOS RAZAS CANINOS PEQUEÑOS

RAZAS PEQUEÑAS					
Año	Numero de servicios al día	Valor promedio por mascota	Ingreso día	Mes	Año
1	4	\$ 42.000	\$ 168.000	\$ 4.704.000	\$ 56.448.000
2	4	\$ 44.000	\$ 176.000	\$ 4.928.000	\$ 59.136.000
3	6	\$ 46.000	\$ 276.000	\$ 7.728.000	\$ 92.736.000
4	8	\$ 48.000	\$ 384.000	\$ 10.752.000	\$ 129.024.000
5	8	\$ 50.000	\$ 400.000	\$ 11.200.000	\$ 134.400.000
Total	30	\$ 230.000	\$ 1.404.000	\$ 39.312.000	\$ 471.744.000

Las razas pequeñas no por tener esta característica dejan de costar igual o tan solo un poco menos ya que son más inquietas y tienden a moverse más al momento del baño, los clientes estarán satisfechos al saber que no tendrán contacto con perros más grande y así no corren peligro de ataques.

- Perro salchicha
- Bulldog francés
- Pincher

- Boston terrier
- Jack Rusell Terrier
- Yorkshire
- Pomerania
- Chihuahua
- Shih tzu

Fuente: (Blog.agrocampo.com.co: Publicado en diciembre 26, 2019)

También se realiza los ingresos por mercancía al año.

Productos para la venta

Estos productos estarán en segundo plano por si la mascota lo requiere estarán a disposición del cliente para el suministro del canino.

TABLA 21

PRODUCTOS

PRODUCTOS	Uní	Precio real	Precio cliente	Ganancia	Total, ganancia por todos los productos al mes	Al año
Antiparasitarios perros.	20	\$ 8.590	\$ 9.800	\$ 1.210	\$ 24.200	\$ 290.400
Pastillas antiparasitarias internas para perros.	20	\$ 26.000	\$ 30.000	\$ 4.000	\$ 80.000	\$ 960.000
Condroprotectores para perros.	50	\$ 7.000	\$ 8.000	\$ 1.000	\$ 50.000	\$ 600.000
Vitaminas para perros y energizantes.	50	\$ 1.342	\$ 2.500	\$ 1.158	\$ 57.900	\$ 694.800
Pancreáticos para perros.	100	\$ 2.182	\$ 3.500	\$ 1.318	\$ 131.800	\$ 1.581.600
ADAPTIL para perros.	15	\$ 92.000	\$ 100.000	\$ 8.000	\$ 120.000	\$ 1.440.000
Calcio para perros.	10	\$ 37.900	\$ 39.000	\$ 1.100	\$ 11.000	\$ 132.000
Dermatológicos piel y pelo	10	\$ 33.500	\$ 34.000	\$ 500	\$ 5.000	\$ 60.000
Ropa para mascotas caninas	10	\$ 6.500	\$ 8.800	\$ 2.300	\$ 23.000	\$ 276.000
Bañeras	5	\$ 13.800	\$ 15.000	\$ 1.200	\$ 6.000	\$ 72.000
Otros productos comestibles	15	\$ 1.500	\$ 2.500	\$ 1.000	\$ 15.000	\$ 180.000
Juguetes	15	\$ 1.500	\$ 2.500	\$ 1.000	\$ 15.000	\$ 180.000
Total	320	\$ 231.814	\$ 255.600	\$ 23.786	\$ 7.611.520	\$ 6.466.800

TABLA 22**INGRESOS NO OPERACIONALES**

INGRESOS NO OPERACIONALES					
Costo por hora	No de mascotas al día	Día	Mes	Total	Año
\$ 8.500	2	\$ 17.000	\$ 510.000	\$ 6.120.000	1
\$ 10.500	2	\$ 21.000	\$ 630.000	\$ 7.560.000	2
\$ 12.500	3	\$ 37.500	\$ 1.125.000	\$ 13.500.000	3
\$ 13.500	3	\$ 40.500	\$ 1.215.000	\$ 14.580.000	4
\$ 14.000	4	\$ 56.000	\$ 1.680.000	\$ 20.160.000	5

Los ingresos no operacionales donde, por el corte y baño respectivo de una mascota de raza mediana las cuales son más propensas a ser el foco de nuestros potenciales clientes, se define \$17.000 por dos mascotas lo cual nos deja el margen de ganancia de una de ellas.

17.3 Costo de producción**TABLA 23****COSTOS DE PRODUCCIÓN**

COSTOS POR SERVICIO DE BAÑO Y CORTE DE LAS MASCOTAS				
Descripción	Unidad de medida	Consumo	Costo	Costo por consumo
Agua consumida	m ³	0,05	\$ 2.105	\$ 105
Shampoo	ml ³	30	\$ 50	\$ 1.500
acondicionador	ml ³	30	\$ 50	\$ 1.500
Kit cepillo	1	0,003	\$ 30.000	\$ 90
Kit de aseo (corta uñas)	1	0,01	\$ 60.000	\$ 600
Toalla, algodón y otros productos	1	1	\$ 3.000	\$ 3.000
Colonia	ml ³	10	\$ 50	\$ 500
Cintas	1	1	\$ 500	\$ 500

CREACIÓN EMPRESA SPA MOVIL DOG TOR MOTAS

Productos para la limpieza del lugar de trabajo	1	0,6	\$ 5.000	\$ 3.000
Mano de obra	1			\$ 5.952
Otros costos				\$ 500
Costo total de un servicio				\$ 17.248

Para la anterior grafica se tomaron datos en los costos del baño de un solo canino con cada uno de utensilios y demás que se llevan a cabo en el servicio apenas empieza el baño, se refleja un costo total de \$ 17.248 tomando como muestra un precio al cliente de un perro de raza mediana lo cual tiene como precio de \$ 55.000 esto nos deja una ganancia aproximada de \$ 37.700 con un margen de ganancia de 68%.

TABLA 24

COSTO POR SERVICIO

VALOR COSTOS POR SERVICIO			
	Diario	Mensual	Anual
Año 1	\$ 155.229	\$ 4.656.860	\$ 55.882.324
Año 2	\$ 172.476	\$ 5.174.289	\$ 62.091.471
Año 3	\$ 206.972	\$ 6.209.147	\$ 74.509.766
Año 4	\$ 258.714	\$ 7.761.434	\$ 93.137.207
Año 5	\$ 293.210	\$ 8.796.292	\$ 105.555.501

VALOR COSTOS POR SERVICIO			
	Diario	Mensual	Anual
Año 1	\$ 155.229	\$ 4.656.860	\$ 55.882.324
Año 2	\$ 172.476	\$ 5.174.289	\$ 62.091.471
Año 3	\$ 206.972	\$ 6.209.147	\$ 74.509.766
Año 4	\$ 258.714	\$ 7.761.434	\$ 93.137.207

Año			
5	\$ 293.210	\$ 8.796.292	\$ 105.555.501

El costo de producción por un servicio ofrecido es muy rentable, como se indica en la tabla de cada servicio, también del tamaño de la mascota sin embargo no varía mucho, sin embargo, la ganancia es de casi el 50%. Además, se calcula el costo de producción a 5 años, por día, mes y año.

17.4 Balance inicial del proyecto

TABLA 25

BALANCE INICIAL

BALANCE INICIAL SPA MOVIL DOG TOR MOTAS				
Monto de la inversión en activos				\$ 100.000.000
Nómina y costos fijos	Meses requeridos		Capital requerido	
	3		\$ 33.000.000	
Capital total requerido				\$ 99.000.000
Capital disponible				\$ 45.000.000
Valor a financiar con préstamo				\$ 54.000.000
Tasa de interés	31,00%	Tiempo		5 años
Cuotas a pagar	Abono a capital	Intereses	\$ 54.000.000,00	Año
\$ 22.597.347,00	\$ 5.857.347,00	\$ 16.740.000,00	\$ 48.142.653,00	1
\$ 22.597.347,00	\$ 7.673.124,57	\$ 14.924.222,43	\$ 40.469.528,43	2
\$ 22.597.347,00	\$ 10.051.793,19	\$ 12.545.553,81	\$ 30.417.735,24	3
\$ 22.597.347,00	\$ 13.167.849,07	\$ 9.429.497,93	\$ 17.249.886,17	4
\$ 22.597.347,00	\$ 17.249.882,29	\$ 5.347.464,71	\$ 3,88	5

Teniendo como referencia el presupuesto de inversión y nomina, en la siguiente tabla mostraremos el presupuesto para el inicio del proyecto, el cual contamos principalmente con un capital de \$45.000.000 y financiamos un préstamo de \$54.000.000 al banco, el cual será pagado a 5 años con un interés de 31,00%.

17.5 Estado de resultados

TABLA 26

ESTADO DE RESULTADOS

ESTADO DE RESULTADOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) Ventas	\$ 175.474.800	\$ 204.288.000	\$ 241.920.000	\$ 317.184.000	\$ 372.706.800
(-) Costo de ventas	\$ 55.882.324	\$ 62.091.471	\$ 74.509.766	\$ 93.137.207	\$ 105.555.501
(=) Utilidad bruta operacional	\$ 119.592.476	\$ 142.196.529	\$ 167.410.234	\$ 224.046.793	\$ 267.151.299
(-) Gastos operacionales	\$ 59.579.760	\$ 61.579.760	\$ 63.579.760	\$ 65.579.760	\$ 67.579.760
(=) Utilidad operacional	\$ 60.012.716	\$ 80.616.769	\$ 103.830.474	\$ 158.467.033	\$ 199.571.539
(+) Ingresos no operacionales	\$ 6.120.000	\$ 7.560.000	\$ 13.500.000	\$ 14.580.000	\$ 20.160.000
(-) Gastos no operacionales	\$ 22.597.347	\$ 22.597.347	\$ 22.597.347	\$ 22.597.347	\$ 22.597.347
(=) Utilidad neta antes de impuestos	\$ 43.535.369	\$ 65.579.422	\$ 94.733.127	\$ 150.449.686	\$ 197.134.192
(-) Impuesto de renta y complementarios	\$ 0	\$ 12.460.090	\$ 18.946.625	\$ 33.098.931	\$ 47.312.206
(=) Utilidad del ejercicio	\$ 43.535.369	\$ 53.119.331	\$ 75.786.502	\$ 117.350.755	\$ 149.821.986

En el estado de resultados podemos ver el aumento en los gastos año a año, pero no mayor a dos millones de pesos, por otro lado, y con gran diferencia las utilidades tienen un avance de veinte

millones de pesos lo cual es favorable y van de la mano con el incremento de las ventas año a año.

17.6 Flujo de caja neto

TABLA 27

FLUJO DE CAJA

FLUJO DE CAJA					
Rubro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas	\$ 175.474.800	\$ 204.288.000	\$ 241.920.000	\$ 317.184.000	\$ 372.706.800
Valor activo fijo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Valor capital de trabajo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total, ingresos	\$ 175.474.800	\$ 204.288.000	\$ 241.920.000	\$ 317.184.000	\$ 372.706.800
Costos de producción	\$ 59.579.760	\$ 61.579.760	\$ 63.579.760	\$ 65.579.760	\$ 67.579.760
Gastos operativos	\$ 22.597.347	\$ 22.597.347	\$ 22.597.347	\$ 22.597.347	\$ 22.597.347
Impuestos	\$ 33.340.212	\$ 38.814.720	\$ 45.964.800	\$ 60.264.960	\$ 70.814.292
Inversión	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000
Total, egresos	\$ 82.177.107	\$ 84.177.107	\$ 86.177.107	\$ 88.177.107	\$ 90.177.107
Total	\$ 93.297.693	\$ 120.110.893	\$ 155.742.893	\$ 229.006.893	\$ 282.529.693

Este flujo de caja tiene como propósito primordial y entre otros, presentar la información correspondiente a las entradas y salidas de efectivo que se tendrá en Spa Móvil Dog Tor Motas, durante el periodo determinado anual por 5 años, se muestra la habilidad de la empresa para generar futuros flujos de efectivo, de este modo vemos como prever la necesidad de efectivo y la manera de cubrirlas adecuada y oportunamente.

17.7 Cálculo de indicadores para evaluación financiera del proyecto

17.7.1 Indicadores de riesgo

Analizaremos por medio del método de la sensibilidad cual es la mayor rentabilidad para nuestra organización.

Valor Presente Neto (VPN): es el método más conocido a la hora de evaluar proyectos de inversión a largo plazo. El Valor Presente Neto permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: MAXIMIZAR la inversión. El Valor Presente Neto permite determinar si dicha inversión puede incrementar o reducir el valor de las Pymes. Ese cambio en el valor estimado puede ser positivo, negativo o continuar igual. Si es positivo significará que el valor de la firma tendrá un incremento equivalente al monto del Valor Presente Neto. Si es negativo quiere decir que la firma reducirá su riqueza en el valor que arroje el VPN. Si el resultado del VPN es cero, la empresa no modificará el monto de su valor.

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR): es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de una inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para "reinvertir". En términos simples, diversos autores la conceptualizan como la tasa de descuento con la que el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero.

TABLA 28

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD					
Concepto	Disminuye 5%	VPN -	0%	Aumento 5%	VPN+
Ventas VPN	\$ 8.773.740	\$ 166.701.060	\$ 175.474.800	\$ 8.773.740	\$ 184.248.540

CREACIÓN EMPRESA SPA MOVIL DOG TOR MOTAS

Costo operativo-VPN	\$ 2.794.116	\$ 172.680.684	\$ 175.474.800	\$ 8.773.740	\$ 184.248.540
Costo variable - VPN	\$ 5.979.624	\$ 169.495.176	\$ 175.474.800	\$ 8.773.740	\$ 184.248.540
Costo fijo - VPN	\$ 2.978.988	\$ 172.495.812	\$ 175.474.800	\$ 8.773.740	\$ 184.248.540
Inversion - VPN	\$ 3.000.636	\$ 172.474.164	\$ 175.474.800	\$ 8.773.740	\$ 184.248.540

Para calcular la viabilidad financiera y económica de Spa Móvil Dog Tor Motas el análisis de los escenarios nos ayuda evaluar las operaciones que debemos realizar para evitar posibles fallas en la organización... Como se muestra en la tabla contamos con un VPN positivo en los tres escenarios lo que nos permite tener un margen de actuación y esto representa que el proyecto es viable y sostenible en el tiempo.

TABLA 29

ANÁLISIS DEL ESCENARIO

ANALISIS DEL ESCENARIO			
Escenario	VPN	TIR	PRI
Proyectado	\$ 166.701.060	42%	\$ 70.014.445
Optimista	\$ 175.474.800	87%	\$ 152.663.076
Futuro	\$ 184.248.540	15%	\$ 27.637.281

Para mantener el punto de equilibrio se deben dividir los costos fijos del producto o del servicio entre el precio promedio de la forma que se muestra a continuación

TABLA 30**PUNTO DE EQUILIBRIO**

PUNTO DE EQUILIBRIO					
Concepto	Cantidad a vender	%	cada unidad	Margen de contribución	Unidad
Servicio de baño	210	59%	7	13	123,9
Productos para aseo	150	12%	5	1	18
Ropa	100	12%	6	1	12
Otros servicios	50	6%	2	1	3
Total	510	89%	20	16	453,9

17.8 Análisis de sostenibilidad financiera del proyecto.

De acuerdo a los estados financieros y todo el análisis realizado mediante matrices se observa que el proyecto o el plan de negocios son viable y dejara ganancias del más del 50% a partir del tercer año.

Como se observa en el estado de resultados se refleja que para el año no nos dejaría gran utilidad puesto que los servicios prestados serían muy pocos por la apertura del Spa Móvil, nos beneficia que por ser primer año no tenemos que pagar impuestos, sin embargo para el año 2, 3, 4 y 5 se espera un gran crecimiento de los servicios lo que permitirá tener gran ganancia, los ingresos no operacionales los mantenemos igual en todo los años ya que es un presupuesto posible al igual que los gastos no operacionales. Los impuestos también tendrían una variación porque estamos calculando sobre el 19% para todos los años, pero debemos contar con que cada año el impuesto

del IVA aumenta. Para los dos primeros años calculados no habrá mayor ganancia puesto que es el inicio del proyecto y no se pretende prestar tantos servicios mientras se da a conocer para el tercer año se espera triplicar el número de servicios y así obtener mayores ganancias.

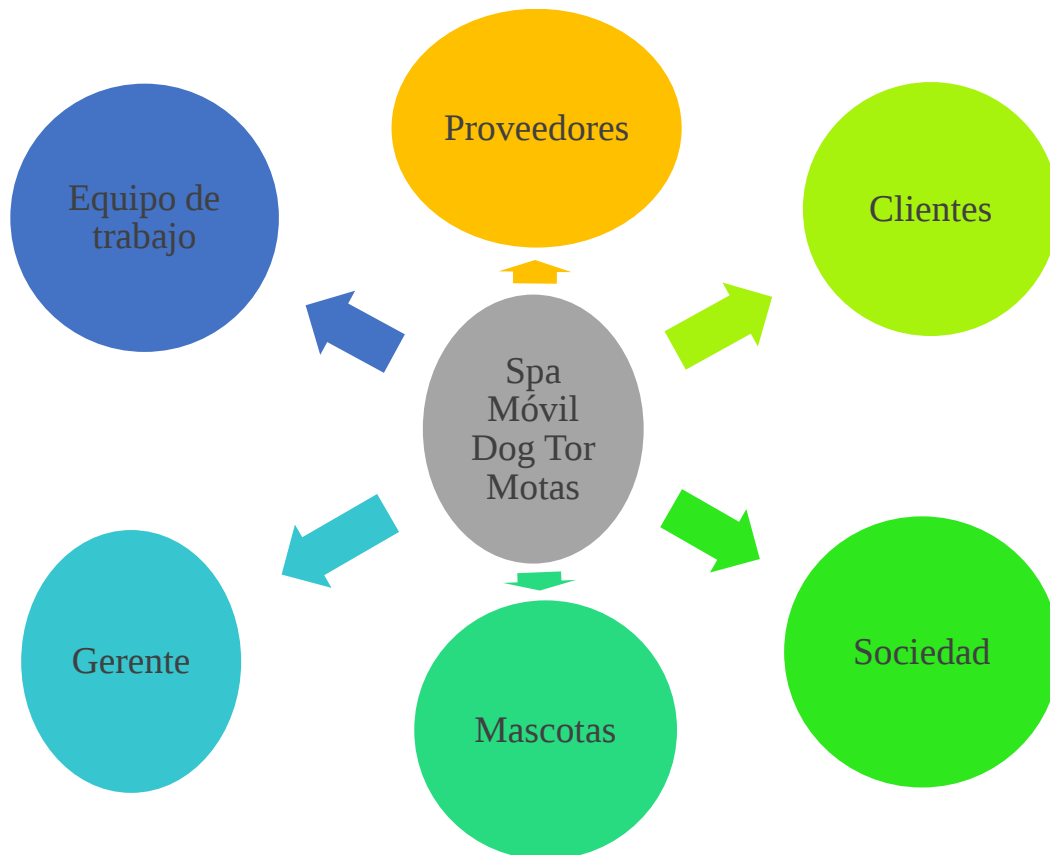
18. Impacto Social y Responsabilidad Social Empresarial

18.1 Relación y clasificación de partes de interés.

Para identificar la relación, actividades y la implementación, nos basaremos en las clases de Stakeholders de acuerdo a la siguiente gráfica, para entender y guiarnos más:

TABLA 31

PARTES DE INTERÉS



- **Grupo de interés: Clientes**

Actividad de involucramiento:

- Se les brindara un espacio en redes sociales ya las pagina web a los clientes en donde puedan realizar todas sus peticiones, quejas, reclamos y a la vez sugerencias ya que la opinión de ellos son un factor esencial para la mejora de los servicios y al mismo tiempo tener a la mano información sobre nuestros servicios y en dado caso agendar una cita, brindándole una mejor experiencia de servicio a las personas.
- Implementar encuestas de satisfacción al terminar el servicio cada determinado tiempo para realizar mejoras constantes.

Expectativa: Conocer y aumentar el nivel de satisfacción conforme a los servicios prestados en sus mascotas y la atención al cliente.

Resultado: Fidelización y retención de los clientes.

- **Grupo de interés: Personal trabajador**

Actividad de involucramiento:

- Brindarle a cada uno de los colaboradores capacitaciones constantes de los servicios veterinarios, baños y peluquería canina.
- Establecer un sistema de incentivos y motivación, fomentando el estudio en cada uno de los colaboradores y así mismo apoyarlos en esa etapa.

Expectativa: Cumplimiento con prestar un bien servicio a las mascotas cuanto al crecimiento y desarrollo profesional y mejora en la calidad de vida.

Resultado: Retención de los recursos humanos.

- **Grupo de interés: Proveedores**

Actividad de involucramiento:

- Establecer un acuerdo, respondiendo colectivamente de forma rápida y flexible a todas las necesidades del mercado cambiante y a las exigencias de los clientes.
- Crear una ruta de tramites de envío de mercancía y precios al por mayor.
- Fijar un acuerdo de compra con empresas del sector de Tunja.

Expectativa: Crear alianzas con los proveedores con el fin de generar valor para ambas partes.

Resultado: Aumentar la unión y la confianza con la posibilidad de realizar pagos a crédito.

- **Grupo de interés: Sociedad**

Actividades de involucramiento:

- Establecer espacios para realizar acciones positivas en la comunidad de perritos callejeros.

- Implementar programas sociales con el fin de lograr beneficios tanto para los perritos de calle por medio de donaciones voluntarios y el recaudo de concursos, mejorando así la calidad de vida de los perritos de calle de Tunja.

Expectativa: Crear responsabilidad social para el cuidado de los animales.

Resultado: Generar un cambio positivo en la comunidad en la ayuda de los mismo.

- **Grupo de interés: Mascotas**

Actividades de involucramiento:

- Crear e implementar el mejor servicio de baño cómodo para las mascotas esto sin moverse de su lugar de confort y con su amo como acompañante en la ciudad de Tunja.
- Gestionar espacios amo mascota para mayor comodidad y confort en el peluqueo de la mascota en donde se involucre el aprendizaje para los clientes de cómo es el trato hacia sus mascotas.

Expectativa: Brindar el mejor servicio con amor y cariño hacia las mascotas desde que inicia el proceso hasta que termina.

Resultado: Fortalecer el sector veterinario en el ámbito domiciliario para tener mayor cobertura y conocimiento en diferentes departamentos de Boyacá.

En conclusión ayudaremos a mejorar la calidad de vida de los dueños de los mascotas y facilitarles que estén más tiempo con ellos, ambientalmente como lo hemos planteado en el impacto ambiental todos los productos que utilizamos para nuestras mascotas así mismo los desechos son tratados con los estándares mínimos para el cuidado del ambiente y todo lo que

indique el ministerio de salud, además promovemos la recolección y el mismo reciclable de los desechos y por ultimo económico fomentamos la capacitación técnica para cada empleado que entra a la organización.

18.2 Actividades y programas de involucramiento de partes interesadas

TABLA 32

STAKEHOLDERS

STAKEHOLDERS	TEMA	PLAN
Empleados	Sueldo mensual, estabilidad laboral, Incentivos, Medidas de seguridad.	Aunque la organización sea muy pequeña contamos con área de recursos humanos, para estar pendiente de nuestros pocos empleados, incentivarlos, actividades para reconocer sus laborales y así mismo garantizarle todas las medidas de protección necesarias para cada una de sus funciones.
Clientes	Buen servicio, responsabilidad, puntualidad, tranquilidad, atención prioritaria y personalizada.	Garantizar el buen servicio, realizar concurso de motivación y promociones.

Proveedores	Compras	Manejar la buena comunicación y negociación con los proveedores, buen uso de los recursos.
Competidores	Precio, servicio, mercado	No ser desleal, manteniendo precios semejantes, competencia sana
Gobierno	Medio ambiente, campañas, orden y limpieza en el sector. Impuestos, prestaciones sociales.	Recolección de basuras, buen desecho de medicamentos. Cumplimiento y pago de los impuestos, documentación al día, cumplir con todo lo expuesto por la ley para el buen funcionamiento del Spa Móvil Dog Tor Motas

Con el tiempo, a medida que la organización se desarrolle, se irá gestionando el gobierno corporativo, pues el término en la actualidad está en constante cambio, lo que puede beneficiar a la empresa en todos los procesos y actividades a realizar dentro de la organización y al mismo tiempo beneficiarios a todos los beneficios del grupo por lo tanto, todos los participantes de esta idea de negocio tienen derecho a beneficiarse de la alianza para promover el crecimiento y generar buenas prácticas comerciales. Los socios considerarán todas estas normativas, informes, resoluciones o empresas a lo largo del tiempo los códigos de gobernanza con el fin de implementarlos y seguirlos mejor para la organización y las partes interesadas.

18.3 Implementación y manejo de gobierno corporativo

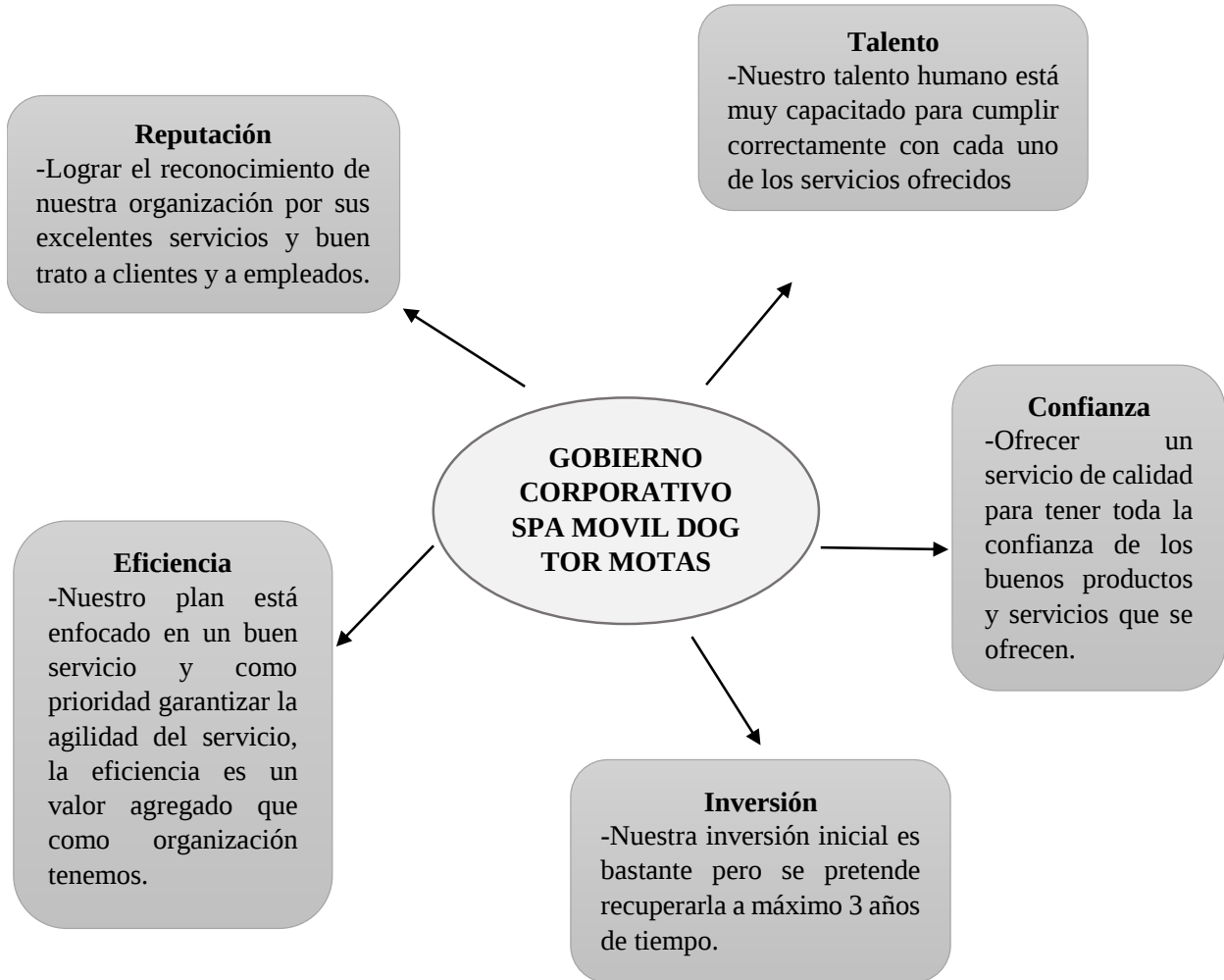


FIGURA 23. GOBIERNO CORPORATIVO

19. Fase 3. Planeación Estratégica

19.1 DECISIONES MEDIANTE MATRICES

19.1.1 Recolección y articulación de datos sobre el entorno y la estructura de la empresa o idea de negocio

Para analizar cada uno de los aspectos de Spa Móvil Dog Tor Motas contaremos con la herramienta Google maps.

Geográficamente se puede observar que Spa Móvil Dog Tor Motas está ubicado en el centro de la ciudad de Tunja, además está rodeado de bastante comercio.

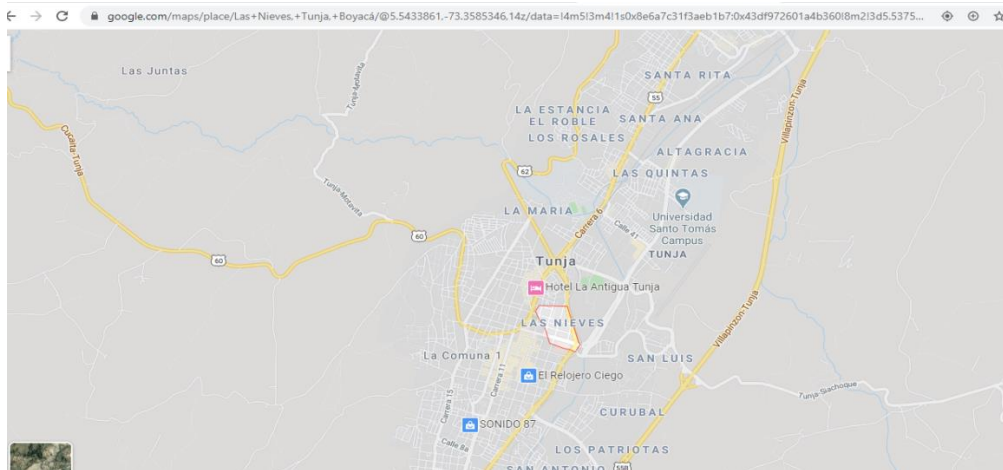


FIGURA 24 .UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE SPA MÓVIL DOG TOR MOTAS

Nota. Tomado de Google maps

En el ámbito organizacional identificamos las clínicas, centros y spa de animales que hay principalmente en las nieves, que son competencia directa de nuestra organización. Estas son Medicentro veterinario, Agropet, Stuart, Zoomedica, Migau y Tienda de mascotas.

CREACIÓN EMPRESA SPA MOVIL DOG TOR MOTAS

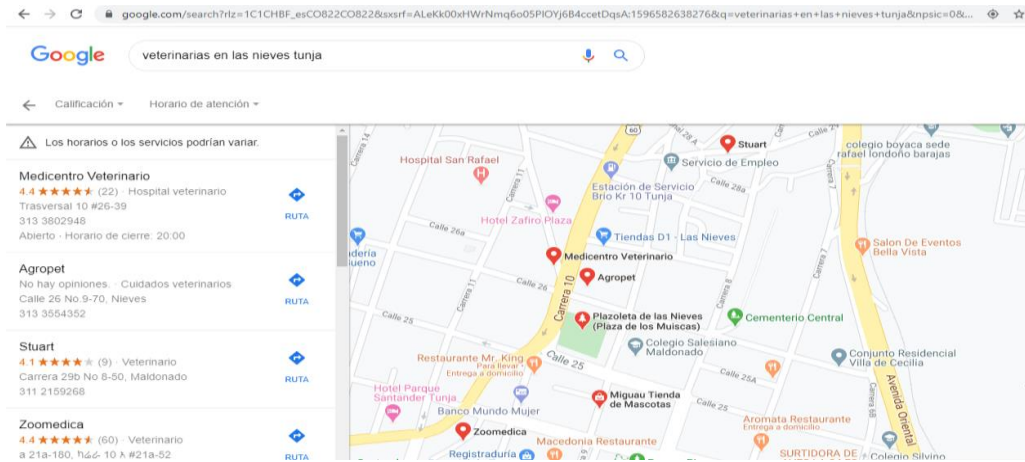


FIGURA 25. UBICACIÓN CENTROS VETERINARIOS

Nota. La Imagen representa los diferentes centros veterinarios o clínicas con servicios similares para todo tipo de mascota esto teniendo en cuenta sin el servicio a domicilio solo servicio de guardería. Tomado de Google maps

El sector las nieves, aunque es un sector comercial, cuenta con la iglesia las nieves, Hoteles, está a tres cuadras de la Plaza Simón Bolívar y la alcaldía Municipal de Tunja.

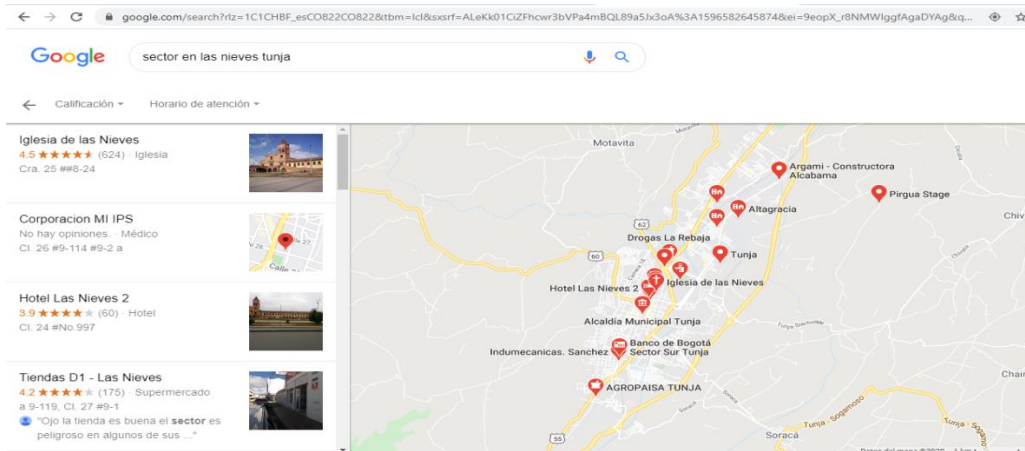


FIGURA 26. COMERCIO EN EL SECTOR

Tunja es una ciudad de cultura y aunque en las Nieves solo está la casa Cultural Prisma, es muy fácil llegar a otros lugares culturales de la ciudad, legalmente se tienen todos los documentos al día para el funcionamiento de la organización.

Spa Móvil Dog Tor Motas cuenta con tecnología avanzada, desde el principio se compraron excelentes equipos para brindar un excelente servicio.

19.1.2 Matriz PESTEL

TABLA 33

MATRIZ PESTEL

ANALISIS PESTEL		
Políticos	Económicos	Sociopolíticos
El ministerio de salud trabaja en una nueva política donde las personas que deciden adoptar o tener una mascota le da todos los cuidados que requiere y así mismo permita que se cumplan los derechos de ella. Spa Dog Tor Motas verifica y analiza a cada persona a la que se le va a dar en adopción una de nuestras	Económicamente es notable el crecimiento de la organización a lo largo de 5 años, la proyección realizada muestra mayor prestación del servicio principal del Spa, así como la disminución de la deuda inicial tomada como inversión.	Mantenemos nuestras normas y el reglamento del establecimiento en orden para que la comunidad del sector y la ciudad no se vean afectados, nuestro sector está muy habitado comercialmente por eso es importante tener todo en regla y colaborar con lo que se imponga por la comunidad de las nieves y la asamblea general

mascotas para garantizar la vida de ellas.		
Tecnológicos	Ecológicos	Legal
Spa Móvil Dog Tor Motas maneja dos espacios para prestar sus servicios, el primero es el camión que se desplaza a cada uno de los lugares donde solicitan el servicio allí se encuentran equipos con tecnología avanzada para el perfecto cuidado de los animales y la buena prestación del servicio, en la sede, ubicada en las nieves donde se realizan procedimientos más avanzados se cuenta con dos computadores para la	Nosotros estamos comprometidos con el medio ambiente ya que la contaminación ambiental nos afecta demasiado porque trabajamos con animales, es por eso que revisamos los medicamentos y hacemos una buena depuración de todos estos cuando ya no se necesitan, además los desechos los clasificamos como lo impone la reglamentación.	El 2 de diciembre de 2015 se modificó la ley 84 de 1989 que era una norma que protegía nuestros animales del maltrato, pero sin sanciones, por eso se modificó a que cualquier persona que abusara o maltratara a cualquier animal tendría multas y sanciones de hasta 50 SMLV hasta cárcel de 12 a 36 meses. Lo cual nos beneficia bastante porque una de las principales actividades que tenemos como centro especializado en mascotas principalmente caninas es garantizar su seguridad y hacer

organización y agentamiento de servicios que se realicen		justicia cuando se cometan actos sensibles y depurarles en contra de ellos.
--	--	---

Fuente: Elaboración Autora

Este análisis no permite identificar el entorno macro económico y nos ayuda a identificar oportunidades y amenazas de la empresa Spa Móvil Dog Tor Motas, se reconocen los factores externos a la empresa sobre las que no tenemos influencia para de esta forma minimizar las amenazas e incrementar las oportunidades. Este análisis se realizará de forma periódicamente para determinar factores de riesgo hoy o en el futuro.

19.1.3 Matriz POAM

TABLA 34

MATRIZ POAM

POAM									
Factores	Oportunidad			Amenaza			Impacto		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Instalaciones	X				X			x	
Servicios prestados	X				X		x		

Talento humano		x			X		x		
Marketing			x	x				x	
Base de clientes		x		x				x	
Presupuesto		x			X			x	
Seguridad	X					x	x		

Fuente: Autora

Es importante destacar esta matriz ya que podemos identificar y darle valoración a las amenazas y oportunidades potenciales respecto con la empresa las cuales puede enfrentar, ya que estas amenazas y oportunidades pueden afectar de forma positiva o negativa en la organización.

19.1.4 Matriz MEFE

TABLA 35

MEFE

MEFE			
Oportunidades			
Factor crítico del éxito	Peso	Calificación	Puntuación
Crecer en el mercado	0,13	4	0,52
Manejo de nuevas tecnologías	0,08	3	0,24
Competidores con productos de baja calidad	0,10	4	0,4

CREACIÓN EMPRESA SPA MOVIL DOG TOR MOTAS

Posibilidad de internacionalizarnos	0,06	3	0,18
Subtotal oportunidades			1,34
Amenazas			
Factor crítico del éxito	Peso	Calificación	Puntuación
Cambios o impacto en las normas	0,17	1	0,17
Competencia desleal	0,15	2	0,3
Vulnerabilidad ante nuevos competidores	0,13	1	0,13
Productos comprados en mal estado	0,18	2	0,36
Subtotal amenazas			0,96
Total	1		2,3

Fuente: Autora

En este caso la matriz nos ayuda a identificar a tiempo, que la organización se desarrolle en un estado de cambio constante, se gestionará el gobierno corporativo, lo que puede beneficiar a la empresa de todos los procesos y actividades a realizar dentro de la organización, y por tanto beneficiarse de todos los intereses del grupo. Los participantes de la idea tienen derecho a beneficiarse de la alianza para promover el crecimiento y generar buenas prácticas comerciales. Los socios considerarán todas estas regulaciones, informes, resoluciones o pautas de gobernanza empresarial a lo largo del tiempo para implementarlas y seguirlas mejor para la organización y las partes interesadas.

19.1.5 Matriz PCI

TABLA 36

MATRIZ PCI

PCI									
Factores	Fortalezas			Debilidades			Impacto		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Comunicación con los trabajadores	x					X		x	
Habilidad para el uso de nuevas tecnologías		x				X			X
Toma de decisiones		x				X			X
Buen servicio	x					X			X
Recuperación de la inversión		x		x				x	
Capacidad para innovar			x		x			x	
Motivación de los trabajadores		x				X			X
Buenos productos para los clientes	x					X	x		

Fuente: Autora

El siguiente análisis de la Empresa Spa Móvil Dog Tor Motas el cual consiste en el perfil de capacidad interna de la empresa, consistió en evaluar la situación presente. Se determina tanto el

enfoque como la profundidad del diagnóstico que requiere para revisar y actualizar su estrategia presente. Sin embargo, existen varios procedimientos básicos que pueden aplicarse para estructurar el sistema de auditoría organizacional y diagnosticar el estado actual de la compañía.

19.1.6 Matriz MEFI

TABLA 37

MEFI

MEFI			
Fortalezas			
Factor crítico del éxito	Peso	Calificación	Puntuación
Buena atención al cliente	0,13	4	0,52
Excelente situación financiera	0,05	3	0,15
Los trabajadores están motivados	0,08	4	0,32
Productos de calidad	0,11	3	0,33
Subtotal oportunidades			1,32
Debilidades			
Factor crítico del éxito	Peso	Calificación	Puntuación
Poca experiencia en el mercado	0,02	1	0,02

Mascotas caninas que necesiten tratamientos muy costosos y no tenerlos disponibles	0,02	2	0,04
Inseguridad	0,08	1	0,08
Varias veterinarias en el sector	0,05	2	0,1
Subtotal amenazas			0,24
Total	0,54		1,56

Fuente: Autora

Por otro lado, la matriz de evaluación de factores internos es la persona responsable de evaluar e identificar las fortalezas y debilidades de la Empresa Spa Móvil Dog Tor Motas. La diferencia con otras matrices es que MEFI está dirigido a departamentos internos de la organización, áreas funcionales y sus relaciones. Sus pros y contras funcionan de manera que pueden predecir y prevenir riesgos dentro de la misma.

19.1.7 Matriz DOFA

TABLA 38

DOFA

DOFA		
Positivos		Negativos
	Fortalezas	Debilidades

Factores internos	*Excelente servicio al cliente. *Buena situación financiera. *Trabajadores motivados. *Productos y servicio de calidad.	*Falta de experiencia en el mercado. *Mascotas caninas que necesiten tratamientos muy costosos y no tenerlos disponibles. *Inseguridad de crecer como empresa, miedo al fracaso. *Varias veterinarias en el sector
	Oportunidades	Amenazas
Factores externos	*Crecimiento en el mercado. *Manejo de nuevas tecnologías. *Competidores con productos de baja calidad. *Posibilidad de internacionalizarnos	*Cambios en las normas. *Competencia desleal. *Vulnerabilidad ante nuevos competidores. *Productos en mal estado enviados por parte de los proveedores.

Fuente: Autora

Este método analítico nos brinda una visión detallada de la estructura interna y externa de la empresa Spa Móvil Dog Tor Motas. Este análisis se llevó a cabo de acuerdo con los siguientes 4 pasos específicos, como la investigación interna y externa, la preparación de la matriz y la formulación de una estrategia completa. Las cuales individualmente como las Fortalezas nos permitió analizar las características internas del negocio que nos permitirá cumplir de la mano las

metas, así mismo como las oportunidades que se refieren a acontecimientos externos de la empresa que se pueden utilizar a favor de las organización, por otro lado y no menos importante las debilidades estos aspectos internos anteriormente escritos de alguna u otra manera nos permita el crecimiento de las empresa por ultimo las amenazas aspectos que reflejamos externos del negocio y que en la mayoría no se pueden controlar por el gerente una de ellas es la competencia.

19.1.8 Matriz MCPE

TABLA 39

MCPE

MCPE							
Factores críticos para el éxito		Estrategia 1		Estrategia 2		Estrategia 3	
		PA	PTA	PA	PTA	PA	PTA
Oportunidades							
Crecimiento en el mercado	0,13	4	0,52	3	0,39	4	0,52
Manejo de nuevas tecnologías.	0,08	3	0,24	4	0,32	4	0,32
Competidores con productos de baja calidad	0,10	4	0,4	4	0,4	3	0,3
Posibilidad de internacionalizarnos	0,06	3	0,18	3	0,18	3	0,18
Amenazas							
Cambios en las normas.	0,17	1	0,17	2	0,34	1	0,17
Competencia desleal	0,15	2	0,3	2	0,3	2	0,3
Vulnerabilidad ante nuevos competidores	0,13	1	0,13	2	0,26	1	0,13

CREACIÓN EMPRESA SPA MOVIL DOG TOR MOTAS

Productos en mal estado enviados por parte de los proveedores.	0,18	2	0,36	1	0,18	1	0,18
Subtotal	1						
Fortalezas							
Excelente servicio al cliente.	0,13	4	0,52	3	0,39	4	0,52
Buena situación financiera.	0,05	3	0,15	4	0,2	4	0,2
Trabajadores motivados.	0,08	4	0,32	3	0,24	3	0,24
Productos y servicio de calidad.	0,11	3	0,33	3	0,33	3	0,33
Debilidades							
Poca experiencia en el mercado	0,02	1	0,02	2	0,04	2	0,04
Mascotas caninas que necesiten tratamientos muy costosos y no tenerlos disponibles	0,02	2	0,04	2	0,04	1	0,02
Inseguridad	0,08	1	0,08	1	0,08	1	0,08
Varias veterinarias en el sector	0,05	2	0,1	1	0,05	2	0,1
Subtotal	0,54						
Suma del puntaje total del grado			3,86		3,74		3,63

Fuente: Autora

La matriz de perfil de competencia puede identificar a los competidores para comprender sus debilidades y ventajas con el fin de comprender y comprender mejor el entorno externo de la organización. Para determinar el peso relativo de cada factor de éxito se establece la importancia, donde cuatro representan fortalezas, tres representan debilidades, dos representan debilidades y uno representa debilidades.

19.1.9 Matriz QFD

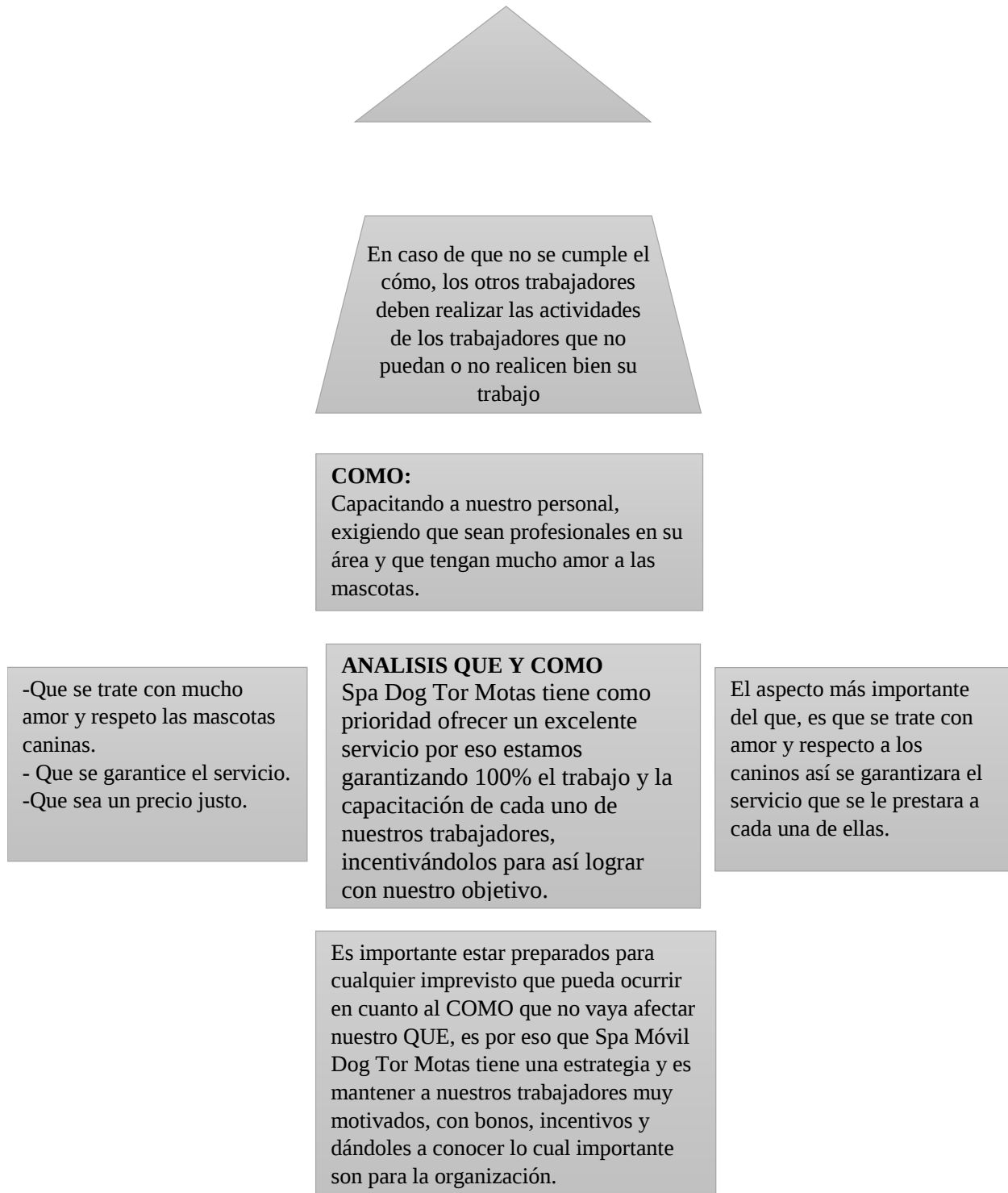


FIGURA 27 QFD

La matriz de implementación de funciones de calidad intenta representar la interrelación y la evaluación entre la tecnología y las necesidades y requisitos de los consumidores para ayudar a los empresarios a garantizar el éxito de los posibles productos o planes comerciales y obtener los mismos datos que se esperan de la investigación de mercado. Durante la formulación del plan de negocio, se realizó un análisis de los principales competidores definidos también en el estudio anterior.

Las ponderaciones de los diferentes estándares de correlación y capacidad se ponderan en una escala de 1 a 5, donde 1 representa un rendimiento o de correlación bajo y 5 representa un nivel de correlación o rendimiento alto. Una vez que se determina las puntuaciones y su importancia relativa, se puede determinar que la empresa tiene los requisitos necesarios para cumplir con los requisitos del cliente y tiene una tendencia positiva en relación con la competencia.

20. Fase 4. Formulación Estratégica

20.1 Selección y Priorización de Estrategias

20.1.1 Estrategias de mercadeo.

- Como estrategia principal de marketing Spa Móvil Dog Tor Motas realiza una vez al mes una feria canina, donde se ofrecen los productos de la organización, se hacen concursos con obsequios y finalmente a la mascota más participativa se le obsequia completamente el servicio de Spa el cual es nuestro principal servicio para que los clientes presentes se den cuenta de cómo es exactamente nuestro servicio además hace más llamativo el servicio para que muchos clientes lo adquieran.

- Entregamos volantes en toda la ciudad una vez a la semana en los parques más concurridos de la ciudad ofreciendo todos nuestros servicios.
- Obsequiamos el kit de aseo a todas las mascotas que adquieran nuestros servicios para que así estén seguros de que otros caninos no los usen por higiene y en una próxima visita se pueda reutilizar.
- Si los dueños de los caninos no quedan satisfechos con los servicios prestados se les hace la devolución del 50% del servicio siempre y cuando demuestren cual fue la inconformidad del servicio y sea justificable.
- Se espera adquirir nuevos camiones para la expansión en pueblo aledaños a la ciudad.

TABLA 40

ESTRATEGIAS DE MARKETING

ESTRATEGIA DE MARKETING				
Evento	Recursos	Responsables	Tiempo	Cumplimiento
Feria canina	el 2% de las ganancias del mes	Todos los trabajadores de Spa Movil Dog Tor Motas	1 ves al mes	
Volantes	Gastos de la empresa	Asistente administrativa	1 ves a la semana	
Kit de aseo	Incluido en el servicio prestado	Estilista integral	cada ves que se preste un servicio	
Devolucion del dinero por servicios	Gastos de la empresa	Estilista integral y administrador	cada ves que se preste un servicio y se requiera	
Nuevos camiones	Ganancias totales al año	Administrador	cada año	

20.1.2 Estrategias operativas

- Spa Móvil Dog Tor Motas no siempre requiere de su personal completamente, es por eso que solo cuando se requieren los servicios de algunos trabajadores, se ocupan en el servicio y cuando no se procura realizar diferentes actividades en base a la producción de la organización.
- Garantizar el buen manejo de los implementos y recursos para evitar costos adicionales por mal manejo.
- Que todos los procesos se hagan correctamente para tener un servicio de calidad
- Brindar a los trabajadores confianza, incentivos y bonos para que se sientan cómodos y felices en su trabajo.

TABLA 41

ESTRATEGIAS OPERATIVAS

ESTRATEGIAS OPERATIVAS				
Evento	Como se va hacer	Responsables	Tiempo	Cumplimiento
Aumento de productividad	Ocupar en el horario laboral a los trabajadores que tengan tiempo libre en otras actividades siempre y cuando tengan que ver con sus funciones	Todos los trabajadores de Spa Dog Tor Motas	Todo el tiempo laboral	

Buen manejo de los recursos	Capacitar a los trabajadores y si es el caso requerir la experiencia para el servicio que van a prestar a la organización	Todos los trabajadores de Spa Dog Tor Motas	Todo el tiempo laboral	
Servicio de calidad	Capacitar a los trabajadores y si es el caso requerir la experiencia para el servicio que van a prestar a la organización	Todos los trabajadores de Spa Dog Tor Motas	Todo el tiempo laboral	
Incentivar a los trabajadores	Motivarlos mediante bonos, dias libres y demas actividades de motivacion e integracion laboral	Administrador	1 ves a la semana	

20.1.3 Estrategias financieras

- Analizar y tener en las bases de datos recopiladas en cada servicio de la organización el presupuesto donde se indique la rentabilidad de la inversión.
- El contador se encargará de manejar todos los libros contables y así mantener el equilibrio económico-financiero.

- El administrador junto con el contador se encargará de buscar y analizar mensualmente cada riesgo que pueda tener la organización para poder buscar estrategias y evitarlos al máximo.
- Priorizar los costos de producción y evitar algunos gastos que no sean necesarios para la compañía.
- Mantener toda la documentación al día, estados financieros actualizados.

20.1.4 Estrategias de sostenibilidad ambiental, financiera económica y legal.

TABLA 42

ESTRATEGIAS DE SOSTENIBILIDAD

ESTRATEGIAS DE SOSTENIBILIDAD			
	Plan	Responsables	Tiempo
AMBIENTAL	Siempre proteger el medio ambiente y cuidar de el	Trabajadores de Spa Movil Dog Tor Motas	Todo el tiempo
FINANCIERA	Aumentar la productividad de la organización y reducir costos	Contador publico, administrador y asistente administrativa	Todo el tiempo
ECONOMICA	Tratar de atraer mas empleados (calidad) o inversionistas para lograr abrir nuevas sucursales	Contador publico, administrador y asistente administrativa	Cuando se requiera

LEGAL	Mayor compromiso con el cumplimiento de las leyes normas que se impongan	Contador publico, administrador y asistente administrativa	Todo el tiempo
-------	--	--	----------------

20.1.5 Estrategias de responsabilidad social empresarial

La responsabilidad social empresarial requiere de varios eventos por parte de la organización para integrar al equipo de trabajo.

Spa Móvil Dog Tor Motas tiene como estrategia organizar actividades lúdicas como lo es nuestra feria canina, en las que se mejore el ambiente laboral y mejorar las relaciones tanto internas como externas, en estas actividades todos los trabajadores están comprometidos con la actividad además de que son llamativas y recreativas para todos ellos. Con estas actividades se logra que ante la sociedad y nosotros como equipo de trabajo seamos una organización unida y la reputación de la misma sobre la RSE sea de admirar por otras empresas del sector.

Como lo hemos dicho además de los clientes parte fundamental de la organización son los trabajadores y colaboradores es por eso que los motivamos y de tomar una decisión los tenemos en cuenta, los espacios están limpios y adecuadamente para sus funciones así mismo se respetan vacaciones y falibilidad en los horarios, para Dog Tor Motas es importante el cuidado de nuestras mascotas caninas y las que no tienen un hogar es por eso que cada vez que podemos adoptamos perritos de la calle que lleguen a las instalaciones además los que quieran pueden llegar y comer o tomar agua, en la entrada tenemos dispensadores para ellos. Todos en la

organización somos responsables de cumplir con estas estrategias sin embargo el regulador y el encargado es el administrador junto con la asistente.

20.2 FORMULACION DEL PLAN DE TRABAJO

TABLA 43

PLAN DE TRABAJO

PLAN DE TRABAJO						
Areas o cargo	Estrategias de marketing	Estrategias operativa	Estrategias de sostenibilidad	Estrategias financieras	Estrategias de responsabilidad social empresarial	Plazos
Todos los trabaadores de Spa Movil Dog Tor Motas	*Feria canina	*Aumento de productividad *Servicio de calidad *Buen manejo de los recursos *Servicio de calidad	*Siempre proteger el medio ambiente y cuidar de el *Aumentar la productividad de la organización y reducir costos		*Feria canina de integracion	Prioridad

CREACIÓN EMPRESA SPA MOVIL DOG TOR MOTAS

Asistente administrativa	*Volantes					Cada 8 días
Asistente administrativa y administrador	*Devolucion del dinero por servicios	*Incentivar a los trabajadores	*Tratar de atraer mas empleados calidad) o inversionistas para lograr abrir nuevas sucursales	Analizar el riesgo	Reconocimiento a nivel social	Prioridad
Contador publico y administrador			*Mayor compromiso con el cumplimiento de las leyes normas que se impongan	*Priorizar los costos de producción y evitar algunos gastos que no sean necesarios para la compañía.	Priorida a los trabajadores	Prioridad

CREACIÓN EMPRESA SPA MOVIL DOG TOR MOTAS

				*Mantener toda la documentación al día, estados financieros actualizados. *Rentabilidad de la inversión *Equilibrio económico-financiero.		
Administrador	Nuevos camiones					al año
Estilista, administrador y asistente	Kit de aseo					Cada vez que se requiera

20.3 ELABORACION DEL CRONOGRAMA

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES						
Actividades	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Generar un estudio de mercado en tunja.						
Elaborar un estudio tecnico y operativo que defina la maquinaria, insumos, equipos y recurso humano.						
Estudio respecto a los requisitos legales, ambientales y sociales que debe cumplir la empresa para su funcionamiento.						
Realizar un estudio financiero para determinar la viabilidad del negocio.						
Identificar un estudio administrativo para el plan de negocios.						

TABLA 44

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES SPA MOVIL DOG TOR MOTAS								
Actividades	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8
Feria canina								
Entrega de volantes								
Análisis financiero y operativo entre administrador y contador								

Análisis de riesgos								
Análisis del capital invertido								

21. Fase 5. Control y Evaluación

21.1 Cuadro de mando (BALANCE SCORE CARD)

21.1.1 Mapeo Estratégico en el BCS

Nuestro principal objetivo es prestar un servicio de calidad es por eso que nuestros clientes son elemento clave para alcanzar nuestros objetivos, deseamos mejorar como organización es por eso que nuestros servicios los hacemos con agilidad para aumentar clientes y así obtener mucha más ganancia de lo esperado claramente va haber una mayor rentabilidad. Los procesos deben ir enfocados en los objetivos, analizar y organizar los procesos clave para que se alcancemos nuestra visión. Los trabajadores deben analizar en qué aspectos están fallando y buscar estrategias para mejorar sus conocimientos y habilidades.

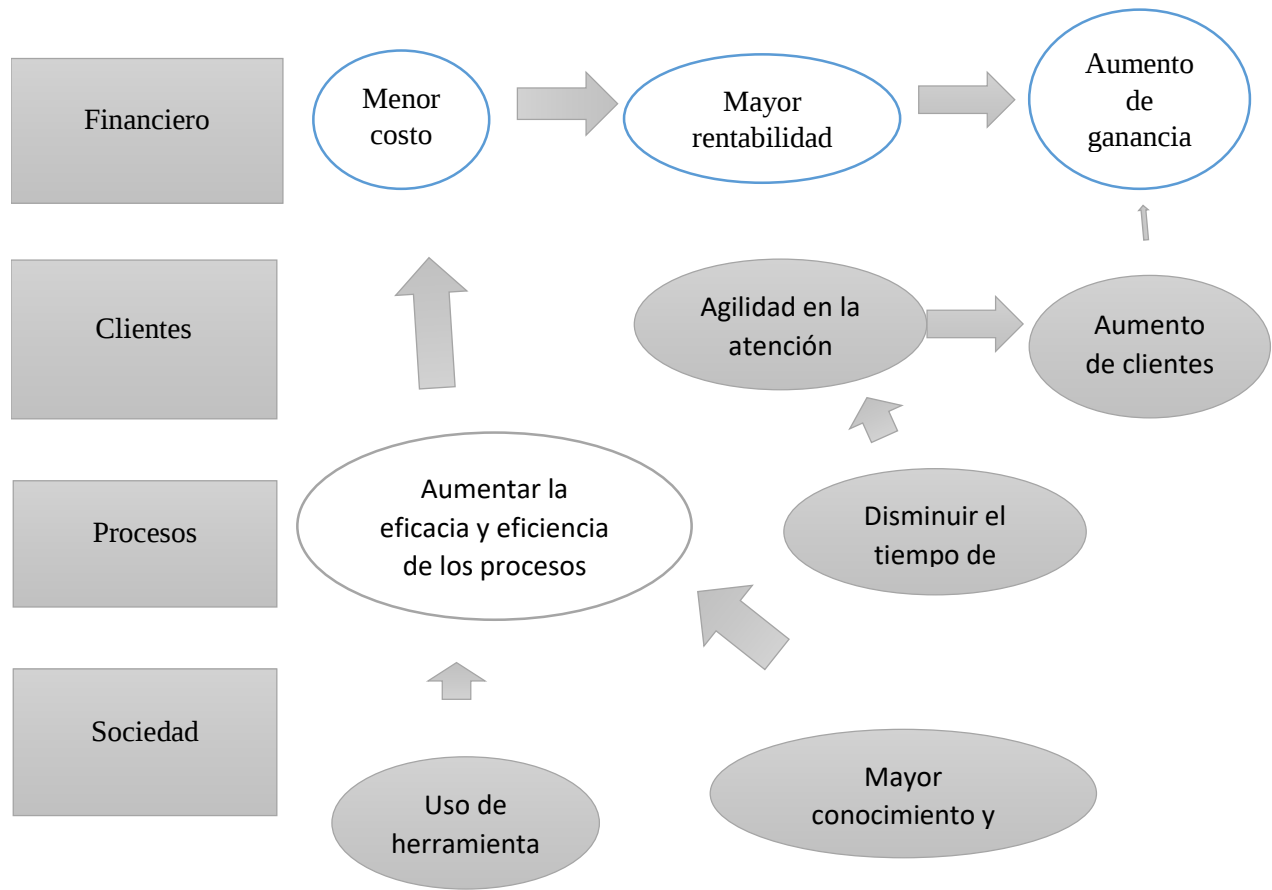


FIGURA 28. MAPEO ESTRATÉGICO

TABLA 45**BALANCE SCORE CARD**

BALANCE SCORE CARD								
Perspectiva	Objetivo	Indicador	Porcentaje	Frecuencia de medida	Optimo	Tolerable	Deficiente	Responsable
Financiera	Ggarantizar el punto de equilibrio de la oorganizacion	Incremento del capital	20%	Semestral	20%	15%	10%	Contador publico
Cliente	Brundar un servicio de calidad	Satisfaccion del cliente	75%	semestral	75%	70%	65%	Administrador
Procesos	Optimizar cada uno de los procesos	Disminuion de los gastos administrativos	5%	semestral	5%	10%	15%	Administrador
Capacidad de aprendizaje	Facilitar la gestion del capital humano	Motivacion de los trabajadores	80%	semestral	80%	75%	70%	Administrador

21.2 BATERIA DE INDICACIONES

TABLA 46

MATRIZ KPY

KPY				
Objetivo	Indicador	Mejora	Responsables	Tiempo
Garantizar la calidad de nuestros servicios en un 20% antes del 2022	Agilidad en la atencion	En cada servicio prestado	Administrador	Diario
	Resultados de encuestas	Mayor a 20%	Asistente administrativa	Cada 6 meses

Nota. El Kpy es el indicador que tomaremos en nuestro proyecto porque es el de mayor impacto, nos permitirá evaluar cada uno de los procesos para cumplir las metas financieras mucho más rápido y de confianza.

22. CONCLUSIONES

Con la realización de este plan de negocios concluimos que es muy importante para la ciudad de Tunja esta idea innovadora, facilitara a muchos ciudadanos el buen cuidado de sus mascotas caninas y más si es a domicilio, además el servicio estará 100% garantizado y protegeremos y cuidaremos la salud de los caninos que es lo más importante para nosotros como entidad de servicio veterinarios.

Debido a los procesos y realización del plan de negocios llegaremos a nuestro mercado meta el cual será todas aquellas familias tunjanas con mascotas caninas grandes pequeñas y medianas a largo plazo llevar nuestros servicios tanto a Paipa Duitama y Sogamoso, esperamos una buena acogida en la prestación del mismo a los departamentos que así lo requieren.

Gracias a todos los analices de las matrices Dofa, Mefi, Mefe y pestel verificamos que se puede llevar una organización de la organización en general además con los estados financieros presentado se observa un gran crecimiento a lo largo de 5 años, saldando las deudas de inversión que se adquirieron para el inicio o la inversión para la ejecución del proyecto.

De acuerdo a la inversión se proyecta un transcurso entre 3 a 5 años para recuperar y obtener mayor ganancia abriéndonos a otros municipios y departamentos.

Se aplicaron todos los temas de administración con la ayuda del tutor y los lineamientos presentados por la universidad Santo Tomas de Tunja, se manejaron normas APA.

Finalmente fue de mucho agrado la elaboración y la presentación de este plan de negocios porque adquirí varios conocimientos y afiance muchos de ellos, espero cuando ya tenga mi perfil profesional llevar a cabo esta idea innovador y rentable.

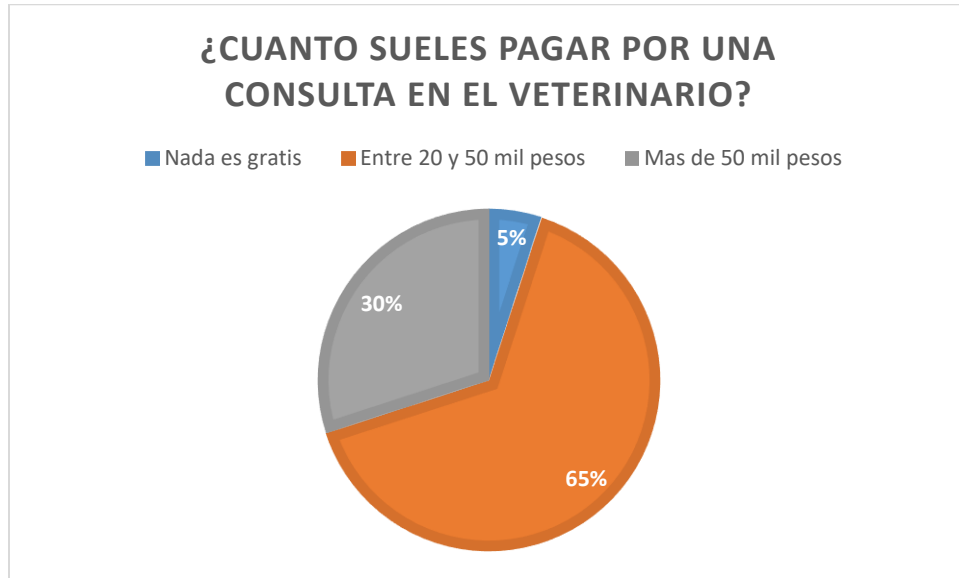
23. BIBLIOGRAFIA

- Fernando A. Descubre la importancia de las mascotas en la vida humana (05 de octubre de 2016), URL <http://www.24horas.cl/tendencias/mascotas/descubre-la-importancia-de-las-mascotas-en-la-vida-humana-2153400#>
- Artículo patrocinado, Linio. (2018, 26 de enero). Cada vez son más los colombianos que tienen mascota. El Tiempo.com
- Fundación Affinity. (2018) Las razones detrás del abandono de una mascota Del sitio web: <http://www.fundacion-affinity.org/>.
- Raúl, A.F. (2016 17 de junio). Mascotas en Colombia: cariño con millones. Dinero.com
- RCN Radio. (11 de noviembre de 2015), Mercado de las mascotas crecerá el 15% este año, prevén gremios. Del sitio web <https://www.rcnradio.com>.
- Marce G. (14 de agosto de 2017). 10 Señales de estrés en el perro, del sitio web: <https://www.expertoanimal.com/>.
- Secretaria distrital de salud, 1991. Resolución 2190 de 1991. Recuperado de: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=662>
- 41. Superintendencia de sociedades. (2014). Instructivo de limpieza y desinfección de tanques de agua potable. Bogotá-Colombia. Recuperado de: https://www.supersociedades.gov.co/nuestra_entidad/Planeacion/SistemaIntegradode%20Gestion/Documentos%20Infraestructura%20Fisica/Documentos/GINF-I002%20Desefincci%C3%B3n%20Lavado%20de%20tanques.pdf
- 42. Vetesoft. (2018). Software veterinario. Recuperado de: <http://vetesoft.org/>

- Despliegue de la función calidad (QFD): Guía de uso, para qué sirve el QFD y como realizarlo (2012) pdcahome Link. <https://www.pdcahome.com/1932/qfd-despliegue-calidad/>
- Siete estrategias para lograr más y mejor RSE en las organizaciones (2012) Diario responsable Link. <https://diarioresponsable.com/opinion/15788-7-estrategias-para-lograr-mas-y-mejor-rse-en-las-organizaciones->
- PLAN DE NEGOCIOS PARA EL DESARROLLO DE APLICACION MÓVIL PARA AMANTES DE MASCOTAS EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ(2018) Link. https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/6387/1/2018_Desarrollo_Aplicacion_Mascotas.pdf.
- REDVET. Revista Electrónica de Veterinaria, Vol. VI, N.º 6, junio 2005. Link: REDVET. Revista Electrónica de Veterinaria, Vol. VI, N.º 6, junio 2005.
- Fernando Álvarez (2016) Secretario General del Colegio Médico Veterinario de Chile).
- Los Peluqueros Caninos en 2x3 cuestan Blog ¿Cuánto Cuesta un Peluquero Canino?; Nov 27, 2020 Link: <https://www.2x3.cl/p/precios-peluquero>.
- ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SPA PARA MASCOTAS CANINOS Y FELINOS EN LA COMUNA 17 DE LA CIUDAD SANTIAGO DE CALI. (2016) Link. </bitstream/handle/20.500.12237/388/FUCLG0015958.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- KALAU. Marketing para Clínicas Veterinarias: 5 Estrategias (2017).Link: <https://blog.kolau.com/marketing-para-clinicas-veterinarias/>

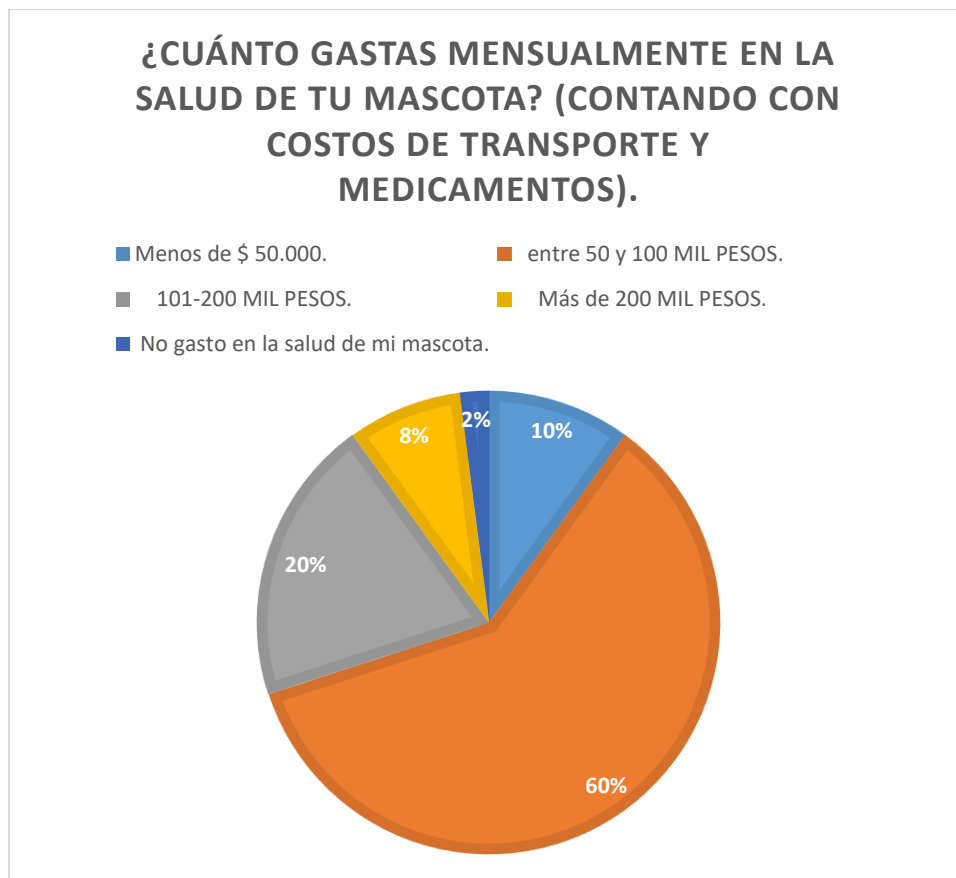
24. ANEXOS

ANEXO A ANÁLISIS DE ENCUESTA



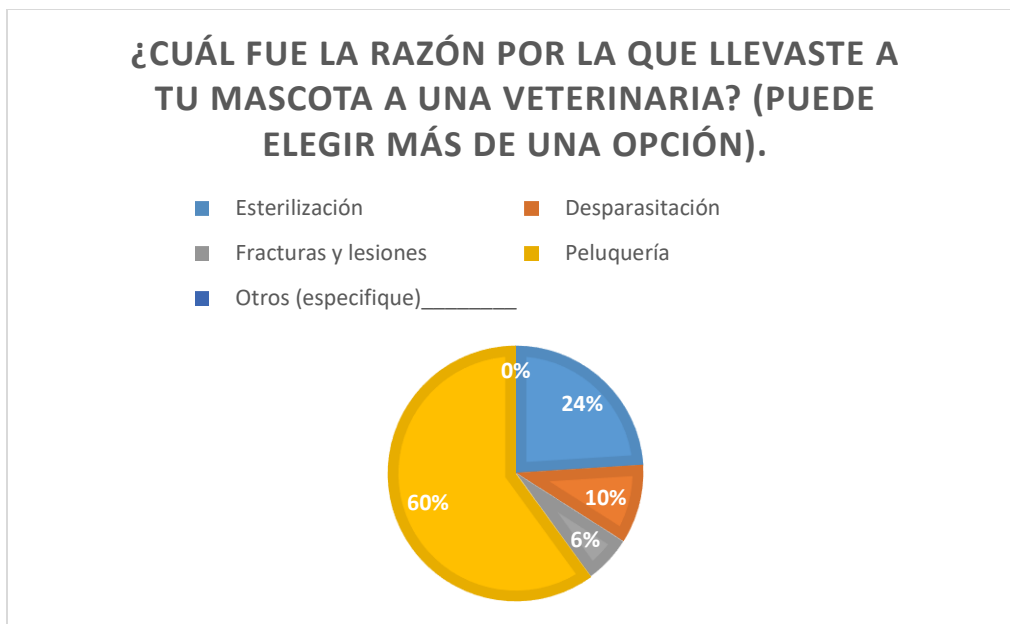
Fuente: encuesta aplicada a ciudadanos de la ciudad de Tunja.

Para la elaboración de la presente idea de negocio se realizó una encuesta con el fin de determinar la demanda actual cuanto están las familias dispuestas a invertir en sus mascotas en la ciudad de Tunja, ya que sería el primer negocio con servicio diferenciador de baño y spa a domicilio para caninos. La mayoría de encuestados corresponde a familias de la capital con mascotas caninas. Se puede observar que 65% de las familias encuestadas suelen gastar una consulta en el veterinario entre 20.00 mil y 50.00 mil pesos.



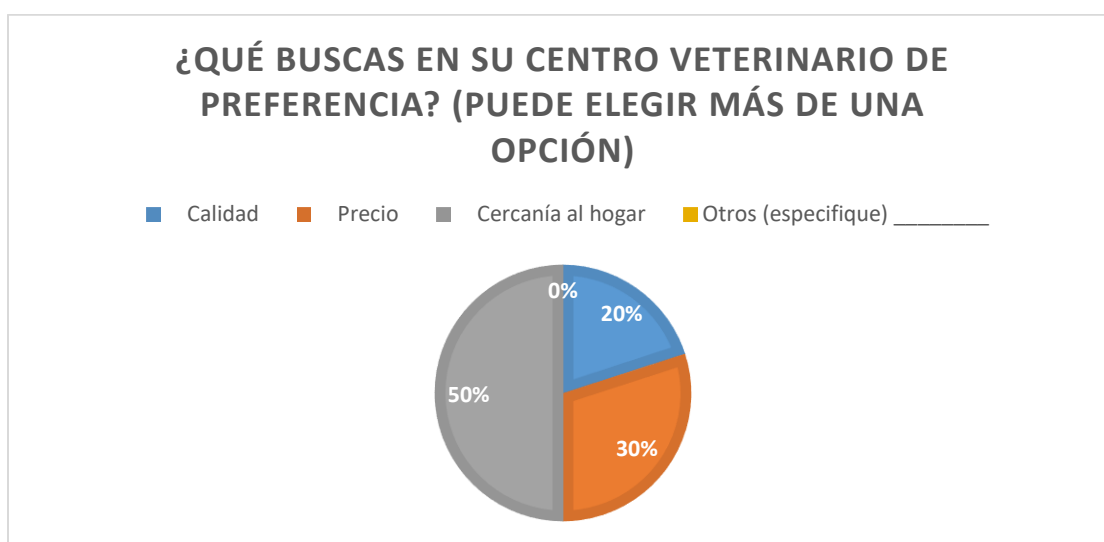
Fuente: encuesta aplicada a ciudadanos de la ciudad de Tunja.

Para la siguiente pregunta encuestamos a las cabezas de hogar que corresponden los gastos de sus mascotas cuanto estaban dispuestos a pagar no solo por verificar el estado de salud de su mascota si no también todo lo que conlleva y la mayoría con un 60% responde que entre 50.00 mil pesos y 100.00 mil pesos esto porque detallaron ser mas que su mascota parte importante de la familia. Por el contrario, solo un 2% respondió que no gastaba en la salud de su mascota debido a que ellos mismo consultaban y revisaban el estado de su mascota.



Fuente: encuesta aplicada a ciudadanos de la ciudad de Tunja.

Para esta parte de la encuesta se le realizó a parejas o compañeros de vivienda tales como estudiantes o relaciones de noviazgo donde la mayoría de ellos con un 60 % constaron que la parte más importante para llevar a la mascota a la veterinaria es la peluquería y su respectivo baño.



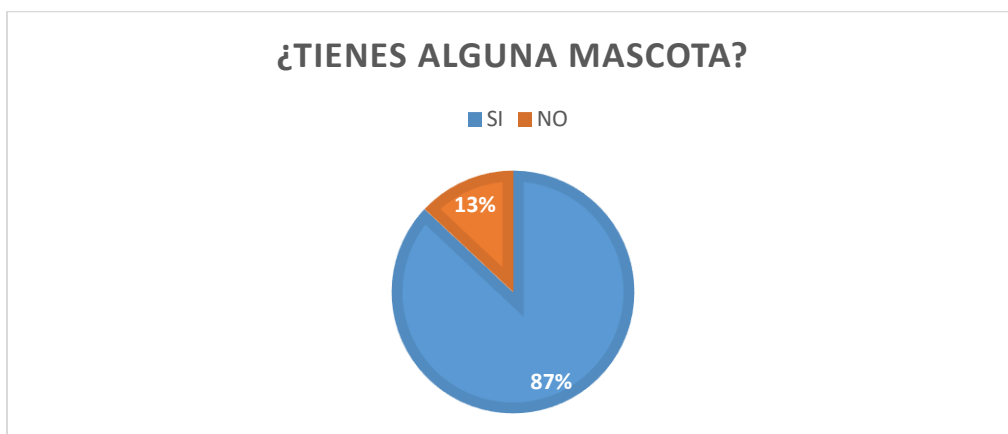
Fuente: encuesta aplicada a ciudadanos de la ciudad de Tunja.

En esta fase de la encuesta encontramos un 50% en los estratos alto de Tunja donde para ellos es mas conveniente tener una veterinaria en la cercanía de su hogar pasa a segundo plano con un 30% el precio y un 20% su calidad ya que se enfocan en el servicio al cliente en su primera visita al veterinario y el trato hacia su mascota.



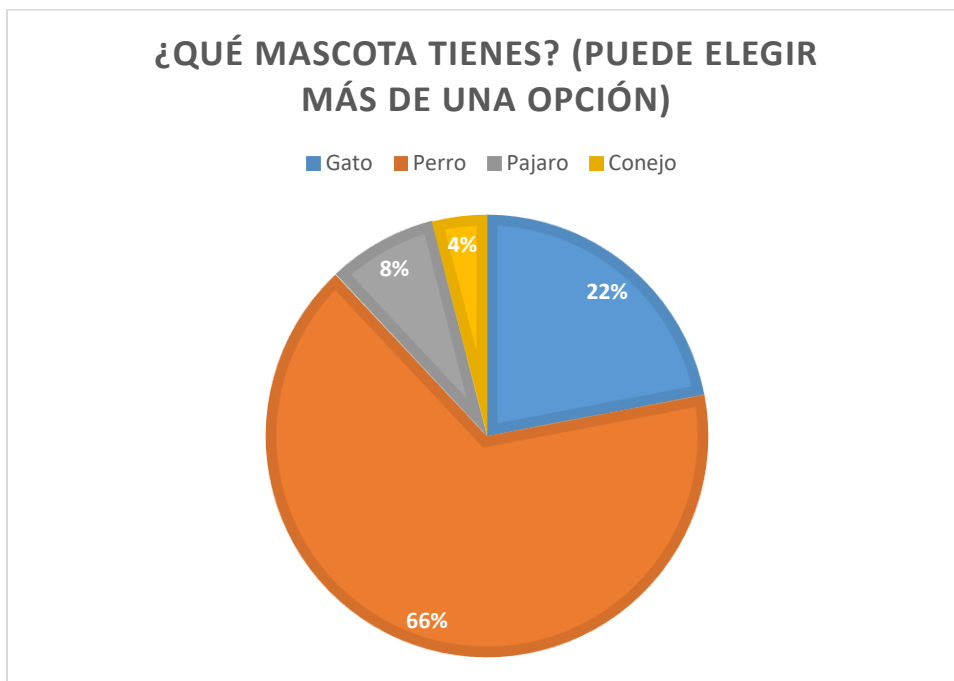
Fuente: encuesta aplicada a ciudadanos de la ciudad de Tunja.

En este mismo caso las familias de los estratos más altos de la capital boyacense escogieron por definitivamente cambiarse a un mejor servicio sin moverse de su casa y exponer a su mascota.



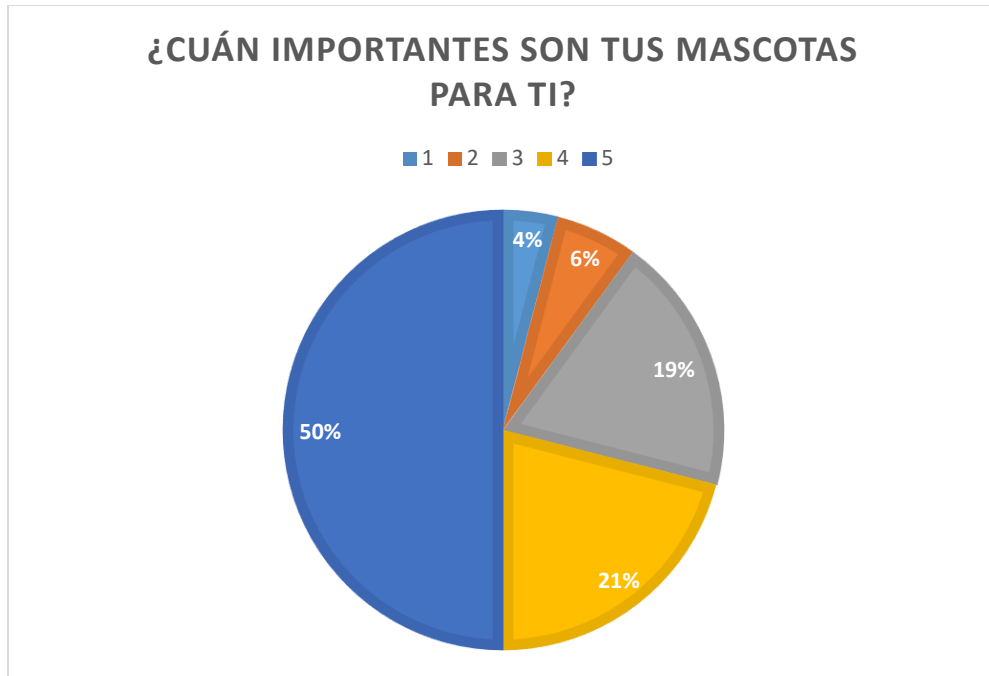
Fuente: encuesta aplicada a ciudadanos de la ciudad de Tunja.

En esta parte de la encuesta nos dirigimos a habitantes del centro de Tunja con la pregunta si tenían mascota sin importar cual y la mayoría de ellas con un 87% respondieron que sí.



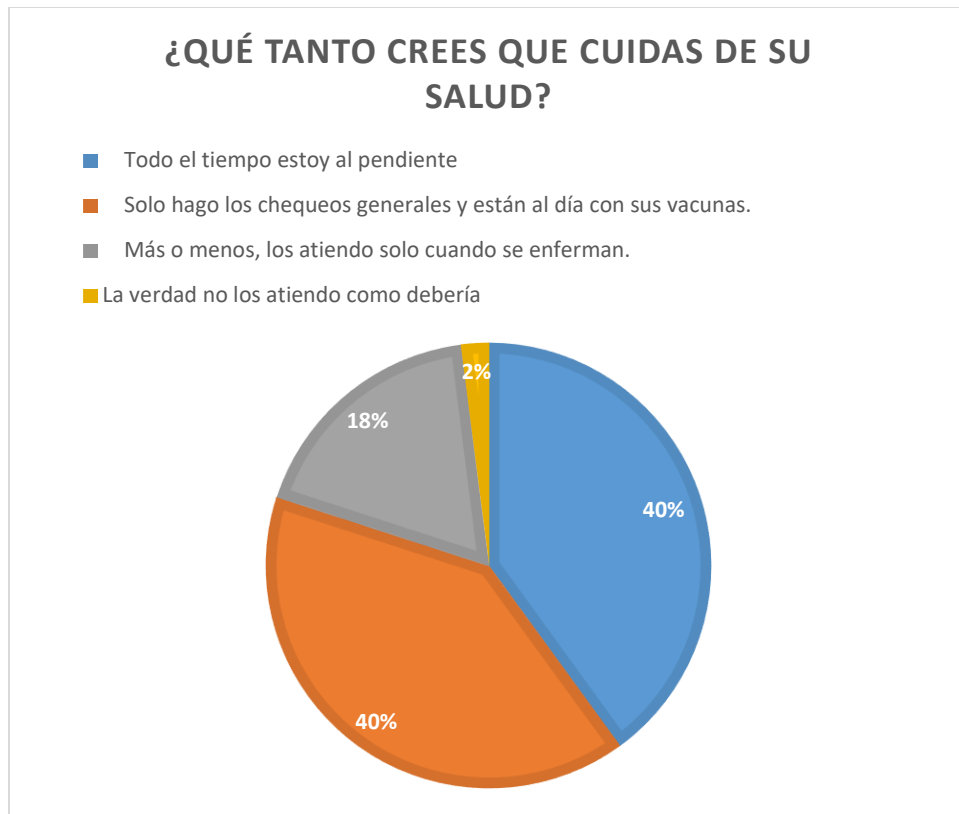
Fuente: encuesta aplicada a ciudadanos de la ciudad de Tunja.

Por este otro lado retomamos el mismo sector del centro de Tunja y decidimos acercarnos a las personas que caminaban y preguntarles qué tipo de mascota tenían a lo cual la mayoría de ella con un 66% dijeron tener un perro esto sin importa raza, tamaño o cantidad



Fuente: encuesta aplicada a ciudadanos de la ciudad de Tunja.

A estas mismas personas de la pregunta anterior le preguntamos qué tan importante era su mascota a lo cual respondían muy contentos de que fueran parte de la familia y un ser muy especial cariñoso y amigable con el ser humano a pesar del daño y maltrato que sufren por algunos. Así que un 50% dijeron tener un ser muy importante en la casa, para algunos como un hijo.

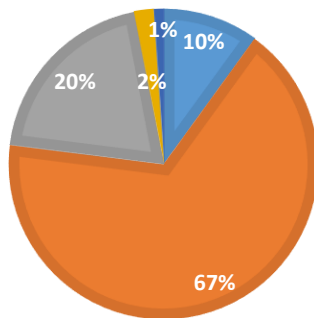


Fuente: encuesta aplicada a ciudadanos de la ciudad de Tunja.

Para esta sección de preguntas se les pregunto a familias con mascota en especial perros cuanto creía que cuidaba la salud de su mascota a lo que un 40 % respondieron estar pendientes de lo necesario si así lo ven necesario o si así lo exige la mascota mientras que el otro 40% en todo momento se encuentra pendiente de las mascotas así no presente síntomas de ninguna índole.

¿CON QUÉ FRECUENCIA REQUIERES EL SERVICIO DE UNA VETERINARIA?

- Cada semana
- Mensualmente
- C/ 2 a 4 meses
- Una vez al año
- No llevo a mis mascotas al veterinario

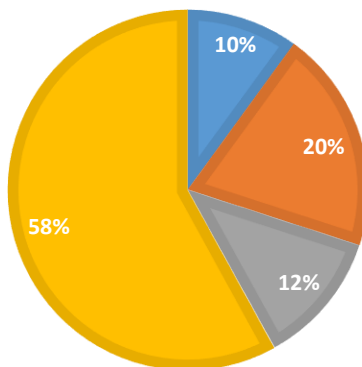


Fuente: encuesta aplicada a ciudadanos de la ciudad de Tunja.

Para el mismo rango de familias anteriormente encuestadas es de suma importancia llevar a su perro a la veterinaria una o más si así lo ven pertinente llevar a la veterinaria con un 67%

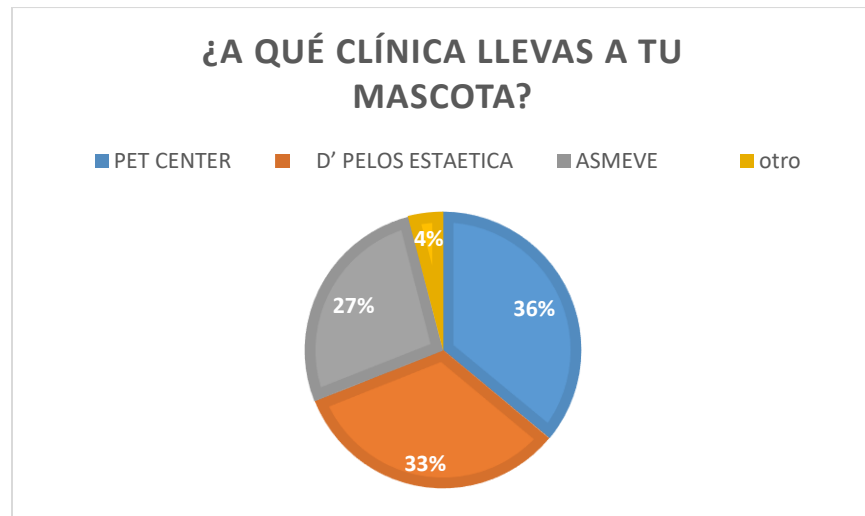
¿EN CUÁL PERIODO DE LA SEMANA PUEDES LLEVAR A TU MASCOTA AL VETERINARIO?

- Lunes a viernes en las mañanas
- Lunes a viernes en las tardes
- Lunes a viernes en las noches
- Fines de semana



Fuente: encuesta aplicada a ciudadanos de la ciudad de Tunja.

Para las parejas encuestadas en esta pregunta de ellas un 58 % respondieron que es más fácil y asequible llevar a la mascota al veterinario o baño canino los fines de semana esto por tiempo y trabajo de cada uno.



Fuente: encuesta aplicada a ciudadanos de la ciudad de Tunja.

Respecto a lo anterior encuestado estas mismas personas deciden llevar a su mascota no solo al más cercano o central de la ciudad si no también al más conocido este con un 36% ya que muchos manifestaron tener los precios asequibles y un servicio para cualquier tipo de canino sin importar su raza.

ANEXO B. FORMULARIO DE REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL Y SOCIAL RUES

CREACIÓN EMPRESA SPA MOVIL DOG TOR MOTAS



FORMULARIO DEL REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL Y SOCIAL RUES

HOJA 1



Oiligencie a máquina o letra imprenta los datos. No se admiten tachones ni enmendaduras. En los términos del artículo 186 del Decreto 019 de 2012 y 33 del Código de Comercio, cualquier modificación de la información reportada debe ser actualizada. En los términos del artículo 36 del Código de Comercio, la Cámara de Comercio podrá solicitar información adicional. Autorizo el uso y divulgación de toda la información contenida en este formulario y sus anexos, para los fines propios de los registros públicos y su publicidad.

Para uso exclusivo de la Cámara de Comercio
Código Cámara y Fecha Radicación

INFORMACIÓN DEL REGISTRO		
REGISTRO MERCANTIL / VENDEDORES DE JUEGOS DE SUERTE Y AZAR / SOCIEDAD CIVIL MATRÍCULA / INSCRIPCIÓN ☐ RENOVACIÓN ☐ TRASLADO DE DOMICILIO ☐ AJUSTE DE INFORMACIÓN FINANCIERA ☐ No. MATRÍCULA / INSCRIPCIÓN AÑO QUE RENUEVA TIPO GENERAL DE ORGANIZACIÓN (Revisar las instrucciones del formulario RUES) ☐ TIPO ESPECÍFICO DE ORGANIZACIÓN (Revisar las instrucciones del formulario RUES) ☐ CONDICIÓN SOCIEDAD ESC (Marque X sólo si la persona jurídica cumple esta condición) ☐	REGISTRO ENTIDADES SIN ÁNIMO DE LUCRO / ECONOMÍA SOLIDARIA / VEEDURÍAS CIUDADANAS / ONG'S EXTRANJERAS INSCRIPCIÓN ☐ RENOVACIÓN ☐ TRASLADO DE DOMICILIO ☐ AJUSTE DE INFORMACIÓN FINANCIERA ☐ N° INSCRIPCIÓN AÑO QUE RENUEVA	REGISTRO ÚNICO DE PROPONENTES INSCRIPCIÓN ☐ ACTUALIZACIÓN ☐ RENOVACIÓN ☐ CANCELACIÓN ☐ ACTUALIZACIÓN POR TRASLADO DE DOMICILIO. INDIQUE LA CÁMARA DE COMERCIO ANTERIOR N° INSCRIPCIÓN
IDENTIFICACIÓN		
Persona Jurídica RAZÓN SOCIAL SIGLA Personas Naturales PRIMER APELLIDO SEGUNDO APELLIDO PRIMER NOMBRE SEGUNDO NOMBRE GÉNERO F ☐ H ☐ NIT DV IDENTIFICACIÓN N° FECHA DE EXPEDICIÓN LUGAR DE EXPEDICIÓN TIPO PASAPORTE ☐ PAS ☐ No. IDENTIFICACIÓN TRIBUTARIA EN EL PAÍS DE ORIGEN PVS ORIGEN No. IDENTIFICACIÓN TRIBUTARIA SOCIEDAD O P NATURAL DEL EXTRANJERO CON EP (Extranjeros Personales)		
UBICACIÓN Y DATOS GENERALES		
INFORMACIÓN GENERAL DIRECCIÓN DE DOMICILIO PRINCIPAL ZONA: URBANA ☐ RURAL ☐ CÓDIGO POSTAL UBICACIÓN: LOCAL OFICINA LOCAL Y OFICINA FÁBRICA VIVIENDA FINCA MUNICIPIO DEPARTAMENTO LOCALIDAD-BARRIO-VEREDA-CORREGIMIENTO PAÍS TELÉFONO 1 (igual al reportado en el formulario del Registro Único Tributario DAN-Gedite 44) TELÉFONO 2 TELÉFONO 3 CORREO ELECTRÓNICO (Obligatorio)		
INFORMACIÓN PARA NOTIFICACIÓN JUDICIAL Y ADMINISTRATIVA DIRECCIÓN PARA NOTIFICACIÓN JUDICIAL ZONA: URBANA ☐ RURAL ☐ CÓDIGO POSTAL MUNICIPIO DEPARTAMENTO LOCALIDAD-BARRIO-VEREDA-CORREGIMIENTO PAÍS TELÉFONO 1 TELÉFONO 2 TELÉFONO 3 CORREO ELECTRÓNICO (Obligatorio)		
LA SEDE ADMINISTRATIVA ES: PROPIA ☐ ARRENDADO ☐ COMODATO ☐ PRÉSTAMO ☐ De conformidad con lo establecido en el artículo 67 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, autorizo para que me notifiquen personalmente a través del correo electrónico aquí especificado: SI ☐ NO ☐		
ACTIVIDADES ECONÓMICAS		
Indique una clasificación principal y máximo tres clasificaciones secundarias, tomadas del sistema de clasificación industrial internacional uniforme (CIIU) INDIQUE EL CÓDIGO SHD SOLO SI SU ACTIVIDAD ECONÓMICA LA DESARROLLA EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ D.C. ACTIVIDAD PRINCIPAL CIIU 1: CLASE SHD ☐ ACTIVIDAD SECUNDARIA CIIU 2: CLASE SHD ☐ OTRAS ACTIVIDADES CIIU 3 Y CIIU 4: CLASE SHD ☐ CLASE SHD ☐ FECHA DE INICIO ACTIVIDAD PRIMARIA FECHA DE INICIO ACTIVIDAD SECUNDARIA IMPORTADOR ☐ EXPORTADOR ☐ USUARIO ADUANERO ☐ DESCRIBA DE MANERA BREVE O RESUMIDA SU ACTIVIDAD ECONÓMICA - PARA PERSONAS NATURALES (Máximo 1.000 caracteres) Indique a continuación el código CIIU por el cual percibió mayores ingresos por actividad ordinaria en el periodo: CLASE SHD ☐		

Fecha: 2020/08/10 09:14:15

ANEXO C. FORMULARIO DE REGISTRO DE MARCAS Y LEMAS COMERCIALES

	Espacio reservado para el adhesivo de radicación
---	--

**DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS
REGISTRO DE MARCAS Y LEMAS COMERCIALES**

Marca de: ☐ Producto ☐ Servicio ☐ Colectiva ☐ De certificación ☐ Lema comercial

☐ *Derecho preferente al registro – Artículo 168 Decisión 486*

1. DATOS DEL SOLICITANTE ☐ Persona natural ☐ Persona Jurídica

Apellido(s): (trátandose sólo de persona natural:)	Nombre(s): (trátandose sólo de persona natural)

Designación oficial completa de la entidad/nombre social: (diligenciar tratándose de persona jurídica)
Nombre del representante legal _____

Documento de identificación: ☐ C.C. ☐ C.E. ☐ NIT ☐ Otro _____
Número de identificación: _____

Nacionalidad del solicitante/Pais de Constitución	Dirección del solicitante	
	Pais _____ Ciudad _____	
Correo electrónico	No. Fax	Número telefónico

Tipo de empresa: ☐ Micro ☐ Pequeña ☐ Mediana ☐ Otra: _____
(Indique que tipo)

2. DATOS DEL APODERADO. ☐ Representante Legal ☐ Apoderado

Apellido(s) y nombre(s)	No. Documento identidad:	No. profesional: Tarjeta
Dirección para envío de correspondencia	Correo electrónico	
Pais	No. Telefónico	
Estado - Ciudad	No. Fax	
Número de Radicación o Protocolo de poder general _____		

3. SIGNO A REGISTRAR.

Tipo de marca: <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> ☐ Nominativa ☐ Mixta ☐ Tridimensional </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> ☐ Figurativa ☐ Sonora ☐ Olfativa ☐ Otras </td> </tr> </table> Denominación del signo a registrar	☐ Nominativa ☐ Mixta ☐ Tridimensional	☐ Figurativa ☐ Sonora ☐ Olfativa ☐ Otras	REPRODUCCIÓN DE LA MARCA MIXTA, FIGURATIVA O TRIDIMENSIONAL 8 X 8
☐ Nominativa ☐ Mixta ☐ Tridimensional	☐ Figurativa ☐ Sonora ☐ Olfativa ☐ Otras		

Marca asociada (diligencie este espacio sólo si se trata de una solicitud de registro de lema):

¿El solicitante desea que la Oficina registre y publique la marca en los caracteres estándar utilizados por ésta? ☐ SI ☐ NO En caso negativo indique el tipo de letra	¿El solicitante reivindica el color como característica distintiva de la marca? ☐ SI ☐ NO En caso afirmativo, por favor relaciónelo (s) a continuación:
--	--

Transliteración de la marca:	Traducción de la marca:
------------------------------	-------------------------

4. REVINDICACIONES.

Prioridad por solicitud anterior: No. de la solicitud cuya prioridad se reivindica País de origen: Fecha de Presentación:	Prioridad de exposiciones: No. de la solicitud cuya prioridad se reivindica Nombre de la exposición: Lugar de Celebración: Fecha de presentación:
Si hay más de una prioridad relaciónela en documento anexo	

5. PRODUCTOS Y/O SERVICIOS. (En caso de estar comprendidos en diferentes clases, agrupar de acuerdo con la Clasificación Internacional de Niza, precedido del grupo de la clase a la que corresponda, de menor a mayor).

Clase	Productos y/o servicios

NOTA: Si el espacio anterior no es suficiente, por favor relacione los productos y/o servicios solicitados en hoja anexa, siguiendo las instrucciones del punto 5 o utilizar un formulario sustancialmente igual a este, teniendo en cuenta que usted puede ampliar la tabla.

6. ANEXOS.

- ☐ Comprobante de pago de la tasa para la presentación de la solicitud No. _____ Fecha: _____
- ☐ Comprobante de pago de la tasa por concepto de reivindicación de prioridad No. _____
- ☐ Poder, si fuere el caso con el que se acredita la representación _____
- ☐ Artes finales 8 X 8 cm (1 ejemplar adicional al inserto en el formulario)
- ☐ Copia certificada de la solicitud cuya prioridad se reivindica _____
- ☐ La copia certificada de la solicitud cuya prioridad se reivindica se allegará dentro de los tres meses siguientes a la fecha de la presente solicitud
- ☐ Traducciones simples de la primera solicitud si se reivindica prioridad
- ☐ Certificado de registro en el caso del artículo 6quinques del Convenio de París
- ☐ Arte con las dimensiones especificadas de la marca Tridimensional
- ☐ Anexo con clasificación de productos y/o servicios (en caso de necesitar más espacio de conformidad con el núm. 5)
- ☐ Formulario de reducción de tasas a solicitud de registro para microempresas
- ☐ Copia de la solicitud y sus anexos en medios magnéticos.

7. SOLICITUD DE CONCESIÓN DE REGISTRO ANTES DE SEIS (6) MESES.

☐ En virtud del numeral 4 del artículo 91 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo (Ley 1437 de 2011), solicito la concesión del registro del signo distintivo solicitado en un plazo no mayor a seis (6) meses, contados desde la fecha de presentación de esta solicitud, condicionando su ejecutoriedad a que no se presenten solicitudes de registro de signos distintivos que reivindiquen prioridad de conformidad con el artículo 4 del Convenio de París y el artículo 9 de la Decisión 486 de 2000 de la Comisión de la Comunidad Andina, si el registro de este signo afectara indebidamente el de aquellos, por cuanto acepto que de presentarse la circunstancia de reivindicación de prioridad arriba indicada se habrá cumplido la condición resolutoria y la Superintendencia deberá declarar la pérdida de fuerza ejecutoria o decaimiento del acto administrativo de concesión del registro.

8. FIRMA.

Nombre del Firmante	Firma
C.C	Tarjeta Profesional