

Centro Veterinario AleVet

Trabajo de grado para optar por título de Médico Veterinario

Yinneth Alexandra Roldán Patiño

**Asesor
Luz Marina Roldán
Médica Veterinaria Zootecnista
Magister en Innovación en Agronegocios**

**Unilasallista Corporación Universitaria
Facultad de Ciencias Agropecuarias
Programa de Medicina Veterinaria
Caldas-Antioquia
2021**

Contenido

Resumen	9
Introducción	10
Resumen ejecutivo	11
Nombre comercial.....	11
Descripción.....	11
Localización y/o ubicación	11
Presentación del emprendedor	12
Potencial de mercado en cifras.....	13
Proyecciones de ventas y rentabilidad	15
Ventaja competitiva y propuesta de valor.....	17
Inversiones requeridas.....	18
Investigación de mercados	33
Análisis del sector	33
Análisis del mercado.....	35
Mercado objetivo:	35
Justificación de dicho mercado:.....	35
Consumo aparente:.....	36
Análisis del Consumidor / Cliente:.....	37
Análisis de la competencia.....	38
Concepto del negocio-función empresarial.....	42
Objetivos del Centro Veterinario.....	42
General.....	42
Específicos	42
Objetivos del proyecto	43
General.....	43
Específicos	43
Matriz DOFA.....	44
Análisis MECA	45
<i>*Mantener fortalezas:</i>	45
<i>*Explorar oportunidades:</i>	46
<i>*Corregir debilidades:</i>	46
<i>*Afrontar amenazas:</i>	46

Misión.....	47
Visión	47
Estrategia de mercadeo	48
Descripción del servicio.....	48
Consulta general:.....	48
Radiografía:	48
Ecografía:.....	49
Electrocardiograma:.....	49
Exámenes de sangre:	49
Esterilización-castración:	50
Hospitalización:.....	50
Vacunación y desparasitación:	51
Inyectología:.....	51
Salud en casa:.....	51
Servicio de baño:	52
Servicio de peluquería:.....	52
Masoterapia:.....	53
Descripción del producto	53
Mezcla de marketing	54
Estrategia de Producto.....	54
Estrategia de Distribución	54
Estrategia de Precios.....	55
Estrategia de Promoción	57
Estrategia de Comunicación.....	57
Estrategia de Servicio.....	57
Estrategia de comunicación externa	58
Relaciones con Clientes.....	58
Estrategia de gestión de relaciones.....	58
Tipo de relaciones que esperan los clientes para mantener vínculos con la empresa	59
Mecanismos para dar a conocer la propuesta de valor.....	59
Cómo llegar a los clientes y conquistarlos.....	60
Integración e los canales	60

Logo.....	61
Estrategia Web y tecnologías de la información	61
Estrategia de uso de redes sociales y estrategia de difusión página web	62
Análisis técnico - operativo.....	63
Características sensoriales.....	63
Microbiológicas.....	63
Fisicoquímicas.....	63
Condiciones de almacenamiento	64
Condiciones de distribución.....	64
Estado de desarrollo del producto o servicio: etapa en la que se encuentra el producto o servicio.....	64
Innovación	65
Flujograma de subcontratación	66
Descripción de procesos y procedimientos: flujos de procesos	68
<i>Diagrama de flujo del servicio: (Procedimiento veterinario, quirúrgico, toma de muestras, consulta general, vacunación):</i>	69
Tecnología requerida: descripción de equipos y máquinas, capacidad instalada, mantenimiento.	70
Situación tecnológica de la empresa: necesidades técnicas y tecnológicas	72
Localización y tamaño.....	72
Plano de las instalaciones.....	73
Definición de las necesidades y características de personal requerido	74
Presupuesto de producción.....	74
Presupuesto diario de producción.....	75
Plan de producción	76
Análisis de costos de producción.....	76
Análisis de costos directos.....	76
Análisis Costos indirectos	78
Identificación de proveedores; capacidad de atención de pedidos; importancia relativa de los proveedores; pago a proveedores planeación de compras	81
Control de calidad: Procesos de control de calidad requeridos por la empresa, control de calidad a las compras, implementación y seguimiento a normas de calidad establecidas, plan de control de calidad.....	84
Normatividad ICA Aplicable al Registro de Medicamentos y Biológicos Uso Veterinario	85

Análisis administrativo y organizacional	87
Grupo emprendedor	87
Estructura organizacional.....	87
Gastos de administración y nómina (incluir parafiscales, tener en cuenta).....	88
Constitución de la Empresa	90
Impacto del proyecto	91
Impacto ambiental del proyecto.....	91
Impacto económico y social para la comunidad	91
Registros licencias y leyes regulatorias.....	93
Legislación vigente que regule la actividad económica	93
Gastos de constitución	94
Normas Política de distribución de utilidades	95
Módulo financiero	96
Estados financieros proyectados y flujo de caja	96
Conclusiones	110
Referencias.....	112

Lista de tablas

Tabla 1. Proyección ventas a 5 años en miles de pesos.....	15
Tabla 2. Proyección ventas a 5 años en cantidades.....	16
Tabla 3. Maquinaria-equipos.....	19
Tabla 4. Medicamentos-productos higiene.....	21
Tabla 5. Insumos.....	24
Tabla 6. Alimentación.....	29
Tabla 7. Juguetes, accesorios y elementos para bienestar.....	31
Tabla 8. Tasas de crecimiento anual.....	34
Tabla 9. Análisis de la competencia.....	39
Tabla 10. Matriz DOFA.....	44
Tabla 11. Gastos promedio mensuales Alevet.....	55
Tabla 12. Servicios y precios de venta Alevet.....	56
Tabla 13. Punto de equilibrio servicios Alevet.....	56
Tabla 14. Equipos y maquinaria.....	70
Tabla 15. Presupuesto diario.....	75
Tabla 16. Costos directos diarios.....	78
Tabla 17. Costos por unidad de servicio.....	78
Tabla 18. Costos indirectos anuales.....	79
Tabla 19. Costos indirectos mensuales.....	80
Tabla 20. Costos indirectos diarios.....	81
Tabla 21. Lista de proveedores.....	83
Tabla 22. Nomina Alevet.....	88
Tabla 23. Prestaciones sociales y aportes parafiscales Alevet.....	88
Tabla 24. Seguridad social Alevet.....	88
Tabla 25. Estado de situación financiera proyectado.....	95
Tabla 26. Estado de resultados integral proyectado.....	95

Tabla 27. Proyección flujo de caja a 5 años.....	96
Tabla 28. Preoperativos Alevet.....	97
Tabla 29. Inventario inicial Alevet.....	98
Tabla 30. Relación de activos no corrientes.....	100
Tabla 31. Muebles y enseres Alevet.....	100
Tabla 32. Equipos de cómputo, comunicación y equipos de transporte terrestre.....	101
Tabla 33. Depreciaciones.....	101
Tabla 34. Variables macroeconómicas.....	102
Tabla 35. Criterios de decisión y de factibilidad.....	102
Tabla 36. Valor actualizado neto y tasa interna de retorno.....	103
Tabla 37. Indicadores financieros proyectados.....	104

Lista de ilustraciones

Ilustración 1. Laureles – Estadio, división barrial.....	12
Ilustración 2. Proyecciones ventas a 5 años en pesos.....	16
Ilustración 3. Proyección ventas cantidades a cinco años.....	17
Ilustración 4. Logo AleVet.....	61
Ilustración 5. Flujograma de contratación.....	67
Ilustración 6. Flujograma producto.....	68
Ilustración 7. Flujograma servicios.....	69
Ilustración 8. Diagrama consulta a domicilio.....	70
Ilustración 9. Plano instalaciones primer piso.....	73
Ilustración 10. Plano instalaciones segundo piso.....	74
Ilustración 11. Diagrama estructura organizacional.....	87

Resumen

AleVet es un proyecto que está diseñado y se dedicará a prestar servicios relacionados con la salud animal, además de la venta de diversos productos para mascotas, esto mediante la creación de un centro veterinario enfocado en la salud, bienestar y confort de las especies animales domésticas, mediante el conocimiento, capacitación y experiencia del personal médico veterinario, que contribuya a la resolución de problemas que afectan la salud animal y, por ende, la salud pública. La manera de llevar a cabo este proyecto es realizar un estudio de mercado comercial, financiero, económico y legal de un centro veterinario, teniendo en cuenta la metodología de plan de negocio, donde se puedan aplicar los conocimientos adquiridos.

Palabras clave: Salud animal, bienestar, servicios, patologías, necesidad.

Introducción

AleVet es un proyecto de empresa que se dedicará a la prestación de servicios en salud animal y venta de diversos productos para mascotas.

Se resaltan aspectos importantes y significativos, partiendo de la formulación y definición del problema existente en la población, de ahí es donde nace la implementación de este proyecto; un estudio de mercado, el cual define los posibles clientes, tamaño, localización y aceptación del centro veterinario; un plan de negocios, el cual resume esta oportunidad en el mercado definiendo como se aprovechará y explotará esta idea de negocio.

Resumen ejecutivo

Nombre comercial

AleVet

Descripción

Alevet será un centro veterinario ubicado en la comuna 11 Laureles-Estadio, específicamente en el barrio San Joaquín, que buscará dar atención a la población del barrio y sus alrededores. Será un centro veterinario que busca brindar prestación de servicios en salud animal y venta de diversos productos para mascotas.

AleVet prestará servicios de consulta, farmacia, pet shop, cirugía y peluquería, un lugar completo donde el propietario de cada animal pueda encontrar todo lo que necesita, se sienta a gusto, cercano a su lugar de vivienda, tenga comodidad y se satisfaga sus necesidades.

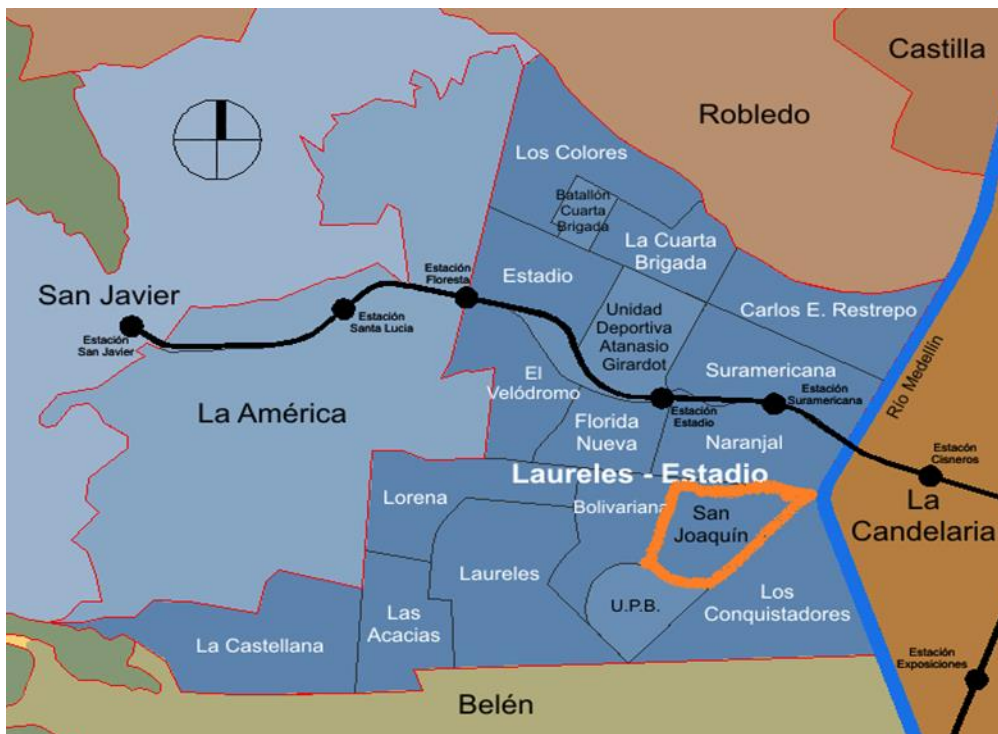
Localización y/o ubicación

La ubicación del centro veterinario AleVet será en la comuna 11, específicamente en el barrio San Joaquín de la ciudad de Medellín.

San Joaquín es un barrio que pertenece a la comuna # 11 Laureles-Estadio, ubicado en la zona centro-occidental. Es un barrio relativamente pequeño, rodeado de mucha zona comercial.

La comuna alberga, en su mayoría, población de estratos 3, 4 y 5 de la ciudad, y en el barrio San Joaquín hay dos características particulares; es habitado en su mayoría por personas de la tercera edad y hay un gran número de mascotas, lo que lo hace muy compatible con la idea de negocio.

Ilustración 1. Laureles – Estadio, división barrial.



Presentación del emprendedor

Yinneth Alexandra Roldán Patiño, estudiante de medicina veterinaria de último semestre de Unilasallista, desde pequeña he tenido cercanía y relación con los animales y el campo. Toda mi experiencia es la que he adquirido en estos años de estudio en la carrera en las diferentes materias vistas, los conocimientos que me han brindado los docentes, lo que he aprendido por mi parte al leer, buscar e investigar y lo que he puesto en práctica en las salidas de campo que se hicieron semestre a semestre, el aprendizaje adquirido en las horas de semiología realizadas en una Clínica Veterinaria. También tuve la posibilidad de realizar mi labor social en el zoológico, donde adquirí conocimiento y aprendí bastante sobre los animales, su comportamiento, necesidades y bienestar.

Soy una persona responsable, tolerante, sensible, solidaria, me gusta ayudar, me apasionan los animales y la naturaleza, soy honesta, justa, respetuosa, con carácter, comprometida, me gusta esforzarme, incluyente, humilde, generosa y empática.

Potencial de mercado en cifras

Sin duda alguna, en los últimos años las mascotas se han convertido en un integrante más de las familias colombianas, ya que las personas se han concientizado de la importancia de su cuidado y de su bienestar dentro y fuera del hogar, relacionando a esto algo evidente a la par con el bajo crecimiento poblacional y el descenso del número de hijos por cada hogar, haciendo más participe las mascotas en la vida del ser humano. Es por ello, que cada vez se crean más proyectos y emprendimientos enfocados en la atención de esta demanda que a su vez proyecta y visualiza la diversificación y ampliación de este mercado, ideando nuevas fuentes de negocio. La alimentación, el bienestar, la salud, el entrenamiento, los accesorios de las mascotas, servicios funerarios, etc son un mercado que va en ascenso y que su consumo ya no es un lujo, sino que se ha convertido en una necesidad equitativa a las del ser humano y por ende parte de la canasta familiar, no solo para los centros especializados sino obligando a la diversificación de los mercados actuales.

AleVet Centro Veterinario dedicado a la atención básica y especializada de las mascotas tendrá como mercado objetivo las familias con mascotas ubicadas en el Sector de Laureles-Estadio comuna 11 ubicada en la zona centro occidental, considerada como patrimonio urbano de la ciudad de Medellín, la cual alberga en su mayoría población de estratos 3, 4 y 5.

Se selecciona este segmento de mercado basados en el conocimiento del sector por parte de la emprendedora del proyecto, ya que reside allí desde hace 11 años. El estrato socioeconómico que predomina en Laureles Estadio es el 5 medio-alto con 25.840 de viviendas, estrato 4 medio que corresponde a 15.102, y 366 en el estrato 3, condiciones socioeconómicas que caracterizan a la totalidad de los barrios de esta comuna.

(Vivir en el poblado , 2015)

Barrios que conforman la Comuna 11 Laureles Estadio

- ✓ Carlos E. Restrepo
- ✓ Suramericana
- ✓ Naranjal
- ✓ San Joaquín
- ✓ Los Conquistadores
- ✓ Bolivariana
- ✓ Laureles
- ✓ Las Acacias
- ✓ La Castellana
- ✓ Lorena
- ✓ El Velódromo

- ✓ Estadio
- ✓ Los Colores
- ✓ Cuarta Brigada
- ✓ Florida Nueva

Proyecciones de ventas y rentabilidad

La proyección de ventas se realiza, con base en el estimado de gastos fijos que se tendrán de acuerdo al proyecto, debido a que es una empresa nueva que no tiene un histórico de ventas periódicas, esto para lograr mantener el punto de equilibrio necesario para el sostenimiento en el tiempo, a la rentabilidad esperada fijada de acuerdo al comportamiento del mercado y a los precios investigados en la competencia, tomando como referente los productos y servicios líderes que se ofrecerán inicialmente, siendo estos los principales en el consumo de los clientes potenciales.

Se definen entonces unas ventas esperadas proyectadas a cinco periodos anuales:

Tabla 1. Proyección ventas a 5 años en miles de pesos

**PROYECCION VENTAS A CINCO AÑOS
EN MILES DE PESOS**

X	Y	Y TREND
AÑO	CANTIDAD DE VENTAS	PROYECCION
2022	\$ 787,680,000.00	
2023	\$ 811,310,400.00	
2024		\$ 834,940,800.00
2025		\$ 858,571,200.00
2026		\$ 882,201,600.00

Ilustración 2. Proyecciones ventas a 5 años en pesos

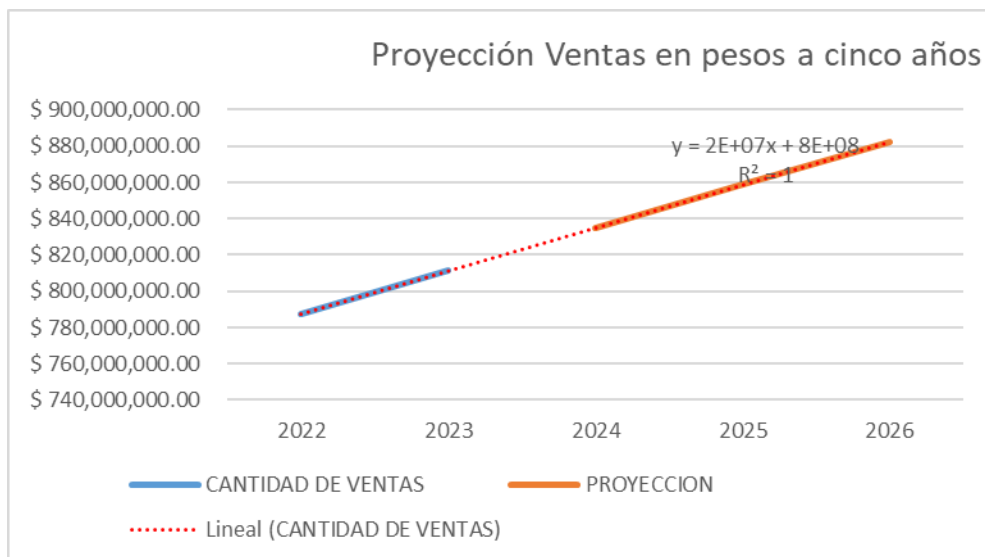
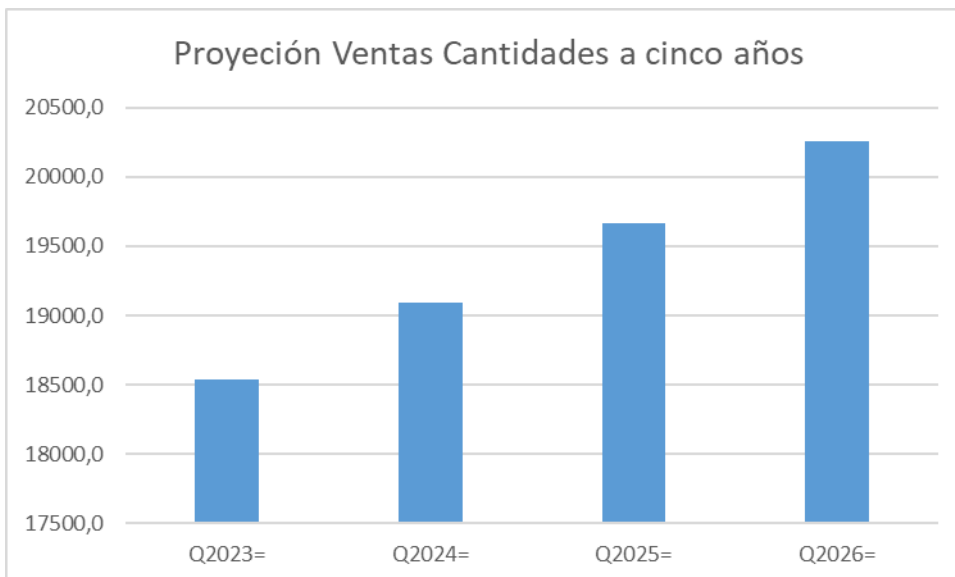


Tabla 2. Proyección ventas a 5 años en cantidades

PROYECCION VENTAS A CINCO AÑOS	
EN CANTIDADES	
QF=	$(1+i)^n$
Qi=	18000,00
i=	3%
Q2023=	18540,0
Q2024=	19096,2
Q2025=	19669,1
Q2026=	20259,2
INFLACION PROYECTADA 3% PROMEDIO	

Ilustración 3. Proyección ventas cantidades a cinco años



Se realizó la proyección de ventas estimada a 5 años a partir del año 2022, año de puesta en marcha del proyecto, igualmente esta medición permitió obtener información sobre las compras necesarias. Se hizo con base en un estimado de ventas tanto en cantidades como en pesos, que lograrán mantener a flote el proyecto con relación a su punto de equilibrio y con una rentabilidad esperada del 20% para el primer año (año 2022); para los siguientes años, se toma como índice de proyección, la inflación promedio con 5 años históricos. Se utilizó fórmulas básicas de Excel, las cuales permiten una medición en tendencia en un periodo determinado en el futuro.

Ventaja competitiva y propuesta de valor

La ventaja competitiva que tiene la empresa es la ausencia de centros veterinarios en las circulares que conforman el barrio San Joaquín, es una ventaja muy grande y que se acomoda a una necesidad de los habitantes, pues no tendrán que desplazarse a los alrededores o a otros barrios para llevar a su mascota al veterinario, lo que les ahorra

dinero y tiempo. El centro veterinario más cercano está ubicado cerca al centro comercial Unicentro, que a pesar de que se encuentra ubicado en la comuna 11, es lejos para los habitantes del barrio.

Además, con el servicio a domicilio, también se complacerá a las personas de mayor edad que viven solas con sus mascotas y que a veces se les complica un poco desplazarse hacia el establecimiento o también que prefieren sus mascotas sean atendidas en un ambiente más tranquilo como su casa, y de menos estrés como lo es la visita al veterinario para muchos animales.

En cuanto a la propuesta de valor, la atención personalizada que va a tener cada cliente será el valor agregado y con esto nos referimos a una atención familiar y basada en la investigación continua de casos que ingresen al centro veterinario; se realizarán llamadas a los propietarios para recordarles acerca de procesos de vacunación, desparasitación, peluquería etc; así mismo, en caso de que algún paciente ingrese con patologías, se realizarán llamadas continuas para monitoreo del estado del paciente y su tratamiento; con esto buscamos que el cliente se sienta cómodo, satisfecho y quiera adquirir con gusto y confianza todos los servicios y/o productos ofrecidos.

Inversiones requeridas

La empresa estará constituida por un único socio y el aporte del capital será realizado con la Solicitud de recursos al “FONDO EMPRENDER” presentando el proyecto a realizar.

El FONDO EMPRENDER es un programa que pertenece al SENA, el cual se encarga de transformar las ideas de negocio de los colombianos en empresas

sostenibles y consolidadas, además de brindar capital semilla y dar asesoría gratuita para lograr el objetivo de creación de empresa de las personas que lo solicitan.

En caso de no poder acceder al recurso del Fondo Emprender, se solicitará un crédito bancario, como segunda instancia.

Tabla 3. Maquinaria-equipos

<u>Descripción</u>	<u>Cantidad</u>	<u>Valor unit.</u>	<u>Valor total</u>
Cámaras de seguridad	2	\$ 80.000	\$ 160.000
Silla recepción	1	\$ 120.000	\$ 120.000
Mueble sala de espera	2	\$ 600.000	\$ 1.200.000
Sillas consultorios	4	\$ 180.000	\$ 720.000
Escritorios consultorios	2	\$ 200.000	\$ 400.000
Computadores	3	\$ 1.900.000	\$ 5.700.000
Datafono	1	\$ 125.000	\$ 125.000
Canecas de basura	10	\$ 21.000	\$ 210.000
Horno microondas	1	\$ 234.000	\$ 234.000
Pesa báscula	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Ecógrafo	1	\$ 6.900.000	\$ 6.900.000
Equipo RX	1	\$ 22.000.000	\$ 22.000.000
Máquina monitoreo	2	\$ 3.680.000	\$ 7.360.000
Jaulas de hospitalización	8	\$ 300.000	\$ 2.400.000
Máquina anestesia	1	\$ 4.950.000	\$ 4.950.000
Mesa quirófano	1	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000

Máquina centrífuga	1	\$ 390.000	\$ 390.000
Fonendoscopios	2	\$ 370.000	\$ 740.000
Otoscopio	2	\$ 235.000	\$ 470.000
Termómetros	4	\$ 21.000	\$ 84.000
Bombas de infusión	4	\$ 1.500.000	\$ 6.000.000
Lámpara de cirugía	1	\$ 350.000	\$ 350.000
Mesas consultorios	2	\$ 1.200.000	\$ 2.400.000
Nevera-congelador	1	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000
Bozales	6	\$ 15.000	\$ 90.000
Traíllas	3	\$ 23.000	\$ 69.000
Refrigerador para vacunas	1	\$ 450.000	\$ 450.000
Guacales	2	\$ 95.000	\$ 190.000
Cobijas	20	\$ 15.000	\$ 300.000
Mesa mayo	1	\$ 100.000	\$ 100.000
Coche de paro	1	\$ 100.000	\$ 100.000
Mesa para peluquería	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Máquinas de motilar	2	\$ 700.000	\$ 1.400.000
Bañera	1	\$ 480.000	\$ 480.000
Instrumental quirúrgico	1	\$ 995.000	\$ 995.000
Mango de presión	1	\$ 570.000	\$ 570.000
Cables (electrodos) para ECG	1	\$ 80.000	\$ 80.000
Vehiculo	1	\$ 25.000.000	\$ 25.000.000

Planta Telefonica	1	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000
TOTAL	101	\$ 79.479.000	\$ 98.237.000

Tabla 4. Medicamentos-productos higiene

<u>Descripción</u>	<u>Cantidad</u>	<u>Valor unit</u>	<u>Valor total.</u>
Meloxic inyectable 10ml	5	\$ 20.000	\$ 100.000
Meloxic gotas	5	\$ 9.600	\$ 48.000
Metronidazol 500mg/100ml	5	\$ 10.800	\$ 54.000
Tramadol 100mg, caja x 10 ampollas	10	\$ 1.161	\$ 11.610
Tramadol 50mg caja x 10 cápsulas	10	\$ 1.235	\$ 12.350
Dipirona 50ml	2	\$ 16.000	\$ 32.000
Levotiroxina 50mg x 30 tabletas	30	\$ 263	\$ 7.900
Aquadent 250ml	5	\$ 34.900	\$ 174.500
Diurivet 50 ml	3	\$ 30.900	\$ 92.700
Gentax-100 20ml	5	\$ 34.900	\$ 174.500
Ceftriaxona ampolla 1g	5	\$ 8.650	\$ 43.250
Dexametasona 50ml	2	\$ 88.000	\$ 176.000
Nexgard Perros de 4-10Kg	4	\$ 30.000	\$ 120.000

Nexgard Perros de 10-25Kg	4	\$ 47.000	\$ 188.000
Nexgard Perros de 25-50Kg	4	\$ 53.500	\$ 214.000
Gastrum 10mg x 12 tabletas	12	\$ 764	\$ 9.170
Ivermectina 50ml	2	\$ 6.900	\$ 13.800
Fenbendazol x 2lts	6	\$ 218.000	\$ 1.308.000
Quercetol x 10ml	2	\$ 10.000	\$ 20.000
Trimetropim suspensión 120ml	5	\$ 7.650	\$ 38.250
Colestiramina 4g caja x 15 sobres	15	\$ 4.947	\$ 74.205
Pilerán inyectable 50ml	1	\$ 51.400	\$ 51.400
Catosal 100 ml	1	\$ 67.900	\$ 67.900
Ampicilina 1g + sulbactam 0.5g	10	\$ 6.400	\$ 64.000
Omeprazol 20mg x 10 cápsulas	10	\$ 2.850	\$ 28.500
Lactulax jarabe 240ml	3	\$ 84.000	\$ 252.000
Oxitetraciclina 100ml	3	\$ 26.000	\$ 78.000
Canatox solución oral 20ml	3	\$ 44.800	\$ 134.400
Cerenia 20ml	2	\$ 198.000	\$ 396.000
Laxaform 70 g	2	\$ 38.000	\$ 76.000

Sucralfato caja con 20 tabletas	20	\$ 1.260	\$ 25.200
Morfina 10mg/ml caja x 10 ampollas	10	\$ 8.740	\$ 87.400
Advocate 0-4Kg	3	\$ 28.300	\$ 84.900
Advocate 4-10Kg	3	\$ 32.100	\$ 96.300
Advocate 10-25Kg	3	\$ 36.000	\$ 108.000
Advocate 25-40Kg	2	\$ 40.900	\$ 81.800
Amoxisol x 100ml	2	\$ 140.000	\$ 280.000
Atropina 50ml	2	\$ 29.900	\$ 59.800
Baytril 100ml	2	\$ 102.900	\$ 205.800
Domosyn 120 ml	2	\$ 65.900	\$ 131.800
Ranidin V x25mg/ml	2	\$ 35.600	\$ 71.200
Epiotic x 100ml	2	\$ 30.900	\$ 61.800
Otiflex x 25ml	2	\$ 20.800	\$ 41.600
Easotic x 10ml	2	\$ 55.900	\$ 111.800
Apetil 10ml	2	\$ 32.700	\$ 65.400
Anxocare x 100ml	2	\$ 51.800	\$ 103.600
LIV.52 110 ml	1	\$ 53.900	\$ 53.900
Bismopet 240ml	2	\$ 34.900	\$ 69.800
NeolBP 60ml	3	\$ 49.900	\$ 149.700
Convenia 4ml	1	\$ 264.400	\$ 264.400

Cardial B x 30 tabletas	2	\$ 88.900	\$ 177.800
Atenolol 100mg x 20 tabletas	20	\$ 1.717	\$ 34.340
Domperidona 60ml	1	\$ 26.738	\$ 26.738
Adrenalina caja x 25 ampollas	25	\$ 1.876	\$ 46.900
Ketamina 50ml	3	\$ 132.905	\$ 398.715
Jabón herbal care 100 gr	5	\$ 14.854	\$ 74.270
Shampoo herbal care 240ml	3	\$ 35.115	\$ 105.345
Baxidin 120ml	3	\$ 17.600	\$ 52.800
Sanicure	3	\$ 25.200	\$ 75.600
TOTAL	309	\$ 2.616.226	\$ 7.207.143

Tabla 5. Insumos

<u>Descripción</u>	<u>Cantidad</u>	<u>Valor unit.</u>	<u>Valor total</u>
Hisopos	10	\$ 2.200	\$ 22.000
Yodo solución	3	\$ 30.000	\$ 90.000
Yodo espuma	3	\$ 32.000	\$ 96.000
Jabón desinfectante	3	\$ 38.000	\$ 114.000

Alcohol	4	\$ 13.900	\$ 55.600
Agua oxigenada	2	\$ 16.900	\$ 33.800
Clorhexidina	3	\$ 24.000	\$ 72.000
Guantes estériles	2	\$ 50.000	\$ 100.000
Vicryl	10	\$ 10.000	\$ 100.000
Cuchillas para bisturí	3	\$ 17.000	\$ 51.000
Cat gut	10	\$ 10.000	\$ 100.000
Corpalene	10	\$ 10.000	\$ 100.000
Tapabocas	3	\$ 15.000	\$ 45.000
Cobán	20	\$ 13.000	\$ 260.000
Sonda urinaria	30	\$ 800	\$ 24.000

Tubo endotraqueal	30	\$ 4.700	\$ 141.000
Esparadrapo x 5	2	\$ 57.000	\$ 114.000
Microporo x 12	3	\$ 22.000	\$ 66.000
Algodón motas	5	\$ 9.000	\$ 45.000
Algodón laminado 6x5	3	\$ 4.350	\$ 13.050
Agujas 23x1	1	\$ 19.000	\$ 19.000
Agujas 20x1	1	\$ 14.000	\$ 14.000
Jeringas 10ml x100	3	\$ 36.000	\$ 108.000
Jeringas 5ml x100	3	\$ 27.000	\$ 81.000
Jeringas 2ml x100	3	\$ 26.000	\$ 78.000
Jeringas 1ml x100	3	\$ 30.000	\$ 90.000

Catéter # 24	2	\$ 76.000	\$ 152.000
Catéter # 22	2	\$ 76.000	\$ 152.000
Catéter # 20	2	\$ 76.000	\$ 152.000
Gasa	4	\$ 54.000	\$ 216.000
Gorros quirúrgicos x 12	3	\$ 3.900	\$ 11.700
Bata quirúrgica	10	\$ 6.500	\$ 65.000
Campos quirúrgicos x 50	1	\$ 18.500	\$ 18.500
Venoclisis	30	\$ 900	\$ 27.000
Tapones heparinizados x 100	1	\$ 29.900	\$ 29.900
Tubo tapa lila x 50	1	\$ 22.000	\$ 22.000
Tubo tapa verde x 50	1	\$ 32.500	\$ 32.500

Tubo tapa roja x 50	1	\$ 40.000	\$ 40.000
Tijeras	<u>4</u>	<u>\$ 18.000</u>	<u>\$ 72.000</u>
Vaselina	4	\$ 800	\$ 3.200
Cloruro de sodio bolsa x 100ml	20	\$ 2.185	\$ 43.700
Dextrosa x 500ml	3	\$ 2.914	\$ 8.742
Solución 90 x 500ml	8	\$ 3.000	\$ 24.000
Ringer x 500ml	8	\$ 3.000	\$ 24.000
Manitol x 500ml	3	\$ 20.500	\$ 61.500
Toallas de papel x 6 rollos	1	\$ 175.500	\$ 175.500
TOTAL	282	\$ 1.193.949	\$ 3.363.692

Tabla 6. Alimentación

<u>Descripción</u>	<u>Cantidad</u>	<u>Valor</u>	
		<u>unit.</u>	<u>total</u>
Concentrado Chunky perros x 18 Kg	1	\$ 125.000	\$ 125.000
Concentrado Chunky gatos x 18 Kg	1	\$ 165.000	\$ 165.000
Concentrado Proplan 7Kg	1	\$ 233.000	\$ 233.000
Concentrado Nutranuggets 7.5 Kg	1	\$ 110.000	\$ 110.000
Concentrado Equilibrio gatos 7,5Kg	1	\$ 184.000	\$ 184.000
Concentrado Equilibrio perros 2Kg	1	\$ 43.000	\$ 43.000
Concentrado Dog chow 8Kg	3	\$ 88.000	\$ 264.000
Concentrado Cat chow 8Kg	3	\$ 99.800	\$ 299.400

Comida dieta Barf en presentación Salchichón 600gr	5	\$ 4.300	\$ 21.500
Lata dieta intestinal perro 13 oz	5	\$ 18.000	\$ 90.000
Lata dieta intestinal gato 5oz	5	\$ 13.000	\$ 65.000
Bolsas de heno 2Kg	5	\$ 20.000	\$ 100.000
Alfalfa 15oz	2	\$ 60.900	\$ 121.800
Concentrado conejos 1Kg	5	\$ 4.000	\$ 20.000
Galletas avena 180g	4	\$ 15.000	\$ 60.000
Cabanos 1000g	2	\$ 37.100	\$ 74.200
Pulmones Lb	1	\$ 43.000	\$ 43.000
Patas de pollo x 30	2	\$ 16.000	\$ 32.000
Gomitas 150gr	2	\$ 8.500	\$ 17.000
Nestum para papilla 350gr	2	\$ 13.000	\$ 26.000
Sobres de comida húmeda perros x12	2	\$ 41.000	\$ 82.000
Sobres de comida húmeda gatos x 10	2	\$ 30.000	\$ 60.000

Helado para perros Mediano	5	\$ 5.000	\$ 25.000
TOTAL	56	\$ 1.371.600	\$ 2.260.900

Tabla 7. Juguetes, accesorios y elementos para bienestar

Descripción	Cantidad	Valor unit.	Valor total
Cama pequeña	2	\$ 15.000	\$ 30.000
Cama mediana	2	\$ 21.500	\$ 43.000
Cama grande	2	\$ 53.000	\$ 106.000
Guacal	2	\$ 90.000	\$ 180.000
Bozal	3	\$ 38.000	\$ 114.000
Cobija	5	\$ 15.000	\$ 75.000
Pelota caucho	3	\$ 9.000	\$ 27.000
Hueso macizo	3	\$ 12.000	\$ 36.000
Traílla	5	\$ 27.000	\$ 135.000
Juguetes ratones x3	3	\$ 5.500	\$ 16.500
Corta uñas	3	\$ 10.000	\$ 30.000
Termo bebedero portátil	3	\$ 15.000	\$ 45.000
Frisbys	3	\$ 11.900	\$ 35.700

Bolso transporte gato	2	\$ 125.000	\$ 250.000
Cepillo	2	\$ 22.000	\$ 44.000
Collar con placa de identificación	5	\$ 25.000	\$ 125.000
Rascador para gatos	3	\$ 40.000	\$ 120.000
Catnip para gatos 2,25 oz	2	\$ 25.000	\$ 50.000
Cajas para arena	2	\$ 35.000	\$ 70.000
Arena gatos	2	\$ 18.500	\$ 37.000
TOTAL	57	\$ 613.400	\$ 1.569.200

TOTAL DE INVERSIONES REQUERIDAS: \$112'637.935

Investigación de mercados

Análisis del sector

En los últimos 5 años, el sector el mercado de mascotas en el país ha tenido un crecimiento aproximado del 84.9%, con una gran oferta de servicios y de productos que está en expansión y diversificación, pues cada vez hay más inclusión de estos seres al entorno familiar y social.

De acuerdo a este crecimiento y a la importancia que han ganado los animales de compañía en los hogares, el DANE ingresó estos productos a la medición que realiza para la canasta familiar en el año 2019, ya que cada vez son más las familias que comparten su vida con una mascota haciéndolos integrantes importantes de la familia.

En Colombia el crecimiento del mercado de mascotas en el primer semestre del año 2021, arroja como dato relevante: ser el cuarto país que lidera el sector de mascotas con crecimiento anual del 13%.

Según el DANE, tres millones de hogares tienen en sus gastos la alimentación y cuidado de las mascotas, con un crecimiento del 63% del gasto en cuidado de mascotas, incluyendo productos, accesorios, salud, bienestar, suplementos, entre otros.

Bogotá, Cali y Medellín, son las ciudades que más se destacan por la tenencia de mascotas, en un 25%,18% y 17% respectivamente, según un estudio de Brandstrat y Offerwise en 8 ciudades principales en 2018.

Como proyección de este mercado en Colombia, se conoce para este año 2021, la siguiente información, basados en los últimos 5 años, donde se obtuvo un crecimiento significativo del 84.9% (Cifras en millones).

(Grupo Bancolombia, 2021)

Tabla 8. Tasas de crecimiento anual

DESCRIPCION PRODUCTO SERVICIO	AÑO 2015	AÑO 2020	TASA DE CRECIMIENTO
Cuidado de mascotas	US\$726,2	US\$1.184,5	63.1%
Comida Para Mascotas	US\$654.2	US\$1.065,1	62.8%
Productos para Mascotas	US\$72	US\$119.3	65.7%

En los hogares colombianos, se observan menos personas por hogar y más mascotas como integrantes de la familia, aclarando que los hogares con hijos son los más susceptibles a tener mascotas; Según Euromonitor, DANE y Fenalco, que, de acuerdo con su estudio, concluyen que el 67% de los hogares encuestados tienen hijos y mascotas y el 45% de los hogares sin hijos, confirman tener una mascota.

Cabe resaltar que 4.4 millones de hogares tienen perros y gatos, repartidos en el 63,3% de hogares con perro, el 22.3% de hogares con gato y el 17.4% con ambas mascotas.

Nestle: 13.9% ha sido el crecimiento de este producto para hogares y fue uno de los que tuvo mayor crecimiento y que apalancó de manera más importante el crecimiento orgánico de la compañía en el periodo entre enero y marzo de 2020.

Alimentos Polar: la compañía venezolana con presencia en el país desde hace 20 años explicó que se han visto en la necesidad de ampliar la capacidad de su planta de Facatativá para satisfacer el creciente apetito por la comida para gatos y perros en el país.

Laika: la plataforma colombiana de venta de productos y servicios para mascotas afirma que los servicios que más solicitan a diario son: visitas domiciliarias, baño en casa y entrenador canino. (Grupo Bancolombia, 2021)

Análisis del mercado

Mercado objetivo:

Hogares de la comuna 11 de Medellín Laureles Estadio, con mayor énfasis en los habitantes del Barrio San Joaquín que tengan mascotas.

Justificación de dicho mercado:

El crecimiento de mascotas en los hogares colombianos es exponencial, eso nos permite visualizar una excelente oportunidad de negocio en abrir una tienda especializada en esos nuevos integrantes de las familias, enfocados en salud, nutrición, atención, esparcimiento, estética, entre otros. Además, la ausencia de centros veterinarios en la zona es una necesidad muy acorde al objetivo del negocio y al mercado que va dirigido.

Consumo aparente:

En Colombia de cada 10 hogares, hay 6 con mascotas, es decir, que el 60% de los mismos son un mercado potencial.

Perfil demográfico comuna 11 de Medellín año 2020: 123.389 habitantes

Promedio de personas integrantes de un hogar en Colombia: 3.1 personas según cifras del DANE.

Trasladando estas cifras a nuestro mercado objetivo Comuna 11 de Medellín, tenemos que $123.389/3.1 = 39.802$ familias.

Ahora a esas 39.802 familias le sacamos el 60% que tengan mascotas, nos da un resultado de 23.881 hogares con mascotas.

Considerando que cada hogar posea una sola mascota, en esta zona que es nuestro mercado meta, tendríamos un estimado de 23.881 clientes potenciales; nuestra meta es que para el primer año tengamos una participación de un 15%, lo que representaría un mercado total de 3.582 clientes.

Un estudio realizado por Bancolombia indica que una mascota en Colombia en 2019 está costando 95,3 dólares americanos al año en alimento y otros productos, si este valor lo llevamos a pesos colombianos con una TRM de 3800 y le incrementamos un IPC del 3% para el 2020 y otro similar para 2021, tenemos que: $95,3 * 3800 + 3\% + 3\% = 384.194$, el cual sería nuestro consumo per cápita.

La demanda es bastante alta y excede a la oferta brindada por nuestro proyecto, es por eso que estamos considerando ese 15% de participación inicial para que anualmente con un excelente plan de mercadeo podamos crecer en oferta y participación

(Grupo Bancolombia, 2021)

Análisis del Consumidor / Cliente:

El cliente meta de **AleVet** son mascotas conformadas en su gran mayoría por perros y gatos, con inclusión de animales exóticos. El perfil del consumidor está conformado por un 56.5% mujeres y 43.5% hombres. Su estrato socio económico promedio, es superior a 4.

El segmento de mercado está ubicado en la comuna 11 de Medellín.

La proyección de este mercado es de un alto crecimiento, según el estudio realizado por Bancolombia, indica que en los últimos 5 años ha crecido en un 84.9% incluso tomando tanta relevancia que el DANE ha incluido los productos para mascotas, dentro de la canasta familiar para tenerlas en cuenta para medición del IPC.

Los productos para mascotas, más específicamente los alimentos, ya están incluidos dentro de la canasta familiar, con un posible hábito de compra acorde con el mercado de cada familia.

Cada vez somos menos personas por hogar y cada vez son más hogares que tienen mascotas. Según Euro monitor, DANE y Fenalco, los hogares con hijos son los más susceptibles a tener mascotas.

“Este es un mercado en crecimiento que se caracteriza por la “humanización” de las mascotas. Por eso los dueños están dispuestos a pagar más por productos que brinden bienestar, calidad de vida o cualquier valor agregado. De allí la importancia de conectar cada vez más a estos nuevos miembros de las familias, dentro de la oferta de productos y servicios”. (Grupo Bancolombia, 2021)

Análisis de la competencia

En la búsqueda de los centros veterinarios de la comuna 11 Laureles-Estadio, se encontró que hay aproximadamente 50 centros veterinarios distribuidos en los barrios que componen esta, siendo más numerosos en el sector de Laureles.

Algunos de estos centros veterinarios son:

Centro Veterinario LaurelPet (Laureles)

Clínica Veterinaria Mascota Salud (Laureles)

Consultorio Veterinario Pecas (UPB)

Reino Bigotes (Conquistadores)

Clínica Veterinaria Antioquia (UPB)

PremiumVet (Laureles Almería)

Clínica veterinaria Sana vet (Laureles los Almendros)

Catdog (Laureles)

Mundo mascotas (Laureles)

Punto canino Laureles (Laureles)

Animalejos (Conquistadores)

Pet service (Bolivariana)

Punto vet (Suramericana)

Consultorio veterinario avenida Bolivariana (Avenida Bolivariana)

Clínica veterinaria Vimuk (UPB)

Centro veterinario Conquistadores (Conquistadores)

Para realizar el análisis de la competencia, se ha realizado el siguiente cuadro, en el cual se tomaron de referencia para comparar entre ellos, los centros veterinarios que están más cerca al barrio San Joaquín, que es donde estará ubicado el centro veterinario como tal, por lo que son ideales para analizar las similitudes, amenazas, o fortalezas que tendrá AleVet frente a estos, y así tener presente qué factores se deben tener en cuenta para el desarrollo y ejecución del proyecto.

Tabla 9. Análisis de la competencia

EMPRESA			
INFORMACIÓN	CLINICA VETERINARIA ANTIOQUIA	CONSULTORIO VETERINARIO AVENIDA BOLIVARIANA	CLÍNICA VETERINARIA VIMUK
UBICACIÓN	Cerca de la Universidad Pontificia Bolivariana	(Avenida Bolivariana)	Cerca de la Universidad Pontificia Bolivariana
OBJETO	Clínica veterinaria con atención médica y servicios especializados.	Servicios básicos veterinarios y petshop.	Medicina integral para las mascotas
GENERALIDADES	Empresa reconocida con 2 años de recorrido, ubicada	Empresa con más de 8 años de	Empresa con 7 años de

	en una zona muy estratégica.	recorrido, médico veterinario dueño de la misma.	recorrido, ubicada en una zona muy estratégica.
PRECIO	Servicios veterinarios desde \$36.000	Servicios veterinarios desde \$30.000	Servicios veterinarios desde \$35.000
PRODUCTO	Servicios veterinarios, hospitalización, farmacia, spa, petshop, urgencias 24h.	Servicios veterinarios básicos como vacunación, desparasitación, peluquería, farmacia y petshop.	Servicios veterinarios, hospitalización, aromaterapia.
PLAZA	Familias de estratos acomodados de la zona, 4,5 y 6	Familias de estratos acomodados de la zona, 4,5 y 6	Familias de estratos acomodados de la zona, 4,5 y 6
PROMOCIÓN	Redes sociales, tarjetas, página web	Poca o ninguna, ubicado en plena avenida Bolivariana	Redes sociales, tarjetas, página web

PERSONAL	Varios médicos veterinarios y varios auxiliares	1 médico veterinario y 2 ayudantes.	Varios médicos veterinarios y varios auxiliares
PROCESOS	Medicina veterinaria, estética	Medicina Veterinaria, estética	Medicina veterinaria
PRESENTACIÓN	Servicios especializados	Servicios básicos	Servicios especializados
DIRECCIÓN INTERNET	https://www.facebook.com/clinicaveterinariantioquia/	No tiene	https://vet-clinica-veterinaria.negocio.site/
CONSULTA A DOMICILIO	No tienen	No tienen	No tienen

Con la información contenida en este cuadro, se puede determinar que este segmento se ha convertido en un mercado de consumo masivo y que por ende hay altas posibilidades de éxito, dada la demanda comparada con la oferta. Por esto es un proyecto que no es único nacional ni internacionalmente hablando y que a pesar que hay muchas empresas con el mismo producto y servicio, es una situación de manejo con estrategia y plan de mercadeo definido y altamente competitivo quien le dará la proyección de éxito.

Plataforma estratégica

Concepto del negocio-función empresarial

El concepto del negocio es la razón de ser de la empresa, enfocada en su misión y objetivos general y específicos, teniendo presente desarrollar todos los aspectos que hacen parte de ella, para obtener los beneficios deseados, descubriendo, apreciando y aprovechando las oportunidades del entorno.

Se sabe de ante mano que pueden existir momentos de incertidumbre y de riesgo, pero conceptualizando una excelente prospectiva, se puede anticipar a posibles escenarios futuros para desde ya obtener las herramientas con las cuales se puede tener todas las opciones posibles para solucionar y mitigar los mismos, basándose y siempre poniendo por delante los objetivos de la empresa, que son los que definen y le dan forma a esta.

Objetivos del Centro Veterinario

General

Crear un centro veterinario enfocado en la salud, bienestar y confort de las especies animales domésticas, mediante el conocimiento, capacitación y experiencia del personal médico veterinario, que contribuya a la resolución de problemas que afectan la salud animal y, por ende, la salud pública.

Específicos

Atender perros, gatos, y animales exóticos que requieran de los servicios ofrecidos por el centro veterinario AleVet, tanto médicos como estéticos.

Emitir un diagnóstico aproximado de la enfermedad, mediante las ayudas pertinentes que se ajustan a los signos y características del paciente.

Ayudar en la prevención, control y erradicación de los factores que ponen en riesgo la salud animal y la salud pública.

Crear consciencia y educación sobre la tenencia y cuidado de las mascotas y la importancia de brindarles atención médica.

Ayudar a la correcta aplicación de tratamientos y ayudas para la especie que lo requiera, aliviando así sus dolencias, patologías o anomalías que lo afectan y perturban su bienestar y salud.

Objetivos del proyecto

General

Realizar un estudio de mercado comercial, financiero, económico y legal de un centro veterinario, teniendo en cuenta la metodología de plan de negocio, donde se puedan aplicar los conocimientos adquiridos.

Específicos

-Identificar las necesidades que hay en el sector en cuanto a servicios de tipo veterinario

-Desarrollar estrategias buscando solucionar problemáticas y mejorar dificultades, obteniendo un balance y viabilidad en el proyecto.

-Caracterizar los aspectos organizacionales y legales de un centro veterinario

-Evaluar la factibilidad financiera de un centro veterinario

Matriz DOFA

Tabla 10. Matriz DOFA

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> -Poco reconocimiento en el sector -Falta de recursos -Falta de personal 	<ul style="list-style-type: none"> -La alta demanda de mascotas en la actualidad -Tener remitidos de otros centros veterinarios -Buenas alianzas con profesionales o con otros centros -Servir de proveedores a otros sitios que lo requieran -No hay otros centros veterinarios cerca que tengan servicio a domicilio -Servicio a domicilio
FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> -Capacitación permanente -Disposición y buena atención -Precios asequibles -Infraestructura organizada -Servicios muy completos -Zona muy central 	<ul style="list-style-type: none"> -Competencia de otro centro veterinario muy cerca -Robos -Falla eléctrica

Análisis MECA

****Mantener fortalezas:***

-Conocimiento y experiencia: Seguir estudiando, repasando, leyendo, tomando cursos, especializaciones, asistir a conferencias y/o jornadas donde se pueda seguir afianzando y fortaleciendo el conocimiento ya adquirido y se actualice en los nuevos avances, descubrimientos y teorías, para aplicarlos a la práctica.

-Capacitación permanente: Buscar profesionales especializados en distintas áreas y temas, para capacitar a todo el personal y esté en toda la capacidad de atender a los pacientes.

-Disposición y buena atención: Buscar estrategias y cronogramas que favorezcan a brindar una buena atención, ágil, organizada y personalizada.

-Precios asequibles: Establecer precios fijos, justos y tener proveedores que contribuyan a manejar buenos precios para los clientes.

-Servicio a domicilio: Organizarse de manera que se puedan cumplir las visitas a domicilio de manera oportuna y se pueda prestar un buen servicio.

-Infraestructura organizada: Mantener divididas todas las áreas y espacios según su objetivo, para no generar perturbación en el día a día y todo marche bien.

-Servicios muy completos: Cumplir y preservar los servicios que se prometen, mejorarlos día a día y buscar cómo innovar en cada uno.

-Zona muy central: Buscar estratégicamente el punto donde se va a llevar a cabo la empresa, para luego no tener que trasladarse y seguir brindando la misma facilidad de acceso y cercanía a los clientes que se benefician.

***Explorar oportunidades:**

-Tener remitidos de otros centros veterinarios y buenas alianzas con profesionales o con otros centros: Darse a conocer, relacionarse con el medio, con colegas y demás personas que estén involucradas en el mismo mercado para así tener oportunidad de generar alianzas, relaciones sólidas y ser recomendados a otros propietarios y centros veterinarios.

-Servir de proveedores a otros sitios que lo requieran: Preservar el buen estado y la vida útil de productos e insumos para así poderlos vender a otros sitios, manejar buenos precios a los más frecuentes y fieles.

***Corregir debilidades:**

-Poco reconocimiento en el sector: Trabajar bastante en la parte publicitaria para darse a conocer, a través de todos los medios y canales posibles. Brindar siempre excelentes servicios para así poder ser recomendados y que puedan divulgar el profesionalismo y buena atención de la empresa.

-Falta de recursos: Buscar estrategias o maneras de cómo recaudar fondos y más recursos, en caso de tener carencias.

-Falta de personal: A medida que la empresa crezca y se posicione, pensar en ampliar el personal, para poder abarcar y atender toda la demanda que se vaya a tener día a día.

***Afrontar amenazas:**

-Competencia de otro centro veterinario muy cerca: Trabajar para que prime el excelente servicio y calidad, para que siempre quieran elegir AleVet, y no otro centro veterinario. Innovar, mejorar y perfeccionar en todos los aspectos.

-Robos: Contar con cámaras de seguridad, estar alerta y atento a cualquier eventualidad negativa que pueda ser desfavorable para la empresa o para quienes asisten a esta. Tener buena seguridad de puertas, rejas y ventanas.

Misión

Ofrecer atención de alta calidad y velar por el bienestar, salud e integridad de los pacientes animales, desde las diferentes ayudas diagnósticas, terapéuticas, y el conocimiento del correcto tratamiento para cada una de sus patologías o problemas.

Visión

Llegar a ser en el año 2027, un centro veterinario sólido, reconocido en el mercado de la ciudad de Medellín por su calidad de servicios, productos y atención. Caracterizados por todo el conocimiento, capacitación, valores y amor por la profesión y servicio a toda la comunidad.

Estrategia de mercadeo

Descripción del servicio

Consulta general:

La consulta es un procedimiento fundamental a la hora de tratar a un animal, pues permite al médico veterinario observar y reconocer las características y estado de salud del paciente, para así encaminar su diagnóstico y saber qué exámenes realizar o qué ayudas diagnósticas utilizar. Esta revisión veterinaria es tan importante cuando se adquiere una nueva mascota como para rutina de las mascotas antiguas, cuando presentan alguna anormalidad, chequeos de salud anuales, calendario de vacunación y desparasitación, salidas del país, entre otros.

En esta revisión, se evalúa el animal de una manera detallada, desde la cabeza a la cola, de forma visual y con palpación, se toman las constantes fisiológicas y se le realizan preguntas al propietario, lo cual es muy importante poner atención a cualquier detalle que este diga y pueda servir en el diagnóstico.

Radiografía:

Esta práctica es una especialidad de la Medicina, se encarga de obtener imágenes que son útiles para fines diagnósticos y terapéuticos, estas se realizan mediante ondas electromagnéticas, para posteriormente emitir una imagen detallada de una zona específica del cuerpo que se desee analizar, por sospecha de alguna anormalidad o simplemente para confirmar algún supuesto. En otros casos, como lo son los accidentes de tipo óseo, son más que necesarias y no tan opcionales, ya que es de la única manera que se puede concretar y saber a ciencia cierta que le ha ocurrido al animal en dicho accidente, muy pocas veces se sabe a simple vista.

Ecografía:

Esta es una técnica diagnóstica de gran importancia y que está clasificada en el grupo de ayudas diagnósticas por imagen. Esta sirve para la evaluación de los tejidos blandos en los animales. Esta técnica trabaja con ondas sonoras de alta frecuencia, es sencilla y no invasiva, y a diferencia de la radiografía, proporciona imágenes en movimientos, lo que resulta muy apropiado para ver forma, estructura y tamaño de las estructuras anatómicas.

Electrocardiograma:

Esta es una técnica que registra la actividad eléctrica del corazón, muy importante y necesaria sobre todo en los casos de pacientes cardiopatas, que se requiere saber el estado de su ritmo cardiaco, la frecuencia cardiaca, anomalías anatómicas, déficits, tamaño y posición del corazón.

Exámenes de sangre:

El análisis de sangre es muy útil, pues puede revelar que el animal padezca alguna patología determinada, este puede ser complementario a otras pruebas diagnósticas que con todas en conjunto se puede encaminar a un diagnóstico muy correcto, pero por sí solos no son un método diagnóstico. Estos, además de ayudar a dar con alguna enfermedad, también sirven para medir niveles de hormonas, sustancias, células en sangre, que no siempre con indicativos de enfermedad. El centro veterinario contará con este servicio, se tomarán muestras de sangre a los pacientes que así lo requieran para posteriormente mandarlas a estudiar a un laboratorio o realizarles análisis más sencillos que se puedan hacer en AleVet.

Esterilización-castración:

Son 2 técnicas quirúrgicas que consisten en evitar la reproducción, es decir, alcanzar esterilidad y que, a su vez, previenen patologías o problemas en el animal, como lo son problemas de útero y mamas en la hembra y problemas de próstata en el perro macho. Son técnicas que hoy en día son muy usadas, pues cada vez la sociedad es más consciente de todos los beneficios que trae hacerlo, teniendo en cuenta la gran población de animales callejeros que hay, y su reproducción creciente.

En AleVet se busca seguir creando consciencia sobre esto, informar, asesorar y acompañar en todo el proceso a los propietarios que decidan hacerlo con su mascota.

Hospitalización:

Es el servicio de internamiento a los pacientes que lo requieran, sea por el cuidado posterior a un procedimiento quirúrgico, por una gravedad, por una intoxicación, decaimiento en x o y enfermedad, para su cuidado, diagnóstico, recuperación y/o tratamiento.

En este servicio se emplea un cuidado estrictamente riguroso y monitorización contante a cada uno de los pacientes, pues cada uno tiene sus necesidades y requerimientos diferentes a los otros, así como un tratamiento encaminado cada enfermedad o patología que exista, en pro de su recuperación y posterior dada de alta.

AleVet contará con espacios suficientes y adecuados, destinados a alojar pacientes caninos, felinos y exóticos, separándolos para evitar estrés y promover su bienestar, haciendo que su estadía por el centro veterinario, sea la más amena y tranquila posible.

Vacunación y desparasitación:

Estas son sin duda, 2 prácticas muy importantes y fundamentales en la salud y bienestar de los animales, pues de aquí parte toda la capacidad que tenga el organismo de desarrollar, prevenir, afrontar o atacar a los microorganismos patógenos y enfermedades que infectan y contagian a cada especie. Para cada especie hay un plan de vacunación y desparasitación diferente, el cual se debe cumplir puntual y correctamente para así tener las mascotas sanas, fuertes y con una gran calidad de vida. Esto evita y previene muchas cosas, además de que, algunos de esos microorganismos patógenos infectan también al hombre, por lo que resulta una responsabilidad social y ambiental.

Inyectología:

Este es un procedimiento mediante el cual se le administra al animal un medicamento o tratamiento. Existen varias vías para inyectar estos, puede ser endovenosa, subcutánea, intramuscular y rectal, dependiendo del estado de salud del animal, de la viabilidad y del tipo de medicamento, se usará una u otra de esas vías. Esta siempre debe estar en manos de personal profesional y capacitado, ya que, de lo contrario, una mala aplicación puede ocasionar problemas de salud y en algunos casos empeorar el cuadro que presente el animal.

Salud en casa:

Se prestará servicio de consulta a domicilio de una manera programada y anticipada, varios días a la semana, donde 1 médico veterinario y 1 auxiliar visitarán la vivienda, evaluando de igual manera que en el consultorio, al paciente. Se dispondrá de todos los implementos necesarios para realizar la consulta o el procedimiento específico

que se requiera, siempre y cuando no sean procedimientos quirúrgicos que requieran la visita directa al centro veterinario. En caso de, requerir algún examen diagnóstico como RX, ecografía o ECG se programará una nueva visita o se llegará al acuerdo de programarle una pronta cita en el centro veterinario.

Servicio de baño:

Este servicio tiene como objetivo facilitarles la vida a los propietarios y brindarles diferentes beneficios a los animales, en especial, perros y gatos. Ya que, en ocasiones por cuestiones de tiempo o facilidad, no pueden darle periódicamente tiempo de baño a sus mascotas, lo que en consecuencia puede acarrear distintos problemas de piel, pelo, e incluso de oídos y ojos, pues no todos los propietarios tienen las precauciones y pautas correctas para realizar esta actividad de limpieza y lo que hacen es ocasionarles problemas a sus mascotas. Se busca brindarles un espacio agradable al animal, con el menor estrés posible, un momento de relajación, donde a través de masajes, y del uso de productos de buena calidad, se le proporcionará toda la higiene que el animal requiere para mantenerse sano y evitar enfermedades o problemas que son originados por falta de la limpieza.

Servicio de peluquería:

Este es un servicio que, si bien se ofrece en su mayoría por estética o lujo, también en muchas ocasiones se ofrece por salud. AleVet quiere prestar este servicio de una manera más orgánica, obedeciendo al gusto y necesidad del cliente, pero siempre queriendo conservar la naturaleza del animal y primar por su identidad propia, haciendo uso adecuado de los implementos implicados en esta práctica, con todo el cuidado y atención para no ocasionarle traumas, problemas o inconvenientes al animal.

Masoterapia:

Este servicio será la parte innovadora de AleVet. Se pretende brindarle bienestar a la mascota mediante masajes que se le harán en pro de relajarlo o de aliviarle y ayudarle con alguna molestia física o patología que tenga. Este servicio no se le prestará a cualquier paciente y tampoco se hará sin una revisión o consulta previa, puesto que habrá pacientes que cuenten con alguna condición que impida realizarles la masoterapia.

Descripción del producto

Son productos médicos, alimentarios, de cuidado personal y juguetería de muy buena calidad, certificados, con precios asequibles y para cada necesidad.

Mezcla de marketing

Estrategia de Producto

Marca de los diferentes productos de nutrición: Chunky, Proplan, Hills, Equilibrio, Nutra Nuggets, Dog chow, Cat chow, Whole barf, Pangola, El galpón, Mungos, Doggy, Nestum.

Marca de los diferentes productos en farmacia: La Francol, Bayer, Aprovét, ProvetVecol, Pharmavet.

Marca de los diferentes productos accesorios: Vecopets, Sofía Bandanas Company, Lord Yako.

Como estrategia del producto se tiene gran variedad de marcas con el fin de encajar en cada presupuesto de acuerdo con la raza, el pedigrí, edad y capacidad adquisitiva de su tenedor.

También se enfocará en la fidelización del cliente a través de precios especiales en servicios, es decir premiar con descuentos directos al cliente más constante en sus compras y consultas en los servicios que pueda necesitar para su mascota.

El ciclo de vida promedio del producto en alimentos oscila entre los 12 a 18 meses y para los medicamentos entre los 24 a 36 meses.

Estrategia de Distribución

La comercialización de AleVet será directa a través del punto de venta y atención al usuario donde el cliente va a tener a la mano información de su interés y los productos y servicios que requiera.

Presupuesto: 10% del valor de total de Mercadeo. Es decir \$100.000 mensuales para el primer año.

Estrategia de Precios

Estrategia: Se va a marginar el producto con un 20% sobre el costo del mismo para ser competitivo y acercarse al bolsillo del consumidor. Se van a otorgar descuentos a los clientes fijos que utilicen los servicios con regularidad.

Presupuesto: 10% del valor de total de Mercadeo. Es decir \$100.000 mensuales para el primer año.

Tabla 11. Gastos promedio mensuales Alevelt.

Descripcion del gasto	Gastos administrativos	Gastos de Ventas	total gastos fijos y variables x cuenta
Sueldos	91,200,000.00	30,000,000.00	121,200,000.00
Auxilio de transporte	1,320,648.00	2,641,296.00	3,961,944.00
Cesantias	7,706,969.98	2,719,019.96	10,425,989.94
Intereses sobre cesantias	924,836.40	326,282.39	1,251,118.79
Prima de Servicios	7,706,969.98	2,719,019.96	10,425,989.94
Vacaciones	3,803,040.00	1,251,000.00	5,054,040.00
Aportes administradoras de Riesgos ARP	2,218,896.00	729,900.00	2,948,796.00
Aportes a fondos de pension	10,944,000.00	3,600,000.00	14,544,000.00
Aportes Cajas de compensación	3,648,000.00	1,200,000.00	4,848,000.00
Honorarios Contador	18,000,000.00	0.00	18,000,000.00
Industria y comercio	6,301,506.00	0.00	6,301,506.00
Construcciones edificaciones	50,400,000.00	0.00	50,400,000.00
Acueducto y Alcantarillado	730,300.80	0.00	730,300.80
Energia electrica	1,552,449.84	0.00	1,552,449.84
Servicios - Otros	1,206,322.51	0.00	1,206,322.51
Publicidad	12,000,000.00	0.00	12,000,000.00
Telefono	0.00	2,868,000.00	2,868,000.00
Fax, telex e Internet	0.00	960,000.00	960,000.00
GRAN TOTAL DE GASTOS ANUALES			268,678,457.82
GASTOS PROMEDIO MENSUALES			22,389,871.48

Tabla 12. Servicios y precio de venta Alevet.

SERVICIOS Y PRECIO DE VENTA	
Descripcion Producto/Servicio	VALOR
Consulta General	\$ 45.000,00
Radiografia 1 Vista	\$ 70.000,00
Radiografia 2 Vista	\$ 135.000,00
Ecografia	\$ 100.000,00
Electrocardiograma	\$ 100.000,00
Exámenes de Sangre	\$ 70.000,00
Esterilización, Castracion Promedio	\$ 400.000,00
Hospitalización 24 horas	\$ 120.000,00
Vacunacion	\$ 50.000,00
Inyectologia	\$ 20.000,00
Desparasitacion Promedio	\$ 20.000,00

Para hallar el punto de equilibrio se ha decidido realizarlo por cada servicio con el fin de establecer el número de unidades desarrolladas a cabalidad en la empresa, esto también nos da un análisis de qué y cuantos servicios podemos vender para tener utilidades luego de superar los gastos.

Tabla 13. Punto de equilibrio servicios Alevet.

servicio	valor	punto de equilibrio mensual	punto de equilibrio diario
Consulta General	\$ 45.000,00	697	26
Radiografia 1 Vista	\$ 70.000,00	448	17
Radiografia 2 Vista	\$ 135.000,00	232	9
Ecografia	\$ 100.000,00	313	12
Electrocardiograma	\$ 100.000,00	313	12
Exámenes de Sangre	\$ 70.000,00	448	17
Esterilización, Castracion Promedio	\$ 400.000,00	78	3
Hospitalización 24 horas	\$ 120.000,00	261	10
Vacunacion	\$ 50.000,00	627	23
Inyectologia	\$ 20.000,00	1.567	58
Desparasitacion Promedio	\$ 20.000,00	1.567	58

Dado el caso anterior, podemos estimar combinaciones de diferentes servicios, teniendo en cuenta que como son diversos y con precios diferentes, la balanza comercial puede inclinarse más por un servicio que por el otro.

Estrategia de Promoción

La estrategia de promoción se va a realizar a través de medios digitales en redes sociales e internet. La difusión del mensaje que la empresa quiere darle a sus clientes de sus productos y servicios, de la forma cómo lo hace, y de la interacción con ellos con plataformas que lleguen a cada uno de forma constante, ganando interés y curiosidad en ellos de una manera muy familiar y personal.

La cobertura geográfica inicial será el barrio de San Joaquín con expansión a toda la comuna 11 y posteriormente a toda la ciudad, aunque en servicios de consultas y asesorías veterinarias tiene más rango de acción.

Presupuesto: 70% del valor de total de Mercadeo. Es decir \$700.000 mensuales para el primer año.

Estrategia de Comunicación

Como se indicó en el punto anterior, la comunicación tiene varios aspectos importantes en el acercamiento con el cliente, uno de ellos es el directo a través de la sede donde se le dará el mejor bienestar posible tanto para él como para su mascota; otro es el internet sobre todo de las redes sociales como Facebook, Instagram y creación de página web.

Estrategia de Servicio

La atención al cliente es fundamental en una organización, ese es un aspecto demasiado importante en la apertura y desarrollo de cualquier emprendimiento y para

AleVet este es el valor agregado que le dará un plus como factor diferenciador con los competidores, a favor del cliente, lo que traerá consigo más afluencia de personas y referidos. Dicha atención está basada en el buen trato, cordial, amigable, interactuando con el cliente y su mascota, conociendo a fondo su problema para buscar las mejores alternativas de solución. Se contará con diferentes formas de pago tales como: efectivo, datafono para débito y crédito, pago con código QR, y plataformas.

Estrategia de comunicación externa

Relaciones con Clientes

La relación con los clientes es muy importante y parte fundamental para atraer y lograr lo que se desea con el negocio o proyecto, pues son los clientes los que le dan forma, crecimiento y dinamismo a nuestra empresa. Los clientes no sólo están para comprar o recibir un servicio en específico, sino que, buscan más allá de eso, recibir un buen trato, atención e importancia, también es básico para ellos, incluso mucho más que obtener el producto o servicio que quieren y necesitan, logrando así una relación muy cercana y personalizada, pues se pretende resaltar el amor por sus mascotas, lo que hace que se forme una relación mucho más estrecha que simplemente veterinario-proprietario. Se desea mostrarles interés, preocupación, intriga, y diferentes formas de ayudarlos; son factores claves para que se construya una relación sólida y estén muy a gusto con el servicio que se les está brindando a sus mascotas.

Estrategia de gestión de relaciones

Brindar una atención muy personalizada a cada uno de los clientes, sean constantes o no, la idea es hacerlos sentir tan bien atendidos y asesorados que quieran volver o incluso puedan recomendar la empresa a otras personas.

Tener una base de datos muy organizada y filtrada para tener presente quien es quien, qué proceso tiene, cuál es su mascota, dónde vive. Además, estar en contacto frecuente con cada propietario, recordarle de las vacunas, desparasitaciones, promociones, y estado salud del paciente.

Crear programas de fidelización a los clientes más constantes y fijos, mediante obsequios reflejados en alimentos, accesorios, elementos de higiene, y también descuentos en los procedimientos que la mascota requiera.

Aprender a escucharlos y ofrecerles soluciones. No atender sólo por salir de paso. Reducir tiempos de espera, agilizar mensajes de respuesta, estar activos con todas las redes sociales y medios de comunicación, para atenderlos con prontitud y agilidad.

Capacitar a todo el personal en atención al cliente y asegurarse que esta sea óptima.

Priorizar la experiencia del cliente a través de todos los canales, mediante las redes sociales, registrando su testimonio y experiencia vivida en el centro veterinario.

Tipo de relaciones que esperan los clientes para mantener vínculos con la empresa

Una relación más cercana, personal y estrecha, que no sea sólo relación de ir a compra, recibir un servicio y pagar, si no que haya una relación más allá de eso, donde exista la confianza, interés y atención personalizada para que tengan ganas de volver y se cree una fidelidad.

Mecanismos para dar a conocer la propuesta de valor

Haciéndole saber al cliente desde la primera cita o contacto, que tanto él como su mascota le importan mucho al personal encargado, tomar sus datos y meterlos a la base

de datos, realizar llamadas frecuentes con el fin de preguntar e investigar el proceso de la mascota, sin que ellos tengan que hacerlo antes.

Crear programas de fidelización, es decir, premiar con algún regalo o beneficio al propietario o cliente que es constante y fiel.

Cómo llegar a los clientes y conquistarlos

Principalmente, de una manera visual, es muy importante tener un sitio agradable a la vista, limpio, aseado, armónico, llamativo-

Por otro lado, mantener activas las redes sociales y toda forma virtual de publicidad, ser constantes, organizados, y que también llame la atención a pesar de no estar ahí físicamente.

Y lo más importante y el mayor objetivo, una excelente atención y brindarle una gran experiencia, para así conquistarlos y atraer futuros clientes, recomendación de otros clientes.

Integración e los canales

Ya que existen diversos canales de comunicación, la idea es estar en más de uno. De esta forma, el público tendrá más de una opción de atención y se tendrá más oportunidad de estrechar la relación con ellos.

En este caso, los canales están integrados en su mayoría, digitalmente, redes sociales, página web, y también publicidad por medio de volantes.

Logo

Ilustración 4. Logo AleVet.



Para la realización del logo o imagen de la empresa, se pensó en las características que se quieren transmitir al cliente, tranquilidad, un ambiente agradable, armonía, sencillez, también que fuese llamativo y con formas o gráficos acordes a la Medicina Veterinaria.

Estrategia Web y tecnologías de la información

Es importante estar presentes y muy activos en todos los canales en los que el público interactúe, es decir, en las redes sociales que vayan acorde con la temática empresarial.

Se deben aprovechar al máximo las oportunidades que brindan las redes, ya que se podrá acercarse en mayor medida al público y fidelizarlo.

Colaborar y participar en diferentes portales y blogs que sean referentes en el sector. Además, esto ayudará a mejorar la imagen y perspectiva pública.

Se contará con una cuenta en Instagram, Facebook, y página web, además de atención vía WhatsApp.

Estrategia de uso de redes sociales y estrategia de difusión página web

Se publicará diariamente en redes sociales, información de la empresa, tips, videos, fotos, eventos, precios, y presentación de un nuevo producto o servicio.

Estar activos en cada plataforma para responder las dudas, inquietudes y sugerencias de una manera rápida y eficaz.

Por las mismas redes sociales se hará énfasis en la página web, para que la visiten y puedan hacer uso de todo el conocimiento que se subirá allí, el cual será más profundizado y extenso.

Análisis técnico - operativo

Características sensoriales

Un logo llamativo, letreros claros, olor agradable en el establecimiento, colores que proporcionen tranquilidad y armonía al entrar, limpieza, volantes y tarjetas claras y llamativas. La idea es crear un ambiente agradable que haga que el consumidor se sienta atraído, entre a la tienda y que vuelva a ella. Por otro lado, como también habrá parte digital, crear una página web y unas redes sociales llamativas, ordenadas, con buena atención y respuesta, donde el cliente se sienta parecido o igual que si estuviese en el punto físico.

Microbiológicas

Sanidad y salubridad del establecimiento, es decir, todo lo que conlleve al tratamiento de residuos y contenido biológico de desechos, su tratamiento y disposición final. Evitando así contaminación cruzada, proliferación de microorganismos, transmisión de enfermedades o presencia de plagas. Correcto manejo de esterilización a los materiales con los que se realizan los procedimientos, sobre todo en intervenciones quirúrgicas. Disponer muy bien de todos los residuos generados en intervenciones tanto quirúrgicas como de aseo, corte, baño, consultas, etc.

Fisicoquímicas

Tener un establecimiento adaptable a lo que se ofrecerá que serán servicios veterinarios, que sea habitable y armónico, en buenas condiciones de infraestructura, bonito externamente para que, a la vista de los demás, llame la atención y den ganas de visitarlo. Buen espacio, distribución, accesibilidad fácil para el cliente, ubicado en una

zona estratégica, calidad de iluminación. Con espacios aprobados para la contención de productos, con el fin de mantenerlos en buen estado y respetar su ciclo de utilidad.

Condiciones de almacenamiento

Correcta clasificación de los productos según su uso y/o destino, suficiente espacio, elegir lugares donde no se concentre mucho el calor pero que tampoco sea húmedo, para así proveer todas las condiciones y evitar el deterioro, daño o caducidad de los productos. Los productos que requieren refrigeración serán almacenados según el requerimiento, además se realizará un control diario de la temperatura.

Condiciones de distribución

Lugares y espacios específicos para cada grupo de productos y/o equipos, que cada espacio del centro veterinario tenga su área adecuada para la función que cumple, separar muy bien la zona limpia de la sucia.

Estado de desarrollo del producto o servicio: etapa en la que se encuentra el producto o servicio

Principalmente, se identificó la idea del proyecto, que fue influenciada por gustos propios, visualización de carencia y necesidad de un centro veterinario en el sector y por el objetivo de tener un negocio propio y relacionado con los estudios que se tienen. Para esta idea de proyecto se han analizado muchos detalles, qué ofrecer, cómo desarrollarla, pero lo más importante es poderle brindar a los clientes, la mayor comodidad posible en un solo lugar, que tengan toda una experiencia y que no sólo sea comprar por comprar o una visita de una sola vez, si no, por el contrario que se sientan tan a gusto para volver una y otra vez.

Actualmente, la etapa en la que se encuentra es en la de planeación del negocio, donde a través de muchas variables, factores, características, investigación, estudios y demás, se logra visualizar de una manera macro y general, la viabilidad del proyecto. Esta etapa permite proyectar la empresa a nivel financiero, tecnológico, administrativo, profesional, ambiental y social. Permite, además, identificar los puntos negativos y positivos, fortalezas, debilidades, amenazas, oportunidades, esto con el fin de saber que se puede mejorar, que se debe mantener y cuidar y que se debe explotar para que el proyecto tenga éxito.

Innovación

El concepto de innovación de AleVet, va dirigido al campo estético del centro veterinario, es decir, al servicio de baño y servicio de peluquería. Se busca brindar a la mascota bienestar integral a través de un espacio y servicio personalizado adaptado a las necesidades y condiciones especiales y específicas que tenga esta. Se pretende hacer mediante masajes, productos naturales, plantas terapéuticas, entre otros.

Para optar por este servicio, es necesario tener previo conocimiento del estado de salud del animal, lo que requiere una valoración anticipada al servicio de baño y peluquería, para así saber y conocer qué técnicas o productos utilizar y en qué área especificar la atención y el masaje; o en su defecto, mirar si por alguna razón no está indicado para el animal.

Si bien es sabido que la masoterapia en veterinaria existe, AleVet quiere integrarla con estos servicios estéticos y hacer que la visita al centro veterinario de las mascotas, sea más útil, productiva y relajante, ya que, para muchas mascotas, se convierte en una tortura y un desagradable momento.

Esta práctica trae grandes beneficios a la salud del animal, ayudando y aliviando patologías que este posee, reduciendo el posible estrés con el que llegan al centro veterinario, además, de reforzar el vínculo con el centro veterinario, para que la mascota no sienta temor al ingresar a él.

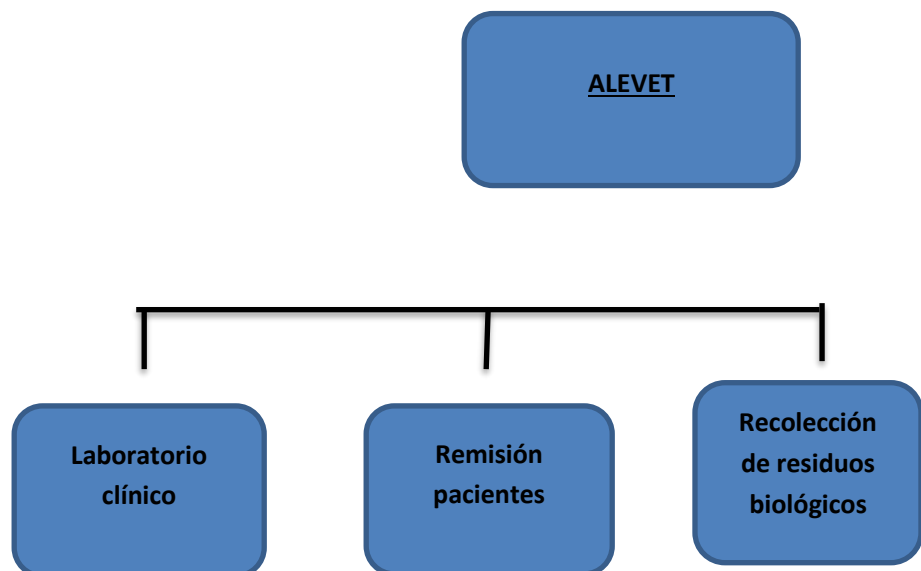
Flujograma de subcontratación

El centro veterinario AleVet a pesar de que contará con múltiples servicios y con tecnología y equipos de punta, no posee todas las facilidades juntas, es decir, no todos los procesos se hacen en la empresa como tal, por ejemplo, se tomarán muestras, se almacenarán y algunas de ellas se analizarán, como el perfil básico o un perfil de BUN o creatinina, pero habrán otras que requieran de envío y análisis en laboratorios especializados, por lo que se tendrá convenio con un laboratorio que cumpla en tiempo, calidad y atención, para que, los clientes de AleVet tengan sus resultados con prontitud. Se permitirán remisiones, para esto se tendrá convenio con otros centros veterinarios, donde entre colegas se podrán remitir pacientes según el caso lo requiera y según sea pertinente.

También se tendrá convenio con el sitio de recolección de residuos biológicos para los casos de pacientes muertos en AleVet, residuos de cirugías y demás procedimientos o eventualidades que requieran de este servicio y actividad.

Flujograma contratación

Ilustración 5. Flujograma de contratación



Descripción de procesos y procedimientos: flujos de procesos

Flujograma del producto

Ilustración 6. Flujograma producto.

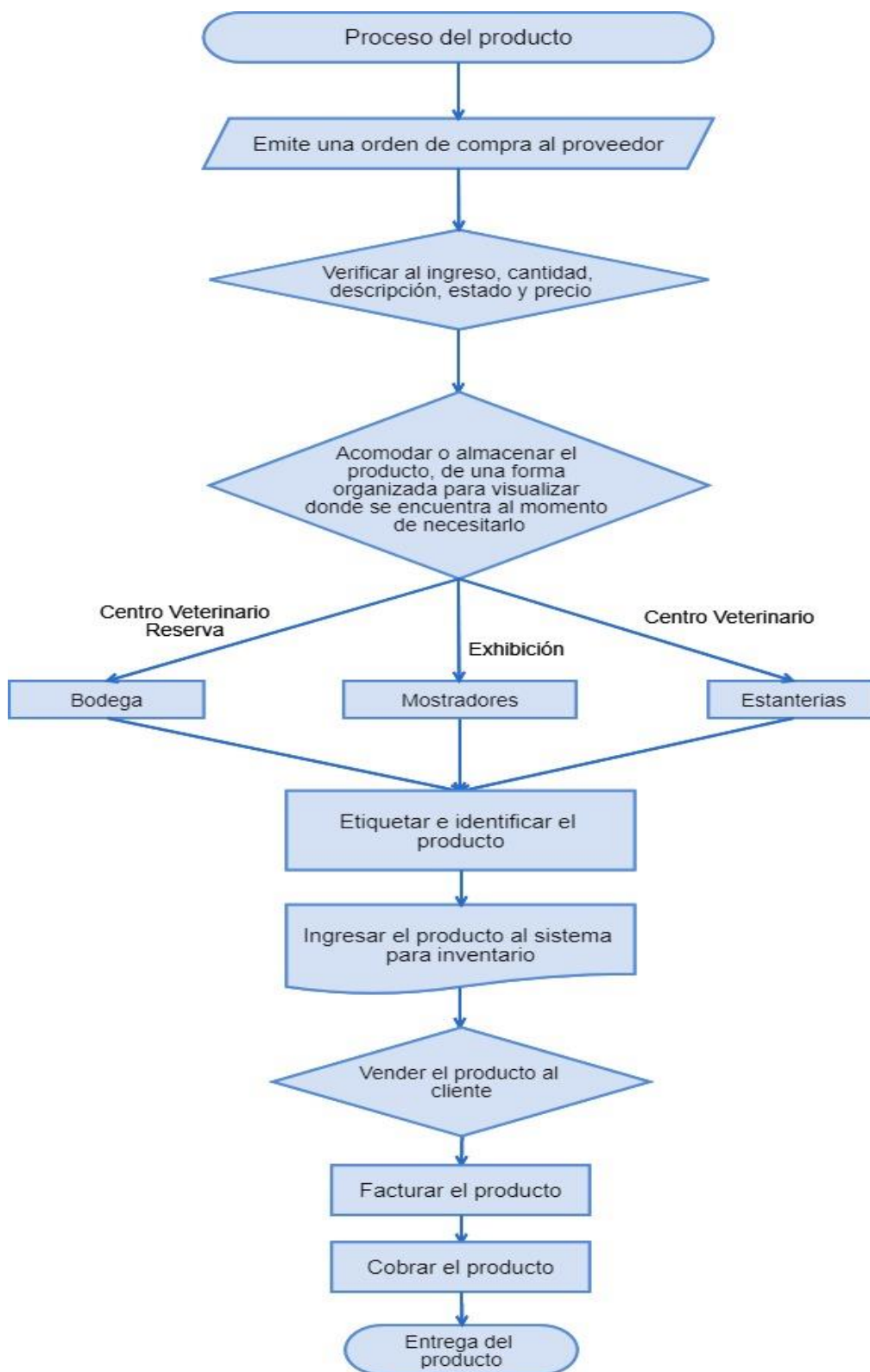


Diagrama de flujo del servicio: (Procedimiento veterinario, quirúrgico, toma de muestras, consulta general, vacunación):

Ilustración 7. Flujograma servicios

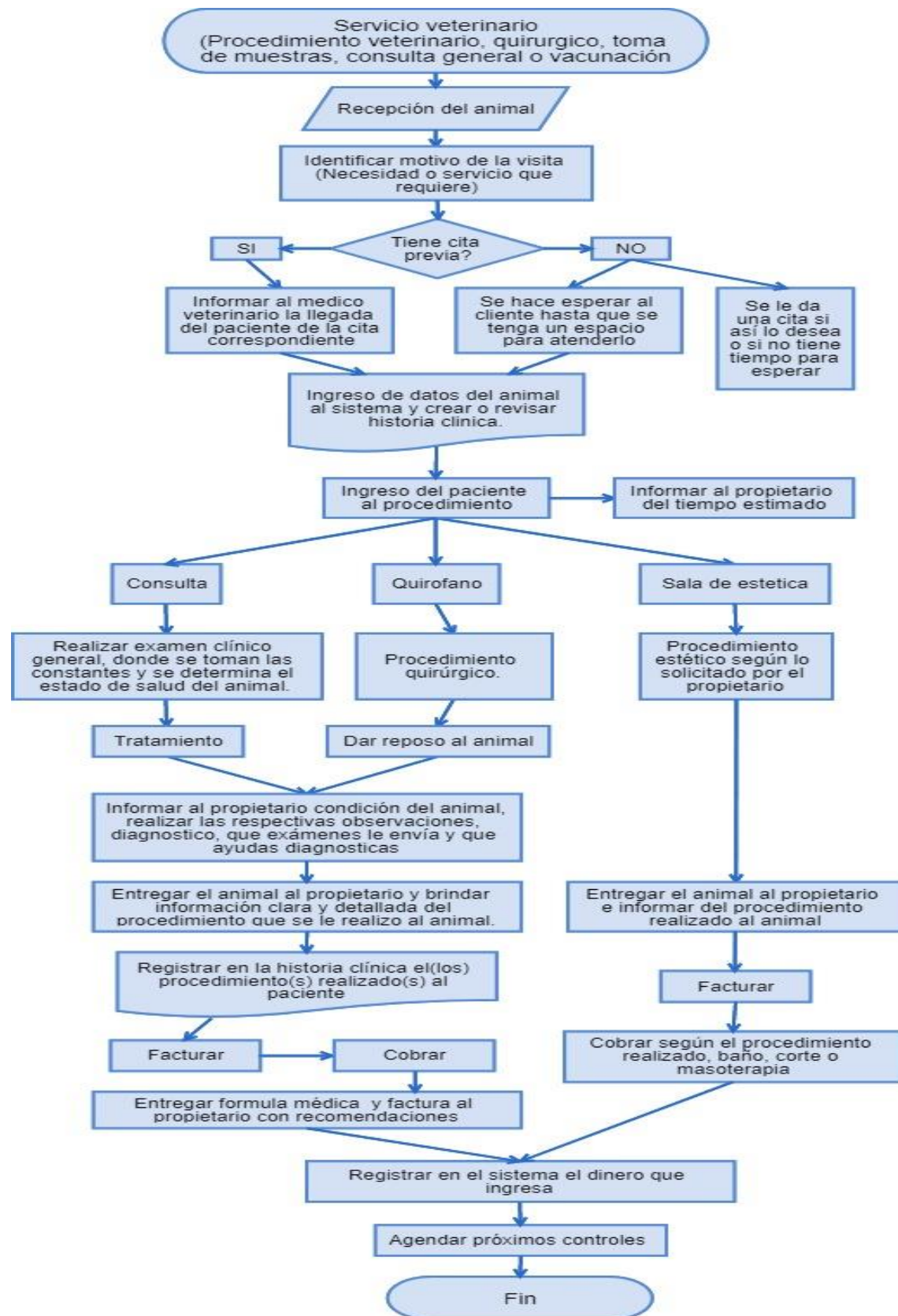
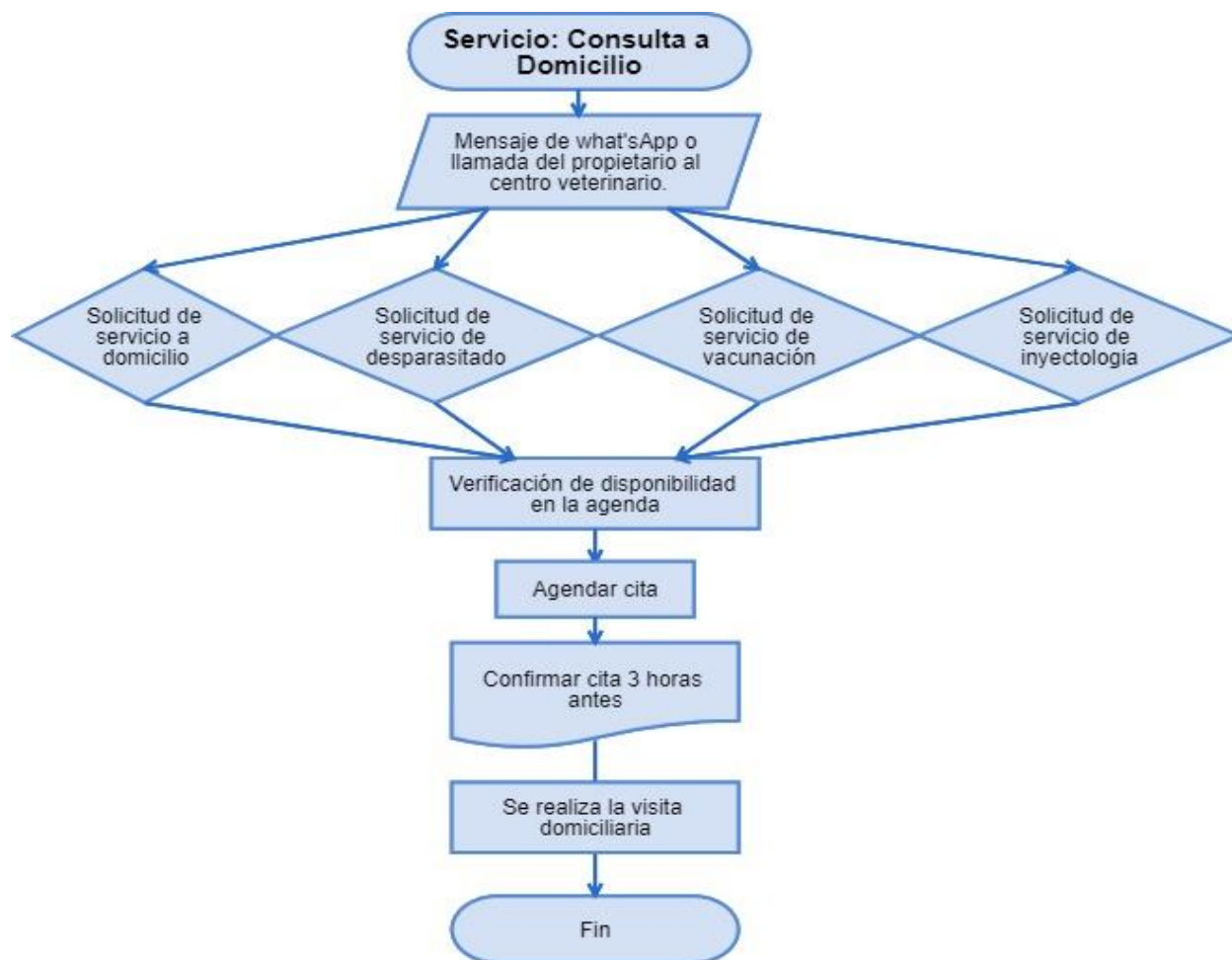


Ilustración 8. Diagrama consulta a domicilio



Tecnología requerida: descripción de equipos y máquinas, capacidad instalada, mantenimiento.

Tabla 14. Equipos y maquinaria

Equipos y máquinas requeridas	Cantidad
Cámaras de seguridad	2
Computadores	3

Datafono	1
Horno microondas	1
Pesa báscula	1
Ecógrafo	1
Equipo RX	1
Máquina monitoreo	2
Máquina anestesia	1
Máquina centrífuga	1
Fonendoscopios	2
Termómetros	4
Otoscopio	2
Bombas de infusión	4
Lámpara de cirugía	1
Nevera-congelador	1
Refrigerador para vacunas	1
Máquina para cortar pelo	2
Teléfonos	5
Carro para la consulta a domicilios	1
Sistema de alarmas	1
TOTAL	38

El mantenimiento de los equipos o máquinas requeridas varía según el funcionamiento de los mismos, pero en una estimación aproximada puede ser mantenimiento semestral o anual.

Es importante tener en cuenta que se debe estar observando el correcto funcionamiento, estar alerta ante cualquier anomalía, hacerles limpieza periódica y hacer un uso adecuado de todos, para así respetar y prolongar su vida útil y no tener inconvenientes de ningún tipo en la empresa, sobre todo en la prestación de servicios fundamentales.

Situación tecnológica de la empresa: necesidades técnicas y tecnológicas

-Instalación, funcionamiento y mantenimiento de todos los equipos y máquinas que se requieren para prestar los servicios y atender a los pacientes.

-Un buen sistema de suministro eléctrico

-Suficiente número de tomacorrientes y extensiones para conectar equipos desde cualquier punto de la empresa y no tener inconvenientes.

-Instalación de cámaras de seguridad, sistema de alarma contratado con una empresa externa, que envía un mensaje a un número seleccionado, avisando de alguna alteración o movimiento sospechoso en el ingreso del centro veterinario.

-Instalación de telefonía e internet.

-Buen sistema de acueducto

Localización y tamaño

Se eligió el barrio San Joaquín como sector para llevar a cabo el centro veterinario AleVet, porque es un barrio en el cual habitan muchas mascotas, es demasiado central,

con poca competencia, con vías de transporte de fácil acceso y su estrato es medio, además por ser el lugar de residencia.

Es un barrio relativamente pequeño pero muy bien conformado, ya que hay zona urbana y zona industrial.

El establecimiento como tal será un espacio amplio, con muy buena división de zonas, ventanas para buena ventilación e iluminación.

Sus instalaciones serán así:

Patio, 2 consultorios, zona de hospitalización, quirófano, sala de recepción, cocineta, área para toma de muestras, cuarto de RX, cuarto de ecografía, 2 baños, área de cuarentena.

Plano de las instalaciones

Ilustración 9. Plano instalaciones primer piso

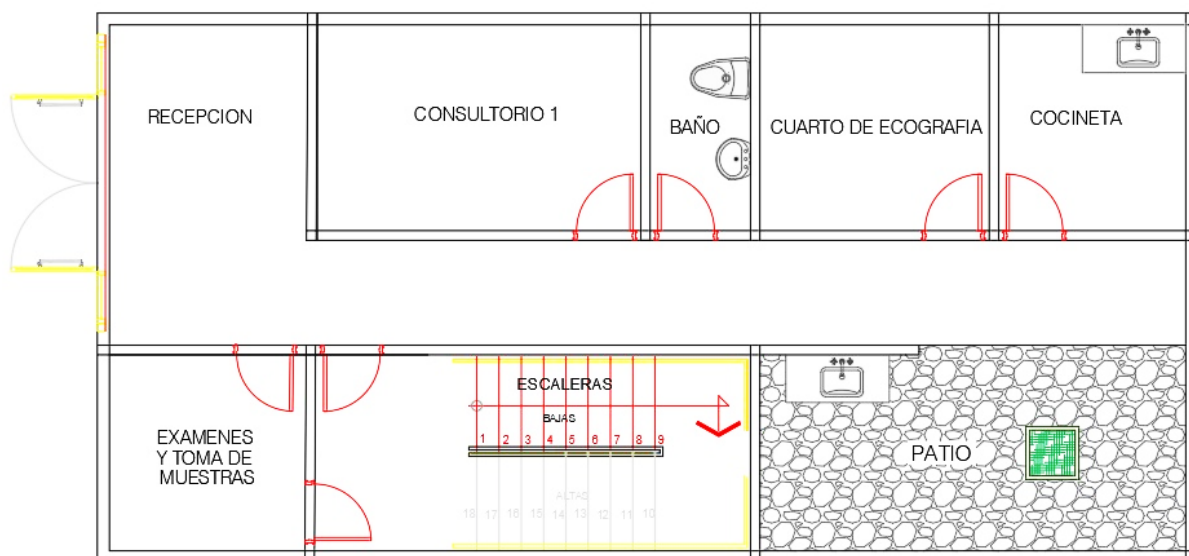
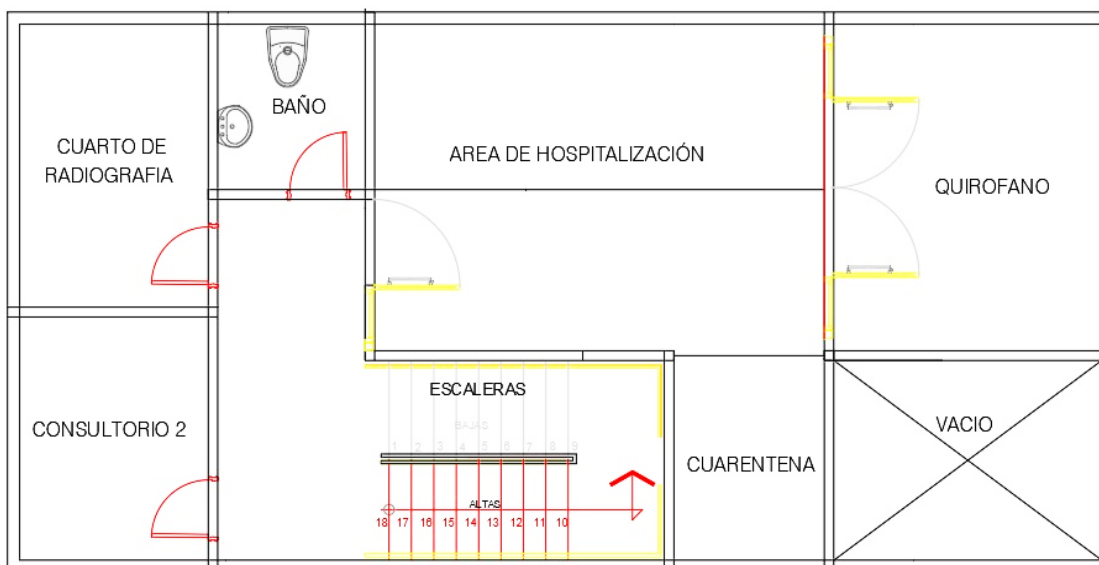


Ilustración 10. Plano instalaciones segundo piso.



Definición de las necesidades y características de personal requerido

La empresa necesitará personal altamente calificado y profesional en el área de la medicina veterinaria, tanto médicos veterinarios y auxiliares, de acuerdo a la capacidad económica y evolución de la empresa. En la parte administrativa, personal con capacidad de dirigir y proyectar la idea de negocio con visión de rentabilidad y sostenimiento en el tiempo. También se requiere de estudiantes practicantes que apoyen las distintas labores del centro veterinario.

Presupuesto de producción

Alevet contará con dos consultorios y una jornada 10 horas para atención a los clientes. Una consulta veterinaria en promedio tarda 30 minutos en realizarse por lo cual en 10 horas se pueden realizar un total de 20 consultas al día, no obstante, los dos consultorios pueden trabajar de forma simultánea ya que tanto sus actividades como los espacios físicos están separados, ampliando la capacidad de Alevet a 40 consultas por día. Cada consulta tendrá un valor de \$45.000, generando un presupuesto de \$1'800.000

por ingresos de consultas para pagar los costos totales de la producción de dichos servicios, divididos en costos directos e indirectos.

Presupuesto diario de producción

Tabla 15. Presupuesto diario

Descripción	Valor unitario	Consultas realizadas	Total de ingresos por consultas
Consultas Consultorio 1	\$45.000	20	\$900.000
Consultas Consultorio 2	\$45.000	20	\$900.000
TOTAL INGRESOS DIARIOS			\$1'800.000

Plan de producción

Análisis de costos de producción

Los costos implicados en la producción de los servicios de Alevet, son todos aquellos costos que intervienen en el proceso del servicio, los cuales se conocen como costos directos y se suman a estos los costos que no están implicados en el proceso de consulta, no obstante son indispensables para el desarrollo del servicio, como lo es un espacio físico para prestar el servicio (infraestructura), estos costos son paralelos al servicio y ajenos a estos de forma directa y se conocen como costos indirectos.

Este análisis de costos de producción se dividió en el análisis de los costos directos y el análisis de costos indirectos, los cuales son:

Análisis de costos directos

En el proceso del servicio prestado por Alevet, intervienen el recurso humano para la atención del paciente y los consumibles usados en la consulta.

El recurso humano que hace parte de los costos directos del servicio de consulta es:

-2 Veterinarios

-1 Auxiliar

El costo de los veterinarios y de los auxiliares es 11.324.358, este valor comprende un costo directo total mensual por concepto de recurso humano de, que dividido los días del mes (30) es el costo diario directo por recurso humano de \$337.479.

Para realizar una consulta en cada uno de los consultorios se debe usar en el proceso, los siguientes consumibles:

-Guantes

- Vaselina
- Algodón
- Agua Oxigenada
- Alcohol
- Gasa
- Papel
- Clorhexidina

El rendimiento y uso de estos consumibles varía, por lo que no se tiene un dato exacto de la cantidad requerida de cada consumible para cada una de las consultas proyectadas, por lo cual se define la compra de estos en su unidad de empaque institucional de forma mensual, y posteriormente se determina el costo de los consumibles de manera diaria. Estimando que el costo total de los consumibles es de \$341.800 al mes, dividido el número de días del mes (30), se obtiene que el costo de consumibles diarios es de \$11.394.

Del total de las consultas que se pueden realizar en el día una fracción de estas es asumida como visita domiciliaria, específicamente el 5%, es decir 2 consultas domiciliarias, por lo cual es un costo directo el combustible requerido por el vehículo para realizar estas consultas domiciliarias y puede variar con el número de consultas domiciliarias realizadas. El costo directo por combustible es de \$3.000 diarios, teniendo en cuenta que son realizadas en el sector.

Todos los costos directos diarios de Alevet se resumen en la siguiente tabla:

Tabla 16. Costos directos diarios.

Costos directos diarios	
Descripción	Valor/día
Recurso humano implicado en la consulta	\$377.479
Consumibles de las consultas	\$11.394
Gasolina por consultas domiciliarias	\$3.000
Costos directos (TOTAL)	\$391.873

Tabla 17. Costos por unidad de servicio.

Costos directos por unidad de servicio (Consulta)	
Descripción	Valor/consulta
Recurso humano (Veterinarios y auxiliares)	\$9.437
Consumibles	\$285
Gasolina en el caso de la consulta domiciliaria	\$1.500
Costos directos totales por consulta	\$9.722
Costos directos totales por consulta domiciliaria	\$11.222

Análisis Costos indirectos

Los costos indirectos (costos administrativos) de las operaciones de Alevet, que no intervienen en el proceso del servicio y se debe incurrir en estos mensualmente, es decir son costos fijos en los que incurre la organización y están determinados por el valor de la inversión inicial, son:

- Constitución legal cámara y comercio
- Arriendo del local
- Aseadora

- Secretaria general
- Honorario contador
- Adecuaciones locativas
- Imagen corporativa
- Papelería
- Otros varios
- Programa contable
- Depreciaron de equipos y maquinarias

Los costos indirectos totales se determinan primero para el primer año de constitución y se definen posteriormente para cada mes, para finalmente determinar cuál es el costo indirecto total diario.

En la tabla a continuación se definen los costos indirectos anuales de Alevet.

Tabla 18. Costos indirectos anuales.

Costos indirectos anuales	
Descripción	Valor/primer año
Constitución legal cámara y comercio	\$1.135.000
Arriendo del local	\$50.400.000
Aseadora	\$18.385.020
Secretaria	\$21.751.248
Honorario contador	\$1.500.000
Adecuaciones locativas	\$3.500.000
Imagen Corporativa	\$7.000.000
Papelería	\$500.000

Otros varios	\$550.000
Programa contable	\$3.800.000
Depreciación de equipos y maquinarias	\$10.568.700
Costos indirectos (TOTAL)	\$119.089.968

Tabla 19. Costos indirectos mensuales.

Costos indirectos mensuales	
Descripción	Valor/mes
Constitución legal cámara y comercio	\$ 94.583
Arriendo del local	\$ 4.200.000
Aseadora	\$ 1.532.085
Secretaria	\$ 1.812.604
Honorario contador	\$ 125.000
Adecuaciones locativas	\$ 291.667
Imagen Corporativa	\$ 583.333
Papelería	\$ 41.667
Otros varios	\$ 45.833
Programa contable	\$ 316.667
Depreciación de equipos y maquinarias	\$ 880.725
Costos indirectos (TOTAL)	\$ 9.924.164

Tabla 20. Costos indirectos diarios.

Costos indirectos diarios	
Descripción	Valor/día
Constitución legal cámara y comercio	\$ 3.153
Arriendo del local	\$ 140.000
Aseadora	\$ 51.070
Secretaria	\$ 60.420
Honorario contador	\$ 4.167
Adecuaciones locativas	\$ 9.722
Imagen Corporativa	\$ 19.444
Papelería	\$ 1.389
Otros varios	\$ 1.528
Programa contable	\$ 10.556
Depreciación de equipos y maquinarias	\$ 29.358
Costos indirectos (TOTAL)	\$ 330.805

Identificación de proveedores; capacidad de atención de pedidos; importancia relativa de los proveedores; pago a proveedores planeación de compras

Los proveedores están clasificados según el tipo de productos y necesidades.

-Proveedores de alimentos para animales: Tierragro, Jotagro, Hills, Itacol, Petpaw.

-Proveedores de medicamentos y productos veterinarios: Juanagro, Mascotecno, **Laboratorios** Provet S.A.S, VECOL, Promevet S.A, Pet Spa Products, Ivanagro, El establo, Bayer, Lafrancol.

-Proveedores de accesorios: Fedelé mascotas, VEKOPETS, Sofia Bandanas Company, Lord Yako.

-Proveedores de insumos: ALKON INSUMOS S.A.S.

-Proveedores de equipos médicos veterinarios: Mequivet, TMedica.

Los proveedores se seleccionaron con base a la calidad de sus productos, reconocimiento, experiencia y trayectoria en el mercado. Además, ofrecen asesoría constante, manejan buenos precios, variedad y agilidad, lo que beneficia a la empresa a la hora de comprarles y revender sus productos a los clientes de la misma.

Elegir buenos proveedores es un factor fundamental en el momento de planeación, ejecución y desarrollo de una empresa. Pues de aquí parte el nivel de calidad que se le ofrecerá a los proveedores propios y a los clientes que se beneficiarán de los productos y servicios que ofrecerá AleVet.

También es importante, además de comprar insumos y diferentes productos a los proveedores, crear una relación y convenio con cada uno de ellos, para optar por buenos precios, facilidades, descuentos, que beneficiara la economía y facilidad dela empresa.

La capacidad de atención de pedidos, será organizada y planificada, de manera tal que haya tiempo y espacio para recibir, almacenar, organizar y registrar todos los diferentes productos que entran a la empresa, para que no haya desorden o interrupción de los procedimientos cotidianos al estar recibiendo pedidos. Se pedirán las cantidades necesarias de acuerdo al análisis de tiempo de duración y rotación, para que tampoco

haya dificultad por carencia y falta de algún medicamento o producto que requiera el paciente o el cliente.

Se proyecta que, la política de pago a proveedores será un 80% de contado y 20% crédito pago a 30 días. Sin embargo, esto está a sujeto de las políticas y estudio de cada proveedor.

Tabla 21. Lista de proveedores

PROVEEDORES	DIRECCIÓN	TELÉFONO
TIERRAGO	Calle 32 # 48 - 45 Medellín	444 46 25
JOTAGRO	Circular 4 # 74-27 Medellín	6046568
JUANAGRO	Medellín	491-39-94
MASCOTECNO	Calle 49 #78A 43 Medellín	300 4381313
PROVET	Autopista Bogotá-Medellín	4254800
VECOL	Av. el dorado 82-93 Bogotá	4254800
PROMEVET	Calle 18 # 31 - 28 Bucaramanga	6342666
PET SPA	Autopista Medellín, km 2.5 vía Bogotá	746-4696
IVANAGRO	Cra 43A #11B-145 Medellín - Antioquia	316 77 00
EL ESTABLO	Cl 77 C 46-33 B-11 L-7 Itagüí	3613443
LAFRANCOL	Cr82 C 30 A-120 Medellín	2356320
FEDELÉ MASCOTAS	Cra. 48 #32B Sur-139 Envigado	3004626802

VEKOPETS	Medellín	3164364462
SOFIA BANDANAS COMPANY	Medellín	3105228234
LORD YAKO	Medellín	3113715681
ALKON INSUMOS S.A.S	Bogotá	672 42 34
MEQUIVET	Bogotá	305 3969696
TMEDICA	Diag. 3ª # 9 - 02 Quintas del Marquéz - Mosquera, Cundinamarca.	3106775124

Control de calidad: Procesos de control de calidad requeridos por la empresa, control de calidad a las compras, implementación y seguimiento a normas de calidad establecidas, plan de control de calidad.

Los parámetros de control de calidad en el tema de la producción son factores que los va a resolver directamente los fabricantes y AleVet como empresa, se encarga de vigilar que se esté cumpliendo la normativa de todos los productos que se vayan a utilizar y vender en el establecimiento, como fecha de vencimiento, registro Invima, registro ICA, eso en cuanto a los proveedores productos, y en cuanto a la empresa, vigilar que estén bien almacenados, debidamente clasificados, controlar temperaturas, para así asegurar su tiempo útil y poder brindar productos y servicios de calidad.

Normatividad ICA Aplicable al Registro de Medicamentos y Biológicos Uso Veterinario

Resolución 1326 del 30 de junio de 1981. “Por la cual se adoptan disposiciones para la utilización y comercialización de productos antimicrobianos de uso veterinario”.

Resolución 01966 del 5 de septiembre de 1984. “Por la cual se reglamenta el uso de productos o sustancias antimicrobianas como promotores de crecimiento o mejoradores de la eficiencia alimenticia”.

Resolución 1082 del 20 de abril de 1995. “Por la cual se prohíbe el uso y comercialización de la Furazolidona, la Nitrofurazona y la Furaltadona para uso animal”.

Resolución 1056 del 17 abril 1996. “Por la cual se dictan disposiciones sobre el control técnico de los Insumos Pecuarios y se derogan las Resoluciones No. 710 de 1981, 2218 de 1980 y 444 de 1993”.

Resolución 909 del 25 mayo 1999. “Por la cual se modifica el artículo 8º a la Resolución No. 1056 del 17 de abril de 1996”.

Resolución 01372 del 2 de julio de 1999. “Por la cual se dictan disposiciones sobre la producción, importación y comercialización de Productos Biológicos para uso veterinario”.

Resolución 02045 del 07 octubre de 1999. “Por la cual se dictan disposiciones sobre el rotulado de plaguicidas para uso en perros, gatos y otros animales considerados de compañía”.

Resolución 01704 del 19 de julio de 2002. “Por la cual se modifica el numeral 4 del artículo 35 de la Resolución 1056 del 17 de abril de 1996”.

Resolución 00961 del 28 abril de 2003. “Por la cual se prohíbe la administración oral de la Violeta de Genciana en los animales”.

Resolución 03827 del 22 de diciembre del 2003. “Por la cual se adopta la guía para el desarrollo de estudios de estabilidad de medicamentos veterinarios”.

Resolución 991 del 19 de mayo del 2004. “Por la cual se prohíbe el uso y comercialización del Dimetridazol para uso animal”.

Circular 040 del 29 de noviembre de 2006. Listado de medicamentos de control especial de uso veterinario.

Resolución 1167 del 25 de marzo de 2010. “Por medio de la cual se establecen los requisitos para el registro y control de personas que se dediquen a la comercialización de insumos agropecuarios y/o semillas para siembra a través de establecimientos de comercio”.

Resolución 2319 de 2008. “Por la cual se establecen procedimientos para registro y verificación de la calidad de la vacuna contra la fiebre aftosa”.

Resolución 22747 del 09 de mayo de 2018. “Por medio de la cual se prohíbe la importación, fabricación, registro, comercialización y uso de aditivos que contengan polimixina E (colistina) y polimixina B como promotores de crecimiento en especies animales productoras de alimentos para el consumo humano”

Análisis administrativo y organizacional

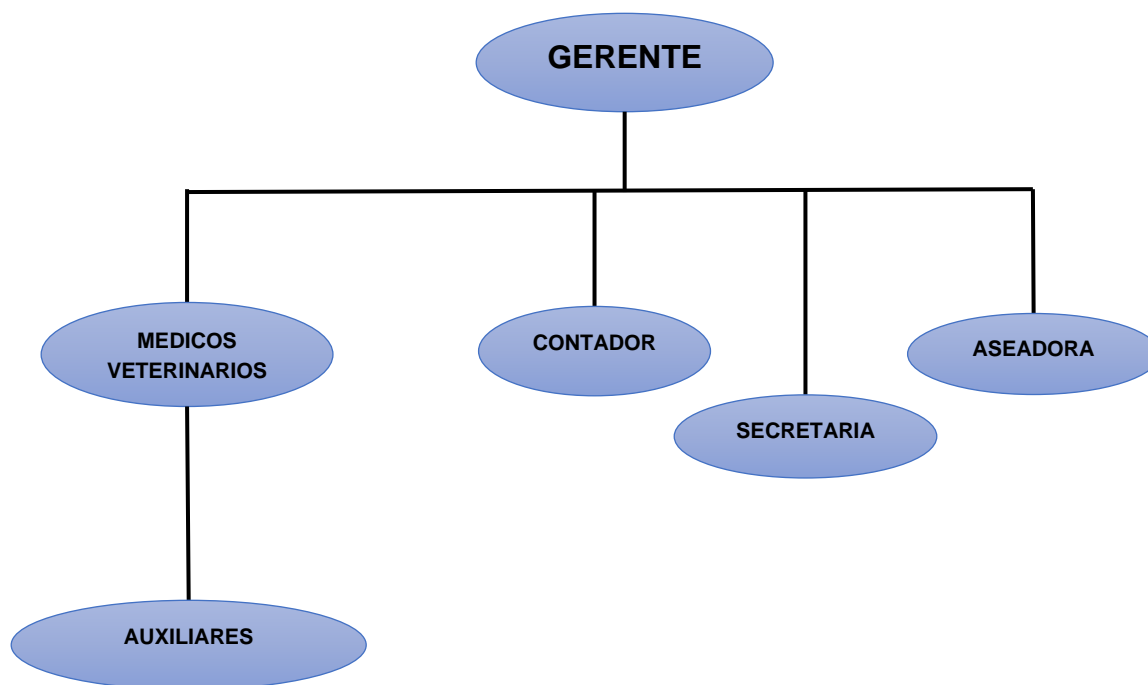
Grupo emprendedor

Yinneth Alexandra Roldán Patiño. Con CC # 1152214821 y código estudiantil 20142215.

Estudiante de último semestre de la Corporación Universitaria Lasallista.

Estructura organizacional

Ilustración 11. Diagrama estructura organizacional



Gastos de administración y nómina (incluir parafiscales, tener en cuenta)

Tabla 22. Nomina Alevet.

NÓMINA								
CARGO	HORAS TRABAJADAS	DEVENGADO				DEDUCCIONES		
		SALARIO BASICO	AUX. TRANS	NOMINA TOTAL MENSUAL	SALUD	PENSIÓN	TOTAL DEDUCCIONE	TOTAL DEVENGADO
Veterinarios	48	\$ 6,400,000.00	\$ 0.00	\$ 6,400,000.00	\$ 256,000.00	\$ 256,000.00	\$ 512,000.00	\$ 5,888,000.00
Auxiliares	48	\$ 1,500,000.00	\$ 110,054.00	\$ 1,610,054.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 120,000.00	\$ 1,490,054.00
Secretaria	48	\$ 1,200,000.00	\$ 110,054.00	\$ 1,310,054.00	\$ 48,000.00	\$ 48,000.00	\$ 96,000.00	\$ 1,214,054.00
Aseadora	48	\$ 1,000,000.00	\$ 110,054.00	\$ 1,110,054.00	\$ 40,000.00	\$ 40,000.00	\$ 80,000.00	\$ 1,030,054.00
TOTAL	48	\$ 10,100,000.00	\$ 330,162.00	\$ 10,430,162.00	\$ 404,000.00	\$ 404,000.00	\$ 808,000.00	\$ 9,622,162.00

Tabla 23. Prestaciones sociales y aportes parafiscales Alevet.

APORTES PARAFISCALES	PORCENTAJE	TOTAL
CAJA COMPENSACIÓN	4%	\$ 404,000.00
I.C.B.F	0%	\$ -
SENA	0%	\$ -
TOTAL	TOTAL	\$ 404,000.00
PRESTACIONES SOCIALES (Tabla N °14)	Porcentaje	Total
CESANTÍAS	8.33%	\$ 868,832.49
INTERESES CESANTÍAS	12%	\$ 104,259.90
PRIMA	8.33%	\$ 868,832.49
VACACIONES	4.17%	\$ 421,170.00
TOTAL	32.83%	\$ 2,263,094.89

Tabla 24. Seguridad social Alevet.

SEGURIDAD SOCIAL	EMPLEADO	EMPLEADOR	TOTAL
SALUD 4% y 8,5%	\$ 404,000.00	\$ 858,500.00	\$ 1,262,500.00
PENSIÓN 4% y 12%	\$ 404,000.00	\$ 1,212,000.00	\$ 1,616,000.00
RIESGOS PROFESIONALES 2,433%	\$ -	\$ 245,733.00	\$ 245,733.00
TOTAL	\$ 808,000.00	\$ 2,316,233.00	\$ 3,124,233.00

Constitución de la Empresa

La constitución de la empresa será como una Sociedad por Acciones Simplificada (S.AS), es una sociedad de capital, de naturaleza comercial y está conformada por una o varias personas naturales o jurídicas.

Está creada en la legislación colombiana por la ley 1258 de 2008, la cual no introduce ningún límite a la cantidad o número de socios que se requieran para conformar la sociedad. Esta se puede constituir mediante documento privado, excepto si en su constitución se aportan bienes sujetos a escritura pública, caso en el cual sí se debe constituir mediante escritura pública.

Esta empresa está conformada por un único socio fundador. En cuanto al capital para la inversión requerida está determinada por la solicitud de recursos al fondo emprender y por un crédito bancario en caso de no ser suficiente con los recursos del fondo.

La representación legal de la empresa estará a cargo del socio fundador, quien también ejerce puesto y funciones de gerente general y de Médico Veterinario.

(Disruptivo, 2018)

Impacto del proyecto

Impacto ambiental del proyecto

Al ser una empresa que está estrechamente relacionada y caracterizada por el manejo de agentes biológicos, tiene un gran impacto ambiental. Para mitigar este impacto se debe hacer muy buen uso del mecanismo de desechos biológicos, el uso de canecas para la separación de residuos, aplicar el proceso adecuado a cada actividad o elemento que lo requiera.

Impacto económico y social para la comunidad

La importancia económica del centro veterinario AleVet para la comunidad es la de identificar en cada propietario, las acciones que tiene para con su mascota, de esta manera se puede concientizar y educar a las personas sobre la tenencia responsable de estas, pues esto tiene una repercusión para todos en la sociedad.

Hacer programas de prevención y control de enfermedades.

Hacer énfasis en la importancia de desparasitar y vacunar puntualmente a la mascota, para así evitar el contagio y la propagación de enfermedades, que afectan a otros animales y también al ser humano.

Incentivar a hacer un manejo adecuado de heces en el barrio, mediante conferencias mensuales en el centro veterinario, carteles en el establecimiento, de manera virtual por las redes sociales y también concientizando a los propietarios en todas las oportunidades que se puedan.

Realizar charlas de diferentes temas de interés común donde los clientes y la sociedad pueda aprender, instruirse y poner en práctica tanto en sus casas como en la calle con sus animales.

Registros licencias y leyes regulatorias

Legislación vigente que regule la actividad económica

-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.” (1985)

-LEY 576 DE 2000: Por la cual se expide el Código de Etica para el ejercicio profesional de la Medicina Veterinaria, la Medicina Veterinaria y Zootecnia y Zootecnia. (febrero 15).

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

- Resolución Número 001478 de 10 de mayo 2006: Por la cual se expiden normas para el control, seguimiento y vigilancia de la importación, exportación, procesamiento, síntesis, fabricación, distribución, dispensación, compra, venta, destrucción, y uso desustancias sometidas a fiscalización, medicamentos o cualquier producto que las contengan y sobre las que son monopolio del estado. (2006)

- En cuanto a los medicamentos de control oficial deben estar almacenados en un lugar donde únicamente los médicos veterinarios tengan acceso, adicionalmente se debe informar periódicamente sobre la dispensación y uso de estos medicamentos, estos requisitos están regulados por la resolución 1478 de 2006 y la resolución 1479 de 2006, lo cuál va a estar regulado por parte de COMVEZCOL (Consejo de Medicina Veterinaria y Zootecnia de Colombia), secretarías departamentales y el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) (Hernández, 2016).

- Decreto 1840 de 1994: Por el cual se reglamenta el artículo 65 de la ley 101 de 1993 para la acreditación de empresas que venden insumos agropecuarios y manejen medicamentos veterinarios.

Gastos de constitución

El valor de la matrícula en el registro público mercantil equivale a \$1'435.000
Para AleVet el valor de activo está en 172'091.088 para el año 2022, el cual es el año de constitución.

Normas Política de distribución de utilidades

Se tiene como política recapitalizar las utilidades generadas por la actividad económica, al menos por los primeros 5 años de funcionamiento de la empresa.

Se proyecta hacer distribución de las utilidades cuando la empresa se encuentre más sólida financieramente.

Módulo financiero

Estados financieros proyectados y flujo de caja

Tabla 25. Estado de situación financiera proyectado.

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA PROYECTADO					
	2022	2023	2024	2025	2026
Activos corrientes					
Efectivo y equivalentes de efectivo	\$ 71,569,000.00	\$ 92,932,360.00	\$ 108,073,160.00	\$ 115,783,360.00	\$ 125,447,960.00
Deudores Comerciales.Otras cuentas por cobrar	\$ 122,378,700.00	\$ 184,634,400.00	\$ 96,191,492.00	\$ 156,662,077.00	\$ 213,439,177.00
Inventarios	\$ 48,477,000.00	\$ 93,269,640.00	\$ 139,406,448.00	\$ 186,927,363.00	\$ 235,874,363.00
Gastos pagados por anticipado / Diferidos	\$ 3,800,000.00	\$ 3,800,000.00	\$ 3,800,000.00	\$ 3,800,000.00	\$ 3,800,000.00
Amortizacion	-\$ 760,000.00	-\$ 1,520,000.00	-\$ 2,280,000.00	-\$ 3,040,000.00	-\$ 3,800,000.00
Total Activo Corriente:	\$ 245,464,700.00	\$ 373,116,400.00	\$ 345,191,100.00	\$ 460,132,800.00	\$ 574,761,500.00
Activos no corrientes					
Maquinaria y Equipo	\$ 56,883,000.00	\$ 56,883,000.00	\$ 56,883,000.00	\$ 56,883,000.00	\$ 56,883,000.00
Depreciación Acumulada	-\$ 5,688,300.00	-\$ 11,376,600.00	-\$ 17,064,900.00	-\$ 22,753,200.00	-\$ 28,441,500.00
Muebles y Enseres	\$ 8,854,000.00	\$ 8,854,000.00	\$ 8,854,000.00	\$ 8,854,000.00	\$ 8,854,000.00
Depreciación Acumulada	-\$ 885,400.00	-\$ 1,770,800.00	-\$ 2,656,200.00	-\$ 3,541,600.00	-\$ 4,427,000.00
Equipo de Computo y Comunicación	\$ 7,500,000.00	\$ 7,500,000.00	\$ 7,500,000.00	\$ 7,500,000.00	\$ 7,500,000.00
Depreciación Acumulada	-\$ 1,500,000.00	-\$ 3,000,000.00	-\$ 4,500,000.00	-\$ 6,000,000.00	-\$ 7,500,000.00
Flota y Equipo de Transporte	\$ 25,000,000.00	\$ 25,000,000.00	\$ 25,000,000.00	\$ 25,000,000.00	\$ 25,000,000.00
Depreciación Acumulada	-\$ 2,500,000.00	-\$ 5,000,000.00	-\$ 7,500,000.00	-\$ 10,000,000.00	-\$ 12,500,000.00
Total Activo no corriente:	\$ 87,663,300.00	\$ 77,089,600.00	\$ 66,515,900.00	\$ 55,942,200.00	\$ 45,368,500.00
ACTIVOS TOTALES	\$ 333,128,000.00	\$ 450,206,000.00	\$ 411,707,000.00	\$ 516,075,000.00	\$ 620,130,000.00
PASIVOS Y PATRIMONIO					
Pasivo Corriente					
Cuentas por pagar Come.Otras cuentas x pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pasivos por impuestos	\$ 50,799,000.00	\$ 64,337,000.00	\$ 65,590,000.00	\$ 65,717,000.00	\$ 66,009,000.00
Obligaciones laborales	\$ 16,731,000.00	\$ 17,233,000.00	\$ 17,750,000.00	\$ 18,283,000.00	\$ 18,831,000.00
Total pasivos corrientes	\$ 67,530,000.00	\$ 81,570,000.00	\$ 83,340,000.00	\$ 84,000,000.00	\$ 84,840,000.00
Pasivos no corrientes					
Obligaciones financieras	\$ 144,923,000.00	\$ 144,923,000.00	\$ -	\$ -	\$ -
Total pasivos no corrientes	\$ 144,923,000.00	\$ 144,923,000.00	\$ -	\$ -	\$ -
PASIVOS TOTALES	\$ 212,453,000.00	\$ 226,493,000.00	\$ 83,340,000.00	\$ 84,000,000.00	\$ 84,840,000.00
Patrimonio de los Accionistas					
Capital suscrito y pagado	\$ 25,000,000.00	\$ 25,000,000.00	\$ 25,000,000.00	\$ 25,000,000.00	\$ 25,000,000.00
Resultados del ejercicio	\$ 95,675,000.00	\$ 103,038,000.00	\$ 104,654,000.00	\$ 103,708,000.00	\$ 103,215,000.00
Resultados acumuladas	\$ -	\$ 95,675,000.00	\$ 198,713,000.00	\$ 303,367,000.00	\$ 407,075,000.00
Total patrimonio de los accionistas	\$ 120,675,000.00	\$ 223,713,000.00	\$ 328,367,000.00	\$ 432,075,000.00	\$ 535,290,000.00
Total pasivos y patrimonio de los accionistas	\$ 333,128,000.00	\$ 450,206,000.00	\$ 411,707,000.00	\$ 516,075,000.00	\$ 620,130,000.00

Tabla 26. Estado de resultados integral proyectado.

ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL PROYECTADO					
AÑO	2022	2023	2024	2025	2026
Ingresos de actividades ordinarias	\$ 787,680,000.00	\$ 811,310,400.00	\$ 834,940,800.00	\$ 858,571,200.00	\$ 882,201,600.00
Devoluciones y descuentos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Costo de ventas	\$ 347,907,839.04	\$ 358,345,074.21	\$ 369,095,426.44	\$ 380,168,289.23	\$ 391,573,337.91
Utilidad Bruta	\$ 439,772,160.96	\$ 452,965,325.79	\$ 465,845,373.56	\$ 478,402,910.77	\$ 490,628,262.09
Gastos de Ventas	\$ 49,014,518.31	\$ 50,484,953.86	\$ 51,999,502.47	\$ 53,559,487.55	\$ 55,166,272.17
Gastos de Administración	\$ 249,078,635.40	\$ 248,783,514.58	\$ 255,889,936.82	\$ 265,703,880.43	\$ 273,731,571.06
Utilidad Operativa	\$ 141,679,007.26	\$ 153,696,857.35	\$ 157,955,934.27	\$ 159,139,542.79	\$ 161,730,418.86
Ingresos no operacionales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos no operacionales	\$ 5,000,000.00	\$ 6,500,000.00	\$ 8,450,000.00	\$ 10,985,000.00	\$ 14,280,500.00
Utilidad antes de impuestos	\$ 136,679,007.26	\$ 147,196,857.35	\$ 149,505,934.27	\$ 148,154,542.79	\$ 147,449,918.86
Impuesto de renta	\$ 41,003,702.18	\$ 44,159,057.21	\$ 44,851,780.28	\$ 44,446,362.84	\$ 44,234,975.66
Utilidad Neta Final	\$ 95,675,305.08	\$ 103,037,800.15	\$ 104,654,153.99	\$ 103,708,179.95	\$ 103,214,943.20

Tabla 27. Proyección flujo de caja a 5 años.

FLUJO DE CAJA					
CON PROYECCION A 5 AÑOS					
POLITICA DE RECAUDOS			POLITICA DE PAGOS-COMPRAS		
CONTADO	100%		CONTADO	100%	
RECAUDOS	0%		PAGO A 30 DIAS	0%	
TOTAL	100%		TOTAL	100%	

	AÑOS PROYECTADOS				
	2022	2023	2024	2025	2026
PLAN RECAUDOS - VENTAS					
VENTAS TOTALES	\$ 787,680,000	\$ 811,310,400	\$ 834,940,800	\$ 858,571,200	\$ 882,201,600
PAGO DE CONTADO	\$ 787,680,000	\$ 811,310,400	\$ 834,940,800	\$ 858,571,200	\$ 882,201,600
PAGO A CREDITO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL RECAUDOS	\$ 787,680,000	\$ 811,310,400	\$ 834,940,800	\$ 858,571,200	\$ 882,201,600
PLAN PAGOS - COMPRAS					
COMPRAS TOTALES	\$ 478,368,000	\$ 492,719,040	\$ 507,500,611	\$ 522,725,630	\$ 538,407,398
PAGO DE CONTADO	\$ 478,368,000	\$ 492,719,040	\$ 507,500,611	\$ 522,725,630	\$ 538,407,398
PAGO A 30 DIAS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PAGOS	\$ 478,368,000	\$ 492,719,040	\$ 507,500,611	\$ 522,725,630	\$ 538,407,398
DETALLE DE INGRESOS					
INGRESOS POR COBROS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
OTROS INGRESOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL INGRESOS	\$ 787,680,000	\$ 811,310,400	\$ 834,940,800	\$ 858,571,200	\$ 882,201,600
DETALLE DE EGRESOS					
PAGO DE COMPRAS	\$ 478,368,000	\$ 492,719,040	\$ 507,500,611	\$ 522,725,630	\$ 538,407,398
PAGO DE CARTERA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
SUELDO Y SALARIOS	\$ 125,161,944	\$ 128,916,802	\$ 132,784,306	\$ 136,767,836	\$ 140,870,871
PAGO SEGURIDAD SOCIAL	\$ 22,340,796	\$ 23,011,020	\$ 23,701,350	\$ 24,412,391	\$ 25,144,763
PAGO DE PRESTACIONES SOCIALES	\$ 10,425,990	\$ 27,469,918	\$ 24,376,885	\$ 29,142,836	\$ 25,861,437
PAG HONORARIOS CONTADOR	\$ 18,000,000	\$ 18,540,000	\$ 19,096,200	\$ 19,669,086	\$ 20,259,159
PAGO RENOVACION MERCANTIL	\$ 1,435,000	\$ 1,478,050	\$ 1,522,392	\$ 1,568,063	\$ 1,615,105
PAGO IMPUESTOS	\$ 6,759,839	\$ 16,757,447	\$ 27,343,225	\$ 28,107,281	\$ 28,843,690
PAGO ADECUACIONES LOCATIVAS	\$ 7,200,000	\$ -	\$ -	\$ 2,500,000	\$ 3,000,000
PAGO SEGUROS	\$ 380,000	\$ 380,000	\$ 380,001	\$ 380,001	\$ 380,002
PAGO ARRIENDO	\$ 50,400,000	\$ 51,912,000	\$ 53,469,360	\$ 55,073,441	\$ 56,725,644
PAGO SERVICIOS PUBLICOS	\$ 7,317,073	\$ 7,536,585	\$ 7,762,683	\$ 7,995,563	\$ 8,235,430
PAGO POR PUBLICIDAD	\$ 12,000,000	\$ 12,360,000	\$ 12,730,800	\$ 13,112,724	\$ 13,506,106
PAGO POR ASEO, PAPELERIA, COMBUSTIBLE, EMPAQUE, OTROS	\$ 8,607,633	\$ 8,865,862	\$ 9,131,837	\$ 9,405,793	\$ 9,687,966
TOTAL EGRESOS	\$ 748,396,275	\$ 789,946,724	\$ 819,799,651	\$ 850,860,645	\$ 872,537,571
SALDO DE CAJA	\$ 39,283,725.02	\$ 21,363,676	\$ 15,141,149	\$ 7,710,555	\$ 9,664,029
CAJA INICIAL	\$ 32,285,000	\$ 71,568,725	\$ 92,932,401	\$ 108,073,550	\$ 115,784,106
CAJA FINAL	\$ 71,568,725	\$ 92,932,401	\$ 108,073,550	\$ 115,784,106	\$ 125,448,134
RELACION DE IMPUESTOS					
IVA	9,794,880.00	20,177,452.80	20,737,878.62	21,270,219.46	21,773,632.77
ICA	6,301,506.00	6,490,483.20	6,679,526.40	6,868,569.60	7,057,612.80
VEHICULOS	458,333.33	472,083.33	486,245.83	500,833.21	515,858.20
TOTAL IMPUESTOS	16,554,719.33	27,140,019.33	27,903,650.86	28,639,622.27	29,347,103.77

La situación financiera de una compañía, es el punto más importante a ser evaluado por parte de sus propietarios, ya que permite tener un enfoque de la realidad económica en un periodo determinado y la toma de decisiones, al igual que determinar la viabilidad del proyecto en pesos, controlar la salida de dineros y replantear proyecciones de ventas, métodos de recaudo, políticas y análisis para la fluidez y sostenimiento de la compañía.

Estos informes son proyectados a cinco años y se realizaron basados en las cifras obtenidas desde la inversión inicial necesaria para la puesta en marcha del proyecto, las cantidades en ventas de productos y servicios diarios y mensualizados para mantener el punto de equilibrio de acuerdo a los costos y gastos fijos y a la rentabilidad esperada.

Tabla 28. Preoperativos Alevet.

PREOPERATIVOS			
<u>Descripción</u>	<u>Cantidad</u>	<u>Valor unit.</u>	<u>Valor total</u>
Constitucion Legal Camara de Comercio	1	\$ 1,135,000.00	\$ 1,135,000.00
Arriendo del Local Primer mes	1	\$ 4,200,000.00	\$ 4,200,000.00
Nómina Veterinarios Primer mes	2	\$ 3,200,000.00	\$ 6,400,000.00
Nómina Auxiliares Veterinarios Primer mes	1	\$ 1,500,000.00	\$ 1,500,000.00
Nómina Aseadora Primer mes	1	\$ 1,000,000.00	\$ 1,000,000.00
Nómina Secretaria General Primer mes	1	\$ 1,200,000.00	\$ 1,200,000.00
Honorarios Contador Primer mes	1	\$ 1,500,000.00	\$ 1,500,000.00
Adecuaciones Locativas	1	\$ 3,500,000.00	\$ 3,500,000.00
Imagen Corporativa	1	\$ 7,000,000.00	\$ 7,000,000.00
Papeleria	1	\$ 500,000.00	\$ 500,000.00
Varios / otros	1	\$ 550,000.00	\$ 550,000.00
Programa Contable	1	\$ 3,800,000.00	\$ 3,800,000.00
TOTAL	13	\$ 29,085,000	\$ 32,285,000
INVERSION INICIAL TOTAL RE3QUERIDA			
CAPITAL SOLICITADO AL FONDO EMPRENDER			\$ 144,922,934.94
DISPONIBLE INICIAL			\$ 160,000,000.00
			\$ 15,077,065.06

Tabla 29. Inventario inicial Alevet.

Descripcion	INVENTARIO INICIAL			COSTO DE VENTAS TOTAL
	Cantidad	Precio Unid	Precio Total	
Cama pequeña	2	\$ 15.000	\$ 30.000	\$ 24.000,0
Cama mediana	2	\$ 21.500	\$ 43.000	\$ 34.400,0
Cama grande	2	\$ 53.000	\$ 106.000	\$ 84.800,0
Guacal	2	\$ 90.000	\$ 180.000	\$ 144.000,0
Bozal	3	\$ 38.000	\$ 114.000	\$ 91.200,0
Cobija	5	\$ 15.000	\$ 75.000	\$ 60.000,0
Pelota caucho	3	\$ 9.000	\$ 27.000	\$ 21.600,0
Hueso macizo	3	\$ 12.000	\$ 36.000	\$ 28.800,0
Trailla	5	\$ 27.000	\$ 135.000	\$ 108.000,0
Juguetes ratones x3	3	\$ 5.500	\$ 16.500	\$ 13.200,0
Corta uñas	3	\$ 10.000	\$ 30.000	\$ 24.000,0
Termo bebedero portátil	3	\$ 15.000	\$ 45.000	\$ 36.000,0
Frisbys	3	\$ 11.900	\$ 35.700	\$ 28.560,0
Bolso transporte gato	2	\$ 125.000	\$ 250.000	\$ 200.000,0
Cepillo	2	\$ 22.000	\$ 44.000	\$ 35.200,0
Collar con placa de identificación	5	\$ 25.000	\$ 125.000	\$ 100.000,0
Rascador para gatos	3	\$ 40.000	\$ 120.000	\$ 96.000,0
Catnip para gatos 2,25 oz	2	\$ 25.000	\$ 50.000	\$ 40.000,0
Cajas para arena	2	\$ 35.000	\$ 70.000	\$ 56.000,0
Arena gatos	2	\$ 18.500	\$ 37.000	\$ 29.600,0
Concentrado Chunky perros x 18 Kg	1	\$ 125.000	\$ 125.000	\$ 100.000,0
Concentrado Chunky gatos x 18 Kg	1	\$ 165.000	\$ 165.000	\$ 132.000,0
Concentrado Proplan 7Kg	1	\$ 233.000	\$ 233.000	\$ 186.400,0
Concentrado Nutranuggets 7.5 Kg	1	\$ 110.000	\$ 110.000	\$ 88.000,0
Concentrado Equilibrio gatos 7,5Kg	1	\$ 184.000	\$ 184.000	\$ 147.200,0
Concentrado Equilibrio perros 2Kg	1	\$ 43.000	\$ 43.000	\$ 34.400,0
Concentrado Dog chow 8Kg	3	\$ 88.000	\$ 264.000	\$ 211.200,0
Concentrado Cat chow 8Kg	3	\$ 99.800	\$ 299.400	\$ 239.520,0
Comida dieta Barf en presentación Salchichón 600gr	5	\$ 4.300	\$ 21.500	\$ 17.200,0
Lata dieta intestinal perro 13 oz	5	\$ 18.000	\$ 90.000	\$ 72.000,0
Lata dieta intestinal gato 5oz	5	\$ 13.000	\$ 65.000	\$ 52.000,0
Bolsas de heno 2Kg	5	\$ 20.000	\$ 100.000	\$ 80.000,0
Alfalfa 15oz	2	\$ 60.900	\$ 121.800	\$ 97.440,0
Concentrado conejos 1Kg	5	\$ 4.000	\$ 20.000	\$ 16.000,0
Galletas avena 180g	4	\$ 15.000	\$ 60.000	\$ 48.000,0
Cabanos 1000g	2	\$ 37.100	\$ 74.200	\$ 59.360,0
Pulmones Lb	1	\$ 43.000	\$ 43.000	\$ 34.400,0
Patatas de pollo x 30	2	\$ 16.000	\$ 32.000	\$ 25.600,0
Gomitas 150gr	2	\$ 8.500	\$ 17.000	\$ 13.600,0
Nextum para papilla 350gr	2	\$ 13.000	\$ 26.000	\$ 20.800,0
Sobres de comida húmeda perros x12	2	\$ 41.000	\$ 82.000	\$ 65.600,0
Sobres de comida húmeda gatos x 10	2	\$ 30.000	\$ 60.000	\$ 48.000,0
Helado para perros Mediano	5	\$ 5.000	\$ 25.000	\$ 20.000,0
Meloxic inyectable 10ml	2	\$ 20.000	\$ 40.000	\$ 32.000,0
Meloxic gotas	3	\$ 9.600	\$ 28.800	\$ 23.040,0
Metronidazol 500mg/100ml	3	\$ 10.800	\$ 32.400	\$ 25.920,0

Tramadol 100mg, caja x 10 ampollas	5	\$ 1.161	\$ 5.805	\$ 4.644,0
Tramadol 50mg caja x 10 cápsulas	5	\$ 1.235	\$ 6.175	\$ 4.940,0
Levotiroxina 50mg x 30 tabletas	15	\$ 263	\$ 3.950	\$ 3.160,0
Aquadent 250ml	2	\$ 34.900	\$ 69.800	\$ 55.840,0
Nexgard Perros de 4-10Kg	2	\$ 30.000	\$ 60.000	\$ 48.000,0
Nexgard Perros de 10-25Kg	2	\$ 47.000	\$ 94.000	\$ 75.200,0
Nexgard Perros de 25-50Kg	2	\$ 53.500	\$ 107.000	\$ 85.600,0
Gastrum 10mg x 12 tabletas	6	\$ 764	\$ 4.585	\$ 3.668,0
Fenbendazol x 2lts	2	\$ 218.000	\$ 436.000	\$ 348.800,0
Colestiramina 4g caja x 15 sobres	7	\$ 4.947	\$ 34.629	\$ 27.703,2
Omeprazol 20mg x 10 cápsulas	5	\$ 2.850	\$ 14.250	\$ 11.400,0
Lactulax jarabe 240ml	1	\$ 84.000	\$ 84.000	\$ 67.200,0
Canatox solución oral 20ml	1	\$ 44.800	\$ 44.800	\$ 35.840,0
Laxaform 70 g	1	\$ 38.000	\$ 38.000	\$ 30.400,0
Sucralfato caja con 20 tabletas	15	\$ 1.260	\$ 18.900	\$ 15.120,0
Advocate 0-4Kg	1	\$ 28.300	\$ 28.300	\$ 22.640,0
Advocate 4-10Kg	1	\$ 32.100	\$ 32.100	\$ 25.680,0
Advocate 10-25Kg	1	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 28.800,0
Advocate 25-40Kg	1	\$ 40.900	\$ 40.900	\$ 32.720,0
Domosyn 120 ml	1	\$ 65.900	\$ 65.900	\$ 52.720,0
Epiotic x 100ml	2	\$ 30.900	\$ 61.800	\$ 49.440,0
Otiflex x 25ml	2	\$ 20.800	\$ 41.600	\$ 33.280,0
Easotic x 10ml	2	\$ 55.900	\$ 111.800	\$ 89.440,0
Apetil 10ml	2	\$ 32.700	\$ 65.400	\$ 52.320,0
Anxocare x 100ml	2	\$ 51.800	\$ 103.600	\$ 82.880,0
LIV.52 110 ml	1	\$ 53.900	\$ 53.900	\$ 43.120,0
Bismopet 240ml	2	\$ 34.900	\$ 69.800	\$ 55.840,0
NeolBP 60ml	3	\$ 49.900	\$ 149.700	\$ 119.760,0
Cardial B x 30 tabletas	2	\$ 88.900	\$ 177.800	\$ 142.240,0
Atenolol 100mg x 20 tabletas	10	\$ 1.717	\$ 17.170	\$ 13.736,0
Domperidona 60ml	1	\$ 26.738	\$ 26.738	\$ 21.390,4
Jabón herbal care 100 gr	3	\$ 14.854	\$ 44.562	\$ 35.649,6
Shampoo herbal care 240ml	2	\$ 35.115	\$ 70.230	\$ 56.184,0
Baxidin 120ml	2	\$ 17.600	\$ 35.200	\$ 28.160,0
Sanicure	2	\$ 25.200	\$ 50.400	\$ 40.320,0
TOTAL	240		\$ 6.236.094	\$ 4.988.875,2

Tabla 30. Relación de activos no corrientes.

RELACION DE ACTIVOS NO CORRIENTES			
ACTIVOS NO CORRIENTE			
MAQUINARIA Y EQUIPOS			
Descripción	Cantidad	Valor unit.	Valor total
Cámaras de seguridad	2	\$ 80,000	\$ 160,000
Datafono	1	\$ 125,000	\$ 125,000
Pesa báscula	1	\$ 200,000	\$ 200,000
Ecógrafo	1	\$ 6,900,000	\$ 6,900,000
Equipo RX	1	\$ 22,000,000	\$ 22,000,000
Máquina monitoreo	2	\$ 3,680,000	\$ 7,360,000
Máquina anestesia	1	\$ 4,950,000	\$ 4,950,000
Máquina centrífuga	1	\$ 390,000	\$ 390,000
Fonendoscopios	2	\$ 370,000	\$ 740,000
Otoscopio	2	\$ 235,000	\$ 470,000
Termómetros	4	\$ 21,000	\$ 84,000
Bombas de infusión	4	\$ 1,500,000	\$ 6,000,000
Lámpara de cirugía	1	\$ 350,000	\$ 350,000
Mesas consultorios	2	\$ 1,200,000	\$ 2,400,000
Nevera-congelador	1	\$ 1,100,000	\$ 1,100,000
Bozales	6	\$ 15,000	\$ 90,000
Traillas	3	\$ 23,000	\$ 69,000
Refrigerador para vacunas	1	\$ 450,000	\$ 450,000
Máquinas de motilar	2	\$ 700,000	\$ 1,400,000
Instrumental quirúrgico	1	\$ 995,000	\$ 995,000
Mango de presión	1	\$ 570,000	\$ 570,000
Cables (electrodos) para ECG	1	\$ 80,000	\$ 80,000
TOTAL	455	\$ 2,818,000	\$ 56,883,000

Tabla 31. Muebles y enseres Alevet.

MUEBLES Y ENSERES			
Descripción	Cantidad	Valor unit.	Valor total
Silla recepción	1	\$ 120,000	\$ 120,000
Mueble sala de espera	2	\$ 600,000	\$ 1,200,000
Sillas consultorios	4	\$ 180,000	\$ 720,000
Escritorios consultorios	2	\$ 200,000	\$ 400,000
Canecas de basura	10	\$ 21,000	\$ 210,000
Horno microondas	1	\$ 234,000	\$ 234,000
Jaulas de hospitalización	8	\$ 300,000	\$ 2,400,000
Mesa quirófano	1	\$ 1,400,000	\$ 1,400,000
Guacales	2	\$ 95,000	\$ 190,000
Cobijas	20	\$ 15,000	\$ 300,000
Mesa mayo	1	\$ 100,000	\$ 100,000
Coche de paro	1	\$ 100,000	\$ 100,000
Mesa para peluquería	1	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000
Bañera	1	\$ 480,000	\$ 480,000
TOTAL	878	\$ 1,790,000	\$ 8,854,000

Tabla 32. Equipos de cómputo, comunicación y equipos de transporte terrestre.

EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN			
Descripción	Cantidad	Valor unit.	Valor total
Computadores	3	\$ 1,900,000	\$ 5,700,000
Planta Telefonica con 5 extensiones	1	\$ 1,800,000	\$ 1,800,000
			\$ -
TOTAL	1732	\$ 3,700,000	\$ 7,500,000

FLOTA Y EQUIPO DE TRANSPORTE TERRESTRE			
Descripción	Cantidad	Valor unit.	Valor total
Vehiculo	1	\$ 25,000,000	\$ 25,000,000
TOTAL	3442	\$ 25,000,000	\$ 25,000,000

ACTIVOS TOTALES	\$ 98,237,000
----------------------------	----------------------

Tabla 33. Depreciaciones.

DEPRECIACIÓN						
Depreciación Muebles y Enseres						
Año	VALOR	1	2	3	4	5
Saldo	\$ 8,854,000	\$ 7,968,600	\$ 7,083,200	\$ 6,197,800	\$ 5,312,400	\$ 4,427,000
Depreciación Período	\$ -	\$ 885,400	\$ 885,400	\$ 885,400	\$ 885,400	\$ 885,400
Depreciación Acumulada	\$ -	\$ 885,400	\$ 1,770,800	\$ 2,656,200	\$ 3,541,600	\$ 4,427,000

DEPRECIACIÓN CUADRO 2						
Depreciación Maquinaria y Equipo						
Año	0	1	2	3	4	5
Saldo	\$ 56,833,000	\$ 51,149,700	\$ 45,466,400	\$ 39,783,100	\$ 34,099,800	\$ 28,416,500
Depreciación Período		\$ 5,683,300	\$ 5,683,300	\$ 5,683,300	\$ 5,683,300	\$ 5,683,300
Depreciación Acumulada		\$ 5,683,300	\$ 11,366,600	\$ 17,049,900	\$ 22,733,200	\$ 28,416,500

DEPRECIACIÓN CUADRO 3						
Depreciación Equipo de Cómputo y Comunicación						
Año	0	1	2	3	4	5
Saldo	\$ 7,500,000	\$ 6,000,000	\$ 4,500,000	\$ 3,000,000	\$ 1,500,000	\$ -
Depreciación Período		\$ 1,500,000	\$ 1,500,000	\$ 1,500,000	\$ 1,500,000	\$ 1,500,000
Depreciación Acumulada		\$ 1,500,000	\$ 3,000,000	\$ 4,500,000	\$ 6,000,000	\$ 7,500,000

DEPRECIACIÓN CUADRO 4						
Depreciación Flota y Equipo de Transporte Terrestre						
Año	0	1	2	3	4	5
Saldo	\$ 25,000,000	\$ 22,500,000	\$ 20,000,000	\$ 17,500,000	\$ 15,000,000	\$ 12,500,000
Depreciación Período		\$ 2,500,000	\$ 2,500,000	\$ 2,500,000	\$ 2,500,000	\$ 2,500,000
Depreciación Acumulada		\$ 2,500,000	\$ 5,000,000	\$ 7,500,000	\$ 10,000,000	\$ 12,500,000

Tabla 34. Variables macroeconómicas.

VARIABLES MACROECONOMICAS						
PROYECCIONES	UNIDAD	2022	2023	2024	2025	2026
Variables Macroeconómicas						
Inflación	%	2,40%	2,80%	3,20%	3,20%	3,20%
Devaluación	%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
PAGG	%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
IPP	%	3,50%	4,20%	2,50%	2,50%	2,50%
Crecimiento PIB	%	4,30%	5,80%	3,30%	4,70%	4,40%
DTF	%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%
Ventas, Costos y Gastos						
Precio Por Producto						
Precio Promedio Productos	\$ / unid.	\$ 30,974.36	\$ 30,974.79	\$ 30,974.43	\$ 30,976.15	\$ 30,974.62
Ventas Producto	unid.	14040	14461	14895	15341	15802
Precio Promedio Servicios	\$ / unid.	\$ 89,090.91	\$ 89,108.39	\$ 88,925.64	\$ 88,598.59	\$ 88,117.70
Ventas Servicios	unid.	3960	4078	4201	4327	4457
Ventas Productos	\$	\$ 434,880,000.00	\$ 447,926,400.00	\$ 461,364,192.00	\$ 475,205,115.00	\$ 489,461,000.00
Ventas Servicios	\$	\$ 352,800,000.00	\$ 363,384,000.00	\$ 373,576,608.00	\$ 383,366,085.00	\$ 392,740,600.00
Ventas Totales	\$	\$ 787,680,000.00	\$ 811,310,400.00	\$ 834,940,800.00	\$ 858,571,200.00	\$ 882,201,600.00

Tabla 35. Criterios de decisión y de factibilidad.

Criterios de Decisión y de Factibilidad	
VAN (Valor Actual Neto)	149,2
TIR (Tasa Interna de Retorno)	63%
Tasa mínima de rendimiento	20%

CALCULO DE LA VAN (Valor Actualizado Neto)

Se trata de actualizar al valor inicial el beneficio obtenido en el futuro, es decir a cuanto equivale el beneficio obtenido en el futuro al presente

$$VAN = \frac{C_n}{(1+i)^n} = C_o$$

C_n= Valor Futuro

C_o= Valor Presente

i= Valor de la inflación utilizado en toda la proyección

n= Años

Tasa utilizada= 4.77

Se utiliza como tasa la inflación proyectada más el promedio de la mayor tasa de interés mejores certificados de depósitos a 360 días.

$$\text{VAN} = \text{inversion Inicial} + \frac{\text{Beneficio año 1}}{(1+4.77\%)^1} + \frac{\text{Beneficio año 2}}{(1+4.77\%)^2} + \frac{\text{Beneficio año 3}}{(1+4.77\%)^3} + \frac{\text{Beneficio año 4}}{(1+4.77\%)^4} + \frac{\text{Beneficio año 5}}{(1+4.77\%)^5}$$

Tabla 36. Valor actualizado neto y tasa interna de retorno.

FLUJO DE EFECTIVO NETO			
AÑO	VALOR NETO UTILIDAD	VALOR FUTURO AL PRESENTE	
1	\$ 95.675.305,00	\$	50.945.316,83
2	\$ 103.037.800,00	\$	87.075.999,53
3	\$ 104.654.153,00	\$	81.303.511,60
4	\$ 103.708.179,00	\$	74.065.641,84
5	\$ 103.214.943,00	\$	67.763.730,20
INVERSION INICIAL		\$	151.122.934,94
VAN		\$	210.031.265,06
VAN		\$	138,98

TIR (Tasa Interna de retorno)		63%	
FLUJO DE EFECTIVO NETO			
AÑO	VALOR		
INVERSIONE INICIAL	-\$	144.922.934,00	
1	\$	95.675.305,00	\$ 58.696.506,13
2	\$	103.037.800,00	\$ 38.781.211,19
3	\$	104.654.153,00	\$ 24.165.381,40
4	\$	103.708.179,00	\$ 14.691.379,96
5	\$	103.214.943,00	\$ 8.970.250,17
INVERSION INICIAL		\$	151.122.934,94
TIR		63%	

Tabla 37. Indicadores Financieros proyectados.

Indicadores Financieros Proyectados					
AÑO	2022	2023	2024	2025	2026
Liquidez Corriente	3,634898564	4,574186588	4,141961843	5,477771429	6,774652287
Prueba Acida	0,580279876	-0,19835773	-0,874616607	-1,559347179	-2,245472218
Endeudamiento del Activo	0,637751855	0,503087476	0,202425511	0,16276704	0,136810024
Endeudamiento Patrimonial	1,760538637	1,012426636	0,253801387	0,194410693	0,158493527
Endeudamiento del Activo fijo	1,376573777	2,901986779	4,936669278	7,723596855	11,79871497
Apalancamiento	2,760538637	2,012426636	1,253801387	1,194410693	1,158493527
Rotacion de Activo Fijo	8,985288028	10,5242523	12,55249948	15,34746935	19,44524505
Rotacion de Ventas	2,36449653	1,802087045	2,027997581	1,663655864	1,422607518
Rentabilidad Neta Activo Fijo	0,287201916	0,228868562	0,254195338	0,200955288	0,166440908
Margen Bruto	0,558313225	0,558313225	0,557938208	0,557208197	0,556140753
Margen Operacional	0,179868738	0,18944273	0,189182196	0,185353926	0,183325919
Rentabilidad Operacional del Patrimonio	1,174054338	0,687026938	0,481034739	0,368314628	0,302136074

INDICADORES DE LIQUIDEZ

Liquidez Corriente

Este índice relaciona los activos corrientes frente a los pasivos de la misma naturaleza. Cuanto más alto sea el coeficiente, la empresa tendrá mayores posibilidades de efectuar sus pagos de corto plazo.

$$\text{Liquidez Corriente} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

Prueba Ácida

Se conoce también con el nombre de prueba del ácido o liquidez seca. Es un indicador más riguroso, el cual pretende verificar la capacidad de la empresa para cancelar sus obligaciones corrientes, pero sin depender de la venta de sus existencias; es decir, básicamente con sus saldos de efectivo,

$$\text{Prueba Acida} = \frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

INDICADORES DE SOLVENCIA

Endeudamiento del Activo

Este índice permite determinar el nivel de autonomía financiera. Cuando el índice es elevado indica que la empresa depende mucho de sus acreedores y que dispone de una limitada capacidad de endeudamiento, o lo que es lo mismo, se está descapitalizando y funciona con una estructura financiera

$$\text{Endeudamiento del Activo} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$$

Endeudamiento Patrimonial

Este indicador mide el grado de compromiso del patrimonio para con los acreedores de la empresa. No debe entenderse como que los pasivos se puedan pagar con patrimonio, puesto que, en el fondo, ambos constituyen un compromiso para la empresa.

$$\text{Endeudamiento Patrimonial} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}}$$

Endeudamiento del Activo Fijo

El coeficiente resultante de esta relación indica la cantidad de unidades monetarias que se tiene de patrimonio por cada unidad invertida en activos fijos. Si el cálculo de este indicador arroja un cociente igual o mayor a 1, significa que la totalidad del activo fijo se pudo haber financiado con el patrimonio de la empresa, sin necesidad de préstamos de terceros.

$$\text{Endeudamiento del activo fijo} = \frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo fijo tangible}}$$

Apalancamiento

Se interpreta como el número de unidades monetarias de activos que se han conseguido por cada unidad monetaria de patrimonio. Es decir, determina el grado de apoyo de los recursos internos de la empresa sobre recursos de terceros.

Apalancamiento= $\frac{\text{Activo Total}}{\text{Patrimonio}}$	

INDICADORES DE GESTIÓN

Estos indicadores tienen por objetivo medir la eficiencia con la cual las empresas utilizan sus recursos. De esta forma, miden el nivel de rotación de los componentes del activo; el grado de recuperación de los créditos y del pago de las obligaciones; la eficiencia con la cual una empresa utiliza sus activos según la velocidad de recuperación de los valores aplicados en ellos y el peso de diversos gastos de la firma en relación con los ingresos generados por ventas.

Rotación del Activo Fijo

Indica la cantidad de unidades monetarias vendidas por cada unidad monetaria invertida en activos inmovilizados. Señala también una eventual insuficiencia en ventas; por ello, las ventas deben estar en proporción de lo invertido en la planta y en el equipo. De lo contrario, las utilidades se reducirán pues se verían afectadas por la depreciación de un equipo excedente o demasiado caro; los intereses de préstamos contraídos y los gastos de mantenimiento

Rotacion del Activo Fijo= $\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo fijo Tangible}}$	

Rotación de Ventas

La eficiencia en la utilización del activo total se mide a través de esta relación que indica también el número de veces que, en un determinado nivel de ventas, se utilizan los activos.

Rotacion de Ventas= $\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$	
---	--

INDICADORES DE RENTABILIDAD

Los indicadores de rendimiento, denominados también de rentabilidad o lucratividad, sirven para medir la efectividad de la administración de la empresa para controlar los costos y gastos y, de esta manera, convertir las ventas en utilidades.

Rentabilidad neta del activo

Esta razón muestra la capacidad del activo para producir utilidades, independientemente de la forma como haya sido financiado, ya sea con deuda o patrimonio.

Rentabilidad Neta del Activo= $\frac{\text{Utilidad Ventas Neta} \times \text{Ventas}}{\text{Ventas} \times \text{Activo Total}}$	
---	--

Margen Bruto

Este índice permite conocer la rentabilidad de las ventas frente al costo de ventas y la capacidad de la empresa para cubrir los gastos operativos y generar utilidades antes de deducciones e impuestos.

Margen Bruto = $\frac{\text{Ventas} - \text{Costo de Ventas}}{\text{Ventas}}$	
---	--

Margen Operacional

La utilidad operacional está influenciada no sólo por el costo de las ventas, sino también por los gastos operacionales de administración y ventas. Los gastos financieros, no deben considerarse como gastos operacionales, puesto que teóricamente no son absolutamente necesarios para que la empresa pueda operar. Una compañía podría desarrollar su actividad social sin incurrir en gastos financieros, por ejemplo, cuando no incluye deuda en su financiamiento, o cuando la deuda incluida no implica costo financiero por provenir de socios, proveedores o gastos acumulados.

Margen Operacional = $\frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Ventas}}$	

Rentabilidad Operacional del Patrimonio

La rentabilidad operacional del patrimonio permite identificar la rentabilidad que le ofrece a los socios o accionistas el capital que han invertido en la empresa, sin tomar en cuenta los gastos financieros ni de impuestos y participación de trabajadores. Por tanto, para su análisis es importante tomar en cuenta la diferencia que existe entre este indicador y el de rentabilidad financiera, para conocer cuál es el impacto de los gastos financieros e impuestos en la rentabilidad de los accionistas.

Rentabilidad Operacional del Patrimonio = $\frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Patrimonio}}$	

Conclusiones

El mercado de mascotas en Colombia ha venido creciendo tanto en los últimos años que en el 2019 se incluyeron los productos para mascotas dentro de la canasta familiar. Con el pasar de los años, los propietarios han cambiado la forma en que ven a sus mascotas y cómo invierten en ellas, ya que en la actualidad son más familias las que las consideran como un miembro más de la familia, que no sólo requieren alimento, si no de muchos más cuidados y servicios, que, el mismo mercado ha ido incluyendo y promocionando, haciendo que cada vez haya más personas interesadas en todo el boom de las mascotas y del bienestar animal. Hoy esa oferta es bastante amplia y sigue en expansión.

Ese crecimiento exponencial del mercado de mascotas, es sin duda una excelente oportunidad de negocio y proyecto, pues hay un amplio sector de clientes potenciales que optarían por los productos y servicios que se deseen vender en pro a este mercado. Además, el mismo mercado tiene una amplia posibilidad de ofrecimiento, pues ya las mascotas no están limitadas sólo a perros y gatos, si no, a animales exóticos que son considerados mascotas y legalmente se pueden tener; lo que le agrega más valor y oportunidad de innovación a este mercado, pues estos animales requieren en su mayoría, cuidados más específicos que un perro o un gato, agregando que su promedio de vida es más reducido, por lo que sus propietarios optan por brindarles una excelente calidad de vida que de alguna u otra manera, prolongue un poco más la misma.

Para llevar a cabo la idea, desarrollo y ejecución de un proyecto, es fundamental realizar una serie de estudios, análisis e investigación, para así poder ver la viabilidad y futuro

que tiene la realización del proyecto. Es importante hacer un estudio de mercado donde se puede conocer los clientes a los que se va a dirigir, la demanda, la competencia, el crecimiento en el mercado, entre otros, además de analizar internamente las características que tiene el proyecto, para saber qué mejorar, que cambiar, que potenciar, qué mantener, a qué se enfrenta y que posibilidad tiene de encajar en dicho mercado. Con la integración de todos estos factores, se tendrá una base y una proyección para llevar a cabo el negocio.

Referencias

Becerra, L.L. (2020). El mercado de alimentos y productos de mascotas. Recuperado de: <https://www.bibguru.com/es/g/cita-apa-articulo-de-periodico-online/>

Gallego, M. E. (2015). Plan de desarrollo local comuna 11. *Medellín.gov*. Recuperado de: https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/pccdesign/SubportaldelCiudadano_2/PlandeDesarrollo_0_15/InformacinGeneral/Shared%20Content/Documentos/comunas/CO_MUNA11_LAURELES_ESTADIO.pdf

Mequivet. (2018). Equipos medicos. FindGlocal. Recuperado de: <https://www.findglocal.com/CO/Bogot%C3%A1/235416946598454/Equipos-Medicos---Mequivet>

Mercado de mascotas en Colombia. (2021). Recuperado de: <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/negocios/actualizate/tendencias/mercado-mascotas-2021>

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2000). Ley 576 de 2000. Por la cual se expide el Código de Ética para el ejercicio profesional de la medicina veterinaria, la medicina veterinaria y zootecnia y zootecnia. Bogotá. Minagricultura. Recuperado de: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0576_2000.html

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (1994). Decreto no. 1840 de agosto 3 de 1994. Por el cual se reglamenta el artículo 65 de la ley 101 de 1993 para la acreditación de empresas que venden insumos agropecuarios y manejen medicamentos veterinarios.

Bogotá. Minagricultura. Recuperado de:[https://www.ica.gov.co/getattachment/f1021832-6c76-4849-bcd8-520f725907c8/1840-\(1\).aspx](https://www.ica.gov.co/getattachment/f1021832-6c76-4849-bcd8-520f725907c8/1840-(1).aspx)

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2017). Decreto 2113 de 2017. Por el cual se adiciona un Capítulo al Título 3 de la Parte 13 del Libro 2 del Decreto 1071 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Administrativo Agropecuario, Pesquero y de Desarrollo Rural”. Bogotá. Minagricultura. Recuperado de:<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=84701>

Ministerio de Educación Nacional. (1985). Ley 73 de 1985. Por la cual se dictan normas para el ejercicio de las profesiones de Medicina y Veterinaria, Medicina Veterinaria y Zootecnia y Zootecnia. Bogotá. Mineducación. Recuperado de:<https://fenavi.org/wp-content/uploads/2018/04/LEY-73-DE-1985-1.pdf>

Ministerio de la Protección Social. (2006). Resolución número 001478 de 10 de mayo de 2006. Por la cual se expiden normas para el control, seguimiento y vigilancia de la importación, exportación, procesamiento, síntesis, fabricación, distribución, dispensación, compra, venta, destrucción y uso de sustancias sometidas a fiscalización, medicamentos o cualquier otro producto que las contengan y sobre aquellas que son monopolio del estado. Bogotá. MinSalud. Recuperado de:<https://www.invima.gov.co/documents/20143/908412/resolucion+001478+de+2006.pdf/dbd9334e-d8dd-cc13-58d5-d84f0ba72619>

Mundocampo (s.f.). Productos veterinarios. Recuperado de:<https://mundocampo.com.co/producto/pileran-gotas/>

Rivas, C. (2020). Lo que no sabías de la Sociedad por Acciones Simplificada S.A.S.
Recuperado de: <https://disruptivo.tv/columnas-y-notas/sociedad-acciones-simplificada-sas-no-sabias/>

Sanchez, C. (2020). Seis de cada diez hogares en Colombia tienen una mascota.
Recuperado de: <https://www.portafolio.co/negocios/seis-de-cada-diez-hogares-en-colombia-tienen-una-mascota-547032>