

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS HIGIÉNICOS PARA
ANIMALES DOMÉSTICOS.**

JENNY KATHERINE SARMIENTO TRASLAVIÑA

**FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA
FACULTAD DE EDUCACIÓN PERMANENTE Y AVANZADA
ESPECIALIZACION EN GERENCIA DE EMPRESAS
BOGOTÁ D.C.
2017**

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS HIGIÉNICOS PARA
ANIMALES DOMÉSTICOS.**

JENNY KATHERINE SARMIENTO TRASLAVIÑA

Monografía para optar por el título de Especialista en Gerencia de Empresas

**ASESOR:
Rafael Vargas Barrera
Master en Finanzas**

**FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA
FACULTAD DE EDUCACIÓN PERMANENTE Y AVANZADA
ESPECIALIZACION EN GERENCIA DE EMPRESAS
BOGOTÁ D.C.
2017**

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del Director De La Especialización

Firma del Calificador

Bogotá, D.C. Marzo del 2017

DIRECTIVAS DE LA UNIVERSIDAD

Presidente de la Universidad y Rector del Claustro

Dr. Jaime Posada Díaz

Vicerrector de Desarrollo y Recursos Humanos

Dr. Luis Jaime Posada García-Peña

Vicerrectora Académica y de Posgrado

Dra. Ana Josefa Herrera Vargas

Secretario General

Dr. Juan Carlos Posada García Peña

Decano Facultad de Educación Permanente y Avanzada

Dr. Luis Fernando Romero Suárez

Director Especialización en Gerencia de Empresas

Dr. Luis Fernando Romero Suárez

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

DEDICATORIA

Este documento está dedicado a mis padres y hermanos por el apoyo incondicional a lo largo de mi vida y por todos los consejos dados, de igual forma le dedico este logro a Martin Ruiz por el apoyo y la motivación diaria y por ultimo a Makarena pues por ella surgió la idea del presente documento.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco principalmente a Dios por haberme permitido culminar el presente trabajo de grado. A mis padres y hermanos por la ayuda, el apoyo y el acompañamiento constante a lo largo de las diferentes etapas tanto profesionales como personales.

A mi hermana Andrea Sarmiento y a Martin Ruiz por la ayuda, dedicación y apoyo en mi etapa de pregrado y en la culminación de esta etapa.

CONTENIDO

| | Pág |
|---|-----------|
| INTRODUCCION | 14 |
| OBJETIVOS | 15 |
| PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 16 |
| ANTECEDENTES | 17 |
| 1. LAS MASCOTAS EN LA VIDA FAMILIAR | 19 |
| 1.1 LA VIDA CON PERROS | 20 |
| 1.2 LA VIDA CON GATOS | 21 |
| 2. HIGIENE EN LOS ANIMALES DOMESTICOS | 23 |
| 3. DESCRIPCION DEL PRODUCTO | 25 |
| 3.1 SHAMPOO | 25 |
| 3.2 JABONES | 25 |
| 3.3 PERFUMES | 25 |
| 4. ESTUDIO DE MERCADO | 26 |
| 4.1 ANALISIS DE LA INDUSTRIA | 26 |
| 4.2 ANALISIS DE LA DEMANDA | 27 |
| 4.2.1 Tamaño de la muestra poblacional para realizar la encuesta. | 27 |
| 4.2.2 Resultados de la encuesta. | 28 |
| 4.3 ANALISIS DE LA OFERTA | 30 |
| 5. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL | 34 |
| 5.1 ESTRUCTURA JURIDICA | 34 |
| 5.1.1 Elección forma jurídica. | 34 |
| 5.1.2 Trámites para la legalización de la empresa. | 35 |
| 5.1.2.1 Documentos requeridos. | 35 |
| 5.1.3 Datos de identificación de la empresa. | 35 |
| 5.2 ORGANIGRAMA | 36 |
| 5.3 CARGOS Y FUNCIONES | 36 |
| 5.3.1 Gerente general. | 36 |
| 5.3.2 Administradora. | 37 |
| 5.3.3 Jefe de producción. | 37 |
| 5.3.4 Asesor comercial. | 38 |
| 5.4 GASTOS DE PERSONAL | 39 |

| | |
|---|------------|
| 6. ESTUDIO FINANCIERO | 40 |
| 6.1 INVERSION | 40 |
| 6.2 COSTOS DE LOS PRODUCTOS | 40 |
| 6.2.1 Costo materia prima | 40 |
| 6.2.2 Costo mano de obra. | 41 |
| 6.2.3 Depreciacion. | 41 |
| 6.2.4 Total costos de produccion. | 42 |
| 6.3 PROYECCION DE VENTAS | 42 |
| 6.4 ESTADO DE RESULTADOS | 42 |
| 6.5 FLUJO DE CAJA | 43 |
| | |
| 7. EVALUACION ECONOMICA DEL PROYECTO | 44 |
| 7.1 PERIODO DE RECUPERACION DEL CAPITAL | 44 |
| 7.2 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR) | 44 |
| 7.3 VALOR PRESENTE NETO (VPN) | 44 |
| | |
| 8. CONCLUSIONES | 45 |
| | |
| 9. RECOMENDACIONES | 46 |
| | |
| BIBLIOGRAFIA | 47 |
| | |
| ANEXOS | 511 |

LISTA DE GRAFICOS

| | pág. |
|--|------|
| Grafico 1. Frecuencia de baño | 28 |
| Grafico 2. Uso de producto industriales en la higiene | 29 |
| Grafico 3. Posible uso de productos naturales | 29 |
| Grafico 4. Oferta actual y cubrimiento de expectativas | 30 |
| Grafico 5. Eficacia de los productos actuales | 30 |
| Grafico 6. Gusto por la fragancia de los productos | 31 |
| Grafico 7. Perdurabilidad del aroma | 31 |
| Grafico 8. Lugar donde adquieren los productos | 32 |
| Grafico 9. Estructura juridica | 34 |
| Grafico 10. Organigrama | 36 |

LISTA DE TABLAS

| | pág. |
|--|------|
| Tabla 1. Datos para encuesta | 27 |
| Tabla 2. Pregunta 1 | 28 |
| Tabla 3. Pregunta 2 | 29 |
| Tabla 4. Pregunta 3 | 29 |
| Tabla 5. Pregunta 4 | 30 |
| Tabla 6. Pregunta 5 | 30 |
| Tabla 7. Pregunta 6 | 31 |
| Tabla 8. Pregunta 7 | 31 |
| Tabla 9. Pregunta 8 | 32 |
| Tabla 10. Precio de los productos por marca | 32 |
| Tabla 11. Precio de venta de productos | 33 |
| Tabla 12. Inversión | 40 |
| Tabla 13. Costo de producción materia prima | 40 |
| Tabla 14. Costo de producción mano de obra | 41 |
| Tabla 15. Depreciación por producto | 41 |
| Tabla 16. Costo de producción total | 42 |
| Tabla 17. Ingresos del proyecto para el primer año | 42 |
| Tabla 18. Ingresos del proyecto proyectados | 42 |
| Tabla 19. Estado de resultados | 42 |
| Tabla 20. Flujo de caja neto | 43 |
| Tabla 21. Recuperación del capital | 44 |
| Tabla 22. TIR del proyecto | 44 |
| Tabla 23. VPN del proyecto | 44 |

GLOSARIO

ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD: Breve investigación, comprende el análisis técnico y económico de las alternativas de inversión que dan solución al problema planteado.

MASCOTA: Animal domesticado, el propósito de su tenencia es brindar compañía, se caracterizan por la buena interacción con los humanos, buen comportamiento, adaptabilidad y por ser amigables, la mayoría son gatos y perros.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR): Método de valoración de las inversiones que mide la rentabilidad de los pagos y los ingresos en periodos de tiempo regulares y se expresa en porcentaje.

$$0 = \sum_{n=1}^n F_n(1+i)^{-n} - I$$

Donde:

F_n : Flujos de caja neto de cada periodo n

n: Numero de periodos

i: Tasa TIR

I: Inversión

TENEDOR DE MASCOTAS: Persona mayor de edad dueña de mascotas que se responsabiliza por los cuidados estipulados en la ley 1744 del 6 de enero del 2016 y es quien responde legalmente por cualquier falta a dicha ley.

VALOR PRESENTE NETO: Es el método más empleado para evaluar proyectos de inversión a largo plazo, permite evaluar si el proyecto maximiza la inversión realizada, es decir si incrementa o reduce el capital de una empresa

$$VPN = \sum_{n=1}^n F_n(1+i)^{-n} - I$$

Donde:

F_n : Flujos de caja neto de cada periodo n

n: Numero de periodos

i: Tasa Tio

I: Inversión

VIABILIDAD: Probabilidad de llevarse a cabo o de concretarse un proyecto.

RESUMEN

El tema del cuidado animal ha tomado mucha importancia en los últimos años a nivel mundial y cada vez los tenedores de mascotas buscan nuevas e innovadoras formas de tener a sus animales de compañía en buen estado, tanto en la apariencia física como en la salud, debido a esto el mercado referente a los animales ha estado creciendo considerablemente en América latina y por ello se evaluó la necesidad de variedad en productos de higiene.

El precio estará acorde con la oferta encontrada en el mercado por las diferentes marcas y se ofrecerá el producto por medio de redes sociales y directamente en veterinarias y tiendas veterinarias donde existe la mayor demanda de los productos actualmente.

Palabras claves: Perfumes, jabones, shampoo, higiene adecuada, productos higiénicos, cuidado animal.

INTRODUCCION

Se busca evaluar la factibilidad y la viabilidad de la puesta en marcha de una industria productora y comercializadora de productos higiénicos para animales domésticos en la ciudad de Bogotá, que satisfagan las necesidades de los tenedores de mascotas en cuanto a variedad de shampoo, jabones y perfumes, por medio de la innovación y competitividad en los precios.

OBJETIVOS

Objetivo general

Determinar la factibilidad económica y financiera para producir y comercializar productos cosméticos para el cuidado animal.

Objetivos específicos

- Identificar y analizar las oportunidades y amenazas del sector.
- Hacer el estudio de mercado con el fin de determinar las oportunidades del mercado y la cantidad de demanda real con el fin de poder proyectar ventas
- Realizar un análisis organizacional para determinar la creación de la empresa.
- Realizar un análisis de costos y precios
- Realizar un estudio financiero
- Realizar el análisis de factibilidad (VPN, TIR)

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Para los dueños de mascotas en la ciudad de Bogotá mantener a sus mascotas sanas y limpias se ha convertido en una necesidad, que también se ha visto impulsada por la ley 1744 del 6 de enero del 2016, pues una higiene inadecuada en los animales domésticos puede acarrear problemas de salud en los mismos animales y en las personas que los rodean, algunos productos higiénicos que ofrece el mercado pueden llegar a ser muy costosos y no tienen aromas agradables a todas las personas, pues solo ofrecen un tipo de aroma el cual puede no ser perdurable en el animal.

ANTECEDENTES

El tema del cuidado animal ha crecido en los últimos años, animalistas de todo el país lucharon por la aprobación de una ley que protegiera la integridad y bienestar de los animales, uno de los principios de bienestar con los que todos los dueños y tenedores de animales se responsabilizan es con “asegurar que no les sean provocadas enfermedades por negligencia o descuido”¹.

Los animales y en especial los domésticos han dejado de ser vistos como solo animales de compañía para ser tomados en cuenta como un integrante más de la familia y según Navarrete quien es docente de la Escuela de Psicología de la Universidad del Pacífico “una mascota resulta de gran importancia en el desarrollo intelectual y afectivo de los niños, así como en la vida cotidiana de los adultos mayores”², además, estudios revelan que la tenencia de mascotas disminuye la presión arterial, reduce la frecuencia cardiaca, la ansiedad y el estrés por soledad, aumenta la autoestima en estados de depresión y estrés, y se liberan endorfinas al acariciar a las mascotas, De acuerdo a Gomez³, quien a su vez cita a Merr y Hesselman quienes concluyeron en un estudio realizado que tener perros y gatos como mascotas durante los primeros años de vida es un factor protector contra enfermedades como el asma, la atopia y la rinitis alérgica.

Todo lo anterior conlleva al que el mercado de productos alimenticios y de accesorios para mascotas cada día sea más grande. Según Euromonitor “el mercadeo de productos relacionados con perros y gatos ha crecido 44% en américa latina. Colombia facturo \$473.000 millones en 2011”⁴, además, cifras reportadas por Fenalco afirman que “1 de cada 3 hogares tienen perros y gatos”⁵.

¹ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 1744: Por medio de la cual se modifican el código civil, la ley 84 de 1989, el código penal, el código de procedimiento penal y se dictan otras disposiciones. Bogotá: 2016 (Ley 1774).

² NAVARRETE, Victoria. Citado por SANTOYO, Becky. La importancia de una mascota en la familia [Tenencia Responsable]. En: Revista Veo Verde. [Sitio web]. Octubre 2014. [Consultado 18, Septiembre, 2016]. Disponible en <https://www.veoverde.com/2014/10/la-importancia-de-una-mascota-en-la-familia-tenencia-responsable/>

³ MERR Y HESSELMAN. Citado por GOMEZ, Leonardo; ATEHORTUA, Camilo y OROZCO, Sonia. La influencia de las mascotas en la vida humana. En: Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias. [Sitio web]. 2007. P.381. [Consultado 18, Septiembre, 2016]. Disponible en <http://www.scielo.org.co/pdf/rccp/v20n3/v20n3a16.pdf>

⁴ EUROMONITOR. Citado por ECHEVERRY, Verónica. Mercado de mascotas en Colombia. [Sitio web]. s.f. [Consultado 18, Septiembre, 2016]. Disponible en <https://infogr.am/Mercado-de-mascotas-en-Colombia>

⁵ FENALCO. Citado por ECHEVERRY, Verónica. Mercado de mascotas en Colombia. [Sitio web]. s.f. [Consultado 18, Septiembre, 2016]. Disponible en <https://infogr.am/Mercado-de-mascotas-en-Colombia>

Desde hace unos años se han creado EPS y medicina prepagada para mascotas como SALUDCAN, ANIMAL CENTER E.P.S CANINCA, ZOOVIDA , PetPlan, Coovet, Zooprevenir y VetPlus entre otros, especializados en planes de prevención para mascotas ofreciendo afiliaciones por un año, además, empresas como Liberty Seguros, Colpatria y Falabella ofrecen pólizas para mascotas “que además de cubrir gastos requeridos por asistencia veterinaria, quirúrgica y honorarios profesionales como consecuencia de un accidente, también cubre los perjuicios patrimoniales, materiales, lesiones personales o la muerte de un tercero, que incurra como propietario del perro o gato”⁶. Como lo indica Lozano⁷, para el año 2014 se calculó que entre suplementos dietéticos, productos de cuidado, arenera para gatos, juguetes caninos y otros artículos para las mascotas, los colombianos se gastaron 23.134 millones de pesos.

A pesar de que es un mercado que se encuentra creciendo actualmente, no se encuentra gran variedad de productos de higiene para los animales domésticos que le permitan a los dueños tener la posibilidad de escoger entre diferentes tipos de aromas y fragancias en el caso de los perfumes, o los tipos de shampoo y jabones dependiendo de la necesidad de cada tipo de raza o de cada tipo de piel.

Actualmente los productos higiénicos más representativos que se encuentran en el mercado son de las marcas DINKY, CANAMOR, ASUNTOL de Bayer, FRISKY de Genfar, PULVICAN, SPLEND de Icofarma, PULVEX, AvenueClean, Virbac, Belfo, Brillo de Provet, INVET.

⁶ 4PATAS. Servicio de medicina prepagada para tu mascota. En: Revista 4patas. [Sitio web]. s.f. [Consultado 15, Octubre, 2016]. Disponible en <http://www.4patas.com.co/perros/salud/articulo/medicina-prepagada-para-mascotas/933>

⁷ LOZANO GARZON, Rolando. Mascotas tienen a tope producción de alimentos balanceados. En: Revista El Tiempo [Sitio web]. 9 septiembre 2014. [Consultado 21, Octubre, 2016] Disponible en <http://www.eltiempo.com/economia/sectores/produccion-de-alimentos-para-mascotas-en-colombia/14508336>

1. LAS MASCOTAS EN LA VIDA FAMILIAR

Desde hace algunos años los tenedores de mascotas se han concientizado de la importancia de brindar un buenas condiciones de vida a los animales y como se estipula en la ley 1744⁸, los responsables deben asegurar que los animales no sufran de hambre, sed y dolencias físicas causadas por el descuido entre otros, con lo cual se busca erradicar conductas de maltratos por parte de los humanos hacia a los animales y castigar todo acto que ponga en riesgo la vida de los animales.

Factores como la demanda de mascotas para llenar espacios afectivos, mejores condiciones económicas, la sobrepoblación de animales abandonados que según Gómez⁹, para el año 2005 un censo revelo, que en la ciudad de Bogotá por cada diez personas hay un perro y por cada cincuenta personas hay un gato. Algunos tenedores de mascotas tienen perros para el cuidado de la casa y otros los ven como compañía, haciendo de la tenencia de animales como gatos, perros, conejos, pájaros entre otros que se consideran domésticos sea algo esencial en sus vidas.

De acuerdo a Gómez¹⁰, en países como Suecia, estados unidos y Australia se reconoce la importancia de la presencia de las mascotas en la vida humana, como consecuencia a esto en lugares donde no son permitidas las mascotas, se permite que animales domésticos estén en dichos lugares cuando estos son empleados con fines terapéuticos en donde son considerados como parte de una terapia, tratamiento o como apoyo a una discapacidad, investigaciones científicas clasifican los beneficios en cuatro grandes grupos:

- **TERAPEUTICO.** Como lo dice Gómez¹¹, los animales son incluidos en terapias asistidas motivacionales en la que se busca introducir al animal en el entorno de pacientes con SIDA, Alzheimer y otros trastornos psicológicos, los perros han sido incluidos en hogares de reposo, hospitales incluso en instituciones psiquiátricas encontrando grandes avances en los tratamientos, en la actualidad se está estudiando la influencia de la presencia de animales domésticos en la vida laboral, en terapias físicas la más conocida es la

⁸ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 1744: Por medio de la cual se modifican el código civil, la ley 84 de 1989, el código penal, el código de procedimiento penal y se dictan otras disposiciones. Bogotá: 2016 (Ley 1774).

⁹ GOMEZ, Leonardo; ATEHORTUA, Camilo y OROZCO, Sonia. La influencia de las mascotas en la vida humana. En: Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias. [Sitio web]. 2007. P.378. [Consultado 18, Septiembre, 2016]. Disponible en <http://www.scielo.org.co/pdf/rccp/v20n3/v20n3a16.pdf>

¹⁰ Ibid., p. 378.

¹¹ Ibid., p. 379-380.

equinoterapia que se basa en el movimiento multidimensional del caballo para incrementar las habilidades físicas, mejorando la función motora, el tono muscular, la postura, el equilibrio, la coordinación y la ubicación sensomotora.

- **FISIOLÓGICOS.** Como lo indica Gómez¹², favorece la disminución de enfermedades cardiovasculares, presión arterial, frecuencia cardíaca, el estrés por soledad y aumenta la autoestima, los tenedores de perros tienen mayor actividad física que aquellas personas que no tienen perros, disminuye los niveles de obesidad, tener perros y gatos como mascotas durante los primeros años de vida es un factor protector contra enfermedades como el asma, la atopia y la rinitis alérgica.
- **PSICOLÓGICO.** Según Gómez¹³, se ha estudiado el impacto en la salud mental de las personas, pues se ha encontrado que las mascotas reducen las alteraciones psicológicas, aumentan la autoestima en niños, brindan acompañamiento en momentos de depresión, duelo, estrés o aislamiento social, mejora las relaciones personales y genera responsabilidad.

1.1 LA VIDA CON PERROS

De acuerdo a Gómez¹⁴, el perro ha sido empleado de diferentes formas como cazador, pastor, guardián, de tracción, fuente de calor, camillero en las guerras, de rescate, en el espectáculo, para el deporte y compañía.

De acuerdo a un artículo publicado por El Espectador¹⁵, los beneficios de convivir con perros son innumerables, entre ellos están los beneficios físicos y emocionales ya que al caminar con el perro se aumenta la capacidad física, los dueños de perros liberan constantemente serotonina y dopamina las cuales disminuyen la frecuencia cardíaca, la ansiedad y el estrés, en un estudio realizado por los Institutos de Salud de Estados Unidos se encontró que la esperanza de vida de las personas con problemas cardíacos es mayor en aquellas que conviven con perros que en aquellas que no. Además, como lo indica Ferrer¹⁶, se disminuyen las

¹² Ibid., p. 380.

¹³ Ibid., p. 381.

¹⁴ Ibid., p. 379.

¹⁵ EL ESPECTADOR. Conozca los beneficios para la salud de tener un perro en casa. [Sitio web]. Agosto 2015. Sec. Redacción Salud. [Consultado 15, Febrero, 2017]. Disponible en <http://www.elespectador.com/noticias/salud/conozca-los-beneficios-salud-de-tener-un-perro-casa-articulo-581491>

¹⁶ FERRER, Sandra. Los beneficios de ser propietario de un perro. [Sitio Web]. s.f. [Consultado 15, Febrero, 2017]. Disponible en http://mascotas.facilísimo.com/los-beneficios-de-ser-propietario-de-un-perro_1490952.html

probabilidades de desarrollar alergias, reduce la hipertensión, aumentan las relaciones sociales, los niños que crecen con perros tienden a tener mejor autoestima, ayuda en el tratamiento con la depresión, crea responsabilidad en las personas, también traen beneficios en temas de seguridad, ya sea en el hogar previniendo de desconocidos o en los paseos, además los perros que han sido profesionalmente entrenados son capaces de detectar episodios epilépticos antes de que ocurran.

María Cocho, directora regional de Nestlé Purina Pet Care afirma que “para que todos estos beneficios se reflejen en las personas es importante tener en cuenta que el dueño debe estar atento al cuidado integral de su mascota, que tenga una alimentación adecuada de acuerdo con sus necesidades y etapa de vida. Visitas recurrentes al veterinario, un programa de desparasitación y vacunas al día, también garantizan el bienestar del perro”¹⁷.

1.2 LA VIDA CON GATOS

Como lo dice Avila¹⁸, la tenencia de un gato no es tan compleja como la tenencia de un perro, ya que el gato requiere menos tiempo en cuanto a los paseos diarios y no requieren la misma cantidad de contacto que los perros por lo que la presencia de gatos en los hogares es cada vez mayor. Al igual que los perros los gatos brindan mucha compañía, tienen mucha personalidad y también son divertidos. El incremento de la presencia de gatos en los hogares ha hecho que profesionales de la salud veterinaria se especialicen exclusivamente en el cuidado felino y de acuerdo a Fernández¹⁹, los gatos proporcionan cariño, amor, afecto, lealtad, algunos dueños de gatos aseguran que estos hacen que los niveles de enfado disminuyan considerablemente al hablar con estos.

Como lo dice Regader²⁰, la compañía de los gatos contribuye a lograr buenos niveles de relajación y el ronroneo de los gatos tiene efectos positivos en el estado

¹⁷ COCHO, María. Citado por EL ESPECTADOR. Conozca los beneficios para la salud de tener un perro en casa. [Sitio web]. Agosto 2015. Sec. Redacción Salud. [Consultado 15, Febrero, 2017]. Disponible en <http://www.elspectador.com/noticias/salud/conozca-los-beneficios-salud-de-tener-un-perro-casa-articulo-581491>

¹⁸ AVILA FORERO, Raúl. Mascotas en Colombia: cariño con millones. En: Revista dinero [Sitio web]. Junio 2016. [Consultado 3, Marzo, 2017]. Disponible en <http://www.dinero.com/opinion/columnistas/articulo/mascotas-en-colombia-carino-con-millones-por-raul-avila/224703>

¹⁹ FERNANDEZ GIL, Eva. 10 motivos para tener un gato en casa. [Sitio web]. s.f. [Consultado 9, Febrero, 2017]. Disponible en http://mascotas.facilísimo.com/reportajes/consejos/10-motivos-para-tener-un-gato-en-casa_819543.html

²⁰ REGADER, Bertrand. Gatoterapia, descubre los efectos beneficiosos de vivir con un gato. En: Psicología y mente [En línea] (2016). Disponible en <https://psicologiymente.net/vida/gatoterapia#!>

de ánimo de las personas, al igual que los perros ayudan a reducir el estrés, el nivel de presión sanguínea y la frecuencia de los latidos, aumentan la confianza y aceptación y desde hace algunos años los gatos han sido usados como parte de la terapia para el tratamiento de trastornos emocionales o trastornos psíquicos como el autismo, el Alzheimer, el síndrome de Down y trastornos conductuales de niños, entre otros.

2. HIGIENE EN LOS ANIMALES DOMESTICOS

Según Serviddio²¹, quien es veterinario clínico y cirujano, mantener en buen estado de salud a los animales domésticos no solo se logra con las vacunas, las desparasitaciones o las comidas, se debe tener en cuenta que una buena higiene en el animal les ayuda a prevenir algunas enfermedades que se pueden producir en la piel.

El aseo de animales domésticos se debe hacer de manera rutinaria y debe incluir baños, cepillado de pelo y dientes, además, de la limpieza de oídos y en algunos casos de ojos, todo ellos asegura la buena salud de los animales y de las personas que se encuentran alrededor.

Para una buena higiene en las mascotas se recomiendan los siguientes hábitos:

- **CEPILLADO DEL PELO:** De acuerdo a Cuadrado²², es importante que esto se haga a diario o día de por medio dependiendo del tipo de pelo que tenga el animal, es decir si el pelo es liso, rizado, corto o largo, en los últimos se debe hacer con más regularidad para evitar enredos y nudos; según San Martín²³, el pelo de los animales se ensucia cuando pasean, en los juegos, con material particulado del medio ambiente e incluso con sus heces y orina, este hábito es el modo más sencillo de eliminar la suciedad presente en su cuerpo además de fortalecer su pelaje, por último Serviddio²⁴, afirma que además del cepillado algunos perros necesitan un corte de pelo periódico dependiendo de su abundancia, en los gatos de pelo largo el corte de pelo es importante pues evita que se formen bolos digestivos de pelo ingerido al lamerse sus extremidades.

²¹ SERVIDDIO, Roberto. La higiene de nuestro perro y gato. [Sitio web]. octubre 2007. [Consultado 13, Octubre, 2016]. Disponible en <http://drserviddio.blogspot.com.co/2007/10/la-higiene-en-nuestro-perro-y-gato.html>

²² CUADRADO RAMÓN, Natalia. La higiene en el perro y el gato. En: Club D'AGILITY CIUTAT COMTAL [Sitio web]. s.f. [Consultado 13, Octubre, 2016]. Disponible en <http://www.agilitybarcelona.com/sites/default/files/higiene.pdf>

²³ SAN MARTÍN, Eva. La higiene del perro, una rutina completa. En: Revista Eroski Consumer [Sitio web]. 30 Enero 2012. [Consultado 13, Octubre, 2016]. Disponible en <http://www.consumer.es/web/es/mascotas/perros/salud/higiene/2012/01/30/206561.php>

²⁴ SERVIDDIO, Roberto. La higiene de nuestro perro y gato. [Sitio web]. octubre 2007. [Consultado 13, Octubre, 2016]. Disponible en <http://drserviddio.blogspot.com.co/2007/10/la-higiene-en-nuestro-perro-y-gato.html>

- **BAÑO:** Como explica San Martín²⁵, el baño debe hacerse con shampoo y jabón para complementar la higiene del pelaje, al momento del baño se debe evitar el contacto directo con ojos y oídos, además, el shampoo que se va a emplear para el baño debe satisfacer las necesidades de cada pelaje, según Serviddio²⁶ en los gatos es importante que el baño se haga desde los primeros meses de vida para que no rechace el agua en su etapa adulta. Como lo dice De Pedro²⁷, en los perros este debe hacerse una vez al mes pues puede disminuir las defensas del animal si el baño se hace de forma continua.
- **CUIDADO DENTAL:** Según San Martín²⁸, previene el mal aliento, evita infecciones, inflamaciones de las encías, sarro, dificultades para comer entre otras y es recomendable realizar una limpieza dental dos veces por semana.
- **LIMPIEZA DE OJOS Y OIDOS:** De acuerdo a Cuadrado²⁹, es necesario retirar las lagañas con gasa humedecida con suero fisiológico o con toallas especiales previniendo la conjuntivitis, y de acuerdo a San Martín³⁰, los oídos se deben revisar al menos una vez a la semana en perros con orejas grandes pues su gran tamaño dificulta que la suciedad salga por sí sola.

²⁵ SAN MARTÍN, Eva. La higiene del perro, una rutina completa. En: Revista Eroski Consumer [Sitio web]. 30 Enero 2012. [Consultado 13, Octubre, 2016]. Disponible en <http://www.consumer.es/web/es/mascotas/perros/salud/higiene/2012/01/30/206561.php>

²⁶ SERVIDDIO, Roberto. La higiene de nuestro perro y gato. [Sitio web]. octubre 2007. [Consultado 13, Octubre, 2016]. Disponible en <http://drserviddio.blogspot.com.co/2007/10/la-higiene-en-nuestro-perro-y-gato.html>

²⁷ DE PEDRO, José. Higiene de perros y gatos En: Revista Farmacia Profesional. [Sitio web]. España Noviembre 2006. Vol. 20. No. 10. [Consultado 10, Octubre, 2016]. Disponible en <http://www.elsevier.es/es-revista-farmacia-profesional-3-articulo-higiene-perros-gatos-13095633>

²⁸ SAN MARTÍN, Eva. La higiene del perro, una rutina completa. En: Revista Eroski Consumer [Sitio web]. 30 Enero 2012. [Consultado 13, Octubre, 2016]. Disponible en <http://www.consumer.es/web/es/mascotas/perros/salud/higiene/2012/01/30/206561.php>

²⁹ CUADRADO RAMÓN, Natalia. La higiene en el perro y el gato. En: Club D'AGILITY CIUTAT COMTAL [Sitio web].s.f. [Consultado 13, Octubre, 2016]. Disponible en <http://www.agilitybarcelona.com/sites/default/files/higiene.pdf>

³⁰ SAN MARTÍN, Eva. La higiene del perro, una rutina completa. En: Revista Eroski Consumer [Sitio web]. 30 Enero 2012. [Consultado 13, Octubre, 2016]. Disponible en <http://www.consumer.es/web/es/mascotas/perros/salud/higiene/2012/01/30/206561.php>

3. DESCRIPCION DEL PRODUCTO

A continuación se explica cuáles serán los productos que se desean ofertar.

3.1 SHAMPOO

El tipo de shampoo a usar es de vital importancia pues un perro o gato con un sistema inmunológico propenso a las alergias puede presentar afecciones importantes en su piel, por lo que se debe escoger desde una comida adecuada hasta un champú que no empeore el aspecto de la piel.

- **SHAMPOO INSECTICIDA Y ANTIPARASITARIO:** Este tipo de shampoo elimina todos los parásitos que estén presentes en el pelaje del animal, como las pulgas, garrapatas y otros insectos que comprometen la higiene y la salud de los animales

3.2 JABONES

El jabón además de ayudar con la limpieza del pelaje del perro antes del empleo del shampoo, ayuda con el tratamiento o la prevención de pulgas, garrapatas, ácaros y piojos.

- **JABON ANTIPULGAS:** ayuda en la erradicación de pulgas, piojos, garrapatas y ácaros en perros y gatos.
- **JABON HIPOALERGENICO:** ideal en animales con afecciones de la piel o con piel delicada.

3.3 PERFUMES

Elemento de uso frecuente en la limpieza del animal, su función es brindar un aroma agradable al animal impidiendo malos alores en el ambiente y molestias con algunas personas.

4. ESTUDIO DE MERCADO

4.1 ANALISIS DE LA INDUSTRIA

Según Fenalco³¹, el mercado de productos alimenticios y accesorios para mascotas es cada vez más grande, en otra publicación Fenalco³², asegura que en el país existen alrededor de 2.700 establecimientos dedicados a la venta de productos para mascotas, según Avila³³, el mercado de productos para mascotas ha crecido 44% en Latinoamérica durante los últimos cinco años y se espera que crezca un 15% en los siguientes años, las grandes empresas o multinacionales han incluido en sus productos, líneas especializadas en el cuidado de animales que va desde medicamentos para tratar enfermedades y afecciones, a productos de aseo.

Actualmente los productos higiénicos más representativos que se encuentran en el mercado son de las marcas DINKY, CANAMOR de Comercializadora Bogotana SAS, ASUNTOL de Bayer, FRISKY de Genfar, PULVICAN de Compañía California S.A, SPLEND de Icofarma, PULVEX, AvenueClean, Virbac, Belfo, Brillo de Provet. Invet

BAYER: SCIENCE FOR A BETTER LIFE³⁴, en su línea de salud animal tienen 60 productos de los cuales únicamente 2 son jabón y shampoo, Comercializadora Bogotana SAS bajo su línea CANAMOR³⁵, cuenta con cuatro categorías en la que se encuentra la categoría de aseo y belleza, es una de las más completas que se encuentra en el mercado, GENFAR S.A UNA EMPRESA SANOFI, cuenta con la línea FRISKY de shampoo y jabón al igual que GENFAR no ofrecen variedad en productos de aseo para mascotas, Compañía California S.A³⁶, es una compañía

³¹ FENALCO. Mascotas: crecen las oportunidades de negocio. [Sitio web]. s.f. [Consultado 26, Enero, 2017]. Disponible en <http://www.fenalco.com.co/contenido/934>

³² FENALCO. En seis de cada 10 hogares colombianos hay mascotas. [Sitio web]. s.f. [Consultado 26, Enero, 2017]. Disponible en <http://www.fenalco.com.co/contenido/5868>

³³ AVILA FORERO, Raul. Mascotas en Colombia: cariño con millones. En: Revista dinero [Sitio web]. Junio 2016. [Consultado 3, Marzo, 2017]. Disponible en <http://www.dinero.com/opinion/columnistas/articulo/mascotas-en-colombia-carino-con-millones-por-raul-avila/224703>

³⁴ BAYER: Science For A Better Life. Animal Health. [Sitio web]. s.f. [Consultado 2, Febrero, 2017]. Disponible en <https://andina.bayer.com/es/productos/salud-humana-y-animal/animal-health/>

³⁵ CANAMOR. [Sitio web]. s.f. [Consultado 2, Febrero, 2017]. Disponible en http://canamor.com/lineas/%20http://canamor.com/page/1/?s=shampo&post_type=product#038;post_type=product

³⁶ COMPAÑÍA CALIFORNIA S.A. [Sitio web]. s.f. [Consultado 2, Febrero, 2017]. Disponible en <http://ciacalifornia.com.co/cp-50.webhostbox.net/portafolio-de-productos-mascotas/>

dedicada a satisfacer las necesidades farmacéuticas y nutracéuticas veterinarias en Latinoamérica cuenta con 26 productos para animales domésticos de los cuales 3 son shampoo y jabón, SPLEND de ICOFARMA³⁷, es la línea del cuidado de animales domésticos y solo cuenta con el Splend Shampoo Acondicionador, MERCK SHARP & DOHME o MSD³⁸, bajo la línea PULVEX ofrece productos para el cuidado de animales domésticos que cuenta con 39 productos de los cuales 4 son shampoo y jabón desodorante, shampoo medicado y jabón insecticida.

4.2 ANALISIS DE LA DEMANDA

Los productos serán ofertados en la ciudad de Bogotá, la demanda se analizará por medio de una encuesta que se hará únicamente a tenedores de mascotas en ciudad de Bogotá (anexo A), con la que se pretende dar a conocer las necesidades y las preferencias de las personas encuestadas.

4.2.1 Tamaño de la muestra poblacional para realizar la encuesta.

En la ciudad de Bogotá para el año 2014 según cifras reportadas por el DANE³⁹, había 7.776.845 habitantes y según estudio realizado por el Raddar⁴⁰, en el 2014 de 240 personas encuestadas 100 de ellas tenían mascotas, con este dato se estima el número de personas de la ciudad de Bogotá que tenían mascotas para ese año, cabe resaltar que no se tienen cifras más actualizadas de las personas dueñas de mascotas por lo cual se tendrá que hacer referencia de la muestra con el año 2014.

Tabla 1. Datos para encuesta

| Población Bogotá 2014 | Encuestados | Dueños de mascotas | # Grupo de personas por cada 240 | Personas con mascotas 2014 |
|-----------------------|-------------|--------------------|----------------------------------|----------------------------|
| 7.776.845 | 240 | 100 | 32.404 | 3.240.352 |

³⁷ ICOFARMA. [Sitio web]. s.f. [Consultado 2, Febrero, 2017]. Disponible en <http://www.icofarma.com/pequenos.php>

³⁸ MSD Salud Animal. [Sitio web]. s.f. [Consultado 2, Febrero, 2017]. Disponible en <http://www.msd-salud-animal.com.co/Species/dogs.aspx>

³⁹ DANE. Series de población. [Sitio web]. s.f. [Consultado 10, Febrero, 2017] Disponible en <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/series-de-poblacion>

⁴⁰ RADDAR Consumer knowledge group, Citado por BARON Diana María. y TOCORNAL, Andrés. Investigación a través de la prospectiva de marketing del rol que tienen las mascotas (caninos/felinos) en los hogares bogotanos en la actualidad y en el 2014. [Sitio web]. Trabajo de grado. Colegio de Estudios Superiores de Administración. Bogotá, 2014, p. 35. [Consultado 10, Febrero, 2017]. Disponible en <http://repository.cesa.edu.co/bitstream/10726/1349/5/TMM00260.pdf>

Para calcular el tamaño de la muestra se utilizó la metodología explicada por BERNAL⁴¹, la ecuación se muestra a continuación:

$$N = \frac{Z^2 S^2}{E^2}$$

Dónde:

N= población Total

Z= distribución Normalizada que para este caso se utiliza un Z=2,2449 con un porcentaje confiabilidad es de 98,76%

S= Desviación estándar de la población 0.5

E=porcentaje de error (10%)

De la formula anterior se obtuvo que el tamaño de la muestra para realizar la encuesta es de 125,99 aproximando a 126 personas.

4.2.2 Resultados de la encuesta.

Las preguntas de la encuesta se muestran en el anexo 1 obteniendo los siguientes resultados

- Frecuencia de baño. De 126 personas encuestadas el 75% baña a su perro de 1 a 2 veces al mes y el 25% cada 2 o 3 meses, con lo cual se evidencia que la demanda de productos de higiene para animales domésticos es alta.

Tabla 2: Pregunta 1

| Con que frecuencia baña a su mascota | # |
|--------------------------------------|----|
| 1 a 2 veces / mes | 88 |
| cada 2 o 3 meses | 38 |
| no lo baña | 0 |

Grafico 1: Frecuencia de baño



⁴¹ BERNAL TORRES, Cesar Augusto. Metodología de la investigación. 3 ed. Colombia. PEARSON EDUCACION, 2010. ISBN 978-958-699-128-5. [Sitio web]. [Consultado 8, Febrero, 2017]. Disponible en <http://eva.sepyc.gob.mx:8383/greenstone3/sites/localsite/collect/ciencia1/index/assoc/HASHe5b1.dir/11050004.pdf>

- Uso de productos industriales. El 85% de las personas encuestadas usa shampoo, jabón y perfume industrial para la higiene de su mascota y solo el 15% dice usar productos naturales para la limpieza e higiene de sus mascotas.

Tabla 3. Pregunta 2

| ¿Utiliza shampoo, perfume y jabón industrial para la higiene de su mascota? | # |
|---|-----|
| Si | 107 |
| No | 19 |

Grafico 2. Uso de producto industriales en la higiene



- Posible uso de productos naturales para la higiene de las mascotas. De las 126 personas encuestadas, el 90% utilizaría productos naturales para la higiene de sus mascotas y el 10% rechazo la idea de usar productos naturales y prefieren los productos industriales

Tabla 4. Pregunta 3

| ¿Utilizaria shampoo, perfume y jabon natural para la higiene de su mascota? | # |
|---|-----|
| Si | 113 |
| No | 13 |

Grafico 3. Posible uso de productos naturales



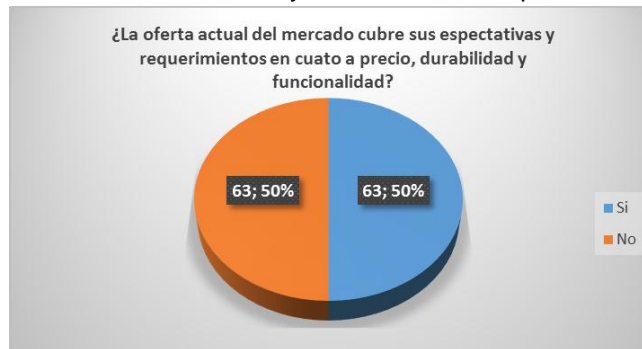
4.3 ANALISIS DE LA OFERTA

- Oferta actual del mercado y cubrimiento de las expectativas. Se evidencio que para esta pregunta las personas están divididas en igual proporción, lo que deja ver que aún hay un buen mercado sin satisfacer.

Tabla 5. Pregunta 4

| ¿La oferta actual del mercado cubre sus expectativas y requerimientos en cuanto a precio, durabilidad y funcionalidad? | # |
|--|----|
| Si | 63 |
| No | 63 |

Grafico 4. Oferta actual y cubrimiento de expectativas

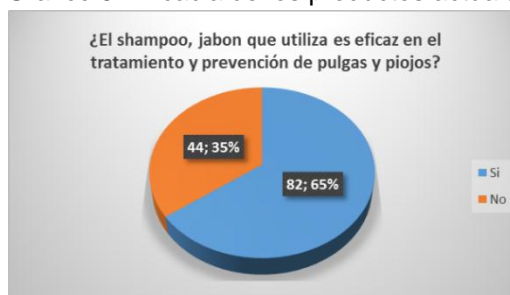


- Eficacia de los productos en el tratamiento de pulgas y piojos. El 65% de las personas encuestadas están conformes con la eficacia de los productos en el tratamiento de piojos y pulgas, solo el 35% ha tenido algún tipo de problema en cuanto a la efectividad de los productos que actualmente oferta el mercado.

Tabla 6. Pregunta 5

| ¿El shampoo, jabón que utiliza es eficaz en el tratamiento y prevención de pulgas y piojos? | # |
|---|----|
| Si | 82 |
| No | 44 |

Grafico 5. Eficacia de los productos actuales



- Fragancia del shampoo, jabón y perfume. De las personas encuestadas el 75% está satisfecha con las fragancias que tienen los productos, con esto se evidencia que hay un mercado no conforme con lo ofertado actualmente y es un mercado potencial para ofrecer distintos aromas y así cubrir la necesidad de estos.

Tabla 7. Pregunta 6

| ¿Le gusta la fragancia del shampoo, jabón y perfume que usa? | # |
|--|----|
| Si | 95 |
| No | 31 |

Grafico 6. Gusto por la fragancia de los productos



- Perdurabilidad del aroma. El 80% de las personas encuestadas presentan una inconformidad frente a la perdurabilidad del aroma de los productos después de realizar el aseo a sus mascotas.

Tabla 8. Pregunta 7

| ¿Es perdurable el aroma del perfume que usa? | # |
|--|-----|
| Si | 25 |
| No | 101 |

Grafico 7. Perdurabilidad del aroma

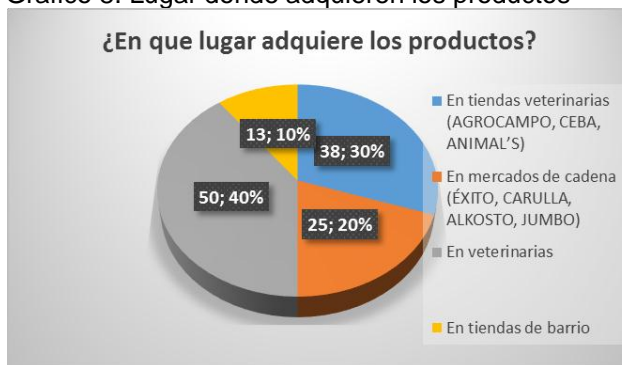


- Lugar donde adquieren los productos. El 40% de las personas encuestadas adquiere los productos en veterinarias, seguido de las grandes tiendas veterinarias como AGROCAMPO, CEBA, ANIMAL'S, con lo anterior los principales lugares donde se llegaría a ofertar los productos sería en las veterinarias, seguido de las tiendas veterinarias.

Tabla 9. Pregunta 8

| ¿En qué lugar adquiere los productos? | # |
|--|----|
| En tiendas veterinarias (AGROCAMPO, CEBA, ANIMAL'S) | 38 |
| En mercados de cadena (ÉXITO, CARULLA, ALKOSTO, JUMBO) | 25 |
| En veterinarias | 50 |
| En tiendas de barrio | 13 |

Grafico 8. Lugar donde adquieren los productos



En la tabla 10 se muestran las diferentes presentaciones que manejan las marcas mas representativas del mercado, además de un precio promedio al cual el producto se consigue actualmente en veterinarias, tiendas veterinarias y almacenes de cadena, cabe explicar que al ser un precio promedio el precio varia dependiendo del lugar donde se consulte la existencia y el precio de los distintos productos asi como no en todos los lugares se encuentran las mismas presentaciones y la misma variedad para la misma marca. Además, en la tabla 11 se muestra el precio y la presentación en la cual los productos serán ofertados.

Tabla 10. Precio de los productos por marca

| EMPRESA | PRODUCTO | PRESENTACION | PRECIO PROMEDIO |
|---------|-------------------------------|--------------|-----------------|
| BAYER | Shampoo (Bolfo) | 100 ML | \$ 8.500 |
| | Jabón (Asuntol sabila) | 90 Gr | \$ 6.700 |
| | jabón (asuntol) | 100 Gr | \$ 5.800 |
| CANAMOR | Jabón Desodorante | 90 Gr | \$ 6.400 |
| | Jabón Desodorante Arbol de Te | 90 Gr | \$ 7.300 |
| | Shampoo Rinse | 230 ML | \$ 1.400 |

Tabla 10. (Continuación)

| | | | |
|-------------------------|---------------------|--------|-----------|
| | Shampoo Insecticida | 230 ML | \$ 12.300 |
| | Shampoo Arbol De Te | 230 ML | \$ 16.900 |
| | Perfume Canino | 150 ML | \$ 15.200 |
| GENFAR (Frisky) | shampoo | 250 CC | \$ 10.800 |
| | jabón | 90 gr | \$ 6.300 |
| COMPAÑÍA CALIFORNIA S.A | shampoo | 250 ml | \$ 17.500 |
| | Jabón EP Pulvican | 90 Gr | \$ 4.500 |
| ICOFARMA (Splend) | shampoo 3EN1 | 250 ML | \$ 11.300 |
| | Shampoo Insecticida | 250 ML | \$ 12.500 |
| | Jabón Insecticida | 90 Gr | \$ 5.000 |
| MSD (Pulvex) | shampoo Desodorante | 220 ML | \$ 11.200 |
| | jabón Insecticida | 90 Gr | \$ 8.000 |
| DINKY | Shampoo Pelo Oscuro | 250 ML | \$ 17.000 |
| | Shampoo Pelo Claro | 250 MI | \$ 14.200 |
| | Loción Hembras | 120 ML | \$ 16.100 |
| | Loción Machos | 120 ML | \$ 16.100 |
| INVET | Shampoo Herbal | 240 ML | \$ 25.000 |
| | Jabón Herbal | 100 Gr | \$ 10.400 |
| | Colonia | 240 ML | \$ 25.000 |

Tabla 11. Precio de venta de productos

| PRODUCTO | PRESENTACION | PRECIO |
|----------|--------------|-----------|
| Shampoo | 250 ml | \$ 12.000 |
| Jabon | 100 gr | \$ 5.000 |
| Permufe | 125 ml | \$ 14.000 |

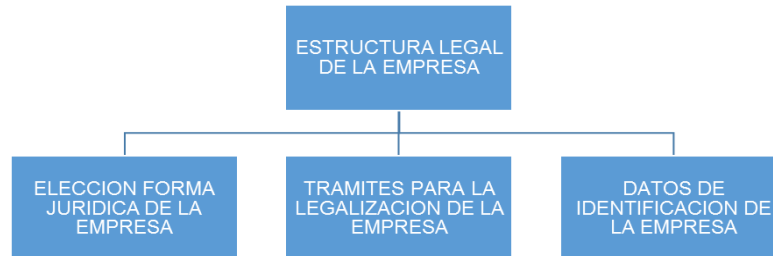
Como se evidencia, el precio de los productos no difiere mucho de los ya existentes en el mercado, haciendo que su precio sea atractivo para los clientes potenciales.

5. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

5.1 ESTRUCTURA JURIDICA

Para la creación de la empresa ante la el estado Colombiano, se deben seguir los pasos que se muestran en el grafico 9 y mencionan a continuación:

Grafico 9. Estructura Jurídica



Fuente: CENTRO EUROPEO DE EMPRESAS E INNOVACION DEL PRINCIPIO DE ASTURIAS. Guia para la creación de empresas. España. [Sitio web] (2017). Disponible en <http://www.guia.ceei.es/interior.asp?MP=8&MS=12>

5.1.1 Elección forma jurídica.

Basado en la página de la CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA⁴², la forma jurídica elegida para la creación de la empresa será de persona natural régimen simplificado.

La persona natural “es aquella que ejerce una actividad de manera habitual y profesional a título personal. Asume todos los derechos y obligaciones de la actividad comercial que ejerce, esta responderá con todo su patrimonio, tanto personal como familiar, por las obligaciones que adquiera en desarrollo de su actividad económica”⁴³.

Luego de que la persona este inscrita en el registro mercantil “sigue siendo la misma persona, solo que adquiere la condición de comerciante por desarrollar de manera profesional una actividad considerada por la ley como mercantil. La persona natural actúa por sí misma y se identifica con su número de cédula; la

⁴² CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA. Construya su empresa como persona natural, persona jurídica o establecimiento del comercio. [Sitio web]. s.f. [Consultado 14, Febrero, 2017]. Disponible en <http://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Constituya-su-empresa-como-persona-natural-persona-juridica-o-establecimiento-de-comercio>

⁴³ CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA. Construya su empresa como persona natural, persona jurídica o establecimiento del comercio. [Sitio web]. s.f. [Consultado 14, Febrero, 2017]. Disponible en <http://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Constituya-su-empresa-como-persona-natural-persona-juridica-o-establecimiento-de-comercio>

DIAN, por su parte, le asigna un NIT que corresponde a su número de cédula más un dígito adicional”⁴⁴.

5.1.2 Trámites para la legalización de la empresa.

Para la formalización de la empresa se debe solicitar lo siguiente: “inscripción en el Registro Único Tributario (RUT) en la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN). Inscripción de la Matrícula Mercantil en la Cámara de Comercio de Bogotá, diligenciando los formularios del Registro Único Empresarial (RUE)”⁴⁵.

5.1.2.1 Documentos requeridos.

“Original del documento de identidad, formulario del registro único tributario (RUT), formularios disponibles en las cámaras de comercio de Bogotá, formulario de registro único empresarial y social (RUES), carátula única empresarial y anexos, según corresponda (Persona Natural) y formulario de registro con otras entidades”⁴⁶.

5.1.3 Datos de identificación de la empresa.

Los datos para la legalización de la empresa se listan a continuación.

- Razón social: JENNY KATHERINE SARMIENTO TRASLAVIÑA
- NIT: 1013643797-
- FORMA JURIDICA: Persona Natural
- DOMICILIO SOCIAL: Carrera 40 A # 1-28

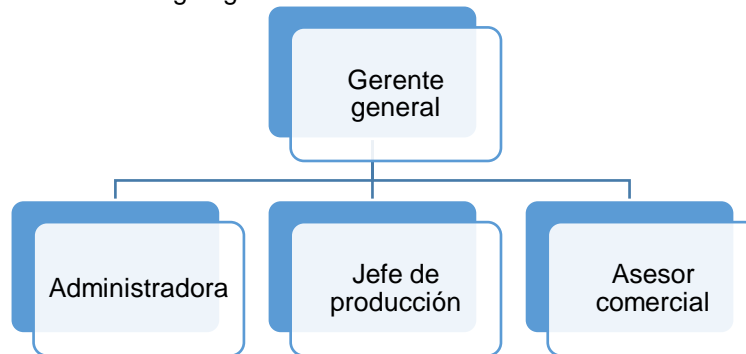
⁴⁴ CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA. Construya su empresa como persona natural, persona jurídica o establecimiento del comercio. [Sitio web]. s.f. [Consultado 14, Febrero, 2017]. Disponible en <http://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Constituya-su-empresa-como-persona-natural-persona-juridica-o-establecimiento-de-comercio>

⁴⁵ CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA. Construya su empresa como persona natural, persona jurídica o establecimiento del comercio. [Sitio web]. s.f. [Consultado 14, Febrero, 2017]. Disponible en <http://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Constituya-su-empresa-como-persona-natural-persona-juridica-o-establecimiento-de-comercio>

⁴⁶ CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA. Construya su empresa como persona natural, persona jurídica o establecimiento del comercio. [Sitio web]. s.f. [Consultado 14, Febrero, 2017]. Disponible en <http://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Constituya-su-empresa-como-persona-natural-persona-juridica-o-establecimiento-de-comercio>

5.2 ORGANIGRAMA

Grafico 10. Organigrama



5.3 CARGOS Y FUNCIONES

5.3.1 Gerente general.

Profesional en ingeniería, actúa como representante legal, fija políticas operativas, administrativas y de calidad en base a la satisfacción del cliente y crecimiento de la empresa, es responsable por el crecimiento en ventas, los resultados operacionales y el desempeño organizacional, ejerce autoridad sobre el resto de cargos ejecutivos, administrativos y operacionales.

Sus principales funciones:

- Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles.
- Definir necesidades de personal consistentes con los objetivos y planes de la empresa.
- Seleccionar personal competente y desarrollar programas de entrenamiento para potenciar sus capacidades.
- Desarrollar un ambiente de trabajo que motive positivamente a los individuos y grupos organizacionales.

Otras actividades:

- Planea y coordina la gestión de ventas y programación de presupuestos
- Mantiene contacto continuo con proveedores y compra de materias primas.
- Encargarse del lanzamiento de un nuevo producto para la empresa por lo menos una vez al año.
- Se encarga de la contratación de personal.
- Supervisa el despacho de pedidos.

5.3.2 Administradora.

Profesional en ingeniería, es la encargada de desempeñar labores de oficina en general para ayudar a los ejecutivos en sus labores administrativas, así como pago en efectivo a proveedores y empleados.

Sus principales funciones:

- Ejecutar el pago a empleados de manera quincenal de acuerdo a la nómina.
- Facturación de pedidos, atención al cliente y proveedores vía telefónica.
- Manejo de clientes, nómina y bancos.
- Coordinación de la entrega de información contable a la contadora.
- Manejo de cuentas personales de la gerencia general.

Otras actividades:

- Recepción de facturas y comprobantes de retención de proveedores.
- Mantener el archivo de proveedores.
- Coordinar el pago a proveedores, fechas de vencimiento y valores de pago.
- Recepción diaria de pagos causada por ventas de contado.
- Archivo de facturas secuenciales del cliente.
- Encargado del proceso de nómina que tiene que ver con el manejo de los ingresos, descuentos, bonos de alimentación, seguros de asistencia médica.
- Creación de carpetas de empleados para registro de cédulas, hojas de vida, pagos legales y cualquier otro documento relacionado con el empleado.
- Lleva el control de vacaciones, permisos así como días adicionales de trabajo. Todo manejado desde la parte operativa no de autorización.
- Actualización continua de los archivos.
- Custodia de chequeras.
- Elaboración de reportes de ingresos y egresos.
- Manejo de caja menor.
- Realizará cualquier otra actividad que sea solicitada por su jefe inmediato.

5.3.3 Jefe de producción.

Persona con título profesional de ingeniero químico o afines, es el encargado de coordinar la producción y la programación del trabajo en el área de producción para surtir los pedidos, supervisa la calidad de los productos, en cuando a viscosidad, color, pH.

Sus principales funciones:

- Optimización de los recursos, tiempos de producción y envasado de productos.

- Mantiene contacto continuo con proveedores, en busca de nuevas tecnologías o materias primas, insumos y productos más adecuados.
- Es el responsable de elaborar la lista de materiales que se va a utilizar, así como también el presupuesto del mismo.
- Supervisa la calidad de las materias primas que los proveedores entregan a la empresa.
- Estandarizar y mejorar continuamente los procesos de producción.
- Coordinar la producción en base a los presupuesto de ventas.

Otras actividades:

- Planes de trabajo para la elaboración de los productos.
- Asegurarse del despacho de los pedidos, en tiempo oportuno y completo.
- Supervisa que el personal de producción trabaje adecuadamente.
- Supervisa la limpieza y orden del área de producción.
- Apoya y supervisa los procesos de producción.
- Liderar y motivar al personal de la planta.
- Implementación de normas para la obtención de registro sanitarios y normas ISO.

5.3.4 Asesor comercial.

Persona con educación media en adelante con mínimo 2 años de experiencia en el sector comercial, es el encargado de captar nuevos clientes, lograr determinados volúmenes de venta, mantener o mejorar la participación en el mercado, generar una determinada utilidad o beneficio, entre otros.

Sus principales funciones:

- Investigar el área asignada.
- Explorar permanentemente la zona asignada para detectar clientes potenciales.
- Realizar un seguimiento de consumos por cada cliente de su zona.
- Programar el trabajo en su área, anticipando los objetivos de cada gestión.
- Ventas y cobranzas.
- Visitar a todos los clientes (activos y/o potenciales) de acuerdo a la zona
- Realizar tareas para activar la cobranza en función de cumplir con las metas fijadas en los presupuestos.
- Colaborar en la distribución y/o colocación de material promocional en los locales.
- Actuar como vínculo activo entre la empresa y sus clientes para gestionar y desarrollar nuevas propuestas de negocios.
- Informar sobre eventuales novedades de productos y sus aplicaciones.

- Asesorar al cliente sobre la mejor forma de comprar y utilizar los productos.
- Comunicar al cliente las novedades sobre precios y condiciones.
- Programar semanalmente las actividades de visitas a realizar diariamente.
- Informar diariamente a la empresa los resultados de sus visitas.
- Elaborar informes periódicos sobre novedades de la competencia en su zona.
- Confeccionar informes sobre reclamos y novedades de sus clientes.
- Colaborar con la administración de la empresa gestionando la documentación del cliente, necesaria para concretar el vínculo comercial.

5.4 GASTOS DE PERSONAL

Los cargos de gerente general, administradora y jefe de producción serán llevados a cabo por una misma persona, al menos en el primero año de puesta en marcha de la empresa o dependiendo de los volúmenes de producción y ventas que se tengan, con una asignación salarial de 1'500.000 pesos colombianos.

El vendedor tendrá un salario básico de 800.000 pesos colombianos más comisiones por ventas.

6. ESTUDIO FINANCIERO

Para la creación de la empresa se debe hacer un estudio financiero con el fin de verificar la viabilidad de la puesta en marcha de la misma.

6.1 INVERSION

A continuación se muestra la inversión total que se debe inicialmente para la puesta en marcha de la empresa.

Tabla 12. Inversión

| INVERSION | |
|--|----------------------|
| LOCAL | |
| alquiler | \$ - |
| mejoras y adecuaciones del lugar | \$ 2.000.000 |
| gastos por primeros 6 meses (periodo preoperativo) | \$ 9.000.000 |
| EQUIPAMIENTOS | |
| computadores | \$ 1.200.000 |
| maquinaria | \$ 2.500.000 |
| Envases | \$ 1.200.000 |
| elementos de medición | \$ 1.000.000 |
| materia prima | \$ 5.000.000 |
| NOMINA | \$ 2.300.000 |
| PUBLICIDAD (ETIQUETAS, MERCADEO) | \$ 1.000.000 |
| REGISTROS Y OTROS | \$ 200.000 |
| TOTAL INVERSION | \$ 25.400.000 |

La nómina corresponde al salario del jefe de producción y al salario del vendedor sin tener en cuenta comisiones.

6.2 COSTOS DE LOS PRODUCTOS

El costo de los productos se calculó teniendo en cuenta el costo de materia prima, costo de mano de obra y depreciación.

6.2.1 Costo materia prima

Tabla 13. Costo de producción materia prima

| COSTO MATERIA PRIMA POR KILOGRAMO PRODUCIDO | | | | | | | |
|--|----------------|--------------|----------------|------------------|----------------|--------------|----------------|
| Materia primas | Shampoo | Jabón | Perfume | Precio kg | Shampoo | Jabón | Perfume |
| M1 | 8% | | | \$ 9.000,00 | \$ 720,00 | \$ - | \$ - |
| M2 | 5% | | | \$ 1.300,00 | \$ 65,00 | \$ - | \$ - |
| M3 | 10% | 19% | | \$ 824,00 | \$ 82,40 | \$ 156,56 | \$ - |

Tabla 13. (Continuación)

| | | | | | | | |
|-----|------|------|------|---------------|--------------------|------------------|--------------------|
| M4 | 12% | | | \$ 4.500,00 | \$ 540,00 | \$ - | \$ - |
| M5 | | | 4% | \$ 11.000,00 | \$ - | \$ - | \$ 440,00 |
| M6 | | 17% | | \$ 800,00 | \$ - | \$ 136,00 | \$ - |
| M7 | | | 25% | \$ 6.850,00 | \$ - | \$ - | \$.712,50 |
| M8 | 1% | 1% | 3% | \$ 23.000,00 | \$ 230,00 | \$ 230,00 | \$ 690,00 |
| M9 | 2% | 2% | 2% | \$ 13.000,00 | \$ 260,00 | \$ 260,00 | \$ 260,00 |
| M10 | 3% | 7% | | \$ 7.500,00 | \$ 225,00 | \$ 525,00 | \$ - |
| M11 | 58% | 48% | 65% | \$ 10.000,00 | \$ 5.800,00 | \$ 4.800,00 | \$ 6.500,00 |
| M12 | 1% | 1% | 1% | \$ 66.000,00 | \$ 660,00 | \$ 660,00 | \$ 660,00 |
| M13 | | 5% | | \$ 3.000,00 | \$ - | \$ 150,00 | \$ - |
| | 100% | 100% | 100% | \$ 156.774,00 | \$ 8.582,40 | \$ 6.917,56 | \$10.262,50 |
| | | | | | \$ 2.145,60 | \$ 691,76 | \$ 1.282,81 |

Los números seleccionados en negrita son los costos de producción de materia prima para cada producto dependiendo de la presentación a la cual se va a vender.

6.2.2 Costo mano de obra.

El costo de la mano de obra fue calculado en base a los tiempos de producción y envasado de cada producto.

Tabla 14. Costo de producción mano de obra

| MANO DE OBRA | |
|---------------------|-------------|
| <i>Shampoo</i> | \$ 2.300,00 |
| <i>Jabón</i> | \$ 1.100,00 |
| <i>Perfume</i> | \$ 3.700,00 |

6.2.3 Depreciación.

La depreciación de la maquinaria se hizo a 10 años y se calculó en base a la producción de cada producto, obteniendo los siguientes resultados

Tabla 15. Depreciación por producto

| DEPRECIACIÓN | |
|--------------------------------|------------|
| Depreciación maquinaria | \$ 250.000 |
| <i>Shampoo</i> | \$ 83,33 |
| <i>Jabón</i> | \$ 62,50 |
| <i>Perfume</i> | \$ 250,00 |

6.2.4 Total costos de producción.

Como se explicó anteriormente el costo total de producción es la suma de materia prima, mano de obra y depreciación

Tabla 16 Costo de producción total

| COSTO TOTAL PRODUCTOS | |
|------------------------------|----------|
| <i>Shampoo</i> | \$ 4.529 |
| <i>Jabón</i> | \$ 1.854 |
| <i>Perfume</i> | \$ 5.233 |

6.3 PROYECCION DE VENTAS

Tabla 17. Ingresos del proyecto para el primer año

| | CANTIDAD A PRODUCIR | PRECIO DE VENTA | INGRESOS |
|----------------|----------------------------|------------------------|---------------------|
| <i>Shampoo</i> | 3.000 | \$12.000 | \$36.000.000 |
| <i>Jabón</i> | 4.000 | \$5.000 | \$20.000.000 |
| <i>Perfume</i> | 1.000 | \$14.000 | \$14.000.000 |
| | | | \$70.000.000 |

De la tabla anterior se obtiene que para el primer año se venderán en \$70.000.000 correspondientes a los tres productos ofrecidos, en la tabla 17 se muestra la proyección de las ventas para los cinco años en los cuales se evalúa el proyecto, las cuales incrementaran un 10% cada año.

Tabla 18. Ingresos del proyecto proyectados

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------|--------------|--------------|-----------------|-----------------|---------------|
| Ingresos | \$70.000.000 | \$77.000.000 | \$84.700.000,00 | \$93.170.000,00 | \$102.487.000 |

6.4 ESTADO DE RESULTADOS

En la siguiente tabla se muestra en estado de resultados proyecto para el proyecto, se hizo a 5 años con el fin de tener una mejor evaluación económica.

Tabla 19. Estado de resultados

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------------|----------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| Ingresos | \$70.000.000 | \$77.000.000 | \$84.700.000 | \$93.170.000 | \$102.487.000 |
| (-) Costo de ventas | \$26.236.636,5 | \$27.548.468 | \$28.925.891 | \$30.372.186 | \$31.890.795 |
| UTILIDAD BRUTA | \$43.763.363,5 | \$49.451.531 | \$55.774.108 | \$62.797.813 | \$70.596.204 |
| (-)gastos administrativos | \$9.840.000,00 | \$10.572.000 | \$11.340.600 | \$12.147.630 | \$12.995.011 |
| (-) otros gastos | \$21.600.000 | \$22.680.000 | \$23.814.000 | \$25.004.700 | \$26.254.935 |

Tabla 19. Continuación

| | | | | | |
|------------------------------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| UTILIDAD OPERACIONAL | \$12.323.363 | \$16.199.531 | \$20.619.508 | \$25.645.483 | \$31.346.257 |
| <i>(-) Gastos financieros</i> | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS | \$12.323.363 | \$16.199.531, | \$20.619.508 | \$25.645.483 | \$31.346.257 |
| <i>(-) Impuestos 34%</i> | \$4.189.943 | \$5.507.840,7 | \$7.010.632 | \$8.719.464 | \$10.657.727 |
| UTILIDAD NETA | \$8.133.419 | \$10.691.690 | \$13.608.875 | \$16.926.019 | \$20.688.530 |

6.5 FLUJO DE CAJA

Del flujo de caja proyecto a 5 años, se evidencia que anualmente el flujo de efectivo para la empresa crece considerablemente, dejando ganancias para la empresa, el flujo de caja de financiación y flujo de caja de inversión son cero a lo largo del proyecto ya que no se proyectó hacer ningún préstamo y al ser un proyecto el flujo de inversión es cero.

Tabla 20. Flujo de caja neto

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------------------------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| UTILIDAD NETA | \$8.133.419 | \$10.691.690 | \$13.608.875 | \$16.926.019 | \$20.688.530 |
| <i>Depreciación</i> | \$ 490.000 | \$ 490.000 | \$ 490.000 | \$ 490.000 | \$ 490.000 |
| FLUJO DE CAJA | \$8.623.420 | \$11.181.691 | \$14.098.875 | \$17.416.019 | \$21.178.530 |
| <i>Flujo de inversión</i> | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| <i>Flujo de financiación</i> | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| FLUJO DE CAJA NETO | \$8.623.420 | \$11.181.691 | \$14.098.875 | \$17.416.019 | \$21.178.530 |

7. EVALUACION ECONOMICA DEL PROYECTO

Para evaluar si el proyecto es rentable o no, se evaluara la tasa interna de retorno (TIR), el periodo de recuperaci3n del capital y el valor presente neto (VPN).

7.1 PERIODO DE RECUPERACION DEL CAPITAL

Como se observa en la tabla 21 la inversi3n que se har3 se recuperara en cerca de 3 a3os

Tabla 21. Recuperaci3n del capital

| RECUPERACION CAPITAL | | |
|-----------------------------|---------------|-------------------------------|
| AÑO | | RECUPERACION ACUMULADA |
| 0 | \$ 25.400.000 | |
| 1 | \$ 7.186.183 | |
| 2 | \$ 9.318.076 | \$ 16.504.259 |
| 3 | \$ 11.749.063 | \$ 28.253.322 |

7.2 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Se calcula una tasa interna de retorno de 40%, lo cual deja ver que el proyecto es altamente viable y dejara buenas ganancias.

Tabla 22. TIR del proyecto

| TIR | |
|------------------|----------------|
| INVERSION | -25.400.000,00 |
| F1 | 8.623.419,91 |
| F2 | 11.181.690,91 |
| F3 | 14.098.875,45 |
| F4 | 17.416.019,22 |
| F5 | 21.178.530,18 |
| TIR | 40% |

7.3 VALOR PRESENTE NETO (VPN)

El proyecto se evalu3 con una tasa interna de oportunidad (TIO) de 20% obteniendo un valor presente neto de 14.620.423,14, es un valor positivo e indica que el proyecto es rentable.

Tabla 23. VPN del proyecto

| VPN | |
|------------------|----------------------|
| INVERSION | 25.400.000,00 |
| TIO | 20% |
| VPN | 14.620.423,14 |

8. CONCLUSIONES

- Se evidencia que aún hay un mercado importante que las empresas no han explorado por diferentes motivos, pero que para el objetivo del trabajo es una ventaja que debe ser aprovechada.
- Se pudo concluir que hay un gran potencial para que el proyecto sea ejecutado y dejes ganancias significativas.
- Se evidencia que por lo menos en el primer año la empresa requerirá el personal del cual se habla en dicho capítulo, pero deberá incurrir en la contratación de más personal para cubrir todas las obligaciones.
- El precio al cual se van a ofertar no están lejanos de los precios de los productos en el mercado.
- Se observó que el flujo de caja neto para cada año incrementa permitiendo que la empresa obtenga ganancias en un corto tiempo.
- Se encontró que la tasa interna de retorno y el valor presente neto son positivos, con lo cual se afirma que la puesta en marcha del proyecto es viable.

9. RECOMENDACIONES

- La encuesta fue realizada únicamente a personas que conviven con animales domésticos, se debe tener en cuenta que hay una buena población que aunque no conviven directamente con animales en sus hogares si apoyan de manera voluntaria o económica diferentes grupos animalistas o fundaciones los cuales no fueron entrevistados.
- La empresa debe crear estrategias de mercado que le permitan ingresar de una manera fácil y rápida al mercado, con el fin de que la empresa se empiece a conocer y a posicionarse en un periodo de tiempo corto.
- La empresa debe innovar constantemente en los productos y crear más variedad de los mismos con el fin de satisfacer de una manera más amplia las necesidades de los consumidores.

BIBLIOGRAFIA

4PATAS. Servicio de medicina prepagada para tu mascota. En: Revista 4patas. [Sitio web]. s.f. [Consultado 15, Octubre, 2016]. Disponible en <http://www.4patas.com.co/perros/salud/articulo/medicina-prepagada-para-mascotas/933>

AVILA FORERO, Raúl. Mascotas en Colombia: cariño con millones. En: Revista dinero [Sitio web]. Junio 2016. [Consultado 3, Marzo, 2017]. Disponible en <http://www.dinero.com/opinion/columnistas/articulo/mascotas-en-colombia-carino-con-millones-por-raul-avila/224703>

BARON, Diana Maria. Y TOCORNAL, Andrés. Investigación a través de la prospectiva de marketing del rol que tienen las mascotas (caninos/felinos) en los hogares bogotanos en la actualidad y en el 2014. (2014). [En línea]. Disponible en <http://repository.cesa.edu.co/bitstream/10726/1349/5/TMM00260.pdf>

BAYER: Science For A Better Life. Animal Helth. [Sitio web]. s.f. [Consultado 2, Febrero, 2017]. Disponible en <https://andina.bayer.com/es/productos/salud-humana-y-animal/animal-health/>

BERNAL TORRES, Cesar Augusto. Metodología de la investigación. 3 ed. Colombia. PEARSON EDUCACION, 2010. ISBN 978-958-699-128-5. [Sitio web]. [Consultado 8, Febrero, 2017]. Disponible en <http://eva.sepyc.gob.mx:8383/greenstone3/sites/localsite/collect/ciencia1/index/assoc/HASHe5b1.dir/11050004.pdf>

CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA. Construya su empresa como persona natural, persona jurídica o establecimiento del comercio. [Sitio web]. s.f. [Consultado 14, Febrero, 2017]. Disponible en <http://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Constituya-su-empresa-como-persona-natural-persona-juridica-o-establecimiento-de-comercio>

CANAMOR. [Sitio web]. s.f. [Consultado 2, Febrero, 2017]. Disponible en http://canamor.com/lineas/%20http://canamor.com/page/1/?s=shampo&post_type=product#038;post_type=product

CENTRO EUROPEO DE EMPRESAS E INNOVACION DEL PRINCIPIO DE ASTURIAS. Guia para la creación de empresas. España. [Sitio web] (2017). Disponible en <http://www.guia.ceei.es/interior.asp?MP=8&MS=12>

COCHO, María. Citado por EL ESPECTADOR. Conozca los beneficios para la salud de tener un perro en casa. [Sitio web]. Agosto 2015. Sec. Redacción Salud. [Consultado 15, Febrero, 2017]. Disponible en

<http://www.elespectador.com/noticias/salud/conozca-los-beneficios-salud-de-tener-un-perro-casa-articulo-581491>

COMPAÑÍA CALIFORNIA S.A. [Sitio web]. s.f. [Consultado 2, Febrero, 2017]. Disponible en <http://ciacalifornia.com.co.cp-50.webhostbox.net/portafolio-de-productos-mascotas/>

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 1744: Por medio de la cual se modifican el código civil, la ley 84 de 1989, el código penal, el código de procedimiento penal y se dictan otras disposiciones. Bogotá: 2016 (Ley 1774).

CUADRADO RAMÓN, Natalia. La higiene en el perro y el gato. En: Club D'AGILITY CIUTAT COMTAL [Sitio web].s.f. [Consultado 13, Octubre, 2016]. Disponible en <http://www.agilitybarcelona.com/sites/default/files/higiene.pdf>

DANE. Series de población. [Sitio web]. s.f. [Consultado 10, Febrero, 2017] Disponible en <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/series-de-poblacion>

DE PEDRO, José. Higiene de perros y gatos En: Revista Farmacia Profesional. [Sitio web]. España Noviembre 2006. Vol. 20. No. 10. [Consultado 10, Octubre, 2016]. Disponible en <http://www.elsevier.es/es-revista-farmacia-profesional-3-articulo-higiene-perros-gatos-13095633>

ECHEVERRY, Verónica. Mercado de mascotas en Colombia. Disponible en <https://infogr.am/Mercado-de-mascotas-en-Colombia>

EL ESPECTADOR. Conozca los beneficios para la salud de tener un perro en casa. [Sitio web]. Agosto 2015. Sec. Redacción Salud. [Consultado 15, Febrero, 2017]. Disponible en <http://www.elespectador.com/noticias/salud/conozca-los-beneficios-salud-de-tener-un-perro-casa-articulo-581491>

EUROMONITOR. Citado por ECHEVERRY, Verónica. Mercado de mascotas en Colombia. [Sitio web]. s.f. [Consultado 18, Septiembre, 2016]. Disponible en <https://infogr.am/Mercado-de-mascotas-en-Colombia>

FENALCO. Mascotas: crecen las oportunidades de negocio. [Sitio web]. s.f. [Consultado 26, Enero, 2017]. Disponible en <http://www.fenalco.com.co/contenido/934>

FENALCO. En seis de cada 10 hogares colombianos hay mascotas. [Sitio web]. s.f. [Consultado 26, Enero, 2017]. Disponible en <http://www.fenalco.com.co/contenido/5868>

FENALCO. Citado por ECHEVERRY, Verónica. Mercado de mascotas en Colombia. [Sitio web]. s.f. [Consultado 18, Septiembre, 2016]. Disponible en <https://infogr.am/Mercado-de-mascotas-en-Colombia>

FERRER, Sandra. Los beneficios de ser propietario de un perro. [Sitio Web]. s.f. [Consultado 15, Febrero, 2017]. Disponible en http://mascotas.facilisimo.com/los-beneficios-de-ser-propietario-de-un-perro_1490952.html

FERNANDEZ GIL, Eva. 10 motivos para tener un gato en casa. [Sitio web]. s.f. [Consultado 9, Febrero, 2017]. Disponible en http://mascotas.facilisimo.com/reportajes/consejos/10-motivos-para-tener-un-gato-en-casa_819543.html

GOMEZ, Leonardo; ATEHORTUA, Camilo y OROZCO, Sonia. La influencia de las mascotas en la vida humana. En: Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias. [Sitio web]. 2007. P.378. [Consultado 18, Septiembre, 2016]. Disponible en <http://www.scielo.org.co/pdf/rccp/v20n3/v20n3a16.pdf>

ICOFARMA. [Sitio web]. s.f. [Consultado 2, Febrero, 2017]. Disponible en <http://www.icofarma.com/pequenos.php>

LOZANO GARZON, Rolando. Mascotas tienen a tope producción de alimentos balanceados. En: Revista El Tiempo [En línea]. (9 de septiembre 2014). Disponible en <http://www.eltiempo.com/economia/sectores/produccion-de-alimentos-para-mascotas-en-colombia/14508336>

MERR Y HESSELMAN. Citado por GOMEZ, Leonardo; ATEHORTUA, Camilo y OROZCO, Sonia. La influencia de las mascotas en la vida humana. En: Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias. [Sitio web]. 2007. P.381. [Consultado 18, Septiembre, 2016]. Disponible en <http://www.scielo.org.co/pdf/rccp/v20n3/v20n3a16.pdf>

MSD Salud Animal. [Sitio web]. s.f. [Consultado 2, Febrero, 2017]. Disponible en <http://www.msd-salud-animal.com.co/Species/dogs.aspx>

NAVARRETE, Victoria. Citado por SANTOYO, Becky. La importancia de una mascota en la familia [Tenencia Responsable]. En: Revista Veo Verde. [Sitio web]. Octubre 2014. [Consultado 18, Septiembre, 2016]. Disponible en <https://www.veoverde.com/2014/10/la-importancia-de-una-mascota-en-la-familia-tenencia-responsable/>

RADDAR Consumer knowledge group, Citado por BARON Diana María. y TOCORNAL, Andrés. Investigación a través de la prospectiva de marketing del rol que tienen las mascotas (caninos/felinos) en los hogares bogotanos en la

actualidad y en el 2014. [Sitio web]. Trabajo de grado. Colegio de Estudios Superiores de Administración. Bogotá, 2014, p. 35. [Consultado 10, Febrero, 2017]. Disponible en <http://repository.cesa.edu.co/bitstream/10726/1349/5/TMM00260.pdf>

REGADER, Bertrand. Gatoterapia, descubre los efectos beneficiosos de vivir con un gato. En: Psicología y mente [En línea] (2016). Disponible en <https://psicologiaymente.net/vida/gatoterapia#!>

SANTOYO, Becky. La importancia de una mascota en la familia [Tenencia Responsable]. En: Revista Veo Verde [En línea]. (2 Oct.; 2014). Disponible en <https://www.veoverde.com/2014/10/la-importancia-de-una-mascota-en-la-familia-tenencia-responsable/>

SAN MARTÍN, Eva. La higiene del perro, una rutina completa. En: Revista Eroski Consumer [Sitio web]. 30 Enero 2012. [Consultado 13, Octubre, 2016]. Disponible en <http://www.consumer.es/web/es/mascotas/perros/salud/higiene/2012/01/30/206561.php>

SERVIDDIO, Roberto. La higiene de nuestro perro y gato. [Sitio web]. Octubre 2007. [Consultado 13, Octubre, 2016]. Disponible en <http://drserviddio.blogspot.com.co/2007/10/la-higiene-en-nuestro-perro-y-gato.htm>

ANEXOS

ANEXO A – ENCUESTA

ENCUESTA PRODUCTOS DE HIGIENE PARA EL CUIDADO DE ANIMALES DOMESTICOS

Nombre: _____ EDAD: _____

1. Con que frecuencia baña a su mascota
 - 1 a 2 veces al mes
 - Cada 2 o 3 meses
 - No lo baña
2. Utilizaría shampoo, y perfume jabon industrial para la higiene de su mascota
 - Si
 - No
3. Utilizaría shampoo, jabón y perfume natural para la higiene de su mascota
 - Si
 - No
4. La oferta actual del mercado cubre sus expectativas y requerimientos en cuanto a precio, durabilidad y funcionalidad
 - Si
 - No
5. El shampoo, jabón que utiliza es eficaz en el tratamiento y prevención de pulgas y piojos
 - Si
 - No
6. Le gusta la fragancia del shampoo, jabón y perfume que usa
 - Si
 - No
7. Es perdurable el aroma del perfume que usa
 - Si
 - No
8. En qué lugar adquiere los productos?
 - En tiendas veterinarias (AGROCAMPO, CEBA, ANIMAL'S)
 - En mercados de cadena (ÉXITO, CARULLA, ALKOSTO, JUMBO)
 - En veterinarias
 - En tiendas de barrio
9. Con que complementa los productos de aseo de su perro