

FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA ORIENTADO AL CUIDADO DE MASCOTAS EN LA CIUDAD DE CALI.

Sebastián Salazar Mendieta¹

1144209628

sebastian.salazar05@usc.edu.co

Programa de Administración de Empresas

Michelle Sofia Suarez Galarza²

1144109371

michelle.suarez00@usc.edu.co

Programa de Administración de Empresas

Resumen

El mercado de servicios para mascotas, como spas y peluquerías, creció debido al fortalecimiento del vínculo entre personas y animales. Con el aumento de la expectativa de vida y la baja tasa de natalidad, más personas optaron por tener mascotas, lo que incrementó la demanda de servicios especializados. En ciudades como Cali, surgió una oportunidad para emprender un spa y peluquería para mascotas, dada la creciente demanda y la oferta insuficiente de servicios. Los objetivos del plan de negocio fueron aumentar la visibilidad de la marca, crear una sólida presencia en línea, incrementar el gasto promedio de los clientes, desarrollar alianzas estratégicas y mantener altos niveles de satisfacción del cliente. También se buscó fomentar la responsabilidad social mediante apoyo a refugios de animales. El éxito del negocio dependió de ofrecer servicios diferenciados, garantizar el bienestar y la seguridad de las mascotas, gestionar los costos operativos y cumplir con las regulaciones. Además, el reclutamiento y capacitación de personal calificado fueron esenciales para mantener altos estándares de atención. La diversificación de ingresos y la obtención de un seguro adecuado aseguraron la sostenibilidad y posicionaron al negocio como un referente en el sector.

¹ Estudiante del Programa de Administración de Empresas, Universidad Santiago de Cali.

² Estudiante del Programa de Administración de Empresas, línea de investigación, Universidad Santiago de Cali.

Se espera que el negocio satisfaga la demanda no atendida de servicios de calidad para mascotas, proporcionando un bienestar integral a los animales, a largo plazo, el objetivo es posicionar el spa como un referente en la ciudad, generando rentabilidad y mejorando el bienestar de las mascotas.

Palabras clave: Bienestar animal, servicios de mascotas, spa para mascotas, viabilidad de negocio, marketing estratégico.

Abstract

The market for pet services, such as spas and grooming, grew due to the strengthening of the bond between people and animals. With the increase in life expectancy and the low birth rate, more people opted to have pets, which increased the demand for specialized services. In cities like Cali, an opportunity arose to start a pet spa and grooming service, given the growing demand and insufficient supply of services. The objectives of the business plan included increasing brand visibility, creating a solid online presence, raising the average spending of customers, developing strategic partnerships, and maintaining high levels of customer satisfaction. It also aimed to promote social responsibility through support for animal shelters. The success of the business depended on offering differentiated services, ensuring the well-being and safety of the pets, managing operational costs, and complying with regulations. Additionally, recruiting and training qualified personnel were essential to maintain high standards of care. Diversification of income and obtaining adequate insurance ensured sustainability and positioned the business as a leader in the sector.

The business was expected to meet the unmet demand for quality pet services, providing comprehensive well-being for animals. In the long term, the goal was to position the spa as a benchmark in the city, generating profitability and improving the well-being of pets.

Keywords: Animal welfare, pet services, pet spa, business feasibility, strategic marketing.

Introducción

La relación entre propietarios y mascotas ha evolucionado, pasando de la simple convivencia a vínculos profundos y enriquecedores. Según Verónica Astudillo de Nestlé Purina PetCare (2011), esto ha impulsado una inclinación natural hacia un mayor cuidado de las mascotas. En este contexto, los servicios especializados, como spas y peluquerías, se han vuelto cada vez más populares. Estos lugares no solo se enfocan en embellecer, sino también en ofrecer relajación y comodidad a las mascotas. El sector de mascotas ha

experimentado un cambio debido a tendencias globales, como el aumento de la expectativa de vida y la baja tasa de natalidad. Muchas personas prefieren tener mascotas en lugar de hijos y, con un estilo de vida acelerado, disponen de menos tiempo para cuidarlas, lo que ha incrementado la demanda de servicios de alta calidad, éticos y responsables.

En ciudades como Bogotá, Cali y Medellín, la industria de servicios para mascotas ha crecido significativamente. En Colombia, el 67% de los hogares tiene mascotas, lo que ha aumentado la demanda de servicios especializados, aunque la oferta sigue siendo insuficiente. Los propietarios buscan entornos seguros y especializados para sus animales. El proyecto de abrir un spa y peluquería para mascotas en Cali responde a esta creciente demanda. Este negocio no solo beneficiaría a los dueños de mascotas al ofrecer servicios diferenciados, sino que también promovería el bienestar físico y emocional de los animales. Además, sigue la tendencia en Colombia de un mayor compromiso con el cuidado de las mascotas, un mercado que mueve cerca de \$3 billones anuales. Con el crecimiento de la industria y la mayor importancia que los dueños dan al bienestar de sus animales, este proyecto tiene el potencial de ser un referente en el sector, innovando con servicios centrados en la calidad y la ética.

Materiales y métodos

Para la creación de una empresa de cuidado de mascotas en Cali, fue crucial definir el tipo, diseño, enfoque, técnicas e instrumentos para la recolección de datos que brindaran información sobre el mercado y las necesidades de los clientes. Se recomendó un enfoque de investigación cualitativa y cuantitativa que permitiera una comprensión profunda y la obtención de datos numéricos sobre las preferencias de los dueños de mascotas. El diseño fue descriptivo y exploratorio, lo que ayudó a identificar el perfil del cliente y las tendencias del mercado.

El enfoque mixto combinó métodos cualitativos y cuantitativos, incluyendo encuestas, entrevistas y grupos focales. Las encuestas se realizaron tanto en línea como de forma presencial para obtener información sobre las expectativas y hábitos de los propietarios de mascotas. Además, se llevaron a cabo entrevistas en profundidad con profesionales del sector y grupos focales para discutir experiencias. La observación directa en competidores también fue esencial para entender la dinámica del negocio.

Se utilizaron instrumentos como cuestionarios estructurados y guías de entrevista para asegurar que se abordaran todos los temas relevantes. Además, se empleó software de análisis de datos, como SPSS o Excel, para procesar la información y extraer conclusiones significativas. Implementar este enfoque de investigación permitió a la empresa identificar oportunidades y diseñar servicios que satisficieran las necesidades de los clientes, contribuyendo a su éxito en el mercado.

Estudio de mercado

El sector de servicios para mascotas en Colombia ha crecido significativamente, impulsado por el cambio en la relación entre las personas y sus animales, que se han convertido en miembros importantes de los hogares. Alrededor del 43% de los hogares colombianos tienen una mascota, siendo los perros los más comunes, lo que refleja el fuerte vínculo emocional con estos animales. Este crecimiento se ha traducido en un mayor gasto en productos y servicios para mascotas, que alcanzó los \$3 billones anuales y se proyecta que llegará a \$6.1 billones en 2026 según la consultora de mercados Euromonitor International.

Colombia es el cuarto país de América Latina en crecimiento del mercado de mascotas, con un aumento anual del 13%. Ciudades como Bogotá, Cali y Medellín lideran en la tenencia de mascotas. Este incremento refleja una tendencia hacia un mayor compromiso con el bienestar animal, la demanda de productos especializados y la preocupación por la salud de las mascotas. Aunque la pandemia pudo haber acelerado este crecimiento, se proyecta como una tendencia duradera. Esto ofrece importantes oportunidades económicas para el desarrollo del sector de servicios y productos para mascotas en el país.

Objetivos del mercado

El plan de marketing busca incrementar la visibilidad del spa y peluquería para mascotas mediante estrategias que aumenten el reconocimiento en la comunidad, como menciones en redes sociales, crecimiento de seguidores y participación en eventos locales. Además, se plantea construir una sólida presencia en línea, mejorando la frecuencia de publicaciones y obteniendo reseñas positivas. Para aumentar el ticket promedio, se ofrecerán paquetes especiales, servicios adicionales y productos complementarios.

También se busca desarrollar alianzas estratégicas con tiendas de mascotas y veterinarios para generar sinergias. Se establecen objetivos para mantener altos niveles de satisfacción del cliente a través de encuestas y retroalimentación, y se promoverá la responsabilidad social apoyando refugios de animales y realizando actividades benéficas.

Definición de población

La población objetivo del spa y peluquería de mascotas en Cali está compuesta por personas entre 18 y 60 años de los estratos 4, 5 y 6, caracterizadas por su alto poder adquisitivo, compromiso con el bienestar animal y preferencia por servicios premium. Este grupo está dispuesto a invertir en cuidados de alta calidad para sus mascotas, consideradas miembros importantes de la familia. Además, su capacidad económica les permite acceder a servicios exclusivos como masajes, aromaterapia y tratamientos integrales que promuevan la relajación y bienestar de sus animales.

La demanda de servicios premium se alinea con sus expectativas de calidad, lo que convierte al spa y peluquería en una opción atractiva para este segmento. La ubicación estratégica del negocio en zonas con alta concentración de población de estos estratos facilita el acceso y la comodidad para los clientes, creando oportunidades de expansión.

Asimismo, este público objetivo está bien conectado digitalmente, utilizando redes sociales y tecnología, lo que permite la promoción eficaz del negocio a través de estrategias de marketing digital. Esto, sumado a la posibilidad de establecer relaciones a largo plazo con los clientes, ofrece un alto potencial de lealtad y fidelización, lo que garantiza la sostenibilidad y crecimiento del negocio.

Tamaño de muestra

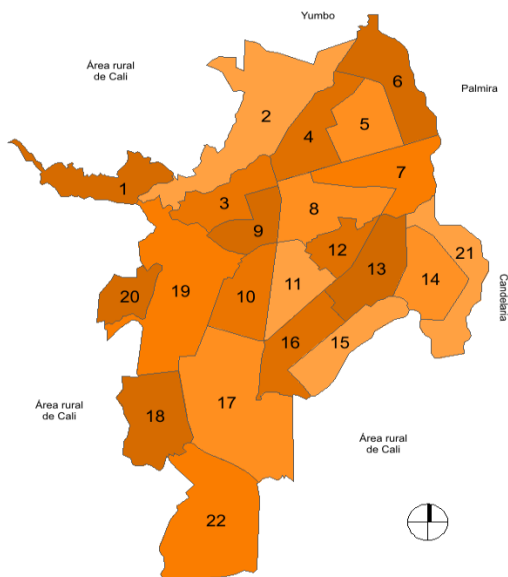
Nuestro público potencial está caracterizado por habitantes y visitantes que disfrutan de sus mascotas en los parques y espacios abiertos del barrio y sus alrededores. De acuerdo con cifras del DANE (2022) en la ciudad de Cali se encuentra una población de 2,280,907 de habitantes en sus diferentes comunas repartidas del siguiente modo:

Población Total en Cali

- Total, Cali: 2,280,907
- Cabecera Municipal: 2,234,309

Población por Comunas

- Comuna 1: 61,248
- Comuna 2: 119,832
- Comuna 3: 33,900
- Comuna 4: 56,603
- Comuna 5: 115,622
- Comuna 6: 155,290
- Comuna 7: 71,573
- Comuna 8: 100,965
- Comuna 9: 37,439
- Comuna 10: 105,501
- Comuna 11: 112,023
- Comuna 12: 70,471
- Comuna 13: 146,117
- Comuna 14: 158,801
- Comuna 15: 127,700
- Comuna 16: 99,771
- Comuna 17: 170,243
- Comuna 18: 116,381
- Comuna 19: 112,130
- Comuna 20: 59,261



- Comuna 21: 133,521
- Comuna 22: 26,297

Otras Áreas

- Área en Expansión: 20,532
- Otros: 23,088
- Resto de la ciudad: 46,598

Descripción y Fuente

- Año: 2022

Este desglose muestra la población de cada comuna y otras áreas de Cali, facilitando la visualización del tamaño de cada sector

Ilustración 1. Desglose por comuna

Fuente: DANE, 2022

Tabla I. Población de las comunas 17.18 y 22

Comuna 17	170.243
Comuna 18	116.381
Comuna 22	26.297
Total, Población Objetivo	312.921

Fuente: DANE, 2022

La tabla 1 muestra que la población de las comunas 17, 18 y 22 de la ciudad de Cali es de 312,921 personas. En una entrevista realizada por el equipo de investigadores con administradores de negocios en el barrio Ingenio, Cali, se discutieron diversos aspectos del desarrollo empresarial, incluyendo la afluencia de personas en la zona. Los administradores estimaron el número de visitas tanto durante los fines de semana como en días ordinarios. La zona del Ingenio tiene una gran afluencia de personas provenientes de diferentes sectores de la ciudad, debido a su proximidad a centros comerciales, parques y universidades. Además, es un área concurrida, especialmente los viernes, sábados y domingos. Se estima que, semanalmente, unas 1,550 personas visitan esta zona comercial, distribuidas de manera diferenciada según el día de la semana, con mayor concentración de visitantes los fines de semana.

Entorno Macro ambiental (MATRIZ PESTEL)

Entorno Político:

El entorno político en el mercado de mascotas en Colombia es fundamental para su regulación y desarrollo. Existen normativas gubernamentales que protegen el bienestar animal, estableciendo leyes sobre el trato ético, condiciones de vida adecuadas y prevención del maltrato. Los negocios del sector deben cumplir con estos estándares para evitar sanciones. Además, el gobierno establece requisitos de calidad y seguridad para los productos, afectando la oferta y la demanda, así como los precios y la rentabilidad de las empresas debido a políticas fiscales e impuestos (Senado de la República de Colombia, 2023).

Entorno Económico:

El entorno económico del mercado de mascotas en Colombia ha mostrado un crecimiento sostenido, impulsado por el aumento del poder adquisitivo de la clase media. Esto ha llevado a una mayor demanda de productos y servicios de calidad, posicionando a Colombia como el cuarto país de Latinoamérica con mayor crecimiento en este sector, a un ritmo del 13% anual. Sin embargo, factores como la inflación y las políticas fiscales afectan los costos de producción y los precios, especialmente para productos importados, mientras que la competencia entre marcas locales y extranjeras impulsa la innovación (Murcia, 2023).

Entorno Social:

Las mascotas son consideradas miembros de la familia en Colombia, lo que ha incrementado la demanda de productos y servicios de calidad. Este vínculo emocional, impulsado por redes sociales y comunidades en línea, ha fomentado la adopción de mascotas y un crecimiento en la demanda de atención veterinaria y entretenimiento (Bahamón Barbosa et al., 2023).

Entorno Tecnológico:

La tecnología ha facilitado el acceso a información y productos relacionados con el cuidado de mascotas. Plataformas en línea y aplicaciones permiten a los propietarios recibir consejos y acceder a servicios especializados. Además, la innovación ha llevado al desarrollo de dispositivos de rastreo, dispensadores automáticos de alimentos y juguetes inteligentes, mejorando la calidad de vida de mascotas y dueños (Econexia, 2023).

Entorno Ecológico:

El entorno ecológico es cada vez más relevante, con consumidores buscando productos sostenibles. En respuesta, el mercado ha aumentado la oferta de alimentos orgánicos y juguetes reciclados. La sobrepoblación de animales y la protección de la biodiversidad son temas importantes en Colombia, con varias organizaciones promoviendo la adopción y campañas de esterilización (La República, 2023).

Entorno Legal:

El entorno legal garantiza el bienestar de las mascotas mediante normativas que regulan su venta, tenencia y atención médica. Estas leyes son cruciales para que los negocios operen

de manera ética y responsable, garantizando estándares adecuados de bienestar animal en criaderos, tiendas y servicios relacionados (Cámara de Representantes de Colombia, 2022).

Matriz DOFA



Ilustración 2. Matriz DOFA

Fuente: Propia, 2024

Desarrollo y discusión

La creación de una empresa orientada al cuidado de mascotas en Cali representa una oportunidad significativa en un mercado en crecimiento. Este proceso requiere pasos estratégicos para establecer una marca sólida y un plan de mercadeo efectivo. Es fundamental definir la descripción del negocio, clarificando los valores y la misión de la empresa.

La infraestructura, incluyendo el diseño de las instalaciones, debe ofrecer un ambiente cómodo y seguro para animales y dueños. Un logo atractivo será esencial para la identidad visual. La oferta de servicios debe ser variada y de alta calidad, abarcando tanto cuidados básicos como tratamientos especiales. Es crucial realizar un análisis de recursos físicos, identificar proveedores confiables y gestionar eficientemente los inventarios. La ubicación estratégica de la empresa también optimizará operaciones y atraerá clientes. Además, se debe desarrollar una estructura organizacional clara, estableciendo funciones específicas y

políticas de captación de personal. Finalmente, se deben cumplir marcos legales y realizar evaluaciones de riesgos para asegurar un funcionamiento adecuado.

Ilustración 3. Logo



Fuente: Propia, 2024

Descripción del negocio

PeluCan Spa es un spa y peluquería para mascotas que se dedica a proporcionar servicios de alta calidad enfocados en el cuidado y bienestar de los animales. Con un enfoque en la atención personalizada, PeluCan Spa se distingue por ofrecer una amplia gama de servicios que abarcan desde el baño y el grooming hasta tratamientos de spa relajantes y cuidados especializados para razas específicas. El objetivo es asegurar que cada mascota reciba un tratamiento excepcional que fomente su salud y felicidad.

Instalaciones: PeluCan Spa cuenta con instalaciones diseñadas para proporcionar un ambiente cómodo y seguro tanto para las mascotas como para sus dueños. Las instalaciones incluyen:

- Área de baño y grooming: Completamente equipada con herramientas de última generación y productos de alta calidad para el cuidado de mascotas.
- Zona de spa: Un espacio dedicado a tratamientos relajantes y terapéuticos.
- Área de secado y preparación: Diseñada para asegurar que cada mascota se seque y prepare adecuadamente después de su baño.
- Sala de espera: Una zona cómoda y acogedora para que los dueños de mascotas se sientan a gusto mientras esperan a sus animales.
- Equipamiento especializado: Herramientas y productos de alta calidad que garantizan un cuidado eficaz y seguro.

Servicios ofrecidos: PeluCan Spa ofrece una variedad de servicios diseñados para atender las necesidades de cada mascota:

- Baño: Un servicio integral que incluye un baño completo para cualquier tipo de mascota, realizado con altos estándares de calidad.
- Grooming: Este servicio se centra en el arreglo físico de las mascotas, que incluye cortes de pelo, cepillado, limpieza de oídos, corte de uñas y aseo dental, todo con el objetivo de mejorar su apariencia y bienestar general.

- Tratamientos de spa: Servicios exclusivos que brindan a las mascotas un momento de relajación. Estos pueden incluir aromaterapia, musicoterapia y masajes relajantes, diseñados para reducir el estrés y promover la tranquilidad.
- Tratamientos terapéuticos: Se incluyen opciones como la hidroterapia, que fortalece las articulaciones y mejora la movilidad de las mascotas.

Personal: El éxito de PeluCan Spa se apoya en un equipo altamente capacitado y apasionado por el bienestar animal. El personal incluye:

- Groomers y estilistas certificados: Profesionales con formación especializada en el cuidado y arreglo de mascotas.
- Asistentes para baño y cuidado de mascotas: Personal que ayuda en la atención diaria de las mascotas, asegurando que reciban el cuidado adecuado en todo momento.
- Recepcionista: Encargada de la atención al cliente, programación de citas y gestión de la experiencia del cliente en el spa.

Descripción del proceso de prestación de servicio

La experiencia en el spa para mascotas comienza con una recepción amigable, donde el personal profesional ofrece una cálida bienvenida y realiza un registro detallado del cliente. Este registro incluye información sobre la mascota, como su historial médico y preferencias de cuidado, lo que permite personalizar el servicio. Luego, un groomer cualificado lleva a cabo una evaluación inicial para determinar las necesidades específicas de la mascota, discutiendo con el dueño el estilo de grooming deseado. Posteriormente, se procede al baño, utilizando productos especializados que no solo limpian, sino que también benefician la salud de la piel. El aseo incluye cortes de uñas, limpieza de oídos y cepillado dental, todo realizado con equipos de alta calidad para asegurar la comodidad del animal. Opcionalmente, se ofrecen tratamientos especiales como masajes o cuidados anti pulgas para un mayor bienestar.

Una vez finalizado el baño, se realiza un cuidadoso secado con secadores de baja temperatura para evitar el estrés. Luego, se procede al corte personalizado del pelaje, ajustándose a las preferencias del cliente y a las necesidades de la raza. Al finalizar, se aplican productos especiales para un acabado fresco y agradable. Al devolver a la mascota a su dueño, se revisa el trabajo realizado y se ofrecen consejos personalizados para el cuidado en casa, como el cepillado regular y la dieta adecuada. Finalmente, se programa una cita futura para asegurar la continuidad del cuidado, brindando información de contacto para facilitar futuras consultas y fomentar una relación duradera con los clientes.

Diagrama de flujo de proceso

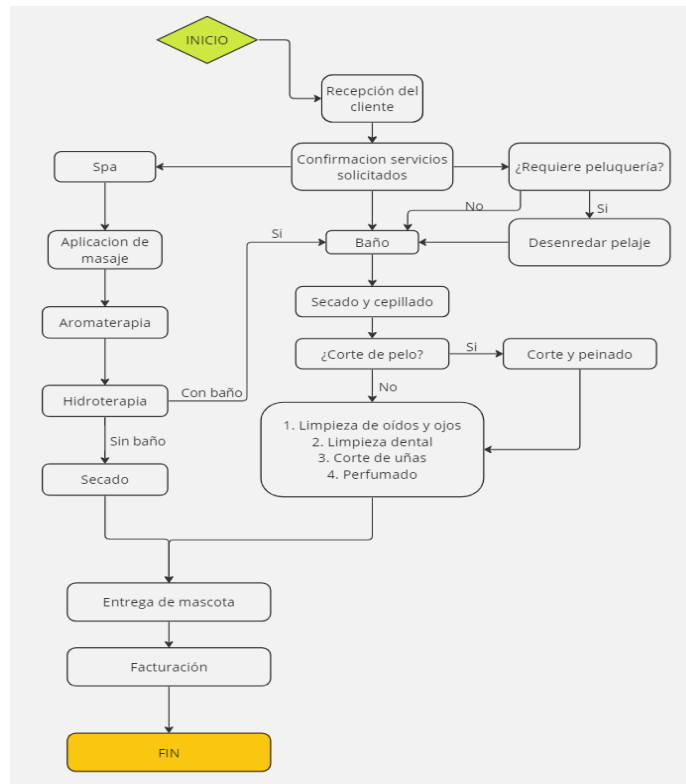


Ilustración 4. Diagrama de flujo de proceso

Fuente: Propia, 2024

Equipos e instalaciones

Tabla II. Equipos e instalaciones

1	COMPUTADOR PORTATIL ACER	1	\$	1.700.000,00	1	1.700.000
2	Camara de Vigilancia Wifi Tp-link Tapo C500	1	\$	290.000,00	1	290.000
3	Caja Fuerte Digital	1	\$	90.000,00	1	90.000
4	Escritorio	1	\$	350.000,00	1	350.000
5	Silla ergonomica	1	\$	150.000,00	1	150.000
6	Celular	1	\$	600.000,00	1	600.000
7	Silla roma	3	\$	100.000,00	3	300.000
8	Aire acondicionado	1	\$	2.000.000,00	1	2.000.000
9	Producto antipulgas	2	\$	49.680,00	2	99.360
10	Producto cuidado de ojos	2	\$	23.800,00	2	47.600
11	Bañera electrica de aseo para perros, con pulverizador alta presion de acero inoxidable, altura de elevacion, limpiador de patas de mascotas, 50 pulgadas	1	\$	5.000.000,00	1	5.000.000
12	Secador soplador mascotas	2	\$	150.000,00	2	300.000
13	Mesa grooming con el brazo 36 pulgadas	2	\$	1.000.000,00	2	2.000.000
14	Kit grooming	2	\$	150.000,00	2	300.000
15	Maquina de afeitar	2	\$	150.000,00	2	300.000
16	Piscina sobre suelo	1	\$	4.000.000,00	1	4.000.000
17	Masajeador para perros	1	\$	700.000,00	1	700.000

18.226.960

Fuente: Propia, 2024

Recurso Humano

Para operar un spa y peluquería canina de manera eficiente y ofrecer un servicio de calidad, es fundamental contar con un equipo de trabajo especializado y comprometido. A continuación, se describen los roles y responsabilidades de la mano de obra necesaria:

1. **Gerente General:** Es el responsable de supervisar y dirigir todas las operaciones del spa para alcanzar los objetivos corporativos. Su función incluye la toma de decisiones estratégicas y la gestión diaria de recursos y personal. Debe asegurarse de que se cumplan los planes establecidos, manteniendo un alto nivel de eficiencia y rentabilidad. Además, debe tener una visión global del mercado para identificar oportunidades y mitigar riesgos, garantizando el éxito a largo plazo de la empresa.
2. **Peluquero Profesional (Groomer):** Este profesional es responsable de realizar el grooming y el cuidado específico del pelaje de las mascotas. Debe estar capacitado en técnicas de corte, baño, secado, cuidado dental, corte de uñas y limpieza de oídos, adaptándose a las necesidades de diferentes razas y tipos de pelaje.
3. **Auxiliar de Groomer:** Se encarga de asistir al peluquero en diversas tareas relacionadas con el cuidado y aseo de las mascotas. Sus responsabilidades incluyen la preparación del área de trabajo, asistencia durante el baño, preparación de las mascotas, apoyo durante el corte de pelo y el manejo seguro de los animales, asegurando una experiencia cómoda y segura durante el proceso de grooming.
4. **Recepcionista:** Este rol implica gestionar las citas, atender llamadas telefónicas y correos electrónicos, y coordinar la programación de servicios. El recepcionista también maneja las transacciones financieras, incluyendo pagos y facturación, y proporciona información a los clientes sobre los servicios ofrecidos y las políticas del establecimiento.
5. **Contador (Asesor Externo):** Su principal función incluye la preparación de estados financieros, la gestión de impuestos y el asesoramiento en materia de planificación financiera. Proporciona información clave para la toma de decisiones estratégicas, evaluando la salud financiera de la empresa y detectando posibles áreas de mejora. El contador garantiza el cumplimiento de las normativas contables y fiscales, contribuyendo así al crecimiento y la estabilidad económica de la organización.

Materia Prima

Tabla III. Materia prima

MATERIAS PRIMAS REQUERIDAS :	MATERIA PRIMA	UNIDAD	COSTO UNITARIO		INVENTARIO INICIAL	
				(\$)	CANTIDAD	(\$000)
1	SHAMPOO x GALON	3	\$	450.000,00	3	1.350.000
2	ACONDICIONADOR x GALON	3	\$	350.000,00	3	1.050.000
3	ESENCIA CUIDADO DE CABELLO x 250ml	3	\$	60.000,00	3	180.000
4	KIT DE ACEITES TERAPEUTICOS x 473ml	3	\$	250.000,00	3	750.000
5	PERFUMERIA x 120ml	5	\$	34.000,00	5	170.000
6	PASTA DE DIENTES PARA PERROS	6	\$	25.000,00	6	150.000
7	CREMAS PARA ALMOHADILLAS x 50g	12	\$	50.000,00	12	600.000
8	GOTAS PARA LIMPIEZA DE OIDOS x 50ml	12	\$	27.400,00	12	328.800
9	PRODUCTO ANTIPULGAS x 50ml	12	\$	28.700,00	12	344.400
10	PRODUCTO CUDIADO DE OJOS x 60 ml	12	\$	50.000,00	12	600.000
						5.523.200

Fuente: Propia, 2024

Proveedores

Agro La Hacienda es una empresa líder en el mercado que ofrece un amplio portafolio de insumos agrícolas, veterinarios, concentrados, productos de higiene y accesorios para todo tipo de animales.

Laika se especializa en la venta de alimentos, snacks, productos farmacéuticos, juguetes, accesorios y artículos para el cuidado e higiene de mascotas, y también está ubicada en la ciudad de Cali.

Am Mascotas se especializa exclusivamente en la venta de accesorios para mascotas y cuenta con múltiples puntos de venta en la ciudad, ofreciendo una variedad de productos para satisfacer las necesidades de los dueños de mascotas.

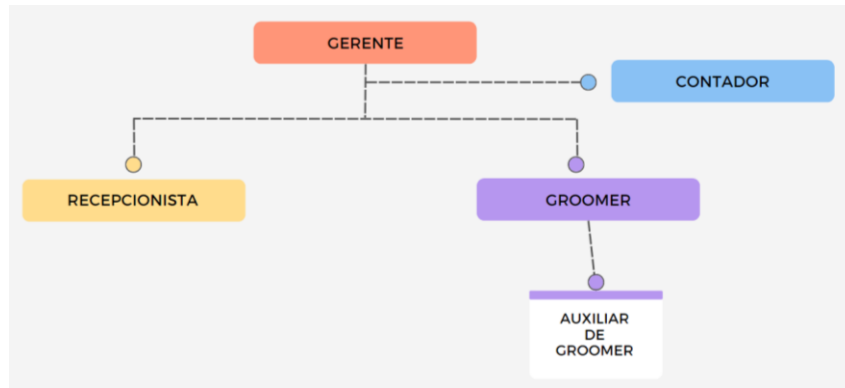
Ubicación de la empresa

PeluCan Spa estará situado en la ciudad de Santiago de Cali, en el municipio del Valle del Cauca. Específicamente, se ubicará en la Comuna 22, una zona estratégica que permite atender a una amplia base de clientes en esta área residencial y en localidades circundantes. La elección de esta ubicación en el sur de la ciudad es especialmente beneficiosa, ya que se encuentra en una región de fácil acceso para los residentes, lo que facilita la llegada de los dueños de mascotas. Además, esta zona presenta una creciente demanda de servicios para mascotas, lo que posiciona a PeluCan Spa como una opción ideal para quienes buscan atención de calidad para sus animales de compañía.

Fuente: Propia, 2024

Estructura Organizacional

Ilustración 5. Estructura Organizacional



Fuente: Propia, 2024

Marco legal

Registro del Negocio

- Registrar la empresa ante la Cámara de Comercio.
- Obtener el NIT (Número de Identificación Tributaria).

Licencias y Permisos

- Licencia de Funcionamiento: Autorización para operar el negocio.
- Permiso Sanitario: Certificación que asegura que el establecimiento cumple con las normas de salud.
- Registro de Establecimiento Comercial: Inscripción del negocio en el registro mercantil.
- Certificado de Uso del Suelo: Autorización que verifica que la actividad comercial es permitida en la ubicación.
- Matrícula Mercantil: Inscripción oficial del negocio en la Cámara de Comercio.

Normativas de Salud y Seguridad

Ley 1562 de 2012: Establece normas para la seguridad y salud en el trabajo.

Decreto 1443 de 2014:

Regula la implementación del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST).

Define los elementos del SG-SST, incluyendo identificación de peligros, evaluación de riesgos, planificación de actividades de prevención y capacitación de trabajadores.

Leyes Específicas para Mascotas

Ley 84 de 1989: Estatuto nacional de protección de los animales.

- Art. 2: Prevención y tratamiento del dolor y sufrimiento de los animales; promoción de su salud y bienestar.
- Art. 4: Obliga a respetar y no causar daño a los animales, y a denunciar actos de crueldad.
- Art. 5: Deberes del propietario en cuanto a condiciones adecuadas para el bienestar del animal.
- Art. 10: Sanciones de multa por actos dañinos o de crueldad que no causen la muerte o lesiones graves.

Registro Sanitario

- Resolución 2674 de 2013: Establece que los propietarios de establecimientos dedicados a actividades relacionadas con la salud de animales deben registrarse ante la autoridad sanitaria competente.

Cumplimiento Fiscal

- Estatuto Tributario: Normativa que regula los impuestos administrados por la Dirección General de Impuestos Nacionales

Identificación y evaluación de riesgos

Riesgos en el Mercado

La creación de un spa y peluquería para mascotas enfrenta diversos riesgos en el mercado, como la intensa competencia en la misma área, la seguridad y bienestar de las mascotas, altos costos operativos y la regulación de la industria. Para mitigar estos riesgos, es crucial realizar investigación de mercado, implementar protocolos de seguridad, realizar un análisis detallado de costos y cumplir con las regulaciones pertinentes. Estrategias como la diferenciación de servicios, capacitación continua del personal, control de calidad, diversificación de ingresos, obtención de un seguro adecuado, monitoreo del mercado y establecimiento de un respaldo financiero son esenciales. Además, el plan de acción en mercadeo debe enfocarse en impulsar las ventas a través de promociones y programas de recompensas, aumentar el reconocimiento de la marca mediante publicidad y colaboraciones con influencers,

y optimizar la experiencia del cliente ofreciendo atención mejorada y servicios personalizados. Un enfoque integrado en marketing digital, publicidad y relaciones públicas es clave para atraer y retener clientes, fortaleciendo así la posición de la marca en el competitivo mercado de servicios para mascotas.

Plan financiero

Políticas asociadas a los aspectos financieros

• Política de Recaudo:

- El negocio se gestionará de manera que todos los servicios sean cobrados directamente al cliente.
- Se implementará una política de recaudo del **100%** al momento de la compra, ya que los clientes adquirirán y consumirán los productos en el establecimiento.

• Comisión sobre Ventas:

- Durante los primeros cinco años de operación en el barrio Ciudad Jardín, en Cali, no se aplicará ninguna comisión sobre las ventas (0%).
- Pasado este periodo, se evaluará la rentabilidad e impacto del negocio para determinar una posible comisión sobre las ventas, ajustando la estrategia en consecuencia.

• Políticas de Inventarios:

- Dado que se especializa en peluquería y spa para mascotas, se priorizará la calidad de los productos.
- La rotación de inventarios para materias primas como jabones, cremas, aromatizantes, toallas, cuchillas y tijeras se realizará cada **7 días**. Esto garantizará que todos los insumos sean frescos y se mantenga un alto estándar de higiene en los servicios.

• Política de Pago a Proveedores:

- Los pagos a los proveedores se efectuarán de forma inmediata, al **100% de contado**.
- Esta política se alinea con el sistema de recaudo del negocio, donde los ingresos se recibirán al momento de la venta.

- **Política para Pagos de Otros Costos y Gastos:**

- Todos los costos y gastos adicionales se pagarán al **100% de contado**.
- Esto ayudará a mantener una buena gestión de flujo de caja y a evitar deudas innecesarias.

- **Prestaciones Sociales:**

- Las prestaciones sociales se pagarán en cumplimiento con la legislación vigente, asegurando que todos los empleados reciban los beneficios que les corresponden.
- Esto incluye salud, pensión y demás beneficios laborales que promuevan un ambiente de trabajo justo y responsable.

Tabla IV. Prestaciones sociales

PRESTACIONES SOCIALES :	CONCEPTO	PORCENT.
	CESANTIAS	8,33%
	PRIMAS	8,33%
	VACACIONES	4,17%
	INTERESES CESANTIAS	12,00%

Fuente: Propia, 2024

Valores específicos

Tabla V. Valores específicos

APORTES PARAFISCALES :	CONCEPTO	EMPRESA	EMPLEADO	TOTAL
	SALUD	8,50%	4,00%	12,50%
	PENSIONES	12,00%	4,00%	16,00%
	CAJA COMPENSACION	4,00%		4,00%
	SENA	2,00%		2,00%
	ICBF	3,00%		3,00%

Fuente: Propia, 2024

Productos y precios

Tabla III. Productos y precios

	PRODUCTO	UNIDAD	PRECIO VENTA (\$)
1	BAÑO SENCILLO	1	60.000,0
2	BAÑO SENCILLO + GROOMING + RAZA PEQUEÑO	1	110.000,0
3	BAÑO SENCILLO + GROOMING + RAZA MEDIANO	1	160.000,0
4	BAÑO SENCILLO + GROOMING + RAZA GRANDE	1	210.000,0
5	BAÑO SENCILLO + GROOMING + CORTE ESPECIAL	1	280.000,0

Fuente: Propia, 2024

Tabla presupuesto anual de ventas en unidades por producto

Tabla VII. Presupuesto anual ventas

PRODUCTO	TOTAL AÑO
BAÑO SENCILLO	360
BAÑO SENCILLO + GROOMING + RAZA PEQUEÑO	360
BAÑO SENCILLO + GROOMING + RAZA MEDIANO	360
BAÑO SENCILLO + GROOMING + RAZA GRANDE	240
BAÑO SENCILLO + GROOMING + CORTE ESPECIAL	120
TOTAL	1.440

Fuente: Propia, 2024

Tabla presupuesto anual de recaudo en pesos

Tabla VIII. Presupuesto anual pesos

	TOTAL AÑO
BAÑO SENCILLO	21.600.000
BAÑO SENCILLO + GROOMING + RAZA PEQUEÑO	39.600.000
BAÑO SENCILLO + GROOMING + RAZA MEDIANO	57.600.000
BAÑO SENCILLO + GROOMING + RAZA GRANDE	50.400.000
BAÑO SENCILLO + GROOMING + CORTE ESPECIAL	33.600.000
TOTAL	202.800.000

Fuente: Propia, 2024

Se estima que el negocio recaude al finalizar el primer año solo en ventas 202.800.000 millones y que genere 1.440 servicios vendidos en total al primer año, a partir del segundo año se espera que dichas unidades se incrementen en un 10%.

Proyección de requerimientos de infraestructura operativa, administrativa y de mercado.

Tabla IX. Proyección de requerimientos

1	COMPUTADOR PORTATIL ACER	1	\$	1.700.000,00
2	Camara de Vigilancia Wifi Tp-link Tapo C500	1	\$	290.000,00
3	Caja Fuerte Digital	1	\$	90.000,00
4	Escritorio	1	\$	350.000,00
5	Silla ergonomica	1	\$	150.000,00
6	Celular	1	\$	600.000,00
7	Silla roma	3	\$	100.000,00
8	Aire acondicionado	1	\$	2.000.000,00
9	Producto antipulgas	2	\$	49.680,00
10	Producto cuidado de ojos	2	\$	23.800,00
11	Bañera electrica de aseo para perros, con pulverizador alta presion de acero inoxidable, altura de elevacion, limpiador de patas de mascotas, 50 pulgadas	1	\$	5.000.000,00
12	Secador soplador mascotas	2	\$	150.000,00
13	Mesa grooming con el brazo 36 pulgadas	2	\$	1.000.000,00
14	Kit grooming	2	\$	150.000,00
15	Maquina de afeitar	2	\$	150.000,00
16	Piscina sobre suelo	1	\$	4.000.000,00
17	Masajeador para perros	1	\$	700.000,00
				18.226.960

Fuente: Propia, 2024

Los requerimientos de infraestructura operativa, administrativa y de mercado son esenciales para el funcionamiento, ya que determinan la inversión inicial necesaria. La infraestructura operativa incluye los equipos y espacios físicos necesarios para los servicios de grooming y spa para mascotas. La infraestructura administrativa abarca las áreas de gestión y atención al cliente, esenciales para el funcionamiento eficiente del negocio. Además, es fundamental considerar los requerimientos del mercado para adaptarse a las necesidades del público objetivo y maximizar la rentabilidad.

Se estima que la inversión inicial para implementar será de aproximadamente **\$18.226.960**. Esta inversión asegurará que el negocio inicie operaciones de manera óptima y ofrezca servicios de calidad.

Requerimiento de financiación

Para comenzar con el proyecto, se considera que se necesitan **\$18.226.960** para los equipos que funcionarán en la peluquería, que son los elementos básicos requeridos para operar. La inversión inicial de los socios asciende a **\$50.000.000**, lo que indica que hay un balance positivo para invertir en adecuaciones del establecimiento, arrendamientos y otros cargos necesarios para la empresa.

Proyección de costos

Proyección de costos del recurso Humano, Operativo, Administrativo y Mercado

La proyección de costos en recursos humanos, operativo, administrativo y de mercado es el siguiente:

Tabla IV. Proyección del recurso Humano, Operativo, Administrativo y Mercado.

CARGO	#	BASICO	TOTAL AÑO
PRODUCCION			
Factor Horas Extras y Recargos	0%		
GROOMER	1	2.000.000	24.000.000
AUXILIAR DE GROOMER	1	1.300.000	15.600.000
AUXILIAR CONTABLE / RECEPCIONISTA	1	1.300.000	15.600.000
TOTAL NOMINA	3		55.200.000

Fuente: Propia, 2024

Se considera que el negocio puede estar a cargo de 3 personas funcionando de forma eficiente ya que, por el tamaño del establecimiento, con pocas personas se logre brindar el servicio, por lo tanto, la carga de gasto de nómina será de \$4.600.000; y en el año \$55.200.000

Proyección de costos de insumos y materiales a consumir y comprar

Tabla V. Proyección de costos de insumos y materiales a consumir y comprar

MATERIA PRIMA	UNIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	INVENTARIO INICIAL CANTIDAD	INVENTARIO INICIAL (\$000)
1 SHAMPOO x GALON	3	\$ 450.000,00	3	1.350.000
2 ACONDICIONADOR x GALON	3	\$ 350.000,00	3	1.050.000
3 ESENCIA CUIDADO DE CABELLO x 250ml	3	\$ 60.000,00	3	180.000
4 KIT DE ACEITES TERAPEUTICOS x 473ml	3	\$ 250.000,00	3	750.000
5 PERFUMERIA x 120ml	5	\$ 34.000,00	5	170.000
6 PASTA DE DIENTES PARA PERROS	6	\$ 25.000,00	6	150.000
7 CREMAS PARA ALMOHADILLAS x 50g	12	\$ 50.000,00	12	600.000
8 GOTAS PARA LIMPIEZA DE OIDOS x 50ml	12	\$ 27.400,00	12	328.800
9 PRODUCTO ANTIPULGAS x 50ml	12	\$ 28.700,00	12	344.400
10 PRODUCTO CUIDADO DE OJOS x 60 ml	12	\$ 50.000,00	12	600.000
				5.523.200

Fuente: Propia, 2024

Se considera que el negocio consumirá un promedio mensual en materias primas, será de \$5.523.200

Tabla XII. La proyección de los costos de los insumos y materiales a consumir y comprar en porcentaje

	TOTAL AÑO	
SHAMPOO x GALON	15.390.000	24,82%
ACONDICIONADOR x GALON	11.970.000	19,30%
ESENCIA CUIDADO DE CABELLO x 250ml	2.052.000	3,31%
KIT DE ACEITES TERAPEUTICOS x 473ml	8.550.000	13,79%
PERFUMERIA x 120ml	1.788.400	2,88%
PASTA DE DIENTES PARA PERROS	1.650.000	2,66%
CREMAS PARA ALMOHADILLAS x 50g	6.600.000	10,64%
GOTAS PARA LIMPIEZA DE OIDOS x 50ml	3.616.800	5,83%
PRODUCTO ANTIPULGAS x 50ml	3.788.400	6,11%
PRODUCTO CUDIADO DE OJOS x 60 ml	6.600.000	10,64%
TOTAL	62.005.600	100,00%

Fuente: Propia, 2024

Según información anterior, el gasto en el año es de \$62.005.600 millones en insumos y materias primas.

Proyección de otros Costos Indirectos, Administrativos, de Ventas y Financieros

La proyección de otros costos indirectos, administrativos, de ventas y financieros son los siguientes:

ARRENDAMIENTOS	12.000.000
SEGUROS	0
SERVICIOS PUBLICOS Y GAS	5.400.000

Por el tamaño del establecimiento, y con pocas personas se logre brindar el servicio, por lo tanto, la carga de arrendamiento y servicios públicos es de \$1.450.000 mensual y anualmente será de \$17.400.000.

Proyección del Estado de Costos.

La proyección para el estado de costos para el proyecto durante los próximos 5 años es la siguiente:

Tabla XIII. Proyección del Estado de Costos

COMPORTAMIENTO ANUAL DE COSTOS DE PRODUCCION EN PESOS (\$)

	2.024	2.025	2.026	2.027	2.028
SALARIOS	55.200.000	57.960.000	60.858.000	63.900.900	67.095.945
PRESTACIONES	18.122.160	19.028.268	19.979.681	20.978.665	22.027.599
APORTES	16.284.000	17.098.200	17.953.110	18.850.766	19.793.304
ARRENDAMIENTOS	12.000.000	13.545.000	15.313.725	17.340.065	19.663.123
SEGUROS	0	0	0	0	0
SERVICIOS PUBLICOS Y GAS	5.400.000	5.670.000	5.953.500	6.251.175	6.563.734
FLETES Y ACARREOS	0	0	0	0	0
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	0	0	0	0	0
ADECUACION E INSTALACION	0	0	0	0	0
GASTOS DE VIAJE	0	0	0	0	0
MATERIALES Y REPUESTOS	0	0	0	0	0
OTROS SERVICIOS	0	0	0	0	0
SERVICIOS CONTRATADOS Y TEMPORALES	0	0	0	0	0
DEPRECIACION	0	0	0	0	0
LUBRICANTES, COMBUSTIBLES, TAXIS	0	0	0	0	0
DIVERSOS	0	0	0	0	0
TOTAL	107.006.160	113.301.468	120.058.016	127.321.571	135.143.704

Fuente: Propia, 2024

Teniendo en cuenta la información anterior se pronostica que cada año ira aumentando cada ítem su valor y estos serán de la siguiente manera:

Tabla VI. Pronostico del estado de costos

PERIODO (AÑO)	UNIDADES		P R E C I O S		
	2.024	2.025	2.026	2.027	
1	2.024	VENTAS	PRODUCCION	VENTAS	CTOS.IGTOS.
2	2.025	7,50%	7,50%	10,00%	5,00%
3	2.026	7,67%	7,67%	10,00%	5,00%
4	2.027	7,84%	7,84%	10,00%	5,00%
5	2.028	8,00%	8,00%	10,00%	5,00%

Fuente: Propia, 2024

Y en arrendamientos un promedio 12.875% - 13.5%

Movimiento anual de inventarios en pesos

Tabla VIIIV. Movimiento anual de inventarios en pesos

	2.024	2.025	2.026	2.027	2.028
MATERIAS PRIMAS CONSUMIDAS	67.528.800	76.223.133	86.176.456	97.579.481	110.652.259
COSTO MANUFACTURA	107.006.160	113.301.468	120.058.016	127.321.571	135.143.704
COSTO DE VENTAS	174.534.960	189.524.601	206.234.472	224.901.052	245.795.963
COMPRAS MATERIAS PRIMAS	62.005.600	81.746.333	86.176.456	97.579.481	110.652.259

Fuente: Propia, 2024

La empresa inicio con una materia prima valorada \$5.523.200, hizo compras por \$62.005.600, completara el año con un consumo de \$67.528.800, la empresa debe de tener como uno de su objetivo mantener o disminuir los costos indirectos siempre teniendo como prioridad el buen funcionamiento de operación directa.

Tabla VIII. Estado de resultados proyectado

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO ANUAL EN PESOS (\$)

	2.024	2.025	2.026	2.027	2.028
VENTAS	202.800.000	236.148.000	275.575.080	322.265.447	377.642.751
COSTO DE VENTAS	-174.534.960	-189.524.601	-206.234.472	-224.901.052	-245.795.963
UTILIDAD BRUTA	28.265.040	46.623.399	69.340.608	97.364.395	131.846.788
UTILIDAD OPERACIONAL	28.265.040	46.623.399	69.340.608	97.364.395	131.846.788
UTILIDAD ANTES IMPTOS.	28.265.040	46.623.399	69.340.608	97.364.395	131.846.788
- IMPUESTO RENTA	-3.278.745	-5.408.314	-8.043.510	-11.294.270	-15.294.227
UTILIDAD NETA	24.986.295	41.215.085	61.297.097	86.070.125	116.552.560
- RESERVAS	-4.997.259	-8.243.017	-12.259.419	-17.214.025	-23.310.512
UTILIDAD DEL PERIODO	19.989.036	32.972.068	49.037.678	68.856.100	93.242.048

IMPUESTOS A APLICAR :	CONCEPTO	PORCENT.	BASE DE APLICACIÓN
	RENTA	11,60%	SOBRE LA UTILIDAD A.I.
	IVA EN VENTAS	19,00%	SOBRE VENTAS
RESERVAS :	CONCEPTO	PORCENT.	BASE DE APLICACIÓN
	LEGAL	10,00%	SOBRE LA UTILIDAD NETA
	ESTATUTARIA	10,00%	SOBRE LA UTILIDAD NETA

Fuente: Propia, 2024

Tabla IXVI. Capital para inversión

Capital disponible de inversión.....	\$50.000.000
<hr/>	
Infraestructura operativa y administrativa.....	\$18.226.960
Inversión inicial de materias primas.....	\$5.523.200
Arrendamiento y servicios.....	\$1.450.000
Recurso Humano.....	\$7.467.180
<hr/>	
Total.....	\$32.667.340
Reserva.....	\$17.332.660

Fuente: Propia, 2024

La empresa inicio con un capital inicial \$50.000.000, teniendo una inversión inicial en infraestructura operativa, administrativa y de mercado, de \$18.226.960 y también generando una inversión inicial en materias primas de \$5.523.200, teniendo como costo inicial de arrendamiento y servicios primer mes \$1.450.000, también haciendo contratación de recurso humano por valor de \$7.467.180 incluyendo sus respectivos pagos de aportes parafiscales y prestaciones sociales, para un total inicial de inversión de \$32.667.340, aun asi la empresa se proyecta a unas ventas anuales \$202.800.000 vs costo de ventas anuales de \$174.534.960 ofrece una utilidad bruta de \$28.265.040 que luego después de impuesto de renta nos establece una utilidad anual de \$19.989.036 con proyección positiva de crecimiento teniendo en cuenta que las ventas anuales aumenten un 10%.

Conclusiones

La creación de un spa y peluquería para mascotas requiere un enfoque integral que abarque la planificación, ejecución y operación en un mercado competitivo. Ante la creciente demanda de servicios de cuidado animal, es fundamental establecer una base sólida que garantice el bienestar de las mascotas y la satisfacción de los clientes. La gestión de riesgos es crucial; por ello, un análisis detallado del mercado permitirá identificar oportunidades de diferenciación mediante la oferta de servicios exclusivos, como tratamientos de spa y productos orgánicos. La seguridad de las mascotas se prioriza a través de protocolos de higiene y capacitación del personal en manejo seguro y primeros auxilios, generando confianza entre los dueños.

El cumplimiento de normativas y regulaciones es esencial para operar de manera legal y ética. Esto incluye la obtención de licencias y la adherencia a normativas de salud. El reclutamiento de personal debe centrarse en individuos que compartan la filosofía de cuidado hacia las mascotas, complementado por una capacitación continua. Estrategias como la diversificación de ingresos y la obtención de un seguro adecuado ayudarán a mitigar riesgos y asegurar la sostenibilidad del negocio. Con un enfoque proactivo y un compromiso hacia la excelencia, el spa puede convertirse en un referente en el sector.

Referencias

Bahamón Barbosa, A., Castiblanco, F. P., Melo Mora, L. A., & Parra, E. M. (2023, noviembre 15). Análisis integral del mercado de mascotas en Colombia: Enfoque en servicios especializados y su contribución al crecimiento del sector. Universidad Ean,

Escuela de Formación en Investigación, Seminario de Investigación de Pregrado.
<https://repository.universidadean.edu.co/server/api/core/bitstreams/5918b622-48f9-41a9-8b5b-b673472a72db/content>

Bernal, C. (2022, junio 11). Así se mueve el multimillonario negocio de las mascotas en Colombia. *Forbes Colombia*. <https://forbes.co/2022/06/11/negocios/asi-se-mueve-el-multimillonario-negocio-de-las-mascotas-en-colombia>

Cámara de Representantes de Colombia. (2022). Se regulan las tiendas y criaderos de animales para que se cumplan los principios de protección. <https://www.camara.gov.co/se-regulan-las-tiendas-y-criaderos-de-animales-para-que-se-cumplan-los-principios-de-proteccion>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2022). Perfil e infografía del municipio 76001. https://sitios.dane.gov.co/cnpv/app/views/informacion/perfiles/76001_infografia.pdf

Da Silva, D. (2021). Guía complementaria para entender qué es el estudio de mercado y para qué sirve. Zendesk. <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-estudio-de-mercado/>

Econexia. (2023). Así se mueve el mercado de mascotas en Colombia. *Econexia*. <https://econexia.com/es/contenidos-articulo/estilo-de-vida/1321/Asi-mueve-mercado-mascotas-en-Colombia>

Guerrero, K., & Valencia, L. (2016). Estudio de viabilidad para la creación de un spa para mascotas caninos y felinos. *Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium*. <https://repository.unicatolica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12237/388/FUCLG0015958.pdf?sequence=1>

HSE Software. (n.d.). Normatividad en seguridad y salud en el trabajo en Colombia. <https://hse.software/seguridad-y-salud-en-el-trabajo/normatividad-en-seguridad-y-salud-en-el-trabajo-colombia/#:~:text=En%20Colombia%2C%20la%20normatividad%20en,la%20prevenci%C3%B3n%20de%20riesgos%20laborales>

- Kotler, P. (1999). Marketing según Kotler. https://www.google.com.co/books/edition/El_marketing_seg%C3%BAn_Kotler/Ah5Q7sUatDoC?hl=es&gbpv=1
- La República. (2018). Las iniciativas sostenibles que adelantan las empresas de mascotas. *La República*. <https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/las-iniciativas-sostenibles-que-adelantan-las-empresas-de-mascotas-2770497>
- Medina, C. R. (2011). La ética de la responsabilidad y el respeto a las mascotas. *Bioética*. https://bioetica.unbosque.edu.co/sites/default/files/2017-11/CLAUDIA_ROCIO_MEDINA_BOJACA.pdf
- Moyano Castillejo, L. E. (2015). Plan de negocio. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=j7wtDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=plan+de+negocio&ots=aAYIDnBzq&sig=hO9CII_pUBg-tICfo7gXo0u5ssk#v=onepage&q=plan%20de%20negocio&f=false
- Murcia, J. P. (2023). Tendencias del mercado de mascotas en 2026. *Agronegocios*. <https://www.agronegocios.co/mascotas/tendencias-del-mercado-de-mascotas-en-2026-3734052>
- Ossa, J. S. (2023). Colombia avanza hacia el cuidado y protección animal. *Senado de la República de Colombia*. <https://www.senado.gov.co/index.php/el-senado/noticias/4907-colombia-avanza-hacia-el-cuidado-y-proteccion-animal>
- Santacruz, D. (2023). Protección animal en Colombia. *Gobernación del Valle del Cauca*. <https://www.valledelcauca.gov.co/loader.php?lServicio=Tools2&lTipo=viewpdf&id=28389>
- Suárez, E. (2023). Método inductivo y deductivo. *Experto Universitario*. https://expertouniversitario.es/blog/metodo-inductivo-y-deductivo/#toc_Metodo_deductivo

