

UN MUNDO EMPRESARIAL PARA LOS MÉDICOS VETERINARIOS

Línea de investigación: Estudios contemporáneos en gestión y organizaciones

Sub-líneas: Emprendimiento y empresario

NELA MAYEN SEPÚLVEDA MONROY

Ensayo de grado para obtener el título de

Especialista en Alta Gerencia

Directora: PATRICIA CARREÑO MORENO

Magister



UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA

FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS

ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA

CAJICÁ

2016

UN MUNDO EMPRESARIAL PARA LOS MÉDICOS VETERINARIOS

“Si la gente creyera en sí misma se sorprendería de lo que puede lograr”.

-Sam Walton.

INTRODUCCIÓN

Chía es un municipio de Colombia ubicado en el departamento de Cundinamarca. Se le conoce como *La Ciudad de la Luna*, en referencia a la etimología de su nombre; está situado en el altiplano cundiboyacense (Cordillera Oriental de los Andes), a una altitud promedio de poco menos de 2600 msnm. El casco urbano cuenta con un área de 17 km² y el área total del municipio es de aproximadamente 79 km².

Chía limita al sur con el Distrito Capital de Bogotá (específicamente las localidades de Usaquén y Suba) y con el municipio de Cota; al occidente con los municipios de Tabio y Tengo; al norte con el municipio de Cajicá y al oriente con el municipio de Sopó. El municipio está delimitado además por un sistema montañoso compuesto por los cerros de la Valvanera al occidente (2900 msnm de altura) y El Peñón al oriente (2900 msnm de altura). Por su territorio pasan el Río Bogotá, el Río Frío, y otros cursos menores.

Este municipio cuenta con 126.647 habitantes siendo el municipio más poblado de la Sabana de Bogotá. Como gran parte de la zona al norte y occidente de Bogotá, Chía ha experimentado durante los últimos años un desarrollo urbanístico considerable, en el que se destaca principalmente la construcción de residencias y conjuntos residenciales para estratos medio-altos y altos. El coeficiente de Gini de propiedad de la tierra se encuentra entre 0,84 y 0,89, lo que indica una

altísima concentración de la propiedad. En todo caso, Chía es uno de los municipios de Colombia con mayor nivel de desarrollo humano, y en Cundinamarca es el municipio con el porcentaje de personas con Necesidades Básicas Insatisfechas más bajo (7,11%). (DANE, 2013)

De acuerdo con datos suministrados por la Alcaldía de Chía (2016), la tenencia de mascotas también ha aumentado en el municipio, y aunque no existe un censo de animales en Chía por parte de la Gobernación, Alcaldía, Umata, ni Secretaría de Sanidad, se plantea que por cada 10 familias, en 6 de ellas tienen mascotas; el aumento de mascotas anual es aproximadamente de un 8% sin contar con los animales callejeros, lo que conlleva a buscar una solución para ofrecerles los mejores servicios de salud curativa y preventiva.

En el municipio se cree que entre guarderías, veterinarias, agro puntos, centros de estética, entre otros relacionados con mascotas se encuentran más de 58 establecimientos, pero ninguno cuenta con servicio de EPS, ni servicios integrales para mascotas por ende una entidad promotora de salud proveerá servicios médicos más accesibles a la población y fusionados con el centro médico veterinario y pet shop existente podrá brindar grandes beneficios al municipio.

El centro médico veterinario y pet shop que vendría siendo la casa matriz se encuentra ubicado en la zona histórica (zona centro) del municipio, fue fundada el 05 de Marzo del 2013 y se mantiene a flote tras varios obstáculos; su planta cuenta con un consultorio, una sala de espera, bodega, guardería, sala de baño y peluquería, sección de ventas, los servicios que presta son consulta general, cirugías menores, odontología, vacunación, desparasitación, laboratorio clínico, venta de concentrados, otros alimentos, medicamentos, accesorios, juguetería, ropa, entre muchas cosas más, quienes cuentan y cumplen con toda la normatividad vigente y tiene como misión prestar servicios de calidad dirigidos a prevenir y curar enfermedades de los animales, además de fomentar el cuidado estético y energético para ellos, de igual forma desarrollar servicios integrales

para la comunidad; los cuales se podrían reforzar con una EPS esta alternativa de negocio; los cuales podrá contar con convenios con IPS.

Podría decir que ha aumentado el número de animales de compañía en el país por varios factores como: la nueva cultura ambientalista y su interrelación con la naturaleza, la necesidad de ocupar espacios afectivos en la vida de las personas, el aumento del poder económico y adquisitivo, y el desarrollo de las ciudades y las familias colombianas.

Este aumento desmedido de mascotas en las ciudades empieza a plantear problemas de cohabitación, a la vez que requiere de la revisión de las interrelaciones que derivan de esta situación, sus repercusiones en la salud pública y en la salud individual, para así establecer medidas necesarias para minimizar los factores de riesgo de zoonosis. Sin embargo, a pesar de las dificultades que pueda traer estas poblaciones masivas de animales, es importante hacer una reflexión en torno al porque esta relación hombre-animal es tan estrecha, lo que ha llevado a que las mascotas tengan una gran aceptación en la vida del ser humano. (Gomez, Atehortua, & Orozco, 2007). Frente a estos problemas surge el siguiente interrogante: ¿Qué factibilidad hay en la creación de una entidad promotora de salud (EPS) para las mascotas en el municipio de chía?

Una entidad promotora de salud (EPS) que ofrece servicios integrales, enfocándose en la sanidad animal y la salud pública, contribuye a una adecuada calidad de vida del hombre.

Un mundo de negocios para jóvenes talentos

Actualmente la globalización se ha centrado en el “emprendimiento” de muchos países, aunque este término tiene diferentes puntos de vista según quien lo analice; veamos cuál es el contexto de este término, puede consistir en el espíritu negociante de los jóvenes que salen al mundo laboral, el potencial que tienen las personas para crear empresas, el entusiasmo en general para estar inmersos en los negocios y/o situaciones de supervivencia económica; se verá ahora algunos datos que representan estas características en América Latina expuestos por Humberto Sparano:

El grado de competitividad de los emprendedores nuevos en América latina: Ecuador (11%) a (11,7%); Brasil (11%) a (11,3%); Colombia (6,7%) a (6,9%); Perú (5,4%) a (6,2%) y México (4%) a (4,3%); muestran un crecimiento para 2012, respecto al año inmediatamente anterior (2011), no así con los países de Chile (9,6%) en el 2011 y (8,4%) en el 2012. Igual sucede con Argentina (9,2%) en 2011 y un (7,3%) en 2012.

Así mismo se observa que Colombia es el país con menor actividad emprendedora por necesidad con tendencia a la baja desde 2010 (40%) a (12%), lo que indica que en nuestro país emprendemos actividades más por oportunidad de negocios. En tal sentido, Colombia muestra un aumento en este tipo de actividad en un (60,0%), al pasar de 30% en el 2010 a un 48% para el 2012. Otro factor importante dentro de las aspiraciones como emprendedor, muestra a Colombia (50%), como el país de mayor expectativa de crecimiento seguido de Chile (37%) y Ecuador (10%) con pocas expectativas para crecer. (Sparano, 2014)

Duarte & Ruiz (2009) plantean que:

Siendo el empleo y la educación derechos fundamentales para los ciudadanos en los estados sociales, estos son garantía para generar condiciones de vida dignas y facilitar el desarrollo económico y social del

país, en circunstancias de equidad y de bienestar general, ofreciendo oportunidades que orienten y propicien el desarrollo humano.

Se debiera considerar que en la realidad se torna algo diferente estos derechos, en cualquier caso la cultura colombiana genera en las personas que desde la infancia se proyecten una vida sencilla y feliz, pero debe entenderse que durante el trascurso de ella los anhelos se van tornando algo difícil y más por el factor económico, esto podría partir por el sistema educativo que tiene Colombia donde se evidencia que en pocas instituciones educativas se motiva al emprendimiento y a la creación de empresas como una alternativa para su futuro.

Partiendo de este esquema, al salir del colegio muchas veces no se tiene claro para que se es bueno, realmente cuál es su pasión, no se sabe a ciencia cierta a que se quiere dedicar, y puede ser valedero ya que muchos de los adolescentes no alcanzan a tener en sus mentes la magnitud y las responsabilidades que les traerá la vida, pero no hay que tensionarse antes de tiempo, hay que analizar las afinidades y cualidades que se tienen para ir desarrollando un mapa mental sobre lo que podrá ser, o sencillamente después de probar distinta cosas, encontrará lo que esperaba; la necesidad de generar ingresos irá creando esa respuesta.

Ese descubrimiento por casualidad se llama *serendipia*. Incluso no tiene por qué ser en las primeras experiencias laborales, podrías descubrirlo después de 10 años pasando por distintas experiencias. Cambias y lo que te gusta cambia contigo. (Canales, 2013). Pero algo muy importante que se debe tener en cuenta es: a lo que se dedique no debe suponer ningún esfuerzo, puesto que ¡se debe trabajar en lo que se gusta!

Tal vez todos nacen siendo emprendedores, pero es la estimulación que se reciba a lo largo de los años, lo que determinará si se desarrollará o no esa característica. (Schnarch, 2014)

Para Duarte & Ruiz (2009):

El desarrollo local y regional busca aumentar las posibilidades de una sociedad, aprovechando las potencialidades de los sujetos como iniciadores de ideas innovadoras que causan impacto económico y social, posibilitando el crecimiento progresivo no solo en el empleo sino a nivel productivo y económico y social en las comunidades.

Ahora es oportuno mencionar, el mundo de los negocios y por ende la creación de empresas ha generado en muchas personas intereses en estas herramientas como un estilo laboral para sus vidas, es cierto que soñar es fácil pero hacer realidad estos anhelos crea incertidumbre porque no se ve el fracaso como una alternativa de vida, sin embargo, si no se atreve a muchas cosas porque son difíciles, nunca cambiará la mentalidad y las perspectivas de vida del qué pudo ser.

Según Rodríguez (2009):

Dependiendo del grado de incertidumbre y riesgo, el emprendedor busca tomar decisiones para aprovechar oportunidades que existen en el entorno, con base en su pensamiento creativo e innovador para elaborar, mejorar y transformar productos y servicios, para sacarlos al mercado, decidiendo sobre sus especificaciones y características.

Desde una perspectiva antropológica, Aktouf (2001) señala que decidir es transformar una voluntad humana en acto; es el elemento intermediario entre el pensamiento y la acción, es el momento del paso al acto emprendedor propiamente dicho. (Rodríguez, 2009)

Schnarch (2014) manifiesta que:

El emprendimiento en las últimas décadas, se ha vuelto más importante porque se piensa que la innovación, el aprovechamiento de oportunidades,

la generación de valor y la creación de nuevas fuentes de empleo, con más y mejores empresas favorecen el desarrollo y ayuda a superar los constantes y crecientes problemas económicos.

De manera personal plantearía que la creación de empresa está formulada para personas valientes, donde la motivación y determinación son pieza clave para el desarrollo de una idea, donde se vale explorar, aprender, curiosear, practicar, entre muchas cosas más; la vida está llena de retos, los cuales dejan sus enseñanzas, tras trabajo arduo y constante se comprenderá que son lecciones de las que tenemos que aprender. Esta sencilla observación nos indica que el espíritu emprendedor es indispensable en el mundo de los negocios, conocer las fortalezas, actitudes y aptitudes que sobresalen de sí mismos y de las empresas permitirá mantenerlas y así mismo sacar provecho de ellas, con el fin de desenvolverse muy bien en el mercado y crear ventajas competitivas.

En consecuencia, un emprendedor sería, <aquella persona que pone en marcha con entusiasmo y determinación un negocio> (Schnarch, 2014)

Inicialmente hay que plantearse ideas claras y realistas, hay que identificar una necesidad, enfocarse en metas fijas dependiendo del mercado en el que se quiere desempeñar un rol, esto brindará múltiples ventajas; se recomienda preferiblemente plantearse objetivos cortos, lo que permitirá ir sorteando situaciones que se podrán modificar, replantear o cambiar el cometido del sueño donde se podrá actuar a tiempo en pro de buscar una solución o darle una inyección de impulso empresarial

En el momento que dicha empresa empieza a desarrollar su actividad y aborda el camino de la consolidación, alcanzando los objetivos inicialmente establecidos, el emprendedor comienza a transformarse en empresario. (Schnarch, 2014).

Algunos, como Fernando Fuentes Pinzón, clasifican en seis a los que a su juicio sería emprendedores (Fuentes Pinzón, s.f.a): Emprendedor empresarial tradicional, emprendedor innovador, emprendedor comercial, emprendedor tecnológico, emprendedor de servicios, emprendedor profesional. (Rodriguez, 2009), que como sus nombres lo indican describen la razón de ser de la labor.

Desde el punto económico, se podría considerar que el dinero no es imprescindible para crear una empresa inicialmente, pero se debe tener pasión, tenacidad, disciplina, entre otros factores; los sacrificios que se vayan haciendo se irán cosechando y dando sus frutos en su determinado momento; pero hay que ser conscientes que se debe contar ya sea con conocimiento y/o algunas herramientas, además se debe tener presente la edad que se tiene al momento de iniciar con una idea, porque el respaldo que se recibirá por parte de entidades financieras serán casi nulos, los proveedores y clientes también dudarán de las capacidades que se tienen, por eso se tendrá que empezar a madurar, mostrar sinceridad, credibilidad, ítems generadores de confianza, estrategias de convencimiento, etc. Bajo esta perspectiva el prescindir de los servicios de alguien más cuando se inicia con una empresa es difícil, esto desarrollará habilidad para desenvolverse solo por un tiempo; pactar acuerdos, realizar alianzas, conformar sociedades, en definitiva serán estrategias que servirán mientras se consolida el negocio puesto que “El éxito no se logra sólo con cualidades especiales. Es sobre todo un trabajo de constancia, de método y de organización”. J.P. Sergent.

Hay aspectos que se deben tener en cuenta a la hora de ser independiente y crear empresa:

Como lo menciona Roberto Canales (2014):

Hay que ser disciplinado, no se le puede echar la culpa a nadie porque va mal el negocio, no se descansará nunca, siempre habrá la sensación de que se puedo hacer más de lo que se hizo, el nivel de ansiedad es alto y continuo, se despertarán envidias y enemigos, si no prospera el negocio no

habrá indemnización; pero obviamente todo no es malo, ya que el trabajo deja de ser monótono, la visión es cada vez mayor, dejaras de ver las cosas blancas o negras, se relacionara con mucha más gente del sector, se estará trabajando para sí mismo, se forjara un patrimonio, y se podrá ser dueño del tiempo que se labore.

Con base en lo anteriormente planteado, según la experiencia y de una manera muy didáctica se plasmará algunos factores, dones o valores importantes que deberá tener un emprendedor. Para nadie es un secreto que se vive en una selva de cemento, por eso se hará mención al “Espíritu animal en una jungla de negocios”. Ver Anexo 1

Una vez contemplado el concepto de emprendimiento y empresario, se entrará a mencionar la razón de ser de este ensayo.

Según Vásquez (2009):

La mayoría de las personas que adquieren mascotas lo hacen con un fin social. Poseer una mascota disminuye el sentimiento de soledad y aumenta el bienestar físico y psicológico, y también sirve para disminuir la ansiedad (Sussman, 1985 en Pichot, T. & Coulter, M. 2007).

Los registros del Ministerio de Protección Social del año 2006 indican que en Colombia hay 4'224.575 perros (Gomez, Atehortua, & Orozco, 2007).

Teniendo en cuenta la LEY 576 DE 2000, el Congreso de Colombia decreta:

La medicina veterinaria, la medicina veterinaria y zootecnia y la zootecnia, son profesiones basadas en una formación científica, técnica y humanística que tienen como fin promover una mejor calidad de vida para el hombre, mediante la conservación de la salud animal, el incremento de las fuentes de alimento de origen animal, la protección de

la salud pública, la protección del medio ambiente, la biodiversidad y el desarrollo de la industria pecuaria del país.

Por otro lado Gómez, Atehortua & Orozco (2007) mencionan que:

El médico veterinario tiene un gran compromiso social al ser responsable del control y de la disminución de los riesgos para la salud humana de las zoonosis provenientes de las mascotas. Para esto es necesario estrechar lazos con los propietarios para que se pueda tener un panorama completo del ambiente donde se desenvuelve el animal y, lograr condiciones de sanidad óptimas en los espacio de convivencia hombre-animal. La tenencia responsable comprende una alimentación adecuada, vacunaciones y desparasitaciones según planes de manejo, disponibilidad de tiempo para pasear al animal, el aseo cotidiano y las actividades de recreación del animal.

Se comprueba de este modo que las mascotas han pasado de ser animales con alguna función en la casa como cuidaderos y guardianes a ser considerados un miembro más de la familia, donde se vela por cubrir sus requerimientos básicos de salud y cuidado en general.

De lo anterior se desprende que hay leyes que protegen a los animales y las personas que interactúan con ellas; se hace referencia la Ley 746 de 2002 decretada por El Congreso de Colombia, sobre la tenencia y cuidado de los perros:

“Artículo 1°. Objeto y ámbito de aplicación. La presente ley tiene por objeto regular la tenencia de ejemplares caninos en las zonas urbanas y rurales del territorio nacional, con el fin de proteger la integridad de las personas, la salubridad pública y el bienestar del propio ejemplar canino”.

Ley 1774 de 2016 "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" el Congreso de Colombia decreta:

Artículo 1°. Objeto. Los animales como seres sintientes no son cosas, recibirán especial protección contra el sufrimiento y el dolor, en especial, el causado directa o indirectamente por los humanos, por lo cual en la presente ley se tipifican como punibles algunas conductas relacionadas con el maltrato a los animales, y se establece un procedimiento sancionatorio de carácter policivo y judicial.

Artículo 3°. Principios. a) Protección al animal. El trato a los animales se basa en el respeto, la solidaridad, la compasión, la ética, la justicia, el cuidado, la prevención del sufrimiento, la erradicación del cautiverio y el abandono, así como de cualquier forma de abuso, maltrato, violencia, y trato cruel; b) Bienestar animal. En el cuidado de los animales, el responsable o tenedor de ellos asegurará como mínimo: 1. Que no sufran hambre ni sed, 2. Que no sufran injustificadamente malestar físico ni dolor; 3. Que no les sean provocadas enfermedades por negligencia o descuido; 4. Que no sean sometidos a condiciones de miedo ni estrés; 5. Que puedan manifestar su comportamiento natural; c) Solidaridad social. El Estado, la sociedad y sus miembros tienen la obligación de asistir y proteger a los animales con acciones diligentes ante situaciones que pongan en peligro su vida, su salud o su integridad física. Asimismo, tienen la responsabilidad de tomar parte activa en la prevención y eliminación del maltrato, crueldad y violencia contra los animales; también es su deber abstenerse de cualquier acto injustificado de violencia o maltrato contra estos y denunciar aquellos infractores de las conductas señaladas de los que se tenga conocimiento.

Después de esta exposición sumaria, se empezará a profundizar en el desarrollo de la pregunta planteada en la problemática; en Chía existen varios establecimientos que prestan diversos servicios y productos para el cuidado de las mascotas, en especial para animales domésticos (perros y gatos). Por eso surge la idea de crear una entidad promotora de salud (EPS) fusionada con el pet shop donde se presten servicios integrales para todo tipo de mascotas; dentro de la mensualidad que tendrán que pagar los propietarios se plantean los siguientes servicios: Consulta médica veterinaria, prevención en salud para mascotas, atención de urgencias 24 horas, vacunación, esterilización, profilaxis, medicación, pequeñas cirugías y transporte de la mascota, garantizándose el servicio con un carné individual y precios asequibles.

Con esta fusión <Se entiende por innovación la concepción e implantación de cambios significativos en el producto, el proceso, el *marketing* o la organización de la empresa con el propósito de mejorar los resultados> (chaquiriand, vega, 2014).

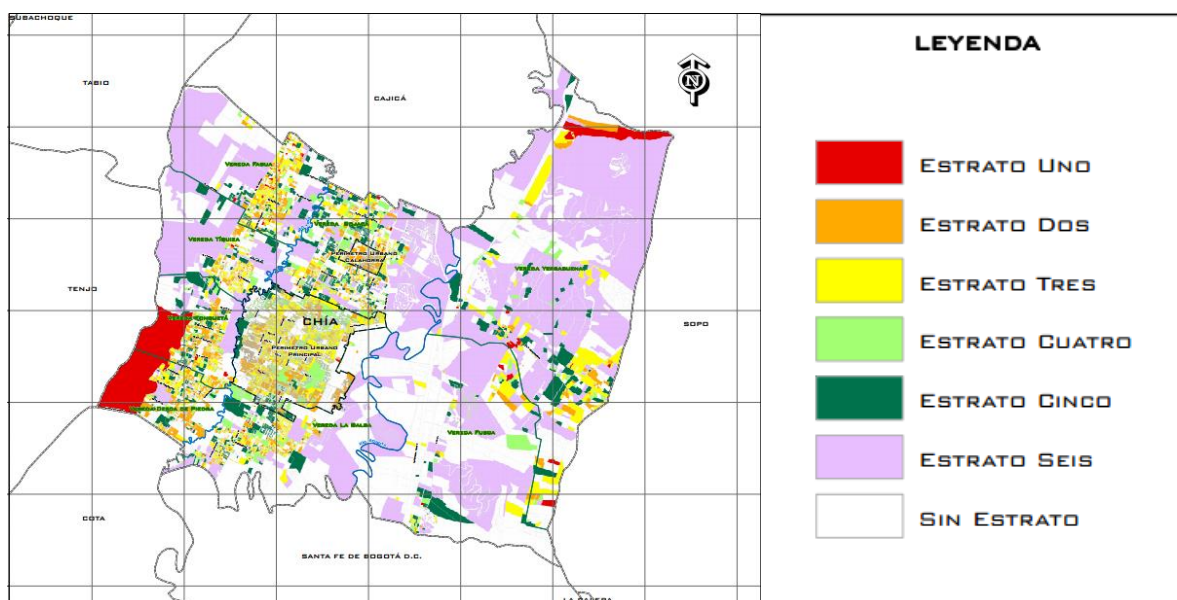
Para prestar dichos servicios se deben realizar unos trámites para su funcionamiento legal, los cuales se deben estar actualizando; en este caso ya se cuentan con los principales y exigidos por la Alcaldía de Chía: El nombre o razón social, inscripción ante la Cámara de Comercio, realización de los trámites ante la DIAN, tener el Registro Único Tributario, RUT., Impuesto de Industria y Comercio, solicitar revisión y acta de la Secretaría de Salud Departamental, tener permiso de Uso del Suelo, certificado de derechos de autor SAYCO y ACINPRO, Certificado de Sanidad, Certificado de Seguridad expido por el cuerpo de bomberos y el Certificado del ICA.

Para que una empresa prospere también se debe considerar aspectos básicos como: el entorno, la competencia, la oferta, la demanda, el precio, la distribución, las ventas y la comunicación. La información recolectada que a continuación se presentará determinará cuáles son las preferencias de los consumidores y sus expectativas en cuanto a la pregunta planteada; para ellos se tuvo en cuenta la opinión de Restrepo

(2013) que dice: el cliente es el que hace rentable un negocio, no en el producto. Esta afirmación indica que las empresas dependen de los mercados y la forma como estos reacciona ante sus propuestas de productos o servicios.

Es interesante examinar el problema también desde la información obtenida de la Alcaldía de Chía (2014), que junto con la Secretaria de planeación (grupo de ordenamiento territorial), realizaron un plano de estratificación socioeconómica del municipio, que permitirá tener en cuenta que segmento de la población podrá ser potencial para el negocio. Ver Imagen 1

Imagen 1. Estratificación socioeconómica



Fuente: <http://planeacion.chia>

cundinamarca.gov.co/images/pdf/GOT/maps/PLANO%20No.%20D-6%20ESTRATIFICACI%3%93N%20SOCIOECON%3%93MICA..pdf

Observación del panorama empresarial

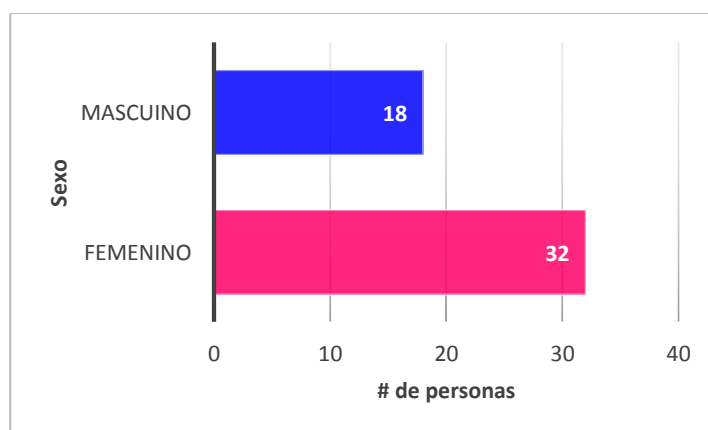
De lo anterior se desprende que se busca segmentar el mercado, como su nombre lo indica, consiste en dividir el mercado con el fin de determinar bien cuál es el cliente potencial, donde será importante tener en cuenta la segmentación demográfica, la segmentación psicográfica y la segmentación geográfica. (Galindo, 2011)

Las fuentes primarias utilizadas para obtener información para este ensayo fueron técnicas de observación, investigación y encuestas.

Para esta investigación se tomó una muestra de la población de Chía, 50 personas aleatoriamente, a las cuales se les formuló varias preguntas sobre servicios veterinarios y aceptabilidad de la propuesta de montar una EPS; después de recolectar y clasificar las encuestas (Formato Anexo 2), arrojó la siguiente información:

De esta circunstancia se evidencia que de las 50 personas encuestadas, 18 personas fueron hombres y 32 personas mujeres. Ver Gráfica 1.

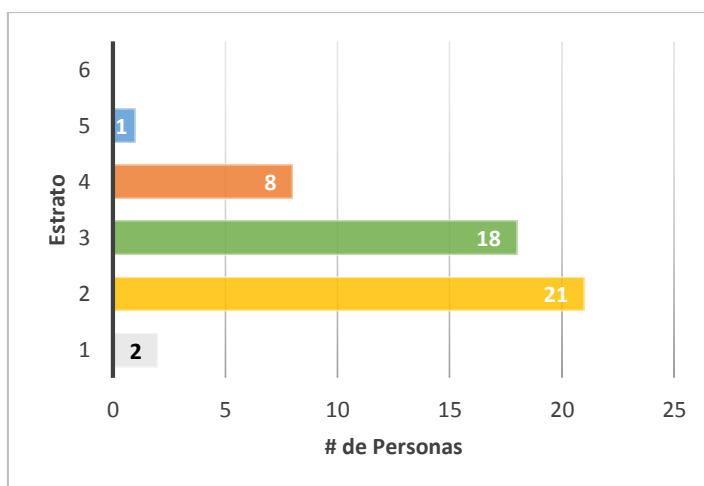
Gráfica 1. Sexo de personas encuestadas



Fuente: Autor del ensayo

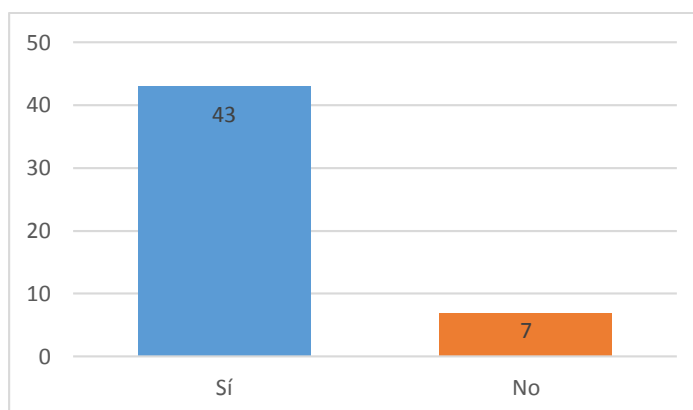
Podemos observar que de acuerdo con los resultados obtenidos, el estrato que predominó en las encuestas fue el 2, lo siguió de cerca el 3 y del único estrato que no tuvo representación fue el 6, es por esto que la información nos permite tener una dimensión sobre la clasificación socio-economía del municipio con lo anteriormente expuesto sobre la estratificación de Chía, importante a la hora de plasmar los precios de los productos y servicios. Ver gráfica 2.

Gráfica 2. Estrato de personas encuestadas

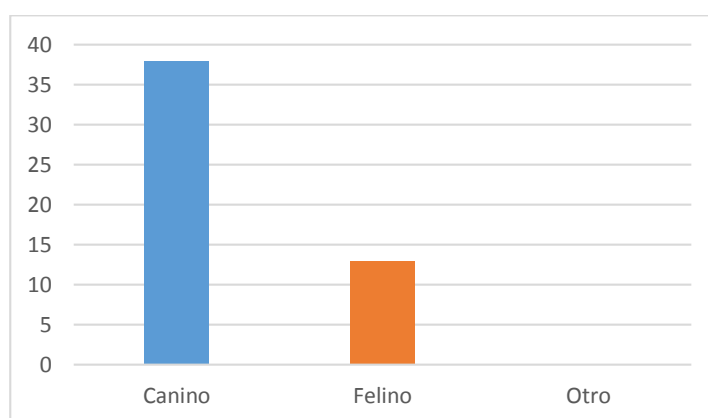


Fuente: Autor del ensayo

Considerando así el asunto 43 personas encuestadas tienen mascotas, lo que evidencia un gran potencial para la creación de la empresa. Ver gráfica 3. Y con el fin de indagar cuales son las especies de animales que predominan en los hogares de Chía, se obtuvo que 38 personas tienen caninos, 13 felinos y no se registró otra opción, información que nos ayuda a delimitar con más precisión la especialización que se debe tener en los servicios que se prestarán. Ver gráfico 4

Gráfica 3. ¿Tiene mascota(s)?

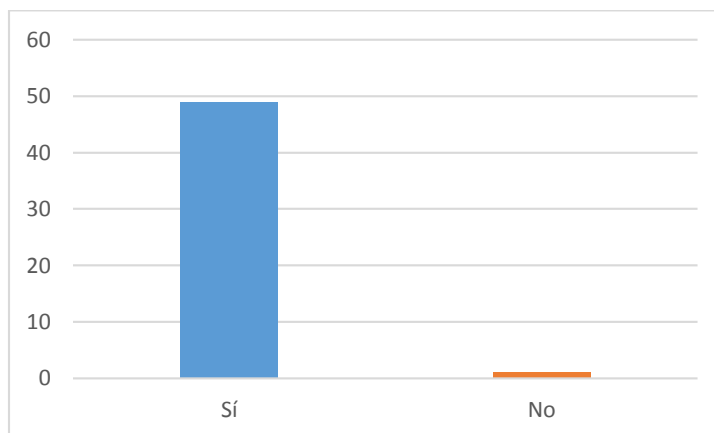
Fuente: Autor del ensayo

Gráfica 4. ¿Qué especie(s) tiene?

Fuente: Autor del ensayo

Respecto a si están de acuerdo con la creación de la EPS, la aceptación por parte de la población es muy alta, 49 personas encuestadas respondieron favorablemente a este servicio para las mascotas, también hace pensar que es una buena alternativa de negocio ya que no incomodaría a un gran porcentaje de la comunidad. Ver gráfico 5

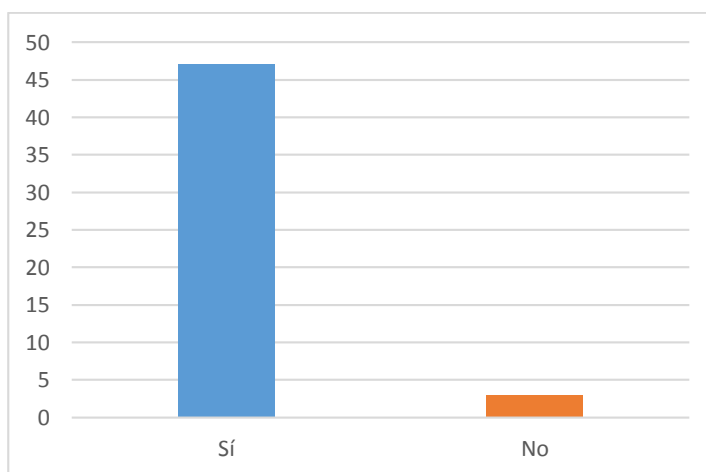
Gráfico 5. ¿Estaría de acuerdo con la creación de una EPS para mascotas en Chía?



Fuente: Autor del ensayo

Los resultados que se muestran a continuación indica un alto grado de factibilidad para la creación de la EPS, pues 47 personas contestaron favorablemente a la pregunta arrojando un el porcentaje alto, lo que indicaría que muchas personas si prescindirían de este servicio. Ver gráfico 6

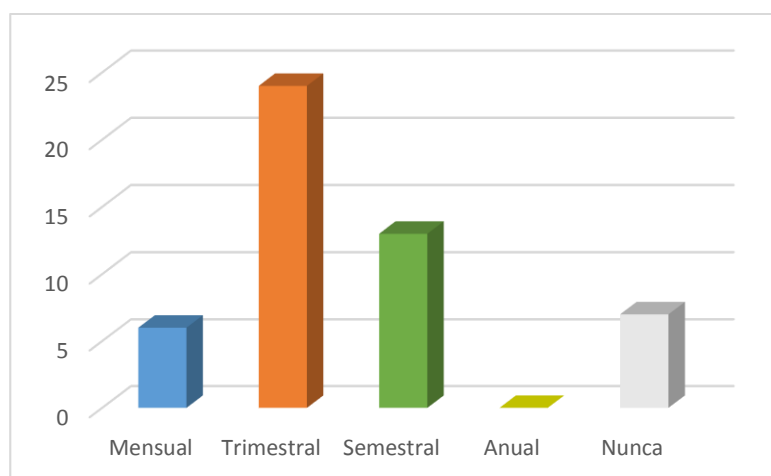
Gráfica 6. ¿Afiliaría a su(s) mascotas a una EPS?



Fuente: Autor del ensayo

La información obtenida demostró que el 48% de las personas encuestadas (24) llevan trimestralmente a sus mascotas al veterinario, otras 19 personas también los llevan con cierta periodicidad, lo preocupante es que el 14% (7 personas) nunca las llevan. Estos porcentajes demuestran la necesidad de implementar estrategias de mercadeo para que la población objetivo adquiera este servicio con más frecuencia. Ver gráfica 7

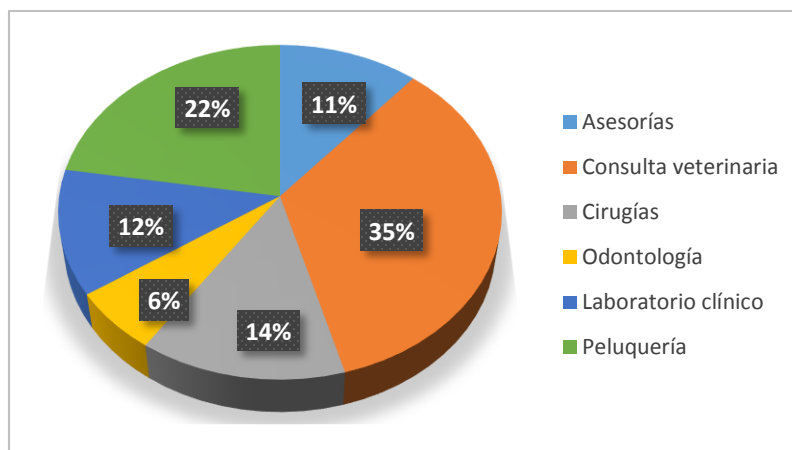
Gráfica 7. ¿Con qué frecuencia lleva su mascota al veterinario?



Fuente: Autor del ensayo

Los servicios más solicitados por los propietarios de las mascotas a la hora de asistir a una veterinaria, arrojan que la consulta veterinaria y la peluquería son los más convocados, sin dejar de lado que los otros servicios también son utilizados. Estos datos nos proporcionan información que sirve para estructurar el plan que se desea ofrecer, dónde se debe reforzar con personal y que otros servicios se deben fortalecer. Ver gráfica 8

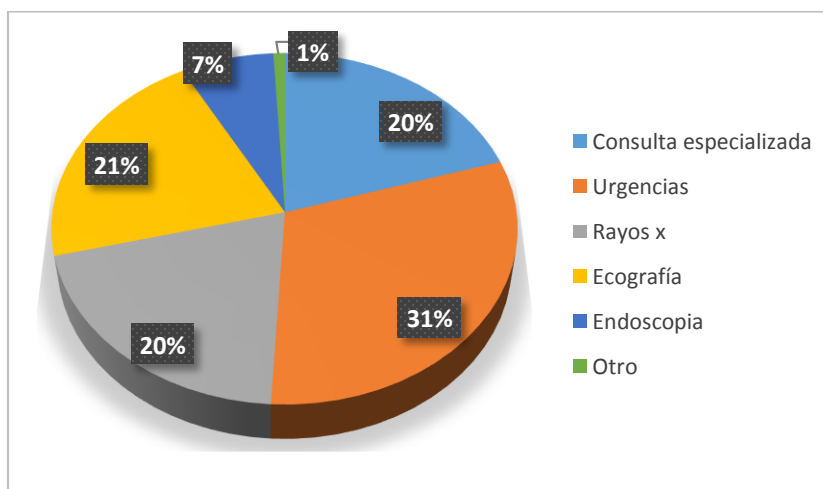
Gráfica 8. ¿Qué servicios ha utilizado para su mascota?



Fuente: Autor del ensayo

Con la siguiente información se buscó involucrar más al cliente, se indaga que otras alternativas les gustaría que se ofrecieran, lo que da más ideas para mejorar en el negocio; y responden favorable y equitativamente a las opciones que se les plantea, tanto así que el 1% que se refiere a que otro servicio se debería prestar mencionan que el de ambulancia, lo cual suena interesante, importante y valedero para el negocio. Ver gráfico 9

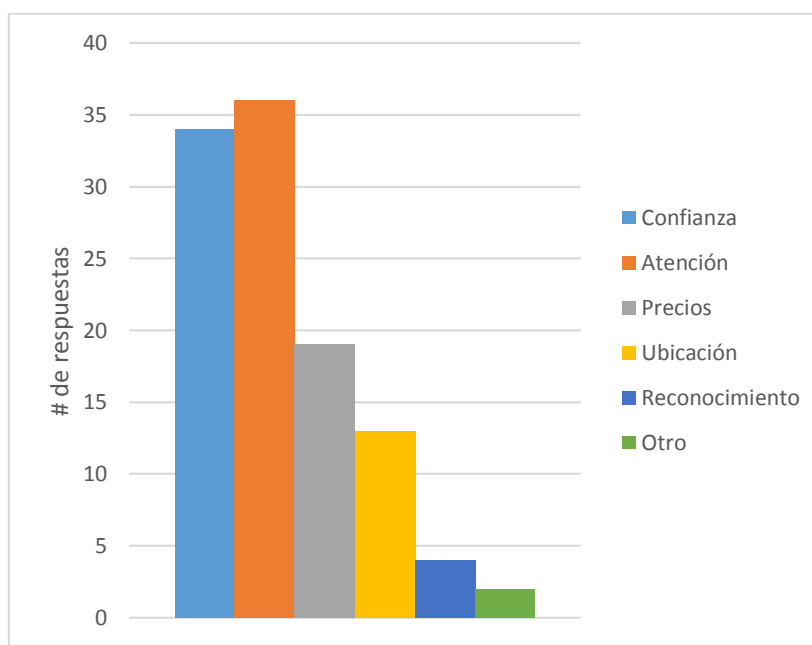
Gráfico 9. ¿En su concepto que otros servicios debería prestar la EPS?



Fuente: Autor del ensayo

Teniendo en cuenta que se está prestando varios servicios, es importante saber cuáles son los factores por los cuales tienden los clientes a fidelizarse o preferir un lugar, arrojando como resultados que la confianza que les brinda el lugar y la atención del personal debe cumplir con sus expectativas para volver. Ver gráfico 10

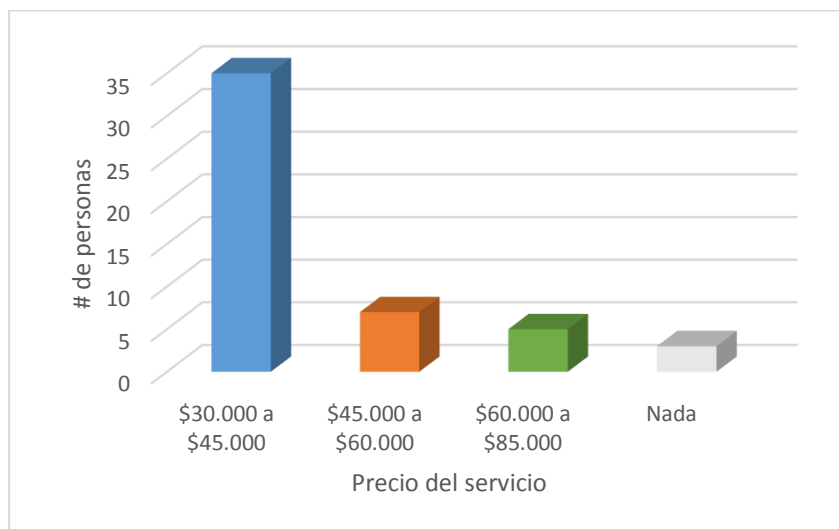
Gráfico 10. ¿Qué considera importante al tomar un servicio veterinario?



Fuente: Autor del ensayo

Según los resultados obtenidos, la mayoría de los encuestados (35 personas) pagarían por el servicio mensualmente entre \$30.000 y \$ 45.000 ya que es un precio asequible para el cuidado de su mascota teniendo en cuenta su estrato socio-económico, y algo para tener en cuenta es que 3 personas no estarían dispuestas a pagar nada, tal vez porque no consideran que ellos deberían ser los que deben cubrir con esos gastos. Ver gráfico 11

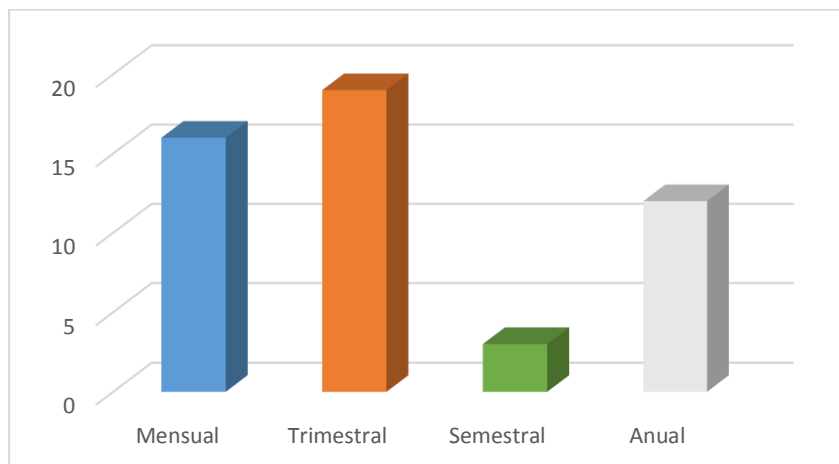
Gráfico 11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por el servicio de EPS para su mascota?



Fuente: Autor del ensayo

El ítem de mayor votación refleja que 19 personas prefieren pagar el servicio con una frecuencia trimestral, 16 mensual y otras 12 anual; están muy similares los resultados por lo que se podría plantear 2 opciones para el pago de este servicio. Ver gráfico 12.

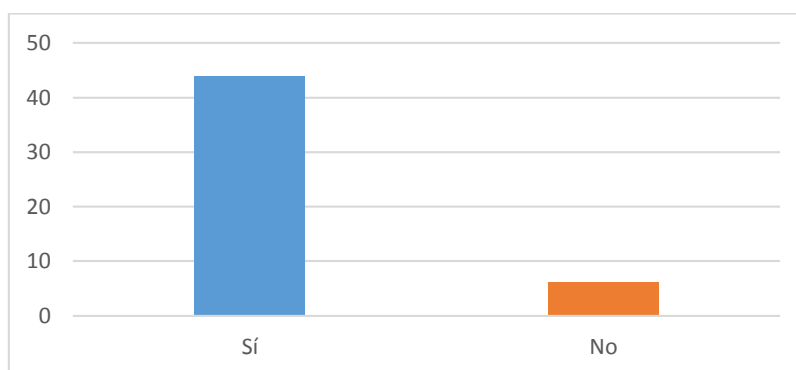
Gráfico 12. ¿Cada cuánto le gustaría pagar la cuota del servicio?



Fuente: Autor del ensayo

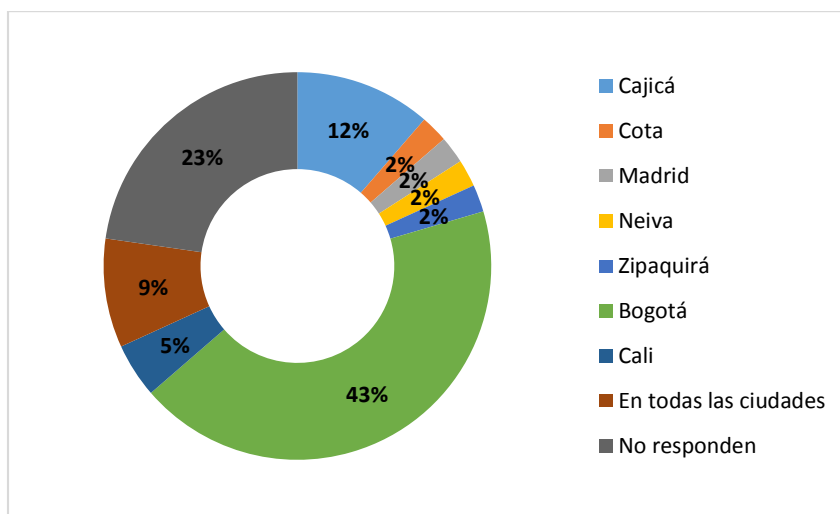
La mayoría de las personas encuestadas les gustaría que se ampliaran los servicios a otros lugares lo que motiva aún más para fortalecer este plan de negocio. Ver gráfico 13. Según las respuestas de los encuestados el 43% de las personas plantearon que se deberían prestar estos servicios en la capital del país Bogotá, 23% no dieron otra alternativa, el 12% que sea en Cajicá y un 9 % mencionaron que en todas las ciudades, datos relevantes para la ampliación de la idea inicial.

Gráfico 13. ¿Le gustaría que prestáramos estos servicios en otra ciudad?



Fuente: Autor del ensayo

Gráfico 14. Lugares donde a los encuestados les gustaría que se prestaran estos servicios



Fuente: Autor del ensayo

Una vez analizadas las encuestas, se prosigue con la observación de la competencia, donde se pudo obtener unas ventajas y desventajas respecto a la propuesta que se está planteando en este ensayo. Ver Anexo 3. Esta recolección de datos permite generar un diagnóstico acerca de los recursos, ventajas con las que se cuenta y datos que evidencia en que se puede mejorar.

Respecto a la competencia para la EPS de mascotas se podría decir que no hay en el sector un sitio que ofrezca las mismas características que se plantean: se encuentran establecimientos especializados en un artículo o servicio especial pero ninguno los integra en un solo sitio o empresa.

Para la obtención y fijación de los precios que se manejan se realiza un proceso de investigación de la competencia, se realiza un promedio de la competencia y se tiene en cuenta que haya una rentabilidad buena de los productos, la calidad de los servicios ofrecidos y factores de infraestructura, garantizando precios asequibles para los clientes, sin afectar el bolsillo de la empresa. Ver Tabla 1

Tabla 1. Precios y servicios de la competencia

Servicios/ Veterinarias	GOLD ANIMAL	AGRICOL	PRANA	DIDO	VETAS	BERKANA
Consulta	\$ 15.000	\$ 25.000	\$ 30.000	\$ 40.000	\$ 50.000	\$ 60.000
Esterilización gata	\$ 100.000	\$ 50.000	\$ 120.000	\$ 245.000	\$ 255.000	\$ 260.000
Profilaxis	\$ 70.000	\$ 60.000	\$ 80.000	\$ 170.000	\$ 180.000	-
Vacunación anual	\$ 35.000	\$ 30.000	\$ 35.000	\$ 50.000	\$ 48.100	\$ 50.000
Baño y peluquería	\$ 20.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000

Fuente: Autor del ensayo

Después de desarrollar este trabajo se puede concluir que un emprendedor es un líder, un ente motivador y creador de ideas, persona independiente que busca aprovechar oportunidades para crear un autoempleo y recursos para un equipo de trabajo; el espíritu del emprendedor parte de pensamientos y comportamientos de cada persona; se puede nacer con este don o sencillamente se pueden reforzar ciertos pilares que mejorarán el desempeño en la toma de decisiones y creación de empresas.

Aunque hayan estudios que demuestren que Colombia es un país con gran potencial en emprendimiento, se deben desarrollar estrategias para fomentar estas aptitudes en las instituciones educativas del país ya que es evidente que el entorno influye bastante en el desarrollo personal, además esto permitiría desde un inicio registrar a estos emprendedores para saber por cuánto tiempo se mantendrán sus empresas en el mercado, ya que no se cuenta con una información exacta.

Es importante entender que la innovación y creatividad en los emprendedores prometerá negocios exitosos y duraderos, son ítems importantes para ser buen un empresario; además rodearse de personas intelectuales, fuertes y positivas, fomentarán una buena energía al alrededor.

No parece excesivo afirmar que la responsabilidad que tienen los médicos veterinarios y médicos veterinarios zootecnistas en la sociedad es muy importante y tiene que ser valorada, pues ellos se encargan del control y la disminución de los riesgos que pueden incurrir las mascotas (Ejm: enfermedades zoonóticas), en pro de mejorar la calidad de vida de los humanos.

Según los resultados obtenidos en este ensayo se evidencia una aceptación alta por la creación de una entidad promotora de salud (EPS) en Chía por parte de los

habitantes del municipio, lo que le da un plus adicional, se evitarían discordias con la comunidad, y habría múltiples beneficios para todos, la empresa sería rentable, se velaría por la salud y el bienestar de las mascotas y se contribuiría a mejorar la calidad de vida de las personas.

Se comprueba en este modo que la factibilidad de la EPS es favorable, debido a la importancia que han cobrado estos individuos en las familias del municipio; las personas se preocupan por satisfacer las necesidades de cuidado y protección para su mascota (perros y gatos) a tal punto que ahora invierten tiempo, dinero y espacio para cubrir los requerimientos básicos de los animales; y que mejor que encontrar estos servicios integrales en un solo lugar.

Aunque en Chía hay mucha competencia en el sector de las mascotas, esta alternativa de negocio es nueva en el municipio, con ello se busca aprovechar las oportunidades que presenta el mercado, teniendo en cuenta las quejas, sugerencias o reclamos de los clientes, puntos clave a tener en cuenta para mejorar como empresa.

Con esta frase se puede dar por terminado el análisis de este ensayo:

“Donde hay una empresa de éxito, alguien tomó alguna vez una decisión valiente”. Peter Drucker.

Referencias

Alcaldía municipal de Chía & secretaria de planeación (2014). Estratificación

socioeconómica. Recuperado de:

<http://planeacion.chia-cundinamarca.gov.co/images/pdf/GOT/maps/PLANO%20No.%20D-6%20ESTRATIFICACION%20SOCIOECONOMICA.pdf>

Canales, R. (2013). *Planifica tu éxito: de aprendiz a empresario*. Bogotá: Ediciones de la U.

DANE. (2013). *LA DESIGUALDAD Y POBREZA*.

Duarte, T., & Ruiz, M. (2009). EMPRENDIMIENTO, UNA OPCIÓN PARA EL DESARROLLO. *Scientia Et Technica*, 326-331.

El Congreso de Colombia Ley 576 DE 2000 (febrero 15) Por la cual se expide el Código de Ética para el ejercicio profesional de la medicina veterinaria, la medicina veterinaria y zootecnia y zootecnia.

Recuperado de:

http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-105017_archivo_pdf.pdf

El Congreso de Colombia Ley 746 de 2002 "Por la cual se regula la tenencia y registro de perros potencialmente peligrosos". Recuperado de:

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=5515>

El Congreso de Colombia Ley 1774 de 2016 "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". Recuperado de:

<http://es.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201774%20DEL%206%20DE%20ENERO%20DE%202016.pdf>

- Galindo, C. (2011). *Formulación y evaluación de planes de negocio*. Ediciones de la U.
- Gomez, L., Atehortua, C., & Orozco, S. (2007). La influencia de las mascotas en la vida humana. *Colombiana de Ciencias Pecuarias*, 378.
- Rodriguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento y gestión*.
- Schnarch, A. (2014). *Emprendimiento exitoso: Cómo mejorar su proceso y gestión*. Bogotá: Ecoe Ediciones Ltda.
- Sparano, H. (2014). EMPRENDIMIENTO EN AMÉRICA LATINA Y SU IMPACTO LA GESTIÓN DE PROYECTOS. *Dimensión empresarial*, 95-106.
- Vásquez, C. (Marzo de 2009). "Mascotas: ¿Amigos medicinales?". *Pepsic Periódicos electrónicos em psicología*.

Anexo 1

“Espíritu animal en una jungla de negocios”

Un emprendedor tendrá que ser como la culebra: paciente y perseverante ya que habrán días muy difíciles; como el águila: contar con buena visión y asertividad, será un factor clave de éxito; como el pulpo: audaz y creativo para poder solventar los obstáculos que se presenten; como el perro: leal con los sueños y metas propuestas; como el búho: tenerse confianza, muy analítico y observador ya que hay que creer en lo que se hace, recuerda que “si uno primero no cree en sí mismo nadie lo hará” aquí se puede mencionar el tener buena autoestima, habrán muchas experiencias en la vida cotidiana que servirán como ejemplos para tomar múltiples decisiones con base en análisis realizados con anterioridad; hay que ser como el oso ante una o varias oportunidades hay que aprovechar, recuerda que a pesar lo doloroso que sea el camino se obtendrá una recompensa; como la araña: de manera autónoma teje su refugio y lo defiende a capa y espada, porque de ello dependerá su supervivencia; como el zorro: astuto, activo y espontáneo, para los negocios es radical tener esta chispita; como el león: independiente y líder, factores claves ya que el ser independientes proporciona seguridad y ser líder hará que muchas personas lo admiren y lo sigan importantísimo para acentuarse como un gran empresario; como el gato: arriesgado y explorador, tomar iniciativas y salir de la zona de confort muchas veces traerá consigo muchas cosas buenas; como el delfín: enérgico y le gusta el trabajo en equipo, hay que estar dispuestos siempre a cooperar ya que cabe nombrar la frase “hoy por ti, mañana por mí” o simplemente por satisfacción personal, recuerda que el trabajo siempre debe buscar en ti ser mejor persona; como las hormigas: trabajadoras, hay que luchar por lo que deseamos; como el castor: ordenado con sus tareas, la disciplina garantizará el éxito; como el chimpancé: inteligente e ingenioso, la capacidad de aprendizaje se reflejará en los resultados, nunca se verá trancado por obstáculos porque se desarrollara la creatividad y la innovación y por último y sin desmerecer a tantos animales hermosos y talentosos, el elefante: a paso lento, porque hay que plasmar una estructura fuerte y resistente, eso no se hace de la noche a la mañana por eso que mejor ejemplo para dejar huella.

Anexo 2

ENCUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA ENTIDAD PROMOTORA DE SALUD (EPS) PARA LAS MASCOTAS EN EL MUNICIPIO DE CHÍA

Datos del propietario. Nombre: _____

Edad: _____ Sexo: Masculino _____ Femenino _____

Teléfono/Celular: _____ Estrato: _____

1. ¿Tiene mascota(s)? Sí _____ No _____. ¿Qué especie(s) tiene? Canino _____ Felino _____ Otro _____ ¿Cuál? _____
2. ¿Estaría de acuerdo con la creación de una EPS para mascotas en Chía?
Sí _____ No _____
3. ¿Afiliaría a su(s) mascotas a una EPS? Sí _____ No _____
4. ¿Con qué frecuencia lleva su mascota al veterinario?
Mensualmente _____ Trimestralmente _____ Semestralmente _____
Anualmente _____ Nunca _____
5. ¿Qué servicios ha utilizado para su mascota?
Asesorías _____ Consulta veterinaria _____ Cirugías _____
Odontología _____ Laboratorio Clínico _____ Peluquería _____
Otro _____ ¿Cuál? _____
6. ¿En su concepto que otros servicios debería prestar la EPS?
Consulta especializada _____ Urgencias _____ Rayos x _____
Ecografía _____ Endoscopia _____ Otro _____ ¿Cuál? _____
7. ¿Qué considera importante al tomar un servicio veterinario?
Confianza _____ Atención _____ Precios _____ Ubicación _____
Reconocimiento _____ Otro _____ ¿Cuál? _____
8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por el servicio de EPS para su mascota?
\$ 30.000 a \$ 45.000 _____ \$ 45.000 a \$ 60.000 _____
\$ 60.000 a \$ 85.000 _____ Nada _____
9. ¿Cada cuánto le gustaría pagar la cuota del servicio?
Mensual _____ Trimestral _____ Semestral _____ Anual _____
10. ¿Le gustaría que prestáramos estos servicios en otra ciudad?
Sí _____ No _____ ¿Cuál? _____

¡Muchas gracias por su colaboración!

Anexo 3. Ventajas y desventajas de la competencia

VETERINARIAS	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Gold Animal	<ul style="list-style-type: none"> • Precios muy bajos • Ubicado en el parque principal 	<ul style="list-style-type: none"> • Local pequeño • Mercancía de dudosa procedencia
Agricol	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento y trayectoria • Variedad en productos para mascotas y el agro 	<ul style="list-style-type: none"> • No tienen servicio veterinario ni de peluquería todo el tiempo
Prana	<ul style="list-style-type: none"> • Establecimiento grande • Buena ubicación • Prestan varios servicios veterinarios 	<ul style="list-style-type: none"> • No tiene experiencia en el mercado • No tiene equipos especializados
Dido	<ul style="list-style-type: none"> • Tiene varias sedes en Chía y Cajicá • Variedad de productos y servicios 	<ul style="list-style-type: none"> • Rotan mucho a los médicos veterinarios y los peluqueros
Vetas	<ul style="list-style-type: none"> • Buen equipo médico • Convenio con clínicas en Estados Unidos • Tiene ambulancia 	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevos en Chía • Única sede en Colombia
Berkana	<ul style="list-style-type: none"> • Es un centro de especialistas veterinarios • Servicio 24 horas 	<ul style="list-style-type: none"> • Precios altos • Aunque están ubicados en la vía principal de Chía no tienen buena visibilidad

Fuente: Autor del ensayo