

Estudio de viabilidad de Doggy House en la ciudad de Bogotá



Estudio de viabilidad empresa productora de casas para perros a base de materiales reciclables en la ciudad de Bogotá

Michael Sneider Cárdenas Pedraza

Yulieth Carolina Echeverri Parra

Gabriela Huérfano Manrique

Vanessa Salgado Salgado

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Virtual y a Distancia

Programa Especialización en Gerencia de Proyectos

08 de agosto de 2021

Estudio de viabilidad de Doggy House en la ciudad de Bogotá

Estudio de viabilidad empresa productora de casas para perros a base de materiales reciclables en la ciudad de Bogotá

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Especialista en Gerencia de Proyectos

Asesor(a)
Jhony Alexander Barrera
Magister en Administración y Dirección de Empresas

Corporación Universitaria Minuto de Dios
Rectoría Virtual y a Distancia
Programa Especialización en Gerencia de Proyectos
08 de agosto de 2021

Contenido

Lista de tablas.....	8
Lista de Figuras.....	11
Resumen.....	14
Abstract.....	15
Introducción.....	16
1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	17
1.1 Descripción del problema.....	17
1.1.1 Diagrama de Árbol del Problema.....	18
1.1.2 Análisis del diagrama de Árbol del Problema.....	19
2 OBJETIVOS.....	20
2.1 Objetivo general.....	20
2.2 Objetivos específicos.....	20
3 JUSTIFICACIÓN.....	21
4 ESTUDIO DE MERCADO.....	22
4.1 Descripción del producto.....	22
4.1.1 Atributos.....	22
4.1.2 Beneficios.....	22
4.1.3 Clasificación.....	23
4.1.4 Asignación de la marca.....	23
4.1.5 Presentación.....	24
4.1.6 Etiquetado.....	32
4.1.7 Servicio de apoyo.....	34
4.1.8 Ficha técnica del producto.....	34
4.2 Descripción del sector económico donde se enmarca el proyecto.....	37

Estudio de viabilidad de Doggy House en la ciudad de Bogotá

4.2.1	Sector y generalidades del sector.....	38
4.2.2	Estadísticas del sector.....	38
4.2.3	Estructura del mercado.....	39
4.3	Estructura del mercado local donde se ubica el proyecto.....	39
4.3.1	Ubicación y zona de influencia.....	40
4.3.2	Mercado proveedor.....	40
4.3.3	Mercado distribuidor.....	42
4.4	Análisis de la oferta.....	42
4.4.1	Factores determinantes de la oferta.....	42
4.4.2	Matriz de competidores.....	43
4.4.3	Identificación de productos sustitutos y productos complementarios.....	45
4.5	Análisis de la demanda.....	45
4.5.1	Mercado objetivo.....	46
4.5.2	Perfil del consumidor.....	47
4.5.3	Proyección de demanda potencial a 10 años.....	47
4.5.4	Proyección de ventas a 10 años.....	49
4.6	Precio.....	51
4.6.1	Precio de venta de la competencia.....	51
4.6.2	Costo de producción unitario.....	53
4.6.3	Costo de producción total.....	54
4.6.4	Precio de venta validado en el mercado (resultados encuesta).....	55
4.6.5	Asignación de precio.....	55
4.7	Promoción y distribución.....	57
4.7.1	Canales de comunicación.....	57
4.7.2	Fuerza de ventas.....	57
4.7.3	Estrategia publicitaria.....	58
4.7.4	Canales de distribución.....	59
4.8	De la encuesta.....	59
4.8.1	De la construcción del instrumento.....	59

Estudio de viabilidad de Doggy House en la ciudad de Bogotá

4.8.2	De la validación del instrumento	62
4.8.3	De la población total y la muestra	62
4.8.4	Resultados.....	64
4.8.5	Análisis de la información y conclusiones	66
5	ESTUDIO TÉCNICO.....	67
5.1	Localización del proyecto	67
5.1.1	Macro localización.....	67
5.1.2	Micro localización	68
5.2	Proceso de producción	71
5.2.1	Descripción del proceso de producción.....	71
5.2.2	Diagrama de flujo proceso de producción	73
5.2.3	Tecnología para el desarrollo del proyecto.....	73
5.2.4	Descripción de personal para el proceso de producción.....	74
5.2.5	De la planta.....	75
5.2.6	Control de calidad y seguridad industrial	75
5.2.7	Resumen de la inversión necesaria para la puesta en marcha	77
6	ADMINISTRATIVO – ORGANIZACIONAL.....	79
6.1	Identificación de la organización	79
6.1.1	Nombre	79
6.1.2	Slogan	79
6.1.3	Logotipo.....	79
6.2	Planeación estratégica	80
6.2.1	Misión.....	80
6.2.2	Visión.....	80
6.2.3	Valores organizacionales	80
6.2.4	Objetivos organizacionales.....	81
6.2.7	Políticas organizacionales.....	82
6.3	Estructura organizacional.....	83
6.3.1	Organigrama	84

Estudio de viabilidad de Doggy House en la ciudad de Bogotá

6.3.2	Marco legal de vinculación.....	84
6.4	Inversión en adecuación administrativa	84
6.5	De la constitución de la sociedad	85
6.5.1	Acta de constitución y estatutos de la sociedad.....	85
6.5.2	Costos de constitución	85
6.5.3	Estructura patrimonial	86
7	ESTUDIO LEGAL.....	87
7.1	Legislación que afecta al proyecto por su ubicación.....	87
7.2	Legislación que afecta el desarrollo y/o venta del producto	87
7.3	Legislación que afecta los procesos de contratación y vinculación laboral según el proyecto.....	88
7.4	Legislación tributaria que afecta el proyecto.	89
8	ESTUDIO AMBIENTAL.....	90
8.1	Objeto y alcance del estudio.....	90
8.2	Delimitación del área de influencia directa e indirecta del proyecto	90
8.3	Descripción del proyecto.....	92
8.4	Compatibilidad del proyecto con los usos del suelo establecidos en el POT	92
8.5	Comunidades y mecanismos para informarles sobre el proyecto	93
8.6	Descripción del medio biótico, abiótico o socioeconómico en el cual se pretende desarrollar el proyecto.....	93
8.7	Identificación y evaluación de los impactos ambientales que pueda ocasionar el proyecto.....	95
8.7.1	Medio Abiótico.....	95
8.7.2	Medio biótico.....	96
8.7.3	Medio socioeconómico.....	96
8.8	Propuesta de plan de manejo ambiental	97
8.8.1	Monitoreo del proyecto.....	98
8.8.2	Costos proyectados del plan de manejo ambiental	99
9	ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO.....	101
9.1	Definición de inversiones diferidas.....	101

Estudio de viabilidad de Doggy House en la ciudad de Bogotá

9.2	Definición de inversiones fijas.....	101
9.3	Estructura de capital	102
9.3.1	Recursos propios.....	102
9.3.2	Recursos con terceros	102
9.4	Proyección de presupuestos a 10 años	106
9.4.1	Presupuesto de ventas	106
9.4.2	Presupuesto de producción	109
9.4.3	Presupuesto de gastos operacionales, no operacionales e ingresos no operacionales.....	112
9.5	Proyección de estados financieros a 10 años	115
9.5.1	Estado de situación financiera	115
9.5.2	Estado de resultados	121
9.6	Proyección de flujo de caja a 10 años	123
10	EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	127
10.1	Presentación de indicadores financieros de liquidez y rentabilidad.....	127
10.2	Evaluación financiera - Valor Presente Neto y TIR.....	129
10.2.1	Determinación de la tasa de descuento	129
10.2.2	Cálculo del Valor Presente Neto.....	129
10.2.3	Cálculo de la Tasa Interna de Retorno.....	129
11	CONCLUSIONES	130
	Referencias.....	132
	Anexos	139

Lista de tablas

Tabla 1.....	28
Tabla 2.....	28
Tabla 3.....	29
Tabla 4.....	29
Tabla 5.....	34
Tabla 6.....	35
Tabla 7.....	36
Tabla 8.....	40
Tabla 9.....	43
Tabla 10.....	43
Tabla 11.....	44
Tabla 12.....	47
Tabla 13.....	47
Tabla 14.....	48
Tabla 15.....	49
Tabla 16.....	49
Tabla 17.....	50
Tabla 18.....	51
Tabla 19.....	53
Tabla 20.....	53
Tabla 21.....	53
Tabla 22.....	54
Tabla 23.....	54
Tabla 24.....	55
Tabla 25.....	55
Tabla 26.....	56
Tabla 27.....	56
Tabla 28.....	70
Tabla 29.....	71
Tabla 30.....	74
Tabla 31.....	74
Tabla 32.....	78
Tabla 33.....	85
Tabla 34.....	87
Tabla 35.....	87
Tabla 36.....	88
Tabla 37.....	89

Estudio de viabilidad de Doggy House en la ciudad de Bogotá

Tabla 38.....	95
Tabla 39.....	96
Tabla 40.....	97
Tabla 41.....	98
Tabla 42.....	98
Tabla 43.....	99
Tabla 44.....	99
Tabla 45.....	101
Tabla 46.....	101
Tabla 47.....	102
Tabla 48.....	102
Tabla 49.....	107
Tabla 50.....	107
Tabla 51.....	107
Tabla 52.....	108
Tabla 53.....	108
Tabla 54.....	108
Tabla 55.....	109
Tabla 56.....	109
Tabla 57.....	110
Tabla 58.....	111
Tabla 59.....	111
Tabla 60.....	112
Tabla 61.....	112
Tabla 62.....	113
Tabla 63.....	113
Tabla 64.....	114
Tabla 65.....	114
Tabla 66.....	114
Tabla 67.....	114
Tabla 68.....	115
Tabla 69.....	115
Tabla 70.....	118
Tabla 71.....	121
Tabla 72.....	122
Tabla 73.....	123
Tabla 74.....	125
Tabla 75.....	127
Tabla 76.....	127
Tabla 77.....	127
Tabla 78.....	128

Estudio de viabilidad de Doggy House en la ciudad de Bogotá

Tabla 79.....	128
Tabla 80.....	128
Tabla 81.....	129

Lista de Figuras

Figura 1. Árbol del problema	18
Figura 2. Gasto destinado a mascotas mensualmente	19
Figura 3. Logotipo DOGGY HOUSE	24
Figura 4. Modelo revit - small doggy – estructura	25
Figura 5. Modelo revit - medium doggy – estructura	25
Figura 6. Modelo revit - big doggy – estructura	26
Figura 7. Modelo revit - estructura base	26
Figura 8. Modelo revit - estructura armable.....	27
Figura 9. Modelo revit - estructura armable.....	27
Figura 10. Cartón plast.....	28
Figura 11. Velcro adhesivo	29
Figura 12. Espuma poliuretano	29
Figura 13. Tela algodón	30
Figura 14. Pictograma humedad	31
Figura 15. Pictograma sol	31
Figura 16. Pictograma hacia arriba	31
Figura 17. Pictograma manipular con cuidado.....	31
Figura 18. Etiqueta small doggy	32
Figura 19. Etiqueta medium doggy	33
Figura 20. Etiqueta big doggy	33
Figura 21. Diseño small doggy	35

Estudio de viabilidad de Doggy House en la ciudad de Bogotá

Figura 22. Medidas small doggy	35
Figura 23. Diseño medium doggy	36
Figura 24. Medidas medium doggy	36
Figura 25. Diseño big doggy	37
Figura 26. Medidas big doggy	37
Figura 27. Aporte al PIB 2020	38
Figura 28. Gasto destinado a mascotas mensualmente	39
Figura 29. Casa para perro plástica	43
Figura 30. Casa para perro plástica	44
Figura 31. Casa para perro	45
Figura 32. Preferencia de mascotas en Bogotá	46
Figura 33. Perfil del cargo: community manager	58
Figura 34. Características de la mascota de raza pequeña	60
Figura 35. Características de la mascota de raza mediana	61
Figura 36. Características de la mascota de raza grande	61
Figura 37. Calculo tamaño de la muestra	63
Figura 38. Contar con una mascota en el hogar	64
Figura 39. Preferencia de mascotas de la muestra	65
Figura 40. Valor promedio de las casas	65
Figura 41. Mapa localidades Bogotá	67
Figura 42. Mapa localidad Engativá	68
Figura 43. Mapa localidad Fontibón	69
Figura 44. Mapa localidad Kennedy	69
Figura 45. Mapa localidad Suba	70
Figura 46. Diagrama de flujo proceso de producción	73

Estudio de viabilidad de Doggy House en la ciudad de Bogotá

Figura 47. Control de calidad.....	76
Figura 48. Gestión del riesgo Doggy House	76
Figura 49. Logotipo Doggy House.....	79
Figura 50. Organigrama Doggy House	84
Figura 51. Mapa área urbanística Bogotá D.C.....	91
Figura 52. Pirámide poblacional Bogotá D.C.	91
Figura 53. Nuevas empresas en Bogotá	92
Figura 54. Ubicación geográfica de la localidad de Engativá.....	94
Figura 55. Uso del suelo de Engativá.....	95
Figura 56. Modelo canvas	139
Figura 57. Planos planta de Doggy House	140

Estudio de viabilidad de Doggy House en la ciudad de Bogotá

Resumen

El presente proyecto busca estudiar la viabilidad de crear una empresa que fabrique casas plegables para perros, a base de materiales reciclables (cartónplast) en la ciudad de Bogotá. La empresa se llamará Doggy House, y ofrecerá al mercado tres tipos de casas: Small Doggy, Medium Doggy y Big Doggy las cuales estarán destinadas para perros de razas pequeñas, medianas y grandes correspondientemente, su venta se realizará por medios digitales (redes sociales, página web) y la distribución se realizará por domicilio.

Palabras clave: Doggy House; caninos; casas; confort; reciclable.

Estudio de viabilidad de Doggy House en la ciudad de Bogotá

Abstract

This project studies the feasibility of creating a company that manufactures folding houses for dogs, based on recyclable materials (cardboardplast) in the city of Bogota. The company will be called Doggy House, and will offer the market three types of houses: Small Doggy, Medium Doggy and Big Doggy which will be intended for dogs of small, medium and large breeds, its sale will be made by digital media (social networks, website) and distribution will be made by delivery

Keywords: Doggy House; canines; houses; comfort; recyclable.

Introducción

El presente proyecto comprende el estudio de viabilidad de la creación de la empresa Doggy House la cual fabricará casas plegables para perros a base de materiales reciclables (cartónplast) en la ciudad de Bogotá con tres productos diferentes, una small doggy para perros de razas pequeñas, una medium doggy para perros de razas medianas, y una big doggy para perros de razas grandes. Para determinar dicha viabilidad se desarrolló un estudio de mercado, un estudio técnico, un estudio administrativo, un estudio legal, un estudio ambiental, un estudio financiero y por último una evaluación financiera en donde se determinó la viabilidad del proyecto.

1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A continuación, se realiza la descripción del problema identificado como una oportunidad de negocio que estará soportado por un diagrama de árbol del problema con su respectivo análisis, esto se realiza con el fin de contextualizar a los lectores sobre la necesidad identificada por el equipo de trabajo, y de la cual nace el proyecto.

1.1 Descripción del problema

Se evidencia una tendencia creciente a la tenencia de mascotas en los hogares, lo cual es respaldado por las últimas encuestas realizadas por FENALCO pues indican que el 43% de hogares colombianos tienen mascotas, adicionalmente, el 39% de estos hogares son de estrato medio y el 47% de estrato alto (FENALCO, s.f.), asimismo, de acuerdo con la Revista Pet Industry hay cerca de 3 millones y medio (3.500.000) de mascotas en Colombia, de las cuales el 67% son perros, el 18% gatos y el 16% de los hogares tienen ambos (PetIndustry, 2019). Lo anterior favorece el desarrollo del mercado de mascotas en el país y por ende en la ciudad de Bogotá, ya que hoy en día las mascotas tienen una gran conexión emocional con sus dueños, llegando a considerarlas un miembro más de la familia.

A raíz de los aislamientos obligatorios generados debido a la pandemia del coronavirus COVID - 19, se incrementaron las solicitudes de adopción de mascotas en situación de abandono en la ciudad de Bogotá, así lo indica el Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal, ante el cual en tan solo un mes se están recibiendo cerca de 1.771 solicitudes de adopción (Semana, 2020), esto genera un panorama alentador para la ciudad con la reducción de animales en situación de calle y a su vez brinda la oportunidad de generar nuevas ideas de negocios innovadores en el mercado, pues la demanda de productos para mascotas va en aumento, y permite ofrecer a estos hogares una opción diferente para brindar a sus mascotas una estadía confortable y amigable con el medio ambiente.

De igual modo, otra de las principales razones por la que los padres deciden adoptar y regalar a sus hijos mascotas, entre ellos perros, es con el fin de incentivar y motivar en el niño cierto grado de responsabilidad cultivando en ellos desde la temprana edad valores y sentimientos importantes para el desarrollo de los niños como la empatía, el amor incondicional, el respeto, la responsabilidad, la compasión, la fidelidad, entre otros, además contribuye a la disminución de enfermedades como el asma debido a que el contacto con el pelo de la mascota genera inmunidad en el niño (Infantil, s.f.).

Por otra parte, se dice que en el país 6 de cada 10 hogares tienen mascotas según un estudio realizado por Brandstrat a través de una encuesta online; cabe resaltar que Bogotá ocupa

el primer lugar entre Medellín y Cali como la ciudad que más adopta mascotas y particularmente los estratos socioeconómicos medios y bajos tienen más mascotas, de esta manera cuando aumenta el estrato disminuye la tendencia a la adopción, pero aumenta a la compra de mascotas (República, 2019).

Con base a lo anterior, se observa la importancia de brindar a los dueños de mascotas un producto especial y confortable para la estancia de los perros dentro de los hogares, de este modo, se identifica la oportunidad de adoptar mecanismos de construcción de viviendas a base de materiales reciclables con diseños sencillos y prácticos para la venta, obteniendo así una convivencia saludable entre las personas y sus mascotas dentro de los hogares en la ciudad de Bogotá.

1.1.1 Diagrama de Árbol del Problema

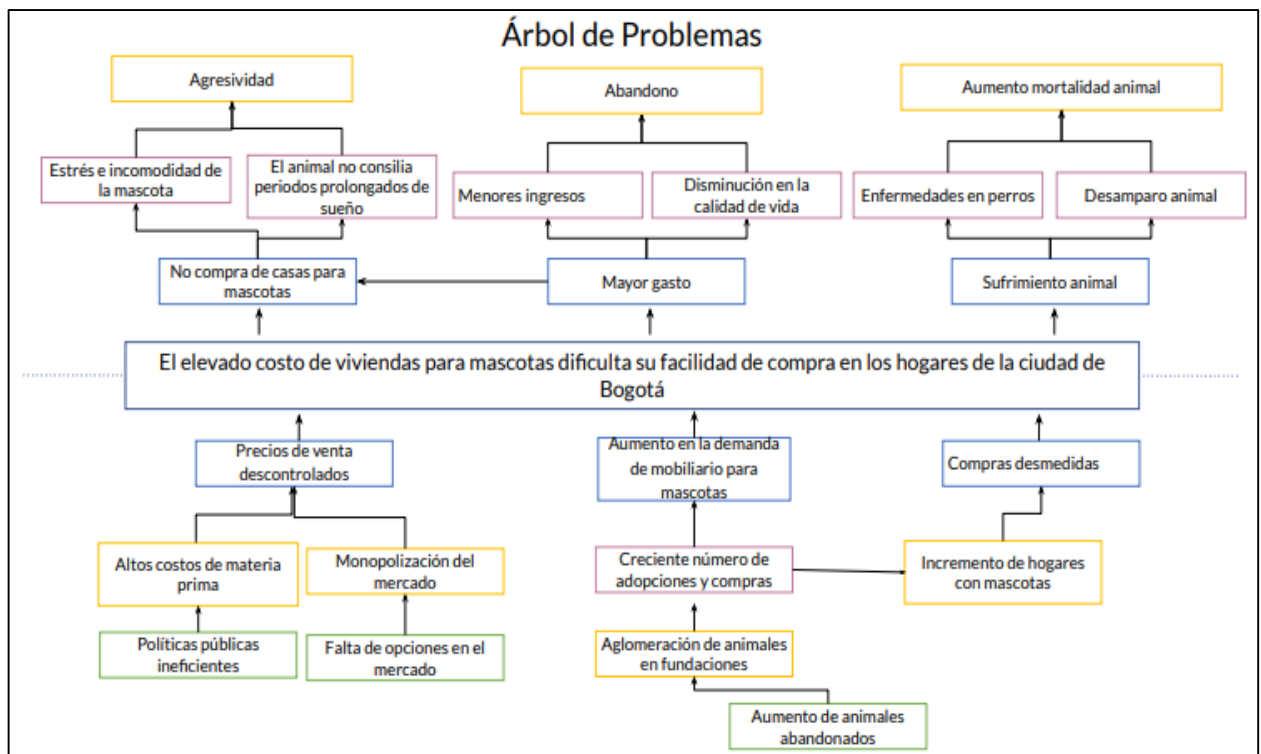


Figura 1. Árbol del problema

(Cárdenas. Echeverri. Huérfano. Salgado, 2021)

1.1.2 Análisis del diagrama de Árbol del Problema

Dentro de las problemáticas evidenciadas, el uso de materiales costosos en la fabricación de casas para mascotas eleva el precio de venta que se oferta en el mercado, lo cual dificulta que los hogares bogotanos puedan acceder a este producto, esto ocasiona que las familias opten por dejar durmiendo a sus mascotas en zonas desapacibles de los hogares tales como patios, cartoneros o el suelo generando un aumento de estrés en el animal que puede causar enfermedades físicas y mentales con finales poco alentadores para las mascotas que van desde el abandono hasta la causa de muerte de los animales por enfermedades; el problema del elevado precio de venta de casas para mascotas se fundamenta en el estudio realizado por la Secretaría de Desarrollo Económico que determinó el gasto mensual de los hogares destinado a sus mascotas que dividido así, menor a \$100.000 en un 55%, entre 100.001 y \$200.000 un 30%, entre \$200.001 y \$500.000 un 12% y el 3% restante un valor mayor a \$500.001 (Martínez, 2019).

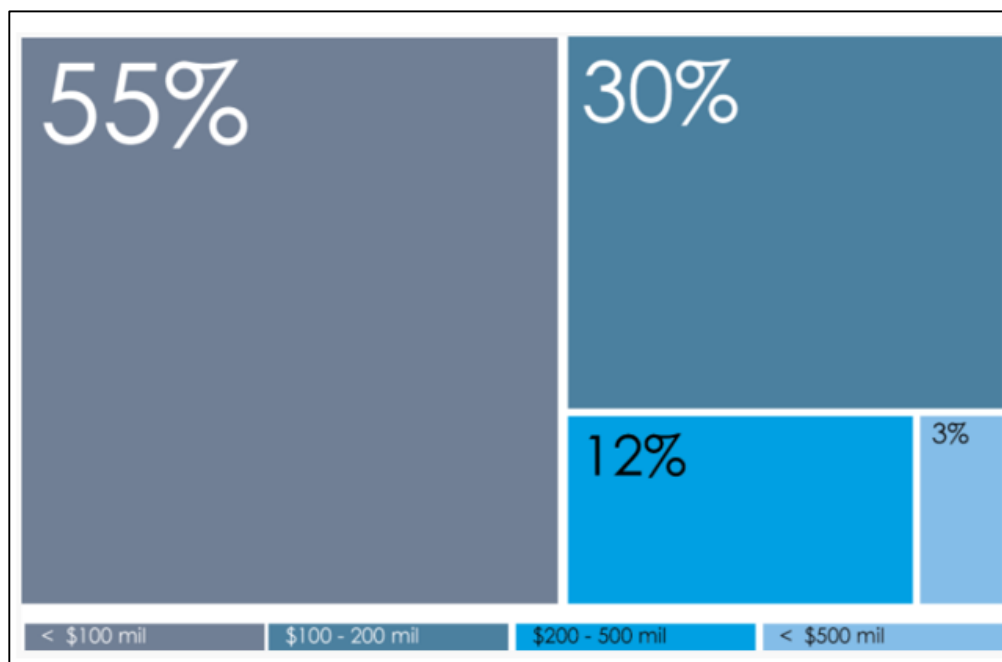


Figura 2. Gasto destinado a mascotas mensualmente

(Martínez, 2019)

Por otra parte, el escaso aprovechamiento de materiales reciclables en la construcción de las viviendas de mascotas, representa un riesgo para el medio ambiente, ya que genera desechos que no son aprovechados y se convierten en un factor contaminante aumentando el impacto ambiental.

2 OBJETIVOS

En el presente apartado, se plantea el objetivo general y los objetivos específicos que se deben llevar a cabo para determinar la viabilidad de la creación de Doggy House.

2.1 Objetivo general

Determinar la viabilidad de la creación de una empresa productora de casas plegables a base de materiales reciclables para animales domésticos en la ciudad de Bogotá.

2.2 Objetivos específicos

- Desarrollar el estudio de mercado para la creación de una empresa productora de casas para perros a base de materiales reciclables en la ciudad de Bogotá.
- Desarrollar el estudio técnico para la creación de una empresa productora de casas para perros a base de materiales reciclables en la ciudad de Bogotá.
- Desarrollar el estudio administrativo y organizacional para la creación de una empresa productora de casas para perros a base de materiales reciclables en la ciudad de Bogotá.
- Desarrollar el estudio legal para la creación de una empresa productora de casas para perros a base de materiales reciclables en la ciudad de Bogotá.
- Desarrollar el estudio ambiental para la creación de una empresa productora de casas para perros a base de materiales reciclables en la ciudad de Bogotá.
- Desarrollar el estudio económico y financiero, para la creación de una empresa productora de casas para perros a base de materiales reciclables en la ciudad de Bogotá.
- Desarrollar la evaluación financiera para la creación de una empresa productora de casas para perros a base de materiales reciclables en la ciudad de Bogotá.

3 JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto surge con el ánimo de brindar bienestar a las mascotas, que se han convertido en una de las especies más importantes en la sociedad, estos animales han traído beneficios al ser humano, ya que contribuyen positivamente en la calidad de vida de las personas y a su salud mental, por consiguiente, es responsabilidad de Doggy House brindar a las mascotas entornos que satisfagan sus necesidades y se otorgue un adecuado entorno de tranquilidad y confort. (Forbes, 2015).

Por lo anterior, DOGGYHOUSE, busca implementar estrategias de comodidad y confort a la mascota canina creando espacios portátiles fáciles de armar y económicos que le brinden a la mascota un espacio cálido y amable con el medio ambiente.

DOGGYHOUSE, ofrecerá un producto al público que garantice el bienestar del canino en cualquier lugar donde se encuentre, mediante la implementación de casas plegables fabricadas en material biodegradable, con la cual el propietario de la mascota podrá transportarla y armarla en un lugar u otro garantizando la comodidad a su mascota en todo momento.

4 ESTUDIO DE MERCADO

A continuación, se desarrolla el estudio de mercado planteado en los objetivos, con el cual se busca aplicar una encuesta que permita conocer la demanda de DOGGYHOUSE al ofrecer un producto a la comunidad en la ciudad de Bogotá, brindando casas para animales domésticos (perros) mediante la fabricación de viviendas a base de materiales reciclables mitigando el impacto negativo ambiental.

4.1 Descripción del producto

En el presente apartado se realiza una breve descripción de los atributos, beneficios y clasificación del producto, adicionalmente, se describe el diseño del producto en cuanto a forma y los materiales con que será fabricado.

4.1.1 Atributos

Acorde a satisfacer las necesidades y cumplir con el objetivo del proyecto, DOGGYHOUSE cuenta con un diseño acogedor de casas para perros, con tres tipos de casas, diversos colores, liviano de transportar, duradero y con su propio envase de comida.

Siguiendo con los estándares de calidad (ISO 9001, ISO 14000, ISO 14001), el producto consta de materiales reciclables que aportan al cuidado del medio ambiente, los cuales han sido fabricados a base de materiales plásticos biodegradables (cartónplast) de alta calidad, por esta razón las casas tendrán un precio comercial asequible. Lo anteriormente comentado y el diseño de las casas que serán plegables para llevar a cualquier lugar, hacen que el producto sea innovador y diferente a los que se encuentran actualmente en el mercado.

4.1.2 Beneficios

Doggy House busca reducir el estrés de los animales domésticos (perros), brindando mayor calidad de vida a estos, aportando al cuidado ambiental y generando conciencia social.

Doggy House permite generar un mayor ahorro en los hogares bogotanos ya que sus productos cuentan con un precio asequible y poseen calidad, lo cual permite a las casas tener una larga durabilidad en el tiempo (entre 2-4 años), adicionalmente, estas casas son más livianas

debido al diseño y a los materiales con los que son fabricadas, esto en comparación con las casas convencionales, lo cual facilita su transporte y manipulación.

Acorde con lo anterior, brinda la posibilidad de que las personas y sus mascotas tengan una convivencia sana y agradable, permitiendo fortalecer aún más el vínculo entre dueños y mascotas caninas quienes son considerados como un miembro más de la familia.

4.1.3 Clasificación

DOGGYHOUSE se clasifica como un producto de consumo destinado al consumidor final (perros), el cual es considerado un bien duradero pues está creado con el fin de sobrevivir un largo periodo de tiempo bajo uso constante. El producto desarrollado se encuentra clasificado en el sector económico secundario o industrial de transformación, específicamente dentro del mercado veterinario o de mascotas para el cuidado de los animales domésticos.

4.1.4 Asignación de la marca

En la asignación de la marca se determina cuál será el nombre de la compañía y los tres productos a ofertar en el mercado de las mascotas, adicionalmente, se crea el logotipo de Doggy House.

4.1.4.1 Nombre

Los productos a ofrecer por Doggy House se denominan:

- Small doggy.
- Medium doggy.
- Big doggy.

4.1.4.2 Logotipo

A continuación, se evidencia el logotipo establecido para la empresa Doggy House.

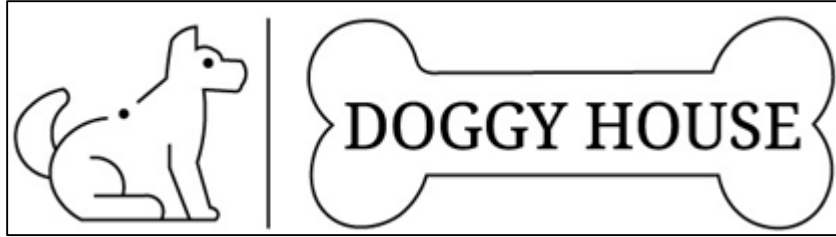


Figura 3. Logotipo DOGGY HOUSE

(Cárdenas. Echeverri. Huérfano. Salgado, 2021)

4.1.5 Presentación

Para la presentación de los productos, se tuvieron en cuenta aspectos de diseño de las casas para perro (forma, tamaño, etc.), los materiales de fabricación y la forma en que serán entregadas al cliente final.

4.1.5.1 Diseño

Los productos ofrecidos por Doggy House cuentan con líneas de producción artesanal acordes al tamaño de las mascotas, dentro de las cuales se ofrece:

- Small doggy.
- Medium doggy.
- Big doggy.

Cada uno de los productos se caracterizará y se alineará al siguiente modelo:

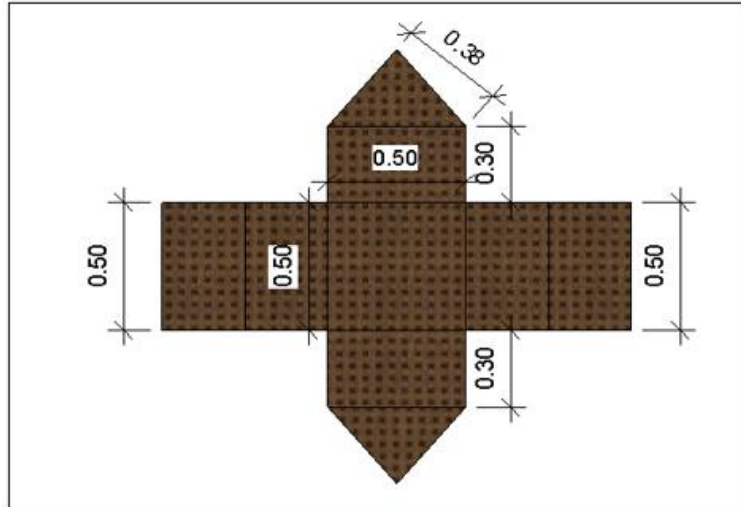


Figura 4. Modelo revit - small doggy – estructura

(Cárdenas. Echeverri. Huérfano. Salgado, 2021)

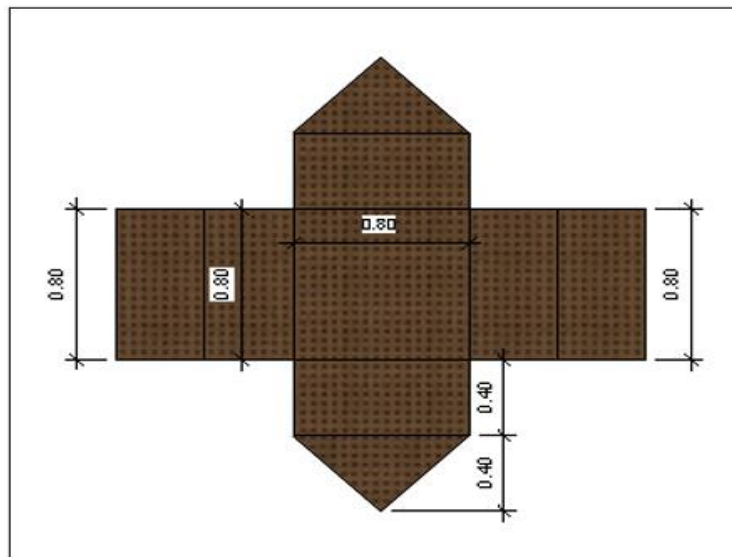


Figura 5. Modelo revit - medium doggy – estructura

(Cárdenas. Echeverri. Huérfano. Salgado, 2021)

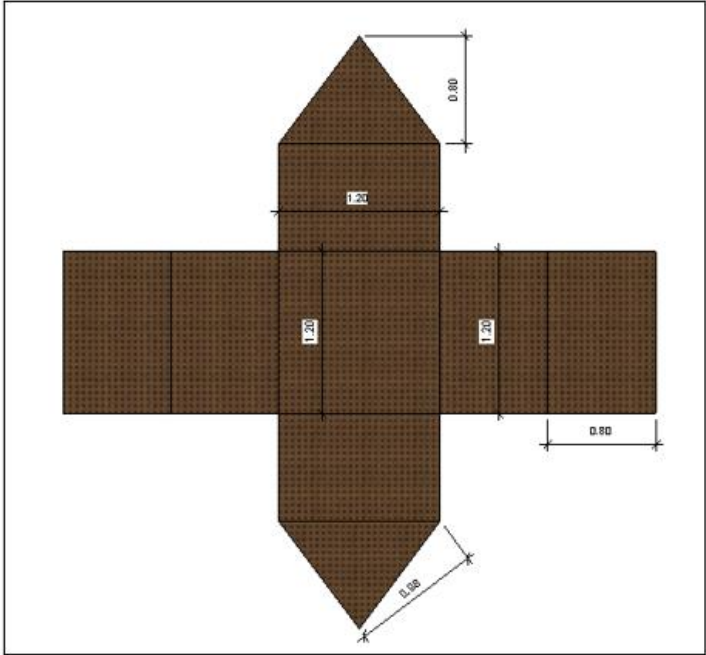
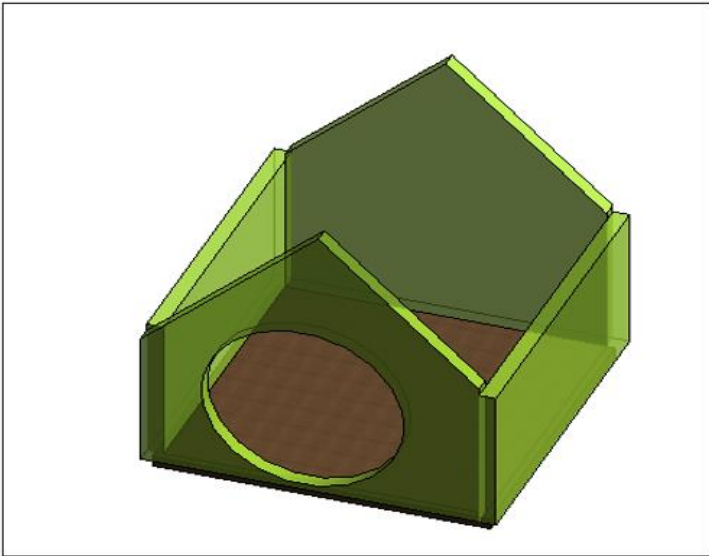


Figura 6. Modelo revit - big doggy – estructura

(Cárdenas. Echeverri. Huérfano. Salgado, 2021)



7. Modelo revit - estructura base

(Cárdenas. Echeverri. Huérfano. Salgado, 2021)

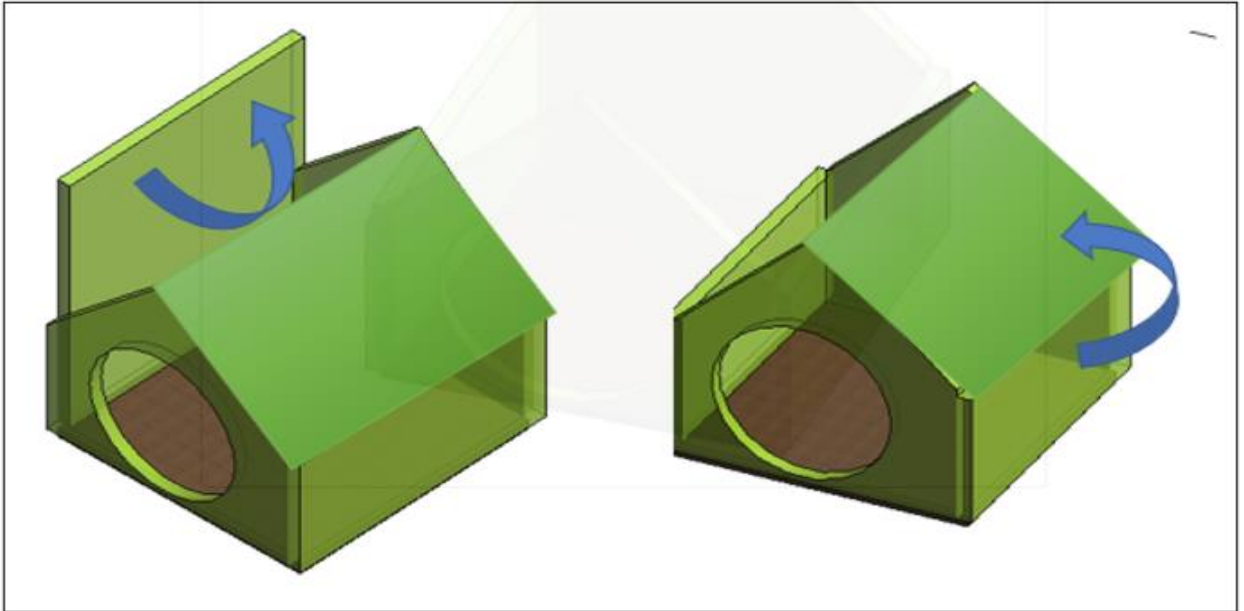


Figura 8. Modelo revit - estructura armable

(Cárdenas. Echeverri. Huérfano. Salgado, 2021)

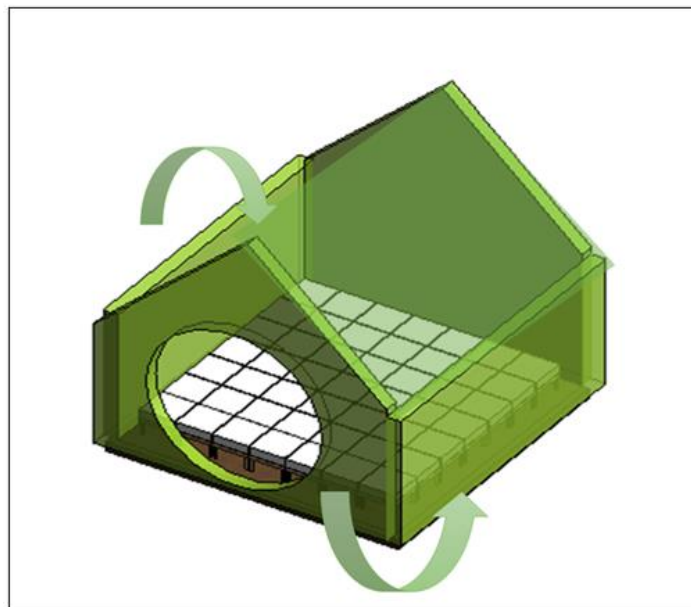


Figura 9. Modelo revit - estructura armable

(Cárdenas. Echeverri. Huérfano. Salgado, 2021)

Tal como se evidencia en el renderizado realizado, los productos ofrecidos cuentan con tres tipos de dimensiones y el diseño es el mismo para todos los productos.

4.1.5.2 Materiales


Las casas plegables serán construidas con material reciclable que se constituye de cartón plast, el cual será la fuente principal de resistencia y cuerpo de la estructura, adicionalmente el material será cubierto por telas acolchadas con el fin de brindar un estilo único y confortable para la mascota.

De acuerdo al diseño establecido, para la unión de las partes de la vivienda se usará velcro adhesivo, el cual facilitará el pliegue y puesta en uso de la casa.

A continuación, se describen las características de los principales materiales a utilizar:

Tabla 1.

Características cartónplast

Cartónplast	
	<p>Descripción del material: El cartónplast es un material con una estructura similar a la del cartón corrugado con la diferencia de que es fabricado en plástico, este material está compuesto por polipropileno homopolímero y copolímero de impacto (Policarbonato., s.f.).</p>
<p>Figura 10. Cartón plast (Cartensa, s.f.)</p>	
<p>Ventajas: Resistente a químicos y contaminantes. Reciclable. Indeformable. Fácil de limpiar. Impermeable Inmune a hongos, bacterias, insectos, roedores.</p>	

Nota: Elaboración propia

Tabla 2

Características Velcro Adhesivo

Velcro Adhesivo



Figura 11. Velcro adhesivo
(Inma Mercería, s.f.)

Descripción del material:

El velcro adhesivo es una tira de nylon conformada por dos partes (hembra y macho) con un adhesivo acrílico (Plásticos, 2015).

Ventajas:

- Alta resistencia al calor.
- Buena adherencia.
- Alta resistencia a la migración plástica.

Nota: Elaboración propia

Tabla 3

Características Espuma

Espuma



Figura 12. Espuma poliuretano
(Simplicol, s.f.)

Descripción del material:

Está compuesto por una combinación de polioli e isocianato que, dependiendo de la cantidad de estos compuestos y la adición de otros, se obtiene la firmeza y densidad de la espuma (Colchonexpress., s.f.).

Ventajas:

- Adaptable.
- Conserva su forma original.

Nota: Elaboración propia

Tabla 4

Características Tela Algodón

Tela Algodón



Figura 13. Tela algodón
(DHgare, s.f.)

Descripción del material:

Es una fibra textil natural que cuenta con diversas propiedades que contribuyen a su perdurabilidad (Ribes & Casals, 2013).

Ventajas:

- Absorbe la humedad.
- Expulsa el calor corporal.
- Se tiñe bien.
- No genera electricidad estática.
- Es aislante.
- Soporta altas temperaturas.
- Fácil de lavar.

Nota: Elaboración propia

4.1.5.3 Embalaje

Los productos serán embalados en cajas tipo Small Size, Medium Size y Big Size, dicho embalaje está basado en las instrucciones de uso y condiciones de almacenamiento del producto de la siguiente manera:

- **Modo de Uso:**
 - a. Sacar cuidadosamente el producto.
 - b. Despliega las bases laterales y frontales.
 - c. Ubica las pestañas de las caras superior, frontal y posterior.
 - d. Pliega primero las caras superiores de la casa.
 - e. Pliega la cara posterior y ajuste con las caras superiores.
 - f. Pliega la cara frontal y ajustes con la posterior y superior.
 - g. Ubica velcro en el recubrimiento acolchonado.
 - h. Cubre la casa con la tela y ajusta el velcro.
- **Pictogramas:**
 - a. Protéjase de la humedad.



Figura 14. Pictograma humedad

(Lugo, s.f.)

b. Protéjase del sol.

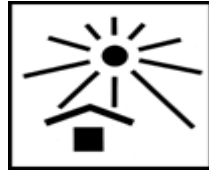


Figura 15. Pictograma sol

(Lugo, s.f.)

c. Hacia arriba.

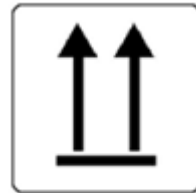


Figura 16. Pictograma hacia arriba

(Lugo, s.f.)

d. Manipular con cuidado.



Figura 17. Pictograma manipular con cuidado

(alonastep, s.f.)

e. Servicio de apoyo.

4.1.6 Etiquetado

Doggy House maneja tres etiquetas las cuales son presentadas a continuación:

4.1.6.1 *Small Doggy*

La etiqueta indicará el nombre del producto, los materiales de fabricación y el peso en kilogramos.

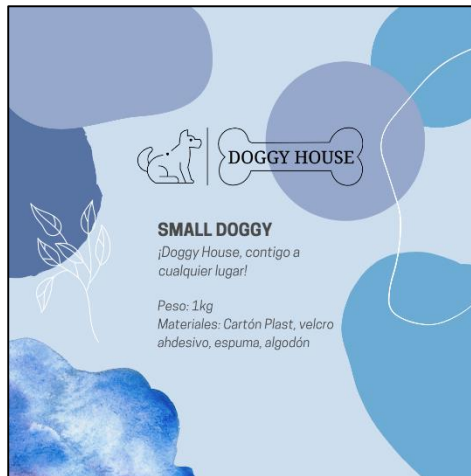


Figura 18. Etiqueta small doggy

(Cárdenas. Echeverri. Huérfano. Salgado, 2021)

4.1.6.2 *Medium Doggy*

La etiqueta indicará el nombre del producto, los materiales de fabricación y el peso en kilogramos.

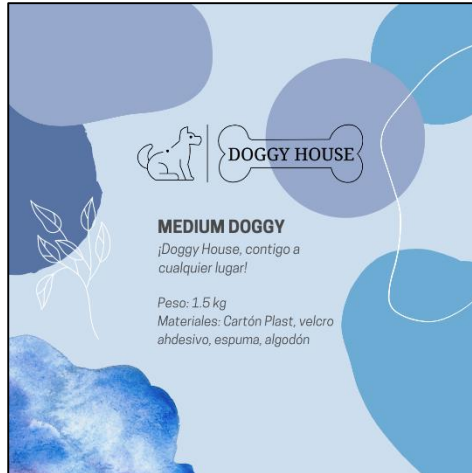


Figura 19. Etiqueta medium doggy

(Cárdenas. Echeverri. Huérfano. Salgado, 2021)

4.1.6.3 Big Doggy

La etiqueta indicará el nombre del producto, los materiales de fabricación y el peso en kilogramos.



Figura 20. Etiqueta big doggy

(Cárdenas. Echeverri. Huérfano. Salgado, 2021)

4.1.7 Servicio de apoyo

Los servicios de apoyo otorgarán a Doggy House mejor aceptación frente al mercado y sus clientes y/o clientes potenciales, por lo cual, estos servicios son tan importantes como la fabricación de las casas, estos servicios serán apoyo en la elección de tamaño de la casa que el cliente debería comprar, de acuerdo con el tamaño de su mascota, y se indicará visualmente los diferentes tipos de color de las telas para la elección del comprador.

4.1.7.1 Garantía

De acuerdo a la Ley 1480 de 2011, Estatuto del Consumidor Artículo 7, se indica que la garantía mínima establecida para este tipo de producto es de 3 meses a partir de la fecha de entrega del mismo, por lo cual, en concordancia con la normatividad vigente, DOGGYHOUSE establece una garantía de 5 meses para reparación por defectos o fallas en las características del producto (Ley 1480 de 2011, 2011).

4.1.7.2 Servicio post venta

En caso de presentar daño o imperfecciones en el material antes de cumplir la garantía de los 5 meses, se prestará un servicio de soporte técnico que consiste en una asesoría vía telefónica o WhatsApp en donde los clientes podrán dejar sus datos personales y su respectiva PQR - Petición, Queja o Reclamo, para tramitar la visita al domicilio y hacer los ajustes o cambios que sean necesarios, de esta manera se garantiza al cliente la prolongación de vida útil del producto.

4.1.8 Ficha técnica del producto

A continuación, se detallan las características de las viviendas de DOGGYHOUSE:

Tabla 5

Ficha Técnica Small Doggy

Ficha técnica	
Nombre producto	Small Doggy

Diseño

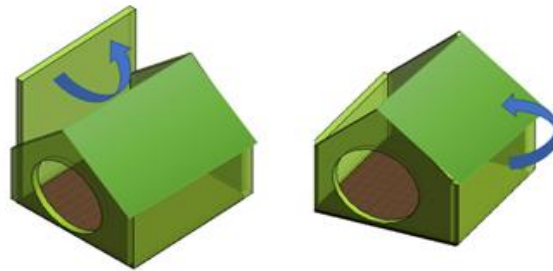


Figura 21. Diseño small doggy
(Cárdenas. Echeverri. Huérfano. Salgado, 2021)

Descripción del producto

Small Doggy es una vivienda confortable diseñada para los amigos caninos razas pequeñas de las personas en hogares los bogotanos.

Insumos:

- Cartón plast
- Velcro adhesivo
- Espuma
- Tela algodón

Color:

De acuerdo a solicitud del cliente.

Medidas:

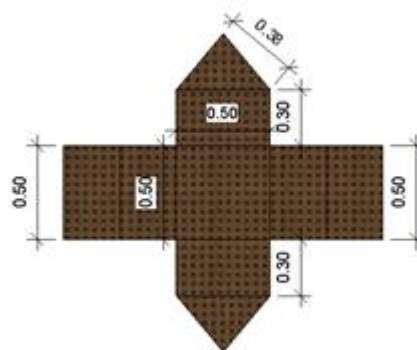


Figura 22. Medidas small doggy
(Cárdenas. Echeverri. Huérfano. Salgado, 2021)

Peso:

Aproximado de 1kg

Nota: Elaboración propia

Tabla 6

Ficha Técnica Medium Doggy

Ficha técnica

Nombre producto	Medium Doggy
------------------------	--------------

Diseño



Figura 23. Diseño medium doggy
(Cárdenas. Echeverri. Huérfano. Salgado, 2021)

Descripción del producto

Medium Doggy es una vivienda confortable diseñada para los amigos caninos razas medianas de las personas en hogares los bogotanos.

Insumos:

- Cartón plast
- Velcro adhesivo
- Espuma
- Tela algodón

Color:

De acuerdo a solicitud del cliente.

Medidas:

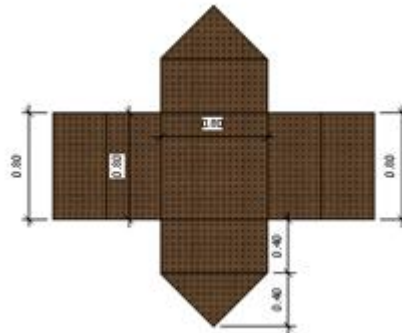


Figura 24. Medidas medium doggy
(Cárdenas. Echeverri. Huérfano. Salgado, 2021)

Peso:

Aproximado de 1.5kg

Nota: Elaboración propia

Tabla 7

Ficha Técnica Big Doggy

Ficha técnica

Nombre producto

Big Doggy

Diseño

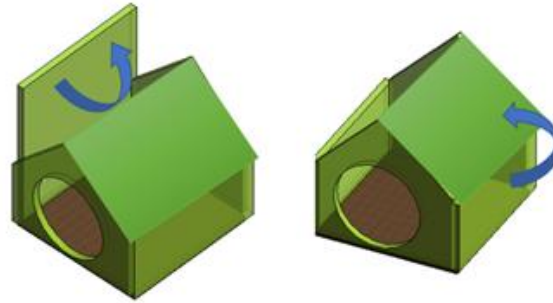


Figura 25. Diseño big doggy
(Cárdenas. Echeverri. Huérfano. Salgado, 2021)

Descripción del producto

Big Doggy es una vivienda confortable diseñada para los amigos caninos razas grandes de las personas en hogares los bogotanos.

Insumos:

Cartón plast
Velcro adhesivo
Espuma
Tela algodón

Color:

De acuerdo a solicitud del cliente.

Medidas:

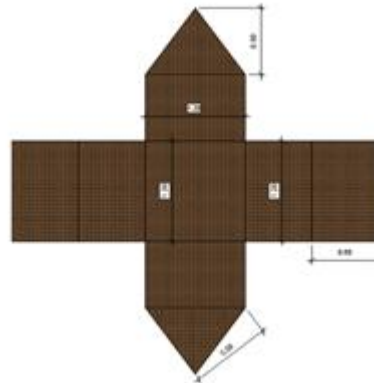


Figura 26. Medidas big doggy
(Cárdenas. Echeverri. Huérfano. Salgado, 2021)

Peso:

Aproximado de 2.5kg

Nota: Elaboración propia

4.2 Descripción del sector económico donde se enmarca el proyecto

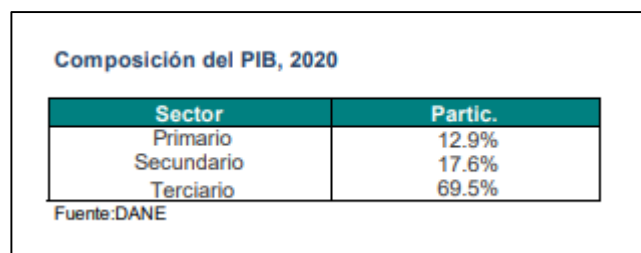
El proyecto está ubicado en el sector secundario de la economía denominado sector industrial, ya que la actividad principal es la transformación de materias primas en un producto terminado.

4.2.1 Sector y generalidades del sector

Doggy House se ubica en el sector económico secundario o industrial de transformación, este sector económico abarca todas las actividades que están relacionadas con la transformación industrial de materias primas (alimentos, bienes, mercancías), usando estos recursos para la creación de nuevos productos, así mismo, este sector se divide en dos: Industrial extractivo e industrial de transformación. El primero hace referencia a actividades mineras y de extracción de petróleo; el segundo se refiere a fabricación de electrodomésticos, embotellado de bebidas, construcción de vehículos, entre otros dependiendo del mercado hacia el cual será dirigido (Banrepcultural, s.f.).

4.2.2 Estadísticas del sector

De acuerdo al Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas de Colombia (DANE), durante el año 2020 el sector secundario de la economía aportó un 17.6% al producto interno bruto (PIB), en el cual se destaca la industria textil, de productos químicos, metalurgia, cemento, envases de cartón, resinas plásticas y bebidas (Mincit, 2021).



Composición del PIB, 2020

Sector	Partic.
Primario	12.9%
Secundario	17.6%
Terciario	69.5%

Fuente: DANE

Figura 27. Aporte al PIB 2020

(Mincit, 2021)

Por otra parte, de acuerdo con las proyecciones realizadas por Euromonitor, el mercado de las mascotas en el país va en aumento, estimando para el año 2020 un crecimiento del 63.1% para productos que engloban el cuidado de mascotas, el 62.8% productos de comida y el 65.7% para productos de mascotas en general (Republica, 2020), esta proyección se realizó teniendo en cuenta la dinámica del mercado en los últimos 5 años, según se representa en la siguiente gráfica:

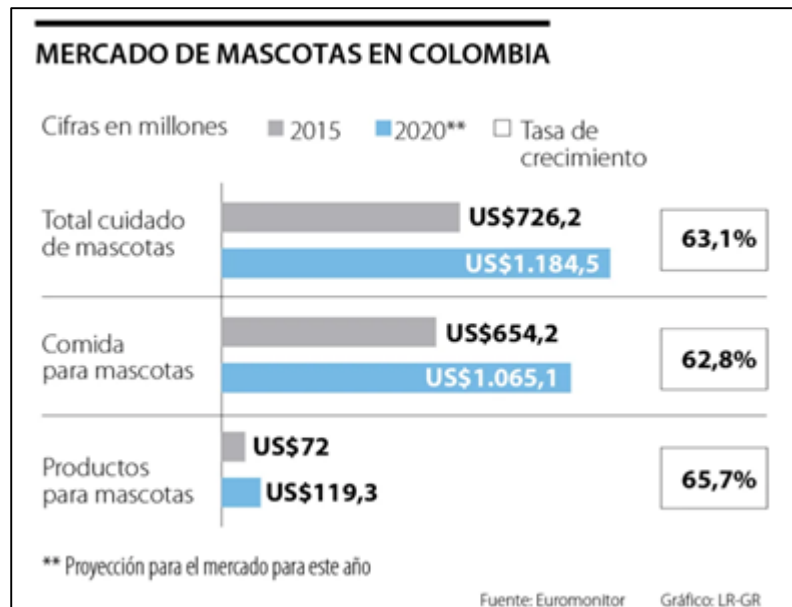


Figura 28. Gasto destinado a mascotas mensualmente

(República, 2020)

Adicionalmente, en un estudio realizado por Gabrica (2019), Colombia es el cuarto país en Latinoamérica que lidera el mercado de las mascotas, con un crecimiento anual del 13%. Brasil, México y Chile ocupan los tres primeros puestos.

4.2.3 Estructura del mercado

El mercado de mascotas en la ciudad de Bogotá se encuentra en un estado de competencia perfecta, pues se encuentran diversidad de competidores, pero ninguno de estos puede influir de forma directa en la determinación de los precios del producto.

4.3 Estructura del mercado local donde se ubica el proyecto

Para determinar la estructura del mercado local del proyecto, se tuvo en cuenta la ciudad en donde el proyecto será ejecutado, la forma de distribución (venta) de los productos, y la facilidad de acceso para entrega y recepción de materias primas, así como la facilidad de distribución desde el centro de operaciones de Doggy House.

4.3.1 Ubicación y zona de influencia

El proyecto se desarrollará en la ciudad de Bogotá y su planta de fabricación estará ubicada en la localidad de Engativá, dado que las ventas se realizarán por medio de internet, no se va a contar con un lugar físico de venta, y el producto será distribuido por medio de mensajería a las diferentes localidades de la ciudad.

4.3.2 Mercado proveedor

Doggy House, impulsado por el compromiso con el cuidado del medio ambiente, el Cartón Plast (la materia prima,) es un material reciclable sobrante de empresas del sector floricultor ubicadas en la sabana de Bogotá, este material es vendido a precios muy bajos así que la mayor parte de la inversión se genera en el transporte para que Doggy House se abastezca dirigiéndose directamente a estas empresas para realizar la compra y recolección de este material. Como valor agregado a la parte estética del producto se incluyen materiales como velcro adhesivo, espuma y tela algodón los cuales serán adquiridos a proveedores seleccionados posteriores al estudio de precios.

4.3.2.1 Matriz de precios de materias primas

Tabla 8

Matriz de Precios

PROVEEDOR	ARTÍCULO	CANTIDAD	PRECIO	ENVÍO	CARACTERÍSTICAS
Feltex	VELCRO	25 Mtrs	\$32.000	0	Sistema práctico de cierre y apertura que se realiza por medio de la unión de dos cintas (macho y hembra).
Insumos Y Telas A Y L	VELCRO	25 Mtrs	\$28.000	8.400	Sistema práctico de cierre y apertura que se realiza por medio de la unión de dos cintas (macho y hembra).

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

Virrey De Los Adornos	VELCRO	25 Mtrs	\$38.000	0	Sistema práctico de cierre y apertura que se realiza por medio de la unión de dos cintas (macho y hembra).
PQA	CARTONPLAST	1 K	\$ 255	\$ 260.000	Vehículo tipo turbo 4.5 TON
Ecoplast	CARTONPLAST	1 K	\$ 300	\$ 150.000	Vehículo tipo Carry 550 K
Coussins Styles	ESPUMA	1x2x1,5	\$ 12.138	\$ 8.400	Es un material muy versátil, se utiliza para producción de diferentes productos (colchones, cojines, etc.).
Imperio Global	ESPUMA	1x2x3	\$ 31.941	\$ 8.400	Es un material muy versátil, se utiliza para producción de diferentes productos (colchones, cojines, etc.).
Industrias CELCO	ESPUMA	1x2x1,5	\$ 25.000	\$ 0	Es un material muy versátil, se utiliza para producción de diferentes productos (colchones, cojines, etc.).
Su Bazar de las Telas	TELA	1Mtr	\$6.500	\$6.500	Material confortable, resistente al daño, conductor de calor y buena absorción de humedad.
Textiles Niko	TELA	1Mtr	\$7.000	\$0	Material confortable, resistente al daño, conductor de calor y buena absorción de humedad.
Tinoco	TELA	1Mtr	\$9.500	\$0	Material confortable, resistente al daño, conductor de calor y buena absorción de humedad.

Nota: Elaboración propia

Analizando la matriz de precios, se observa que los proveedores que ofrecen una mejor relación costo - calidad de las materias primas son:

- Velcro: Feltex
- Cartón Plast: Ecoplast
- Espuma: Coussins Styles
- Tela: Su Bazar de las Telas

4.3.3 Mercado distribuidor

La cadena de distribución involucra los siguientes actores y procesos:

- Distribuidor Paqueteo: Este modelo va a ser usado cuando el volumen de ventas sea bajo, estableciendo unos mínimos de venta correspondiente a un rango de 10 y 20 unidades, sin embargo, la operación se debe hacer teniendo en cuenta que sea costo eficiente y las zonas donde se realicen las entregas.
- Distribución Operador Logístico: Este modelo será aplicado cuando el volumen de ventas sea alto, en un rango mayor a 20 unidades, teniendo en cuenta que se debe planear una ruta lógica de entrega por localidades, donde el costo no supere los márgenes de valor establecido para la distribución.

De acuerdo a las proyecciones realizadas, Doggy House utilizará un distribuidor de paqueteo para los envíos que se requieran generar de un día para otro, de acuerdo a lo acordado con el cliente en los envíos semanales, lo cuales serán en bloque de más de 20 unidades se requerirán de los servicios de un operador logístico.

4.4 Análisis de la oferta

Doggy House realizó un análisis de la competencia para determinar con mayor precisión su valor agregado frente al mercado en aspectos como diseño, calidad, amigable con el medio ambiente y precios asequibles.

4.4.1 Factores determinantes de la oferta

De acuerdo al Observatorio de Desarrollo Económico (Económico, 2019), con base a los registros de la Cámara de Comercio de Bogotá, en la ciudad existen 2.182 establecimientos dedicados al comercio de productos y servicios para mascotas, sin embargo, las casas para mascotas están especialmente suministradas por distribuidores mayoristas como Homecenter,

Rimax y Agrocampo, lo cual conlleva a que estos productos tengan un precio elevado por los costos de producción que implican las características de las casas convencionales.

4.4.2 Matriz de competidores

Dentro de los principales competidores del mercado se encuentran:

Tabla 9

HOMECENTER (SODIMAC CORONA)

HOMECENTER (SODIMAC CORONA)	
<p>Diseño</p>  <p>Figura 29. Casa para perro plástica (Homecenter, s.f.)</p>	<p>Características del producto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Casas resistentes a la intemperie. • Material: Polipropileno. • Protección UV. • Puerta lateral abatible. • Ventana trasera. • Elevada del suelo. • Manejan diversos diseños de casas que oscilan entre los \$129.900 y los \$299.900 (precio que varía de acuerdo al tamaño, diseño y material de la casa).
<p>Ubicación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Centro de distribución Funza. • Centro de distribución Tenjo. • Ubicados en 23 ciudades. 	<p>Estrategia de mercado</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizan venta a distancia a todo el país. • Cuentan con 38 tiendas. • Canales de atención al cliente según sus necesidades. • Capacitación de clientes en temas diversos para el mejoramiento del hogar (Sodimac Corona, 2017).

Nota: Elaboración propia

Tabla 10

RIMAX

RIMAX

Diseño



Figura 30. Casa para perro plástica
(Rimax, s.f.)

Características del producto

Casas resistentes a la intemperie.

Material: Polipropileno.

Protección UV.

Manejan diversos diseños de casas que oscilan entre los \$163.900 y los \$279.900 (precio que varía de acuerdo al tamaño, diseño y material de la casa).

Ubicación

Alkosto cra 30

Alkosto Venecia

Almacenes RB productos plásticos

AYA Diseño y Ambientes -2

Comercializadora Todo Hogar

Distrienvases

Cadenas EASY

Cadenas El mayorista

Cadenas El Surtidor

Cadenas Ferricentros

Home sentry

Homecenter

Jumbo

Metro

Cadenas Zapatoca

Cuenta con 206 puntos de distribución a nivel

nacional.

Estrategia de mercado

Cuentan con estrategias de mercadeo

Merchandising.

Cuentan con 72 tiendas propias a nivel nacional e instalan su modelo de venta en 206 puntos de distribución.

Sostenibilidad ambiental.

Modelo de responsabilidad social.

Sostenibilidad económica.

Inclusión laboral.

Capacitación de clientes en temas diversos para el mejoramiento del hogar.

Nota: Elaboración propia

Tabla 11

AGROCAMPO

Agrocampo

Diseño



Figura 31. Casa para perro
(Agrocampo, s.f.)

Características del producto

- Fabricada con plástico para exteriores.
- Ideal para todos los climas.
- Equipara con ventilación y sistema de drenado.
- Sistema de apertura lateral.
- Base con ranuras para drenaje de agua.
- Manejan diversos diseños de casas que oscilan entre los \$390.004 y los \$1.013.469 (precio que varía de acuerdo al tamaño, diseño y material de la casa).

Ubicación

Avenida Caracas N. ° 73 - 39, Bogotá.

Estrategia de mercado

- Compromiso con los clientes.
 - Atención personalizada.
 - Punto de venta novedoso, creativo y dinámico.
 - Tienda en línea (Agrocampo, s.f.).
-

Nota: Elaboración propia

4.4.3 Identificación de productos sustitutos y productos complementarios

Dentro del análisis realizado para la identificación de productos sustitutos o complementarios, se encontró la industria de confección de almohadas o cojines para las mascotas, los cuales son ejemplares que se comercializan directamente en tiendas especializadas de mascotas, accesorios pet, entre otros.

4.5 Análisis de la demanda

Doggy House realizó un análisis de la demanda identificando y determinando cuál es su mercado objetivo, teniendo un valor aproximado de futuros clientes a través de estudios previos y la aplicación de una encuesta, adicionalmente, se tomó en cuenta el perfil del consumidor y sus preferencias.

4.5.1 Mercado objetivo

Este producto va enfocado a consumidores dueños de mascotas caninas o que convivan con ellas, los cuales deben tener poder adquisitivo para comprar el producto, adicionalmente, entidades como asociaciones sin ánimo de lucro y refugios de animales pueden encontrar en Doggy House un aliado para obtener casas para mascotas a precios bajos y que contribuyan al cuidado y conservación del medio ambiente.

De acuerdo a una encuesta realizada por la Secretaría de Desarrollo Económico en varias localidades de Bogotá, determinaron que las mascotas que prefieren las personas, en su mayoría, son caninos, lo cual corresponde a un 72% de preferencia, luego siguen los gatos en un 20% y el 8% restante se divide entre aves, peces y hámsteres (Martínez Baquero, 2019), los datos anteriores evidencian que Doggy House tendrá un amplio mercado para ofrecer sus productos.

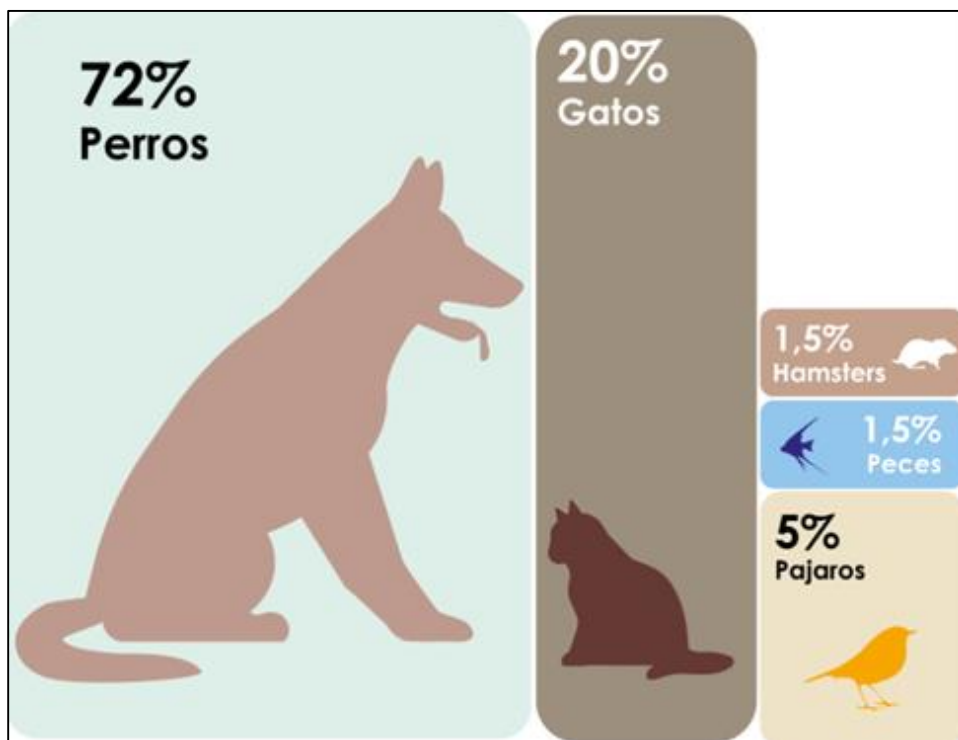


Figura 32. Preferencia de mascotas en Bogotá

(Martínez, 2019)

4.5.2 Perfil del consumidor

A continuación, se presentan las principales características del perfil del consumidor de acuerdo a un estudio realizado por el observatorio de desarrollo económico de Bogotá, en el 2019:

Tabla 12

Perfil del consumidor

Perfil del consumidor	
Preferencia de tenencia de animales domésticos	El 72% de los bogotanos tiene perro. El 20% de ciudadanos tiene gato. El 8% restante tienen aves, peces o hámster.
Cantidad de mascotas que poseen	95% de ciudadanos posee una mascota. El 5% restante tiene 2 o más mascotas de la misma especie o diferentes.
El gasto mensual de los hogares para sus mascotas se divide en rangos	55% menor o igual a \$100.000. 30% entre \$100.000 y 200.000. 12% entre \$200.000 y \$500.000. 3% mayor o igual a \$500.000.
Beneficios que perciben los dueños de mascotas	Compañía. Salir a caminar o correr con los perros. Permite la posibilidad de socializar con otras personas que tengan gustos e intereses similares.

Nota: Elaboración propia

4.5.3 Proyección de demanda potencial a 10 años

La ciudad de Bogotá tiene un índice de habitantes de 7.743.955, anualmente el crecimiento poblacional es del 3,2%; se dice que de cada 10 personas 6 individuos tienen mascotas, de las 6 personas 5 tienen perros y de estas cada 3 personas compran casas para sus animales, se deduce que el 31,4% compran accesorios o casas en este caso, de ahí se tiene como resultado la siguiente tabla que nos muestra la demanda proyectada para 10 años.

Tabla 13

Población

POBLACIÓN	7.743. 955
-----------	---------------

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

TASA CRECIMIENTO ANUAL	3.2
PERSONAS COMPRAN CASAS	2.431.602
FACTOR DE CRECIMIENTO	1,032
% POBLACIÓN COMPRA CASAS	31,4 %

Nota: Elaboración propia

Tabla 14

Proyección de Demanda

PROYECCIÓN ANUAL	POBLACIÓN	PROYECCIÓN DEMANDA
PROYECCIÓN 0	2.431.602	
PROYECCIÓN 1	2.509.413	77.811
PROYECCIÓN 2	2.589.714	80.301
PROYECCIÓN 3	2.672.585	82.871
PROYECCIÓN 4	2.758.108	85.523
PROYECCIÓN 5	2.846.367	88.259
PROYECCIÓN 6	2.937.451	91.084
PROYECCIÓN 7	3.031.450	93.998
PROYECCIÓN 8	3.128.456	97.006
PROYECCIÓN 9	3.228.567	100.111
PROYECCIÓN 10	3.331.881	103.314

Nota: Elaboración propia

4.5.3.1 Resultados validación de encuesta

En el numeral de la encuesta se toman los datos trabajados en este ítem, se referencia la muestra y los resultados de la misma (ver numeral 4.8).

4.5.4 Proyección de ventas a 10 años

Partiendo de los últimos reportes de vacunación antirrábica del Ministerio de Salud, para los años comprendidos entre el 2016 y 2019 se puede inferir que la población de mascotas caninas creció aproximadamente un 6.44% al año:

Tabla 15

Cantidad de Caninos en la Ciudad

AÑO	MASCOTA	CANTIDAD	VARIACIÓN
2016	CANINOS	904.816	0,0%
2017	CANINOS	998.986	10,4%
2018	CANINOS	966.597	-3,2%
2019	CANINOS	1.084.214	12,2%

Nota: Elaboración propia

Con estos datos es posible calcular una proyección de la cantidad de mascotas caninas que se tendrá en la ciudad de Bogotá en los próximos 10 años.

Tabla 16

Cantidad Estimada de Caninos

AÑO	CANTIDAD ESTIMADA CANINOS
2019	1084214
2020	1216488
2021	1364900
2022	1531417
2023	1718250
2024	1927877
2025	2163078
2026	2426973
2027	2723064
2028	3055278

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

2029	3428022
2030	3846241

Nota: Elaboración propia

Para este Caso, la cantidad estimada de atención a la demanda que podría atenderse en el mercado se tendría.

Tabla 17

Proyección de Caninos a 10 años

AÑO	CANTIDAD ESTIMADA
2020	60824
2021	68245
2022	76571
2023	85913
2024	96394
2025	108154
2026	121349
2027	136153
2028	152764
2029	171401
2030	192312

Nota: Elaboración propia

Estas cifras son muy alentadoras pues la tendencia en el número de población de mascotas caninas ha ido en aumento en la ciudad, lo cual permite estimar que las ventas de los productos tendrán un % de crecimiento, mientras la empresa se da a conocer con el transcurrir de los años.

4.6 Precio

Para la determinación del precio de venta de los productos de Doggy House, la compañía tuvo en cuenta: precios que se encuentran actualmente en el mercado por los competidores, costos de producción unitario y total, precio de venta ideal de acuerdo a la aplicación de la encuesta, y finalmente, se estableció el punto de equilibrio de la empresa.

4.6.1 Precio de venta de la competencia

Se realizó el análisis del mercado sobre el precio del producto a ofrecer para las mascotas caninas (casas para perros), para esto se verificaron los precios de venta de la competencia los cuales oscilan entre \$100.000 y los \$1.012.469 pesos colombianos para este tipo de producto.

A continuación, se relacionan las condiciones del mercado:

Tabla 18

Precios del mercado de las casas para perro

AGROCAMPO	TIPO 1	\$
		537.219
	TIPO 2	\$ 312.868
	TIPO 3	\$ 282.602
	TIPO 4	\$ 970.709
	TIPO 5	\$ 693.262
	TIPO 6	\$ 1.012.469
	TIPO 7	\$ 520.352
	TIPO 8	\$ 415.683
	TIPO 9	\$ 520.352
	TIPO 10	\$ 415.683
	TIPO 11	\$ 415.623

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

	TIPO 12	\$
		609.919
	TIPO 13	\$
		711.253
	TIPO 14	\$
		463.271
	TIPO 15	\$
		848.000
	PROMEDIO	\$
		581.951
HOMECENTE	TIPO 1	\$
R		149.900
	TIPO 2	\$
		249.900
	TIPO 3	\$
		299.900
	TIPO 4	\$
		279.900
	TIPO 5	\$
		179.900
	TIPO 6	\$
		164.900
	TIPO 7	\$
		234.900
	TIPO 8	\$
		134.900
	TIPO 9	\$
		299.900
	TIPO 10	\$
		384.900
	PROMEDIO	\$
		237.900
RIMAX	TIPO 1	\$
		279.900
	TIPO 2	\$
		149.800
	TIPO 3	\$
		848.900
	PROMEDIO	\$
		426.200
MERCADO	TIPO 1	\$
LIBRE		110.000
	TIPO 2	\$
		369.900
	TIPO 3	\$
		245.000
	PROMEDIO	\$
		241.633

Nota: Elaboración propia

4.6.2 Costo de producción unitario

Según el estudio realizado, el costo de producción de las casas que fabrica Doggy House es el siguiente:

Para Small Doggy, el costo de producción unitario es de \$87.948.

Tabla 19

Costo de producción unitario small doggy

Small Doggy		
Materia prima	\$	57.306
Mano de obra	\$	15.142
Costos indirectos de fabrica	\$	15.500
Costo de producción unitario	\$	87.948

Nota: Elaboración propia

Para Medium Doggy, el costo de producción unitario es de \$ 162.706.

Tabla 20

Costo de producción unitario medium doggy

Medium Doggy		
Materia prima	\$	124.347
Mano de obra	\$	18.171
Costos indirectos de fabrica	\$	20.187
Costo de producción unitario	\$	162.706

Nota: Elaboración propia

Finalmente, el costo de producción unitario de Big Doggy es de \$ 407.025.

Tabla 21

Costo de producción unitario big doggy

Big Doggy		
------------------	--	--

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

Materia prima	\$	345.741
Mano de obra	\$	30.284
Costos indirectos de fabrica	\$	31.000
Costo de producción unitario	\$	407.025

Nota: Elaboración propia

4.6.3 Costo de producción total

A continuación, se especifica el costo de producción total para el primer año de los tres productos a ofrecer por parte de Doggy House:

Para Small Doggy el costo de producción para el año 1 es de \$105.537.273.

Tabla 22

Costo de producción año 1 - small doggy

Small Doggy		Año 1
Materia prima	\$	57.306
Mano de obra	\$	15.142
Costos indirectos de fabrica	\$	15.500
Costo de producción unitario	\$	87.948
Unidades por producir (vender)		1200
Costo de producción Total	\$	105.537.273

Nota: Elaboración propia

El costo de producción del primer año para Medium Doggy es de \$97.623.444.

Tabla 23

Costo de producción año 1 - medium doggy

Casas Medium		Año 1
Materia prima	\$	124.347
Mano de obra	\$	18.171
Costos indirectos de fabrica	\$	20.187
Costo de producción unitario	\$	162.706
Unidades por producir (vender)		600
Costo de producción Total	\$	97.623.444

Nota: Elaboración propia

Finalmente, el costo de producción para el primer año para Big Doggy es de \$170.950.337.

Tabla 24

Costo de producción año 1 - big doggy

Casas Big		Año 1
Materia prima	\$	345.741
Mano de obra	\$	30.284
Costos indirectos de fabrica	\$	31.000
Costo de producción unitario	\$	407.025
Unidades por producir (vender)		420
Costo de producción Total	\$	170.950.337

Nota: Elaboración propia

4.6.4 Precio de venta validado en el mercado (resultados encuesta)

Por medio de la realización de la encuesta se valida el precio de venta aceptado por el mercado, con los siguientes resultados indicados en la asignación del precio.

4.6.5 Asignación de precio

De acuerdo a los análisis establecidos en la encuesta, se evalúa el precio promedio que se va a ofertar al mercado, con base a lo anterior, se tiene que:

El costo directo de producción de Small Doggy es el siguiente:

Tabla 25

Costo directo de producción - Small Doggy

Small Doggy		
Materia prima	\$	57.306
Mano de obra	\$	15.142
Costos indirectos de fabrica	\$	15.500
Costo de producción unitario	\$	87.948

Nota: Elaboración propia

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

El costo directo de producción de Medium Doggy es el siguiente:

Tabla 26

Costo directo de producción - Medium Doggy

Medium Doggy		
Materia prima	\$	124.347
Mano de obra	\$	18.171
Costos indirectos de fabrica	\$	20.187
Costo de producción unitario	\$	162.706

Nota: Elaboración propia

El costo de producción de Big Doggy es el siguiente:

Tabla 27

Costo directo de producción - Big Doggy

Big Doggy		
Materia prima	\$	345.741
Mano de obra	\$	30.284
Costos indirectos de fabrica	\$	31.000
Costo de producción unitario	\$	407.025

Nota: Elaboración propia

Para determinar el valor de precio de venta, se denoto el valor 1.20 como factor indicativo de la utilidad neta sobre el producto, adicionalmente, se incluyen imprevistos de producción y administración, por lo tanto, se define que los productos se ofertan en el mercado a un costo en pesos colombianos antes de IVA de:

- Casas para perro Small Doggy precio de venta \$109.934 COP antes de IVA.
- Casas para perro Medium Doggy precio de venta \$203.579 COP antes de IVA.
- Casas para perro Big Doggy precio de venta \$508.778 COP antes de IVA.

4.7 Promoción y distribución

Para la promoción y distribución de los productos de Doggy House, se determinaron cuáles serán los canales de comunicación de la compañía, cómo será la fuerza de ventas con su respectiva estrategia publicitaria y los canales de distribución de las casas.

4.7.1 Canales de comunicación

Doggy House contará con canales de comunicación encaminados a dar a conocer sus productos, así como conseguir clientes potenciales, estos canales son la página web de la empresa desde la cual se gestionarán las ventas con todos los protocolos de ciber seguridad, adicionalmente, se contará con redes sociales como instrumento para estar en constante comunicación con los clientes, lo cual permitirá a la empresa resolver sus dudas y asegurar más ventas que serán redirigidas a la página web, además se contará con un número de WhatsApp empresarial desde el cual se canalizarán las PQRS de los clientes con el fin de ofrecer un acompañamiento más personalizado y fidelizar a los clientes.

4.7.2 Fuerza de ventas

Las ventas serán gestionadas de manera autónoma por los clientes directamente en la página web, por lo cual no se contará con una fuerza de ventas, sin embargo, se contará con la labor de un Community Manager, quien se encargará de gestionar la publicidad a través de redes sociales, adicionalmente, esta persona estará liderando campañas de expectativa, promoción y difusión que permitirán dar a conocer a Doggy House; esta persona estará bajo la supervisión del gerente general, quien es el puente entre empleados, proveedores y clientes velando por el correcto funcionamiento del área.

DESCRIPCION DEL CARGO Y PERFIL	
CARGO:	Community Manager
AREA O DEPARTAMENTO:	Departamento de Marketing
OBJETIVO:	Construir y administrar la comunidad online, gestionar la identidad y la imagen de DOGGYHOUSE, creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con los clientes.
JEFE INMEDIATO: Gerente General	PERSONAL A CARGO: 0
PERFIL DEL CARGO	
ESCOLARIDAD	Profesional o estudiante de últimos semestres de carreras como Publicidad, Mercadeo, Diseño Gráfico o Comunicación Social.
EXPERIENCIA	De 6 meses a 1 año en cargos similares.
CONOCIMIENTOS	<ul style="list-style-type: none"> - Gestion de redes sociales. - manejo de costos de inversión en las distintas plataformas. - fundamentos de diseño. - Manejo de software, office, Corel Draw, Photoshop, Flash, Dreamweaver.
CAPACIDADES Y HABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> - Creativo. - Con capacidad de resolver problemas. - Aprendizaje rápido. - Manejo de Hardware. - Adaptabilidad a condiciones de trabajo. - Manejo de relaciones públicas.
IDIOMAS: No requerido	EDAD: De 20 a 35 años.

Figura 33. Perfil del cargo: community manager

(Cárdenas. Echeverri. Huérfano. Salgado, 2021)

4.7.3 Estrategia publicitaria

La estrategia publicitaria de Doggy House se basará y desarrollará en torno al internet dado que este medio es considerado como uno de los más eficaces para recibir y transmitir información a los clientes, adicionalmente, este medio es considerado como el de mayor aceptación. Para esta estrategia se realizará una parrilla de imágenes mensual, con la cual cada post se publicará semanalmente en RRSS (Redes Sociales) y en la página web, que contendrá información detallada del producto encaminado a promover el cuidado del medio ambiente y promover los beneficios que trae Doggy House para las mascotas y sus propietarios.

Adicionalmente, se promoverá una estrategia postventa con el fin de conocer mejor a los clientes, medir su nivel de satisfacción y conseguir de esta manera un “voz a voz” que permita conseguir más clientes.

4.7.4 Canales de distribución

Doggy House contará con canal de distribución vía domicilio por medio de la compañía Inter rapidísimo bajo la modalidad de mensajería expresa que realiza entrega de paquetes pequeños hasta de 5 kilos, el costo del domicilio debe ser asumido por el cliente.

4.8 De la encuesta

Con el fin de conocer la impresión de los futuros clientes del proyecto, se diseña un instrumento de recolección de datos para de esta manera saber cuál es la percepción que las personas tienen de las casas para mascotas caninas a base de materiales reciclables.

4.8.1 De la construcción del instrumento

Para validar la información correspondiente al estudio desarrollado enfocado a la compra de casas para animales domésticos (perros), se desarrolló e implementó la encuesta enfocada al tipo de vivienda que están dispuestos a comprar las personas interesadas, considerando el costo de la vivienda y tipo de materiales.

De acuerdo con el enfoque dado, se aplicó el siguiente formulario de manera virtual con el sistema de formatos Google.

Doggy House (Casas para Perros 🐕)

Este cuestionario tiene como fin determinar la viabilidad de la creación de una empresa productora de casas para animales domésticos a base de materiales reciclables, en la ciudad de Bogotá.

¿Se encuentra en la ciudad de Bogotá?

Sí

No

(Si su respuesta anterior fue No, de por finalizada la encuesta)

¿Tiene mascotas?

Sí

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

No

(Si su respuesta anterior fue No, de por finalizada la encuesta)

Por favor indique cuál mascota

Perro

Gato

Otra

¿Invierte dinero en el cuidado de su mascota?

Sí

No

(Si su respuesta anterior fue No, de por finalizada la encuesta)

¿Compraría una casa para su mascota, fabricada con materiales reciclables?

Sí

No

Sí la respuesta anterior fue "No", por favor indique el motivo

Se le permite subir a camas y muebles del hogar

No le gustan las casas para perros

Otro

Indique el tamaño de su mascota

Pequeña



Mide a tu Perro		TALLA	CUELLO	PECHO	PERRO
Pequeño	Medir en cuello y pecho (detrás de las axilas)				
		XXS	20 - 30	30 - 40	Gatos Pomerania Chihuahua
		XS	30 - 36	36 - 46	Yorkie Dachshund Maltés Poodle

Figura 34. Características de la mascota de raza pequeña

(Pinterest, s.f.)

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

Mediana


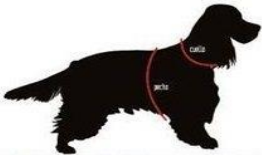
Mediano Medir en cuello y pecho (detrás de las axilas) 	S M	34-41	44-52	Poodle	Pug
		36-44	50-64	Beagle	Jack Russel
Intermedio Medir en cuello y pecho (detrás de las axilas) 	L XL 2XL	41-44	56-68	Boston Terrier	Fox Terrier
		46-57	66-78	Schnauzer	Westie
		52-64	72-84	Shih-tzu	Bulldog Francés
				Beagle	Bulldog Francés
				Cocker Spaniel	Samoyedo
		Bulldog Ingles			
		Pastor Shetland			
		Springer Spaniel			
		Boxer			
		Bull Terrier			

Figura 35. Características de la mascota de raza mediana

(Pinterest, s.f.)

Grande

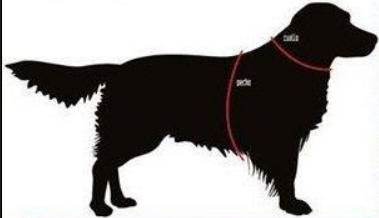
Grande Medir en cuello y pecho (detrás de las axilas) 	3XL 4XL 5XL	56-67	76-90	Bull Terrier	
		65-78	104-114	Pit Bull	
		74-86	114-125	Husky Siberiano	
				Springer Spaniel	
				Golden Retriever	
				Rotweiler	
				Labrador	
				Gran Danés	
				Bernés de La montaña	

Figura 36. Características de la mascota de raza grande

(Pinterest, s.f.)

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una casa para su mascota? (Teniendo en cuenta el tamaño de su mascota)

Entre \$115.000 y \$250.000 (para una casa plegable para perros razas pequeñas)

Entre \$251.000 y \$386.000 (para una casa plegable para perros razas medianas)

Entre \$387.000 y \$537.000 (para una casa plegable para perros razas grandes)

¿Cómo le gustaría recibir la casa para su mascota?

Recogerla directamente en una tienda

Pagaría por el envío (domicilio)

Otro

4.8.2 De la validación del instrumento

Considerando las estrategias de compra de casas para animales, se realizó la validación del instrumento de la siguiente manera:

4.8.2.1 Prueba del instrumento.

Se validó y probó el instrumento por parte de individuos familiarizados con el tema formulado y se siguieron los pasos de contextualización de acuerdo a lo planteado por el tutor del proyecto.

4.8.2.2 Ejecución de prueba piloto.

Se aplicó la prueba piloto con una minoría de la población seleccionada, de las cuales se obtuvo como resultado la eliminación de preguntas irrelevantes, lo cual asegura que la encuesta a aplicar sobre la muestra real no contuviera errores o preguntas confusas y/o ambiguas.

4.8.2.3 Análisis de los componentes.

Se desarrolló el análisis de los componentes de cada pregunta formulada con el fin de verificar el objetivo de cada uno de los componentes. Del análisis se obtuvieron buenos resultados ya que de las preguntas formuladas obtenemos e identificamos la población con altas probabilidades de inversión al cuidado y salud de sus mascotas.

4.8.3 De la población total y la muestra

Con el fin de obtener un diagnóstico inicial se desarrolló la encuesta referenciada para conocer directamente la percepción del mercado sobre los productos que se van a fabricar en la empresa, para ello, se calculó la muestra representativa con un nivel de confianza del 90% y se obtuvo el siguiente dato:

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N}\right)}$$

Donde,

Z, Desviación estándar de acuerdo al nivel de confianza del proceso

P, Margen de error expresado en decimales

N, Tamaño de la población definida

Para el caso, se definió una población de 1.364.900 individuos a evaluar, determinado un 90% de confianza la cual deriva una desviación estándar de 1.65 y un margen de error del 10%, se obtuvo que el muestreo a seleccionar sería de 69 individuos.

Calcula el tamaño de la muestra

Tamaño de la población 1364900

Nivel de confianza (%) 90

Margen de error (%) 10

Tamaño de la muestra

69

Figura 37. Calculo tamaño de la muestra

(Survey Monkey, s.f.)

Los individuos encuestados se seleccionaron por medio no probabilístico, donde intervino el juicio del evaluador, lo cual es denominado juicio discrecional, de acuerdo a la muestra se indagaron grupos de redes sociales con influencia o gusto a los animales y se seleccionó los posibles candidatos a desarrollar la encuesta.

No se conoce la probabilidad con la que se puede seleccionar a cada individuo, se seleccionaron 69 individuos de la ciudad de Bogotá, los cuales fueron contactados vía redes sociales y canales virtuales existentes.

4.8.4 Resultados

De acuerdo a la información obtenida dentro de la información recolectada, se encontraron los siguientes datos:

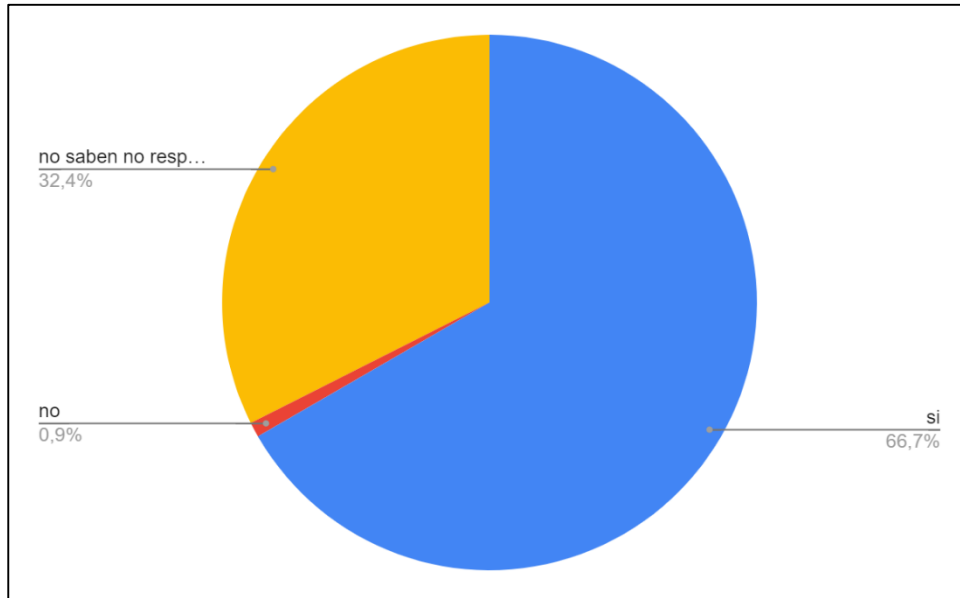


Figura 38. Contar con una mascota en el hogar

(Cárdenas. Echeverri. Huérfano. Salgado, 2021)

Tal como lo determina la Figura, gran parte de la muestra seleccionada tiene mascota, con un porcentaje representativo del 66.70% en comparación al 0.9% reportado del que no tiene mascota y un 32.4% que participo de la encuesta, pero no tenían mascota.

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

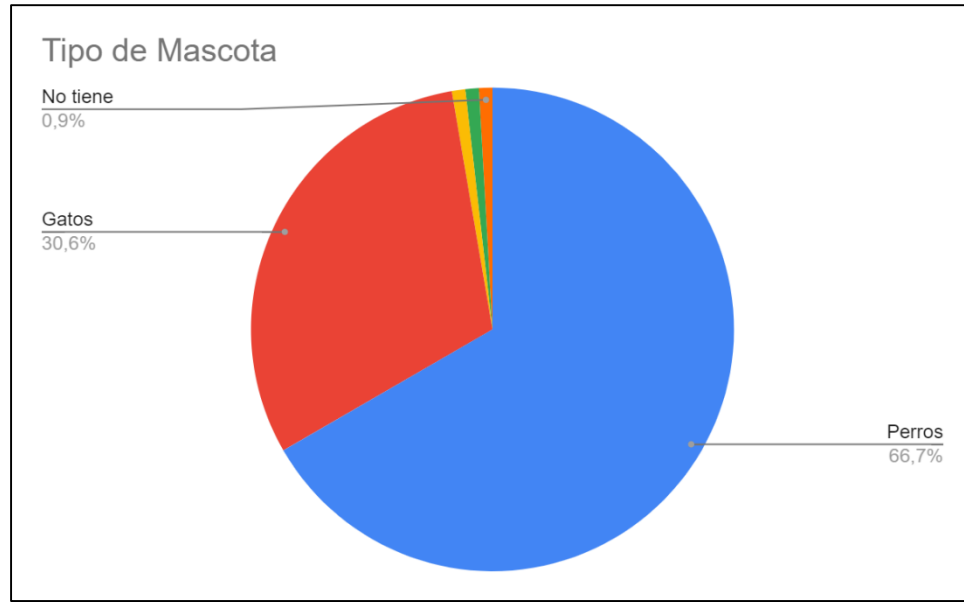


Figura 39. Preferencia de mascotas de la muestra

(Cárdenas. Echeverri. Huérfano. Salgado, 2021)

El animal que predominó durante la encuesta desarrollada fue el perro con un 66.70%, seguido de los gatos con un 30.6% y gran variedad de animales domésticos y no domésticos en los hogares colombianos, lo que apoya la veracidad de la investigación del mercado realizada.

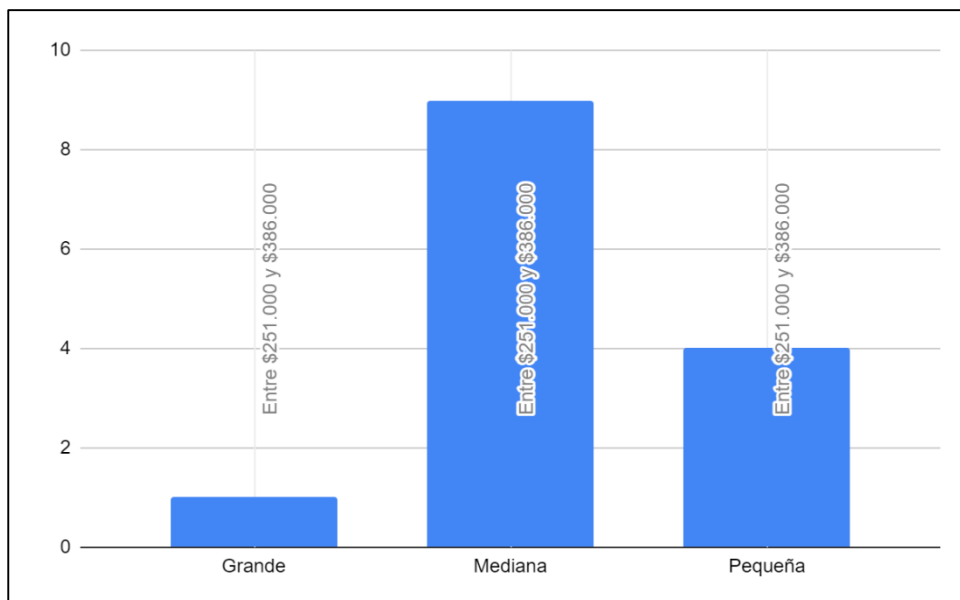


Figura 40. Valor promedio de las casas

(Cárdenas. Echeverri. Huérfano. Salgado, 2021)

Considerando las tendencias probabilísticas destacadas, la población encuestada está dispuesta a obtener un producto de alta calidad para mascotas de tamaño medio con costos aproximados entre los \$251.000 a los \$386.000, lo cual favorece los productos ofertados dentro del margen de posibles ventas.

Por lo anterior, se considera la evaluación de las casas medianas para mascotas y las pequeñas, considerando la viabilidad de venta en menores tiempos que la casa grande, ya que por valor presupuestal y costo de producción no es viable la venta de este tipo de casas con valores menores a los \$386.000.

4.8.5 Análisis de la información y conclusiones

De acuerdo con la información obtenida se presenta el análisis realizado:

4.8.5.1 Análisis

Se corrobora que la población con mascotas en su mayoría, prefiere convivir con perros en un 66,7%.

Se analiza la información sistematizada del proceso de recolección de información y se define que es indispensable analizar el valor de producción de las casas para mascotas grandes, ya que considerando los resultados obtenidos no sería viable la producción.

Considerando los ponderados de los valores dispuestos a pagar por las diferentes casas para mascotas, se verifica que el estudio de mercado desarrollado ratifica la posición de los individuos considerando los valores de compra entre los \$251.000 a los \$386.000, lo cual favorece los productos ofertados dentro del margen de posibles ventas.

5 ESTUDIO TÉCNICO

En el presente estudio técnico se relacionan todos los aspectos técnico-operativos que propenden por el funcionamiento de DOGGY HOUSE y por el logro de la eficiencia, relacionado en el proceso de producción los productos a ofrecer al mercado.

5.1 Localización del proyecto

A continuación, se describe la macro localización y micro localización de Doggy House y los aspectos tomados en cuenta para la elección de la ubicación de la empresa.

5.1.1 Macro localización

El proyecto está dirigido a la población de la ciudad Bogotá segmentada en las 20 localidades, enfatizando en las localidades que presentan un alto índice de concentración animal, como Kennedy, Usme, Suba, Engativá y Ciudad Bolívar (Malaver, 2016).



Figura 41. Mapa localidades Bogotá

(Tierra colombiana, s.f.)

5.1.2 Micro localización

La ubicación de las oficinas y planta de producción se situará en la localidad de Engativá en la dirección Kra. 87 # 75A - 18 Barrio Florencia, sus principales vías de acceso son la calle 80, al norte se comunica con la localidad de Suba y al sur con la calle 26 aeropuerto el Dorado, siendo estas vías de fácil acceso para el transporte de materias primas y en ese sentido para la distribución del producto.

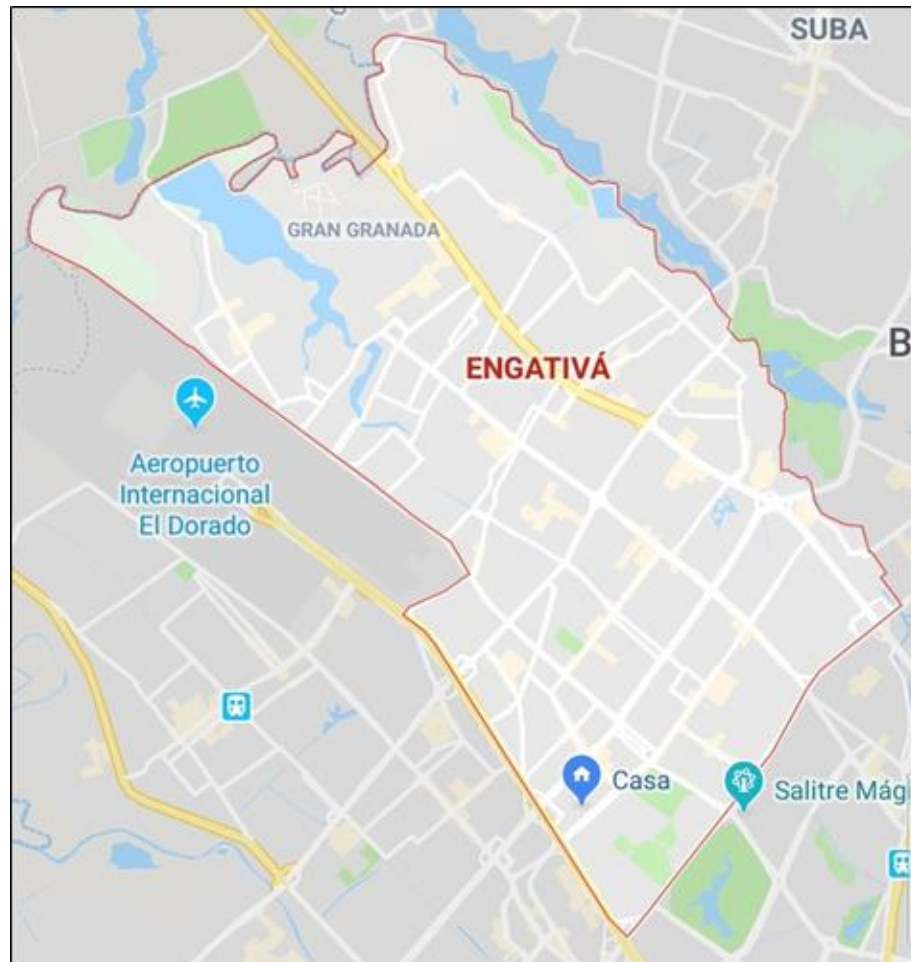


Figura 42. Mapa localidad Engativá

(Gálvez, 2019)

5.1.2.1 Opciones de elección de ubicación

Ubicación Opción 1: La ubicación de las oficinas y planta de producción posiblemente estará en la localidad de Fontibón en la dirección Calle 23 # 101 - 31, esta zona está al sur occidente de la ciudad de Bogotá, su principal vía de acceso es la Calle 13 y la Calle 26



Figura 43. Mapa localidad Fontibón

(Moreno, 2019)

Ubicación Opción 2: La ubicación de las oficinas y planta de producción posiblemente estará en la localidad de Kennedy en la dirección Transversal 73D Bis 39C - 23, esta zona está al Sur de la ciudad de Bogotá, su principal vía de acceso es la Avenida Boyacá y NQS.



Figura 44. Mapa localidad Kennedy

(Pinterest, 2021)

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

Ubicación Opción 3: La ubicación de las oficinas y planta de producción posiblemente estará en la localidad de Suba en la dirección Kra 93 # 129 - 21 Barrio el Rincón, esta zona está al Norte de la ciudad de Bogotá, su principal vía de acceso es cota chía y autopista Norte.

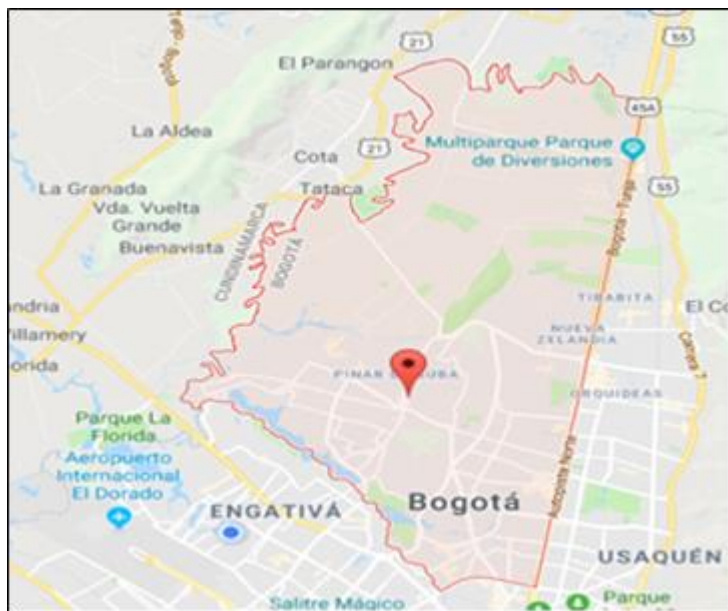


Figura 45. Mapa localidad Suba

(Investigación de Mercados, s.f.)

5.1.2.2 Elección de ubicación

Tabla 28

Matriz de Evaluación

Localidad	Distribución Proveedores	Recolección materia prima	Vías de acceso	Movilidad Vías Acceso	Total
Kennedy	2	3	3	2	10
Suba	2	3	3	3	11
Fontibón	4	4	4	1	13
Engativá	5	4	5	4	18

Nota: Elaboración propia

De acuerdo a los criterios evaluados y a los resultados de la matriz la mejor ubicación para la sede administrativa y de producción estará ubicada en la localidad de Engativá.

5.2 Proceso de producción

En el presente apartado se describe el proceso de producción que tendrá Doggy House por medio del ciclo PHVA.

5.2.1 Descripción del proceso de producción

A continuación, se describe paso a paso el proceso de producción para la elaboración de las casas plegables para perro de raza pequeña, mediana y grande, en la siguiente tabla se describen las etapas de desarrollo del proceso de construcción.

Tabla 29

Proceso de producción

Ciclo PHVA	Objetivo	Actividades	Responsable
PLANEAR	Determinar la cantidad de casas plegables a producir en el mes, que permitan satisfacer de buena manera la demanda existente en el mercado.	*Realizar una proyección de la demanda existente en el mercado. *Realizar planes de producción con el fin de cumplir la demanda del mes.	Gerente general
	*Establecer la materia prima y la mano de obra necesaria para la fabricación de las casas plegables.	*Proyectar los materiales necesarios para la fabricación de las casas en el mes, según la demanda. *Determinar los trabajadores necesarios para la fabricación de las casas.	Gerente general
	*Proyectar tiempos de entrega y fabricación de cada una de las casas, con el fin de determinar un buen cumplimiento de la demanda.	*Estandarizar los tiempos de fabricación en cada una de las partes del proceso de producción. *Establecer el mejor proceso de producción con el fin de optimizar tiempos y cumplir con la demanda del mes.	Gerente general

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

HACER	<p>*Realizar la fabricación de casas plegables de acuerdo con la proyección y plan de producción establecidos anteriormente.</p>	<p>*Dibujar las guías de corte en las láminas de madera de acuerdo con los moldes establecidos para la organización.</p> <p>*Realizar cortes del cartón plast y espuma de acuerdo con las guías dibujadas anteriormente.</p> <p>* Realizar el proceso de instalación de pegante en la superficie y pegado para espuma y tela decorativa.</p> <p>*Instalar tela decorativa.</p> <p>*Ensamblar en cada una de las aristas de la casa velcro</p> <p>*Evaluar el buen funcionamiento de las bisagras, logrando su objetivo convertir la casa en plegable.</p>	Operario
	Cumplir con los tiempos de fabricación y entrega establecidos en la planeación de producción.	Desarrollar cada una de las fases de producción dentro de los tiempos estandarizados, con el fin de cumplir con el tiempo de entrega.	Operario
VERIFICAR	Evaluar el cumplimiento de la producción de acuerdo con lo proyectado inicialmente.	Analizar posibles mejoras para el proceso de producción, con el fin de optimizar tiempos.	Gerente general
	Evaluar la efectividad de la materia prima y la mano de obra en el proceso productivo.	Realizar pruebas de calidad en cada una de las partes del proceso de producción.	Gerente general
	Medir cumplimientos de tiempos estandarizados en el proceso de producción.	Inspeccionar el tiempo de producción, para determinar el cumplimiento con los tiempos estandarizados.	Gerente general
ACTUAR	*Identificar acciones de mejora en donde sea necesario para	Aplicar acciones de mejora con el fin de lograr un perfecto	Gerente general

un perfecto funcionamiento. funcionamiento del proceso.
 *Implementar toma de decisiones para los siguientes lotes de

Nota: Elaboración propia

5.2.2 Diagrama de flujo proceso de producción

De acuerdo a las características presentadas del proceso de producción se plantea el flujo de procesos de la compañía.

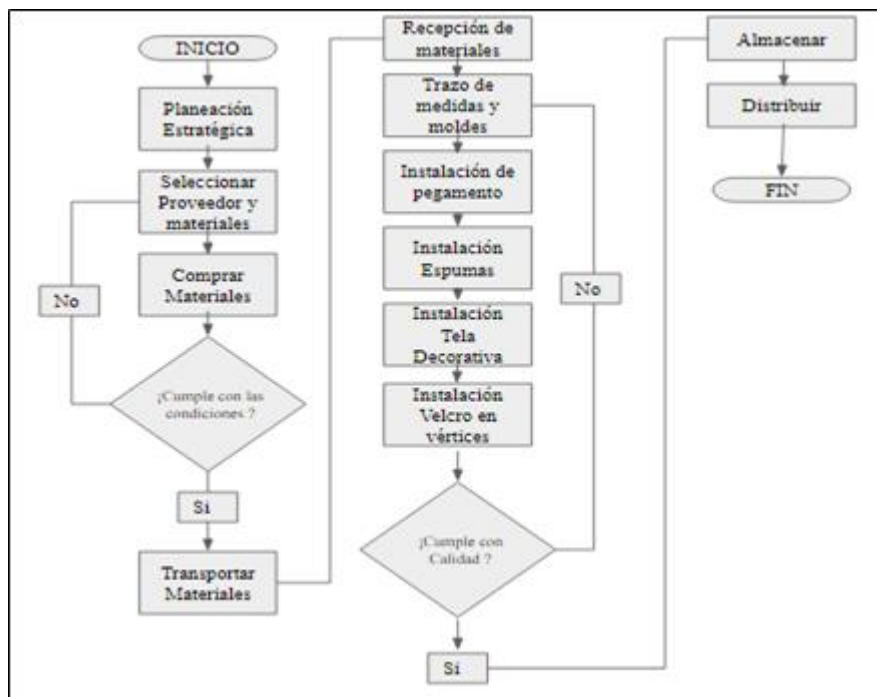


Figura 46. Diagrama de flujo proceso de producción

(Cárdenas. Echeverri. Huérfano. Salgado, 2021)

5.2.3 Tecnología para el desarrollo del proyecto

Para el desarrollo de las diferentes actividades de producción, se realizarán de manera artesanal, es decir el operario asignado para esta tarea usa herramientas menores tales como:

- Bisturí Industrial.

- Tijeras.
- Brocha.
- Plantillas acrílicas de las medidas de las cubiertas de acuerdo a pedido.
- Máquina de coser.

5.2.4 Descripción de personal para el proceso de producción

DOGGYHOUSE requiere para su proceso de producción de un personal con aptitudes específicas descritas a continuación para garantizar la calidad de los procesos.

Tabla 30

Perfil Operario

Cargo	Gerente general
Formación-Experiencia	<ul style="list-style-type: none"> • Graduado en ingeniería industrial, administración de empresas, con maestría en finanzas o administración de empresas. • Experiencia mínima de cinco años ejerciendo como gerente o cargos similares de mando. • Dominio de la herramienta Excel, uso de la herramienta Word, power BI. • Cualidades como orientación a resultados, visión de negocio, toma de decisiones estratégicas, voz de mando, comunicación asertiva.

Tabla 31.

Perfil Gerente General

Cargo	Operario (se requieren 3 operarios)
Formación-Experiencia	<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller académico, estudiante de áreas técnicas del conocimiento. • Experiencia en ensamble, montaje, cortes con calidad. • Cualidades como destreza manual, enérgico, que pueda realizar trabajo repetitivo bajo presión, receptivo, comprometido con los procesos y la calidad de la empresa.

Nota: Elaboración propia

5.2.5 De la planta

Doggy House contará con una planta de producción con los espacios suficientes para el desarrollo de cada una de las actividades que intervienen en el proceso de administración, producción y ventas.

5.2.5.1 Distribución de la planta

El plano de la distribución de la planta de producción y administración de DOGGYHOUSE se adjunta como anexo.

Ver anexo

5.2.5.2 Obras físicas de adecuación

Por la naturaleza del proyecto, no se requieren modificaciones que afecten la planta física de las áreas de trabajo, dado que las herramientas utilizadas en la elaboración del producto son artesanales, lo cual permite que las etapas del proceso de producción sean realizadas en los espacios físicos dispuestos sin necesidad de realizar adecuaciones.

5.2.5.3 Valoración de las obras físicas

Para el proyecto no se consideran obras físicas, ya que el lugar en arriendo cuenta con las características señaladas en el plano de distribución de la planta.

5.2.6 Control de calidad y seguridad industrial

- Control de Calidad del Producto

Teniendo en cuenta que el proceso de construcción se realiza uno a uno por un operario asignado, durante el proceso de almacenamiento, se realizará la actividad de inspección de calidad al lote generado.

Con base a lo anterior, se someterá una de las piezas escogidas de la muestra a los siguientes controles:

1. Verificación de Atributos (Color y tamaño)

2. Verificación de Variables (tamaño del ingreso del animal, dimensiones de la cubierta)

Dando alcance a las condiciones de verificación de calidad del producto, se genera mapa de clasificación.

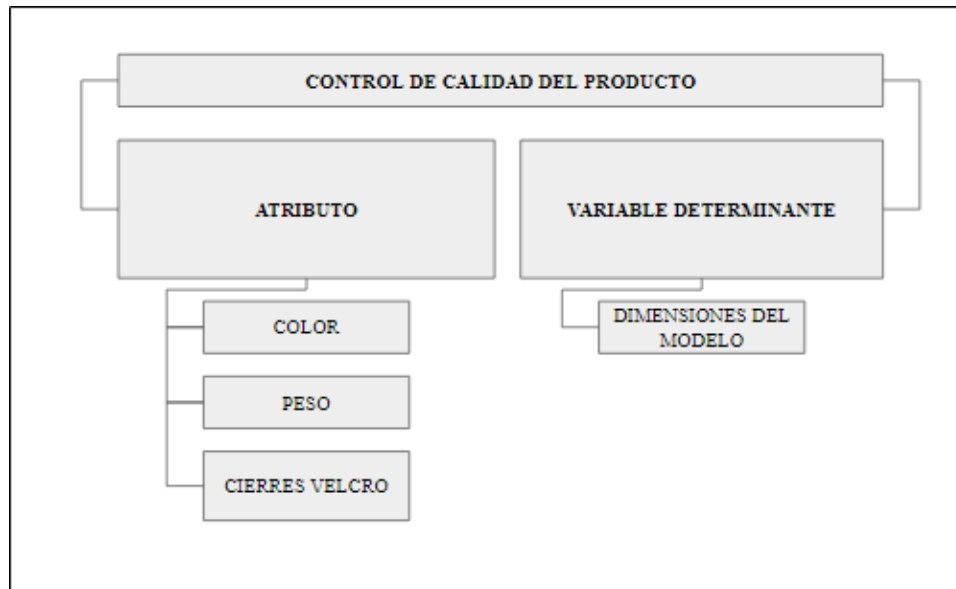


Figura 47. Control de calidad

(Cárdenas. Echeverri. Huérfano. Salgado, 2021)

- Control de seguridad Industrial

Para DOGGYHOUSE es fundamental asegurar la seguridad de sus empleados, por lo tanto, durante el proceso de producción de las viviendas los operarios deben cumplir con las normas de seguridad industrial establecidas por la empresa, eso será controlado por el supervisor de producción en todo momento.

De acuerdo a lo indicado anteriormente, DOGGYHOUSE basada en lo reglamentado por el Decreto 1072 de 2015 establece un principio de gestión del riesgo de la siguiente manera

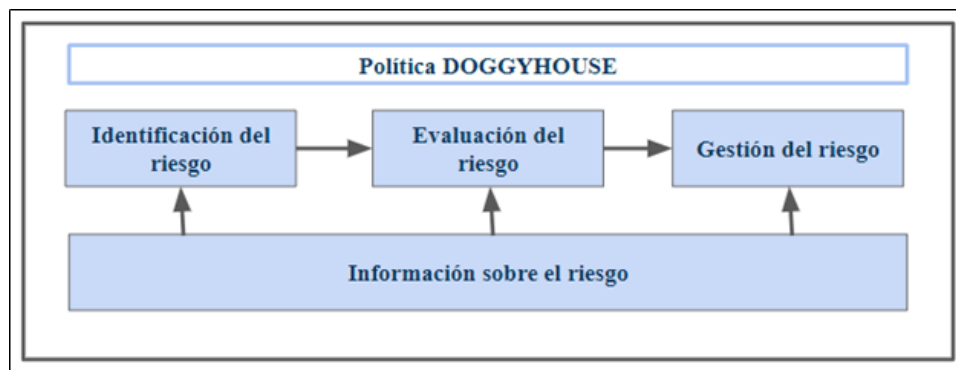


Figura 48. Gestión del riesgo Doggy House

(Cárdenas. Echeverri. Huérfano. Salgado, 2021)

De esta manera, el trabajo se regirá por los ítems a continuación:

- Otorgará un sistema de iluminación de calidad y distribuida uniformemente para prevenir la fatiga visual de los operarios.
- El operario deberá usar gafas industriales para protegerse de cualquier elemento que pueda ingresar a sus ojos y perjudicar su salud visual.
- Los puestos de trabajo estarán dispuestos de forma ergonómica para velar por la salud física de los operarios y aumentar la productividad.
- Se realizará mantenimiento a los elementos, máquinas, iluminación y demás herramientas que se encuentran en el lugar de trabajo.
- Se realizarán jornadas de integración social entre los trabajadores para generar un clima laboral agradable y garantizar la salud mental de los empleados.

5.2.7 Resumen de la inversión necesaria para la puesta en marcha

Con la inversión inicial se buscan cumplir los requisitos para el funcionamiento del proyecto en su etapa inicial, en los numerales a continuación, se relaciona el resumen de la inversión para la puesta en marcha.

5.2.7.1 Compra o arrendamiento del lugar de operación

Se toma la decisión de desarrollar el proyecto en un lugar arrendado, cuyo costo mensual es de \$1.000.000, se eligió desarrollar las actividades de producción en este sitio dado que para iniciar el proyecto brinda buenas condiciones de acceso, así como un precio razonable.

No se contempla la opción de compra dado que por las características del proyecto no es requerido un lugar fijo donde se desarrollen las labores pues la planta puede ser reubicada según sea necesario con el paso del tiempo, adicionalmente no se deben hacer adecuaciones, lo que permite más adelante contemplar más opciones para la ubicación de la planta de producción.

5.2.7.2 Inversión en maquinaria

Para la implementación del proyecto se requiere equipar la planta de producción y oficina administrativa para el desempeño de las labores, con los siguientes elementos:

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

Tabla 32

Costos Maquinaria

	Área	Descripción	Can tidad	Valor unitario	Valor total
ón	Producci ón	Bisturí	2	\$	\$
		Industrial		27.000	54.000
		Tijeras	2	\$	\$
				43.780	87.560
		Brocha	2	\$	\$
				10.800	21.600
		Plantillas acrílicas	3	\$	\$
				12.800	38.400
		Máquina de coser	1	\$	\$
				600.000	\$600.000
TOTAL					\$801.560

Nota: Elaboración propia

De acuerdo con lo anterior, para la puesta en marcha del proceso de producción del proyecto se requiere una inversión inicial de \$ 801.560.

5.2.7.3 Inversión en obras físicas

Para el funcionamiento del proyecto no se incurrirán en gastos de adecuación, dado que la infraestructura que se pretende arrendar cuenta con las condiciones físicas que se requieren para el desarrollo de las actividades.

6 ADMINISTRATIVO – ORGANIZACIONAL

En el estudio administrativo para Doggy House, se tuvo en cuenta el planteamiento de la planeación estratégica de la unidad operacional del proyecto en su etapa de operación; al igual que su estructura organizacional, su documentación de constitución, su estructura de capital y sus inversiones en adecuaciones.

6.1 Identificación de la organización

En la identificación de la organización se asignó un nombre para esta, un slogan identificativo, se creó el logotipo y se realizó la planeación estratégica.

6.1.1 Nombre

Doggy House S.A.S

6.1.2 Slogan

Doggy House, contigo a cualquier lugar.

6.1.3 Logotipo

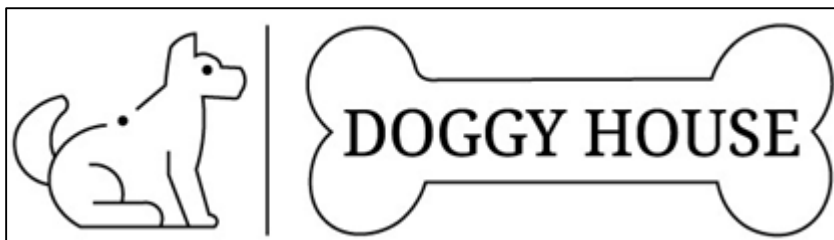


Figura 49. Logotipo Doggy House

(Cárdenas. Echeverri. Huérfano. Salgado, 2021)

6.2 Planeación estratégica

Por medio de la planeación estratégica se busca definir la misión, visión, valores organizacionales, objetivos organizacionales y políticas organizacionales del proyecto, los cuales trazarán los lineamientos por medio de los cuales se alcanzarán los objetivos propuestos.

6.2.1 Misión

Nos encargamos de ofrecer confort a las mascotas (perros) a través de viviendas plegables fabricadas con materiales reciclables, de fácil transporte para los viajes que realicen nuestros clientes con sus amigos perrunos.

6.2.2 Visión

En el año 2027 ser reconocida como una empresa respetable y confiable que ofrece viviendas para perro de alta calidad y confortabilidad, en la ciudad de Bogotá.

6.2.3 Valores organizacionales

Doggy House cuenta con cinco (5) valores organizacionales, que son descritos a continuación:

- **Creatividad**

Permitirá al empleado fabricar las casas para perro con el diseño propuesto, y se tendrá la posibilidad de proponer ideas de mejora a los productos para el crecimiento de Doggy House y a su vez, el de los colaboradores.

- **Pasión**

El empleado que trabaja con pasión será un recurso fundamental para Doggy House ya que sus labores serán ejecutadas de la mejor manera, lo que se verá reflejado en la calidad de las casas y el servicio de venta y postventa a prestar a través de redes sociales, así mismo, la disposición del empleado siempre será asertiva y colaboradora.

- **Responsabilidad**

El empleado trabaja comprometido con sus labores alcanzando las metas propuestas, de esta manera, aportará a Doggy House para lograr ser reconocida como una empresa respetable y confiable que ofrece productos de alta calidad.

- **Trabajo en equipo**

El empleado desarrolla sus actividades laborales con el apoyo de sus compañeros, aportando ideas valiosas para el crecimiento de Doggy House y fortaleciendo el clima laboral. Doggy House tiene en cuenta que, si como compañía crece, sus empleados también lo harán.

- **Empatía**

El colaborador siente, comprende y apoya a sus compañeros buscando el bienestar de todos, lo cual permitirá que en Doggy House exista un excelente clima laboral y los empleados se sientan en familia para realizar su trabajo con entusiasmo.

6.2.4 Objetivos organizacionales

6.2.5 *Objetivo general*

Transformar a Doggy House en una de las compañías líderes en venta de casas para perros en la ciudad de Bogotá.

6.2.6 *Objetivos específicos*

- 6.2.6.1 Incursionar en el mercado de ventas en línea, que será la fuente de sostenimiento de la empresa.
- 6.2.6.2 Aumentar las áreas de la compañía e incrementar el personal fijo contratado.
- 6.2.6.3 Incrementar el número de ventas en un 6,4% mensualmente.
- 6.2.6.4 Generar modelos de innovación que permitan el crecimiento empresarial.

6.2.7 *Políticas organizacionales*

Doggy House es un proyecto dedicado a la producción de casas para mascotas a base de materiales reciclables en la ciudad de Bogotá, atendiendo a esto se establecen las siguientes políticas organizacionales:

6.2.8 *Políticas de gestión humana:*

- Los empleados deben cumplir con el horario laboral establecido (8:00 am a 5:00 pm de lunes a viernes); hay un límite de 15 minutos de tolerancia para el cumplimiento de la hora de ingreso.
- No se permite que los funcionarios trabajen bajo los efectos del alcohol o sustancias psicoactivas.
- Está prohibido el ingreso de elementos/herramientas (cuchillos, navajas, pistolas, etc.) que atenten contra la integridad física propia o de los compañeros.
- Es indispensable el trato respetuoso y amable tanto con los compañeros de trabajo, como con clientes y proveedores.
- Se debe cumplir con la separación de residuos de acuerdo a los colores de identificación de basuras.
- En caso de percibir conductas que vayan en contra con las políticas de la compañía, el empleado debe notificarlo a su jefe directo.
- Los empleados deben realizar sus labores cumpliendo con las normas de seguridad y salud en el trabajo.
- El funcionario debe informar con total honestidad sobre su estado de salud.
- Los colaboradores deben asistir y participar de forma obligatoria a las capacitaciones dispuestas por Doggy House.

- Doggy House y sus colaboradores deberán velar por el trabajo en equipo de forma participativa y respetuosa.
- Política de compras:
- Se realizarán los pagos de materia prima contra entrega.
- El proveedor debe garantizar la calidad de los materiales.
- El proveedor debe cumplir con las fechas pactadas de entrega de recursos.

6.2.9 Política de compras

- Se realizarán los pagos de materia prima contra entrega.
- El proveedor debe garantizar la calidad de los materiales.
- El proveedor debe cumplir con las fechas pactadas de entrega de recursos.

6.2.10 Política de ventas:

- El cliente debe realizar el pago de forma anticipada.
- El funcionario debe tomar la orden de compra de forma detallada, especificando tamaño de la casa (small, medium, big), color, entre otros.
- No se realizan devoluciones de dinero una vez se ha generado la orden de compra.
- El cliente debe asumir el valor del envío del producto.
- El funcionario debe prestar el servicio de venta con amabilidad y respeto.
- Garantizar a nuestros clientes un producto de calidad, velando por manejar precios accesibles.

6.2.11 Código de vestimenta:

- Se permite al funcionario vestir de forma casual (jean, tenis), siempre y cuando su apariencia sea presentable y acorde a un ambiente laboral.

6.3 Estructura organizacional

En la estructura organización se presenta el organigrama de Doggy House el cual se compone de un Gerente general y dos departamentos, el de producción y el de ventas como se muestra a continuación.

6.3.1 Organigrama

En la siguiente imagen se puede observar el organigrama de Doggy House.

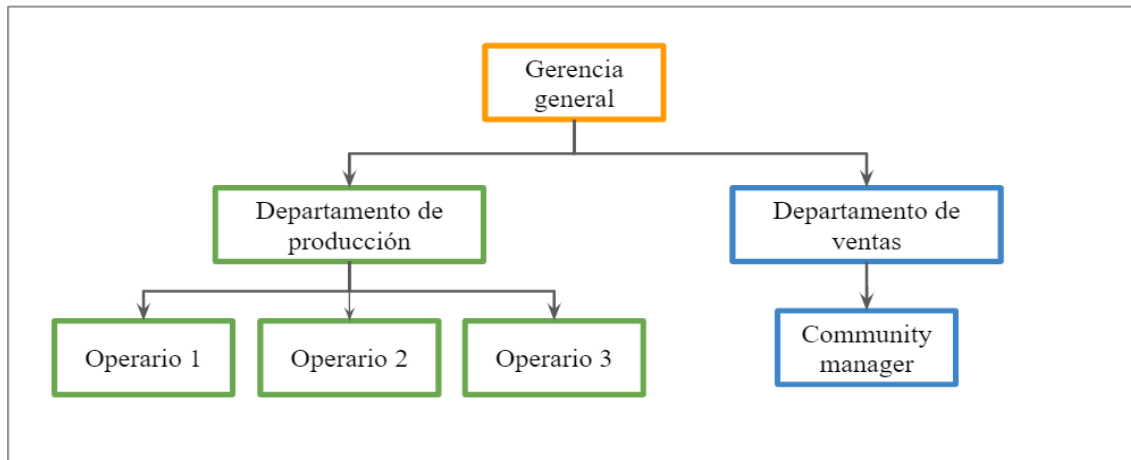


Figura 50. Organigrama Doggy House

6.3.2 Marco legal de vinculación

DOGGYHOUSE en busca de conseguir estabilidad en los diferentes puestos de trabajo tiene definido un esquema de contratación con contratos a término indefinido, con las condiciones estipuladas en el Artículo 47 del Código Sustantivo del trabajo:

El contrato a término indefinido tendrá vigencia mientras subsistan las causas que le dieron origen, y la materia del trabajo. Con todo, el trabajador podrá darlo por terminado mediante aviso escrito con antelación no inferior a treinta (30) días, para que el {empleador} lo reemplace. En caso de no dar aviso oportunamente o de cumplirlo solo parcialmente, se aplicará lo dispuesto en el artículo 8o., numeral 7o., para todo el tiempo, o para el lapso dejado de cumplir. CST Art. 47.

La forma de vinculación anteriormente mencionada tiene como fin que sus colaboradores trabajen con la seguridad de tener una estabilidad laboral, y, por ende, estén motivados lo cual genera mayor calidad en el desempeño de sus actividades.

6.4 Inversión en adecuación administrativa

DOGGYHOUSE se compone de instalaciones dedicadas a la operación y fabricación de modelos de casas para mascotas de forma artesanal, el establecimiento (centro de operaciones y

fabricación) será alquilado y cumplirá con las exigencias de espacio y seguridad pertinentes para dar cumplimiento a los estándares de diseños y fabricación de las casas presentadas, por lo tanto, no requiere de inversión para adecuaciones de las instalaciones.

Considerando lo anterior, y los acercamientos con el arrendador se establece que en el contrato de arrendamiento no se contemplan adecuaciones en el espacio dedicado a la producción, sin embargo, se realizarán marcaciones de las áreas de operación tales como “zona de corte”, “zona de costura”, “área administrativa”, “baños”, “comedor” por un valor de \$200.000 pesos colombianos, este valor será invertido mensualmente como gastos de mantenimiento a infraestructura, para las adecuaciones que se requieran a medida de que se vayan identificando.

6.5 De la constitución de la sociedad

Para dar inicio al proyecto se requiere la constitución de la sociedad, para esto es necesario contemplar el tipo de sociedad que se va a constituir, la estructura patrimonial y determinar los costos en los que se van a incurrir.

6.5.1 Acta de constitución y estatutos de la sociedad

Se anexa al final del documento el acta de constitución y estatutos.

6.5.2 Costos de constitución

A continuación, se relacionan los costos de constitución:

Tabla 33

Costos Constitución de la empresa

Costos de constitución DOGGYHOUSE	
Concepto	Valor
Escritura publica	108.091
Registro cámara de comercio	280.236
Formulario de registro	3.600
Inscripción en libros	27.000
Libros societarios	6.000

TOTAL	424.927
--------------	---------

Nota: Elaboración propia

6.5.3 Estructura patrimonial

La estructura patrimonial del proyecto se compone un capital social de \$40.033.750, de los cuales cada uno de los cuatro socios aporta \$10.008.437.

7 ESTUDIO LEGAL

El estudio legal busca plasmar un panorama de la parte jurídica con la cual debe contar DOGGYHOUSE para su funcionamiento.

7.1 Legislación que afecta al proyecto por su ubicación

La legislación que afecta el proyecto es la siguiente:

Tabla 34

Legislación Empresarial

Legislación	Su relación con el proyecto
Matrícula Mercantil	DOGGYHOUSE debe contar con registro mercantil ante la cámara de comercio de Bogotá, para poder operar en la ciudad.
Registro Único Tributario RUT	DOGGYHOUSE debe estar inscrita en el RUT, ya que todas las entidades jurídicas que realicen transacciones comerciales de bienes o servicios deben certificar por medio de este documento su identificación, ubicación y relación tributaria.
Ley 590 del 10 de Julio del 2000 - Ley Mi Pyme	DOGGYHOUSE se acoge a esta ley pues mediante esta se establecen mejores condiciones para la creación y operación de micros, pequeñas y medianas empresas en el país.

Nota: Elaboración propia

7.2 Legislación que afecta el desarrollo y/o venta del producto

La legislación que afecta el desarrollo y venta del producto es:

Tabla 35

Legislación Empresarial

Legislación	Su relación con el proyecto
--------------------	------------------------------------

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

Ley 1774 de 2016 (Art 3 Numeral B)	Este artículo hace referencia a la responsabilidad de los tenedores de mascotas a garantizar <ol style="list-style-type: none">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; Esto implica que el producto debe garantizar la comodidad de la mascota buscando velar por su integridad.
Decreto 3466 de 1982	Por el cual se dictan normas relativas a la idoneidad, la calidad, las garantías, las marcas, las leyendas, las propagandas y la fijación pública de precios de bienes y servicios, la responsabilidad de sus productores, expendedores y proveedores, y se dictan otras disposiciones.
Decreto 1162 de 2010	Por el cual se organiza el Sistema Administrativo Nacional de Propiedad Intelectual y se crea la Comisión Intersectorial de Propiedad Intelectual

Nota: Elaboración propia

7.3 Legislación que afecta los procesos de contratación y vinculación laboral según el proyecto

A continuación, se nombra la legislación que afecta al proyecto en los procesos de contratación y vinculación laboral:

Tabla 36

Legislación Empresarial

Legislación	Su relación con el proyecto
Código Sustantivo Del Trabajo	Se establecen y regulan las relaciones con los empleados.
Ley 1496 de 2011	Por medio de la cual se garantiza la igualdad salarial y de retribución laboral entre mujeres y hombres, se establecen mecanismos para erradicar cualquier forma de discriminación y se dictan otras disposiciones.
OHSAS 18001:2007	Establece los requisitos que debe cumplir un sistema gestión de seguridad y salud en el trabajo, para que las organizaciones puedan controlar eficazmente los riesgos asociados con sus actividades, mejorando su desempeño de forma continua.
Ley 100 de 1993	Regula el sistema general de seguridad social en: salud, pensiones, riesgos laborales y en servicios sociales complementarios.

ley 1607 de 2012	Exoneración del pago de los aportes parafiscales a favor del Servicio Nacional de Aprendizaje -SENA y del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar -ICBF, y la obligación del empleador de realizar la cotización que le corresponde en salud, a los trabajadores que devenguen, individualmente considerados, menos de diez (10) salarios mínimos mensuales legales vigentes.
-------------------------	--

Nota: Elaboración propia

7.4 Legislación tributaria que afecta el proyecto.

La legislación tributaria en la cual se ve inmerso el proyecto es la siguiente:

Tabla 37

Legislación Empresarial

Legislación	Su relación con el proyecto
Estatuto Tributario - Retención en la Fuente	Mecanismo de recaudo anticipado, DOGGYHOUSE al ser contribuyente debe cumplir con este por las diferentes transacciones realizadas en el periodo gravable.
Impuesto de industria y comercio RETEICA	Se genera por el ejercicio o realización directa o indirecta de cualquier actividad industrial, comercial o de servicios en jurisdicción del Distrito Capital de Bogotá, ya sea que se cumplan de forma permanente u ocasional, en inmueble determinado, con establecimiento de comercio o sin ellos.
Ley 1607 del año 2012 - Impuesto CREE	Su finalidad es que las sociedades, personas jurídicas y asimiladas aporten y contribuyan con dicho impuesto en beneficio de los trabajadores, la generación de empleo y la inversión social.

Nota: Elaboración propia

8 ESTUDIO AMBIENTAL

En el presente estudio se plantea el impacto ambiental que tendrá Doggy House sobre el ambiente y la manera en que será abordado para ser consecuente con su idea de ser una empresa amigable con el medio ambiente.

8.1 Objeto y alcance del estudio

Identificar el posible impacto ambiental negativo que puede ocasionar Doggy House sobre el ambiente con el fin de plantear, ejecutar y monitorear un plan de manejo ambiental; para esto se tendrán en cuenta los siguientes puntos:

- Delimitación del área de influencia directa e indirecta del proyecto.
- Descripción del proyecto.
- Compatibilidad del proyecto con los usos del suelo establecidos en el POT (Plan de Ordenamiento Territorial).
- Comunidades y mecanismos para informarles sobre el proyecto.
- Descripción del medio biótico, abiótico o socioeconómico en el cual se presente desarrollar el proyecto.
- Identificación y evaluación de impactos ambientales que pueda ocasionar el proyecto.
- Propuesta de plan de manejo ambiental.

8.2 Delimitación del área de influencia directa e indirecta del proyecto

El proyecto se desarrollará en la ciudad de Bogotá como población mercado objetivo para la venta de las casas, y la localidad de Engativá para la fabricación de los productos de Doggy House.

En la imagen a continuación, se presenta el mapa espacial de la ciudad de Bogotá, la cual es el área en donde se pretende desarrollar el proyecto en cuanto a fabricación y venta de las casas.

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

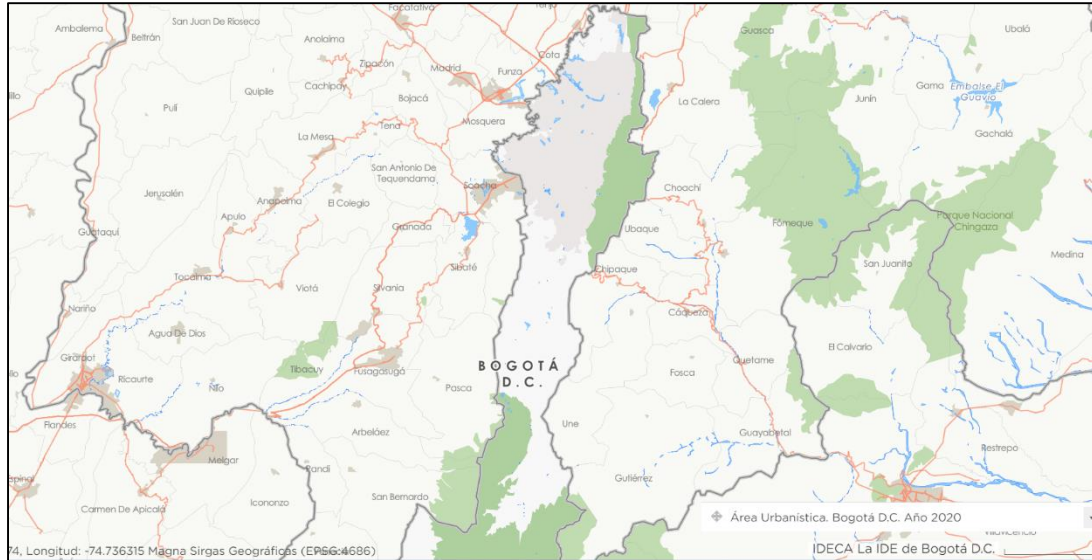


Figura 51. Mapa área urbanística Bogotá D.C.

(Mapas Bogotá, 2020)

A continuación, se evidencia la pirámide poblacional de la Alcaldía Mayor de Bogotá al 5 de mayo de 2021, en donde se evidencia un total de 7.834.167 habitantes en donde la mayor concentración poblacional se encuentra entre los 20 y 54 años tanto para hombres como mujeres.

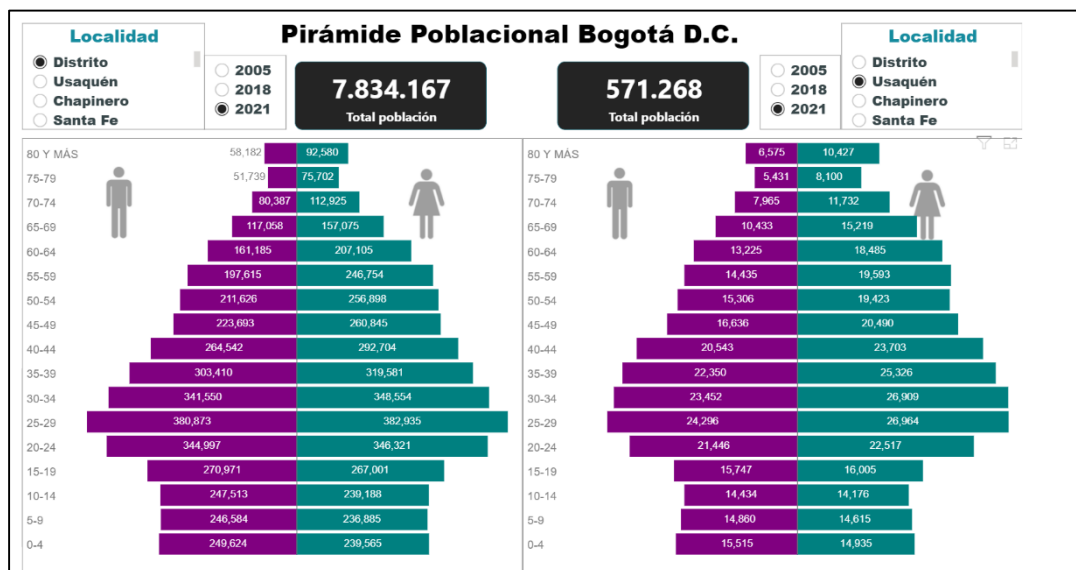


Figura 52. Pirámide poblacional Bogotá D.C.

(Alcaldía Mayor de Bogotá, 2021)

Por otra parte, de acuerdo con la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, la mayor cantidad de nuevas empresas en la ciudad se ubican en las localidades de Usaquén, Suba y

Chapinero con una cifra entre 601-1.144 empresas, y las preceden las localidades de Engativá y Kennedy con una cifra entre 327-601 empresas, tal como se evidencia en el mapa a continuación.

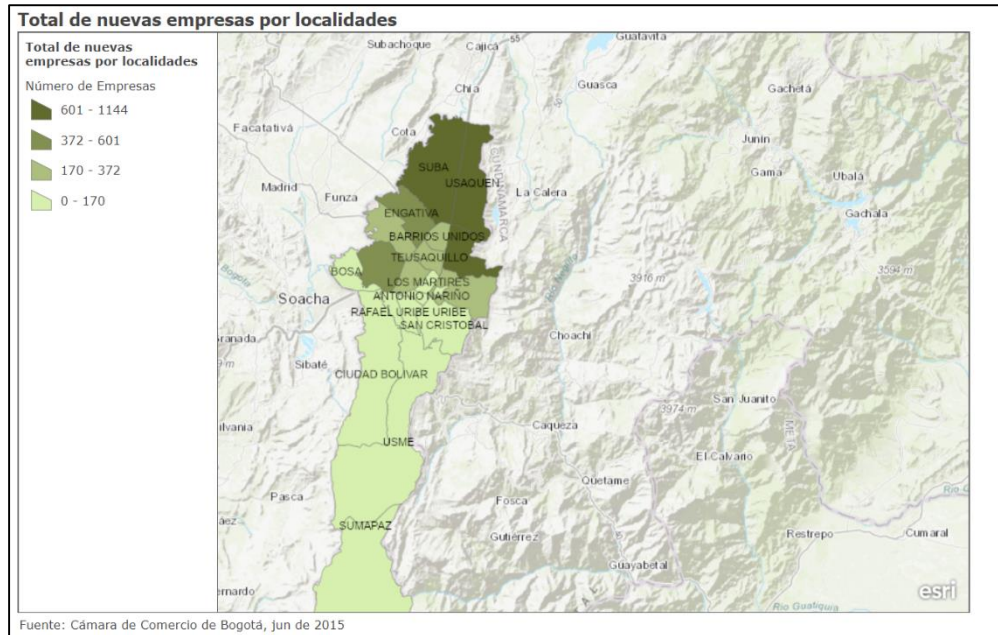


Figura 53. Nuevas empresas en Bogotá

(Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, 2015)

8.3 Descripción del proyecto

Doggy House es una empresa que pretende ofrecer confort a las mascotas caninas a través de casas plegables a base de materiales reciclables, brindando la posibilidad a los dueños de mascotas, de poder transportar dichas casas a los diferentes viajes y/o lugares a los que se deban desplazar por varios días con sus animales domésticos.

La fabricación de Doggy House se realizará de forma artesanal, debido a esto, no se requerirá el uso de maquinaria industrial que pueda ocasionar residuos contaminantes para el ambiente, y que puedan impactar de forma negativa en la calidad del aire de la ciudad de Bogotá.

8.4 Compatibilidad del proyecto con los usos del suelo establecidos en el POT

El Plan de Ordenamiento Territorial (POT) es una norma que define cómo se puede hacer uso del suelo en la ciudad de Bogotá, indica cuáles son y dónde están las áreas protegidas,

condiciones para situar viviendas y actividades productivas, culturales, de esparcimiento y comercio (Cámara de Comercio Bogotá, s.f.).

De acuerdo con el POT, Doggy House estaría ubicada dentro de la clasificación de suelo urbano en la estructura socioeconómica y espacial, y podría clasificarse dentro un área urbana integral en la que conviven de forma armónica zonas de vivienda, zonas de comercio y servicios, zonas de industria y zonas dotacionales. O dentro de un área de actividad industrial la cuál aplica para la localidad de Engativá.

8.5 Comunidades y mecanismos para informarles sobre el proyecto

Como se indicó en el estudio técnico del proyecto, la ubicación de la oficina y planta de producción se situará en la localidad de Engativá en la dirección Kra 87 # 75A - 18 Barrio Florencia, sus principales vías de acceso son la calle 80, al norte se comunica con la localidad de Suba y al sur con la calle 26 aeropuerto el Dorado, siendo estas vías de fácil acceso para el transporte de materias primas y en ese sentido para la distribución del producto. De acuerdo al POT, la localidad de Engativá es un área de actividad industrial, por lo tanto, no se presentarán inconvenientes con las comunidades aledañas a la empresa. Por otra parte, en cuanto a la venta de las casas para perro, Doggy House se dará a conocer por medio de su página web, redes sociales y publicidad digital, finalmente, su distribución será a través de interrapisidimo con un costo asumido por el comprador. Cabe resaltar, que la fabricación de las casas se hará de forma artesanal, por lo cual, las personas que viven en los alrededores no se verán afectadas por contaminación o ruidos.

8.6 Descripción del medio biótico, abiótico o socioeconómico en el cual se pretende desarrollar el proyecto

El medio abiótico está compuesto por todos los fenómenos físicos (presión atmosférica, lluvia, aire, suelo, entre otros) y fenómenos químicos (componentes de rocas, minerales, salinidad del agua, entre otros), que afecten a los organismos (Colombia aprende, s.f.).

El medio biótico está compuesto o constituido por todos los seres vivos de la tierra que van desde seres unicelulares hasta grandes especies de animales incluidos los seres humanos, esto es conocido como biodiversidad (ecoronel, s.f.).

El medio socioeconómico está conformado por estructuras y condiciones sociales y económicas, esto incluye tendencias demográficas, distribución poblacional, indicadores

económicos de bienestar humano, sistemas educativos, redes de transporte, infraestructuras, entre otros aspectos (Glosarios, s.f.).

Doggy House se desarrollará en un medio socioeconómico en la localidad de Engativá como área de influencia directa, al tener su establecimiento de fabricación y oficina allí, a continuación, se presentan aspectos propios de la localidad:

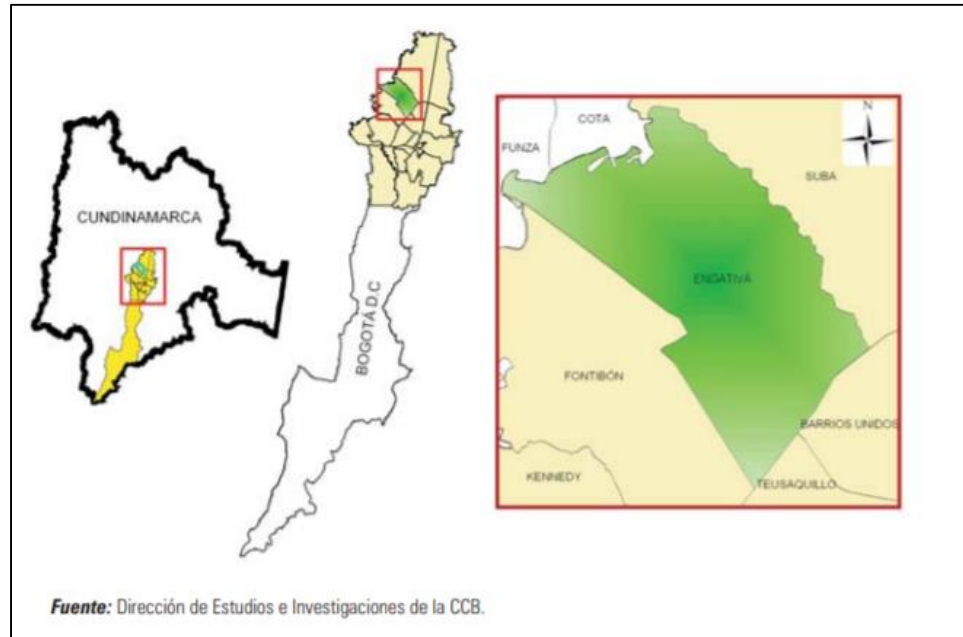


Figura 54. Ubicación geográfica de la localidad de Engativá

(Cámara de Comercio de Bogotá, 2007)

Engativá representa el 4,2% del área total de la ciudad de Bogotá, no tiene suelo rural y posee suelo de expansión. En esa localidad predomina la clase social media-baja con un 73% de predios estrato 3, el 15,6% pertenece a estrato 2, el 4,8% a estrato 4, el 0,4% pertenece a estrato 1 y el 2,5% restante corresponde a viviendas en zonas no residenciales (Cámara de Comercio, 2007).

De acuerdo con el POT, el uso del suelo de Engativá tiene el 7,9% como área urbana integral, el 7,9% industrial y el 6,0% a comercio y servicios (Cámara de Comercio, 2007), como se muestra a continuación:

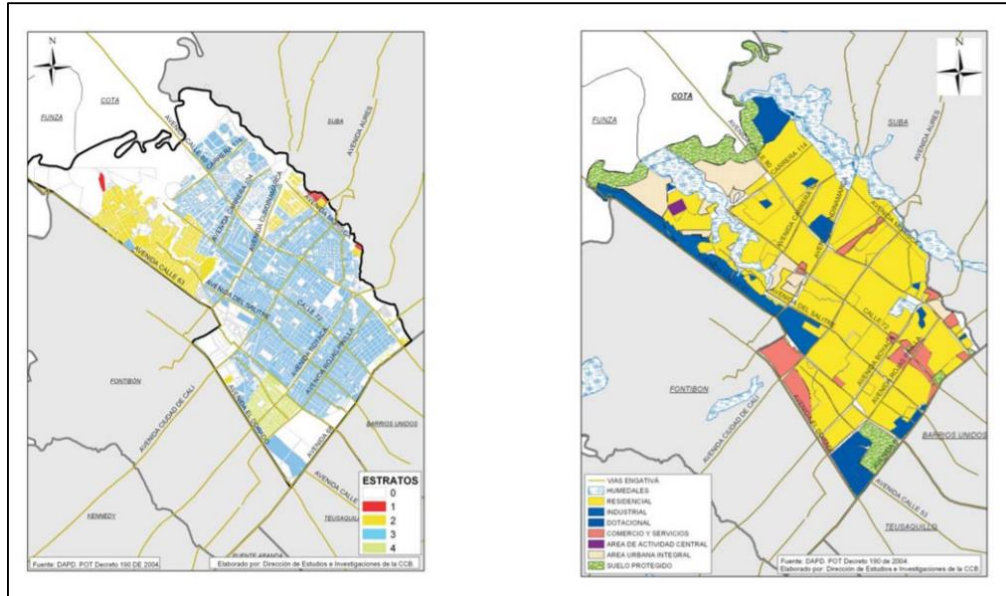


Figura 55. Uso del suelo de Engativá

(Cámara de Comercio de Bogotá, 2007)

8.7 Identificación y evaluación de los impactos ambientales que pueda ocasionar el proyecto

A continuación, se evidencian los impactos ambientales que podría ocasionar el proyecto de acuerdo al medio en que se desarrolla.

8.7.1 Medio Abiótico

Descripción de impactos ambientales correspondientes al medio abiótico.

Tabla 38

Componentes Abióticos

Componente	Aspecto	Impacto
Geomorfología	Morfología	No se define impacto ambiental
Suelos	Clasificación agrológica	No se define impacto ambiental
	Uso del suelo	No se define impacto ambiental

	Calidad del suelo	No se define impacto ambiental
Geotecnia	Estabilidad	No se define impacto ambiental
Aguas superficiales	Características de las aguas superficiales	No se define impacto ambiental
Atmósfera	Calidad del aire	No se define impacto ambiental

Nota: Elaboración propia

El proyecto se ejecutará de forma artesanal, por lo cual, no se requiere uso de máquinas industrializadas que puedan ocasionar afección sobre la calidad del aire, por otra parte, en sus procesos no es necesaria el uso de agua, por ello, no habrá afectaciones directas sobre las características de esta. Finalmente, el proyecto no implica cambios en los suelos, geotecnia ni geomorfología de la localidad de Engativá. De acuerdo a lo anterior, el proyecto no tiene impacto ambiental negativo sobre el medio abiótico.

8.7.2 Medio biótico

Descripción de impactos ambientales correspondientes al medio biótico.

Tabla 39

Componente Biótico

Componente	Aspecto	Impacto
Ecosistemas terrestres	Flora	No se define impacto ambiental
	Fauna	Mejorar la calidad de vida de los perros, al ofrecer en el mercado casas confortables atractivas para la compra por los dueños

Nota: Elaboración propia

Doggy House no tiene impacto negativo sobre la flora y fauna, por lo tanto, no representa impacto negativo sobre el medio biótico.

8.7.3 Medio socioeconómico

Descripción de impactos ambientales correspondientes al medio socioeconómico.

Tabla 40

Componente Biótico

Componente	Aspecto	Impacto
Dimensión demográfica	Calidad de vida	Generación de empleo
Dimensión espacial	Servicios sociales (salud, educación, vivienda, recreación, vías)	No se define impacto ambiental
	Servicios públicos (energía, acueducto, alcantarillado, manejo de residuos)	Alteración en la demanda de servicios públicos e residuos aprovechables
Dimensión económica	Estructura de la propiedad	No se define impacto ambiental
	Procesos productivos	Cambio en la oferta de bienes (casas para perro) y el servicio de venta-comercialización
	Ingresos	Contribución a la economía del país
Dimensión político-organizativa	Presencia institucional	No se define impacto ambiental
	Actores sociales	No se define impacto ambiental
Dimensión cultural	Modificaciones culturales	Generación de consciencia medioambiental y sobre el bienestar animal

Nota: Elaboración propia

Doggy House tiene mayor impacto ambiental sobre el medio socioeconómico, este impacto es tanto positivo como negativo, positivo en cuanto a aspectos de generación de empleo y contribución económica al país, y negativo en cuanto a demanda de servicios públicos y manejo de residuos.

8.8 Propuesta de plan de manejo ambiental

A continuación, se plantea la propuesta del plan de manejo ambiental de Doggy House para que su huella ambiental sea mínima.

- Medidas de prevención, mitigación, corrección y compensación de los impactos ambientales negativos

Doggy House manejará las siguientes medidas de prevención, mitigación, corrección y compensación de los impactos negativos:

Tabla 41

Propuesta Manejo ambiental

Impacto	Medida
Huella de carbono	No se utilizarán máquinas para la producción. Todo se realiza de forma artesanal. No se utilizarán combustibles, ni aditivos. Materia prima reciclable.
Biodiversidad	Concepto de uso de suelos. Mapa de alindamiento del predio que identifique la cercanía áreas de importancia ambiental. Hoja de vida de animales y ficha medica veterinaria.
URE	Instructivo de uso racional de energía. Infraestructura energética manejada mediante luz led.
(Uso racional de energía eléctrica)	Capacitaciones URE.
Residuos convencionales	Identificación de residuos sólidos. Solicitud recolección de residuos (reciclables). Campaña de reciclaje de papel. Canecas de separación de residuos.
Residuos peligrosos	Identificación de residuos Peligrosos. Manejo de residuos peligrosos. Solicitud de residuos a gestores. Certificado de disposición de residuos.

Nota: Elaboración propia

8.8.1 Monitoreo del proyecto

A continuación, se plantea la propuesta del plan de monitoreo del proyecto para asegurar el manejo ambiental de Doggy House para que su huella ambiental sea mínima.

Tabla 42

Monitoreo del proyecto

Impacto	Medida	Control
Aire	Analizar el impacto del ruido y el material particulado.	Medición de decibeles en área de trabajo. Generar método de dispersión de partículas.
Flora y Fauna	Análisis de áreas colindantes ambientales.	Verificación zonas de recuperación ambiental.

Utilización recursos	Análisis de cantidad de energía utilizada en el proyecto.	Generar programas de siembra de plantas. Indicador mensual de consumo kW/h.
Gestión de residuos	Análisis de cantidad de agua utilizada en las instalaciones. Evaluar la disposición y el manejo de residuos sólidos y químicos.	Indicador mensual de consumo en m3. Inspeccionar las fuentes generadoras de residuos (oficinas, planta). Indicador de material recuperado y dispuesto a los gestores.

Nota: Elaboración propia

8.8.2 Costos proyectados del plan de manejo ambiental

A continuación, se presentan los costos asociados al plan de manejo ambiental, estos controles se llevarán a cabo de forma anual.

Tabla 43

Costos proyectados Plan de manejo Ambiental

Categoría	Descripción	Costos
Costos de prevención	Capacitación a empleados	\$60.000
Costo de detección	Inspección de procedimientos	\$240.000
Costos de restauración	Siembra de árboles, reclamaciones por daños a propiedad	\$900.000
Total		\$1.200.000

Nota: Elaboración propia

Por otra parte, se presentan los costos de ingresos no operacionales de la empresa, para el manejo de residuos que genere Doggy House como una medida adicional de cuidado ambiental, dándole un segundo uso a los sobrantes.

Tabla 44

Costos de ingresos no operacionales para el PMA

Ítem	Valor	Cantidad	valor total mes	valor año	
cartón plast (kilo)	\$	280	1100	\$ 308.000	\$ 3.696.000
Inflación		3,00%			

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

	otal Año 1	Total Año 2	otal Año 3	Total Año 4	otal Año 5	otal Año 6	otal Año 7	otal Año 8	otal Año 9	Total Año 10
Venta										
material	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
reciclable	3.696. 000	3.806.8 80	3.921.0 86	4.038.7 19	4.159. 881	4.284. 677	4.413. 217	4.545. 614	4.681. 982	4.822.44 2
Valor de salvamento										\$ 506.934
Total ingresos no operacionales	\$ 3.696. 000	\$ 3.806.8 80	\$ 3.921.0 86	\$ 4.038.7 19	\$ 4.159. 881	\$ 4.284. 677	\$ 4.413. 217	\$ 4.545. 614	\$ 4.681. 982	\$ 5.329.37 6

Nota: Elaboración propia

9 ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO

El presente estudio busca exponer las inversiones requeridas para llevar a cabo el proyecto, por otra parte, se pretende dar a conocer las proyecciones del flujo de caja para el mismo.

9.1 Definición de inversiones diferidas

Se definen las siguientes inversiones diferidas para el proyecto:

Tabla 45

Inversiones Diferidas

INVERSIONES DIFERIDAS		
Descripción	Amortización (Años)	Inversión Inicial
Estudio de Prefactibilidad	5	\$ 1.800.000
Gastos de Constitución	2	\$ 424.927
Imprevistos	1	\$ 180.000
TOTAL		\$ 2.404.927

Nota: Elaboración propia

9.2 Definición de inversiones fijas

Se determinan las inversiones fijas del proyecto

Tabla 46

Inversiones Fijas

INVERSIONES FIJAS		
Descripción	Vida Útil (Años)	Inversión Inicial
Maquinaria	10	\$ 600.000
Muebles y enseres	10	\$ 700.000
Equipo de computo	5	\$ 1.878.000
Herramientas	5	\$ 201.560
TOTAL		\$ 3.379.560

Nota: Elaboración propia

9.3 Estructura de capital

La estructura de capital ha sido estudiada y en investigaciones empíricas se ha demostrado que no hay relación entre esta y el éxito económico (Barrera et al. 2020). Aún con lo anterior si se puede asegurar que la estructura de capital condiciona afecta los resultados económicos por motivo del costo de cada fuente de financiación (Barrera Lievano y Parra Ramírez). A continuación, se presenta la estructura de capital del proyecto.

9.3.1 Recursos propios

El proyecto estará financiado en el 63% con recursos propios con un capital social de \$40.033.750, de los cuales cada socio aporta \$10.008.437.

9.3.2 Recursos con terceros

Los recursos de terceros se establecieron con un préstamo bancario por valor de \$23.849.266, el cual constituye el 37% del valor total requerido y para el cual se genera el siguiente plan de amortización:

Tabla 47

Recursos con terceros

Valor préstamo	\$	23.849.266		
Numero de pagos		60		
tasa de interés (EMV)		1,24%	6%	EA
Valor cuota		\$ 565.871		

Nota: Elaboración propia

Tabla 48

Recursos con terceros

Saldo a capital	Cuota	Amortizació n capital	Intereses	Nuevo saldo
------------------------	--------------	----------------------------------	------------------	--------------------

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

	\$				\$
	23.849.266				23.849.266
	\$	\$	\$	\$	\$
	23.849.266	565.871	270.140	295.731	23.579.126
	\$	\$	\$	\$	\$
	23.579.126	565.871	273.490	292.381	23.305.636
	\$	\$	\$	\$	\$
	23.305.636	565.871	276.881	288.990	23.028.754
	\$	\$	\$	\$	\$
	23.028.754	565.871	280.315	285.557	22.748.440
	\$	\$	\$	\$	\$
	22.748.440	565.871	283.791	282.081	22.464.649
	\$	\$	\$	\$	\$
	22.464.649	565.871	287.310	278.562	22.177.339
	\$	\$	\$	\$	\$
	22.177.339	565.871	290.872	274.999	21.886.467
	\$	\$	\$	\$	\$
	21.886.467	565.871	294.479	271.392	21.591.988
	\$	\$	\$	\$	\$
	21.591.988	565.871	298.131	267.741	21.293.858
0	\$	\$	\$	\$	\$
	21.293.858	565.871	301.827	264.044	20.992.030
1	\$	\$	\$	\$	\$
	20.992.030	565.871	305.570	260.301	20.686.460
2	\$	\$	\$	\$	\$
	20.686.460	565.871	309.359	256.512	20.377.101
3	\$	\$	\$	\$	\$
	20.377.101	565.871	313.195	252.676	20.063.906
4	\$	\$	\$	\$	\$
	20.063.906	565.871	317.079	248.792	19.746.827
5	\$	\$	\$	\$	\$
	19.746.827	565.871	321.011	244.861	19.425.817
6	\$	\$	\$	\$	\$
	19.425.817	565.871	324.991	240.880	19.100.825

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

7	\$ 19.100.825	\$ 565.871	\$ 329.021	\$ 236.850	\$ 18.771.804
8	\$ 18.771.804	\$ 565.871	\$ 333.101	\$ 232.770	\$ 18.438.704
9	\$ 18.438.704	\$ 565.871	\$ 337.231	\$ 228.640	\$ 18.101.472
0	\$ 18.101.472	\$ 565.871	\$ 341.413	\$ 224.458	\$ 17.760.059
1	\$ 17.760.059	\$ 565.871	\$ 345.646	\$ 220.225	\$ 17.414.413
2	\$ 17.414.413	\$ 565.871	\$ 349.933	\$ 215.939	\$ 17.064.480
3	\$ 17.064.480	\$ 565.871	\$ 354.272	\$ 211.600	\$ 16.710.209
4	\$ 16.710.209	\$ 565.871	\$ 358.665	\$ 207.207	\$ 16.351.544
5	\$ 16.351.544	\$ 565.871	\$ 363.112	\$ 202.759	\$ 15.988.432
6	\$ 15.988.432	\$ 565.871	\$ 367.615	\$ 198.257	\$ 15.620.817
7	\$ 15.620.817	\$ 565.871	\$ 372.173	\$ 193.698	\$ 15.248.644
8	\$ 15.248.644	\$ 565.871	\$ 376.788	\$ 189.083	\$ 14.871.856
9	\$ 14.871.856	\$ 565.871	\$ 381.460	\$ 184.411	\$ 14.490.396
0	\$ 14.490.396	\$ 565.871	\$ 386.190	\$ 179.681	\$ 14.104.206
1	\$ 14.104.206	\$ 565.871	\$ 390.979	\$ 174.892	\$ 13.713.227
2	\$ 13.713.227	\$ 565.871	\$ 395.827	\$ 170.044	\$ 13.317.399
3	\$ 13.317.399	\$ 565.871	\$ 400.735	\$ 165.136	\$ 12.916.664

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

	\$	\$	\$	\$	\$
4	12.916.664	565.871	405.705	160.167	12.510.959
	\$	\$	\$	\$	\$
5	12.510.959	565.871	410.735	155.136	12.100.224
	\$	\$	\$	\$	\$
6	12.100.224	565.871	415.828	150.043	11.684.395
	\$	\$	\$	\$	\$
7	11.684.395	565.871	420.985	144.887	11.263.411
	\$	\$	\$	\$	\$
8	11.263.411	565.871	426.205	139.666	10.837.206
	\$	\$	\$	\$	\$
9	10.837.206	565.871	431.490	134.381	10.405.716
	\$	\$	\$	\$	\$
0	10.405.716	565.871	436.840	129.031	9.968.876
	\$	\$	\$	\$	\$
1	9.968.876	565.871	442.257	123.614	9.526.618
	\$	\$	\$	\$	\$
2	9.526.618	565.871	447.741	118.130	9.078.877
	\$	\$	\$	\$	\$
3	9.078.877	565.871	453.293	112.578	8.625.584
	\$	\$	\$	\$	\$
4	8.625.584	565.871	458.914	106.957	8.166.670
	\$	\$	\$	\$	\$
5	8.166.670	565.871	464.605	101.267	7.702.066
	\$	\$	\$	\$	\$
6	7.702.066	565.871	470.366	95.506	7.231.700
	\$	\$	\$	\$	\$
7	7.231.700	565.871	476.198	89.673	6.755.502
	\$	\$	\$	\$	\$
8	6.755.502	565.871	482.103	83.768	6.273.399
	\$	\$	\$	\$	\$
9	6.273.399	565.871	488.081	77.790	5.785.318
	\$	\$	\$	\$	\$
0	5.785.318	565.871	494.133	71.738	5.291.184

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

1	\$ 5.291.184	\$ 565.871	\$ 500.261	\$ 65.611	\$ 4.790.924
2	\$ 4.790.924	\$ 565.871	\$ 506.464	\$ 59.407	\$ 4.284.460
3	\$ 4.284.460	\$ 565.871	\$ 512.744	\$ 53.127	\$ 3.771.716
4	\$ 3.771.716	\$ 565.871	\$ 519.102	\$ 46.769	\$ 3.252.614
5	\$ 3.252.614	\$ 565.871	\$ 525.539	\$ 40.332	\$ 2.727.076
6	\$ 2.727.076	\$ 565.871	\$ 532.055	\$ 33.816	\$ 2.195.020
7	\$ 2.195.020	\$ 565.871	\$ 538.653	\$ 27.218	\$ 1.656.367
8	\$ 1.656.367	\$ 565.871	\$ 545.332	\$ 20.539	\$ 1.111.035
9	\$ 1.111.035	\$ 565.871	\$ 552.094	\$ 13.777	\$ 558.940
0	\$ 558.940	\$ 565.871	\$ 558.940	\$ 6.931	\$ (0)

Nota: Elaboración propia

9.4 Proyección de presupuestos a 10 años

Se presentan las proyecciones de DOGGYHOUSE a 10 años.

9.4.1 Presupuesto de ventas

A continuación, se presenta la proyección del presupuesto de ventas, este se presenta en unidades a vender a 10 años por cada uno de los productos.

Small Doggy

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

Tabla 49

Presupuesto de ventas Small Doggy Año 1 al 5

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Unidades	1200	1277	1359	1445	1538
Precio de venta (sin IVA)	109.934	113.232	116.629	120.128	123.732
Ingresos por ventas	131.920.800	144.574.643	158.442.243	173.640.023	190.295.574

Nota: Elaboración propia

Tabla 50

Presupuesto de Ventas Small Doggy Año 6 al 10

	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10
Unidades	1636	1741	1853	1971	2034
Precio de venta (sin IVA)	127.444	131.267	135.205	139.261	143.439
Ingresos por ventas	208.548.725	228.552.719	250.475.496	274.501.105	291.783.695

Nota: Elaboración propia

Medium Doggy

Tabla 51

Presupuesto de Ventas Medium Doggy Año 1 al 5

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Unidades	600	638	679	723	769
Precio de venta (Sin IVA)	203.379	209.480	215.765	222.238	228.905
Ingresos por ventas	122.027.400	133.732.268	146.559.867	160.617.890	176.024.358

Nota: Elaboración propia

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

Tabla 52

Presupuesto de Ventas Medium Doggy Año 6 al 10

	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10
Unidades	818	871	926	986	1017
Precio de venta (Sin IVA)	235.772	242.845	250.131	257.634	265.363
Ingresos por ventas	192.908.614	211.412.409	231.691.087	253.914.896	269.901.378

Nota: Elaboración propia

Big Doggy

Tabla 53

Presupuesto de Ventas Big Doggy Año 1 al 5

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Unidades	360	383	408	434	461
Precio de venta (Sin IVA)	508.778	524.041	539.763	555.955	572.634
Ingresos por ventas	183.160.080	200.728.795	219.982.701	241.083.442	264.208.165

Nota: Elaboración propia

Tabla 54

Presupuesto de Ventas Big Doggy Año 6 al 10

	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10
Unidades	491	522	556	591	610
Precio de venta (Sin IVA)	589.813	607.508	625.733	644.505	663.840
Ingresos por ventas	289.551.012	317.324.746	347.762.535	381.119.918	405.115.228

Nota: Elaboración propia

9.4.2 Presupuesto de producción

Se expone el presupuesto de producción con proyección a 10 años de acuerdo a las ventas presupuestadas para cada uno de los productos.

Small Doggy

Tabla 55

Presupuesto de producción Small Doggy del año 1 al año 5

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Materia prima	57.306	59.025	60.796	62.620	64.498
Mano de obra	15.142	15.672	16.220	16.788	17.376
Costos indirectos de fabrica	15.500	15.965	16.444	16.937	17.445
Costo de producción unitario	87.948	90.662	93.460	96.345	99.319
Unidades a producir (vender)	1.200	1.277	1.359	1.445	1.538
Costo de producción Total	105.537.273	115.757.073	126.966.943	139.262.840	152.750.028

Nota: Elaboración propia

Tabla 56

Presupuesto de producción Small Doggy del año 6 al año 10

	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10
Materia prima	66.433	68.426	70.479	72.593	74.771
Mano de obra	17.984	18.613	19.265	19.939	20.637

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

Costos indirectos de fabrica	17.969	18.508	19.063	19.635	20.224
Costo de producción unitario	102.386	105.547	108.807	112.167	115.632
Unidades a producir (vender)	1.636	1.741	1.853	1.971	2.034
Costo de producción Total	167.543.977	183.771.355	201.571.113	221.095.678	235.218.659

Nota: Elaboración propia

Medium Doggy

Tabla 57

Presupuesto de producción Medium Doggy del año 1 al año 5

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Materia prima	124.347	128.078	131.920	135.878	139.954
Mano de obra	18.171	18.807	19.465	20.147	20.852
Costos indirectos de fabrica	20.187	20.793	21.416	22.059	22.721
Costo de producción unitario	162.706	167.678	172.802	178.084	183.527
Unidades a producir (vender)	600	638	679	723	769
Costo de producción Total	97.623.444	107.045.487	117.377.165	128.706.324	141.129.297

Nota: Elaboración propia

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

Tabla 58

Presupuesto de producción Medium Doggy del año 6 al año 10

	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10
Materia prima	144.153	148.477	152.932	157.520	162.245
Mano de obra	21.582	22.337	23.119	23.928	24.766
Costos indirectos de fabrica	23.402	24.104	24.828	25.572	26.340
Costo de producción unitario	189.137	194.919	200.878	207.020	213.350
Unidades a producir (vender)	818	871	926	986	1.017
Costo de producción Total	154.751.725	169.689.452	186.069.516	204.031.229	216.998.722

Nota: Elaboración propia

Big Doggy

Tabla 59

Presupuesto de producción Big Doggy del año 1 al año 5

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Materia prima	345.741	356.113	366.797	377.801	389.135
Mano de obra	30.284	31.343	32.440	33.576	34.751
Costos indirectos de fabrica	31.000	31.930	32.888	33.875	34.891
Costo de producción unitario	407.025	419.387	432.125	445.251	458.776
Unidades a producir (vender)	360	383	408	434	461

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

Costo de producción Total	146.528.861	160.641.908	176.114.550	193.077.795	211.675.275
----------------------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

Nota: Elaboración propia

Tabla 60

Presupuesto de producción Small Doggy del año 6 al año 10

	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10
Materia prima	400.809	412.833	425.218	437.974	451.114
Mano de obra	35.967	37.226	38.529	39.878	41.273
Costos indirectos de fabrica	35.937	37.016	38.126	39.270	40.448
Costo de producción unitario	472.714	487.075	501.873	517.122	532.835
Unidades a producir (vender)	491	522	556	591	610
Costo de producción Total	232.064.467	254.418.027	278.925.250	305.793.678	325.168.126

Nota: Elaboración propia

9.4.3 Presupuesto de gastos operacionales, no operacionales e ingresos no operacionales

Se presenta la proyección del presupuesto de gastos operacionales, no operacionales e ingresos no operacionales, proyectado a 10 años.

Gastos de administración:

Tabla 61

Gastos de administración año 1 al 5

Gastos de administración	valor	Meses	total Año 1	total Año 2	total Año 3	total Año 4	total Año 5
salario Gerente	2.609.035		31.308.424	32.404.219	33.538.366	34.712.209	35.927.137
		2					
Manejo ambiental	100.000		1.200.000	1.236.000	1.273.080	1.311.272	1.350.611
		2					

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

Arriendo	900.000		10.800.000	10.973.880	11.390.887	11.823.741	12.273.043
		2					
Servicios Públicos	350.000		4.200.000	4.326.000	4.455.780	4.589.453	4.727.137
		2					
Servicio Telefónicos	100.000		1.200.000	1.236.000	1.273.080	1.311.272	1.350.611
		2					
Implementos de aseo y cafetería	75.049		900.588	927.606	955.434	984.097	1.013.620
		2					
Útiles de oficina y papelería	106.892		1.282.704	1.321.185	1.360.821	1.401.645	1.443.695
		2					
Imprevistos	180.000		2.160.000	2.224.800	2.291.544	2.360.290	2.431.099
		2					
Depreciación			545.912	545.912	545.912	545.912	545.912
Total			53.597.628	55.195.602	57.084.904	59.039.893	61.062.864

Nota: Elaboración propia

Tabla 62

Gastos de administración año 6 al 10

Gastos de administración	total Año 6	total Año 7	total Año 8	total Año 9	total Año 10
salario Gerente	37.184.586	38.486.047	39.833.059	41.227.216	42.670.168
Manejo ambiental	1.391.129	1.432.863	1.475.849	1.520.124	1.565.728
Arriendo	12.739.419	13.223.517	13.726.011	14.247.599	14.789.008
Servicios Públicos	4.868.951	5.015.020	5.165.470	5.320.434	5.480.047
Servicio Telefónicos	1.391.129	1.432.863	1.475.849	1.520.124	1.565.728
Implementos de aseo y cafetería	1.044.028	1.075.349	1.107.610	1.140.838	1.175.063
Útiles de oficina y papelería	1.487.005	1.531.616	1.577.564	1.624.891	1.673.638
Imprevistos	2.504.032	2.579.153	2.656.528	2.736.223	2.818.310
Depreciación	130.000	130.000	130.000	130.000	130.000
Total	62.740.280	64.906.427	67.147.938	69.467.449	71.867.690

Nota: Elaboración propia

Gastos de venta

Tabla 63

Gastos de venta año 1 al 5

Gastos en venta	valor	Meses	total Año 1	total Año 2	total Año 3	total Año 4	total Año 5
Salario community manager	2.167.403	12	26.008.840	26.919.149	27.861.320	28.836.466	29.845.742
Publicidad	600.000	12	7.200.000	7.416.000	7.638.480	7.867.634	8.103.663
Servicio de transporte	80.000	12	960.000	988.800	1.018.464	1.049.018	1.080.488

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

Total	34.168.840	35.323.949	36.518.264	37.753.118	39.029.894
--------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Nota: Elaboración propia

Tabla 64

Gastos de venta año 6 al 10

Gastos en venta	total Año 6	total Año 7	total Año 8	total Año 9	total Año 10
Salario community manager	30.890.343	31.971.505	33.090.508	34.248.676	35.447.379
Publicidad	8.346.773	8.597.177	8.855.092	9.120.745	9.394.367
Servicio de transporte	1.112.903	1.146.290	1.180.679	1.216.099	1.252.582
Total	40.350.020	41.714.972	43.126.279	44.585.519	46.094.328

Nota: Elaboración propia

Gastos no operacionales

Tabla 65

Gastos no operacionales año 1 al 5

Gastos no operacionales	total Año 1	total Año 2	total Año 3	total Año 4	total Año 5
Manejo de cuentas bancarias	1.000.000	1.030.000	1.060.900	1.092.727	1.125.509
Intereses	5.653.277	4.885.418	3.902.382	2.643.871	1.032.687
Total	6.653.277	5.915.418	4.963.282	3.736.598	2.158.196

Nota: Elaboración propia

Tabla 66

Gastos no operacionales año 6 al 10

Gastos no operacionales	total Año 6	total Año 7	total Año 8	total Año 9	total Año 10
Manejo de cuentas bancarias	1.159.274	1.194.052	1.229.874	1.266.770	1.304.773
Intereses					
Total	1.159.274	1.194.052	1.229.874	1.266.770	1.304.773

Nota: Elaboración propia

Ingresos no operacionales

Tabla 67

Ingresos no operacionales año 1 al 5

Ingresos No Operacionales	total Año 1	total Año 2	total Año 3	total Año 4	total Año 5
Venta material reciclable	3.696.000	3.806.880	3.921.086	4.038.719	4.159.881
Valor de salvamento					

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

total ingresos no operacionales	3.696.000	3.806.880	3.921.086	4.038.719	4.159.881
--	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Nota: Elaboración propia

Tabla 68

Ingresos no operacionales año 6 al 10

Ingresos No Operacionales	total Año 6	total Año 7	total Año 8	total Año 9	total Año 10
Venta material reciclable	4.284.677	4.413.217	4.545.614	4.681.982	4.822.442
Valor de salvamento					506.934
total ingresos no operacionales	4.284.677	4.413.217	4.545.614	4.681.982	5.329.376

Nota: Elaboración propia

9.5 Proyección de estados financieros a 10 años

A continuación se plasmarán los resultados obtenidos a nivel de los estados financieros, los cuales muestran un panorama del proyecto a 10 años.

9.5.1 Estado de situación financiera

Se presenta el estado de la situación financiera de DOGGYHOUSE a 10 años:

Tabla 69

Estado Situación Financiera año 1 al 5

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO					
Activo Corriente					
Caja (40%)	24.937.544	24.857.824	26.826.393	30.654.477	36.562.636
Bancos (60%)	37.406.316	37.286.737	40.239.590	45.981.716	54.843.954
Cuentas por cobrar	18.212.845	19.959.821	21.874.367	23.972.556	26.272.004
Inventarios	0	0	0	0	0

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

Inversiones CP	0	0	0	0	0
Total Activo Corriente	80.556.705	82.104.382	88.940.351	100.608.750	595
Activo no corriente					
Muebles y enseres	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000
Dep. muebles y enseres	70.000	140.000	210.000	280.000	350.000
Equipo de computo	1.878.000	1.878.000	1.878.000	1.878.000	0
Dep. Equipo de computo	375.600	751.200	1.126.800	1.502.400	0
Equipo telecomunicación	0	0	0	0	0
Dep. Equi. Telecomunicaciones	0	0	0	0	0
Edificaciones	0	0	0	0	0
Dep. Edificaciones	0	0	0	0	0
herramientas	201.560	201.560	201.560	201.560	201.560
Dep. Herramientas	40.312	80.624	120.936	161.248	201.560
terrenos	0	0	0	0	0
vehículos	0	0	0	0	0
Dep. vehículos	0	0	0	0	0
Inversiones LP	0	0	0	0	0
					117.678.

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

Total activo no corriente	2.293.648	1.807.736	1.321.824	835.912	350.000
Total Activo	82.850.353	83.912.118	90.262.175	101.444.662	118.028.595
PASIVO					
Pasivo Corriente					
Obligaciones financieras C.P.	0	0	0	6.273.399	0
Cuentas por pagar	25.809.556	28.285.209	30.998.326	33.971.686	37.230.250
Impuestos	0	809.618	2.825.249	5.098.066	7.656.018
Total Pasivo Corriente	25.809.556	29.094.827	33.823.575	45.343.150	44.886.268
Pasivo no corriente					
Obligaciones financieras L.P.	20.377.101	16.351.544	11.684.395	0	0
Total pasivo no corriente	20.377.101	16.351.544	11.684.395	0	0
Total pasivo	46.186.657	45.446.371	45.507.970	45.343.150	44.886.268
PATRIMONIO					
Aportes sociales	40.033.750	40.033.750	40.033.750	40.033.750	40.033.750
Utilidad ejercicio	0	1.802.052	6.288.457	11.347.307	17.040.815
Perdida del ejercicio	-3.370.055	0	0	0	0

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

Utilidades acumuladas	0	-3.370.055	-1.568.003	4.720.454	16.067.761
-----------------------	---	------------	------------	-----------	------------

Total patrimonio	36.663.695	38.465.747	44.754.204	56.101.511	73.142.326
-------------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Activo	82.850.353	83.912.118	90.262.175	101.444.662	118.028.595
pasivo + patrimonio	82.850.353	83.912.118	90.262.175	101.444.662	118.028.595
= 0	0	0	0	0	0

Nota: Elaboración propia

Tabla 70

Estado Situación Financiera año 6 al 10

	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
ACTIVO					
Activo Corriente					
Caja (40%)	47.509.086	61.051.366	77.615.823	97.543.984	118.856.214
Bancos (60%)	71.263.629	91.577.049	116.423.734	146.315.976	178.284.320
Cuentas por cobrar	28.792.015	31.553.745	34.580.380	37.897.330	40.283.346
Inventarios	0	0	0	0	0
Inversiones CP	0	0	0	0	0
Total Activo Corriente	147.564.730	184.182.160	228.619.937	281.757.290	337.423.880
Activo no corriente					
Muebles y enseres	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

Dep. muebles y enseres	420.000	490.000	560.000	630.000	700.000
Equipo de computo	1.878.000	1.878.000	1.878.000	1.878.000	1.878.000
Dep. Equipo de computo	1.878.000	1.878.000	1.878.000	1.878.000	1.878.000
Equipo telecomun icación	0	0	0	0	0
Dep. Equi. Telecomu nicaciones	0	0	0	0	0
Edificacio nes	0	0	0	0	0
Dep. Edificacio nes	0	0	0	0	0
herramien tas	201.560	201.560	201.560	201.560	201.560
Dep. Herramien tas	201.560	201.560	201.560	201.560	201.560
terrenos	0	0	0	0	0
vehículos	0	0	0	0	0
Dep. vehículos	0	0	0	0	0
Inversione s LP	0	0	0	0	0
Total activo no corriente	280.000	210.000	140.000	70.000	0
Total Activo	147.844.730	184.392.160	228.759.937	281.827.290	337.423.880
PASIVO					
Pasivo Corriente					

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

Obligaciones financieras C.P.	0	0	0	0	0
Cuentas por pagar	40.801.375	44.715.043	49.004.110	53.704.585	57.085.825
Impuestos	10.509.319	13.374.355	16.570.450	20.130.572	22.427.236
Total Pasivo Corriente	51.310.694	58.089.398	65.574.561	73.835.156	79.513.061
Pasivo no corriente					
Obligaciones financieras L.P.	0	0	0	0	0
Total pasivo no corriente	0	0	0	0	0
Total pasivo	51.310.694	58.089.398	65.574.561	73.835.156	79.513.061
PATRIMONIO					
Aportes sociales	40.033.750	40.033.750	40.033.750	40.033.750	40.033.750
Utilidad ejercicio	23.391.709	29.768.726	36.882.615	44.806.757	49.918.686
Perdida del ejercicio	0	0	0	0	0
Utilidades acumuladas	33.108.576	56.500.286	86.269.011	123.151.627	167.958.383
Total patrimonio	96.534.036	126.302.761	163.185.377	207.992.133	257.910.819

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

Activo	147.844.730	184.392.160	228.759.937	281.827.290	337.423.880
pasivo + patrimonio	147.844.730	184.392.160	228.759.937	281.827.290	337.423.880
=	0	0	0	0	0

Nota: Elaboración propia

9.5.2 Estado de resultados

Se presenta el estado de resultados a 10 años:

Tabla 71

Estado de Resultados año 1 al 5

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Ventas netas	437.108.280	479.035.706	524.984.811	575.341.354	630.528.097
Costo de ventas	349.689.577	383.444.468	420.458.658	461.046.959	505.554.601
Utilidad bruta	87.418.703	95.591.239	104.526.153	114.294.395	124.973.496
Gastos operacionales	90.166.468	92.991.551	96.149.328	99.415.556	102.793.979
Utilidad Operacional	-2.747.765	2.599.688	8.376.825	14.878.839	22.179.517
Ingresos no operacionales	3.696.000	3.806.880	3.921.086	4.038.719	4.159.881
Gastos no operacionales	4.318.290	3.794.898	3.184.206	2.472.185	1.642.565
Utilidad Antes de	-3.370.055	2.611.670	9.113.705	16.445.373	24.696.833

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

impuest os

Impuest o	0	809.618	2.825.249	5.098.066	7.656.018
Utilidad Neta	-3.370.055	1.802.052	6.288.457	11.347.307	17.040.815

Nota: Elaboración propia

Tabla 72

Estado de Resultados año 6 al 10

	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10
Ventas netas	691.008.352	757.289.873	829.929.118	909.535.919	966.800.300
Costo de ventas	554.360.170	607.878.833	666.565.878	730.920.585	777.385.508
Utilidad bruta	136.648.182	149.411.040	163.363.240	178.615.334	189.414.793
Gastos operacio nales	105.872.557	109.487.124	113.225.914	117.093.217	121.093.474
Utilidad Operaci onal	30.775.625	39.923.916	50.137.326	61.522.116	68.321.319
Ingresos no operacio nales	4.284.677	4.413.217	4.545.614	4.681.982	5.329.376
Gastos no operacio nales	1.159.274	1.194.052	1.229.874	1.266.770	1.304.773
Utilidad Antes de impuest os	33.901.028	43.143.081	53.453.066	64.937.329	72.345.921
Impuest o	10.509.319	13.374.355	16.570.450	20.130.572	22.427.236

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

Utilidad Neta	23.391.709	29.768.726	36.882.615	44.806.757	49.918.686
----------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Nota: Elaboración propia

9.6 Proyección de flujo de caja a 10 años

Se presenta el flujo de caja a 10 años.

Tabla 73

Proyección Flujo de caja año 1 al 5

Momento 0	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Ingresos operacionales	437.108.280	479.035.706	524.984.811	575.341.354	630.528.097
ingresos no operacionales	3.696.000	3.806.880	3.921.086	4.038.719	4.159.881
Valores de salvamento	0	0	0	0	0
Ingresos sujetos a tributación	440.804.280	482.842.586	528.905.898	579.380.073	634.687.978
Costos operacionales	349.689.577	383.444.468	420.458.658	461.046.959	505.554.601
Gastos operacionales	90.166.468	92.991.551	96.149.328	99.415.556	102.793.979
Gastos no operacionales	4.318.290	3.794.898	3.184.206	2.472.185	1.642.565
Egresos que afectan la tributación	444.174.335	480.230.916	519.792.192	562.934.700	609.991.144
Utilidad antes de impuesto (UAI)	-3.370.055	2.611.670	9.113.705	16.445.373	24.696.833

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

Impuesto (31%)		0	809.618	2.825.249	5.098.066	7.656.018
Utilidad neta		-3.370.055	1.802.052	6.288.457	11.347.307	17.040.815
Depreciación		545.912	545.912	545.912	545.912	545.912
Venta de activos por valor de libros		0	0	0	0	0
Préstamos bancarios	23.849.266	0	0	0	0	0
Ingreso que no afectan la tributación	23.849.266	545.912	545.912	545.912	545.912	545.912
Inversiones						
Amortización a capital		3.472.165	4.025.557	4.667.149	5.410.997	6.273.399
Egresos que no afectan la tributación		3.472.165	4.025.557	4.667.149	5.410.997	6.273.399
inversiones diferidas		180.000	180.000	180.000	180.000	180.000
Maquinaria y equipo	600.000					
Muebles y enseres	700.000					
Vehículos	0					
Herramientas	201.560					
Equipo de computo	1.878.000					
Capital de trabajo	55.521.792					
Inversión Inicial	58.901.352					

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

Flujo de caja del inversionist

a	-35.052.086	-5.930.396	-1.311.681	2.533.132	6.848.135	11.679.240
----------	--------------------	-------------------	-------------------	------------------	------------------	-------------------

Nota: Elaboración propia

Tabla 74

Proyección Flujo de caja año 6 al 10

	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10
Ingresos operacionales	691.008.352	757.289.873	829.929.118	909.535.919	966.800.300
ingresos no operacionales	4.284.677	4.413.217	4.545.614	4.681.982	4.822.442
Valores de salvamento	0	0	0	0	506.934
Ingresos sujetos a tributación	695.293.029	761.703.090	834.474.732	914.217.901	972.129.676
Costos operacionales	554.360.170	607.878.833	666.565.878	730.920.585	777.385.508
Gastos operacionales	105.872.557	109.487.124	113.225.914	117.093.217	121.093.474
Gastos no operacionales	1.159.274	1.194.052	1.229.874	1.266.770	1.304.773
Egresos que afectan la tributación	661.392.001	718.560.010	781.021.666	849.280.572	899.783.755
Utilidad antes de impuesto (UAI)	33.901.028	43.143.081	53.453.066	64.937.329	72.345.921
Impuesto (31%)	10.509.319	13.374.355	16.570.450	20.130.572	22.427.236
Utilidad neta	23.391.709	29.768.726	36.882.615	44.806.757	49.918.686
Depreciación	130.000	130.000	130.000	130.000	130.000
Venta de activos por valor de libros	0	0	0	0	0
Préstamos bancarios	0	0	0	0	0

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

Ingreso que no afectan la tributación	130.000	130.000	130.000	130.000	130.000
Inversiones					
Amortización a capital					
Egresos que no afectan la tributación	0	0	0	0	0
inversiones diferidas	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000
Maquinaria y equipo					
Muebles y enseres					
Vehículos					
Herramientas					
Equipo de computo					
Capital de trabajo					
Inversión Inicial					
Flujo de caja del inversionista	23.471.709	29.848.726	36.962.615	44.886.757	49.998.686

Nota: Elaboración propia

10 EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

Se presentan los indicadores financieros de DOGGYHOUSE con la finalidad de determinar la viabilidad del proyecto.

10.1 Presentación de indicadores financieros de liquidez y rentabilidad

Se presentan los indicadores de liquidez:

Capital de trabajo neto

Tabla 75

Indicadores de Liquidez – Capital de trabajo neto

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
activo corriente	80.556.70	82.104.	88.940.	100.608	117.678	147.564.	184.182.	228.619.	281.757.	337.423.
5		382	351	.750	.595	730	160	937	290	880
pasivo corriente	25.809.55	29.094.	33.823.	45.343.	44.886.	51.310.6	58.089.3	65.574.5	73.835.1	79.513.0
6		827	575	150	268	94	98	61	56	61
capital de trabajo neto (Act cte - Pas Cte)	54.747.14	53.009.	55.116.	55.265.	72.792.	96.254.0	126.092.	163.045.	207.922.	257.910.
8		555	776	599	326	36	761	377	133	819

Nota: Elaboración propia

Razón corriente

Tabla 76

Indicadores de Liquidez – Razón Corriente

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
activo corriente	80.556.70	82.104.	88.940.	100.608	117.678	147.564.	184.182.	228.619.	281.757.	337.423.
5		382	351	.750	.595	730	160	937	290	880
pasivo corriente	25.809.55	29.094.	33.823.	45.343.	44.886.	51.310.6	58.089.3	65.574.5	73.835.1	79.513.0
6		827	575	150	268	94	98	61	56	61
Razón corriente (Act cte / Pas Cte)	3,12	2,82	2,63	2,22	2,62	2,88	3,17	3,49	3,82	4,24

Nota: Elaboración propia

Indicador de Solidez

Tabla 77

Indicadores de Liquidez – Indicadores de Solidez

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
activo total	82.850.35	83.912.	90.262.	101.444	118.028	147.844.	184.392.	228.759.	281.827.	337.423.
3		118	175	.662	.595	730	160	937	290	880
pasivo total	46.186.65	45.446.	45.507.	45.343.	44.886.	51.310.6	58.089.3	65.574.5	73.835.1	79.513.0
7		371	970	150	268	94	98	61	56	61

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

Indicador de Solidez (Act total / Pas total)	1,79	1,85	1,98	2,24	2,63	2,88	3,17	3,49	3,82	4,24
--	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

Nota: Elaboración propia

Indicadores de Rentabilidad

Margen Bruto

Tabla 78

Indicadores de Rentabilidad – Margen Bruto

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10
Utilidad Bruta	87.418.703	95.591.239	104.526.153	114.294.395	124.973.496	136.648.182	149.411.040	163.363.240	178.615.334	189.414.793
Ventas netas	437.108.280	479.035.706	524.984.811	575.341.354	630.528.097	691.008.352	757.289.873	829.929.118	909.535.919	966.800.300
Margen Bruto (Utilidad Bruta / ventas netas)	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20

Nota: Elaboración propia

Margen Operacional

Tabla 79

Indicadores de Rentabilidad – Margen Operacional

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10
Utilidad Operacional	-2.747.765	2.599.688	8.376.825	14.878.839	22.179.517	30.775.625	39.923.916	50.137.326	61.522.116	68.321.319
Ventas netas	437.108.280	479.035.706	524.984.811	575.341.354	630.528.097	691.008.352	757.289.873	829.929.118	909.535.919	966.800.300
Margen Operacional (Utilidad Operacional / ventas netas)	-0,01	0,01	0,02	0,03	0,04	0,04	0,05	0,06	0,07	0,07

Nota: Elaboración propia

Margen de utilidad neto

Tabla 80

Indicadores de Rentabilidad – Margen de Utilidad neto

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10
Utilidad Neta	-3.370.055	1.802.052	6.288.457	11.347.307	17.040.815	23.391.709	29.768.726	36.882.615	44.806.757	49.918.686
Ventas netas	437.108.280	479.035.706	524.984.811	575.341.354	630.528.097	691.008.352	757.289.873	829.929.118	909.535.919	966.800.300
Margen Neto (Utilidad Neta / ventas netas)	-0,01	0,00	0,01	0,02	0,03	0,03	0,04	0,04	0,05	0,05

Nota: Elaboración propia

10.2 Evaluación financiera - Valor Presente Neto y TIR

En la evaluación financiera, se presentan el VPN (Valor Presente Neto) y la tasa interna de retorno de DOGGYHOUSE los cuales son indicadores clave para determinar si el proyecto es viable o no lo es.

10.2.1 Determinación de la tasa de descuento

Se determina una tasa de descuento del 17,23% para DOGGYHOUSE

Tabla 81

Tasa de descuento

		Monto	Part/Activo	Costo	Ponderación
Pasivo	\$	23.849.266	37%	11,00%	4,11%
Patrimonio	\$	40.033.750	63%	20,94%	13,12%
Activo	\$	63.883.016	100%	WAAC=CK=	17,23%

Nota: Elaboración propia

10.2.2 Cálculo del Valor Presente Neto

Partiendo de la proyección del flujo de caja a 10 años y de la tasa de descuento, se calcula para DOGGYHOUSE un valor presente neto (VPN) de \$19.568.400,52.

10.2.3 Cálculo de la Tasa Interna de Retorno

Se calcula una tasa interna de retorno (TIR) del 23,79% para el proyecto.

11 CONCLUSIONES

De acuerdo con el estudio de mercado se concluye que la población encuestada está dispuesta a obtener un producto de alta calidad para mascotas de razas medianas con costos aproximados entre los \$251.000 a los \$386.000, adicionalmente, de las 69 personas encuestadas el 66.7% tiene preferencia por las mascotas caninas, lo cual brinda puntos clave para el desarrollo del proyecto.

Se evidencia que la competencia tiene precios similares a los de DOGGYHOUSE, con la diferencia de que el producto ofrecido es de material reciclable y amigable con el medio ambiente con lo que se busca generar el mínimo de contaminación una vez que el producto termine su vida útil.

Doggy house contará con una capacidad instalada para producir 1200 unidades Small Doggy, 600 unidades de Medium Doggy y 360 unidades de Big Doggy en el primer año de operación.

De acuerdo con el estudio técnico, Doggy House estará ubicado en la localidad de Engativá, donde inicialmente se pagará un arriendo de \$1.000.000, y no se realizarán adecuaciones al lugar escogido, pues cuenta con las disposiciones necesarias para ejecutar las actividades de producción.

La inversión en la maquinaria necesaria para llevar a cabo el proyecto es de 801.560, la cual comprende herramientas de corte, trazo y unión que intervienen en el proceso de producción.

Con base en el estudio administrativo se encuentra que la organización se denominará DOGGYHOUSE, la cual contará con un organigrama compuesto de tres áreas fundamentales, Gerencia, Producción y Ventas, adicional la vinculación de empleados se realizará mediante un contrato a término indefinido de acuerdo a lo establecido en el código sustantivo del trabajo; finalmente se estima un monto de \$200.000 para adecuaciones del área administrativa y de \$424.927 para los costos de constitución.

Por otra parte, en el estudio económico – financiero se define que las inversiones diferidas tienen un valor de \$2.404.927, las inversiones fijas de \$3.379.560 y la estructura de capital está constituida por recursos propios de \$ 40.033.750 y recursos de terceros con un préstamo bancario de \$23.849.266.

Asimismo, se estima que para el año 1 el activo será de \$82.850.353, el pasivo de \$46.186.657 y el patrimonio de \$36.663.695, obteniendo una utilidad de -3.370.055 la cual se genera debido a que los gastos no operacionales en el primer año son más elevados a comparación con los años siguientes, por lo cual a partir del año 2 se espera obtener una utilidad positiva.

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

Con base a lo anterior, en la evaluación financiera se calcula para el proyecto una tasa de descuento del 17,23%, un valor presente neto de \$ 19.568.400,52 y una tasa interna de retorno del 23.79%, con esto se concluye que la creación de la empresa DOGGYHOUSE en la ciudad de Bogotá tiene una prefactibilidad positiva.

Referencias

- Agrocampo (s.f.). Figura 31. Casa para Perro. [Figura]. Obtenido de <https://www.agrocampo.com.co/casa-para-perro-dogvilla-110>.
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (5 de mayo de 2021). Figura 52. Pirámide poblacional Bogotá D.C. [Figura]. Obtenido de <https://saludata.saludcapital.gov.co/osb/index.php/datos-de-salud/demografia/piramidepoblacional/>.
- Alonastep. (s.f.). Figura 17. Pictograma manipular con cuidado [Figura]. Obtenido de https://es.123rf.com/photo_54127099_manejar-con-cuidado-la-muestra-en-un-cuadrado-negro-fr%C3%A1gil-o-embalaje-s%C3%ADmbolo-fr%C3%A1gil-cart%C3%B3n-icone-negro-aisla.html.
- Amarilo S.A.S. (s.f.). Capítulo 5 - Evaluación de impactos ambientales. Obtenido de http://www.sdp.gov.co/sites/default/files/6.estu_amb_cap_5.pdf.
- Autoridad Nacional de Licencias Ambientales – ANLA. (Julio de 2018). Guía para la definición, identificación y delimitación del área de influencia. Obtenido de http://www.andi.com.co/Uploads/guia_para_la_definicion_identificacion_y_delimitacion_del_area_de_influencia_0.pdf.
- Banrepcultural. (s.f.). Sectores económicos. Obtenido de https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Sectores_econ%C3%B3micos
- Barrera Lievano, J. A., & Parra Ramírez, S. M. (2020). Factores determinantes para el acceso de las MIPYME al crédito gota a gota. *Revista republicana*, (28), 217-236.
- Barrera Lievano, J. A., Parada Fonseca, S. P., & Serrano Serrato, L. V. (2020). Análisis empírico de correlación entre el indicador de estructura de capital y el indicador de margen de utilidad neta en pequeñas y medianas empresas. *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*, 29, p. 99-115
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2007). Figura 54. Ubicación geográfica de la localidad de Engativá [Figura]. Obtenido de https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2883/6227_perfil_economico_engativa.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2007). Figura 55. Uso del suelo de Engativá [Figura]. Obtenido de

https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2883/6227_perfil_economico_engativa.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Cámara de Comercio de Bogotá. (2007). Perfil económico y empresarial – Localidad Engativá. Obtenido de

https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2883/6227_perfil_economico_engativa.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f.). Plan de Ordenamiento Territorial (POT). Obtenido de <http://recursos.ccb.org.co/ccb/pot/PC/files/2pot.html>.

Cárdenas M. Echeverri Y. Huérfano G. Salgado V. (2021). Figura 56. Modelo canvas [Figura]. Obtenido de los autores de este documento.

Cárdenas M. Echeverri Y. Huérfano G. Salgado V. (2021). Figura 57. Planos planta de Doggy House [Figura]. Obtenido de los autores de este documento.

Cárdenas M., Echeverri Y., Huérfano G., & Salgado V. (2021). Figura 1. Árbol del problema [Figura]. Obtenido de los autores de este documento.

Cárdenas M., Echeverri Y., Huérfano G., & Salgado V. (2021). Figura 18. Etiqueta small doggy [Figura]. Obtenido de los autores de este documento.

Cárdenas M., Echeverri Y., Huérfano G., & Salgado V. (2021). Figura 19. Etiqueta medium doggy [Figura]. Obtenido de los autores de este documento.

Cárdenas M., Echeverri Y., Huérfano G., & Salgado V. (2021). Figura 20. Etiqueta big doggy [Figura]. Obtenido de los autores de este documento.

Cárdenas M., Echeverri Y., Huérfano G., & Salgado V. (2021). Figura 21. Diseño small doggy [Figura]. Obtenido de los autores de este documento.

Cárdenas M., Echeverri Y., Huérfano G., & Salgado V. (2021). Figura 22. Medidas small doggy [Figura]. Obtenido de los autores de este documento.

Cárdenas M., Echeverri Y., Huérfano G., & Salgado V. (2021). Figura 23. Diseño medium doggy [Figura]. Obtenido de los autores de este documento.

Cárdenas M., Echeverri Y., Huérfano G., & Salgado V. (2021). Figura 24. Medidas medium doggy [Figura]. Obtenido de los autores de este documento.

Cárdenas M., Echeverri Y., Huérfano G., & Salgado V. (2021). Figura 25. Diseño big doggy [Figura]. Obtenido de los autores de este documento.

Cárdenas M., Echeverri Y., Huérfano G., & Salgado V. (2021). Figura 26. Medidas big doggy [Figura]. Obtenido de los autores de este documento.

Cárdenas M., Echeverri Y., Huérfano G., & Salgado V. (2021). Figura 3. Logotipo DOGGY HOUSE [Figura]. Obtenido de los autores de este documento.

Cárdenas M., Echeverri Y., Huérfano G., & Salgado V. (2021). Figura 33. Perfil del cargo: community manager [Figura]. Obtenido de los autores de este documento.

Cárdenas M., Echeverri Y., Huérfano G., & Salgado V. (2021). Figura 38. Contar con una mascota en el hogar [Figura]. Obtenido de los autores de este documento.

Cárdenas M., Echeverri Y., Huérfano G., & Salgado V. (2021). Figura 39. Preferencia de mascotas de la muestra [Figura]. Obtenido de los autores de este documento.

Cárdenas M., Echeverri Y., Huérfano G., & Salgado V. (2021). Figura 4. Modelo revit – small doggy – estructura [Figura]. Obtenido de los autores de este documento.

Cárdenas M., Echeverri Y., Huérfano G., & Salgado V. (2021). Figura 40. Valor promedio de las casas [Figura]. Obtenido de los autores de este documento.

Cárdenas M., Echeverri Y., Huérfano G., & Salgado V. (2021). Figura 46. Diagrama de flujo proceso de producción [Figura]. Obtenido de los autores de este documento.

Cárdenas M., Echeverri Y., Huérfano G., & Salgado V. (2021). Figura 47. Control de calidad [Figura]. Obtenido de los autores de este documento.

Cárdenas M., Echeverri Y., Huérfano G., & Salgado V. (2021). Figura 48. Gestión del riesgo Doggy House [Figura]. Obtenido de los autores de este documento.

Cárdenas M., Echeverri Y., Huérfano G., & Salgado V. (2021). Figura 49. Logotipo Doggy House [Figura]. Obtenido de los autores de este documento.

Cárdenas M., Echeverri Y., Huérfano G., & Salgado V. (2021). Figura 5. Modelo revit – medium doggy – estructura [Figura]. Obtenido de los autores de este documento.

Cárdenas M., Echeverri Y., Huérfano G., & Salgado V. (2021). Figura 50. Organigrama Doggy House [Figura]. Obtenido de los autores de este documento.

Cárdenas M., Echeverri Y., Huérfano G., & Salgado V. (2021). Figura 6. Modelo revit – big doggy – estructura [Figura]. Obtenido de los autores de este documento.

Cárdenas M., Echeverri Y., Huérfano G., & Salgado V. (2021). Figura 7. Modelo revit - estructura base [Figura]. Obtenido de los autores de este documento.

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

- Cárdenas M., Echeverri Y., Huérfano G., & Salgado V. (2021). Figura 8. Modelo revit – estructura armable [Figura]. Obtenido de los autores de este documento.
- Cárdenas M., Echeverri Y., Huérfano G., & Salgado V. (2021). Figura 9. Modelo revit – estructura armable [Figura]. Obtenido de los autores de este documento.
- Cartensa Ingeniería en Empaques (s.f.). Figura 10. Cartón plast [Figura]. Obtenido de <https://cartensa.com/es/cartonplast/laminas-en-cartonplast/>.
- Código Sustantivo Del trabajo. (CST). Artículo 47. Ley 2663 del 5 de agosto de 1950 (Colombia). Obtenido de https://leyes.co/codigo_sustantivo_del_trabajo/47.htm
- Colchonexpress. (s.f.). sf. Obtenido de <https://www.colchonexpres.com/blog/colchon-poliuretano>
- Colombia Aprende. (s.f.). Factores ambientales: Bióticos y Abióticos. Obtenido de http://aprende.colombiaaprende.edu.co/sites/default/files/naspublic/curriculos_ex/n2g10_cienamb/nivel2/ciencias/unidad1/leccion1.html.
- DHgate (s.f.). Figura 13. Tela algodón [Figura]. Obtenido de <https://es.dhgate.com/product/double-cotton-crepe-cotton-linen-fabric-pure/497094172.html>.
- Económico, O. d. (27 de 06 de 2019). Obtenido de <http://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/comercio-al-por-menor-industria-servicios/la-economia-alrededor-de-las-mascotas-en-bogota#:~:text=Igualmente%20existen%20308%20establecimientos%20de,formaci%C3%B3n%20y%20adiestramiento%20de%20mascotas.>
- Ecoronel-Observatorio ecológico de coronel. (s.f.). Medio Biótico. Obtenido de <https://www.ecoronel.cl/atlas-ambiental-de-coronel/medio-biotico/>
- FENALCO. (s.f.). Obtenido de <http://www.fenalco.com.co/node/1863>
- Forbes. (15 de Junio de 2015). Forbes México. Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/como-impactan-las-mascotas-tu-calidad-de-vida/>
- Gabrica. (2019). Obtenido de <https://www.gabrica.co/noticiasesp/noticia-2-esp-destacada/>
- Gálvez Téllez J. (19 mayo de 2019). Figura 42. Mapa localidad Engativá [Figura]. Obtenido de <https://medium.com/@jhongalvest.7/engativa-una-localidad-con-origen-precolombino-400547065bd0>
- Glosarios. (s.f.). Medio socioeconómico. Obtenido de <https://glosarios.servidor-alicante.com/ecologia/medio-socioeconomico.>

- Hernández Sampieri, Roberto. (2012). Obtenido de https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigacion%25C
- Homecenter. (s.f). Figura 29. Casa para perro plástica [Figura]. Obtenido de <https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/324407/Casa-Para-Perro-Plastica-Lado-Abatible-83-X-111-X-80-Cm/324407>.
- Infantil, E. (s.f.). Obtenido de <https://www.etapainfantil.com/beneficios-mascotas-ninos>
- Inma Mercería (s.f.). Figura 11. Velcro adhesivo [Figura]. Obtenido de <https://merceriainma.com/costura/19001-velcro-adhesivo.html>.
- Interrapisidimo. (s.f.). Mensajería expresa. Obtenido de <https://www.interrapisidimo.com/servicio-mensajeria-expresa/>.
- Investigación de Mercados (s.f.). Figura 45. Mapa localidad Suba [Figura]. Obtenido de <https://sites.google.com/site/investigaciondemercados090418/analisis-de-mercado>
- Ley 1480 de 2011. (12 de Octubre de 2011). LEY 1480 DE 2011(Octubre 12. Bogotá.
- Lugo A. (s.f.). Figura 14. Pictograma humedad [Figura]. Obtenido de <https://es.educaplay.com/juegoimprimible/2865082-pictogramas.html>.
- Lugo A. (s.f.). Figura 15. Pictograma sol [Figura]. Obtenido de <https://es.educaplay.com/juegoimprimible/2865082-pictogramas.html>.
- Lugo A. (s.f.). Figura 16. Pictograma hacia arriba [Figura]. Obtenido de <https://es.educaplay.com/juegoimprimible/2865082-pictogramas.html>.
- Malaver, C. (10 de Febrero de 2016). EL TIEMPO. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16506760>
- Mapas Bogotá. (2020). Figura 51. Mapa área urbanística Bogotá D.C. [Figura]. Obtenido de <https://mapas.bogota.gov.co/?l=642&e=-74.15083563902569,4.691852288119587,-74.0684381780883,4.73329667279804,4686&b=7256#>.
- Martínez Baquero, J. (26 de junio de 2019). Figura 2. Gasto destinado a mascotas mensualmente [Figura]. Obtenido de Secretaría De Desarrollo Económico <https://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/comercio-al-por-menor-industria-servicios/la-economia-alrededor-de-las-mascotas-en-bogota>.
- Martínez Baquero, J. (26 de junio de 2019). Figura 32. Gasto destinado a mascotas mensualmente [Figura]. Obtenido de Secretaría De Desarrollo Económico

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

<https://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/comercio-al-por-menor-industria-servicios/la-economia-alrededor-de-las-mascotas-en-bogota>.

Martínez Baquero, J. (26 de junio de 2019). Secretaría De Desarrollo Económico. Obtenido de Secretaría De Desarrollo Económico

Mincit. (Abril de 2021). Figura 27. Aporte al PIB 2020 [Figura]. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/1c8db89b-efed-46ec-b2a1-56513399bd09/Colombia.aspx>

Mincit. (Abril de 2021). Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/1c8db89b-efed-46ec-b2a1-56513399bd09/Colombia.aspx>

Moreno N. (23 mayo de 2019). Figura 43. Mapa localidad Fontibón [Figura]. Obtenido de <https://medium.com/@nicomore413/fontib%C3%B3n-una-localidad-hecha-para-la-familia-b7004adb9029>

PetIndustry. (22 de enero de 2019). Obtenido de <https://petindustry.co/gerencia/proyecciones-del-mercado-para-mascotas-2019/>

Pinterest. (Enero de 2021). Figura 44. Mapa localidad Kennedy [Figura]. Obtenido de <https://co.pinterest.com/pin/605452743630043704/>

Pinterest. (s.f.). Figura 34. Características de la mascota raza pequeña [Figura]. Obtenido de <https://co.pinterest.com/pin/428756827003240967/>.

Pinterest. (s.f.). Figura 35. Características de la mascota raza mediana [Figura]. Obtenido de <https://co.pinterest.com/pin/428756827003240967/>.

Pinterest. (s.f.). Figura 36. Características de la mascota raza grande [Figura]. Obtenido de <https://co.pinterest.com/pin/428756827003240967/>.

Plásticos, A. y. (11 de Agosto de 2015). Obtenido de <https://avanceytec.com.mx/secciones/materiales-especiales/velcro/pdf/ficha-tecnica-velcro-con-adhesivo-0200-0100-1500-al-0200-0100-1505.pdf>

Policarbonato. (s.f.). sf. Obtenido de <https://www.policarbonato.com/home/home/home/cartonplast-coroplast-polipropileno/>

República, L. (05 de 06 de 2020). Figura 28. Gasto destinado a mascotas mensualmente [Figura]. Obtenido de <https://www.larepublica.co/empresas/mercado-de-alimentos-y-productos-de-mascotas-movera-43-billones-en-2020-en-colombia-3014644>.

Estudio de viabilidad de la creación de Doggy House en la ciudad de Bogotá

- República, L. (05 de 06 de 2020). Obtenido de <https://www.larepublica.co/empresas/mercado-de-alimentos-y-productos-de-mascotas-movera-43-billones-en-2020-en-colombia-3014644>
- República, L. (18 de Febrero de 2019). Obtenido de <https://www.larepublica.co/consumo/seis-de-cada-10-hogares-del-pais-tienen-mascota-segun-brandstrat-2829114>
- Ribes & Casals. (23 de Abril de 2013). Obtenido de <https://telas.com/los-tejidos-de-algodon/#:~:text=El%20algod%C3%B3n%20es%20la%20fibra%20textil%20natural%20m%C3%A1s%20utilizada%20en%20el%20mundo.&text=Es%20una%20fibra%20textil%20natural,el%20poli%C3%A9ster%20y%20la%20poliamida.>
- Rimax. (s.f.). Figura 30. Casa para perro plástica [Figura]. Obtenido de <https://www.rimax.com.co/es/mascotas>.
- Secretaría Distrital de Desarrollo Económico. (Junio del 2015). Figura 53. Nuevas empresas en Bogotá [Figura]. Obtenido de <https://sdde.maps.arcgis.com/home/webmap/viewer.html?webmap=0b916b9333204c35aba6746b84786545>
- Semana. (26 de Abril de 2020). Obtenido de <https://sostenibilidad.semana.com/tendencias/articulo/coronavirus-en-colombia-adopcion-de-perros-y-gatos-se-disparo-durante-la-cuaretena/50333#:~:text=El%20Instituto%20Distrital%20de%20Protecci%C3%B3n,un%20mill%C3%B3n%20de%20perros%20callejeros>
- Simplicol SAS (s.f.). Figura 12. Espuma poliuretano [Figura]. Obtenido de <http://www.simplicol.net/CMS/index.php/sectores-atendidos/espumas>.
- Survey Monkey. (s.f.). Figura 37. Calculo tamaño de la muestra [Figura]. Obtenido de <https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>.
- Tierra Colombiana (s.f.). Figura 41. Mapa localidades Bogotá [Figura]. Obtenido de <https://tierracolombiana.org/localidades-de-bogota/>.

Anexos

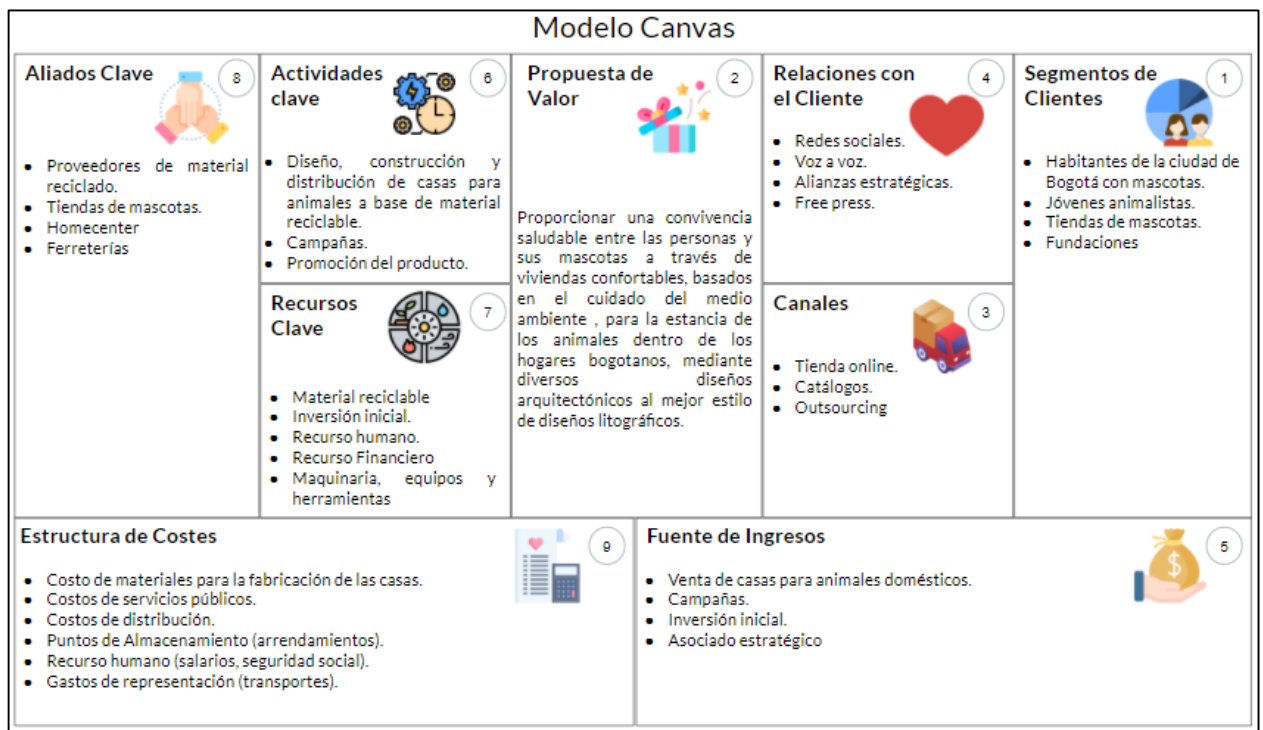


Figura 56. Modelo canvas

(Cárdenas. Echeverri. Huérfano. Salgado, 2021)

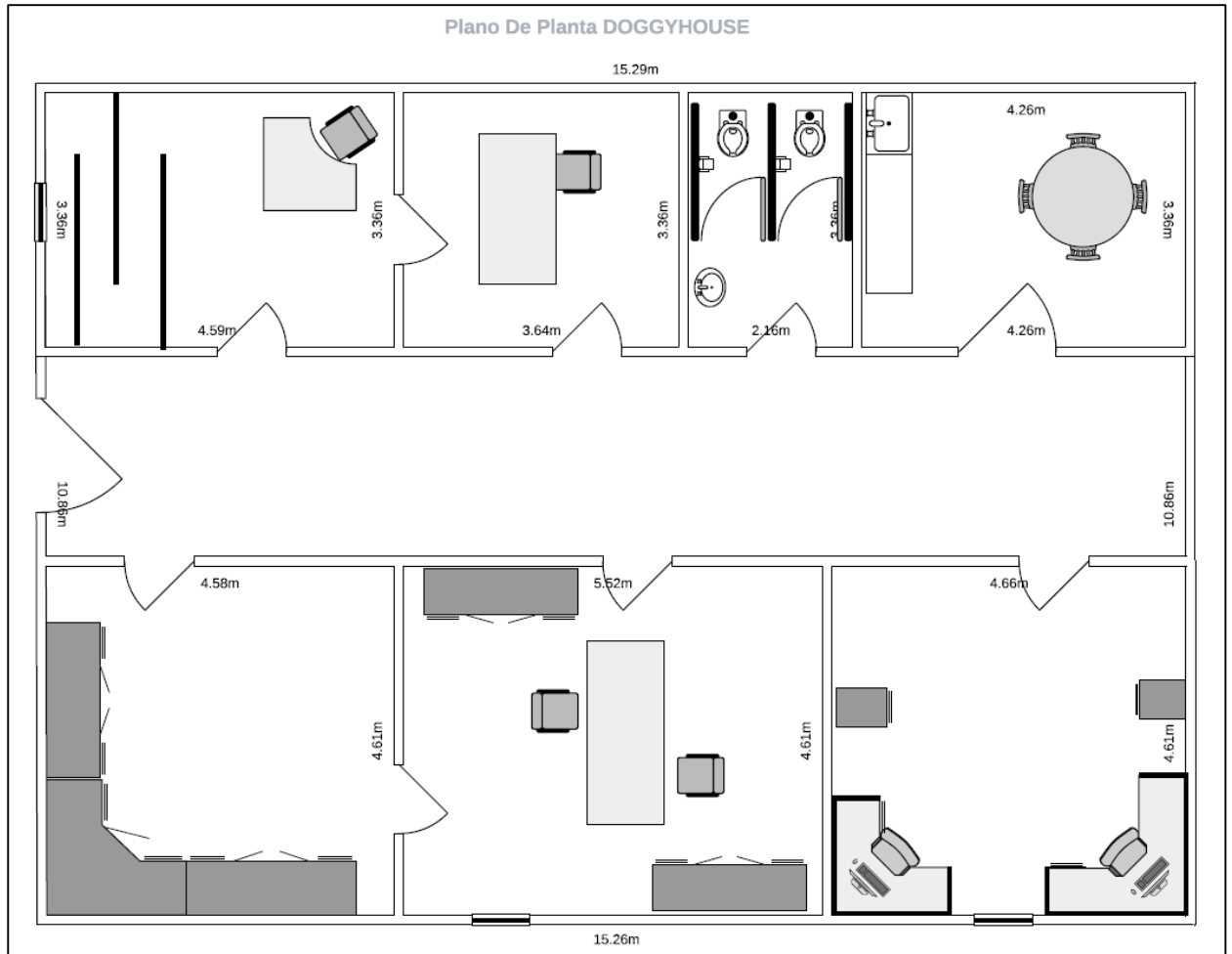


Figura 57. Planos planta de Doggy House

(Cárdenas, Echeverri, Huérfano, Salgado, 2021)

ACTA DE CONSTITUCIÓN
CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA

Bogotá D.C., 3 de enero de 2022

Por medio del presente documento privado, **Nosotros,**

NOMBRE	IDENTIFICACIÓN			DOMICILIO
	Tipo de Identificación	Número	Lugar de Expedición	
MICHAEL SNEIDER CARDENAS	Cedula de Ciudadanía	xxxxxxx	Funza	Madrid/Cundinamarca
YULIETH CAROLINA ECHEVERRI PARRA	Cedula de Ciudadanía	xxxxxxx	LUGAR DE EXPEDICIÓN DEL DOCUMENTO	DOMICILIO DE LA PERSONA CONSTITUYENTE
GABRIELA HUÉRFANO MANRIQUE	Cedula de ciudadanía	XXXXX	Bogotá D.C.	Bogotá D.C.
VANESSA SALGADO SALGADO	Cedula de Ciudadanía	xxxxxxx	Bogotá D.C.	Bogotá D.C.

Manifestamos con la firma de este documento **nuestra** voluntad de constituir una sociedad comercial del tipo: Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), la cual se registrará por los siguientes estatutos:

CAPÍTULO I

NOMBRE, NACIONALIDAD, DOMICILIO, OBJETO Y DURACIÓN DE LA SOCIEDAD

ARTÍCULO 1. NOMBRE, NACIONALIDAD Y DOMICILIO.

La sociedad se denomina **DOGGYHOUSE** SAS. Es una sociedad comercial por acciones simplificada, de nacionalidad colombiana. El domicilio principal de la sociedad es la ciudad de **Bogotá D.C.** La sociedad podrá crear sucursales, agencias y establecimientos por decisión de su Asamblea General de Accionistas.

ARTÍCULO 2. OBJETO:

La sociedad puede realizar, en Colombia y en el exterior cualquier actividad lícita, comercial o civil

ARTÍCULO 3. DURACIÓN.

La sociedad tendrá vigencia indefinida.

CAPÍTULO II

CAPITAL Y ACCIONES

ARTÍCULO 4. CAPITAL AUTORIZADO, SUSCRITO Y PAGADO

VALOR NOMINAL DE LAS ACCIONES	\$ 10.000
CLASE DE ACCIONES	Nominativas y Ordinarias

CAPITAL AUTORIZADO	
No. DE ACCIONES	VALOR TOTAL
4.003	\$40.033.750

CAPITAL SUSCRITO	
No. DE ACCIONES	VALOR TOTAL
4.003	\$40.033.750

CAPITAL PAGADO	
No. DE ACCIONES	VALOR TOTAL
4.003	\$40.033.750

* ** ** ** **

ARTÍCULO 5. DERECHOS DERIVADOS DE CADA ACCIÓN.

Cada acción nominativa confiere los siguientes derechos a su propietario: a) El de deliberar y votar en la Asamblea de Accionistas de la Sociedad; b) El de percibir una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los beneficios sociales establecidos por los balances de fin de ejercicio; c) El de negociar las acciones con sujeción a la ley y a los estatutos; d) El de inspeccionar libremente los libros y papeles sociales, dentro de los cinco (5) días hábiles anteriores a la fecha en que deban aprobarse los balances de fin de ejercicio, en los eventos previstos en el artículo 20 de la ley 1258 de 2008; y e) El de recibir, en caso de liquidación de la sociedad, una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los activos sociales, una vez pagado el pasivo externo de la sociedad.

CAPÍTULO III.

DIRECCIÓN, ADMINISTRACIÓN, REPRESENTACIÓN Y REVISORÍA FISCAL DE LA SOCIEDAD

ARTÍCULO 6. ÓRGANOS SOCIALES:

La dirección de la sociedad es ejercida por la Asamblea General de Accionistas o, de modificarse su composición accionaria en tal sentido y de conformidad con la ley, lo será por su único accionista. La administración y representación legal está a cargo del Representante legal.

ARTÍCULO 7. DIRECCIÓN DE LA SOCIEDAD: ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS.

La Asamblea se compone de los accionistas inscritos en el Libro de Registro de Acciones, o de sus representantes o mandatarios reunidos en el domicilio social o fuera de él, con el quórum y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. La asamblea ejerce las funciones previstas en el artículo 420 del Código de Comercio. La asamblea será convocada por el representante legal mediante comunicación escrita que incluirá el orden del día correspondiente a la reunión convocada, dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles. Para deliberar en cualquier tipo de reunión, se requerirá de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones suscritas. En cualquier tipo de reunión,

la mayoría decisoria estará conformada por el voto favorable de un número singular o plural de accionistas que represente al menos la mitad más una de las acciones presentes. Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito.

ARTÍCULO 8. ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN LEGAL DE LA SOCIEDAD

La administración y representación legal de la sociedad está en cabeza del representante legal, **quien no tendrá suplentes.**

La representación legal puede ser ejercida por personas naturales o jurídicas, la Asamblea General de Accionistas, designará a los representantes legales por el período que libremente determine o en forma indefinida, si así lo dispone, y sin perjuicio de que los nombramientos sean revocados libremente en cualquier tiempo.

ARTÍCULO 9. FACULTADES DE LOS REPRESENTANTES LEGALES

Los representantes legales pueden celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y funcionamiento de la sociedad.

ARTÍCULO 10. REVISORÍA FISCAL.

La sociedad no tendrá Revisor Fiscal mientras no esté obligada por la Ley. De llegar a encontrarse en los supuestos legales que hacen obligatoria la provisión de dicho cargo, se procederá a la designación por parte de la asamblea general de accionistas, y su nombramiento se efectuará con posterioridad a la constitución de la sociedad.

CAPÍTULO IV

ESTADOS FINANCIEROS, RESERVAS Y DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES

ARTÍCULO 11. ESTADOS FINANCIEROS Y DERECHO DE INSPECCIÓN.

La sociedad tendrá ejercicios anuales y al fin de cada ejercicio social, el 31 de diciembre, la Sociedad deberá cortar sus cuentas y preparar y difundir estados financieros de propósito general de conformidad con las prescripciones legales y las normas de contabilidad establecidas, los cuales se someterán a la consideración de la Asamblea de Accionistas en su reunión ordinaria junto con los informes, proyectos y demás documentos exigidos por estos estatutos y la ley.

Tales estados, los libros y demás piezas justificativas de los informes del respectivo ejercicio, así como éstos, serán depositados en las oficinas de la sede principal de la administración, con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles al señalado para su aprobación.

ARTÍCULO 12. RESERVA LEGAL:

De las utilidades líquidas de cada ejercicio la sociedad destinará anualmente un diez por ciento (10%) para formar la reserva legal de la sociedad hasta completar por lo menos el cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito.

ARTÍCULO 13. UTILIDADES, RESERVAS Y DIVIDENDOS.

Aprobados los estados financieros de fin de ejercicio, la Asamblea de Accionistas procederá a distribuir las utilidades, disponiendo lo pertinente a reservas y dividendos. La repartición de dividendos se hará en proporción a la parte pagada del valor nominal de las acciones. El pago del dividendo se hará en efectivo, en las épocas que defina la Asamblea de Accionistas al decretarlo sin exceder de un año para el pago total; si así lo deciden los accionistas en Asamblea, podrá pagarse el dividendo en forma de acciones liberadas de la misma sociedad. En este último caso, no serán aplicables los artículos 155 y 455 del Código de Comercio.

CAPÍTULO V

DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

ARTÍCULO 14. CAUSALES DE DISOLUCIÓN.

La sociedad se disolverá ante la ocurrencia de cualquiera de las siguientes causales:

3. Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuera prorrogado mediante documento inscrito en el registro mercantil antes de su expiración.
4. Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social.
5. Por la iniciación del trámite de liquidación judicial.
6. Por las causales previstas en los estatutos.
7. Por la voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único.
8. Por orden de autoridad competente.

ARTÍCULO 15. LIQUIDACIÓN.

Llegado el caso de disolución de la sociedad, se procederá a la liquidación y distribución de los bienes de acuerdo con lo prescrito en la ley en relación con las sociedades de responsabilidad limitada.

ARTÍCULO 16. LIQUIDADOR.

Hará la liquidación la persona o personas designadas por la Asamblea de Accionistas. Si no se nombrara liquidador, tendrá carácter de tal del Representante Legal.

ARTÍCULO 17. SUJECCIÓN A LAS NORMAS LEGALES.

En cuanto al desarrollo y término de la liquidación, el liquidador o los liquidadores se sujetarán a las normas legales vigentes en el momento de efectuarse la liquidación.

CAPÍTULO VI

RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

ARTÍCULO 18. ARBITRAMENTO.

Todas las diferencias que ocurran a los accionistas entre sí, o con la sociedad o sus administradores, en desarrollo del contrato social o del acto unilateral, incluida la impugnación de determinaciones de asamblea o junta directiva con fundamento en cualquiera de las causas legales, será resuelta por un tribunal arbitral compuesto por **1 Arbitro que decidirá en Equidad**, designados por el Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Bogotá. El tribunal sesionará en el Centro antes mencionado y se sujetará a las tarifas y reglas de procedimiento vigentes en él para el momento en que la solicitud de arbitraje sea presentada.

CAPÍTULO VII

REMISIÓN

ARTÍCULO 19. REMISIÓN NORMATIVA.

De conformidad con lo dispuesto en los artículos 4 del Código de Comercio y 45 de la ley 1258 de 2008, en lo no previsto en estos estatutos la sociedad se registrará por lo dispuesto en la ley 1258 de 2008; en su defecto, por lo dispuesto en las normas legales aplicables a las sociedades anónimas; y en defecto de éstas, en cuanto no resulten contradictorias, por las disposiciones generales previstas en el Título I del libro Segundo del Código de Comercio.

CAPÍTULO VIII

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

ARTÍCULO 1. TRANSITORIO. NOMBRAMIENTOS.

Hasta cuando la Asamblea disponga lo contrario, sin perjuicio de las facultades de elección y remoción consagradas en estos estatutos, se hacen los siguientes nombramientos:

Representante Legal Principal
Se designa en este cargo a: REDACTAR EL NOMBRE Y APELLIDOS DEL REPRESENTANTE LEGAL , identificado con la Cédula de Ciudadanía No. REDACTAR EL NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN de SELECCIONAR EL LUGAR DE EXPEDICIÓN DEL DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN .
La persona designada como Representante Legal Principal, Estando presente acepta el cargo.

Firmas:

NOMBRE DEL CONSTITUYENTE

IDENTIFICACIÓN DEL CONSTITUYENTE