

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.



Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Carolina Valero Bolaños
Martha Elena Valero Bolaños

Corporación Universitaria Minuto de Dios
Rectoría Virtual y a Distancia
Sede / Centro Tutorial Bogotá D.C. - Sede Principal
Programa Administración Financiera
diciembre de 2021

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Estudio de factibilidad para el montaje de un centro estético de mascotas en el Localidad de
Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá

Carolina Valero Bolaños
Martha Elena Valero Bolaños

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Administrador
Financiero

Asesor Disciplinar
Héctor Iván Orjuela Díaz
Magister en Administración y Dirección de Empresas
Asesor Metodológico
Diego Alejandro López Ordoñez
Doctorando en Administración de Empresas
Especialista en Administración Financiera
Magister en Docencia-Economista

Corporación Universitaria Minuto de Dios
Rectoría Virtual y a Distancia
Sede / Centro Tutorial Bogotá D.C. - Sede Principal
Administración Financiera
diciembre de 2021

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Dedicatoria

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Agradecimientos

CONTENIDO

Introducción

1. Problema.....	13
1.1 Descripción del problema	13
1.2 Pregunta de investigación	15
2. Objetivos	15
2.1 Objetivo general.....	15
2.2 Objetivos específicos	15
3. Justificación.....	16
4. Marco de referencia.....	19
4.1 Antecedentes teóricos y empíricos.....	19
4.2 Marco teórico	21
5. Metodología	30
5.1 Enfoque y alcance de la investigación.....	30
5.2 Población y muestra.....	31
5.3 Instrumentos.....	32
5.4 Procedimientos.....	33
5.5 Análisis de información.	34
5.6 Consideraciones éticas	35
6. Resultados	35
6.1. Estudio de mercado.....	35
6.1.1. Localización del producto y servicio	36
6.1.2. Análisis de la encuesta	37
6.1.3. Análisis de la competencia.....	44
6.1.4. Proyección de la demanda, pronóstico de la demanda y análisis de la demanda	46

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

6.1.5.	Presentación de los productos o servicios	49
6.2.	Estudio administrativo y legal	50
6.2.2.	Organigrama, funciones y nómina	52
6.3.	Estudio técnico.....	54
6.3.1.	Macroentorno matriz Pestel	54
6.3.2.	Distribución de la planta	55
6.3.3.	Flujograma y/o descripción del proceso de producción.....	56
6.3.4.	Maquinaria y equipos.....	57
6.3.5.	Proveedores Sistemas de abastecimiento (proveedores).....	58
6.3.6.	Matriz de Localización	58
6.4.	Estudio financiero	60
6.4.1.	Inversión inicial y total.....	60
6.4.2.	Costos de producción	62
6.4.2.1.	Presupuesto de precios	62
6.4.2.2.	Presupuesto de costos	64
6.4.2.3.	Presupuesto de ingresos.....	66
6.4.3.	Financiación (amortización).....	67
6.4.4.	Depreciación de activos	69
6.4.5.	Flujo de caja proyectado	70
6.4.6.	Estados de la situación financieros proyectados	71
6.4.7.	Estado de resultado de pérdidas y ganancias	72
6.4.8.	Evaluación del proyecto.....	72
7.	Conclusiones	76
	Recomendaciones	77
8.	Referencias bibliográficas	78

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1. Organigrama

Ilustración 2. Distribución Planta Física

Ilustración 3. Diagrama de proceso

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Lista de Imágenes

Figura 1. Mapa de la Unidad de Planeamiento Zonal (UPZ) el Rincón, localidad de Suba

Figura 2. Género

Figura 3. Rango de Edad

Figura 4. Estratos socio-económicos

Figura 5. Ingresos mensuales

Figura 6. ¿Qué mascota tiene?

Figura 7. Frecuencia con la que adquiere productos

Figura 8. Frecuencia con la que adquiere servicios

Figura 9. Qué servicio usa con mayor frecuencia

Figura 10. Con qué frecuencia llevaría su mascota al centro estético

Figura 11. ¿Cuánto dinero en promedio gasta al mes en servicios?

Figura 12. ¿Qué productos le gustaría encontrar en el nuevo centro estético?

Figura 13. ¿Qué servicios le gustaría encontrar en el nuevo centro estético?

Figura 14. Satisfacción para abrir un centro estético

Figura 15. Mapa de la ciudad Bogotá, Localidad Suba, UPZ El Rincón

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Lista de Anexos

Anexo 1. Consolidado de la encuesta

Anexo 2. Plantilla de estudio financiero

Lista de Tablas

- Tabla 1. Unidades de Planeación Zonal en la Localidad de Suba
- Tabla 2. Identificación de variables
- Tabla 3. Identificación de cliente
- Tabla 4. Análisis de la competencia
- Tabla 5. Proyección de la demanda servicio
- Tabla 6. Proyección de la demanda productos
- Tabla 7. Proyección de la demanda por servicios
- Tabla 8. Proyección de la demanda por productos
- Tabla 9. Proyección de la demanda por servicios, cantidad diaria
- Tabla 10. Definición de los productos y servicios
- Tabla 11. Planeación estratégica
- Tabla 12. Nómina
- Tabla 13. Macroentorno matriz Pestel
- Tabla 14. Maquinaria y equipo
- Tabla 15. Matriz de localización
- Tabla 16. Inversión inicial
- Tabla 17. Precio de venta
- Tabla 18. Presupuesto de costos por cantidad
- Tabla 19. Presupuesto de costos por precio
- Tabla 20. Presupuestos de ingresos por cantidad³
- Tabla 21. Presupuesto de ingresos por precio
- Tabla 22. Amortización
- Tabla 23. Depreciación
- Tabla 24. Flujo de Caja
- Tabla 25. Estado de la situación financiera
- Tabla 26. Estado de resultados
- Tabla 27. WACC
- Tabla 28. TIO
- Tabla 29. Indicadores financieros proyectados a 5 años
- Tabla 30. indicadores Financiero-proyectados por año

Introducción

Se propuso realizar un Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá, en el que se desarrollaron los puntos que se mencionan a continuación:

En el primer punto, se realiza el análisis del problema en donde se plantea que, debido al incremento en el número de animales de compañía en los hogares colombianos, las nuevas dinámicas de las familias, presentan la necesidad de brindar servicios y productos especializados para estos animales. En el segundo y tercer punto, se establece los objetivos del estudio requeridos para obtener la factibilidad del proyecto; así mismo, se presenta una justificación en donde se exponen las diferentes razones por las que se debe realizar el estudio.

En el cuarto punto, se realiza el marco de referencia en donde se examinan los antecedentes teóricos y empíricos, así mismo se desarrolla el marco teórico en donde se consideran los diferentes estudios, monografías y publicaciones relacionadas con el objeto de estudio. A partir del quinto punto, se ejecuta el diseño metodológico de la investigación en donde se define el enfoque de la misma, se establecen las herramientas y los instrumentos requeridos para la recolección y el análisis de la información obtenida.

Del mismo modo, en el sexto punto se presentan los resultados de la investigación, se muestra el estudio de mercado, el estudio técnico, administrativo y legal; con la información obtenida y a partir de la aplicación de los diferentes métodos de evaluación de proyectos se genera el estudio financiero. Para finalizar, se presentan las conclusiones, las recomendaciones para el estudio realizado y el listado de bibliografía consultada.

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

1. Problema

1.1 Descripción del problema

Cepeda y Mejía (2018) mencionan que, a lo largo de la historia, los humanos se han relacionado con su entorno teniendo interacción con los animales, lo que desarrolló la biofilia; en los últimos años los hogares se han hecho más pequeños y existen nuevos modelos de familias, por lo tanto, ha aumentado la tendencia de adoptar mascotas, motivados por la necesidad de la compañía y el afecto que proveen. También, actualmente las mascotas suplen necesidades y brindan asistencia en diferentes procesos clínicos, físicos y emocionales; generando crecimiento en el número de animales de compañía en las viviendas colombianas, en un porcentaje de un 29% de perros y 9% de gatos.

Del mismo modo, los propietarios de mascotas buscan brindar los cuidados adecuados, para que los animales puedan convivir en el hogar y en la sociedad; los tenedores y los animales de compañía crean una relación que trasciende a la sociedad, ya que afecta lo social, la economía y la salud pública en donde, cada individuo tiene su propio criterio del nivel de bienestar que brinda a su mascota. No obstante, la falta de tiempo y de conocimiento en cuanto a las técnicas de bañar, acicalar y cuidar la imagen de las mascotas, hace que acudan a peluqueros especializados (Acero, 2017).

Las mascotas se relacionan con sus amos y otras personas en lugares públicos como parques, ciclovías y centros comerciales, por lo que deben estar en las condiciones adecuadas de salud y aseo para interactuar con el ser humano. De igual manera, algunos establecimientos de comercio como restaurantes han desarrollado la estrategia “Pet Friendly” que hace referencia a lugares en donde se acepta el ingreso de las mascotas y se han implementado espacios adecuados para su convivencia en sociedad (Cepeda y Mejía, 2018).

Acero (2017) en la Relación Humano-Animal de Compañía como un fenómeno sociocultural, explica que las mascotas, como miembro del hogar, requieren que se les

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

brinde bienestar y diferentes cuidados, como alimentación, salud, ejercicio, movilidad, educación, estética, entre otros; por lo que destinan parte del gasto de la canasta familiar para este fin, las Asociaciones Defensoras de Animales, Organismos de Control, Ministerio de Salud y Animalistas actúan como vedores e insisten en el cumplimiento de la normatividad para la tenencia responsable de las mascotas.

Así mismo, según investigación de Euro monitor internacional, el mercado de cuidado de mascotas ha tenido un crecimiento constante aportando un 3% del PIB para el año 2019 en Colombia, siendo el cuidado de las mascotas un mercado atractivo, rentable y de alta importancia, teniendo en cuenta, la necesidad de los tenedores de mascotas, por brindarles productos y servicios especiales, generando un crecimiento constante de la demanda y brindando la oportunidad de generar distintos tipos de empresas relacionadas con este sector del mercado (Euromonitor, 2019).

Según Moreno y Moreno (2018) los tenedores de animales, siguen las tendencias pet friendly y Tribu Pets Parents, motivo por el cual brindan cuidados y bienestar, buscan productos y servicios de alta calidad, amigables con sus mascotas, lo cual impacta la importancia del cuidado especializado de las mascotas, por lo que se hace necesario crear una estética especializada que preste servicios de calidad, de confianza para las familias, rentables y competitivas en el mercado.

Por lo tanto, se espera que este sector siga en expansión para cubrir las necesidades de los clientes y el atractivo del mercado; actualmente se han formado diferentes empresas dedicadas a la prestación de servicios relacionados con las mascotas en donde algunos son estables y otros no logran crecer o mantenerse en el mercado, en consecuencia se hace necesario realizar un estudio en donde se tengan en cuenta los antecedentes, los clientes potenciales, las necesidades del mercado, para determinar el estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

1.2 Pregunta de investigación

¿Cuáles son los factores financieros que determinan la factibilidad para el montaje de un centro estético de mascotas en la Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá?

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

2.2 Objetivos específicos

Identificar la naturaleza conceptual de la evaluación financiera, sus elementos y componentes necesarios en las actividades de gerencia financiera.

Proponer las proyecciones de los estados financieros requeridos para el montaje y puesta en marcha de un centro estético de mascotas en la Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Aplicar indicadores de evaluación financiera que permitan validar la factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

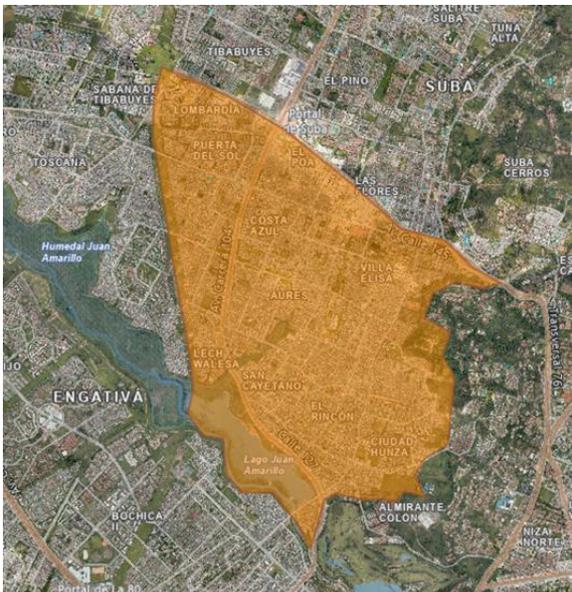
Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

3. Justificación

Este estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la Localidad de Suba, UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá, busca satisfacer la necesidad de brindar un servicio de cuidado especializado. Al respecto Acero (2017) menciona que, al tener mascotas en los hogares se establece una relación a nivel social en el que intervienen criterios privados, sociales, económicos.

En la monografía Diagnóstico de los principales aspectos territoriales, de infraestructura, demográficos y socioeconómicos, de Alcaldía de Bogotá (2017) se informa, que Suba fue habitada desde el 10500 A.C. y como asentamiento fue fundado en 1550 por Hernán Vanegas Castillo y Antonio Díaz Cardozo, en 1954 se anexó al distrito especial de Bogotá y empezó a ser poblada por habitantes de la capital; esta localidad limita al norte con el municipio de Chía, al oriente con la localidad de Usaquén, al sur con las localidades de Engativá y Barrios Unidos y al occidente con el municipio de Cota; aunque es una planicie cuenta con una parte ondulada conocida como los cerros de suba.

Figura 1. Mapa de la Unidad de Planeamiento Zonal (UPZ) el Rincón, localidad de Suba



Fuente: Tomado de la página de la Alcaldía de Bogotá (2021)

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Así mismo, Alcaldía de Bogotá (2017) indica que el 59,7 de la localidad de Suba es de uso residencial, el 14,5% de uso dotacional y un 13,0% de uso comercial; además las manzanas de suba se cuentan en 0,5% en Estrato 1, 44,1% se encuentran en Estrato 2, 22,6% en Estrato 3, 9,0% en Estrato 4, 10,7% en Estrato 5, 2,7% en Estrato 6 y 10,3% clasificadas Sin estrato socioeconómico; La localidad de suba se clasifica en 12 Unidades de Planeación Zonal, llamadas UPZ:

Tabla 1. Unidades de Planeación Zonal en la Localidad de Suba

No.	Nombre
UPZ – 2	La Academia
UPZ – 3	Guaymaral
UPZ - 17	San José de Bavaria
UPZ - 18	Britalia
UPZ - 19	El prado
UPZ - 20	La Alhambra
UPZ - 23	Casa Blanca Suba
UPZ -24	Niza
UPZ - 25	La Floresta
UPZ - 27	Suba
UPZ - 28	El Rincón
UPZ - 71	Tibabuyes

Fuente: Elaboración propia adaptado de Veeduría distrital (2021)

La UPZ El Rincón se encuentra al sur de la localidad de Suba, tiene una extensión de 710,1 hectáreas, con 23 sectores catastrales, cuenta con el mayor número de empresas registradas con matrícula activa con un porcentaje del 17,3%, también el mayor número de establecimientos de comercio con matrícula activa con un 25,2%, en la localidad. De otra parte, Veeduría distrital (2017), en la Ficha UPZ: El Rincón, también informa que esta UPZ está compuesta por 23 barrios, tiene una extensión urbana de 710 hectáreas, y una densidad poblacional urbana de 522 habitantes por hectárea, con una población de 370.385

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

habitantes y un promedio de 3.1 personas por hogar; esto equivale a un número de 45.402 hogares con mascotas aproximadamente.

De otra parte, Bustamante (2015) menciona que, las mascotas pasaron de ser un compañero en el hogar a un miembro de la familia, se evidencia en los gastos que se destinan para mantenerlas limpias y con bienestar para evitar la transmisión de enfermedades o alergias entre dueños y mascotas. Del mismo modo, al tomar la decisión de tener mascota, para una tenencia responsable de un animal de compañía, el dueño acepta un conjunto de obligaciones, que consiste en brindarles buen trato, alimentación óptima y otros cuidados indispensables, para no someterlas a sufrimientos evitables (Carreño, 2017).

Acorde con Gómez (2014), en el siglo XXI, se busca la compañía de las mascotas, se vive un apresurado ritmo de vida, por lo tanto, el cuidado, atención y limpieza que requieren genera una problemática para los dueños, que no disponen del tiempo suficiente para mantener estos cuidados. Así mismo, desde el 2014 los “millennials”, prefieren tener mascotas en vez de hijos y gastar más dinero en los animales que en ellos mismos, derivando que en Estados Unidos gasten un total de 10,6 billones de dólares en sus mascotas (Mora, 2020).

De igual manera, Mora (2020) expone que, la industria de las mascotas en los últimos 10 años ha tenido un crecimiento anual de un 6% en grandes potencias económicas como Estados Unidos, China, Japón, Alemania, Unido y Francia. También, se presenta en Colombia esta tendencia, con un crecimiento constante del 13% en la comercialización de alimentos y cuidado de mascotas, esto permite visualizar que continuará creciendo este mercado (Villanueva, Murillo y Quiñones, 2018).

Rendón (2019) explica que, el crecimiento del mercado de las mascotas en Colombia, contribuye con un importante porcentaje a la economía del país, llegando a superar otras actividades económicas; lo cual, implica que haya una alta oferta de productos y servicios por lo que al realizar el estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas se debe brindar un valor agregado para ser competitivo en este sector.

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Por lo tanto, es necesario que, al realizar el estudio de la factibilidad financiera, se deban analizar los antecedentes, ejecutar proyecciones y aplicar los indicadores de evaluación; para definir con precisión la viabilidad del proyecto y también que se pueda utilizar para búsqueda de financiamiento, respaldar la solicitud de créditos, buscar nuevos inversionistas, conseguir licencias o crear franquicias (Gómez, 2014).

De otra parte, López y Moncada (2020) exponen que, el éxito o fracaso de una empresa depende de las decisiones racionales que puedan llegar a tomarse, por lo que se debe agregar valor en nuevos productos, procesos o mercados; al respecto, Villanueva, Murillo y Quiñones (2018) han mencionado que debido a la globalización, el desarrollo de las comunicaciones y el intercambio cultural; la sociedad conoce y se adapta rápidamente a nuevas formas de consumo, en donde cambia la fabricación y la comercialización de productos y servicios.

4. Marco de referencia

4.1 Antecedentes teóricos y empíricos

Bustamante (2015) hizo una investigación para obtener un análisis administrativo de mercado y financiero para la creación de un centro de servicios caninos spa, veterinaria y estética en el sector de González Suárez en Ecuador, con el objetivo de determinar el nivel de aceptación del centro de servicios caninos. El estudio tuvo un enfoque descriptivo, documental, cuantitativo; en donde, a través de una encuesta con preguntas cerradas a 253 habitantes del sector, en un nivel socioeconómico medio-alto, se obtuvo una aceptación del mercado objetivo de un 92%. Se determinó que es viable, rentable y factible para su implementación, ya que la población es consciente de la necesidad de brindar cuidado especializado a sus mascotas.

Mora (2020) realizó una investigación que buscó proponer un modelo de negocios para un centro de mascotas mediante técnicas de investigación de mercados y análisis de

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la

Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

indicadores económicos. Se optó por la metodología CANVAS, porque clarifica la propuesta de valor del negocio y aporta información clara y precisa, la cual se apoya en la descripción de procesos claves e información financiera, para darle más robustez a esta metodología. Se agregó un análisis organizacional aparte de los 9 bloques que la componen. Los resultados obtenidos dieron para un negocio rentable, con un VAN de \$542.795,74 USD y una TIR del 29,78% mayor al WACC calculado del 5,65%, con un payback de 5,46 años, para un periodo de evaluación de 10 años. Se considera un proyecto rentable y atractivo, con una considerable ganancia y una rápida recuperación de inversión. Del análisis de sensibilidad se tiene un gran espacio para maniobrar el negocio ante las distintas dificultades que puedan ocurrir.

Burgos y Cedeño (2018) desarrollaron un estudio con el objetivo de evaluar la factibilidad para la implementación de un centro preventivo de mascotas en la ciudad de Guayaquil en Ecuador. El diseño de la investigación fue descriptivo y experimental, en el que se analizó los beneficios y garantías, se diagnosticaron los costos de inversión y se formularon estrategias para este centro preventivo de mascotas dentro del mercado local. Para esto se encuestó a 385 personas, en donde se evidenció que el mercado objetivo busca tener la prestación del servicio veterinario y de peluquería canina y felina. También se estimó que se requiere una inversión de 8000 dólares, la mitad se obtendrían de un préstamo bancario y el restante como aporte de los socios de la empresa.

Cepeda y Mejía (2018) realizaron una monografía en la que plantearon estudiar en la ciudad de Bogotá los motivadores que impulsan la demanda de productos y servicios para mascotas y evaluar las oportunidades de negocio; con el fin de lograr el objetivo se ejecutó una encuesta a una población de 124 propietarios de tiendas veterinarias, guarderías y establecimientos de comercio relacionados con este mercado, determinando que hay una alta demanda de productos y servicios, ocupando el primer lugar los alimentos como concentrados, galletas, suplementos y comida enlatada y en segundo lugar los servicios de higiene, baño, medicamentos, juguetes y servicios veterinarios.

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Mazo y Cañón (2018) realizaron una investigación en la que analizan el sector para establecer un centro de servicios para atención de mascotas en el municipio de Yarumal, Antioquia. El estudio tuvo un enfoque primario en el que se realizó una encuesta a 100 habitantes del municipio y los resultados indican que buscan brindar calidad en los servicios de baño y peluquería, por lo cual es preciso establecer una relación calidad-precio y ser competitivos en el mercado.

4.2 Marco teórico

Rendón (2019) considera que en los últimos años se incrementó el número de mascotas en los hogares colombianos, debido a que actualmente se prefiere tener animales de compañía, adoptar animales abandonados junto con la decisión de no tener hijos. Acero (2017) también indica que, al tener mascotas en los hogares se establece una relación a nivel social en el que intervienen criterios privados, sociales, económicos en los que se asumen diferentes juicios y se establece que puede presentar riesgo a la salud pública. Así mismo, el modelo de las familias ha cambiado, la mascota comparte los espacios y el tiempo con sus amos, por lo que se le reconoce como un miembro activo del hogar, con funciones definidas pero que también requiere amor y cuidado (Villanueva, Murillo y Quiñones, 2018).

Referente a esto, Cajamarca (2017) explica que algunos adultos posponen tener hijos propios para continuar con el crecimiento profesional, esto genera el aumento de la cultura de tenencia de mascotas y los hábitos de compra de productos como comida, ropa y servicios de peluquería. Reyes et al (2020) aseguran que las mascotas en el núcleo familiar brindan afecto y establecen una función de sentido de pertenencia donde logran que mejore la interacción y la comunicación entre los miembros del hogar. También, se habla del síndrome de nido vacío; en donde los padres después de la partida de los hijos mayores, buscan ocupar este espacio emocional con las mascotas brindándoles diferentes cuidados (Cajamarca, 2017).

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Reyes et al (2020) consideran que los miembros de una familia representan un significativo sentido en las diferentes relaciones, reconociendo así que también se pueden incluir individuos que pueden hacer parte de la familia como las mascotas. Mora (2020) menciona que, desde la antigüedad, se ha mantenido la cultura de tener animales como compañeros, toda vez que han sido considerados esenciales para la supervivencia y la salud de las personas. Considerando que, cuando se incorpora un nuevo miembro en la familia, el animal debe adaptarse a las reglas y al sistema familiar, por lo cual se requiere un compromiso mutuo, de los humanos con la mascota (Gómez, 2014).

Mora (2020) explica que las mascotas en los hogares parecen tener un propósito definido, como compañía, afecto y servicio y los animales que normalmente representan este papel son en primer lugar los perros y después los gatos. Fascioli (2018) manifiesta que los animales de compañía son los que se mantienen sin intención lucrativa y conviven normalmente con el humano en un ambiente doméstico y reciben los debidos cuidados para así generar una tenencia responsable. También, se observa que las mascotas en un núcleo familiar brindan afecto y establecen una función de sentido de pertenencia donde logran que mejore la interacción y la comunicación entre los miembros del hogar (Reyes et al, 2020).

Ortiz, Samudio y Boreki (2018) exponen que, al querer tener el cuidado responsable de mascotas se asume los compromisos de brindarles los cuidados necesarios tales como bienestar, alimentación adecuada, vivienda, refugio, atención en salud y afecto. Así mismo, Villanueva, Murillo y Quiñones (2018) establecen la tendencia Tribu Pets Parents en donde se busca brindar igual o mayor cuidado que a un niño, porque, al no tener hijos, les brindan bienes y servicios de alta calidad, alivian el estrés, las mascotas en cambio ofrecen compañía y empatía, De otra parte, los estudios sobre la relación del ser humano y las mascotas analizan dos variables: el riesgo que implica para la salud pública la tenencia de animales de compañía y el buen trato que las personas les brindan (Acero, 2017).

De acuerdo con Bustamante (2015), las mascotas pasaron de ser un compañero en el hogar a un miembro de la familia. Se evidencia en los gastos que se realizan para mantenerlas

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

limpias y evitar la transmisión de enfermedades o alergias entre los miembros del hogar, Gómez (2014) sugiere que en el siglo XXI se vive un apresurado ritmo de vida, por lo tanto, el cuidado, atención y limpieza que requieren las mascotas genera un problema para muchas personas que no disponen del tiempo suficiente para mantener estos cuidados. Al tener mascota es necesario que se les brinde bienestar, se debe evitar que sufran dolor, lesiones y enfermedades, para esto se debe tener una debida prevención y un tratamiento adecuado de patologías (Fascioli, 2018).

Cepeda y Mejía (2018) reconocen que los tenedores de mascotas requieren productos y servicios para los animales de compañía, demandan productos como concentrados, snacks, vitaminas, y servicios como veterinaria, baño, higiene, medicamentos y otros complementarios como guarderías, paseadores. Carreño (2017) establece que, se debe promover la salud y prevenir el riesgo que se asocian a la Tenencia Responsable de Animales de Compañía y de Producción, es un compromiso compartido entre el sector público y privado, la comunidad en general y otros entes. De otra parte, se han realizado estudios interdisciplinarios en los que se examina el cuidado de las mascotas, su efecto en la sociedad y la salud pública; por lo que se han desarrollado nuevos documentos teóricos (Acero, 2017).

Carreño (2017) menciona que es necesario implementar una política pública en la que se establezcan los deberes, derechos y responsabilidades para brindar bienestar a las mascotas, los alcaldes municipales y distritales como máxima autoridad son los encargados de liderar la implementación. Así mismo, Fascioli (2018) indica que los animales domésticos tienen una característica especial son seres vivos y a pesar que son considerados bienes de propiedad privados, disfrutan leyes, decretos y reglamentos especiales. Al respecto, la legislación colombiana por medio de diferentes normas busca atenuar los efectos negativos que pueda causar a la sociedad y a la salud pública la tenencia irresponsable de las mascotas (Congreso de Colombia, 2020).

Carreño (2017) considera que, tener una mascota no es igual a la tenencia responsable de Animales de compañía, por lo que el propietario debe respetar los derechos de la mascota

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

durante toda su vida, evitando el abandono y brindando bienestar. Fascioli (2018) considera que, para la organización de un mundo de sanidad animal, esto se le debe tener y respetar dejándolos libres de incomodidades físicas y térmicas, debe estar rodeado de un ambiente adecuado, en el cual tenga una confortable área para su reposo. Actualmente, el sistema de derechos universales de los animales obliga al cuidado de las mascotas, descuidarlas equivale a maltratarlas y es penalizado por la ley, igualmente, el mal cuidado puede repercutir en la salud y estado de ánimo del animal (Gómez, 2014).

Ortiz, Samudio y Boreki (2018) opinan que las mascotas comparten espacios vitales con los humanos y tienen influencias positivas o negativas en el ambiente compartido, cada mascota tiene su propia raza, carácter y requerimientos particulares, por dicha razón es necesario conocer las necesidades básicas de sanitización. Asimismo, Carreño (2017) indica que, es necesario que establecimientos afines a la prestación de servicios para mascotas, que están bajo Inspección, vigilancia y Control Sanitario ilustren a los propietarios de mascotas, sobre la responsabilidad de su cuidado. El estilo de vida y el tamaño de las viviendas hace necesario adaptar el hogar a las mascotas, entre ellos destinar parte del gasto de la canasta familiar a productos y servicios para su cuidado (Villanueva, Murillo y Quiñones, 2018).

Mendoza (2017) explica que, debido al trato y afecto que las familias les brindan a las mascotas, las compras dejaron de ser un gasto y pasaron a ser una inversión a conciencia en productos y servicios de calidad. Del mismo modo, Cajamarca (2017) mencionan que, algunos adultos posponen tener hijos propios y continuar con el crecimiento profesional, lo que aumenta la cultura de tenencia de mascotas y los hábitos de compra de productos como comida, ropa y servicios de peluquería. En Colombia siguiendo la tendencia mundial el cuidado de las mascotas se enfoca en brindarles bienestar y protección por obligación moral y la búsqueda del reconocimiento de los derechos de los animales en donde se establezcan obligaciones para su cuidado (Acero, 2017).

Cepeda y Mejía (2018) exponen que los propietarios de mascotas cada vez invierten un monto mayor en su cuidado, porque son considerados miembros de la familia, por lo tanto,

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

buscan productos de calidad, reconocidos y referenciados. Villanueva, Murillo y Quiñones (2018) reconocen que, debido a la globalización, el desarrollo de las comunicaciones y el intercambio cultural la sociedad conoce y se adapta rápidamente a nuevas formas de consumo, en donde cambian desde la fabricación hasta la comercialización de productos y servicios. A parte de la comercialización de productos para mascotas, se estimula el comercio de mascotas se compran, se regalan tornando a los animales en objeto de consumo, resultando que algunos puedan ser abandonados o tratados con eutanasia por diferentes razones (Acero, 2017).

Rendón (2019) explica que, en Colombia la industria relacionada con el cuidado de las mascotas ha tenido un alto crecimiento en los últimos 10 años, el país ocupa el cuarto lugar en Latinoamérica en el consumo de estos productos. Casanova y Rivera (2020) señalan que, en el país se ha presentado una creciente tendencia en cuanto al cuidado de mascotas para el año 2000 se facturaban 60 millones de dólares en este segmento de la economía y este valor se quintuplicó para el 2018. Según un estudio de Euromonitor Internacional en los últimos años en Colombia el crecimiento de la comercialización de alimentos y cuidado de mascotas, ha sido constante en un 13%, esto permite visualizar que continuará creciendo este mercado (Villanueva, Murillo y Quiñones, 2018).

Bustamante (2015) establece que, pocas personas conocen los diferentes servicios que se brindan a las mascotas, establecimientos como los spas, suelen llamar la atención, haciendo que más allá del precio lo más importante sea el principio de la calidad. De otra parte, Casanova y Rivera (2020) destacan que, la humanización de las mascotas frente a la búsqueda de rentabilidad de las empresas prestadoras de servicios, ha generado opiniones de pérdida de confianza, riesgo y baja atención para estos animales. Ofrecer los diferentes productos y servicios para el cuidado de mascotas, ayudaría a la tenencia de los animales de compañía y permitiría un mayor crecimiento dentro de este sector del mercado (Cepeda y Mejía, 2018).

Martínez (2020) afirma que, las familias cubren las necesidades básicas de sus mascotas, destinan parte del presupuesto de los gastos del hogar, con el fin de brindarles bienestar y

cuidado especializado como una muestra de afecto y protección. Por lo tanto, Casanova y Rivera (2020) estiman que, el crecimiento en el número de animales de compañía en los hogares ha generado, que haya también un incremento en la oferta del mercado, en cuanto a los productos y servicios relacionados con el cuidado de mascotas. Además, las nuevas tendencias del mercado, hacen que las familias destinen un mayor presupuesto mensual en productos y servicios especializados para brindar bienestar y dar una tenencia responsable de las mascotas (Cajamarca, 2017).

Al respecto, Bustamante (2015) manifiesta que, es importante promover a nivel general la cultura de la tenencia responsable de las mascotas, en donde se brinde bienestar, cuidado, amor como parte de la familia y de la sociedad. De otra parte, para Mazo y Cañón (2018) hay una alta demanda de productos y servicios para el cuidado y bienestar de las mascotas, sus propietarios buscan que se les trate con el mismo cariño y respeto que se les brinda en el hogar. Es de resaltar que, las familias buscan brindar el mejor cuidado a las mascotas, pero a través de entrevistas y otros medios de opinión se evidencia falta de variedad en los servicios brindados y algunos no se adaptan a las necesidades de los clientes (Casanova y Rivera, 2020).

Cepeda y Mejía (2018) explican que, según investigación, más del 25% de las familias tienen animales de compañía con una proyección en el mercado potencial de 106 millones de dólares para mascotas como perros y gatos. Con relación a esto Mora (2020) advierte que, la industria de las mascotas en los últimos 10 años ha tenido un crecimiento anual de un 6% en grandes potencias económicas del mundo como Estados Unidos, China, Japón, Alemania, Reino Unido y Francia. De otra parte, para estimar la demanda potencial futura, se debe hacer varias hipótesis adicionales sobre la evolución en el tiempo de las que tenemos utilizado para estimar las necesidades potenciales actuales (Gómez, 2014).

De igual manera Mora (2020) explica que la tendencia del 2014 de los “millennials” los cuales en Estados Unidos gastaron un total de \$10.6mil millones en sus mascotas, más de la mitad de los “millennials” dicen preferir gastar más dinero en su mascota que en ellos mismos. En este sentido Mendoza (2017) desarrolló un estudio en donde se determinó que

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

más del 60% de la población objetivo, está interesada en nuevas propuestas de negocio relacionadas con las mascotas. Se elaboró un estudio, en donde se estableció que en el sector analizado hay diferentes centros veterinarios, tiendas que ofrecen productos para mascotas, sin embargo, no son especializados en el cuidado de las mascotas (Mazo y Cañón, 2018).

De otra parte, Casanova y Rivera (2020) consideran que, conociendo las necesidades, la alta demanda y la falta de una oferta especializada para el cuidado integral de los animales de compañía, se puede generar oferta que integre servicio, trato, comodidad y tranquilidad para las mascotas y los propietarios, Mora (2020) mencionan que, también se debe innovar con un centro estético para mascotas, para garantizar que la mascota y su amo tenga todas las comodidades para encontrar los servicios y los productos necesarios en un mismo lugar. A su vez, al autor indica que para implementar una empresa que preste servicios de cuidado de mascotas, se debe adecuar el lugar en donde va a funcionar, para brindar un ambiente tranquilo, seguro y cómodo, cumpliendo requerimientos técnicos; también se requiere personal especializado (Martínez, 2020).

Mazo y Cañón (2018) mediante el estudio, buscan determinar cómo implementar una empresa que entregue servicios de baño, peluquería, veterinaria y venta de productos, con funcionarios calificados en la prestación de los servicios y usando productos y equipos de calidad. Así mismo, Mendoza (2017) establece que, la tendencia de tener mascotas tiene un alto crecimiento y la demanda también, por lo que se debe innovar la venta de productos y servicios de forma tradicional. Para implementar una empresa que preste servicios de cuidado de mascotas, se debe adecuar el lugar en donde va a funcionar, para brindar un ambiente tranquilo, seguro y cómodo, cumpliendo requerimientos técnicos; también se requiere personal especializado (Martínez, 2020).

De otra parte, Gómez (2014) explica que, un plan de negocios se elabora generalmente para la búsqueda y obtención de financiamiento, no obstante, el objetivo de este plan, debe ser definir con precisión la viabilidad del proyecto y respaldar la solicitud de crédito. López y Moncada (2020) señalan que, un emprendimiento busca generar valor a través de la

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

creación o expansión de actividades económicas, se pueden identificar con nuevos productos, procesos o mercados, estas empresas pueden llegar a convertirse en Pymes o empresas de gran volumen. Por otro lado, se analizó la teoría sobre el comportamiento del consumidor, en donde se establece que se deben usar diferentes estrategias de marketing con el fin de diseñar un nuevo producto a partir de un producto existente (Mendoza, 2017).

De otra parte, Casanova y Rivera (2020) explican que las empresas deben ser sostenibles, por lo que deben fundamentarse principalmente en la estructura operacional que se establezca al momento de su planificación, el punto de equilibrio es logrado a partir del modelo de negocio definido con anterioridad. Así mismo, López y Moncada (2020) exponen que mediante la Ley 1258 de 2008 se creó la forma jurídica SAS, Sociedades por Acciones Simplificadas, adecuada para las iniciativas de emprendimiento para crea nuevas organizaciones jurídicas que se ajusten a las necesidades de las empresas. Además, es importante, evaluar con frecuencia las estrategias del mercado, entender las exigencias de los clientes, analizar el crecimiento de la demanda, capacitar el personal y mejorar la capacidad para continuar siendo competitivos con servicios de calidad (Bustamante 2015).

Del mismo modo, Gómez (2014) informa que para evaluar la viabilidad económica y financiera se debe hacer una investigación de mercado para determinar la demanda, diseñar las estrategias de marketing y generar un plan de negocios el cual constituye la base de la empresa. Para Casanova y Rivera (2020), al crear una empresa se debe tener como herramienta de gestión una correcta estructura para que perdure en el tiempo, mientras se tiene en cuenta las necesidades del mercado y se establece una relación con los clientes. A su vez, se requiere un plan de negocios sirve para la búsqueda de financiamiento toda vez que respalda la solicitud de crédito, define la factibilidad del proyecto porque reúne toda la información del proyecto de carácter preciso y objetivo (Gómez 2014).

Para Martínez (2020) explica que para realizar el estudio de factibilidad del plan de negocios se debe analizar la inversión inicial, mediante una proyección de gastos e ingresos determinar la recuperación de la inversión, y el tiempo en el que se genera rentabilidad. De igual manera, Sapag, Sapag y Sapag (2008) explican que los estudios de mercado y técnico,

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la

Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

definen la inversión inicial y a partir de ellos se realiza una proyección, con cifras e indicadores financieros; a partir de esto se evalúa el comportamiento que puede tener el proyecto. Además, para analizar la viabilidad del proyecto y establecer la rentabilidad se debe ejecutar un plan financiero en el que se realice la proyección de ingresos, flujos de caja, analizar indicadores y estados financieros (Cajamarca 2017).

Conforme a lo mencionado, Bustamante (2015) indica que para la evaluación de un proyecto de inversión se puede usar como herramienta de medición el VAN que calcula los ingresos frente a los egresos y al descontar la inversión inicial; si se obtiene un resultado positivo se determina que si es factible. Igualmente, Sapag, Sapag y Sapag (2008 p 267) manifiestan que el criterio de evaluación VAN es expresado en la moneda actual, calcula la diferencia entre los ingresos y los egresos y es aceptado si valor actual neto es igual o mayor a cero. Así mismo, establecen que otro criterio de evaluación es la tasa interna de retorno (TIR), en donde la tasa calculada se compara con la tasa de descuento. Si la TIR es igual o mayor, el proyecto debe aceptarse, de lo contrario debe rechazarse (Sapag, Sapag y Sapag 2008 p 267).

Del mismo modo Bustamante (2015) aclara, que otra herramienta de evaluación financiera es la TIR (Tasa Interna de Retorno) que permite establecer si se recupera la inversión inicial y el porcentaje de rentabilidad si su resultado es positivo. A su vez, se menciona que uno de los métodos de la evaluación de viabilidad financiera es el Valor Presente Neto (VPN) que mediante una fórmula permite analizar a un periodo de tiempo si se puede maximizar la inversión inicial Gómez (2014). El análisis de los indicadores VAN (Valor Actual Neto) y TIR (Tasa Interna de Retorno) permite obtener como resultado los valores del flujo de efectivo con resultado positivo o negativo, luego de descontar la inversión igual a cero. (Enciclopedia Financiera, 2014).

Al mismo tiempo Eugene (2004) expone, que la evaluación financiera es un proceso mediante el cual se buscan e identifican diferentes alternativas de análisis con el fin de evaluar el comportamiento financiero para recuperar la inversión y definir el tiempo en el que se obtiene la rentabilidad. De igual manera, realizar el estudio financiero de un

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la

Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

proyecto permite identificar los componentes en la oferta de productos y servicios, la frecuencia de compra, permite visualizar el desarrollo del proyecto, incluso planear una posible expansión. Al evaluar un proyecto con métodos de evaluación financiera más exactos, se permite tener una mayor apreciación de la ejecución de la inversión y se asegura que el capital invertido no estará en riesgo (Eugene 2004).

5. Metodología

5.1 Enfoque y alcance de la investigación

El siguiente proyecto de investigación está basado en un enfoque descriptivo con el fin de recolectar información que nos permita estudiar la factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá. De esta manera, se pueden obtener datos con un alcance de investigación descriptivo por lo que la mayor parte de estos estudios son realizados con fuentes de consulta en internet, razón por la cual es importante antes de empezar a desarrollar el proyecto tener presente la descripción adecuada del alcance de investigación que se va a realizar con el fin de dar un óptimo desarrollo al proyecto.

Según Abreu (2012), la investigación descriptiva tiene dos definiciones basadas en la metodología de la investigación de tipo cuantitativo y cualitativo, para ello la investigación de tipo descriptivo hace referencia al tipo de pregunta de investigación, diseño y análisis de datos aplicado en un tema de estudio determinado y de la cual se responden las siguientes preguntas quien, que, cuando, donde y como. La investigación busca identificar y solucionar un problema con el fin de alcanzar un objetivo específico, en el que se debe delimitar el alcance de estudio, se realiza la revisión de las diferentes teorías relacionadas con el desarrollo del proyecto las cuales permiten obtener diferentes conclusiones según el caso de estudio (Fernández, 2016).

El tipo de enfoque a utilizar para esta investigación, es de carácter cualitativo orientado en un alcance descriptivo con el fin evaluar la factibilidad financiera para el montaje de un

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la

Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

centro estético de mascotas en la Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Toda evaluación financiera desarrolla una metodología con la generación de indicadores cualitativos, considerando las características de los proyectos sostenibles y las dimensiones de sostenibilidad de cada una, para ello hemos determinado que el desarrollo de este proyecto requiere utilizar las técnicas de estudio basadas en un enfoque cualitativo con alcance descriptivo con el fin de obtener información detallada que nos permita recolectar información suficiente para la puesta en marcha del mismo.

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014), el enfoque de tipo cualitativo básicamente es utilizado para la recolección de datos sin medición numérica con el fin de descubrir o identificar preguntas que nos permitan llegar a un proceso de interpretación con el único objetivo de buscar el desarrollo a la pregunta problema del trabajo. Según Cauas, (2015) la investigación cualitativa es utilizada exclusivamente como información cuyo análisis se dirige a lograr una descripción detallada de los trabajos de investigación, teniendo en cuenta que los estudios cualitativos se pueden desarrollar desde varios modelos de consulta como lo son participativa, investigativa, de acción o según el caso.

5.2 Población y muestra

Conforme a estudio de la Veeduría distrital (2017) la población de la Localidad de Suba es de 1.280.642 habitantes, en la UPZ el Rincón se encuentran 370.385, los hogares están compuestos por un promedio de 3.1 personas, esto quiere decir, que en la UPZ el Rincón hay 119.479 hogares; hay que mencionar, además que Cepeda (2018) manifiesta que los hogares Bogotanos tienen como mascotas un 29% perros y 9% gatos para un total de 38% de mascotas por hogar, por lo tanto, se concluye que en la UPZ el Rincón hay 45.402 hogares con animales de compañía.

De otra parte, se realizó una encuesta preliminar a 24 personas con el fin de identificar si se encuentran interesados en tener un nuevo centro estético dedicado al cuidado especializado de los animales de compañía en el sector, concluyendo que un 71% está de acuerdo y un 29% en desacuerdo.

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

De conformidad con lo anterior, para obtener los datos suficientes para realizar la segmentación y verificar el tamaño de la muestra se ejecuta la fórmula

$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(e^2 (N-1) + z^2 \cdot p \cdot q)}$, en donde:

n: tamaño de la muestra

N: Población o universo

P: probabilidad a favor

Q: probabilidad en contra

Z: Nivel de confianza

e: Error de la muestra

$$\frac{95\% \times 71\% \times 29\% \times 45402}{(5\%^2 \times 45402) + (95\% \times 71\% \times 29\%)} = 74 \text{ hogares}$$

Una vez, ejecutada la fórmula el resultado arroja que el tamaño de la muestra debe ser de 74 hogares con mascotas.

5.3 Instrumentos

Hernández (2014) explica que, para cumplir los objetivos, se deben conectar las bases teóricas con el desarrollo del proyecto, por medio de un instrumento de recolección de datos cuantitativos, esta herramienta debe ser confiable, válida y objetiva. Igualmente, Quintana (2006) la encuesta es la relación con la población objeto del estudio, se indagan necesidades, expectativas, los posibles escenarios y se analizan los resultados obteniendo una comprensión directa en donde se puede reconocer y fundamentar la investigación. El análisis de la información obtenida, permite profundizar en el tema de estudio, fortalece los procesos, facilita tomar decisiones y los resultados pueden solucionar el problema de investigación, sin embargo, los autores recomiendan adoptar un estudio cualitativo y cuantitativo (Sánchez y Vega, 2003).

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

5.4 Procedimientos.

Para la evaluación financiera del presente proyecto se determinara el siguiente proceso: se proyectaran flujos de caja respecto a las proyecciones de ingresos y egresos por un periodo de 5 años, buscando determinar con las anteriores variables y con la información recolectada poder realizar la evaluación financiera del proyecto con el objetivo de obtener los resultados que permitan decidir si invertir o no en el mismo teniendo en cuenta las herramientas financieras para tal propósito como lo son a través del:

5.4.1 Valor presente neto (VPN)

Formula:
$$VPN = I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{FC}{(1+i)^t}$$
 (Salinas, 2015).

Donde:

I_0 = Inversión Inicial

FC = Flujo de caja anual

i = Tasa de corte/ rendimiento requerido/ costo de capital

$t = 1, 2, \dots, n$: número de periodos de vida útil del proyecto

5.4.2 Tasa interna de retorno (TIR)

Formula:

$$TIR = i_1 + \left[(i_2 - i_1) \frac{(VPN_1)}{|VPN_1| + |VPN_2|} \right] \quad (\text{Salinas, 2015}).$$

Donde:

i_1 = Tasa de corte, con la que se calcula el VPN del proyecto y cuyo resultado debe ser positivo.

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la

Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

i_2 = Tasa de corte, con la que se calcula el VPN del proyecto y cuyo resultado debe ser negativo.

VPN_1 = VPN positivo, en valor absoluto.

VPN_2 = VPN negativo, en valor absoluto.

5.4.3 Relación beneficio Costo

Formula:

$$B/C = \frac{\sum_{t=1}^T B_t(1+r)^{-t}}{\sum_{t=1}^T C_t(1+r)^{-t}}$$

(García, et, al, 2006)

Donde:

B_t = beneficios en cada periodo del proyecto

C_t = costos en cada periodo del proyecto

r = tasa de actualización

t = tiempo en años

$(1 + r)^{-t}$ = factor de actualización

5.5 Análisis de información.

Con el propósito de analizar la información, se debe validar un modelo de medición de la inversión de la que se espera obtener una recompensa futura; al respecto, Vélez (2005) indica que el VAN, valor presente neto es la base de la teoría neoclásica de la inversión en donde se debe realizar el cálculo del costo de oportunidad para aplicar la regla “invertir si el VPN Valor Presente Neto es positivo”. Del mismo modo, según Castro (2001) el VAN ha sido usado desde la década de 1960 con la TIR (Tasa Interna de Rendimiento) para asegurar previamente la inversión, es decir que esto va a permitir al inversor saber con anterioridad cual es la Tasa Mínima de Rentabilidad. De igual manera, para obtener valor el beneficio debe superar los costos, esto quiere decir que para el inversor el VAN debe tener un resultado positivo, es decir que se genera valor cuando la utilidad supera los recursos invertidos (Bonmatí, 2011).

5.6 Consideraciones éticas

Declaramos que la presente información que se reúne en el trabajo es únicamente con fines académicos. Tal investigación tiene como propósito realizar el estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá, bajo las herramientas financieras para dicho propósito, como lo son el valor presente neto, tasa interna de retorno y relación beneficio costo, así como todas aquellas que determinen la viabilidad y factibilidad económica y financiera de la inversión del proyecto.

6. Resultados

6.1. Estudio de mercado

Para Armstrong G, Kotler P (2013, página 9) el marketing consistente es esencial para toda empresa, está enfocado en los clientes, en donde se busca conservar los actuales y atraer nuevos consumidores, identificando las necesidades, entregando satisfacción y generando valor. Así mismo, determinan que es necesario entender la conducta de compra de los consumidores, para entender estos comportamientos se desarrolla el estímulo de las cuatro Ps o marketing mix: producto, precio, plaza y promoción (Armstrong y Kotler 2013, página 129).

En referencia a lo mencionado, Baby y Londoño, (2009) explican que el concepto de las 4 Ps fue propuesto inicialmente por el profesor Jerome E. McCarthy en la década de los años 1950, actualmente continúa siendo objeto de estudio y práctica y presenta una validez atemporal. Así mismo, la mezcla de mercadotecnia incluye las variables que la empresa debe tener en cuenta para establecer la demanda de los productos y servicios ofrecidos (Armstrong y Kotler 2013).

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

6.1.1. Localización del producto y servicio

Este estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la UPZ El Rincón, Localidad de Suba, en la ciudad de Bogotá – Colombia; se establece que en la UPZ hay 370.385 habitantes, cada hogar cuenta con 3.1 personas, proporcionando así un total de 119.479 hogares, según Veeduría distrital (2017). Así mismo, en el 38% de los hogares de la capital del país cuentan con mascota Cepeda (2018) por lo tanto, se concluye que en promedio en la UPZ El Rincón hay 45.402 hogares con un animal de compañía. De igual manera, Veeduría distrital (2017) determinó que los hogares de la UPZ El Rincón, cuentan con ingresos mensuales promedio de 1 SMMLV (salario mínimo mensual legal vigente) equivalente a de \$908.526 para el año 2021 La República (2020).

Tabla 2. Identificación de variables

Variables	
Identificación Del Cliente	Hogares con mascotas, que les brindan cuidado y bienestar especializado.
Población Objetivo	Habitantes en la UPZ el Rincón, localidad Suba, que tienen mascotas en su hogar y requieren servicios de cuidado en higiene, aseo y bienestar necesarios.
Variables Geográficas	45.402 hogares con un animal de compañía en la UPZ El Rincón, Localidad de Suba, en la ciudad de Bogotá – Colombia

Fuente: Elaboración propia (2021)

Tabla 3. Identificación de cliente

Identificación De Cliente	
Cliente	El consumidor es el propietario de la mascota, la familia y la mascota misma, el cliente final son las familias con animales de compañía en hogares situados en la UPZ El

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Rincón de Suba y que buscan el mejor trato, un buen entorno, espacios amigables con las mascotas, con cuidados de higiene, aseo y bienestar completos.

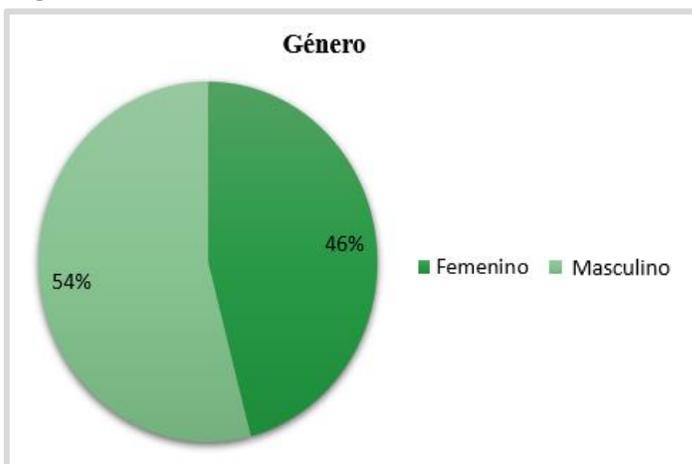
Fuente: Elaboración propia (2021)

6.1.2. Análisis de la encuesta

Como se había mencionado, en la UPZ el Rincón existen 45.402 hogares con mascotas. Con el fin de analizar la demanda, determinar la necesidad de los clientes potenciales, los gustos y preferencias de los consumidores, se realizó una encuesta poblacional compuesta por 18 preguntas cerradas a 74 propietarios de hogares con mascotas a través de un formulario de Google, en donde se obtuvieron los siguientes resultados sobre el consumo de productos y servicios:

En primer lugar, en el gráfico se puede observar que del 100% de la población encuestada, hay una proporción similar de hombres y mujeres que tienen y cuidan mascotas en sus hogares; en donde el 54% pertenecen al género masculino con un total de 40 individuos y el 46% restante corresponden al género femenino representadas en 34 mujeres.

Figura 2. Género

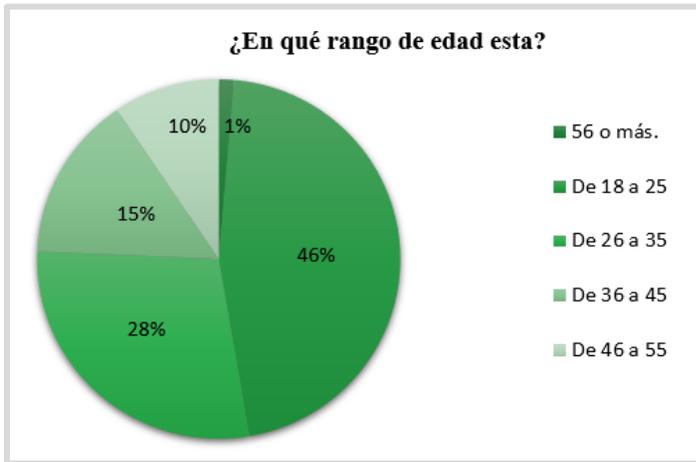


Fuente: Elaboración propia (2021)

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Del mismo modo, se obtuvo que el rango de edad de los tenedores de mascotas corresponde en un mayor porcentaje a adultos jóvenes; en donde se evidencia que el 46% de la población encuestada tiene entre 18 a 25 años, el 28% entre 26 a 35 años, el 15% de 36 a 45 años, el 10% de 46 a 55 años y finalmente un 1% mayor de 56 años.

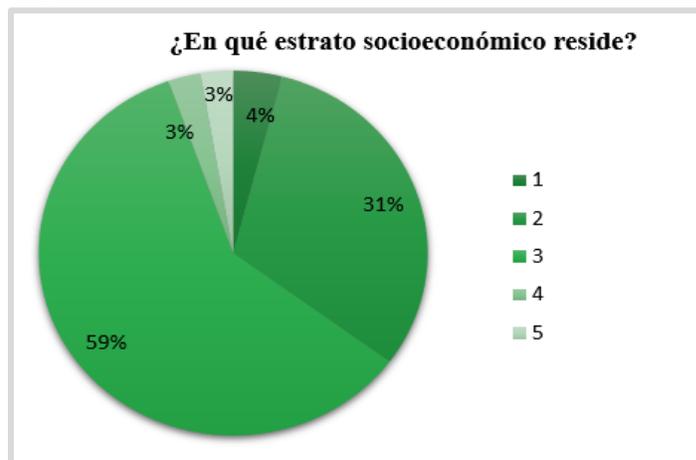
Figura 3. Rango de Edad



Fuente: Elaboración propia (2021)

Así mismo, se comprobó que en la localidad de Suba se encuentran todos los estratos socioeconómicos, para la encuesta realizada este punto mostró que el 59% de la población se encuentran residiendo en el estrato socioeconómico 3, seguido por el 31% en estrato 2, el 10% restante residen en los estratos 1, 4 y 5.

Figura 4. Estratos socio-económicos

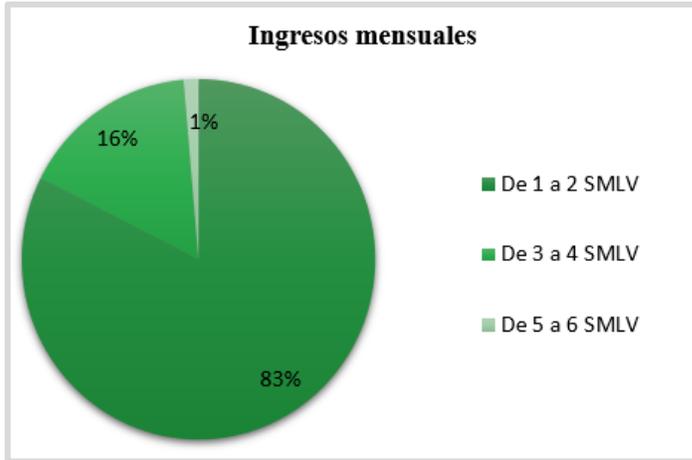


Fuente: Elaboración propia (2021)

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

En concordancia con lo anterior, se formuló la pregunta: ¿Cuánto son sus ingresos mensuales? En donde se obtuvo que el 83% recibe ingresos de hasta 2 SMMLV, el 1% entre 3 y 4 SMMLV y el 16% más de 5 SMMLV.

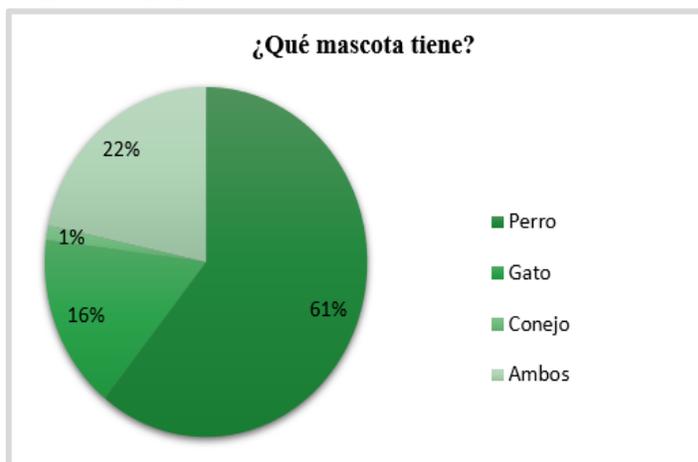
Figura 5. Ingresos mensuales



Fuente: Elaboración propia (2021)

De otra parte, se preguntó sobre los animales de compañía que tiene la población objeto del estudio, el 61% tiene como mascota perros, el 16% gatos, el 22% gatos y perros y el 1% conejos, por lo que se establece que el mayor porcentaje corresponde a los animales que sería clientes potenciales para el centro estético de mascotas.

Figura 6. ¿Qué mascota tiene?

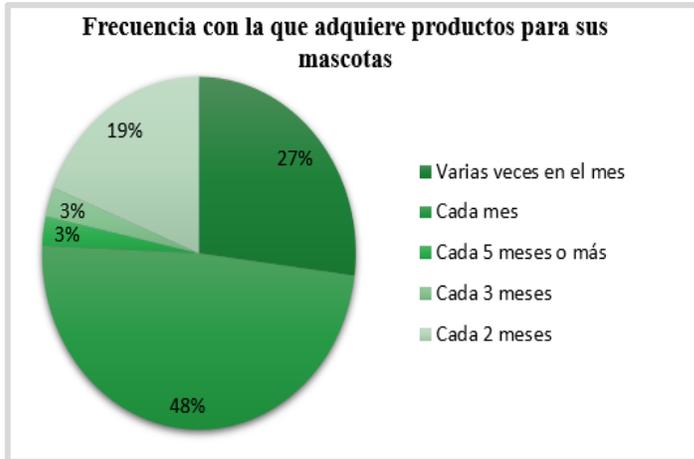


Fuente: Elaboración propia (2021)

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Simultáneamente, se preguntó sobre cada cuanto tiempo compra productos para las mascotas, la muestra respondió que un 48% adquiere productos una vez al mes, el 27% varias veces en el mes, 19% con una periodicidad de dos meses, 3% cada 3 meses y el 3% regularmente 5 meses o más.

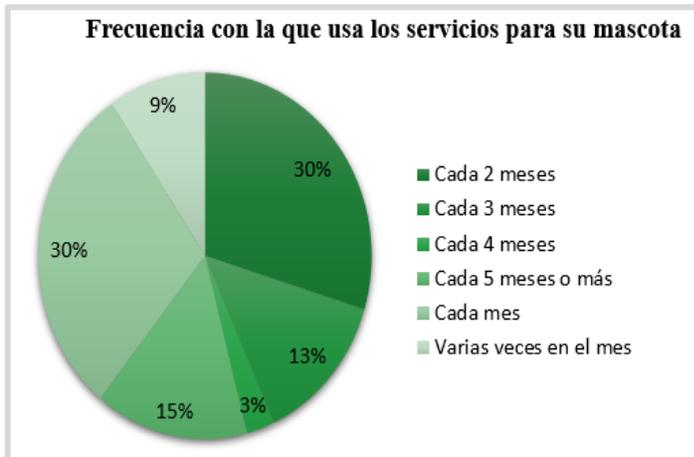
Figura 7. Frecuencia con la que adquiere productos



Fuente: Elaboración propia (2021)

Igualmente, con el fin de calcular la regularidad en la adquisición de servicios para las mascotas se indagó sobre este tiempo, la población encuestada respondió con los porcentajes: 9% varias veces en el mes, 30% 1 vez al mes, 30% con una frecuencia de 2 meses, 15% cada 3 meses, 3% espera 4 meses y el 15% cada 5 meses.

Figura 8. Frecuencia con la que adquiere servicios



Fuente: Elaboración propia (2021)

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Al comparar el tiempo de compra de productos y el tiempo de utilización de servicios se establece que un alto porcentaje tendrá dos visitas mensuales al centro estético por mes, no obstante, se indagó cuál es el servicio que más adquiere; en donde se encontró que, con un 49% el Baño es el servicio más adquirido, seguido con un 24% la peluquería, 12% corte de uñas, 11% no utiliza ningún servicio, 3% guardería y finalmente con un 1% el spa.

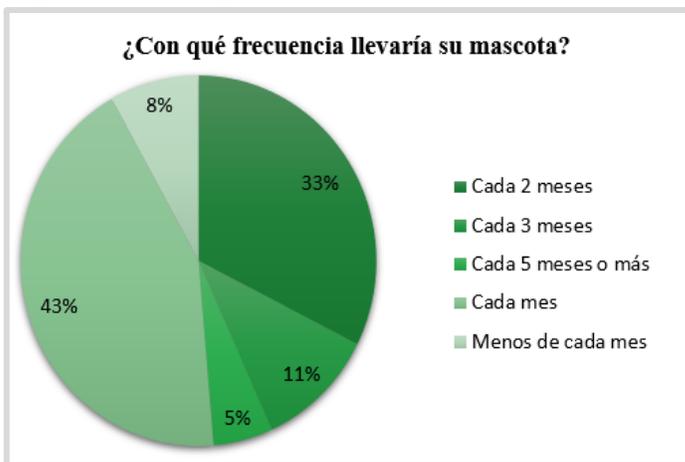
Figura 9. Qué servicio usa con mayor frecuencia



Fuente: Elaboración propia (2021)

También se indagó sobre la frecuencia con la que le gustaría asistir a un nuevo centro estético para mascotas en la misma localidad en la que reside, notando que el 43% llevaría a su mascota una vez al mes, el 33% cada 2 meses, 11% con una periodicidad de 3 meses, el 8% varias veces en el mes y 5% cada 5 meses o más.

Figura 10. Con qué frecuencia llevaría su mascota al centro estético

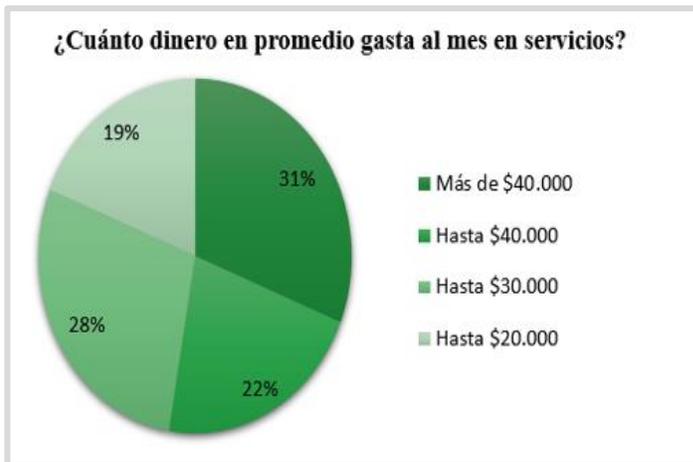


Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Fuente: Elaboración propia (2021)

De otra parte, se indagó cuánto dinero invierte en servicios para las mascotas y se logró establecer que el 45% gasta mensualmente más de \$31.000, el 28% hasta \$20.000, el 18% un promedio \$30.000 y el 9% \$10.000 al compararlo con la gráfica de los gastos de servicio notamos que el 31% gasta más de \$40.000, el 28% de hasta \$30.000, el 22% hasta \$40.000 y el 19% faltante menos de \$20.000.

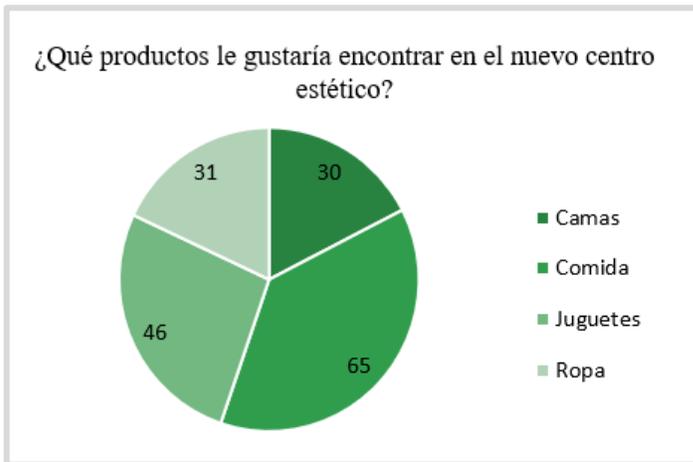
Figura 11. ¿Cuánto dinero en promedio gasta al mes en servicios?



Fuente: Elaboración propia (2021)

Del mismo modo, al comparar cuánto estaría dispuesto a pagar en productos al abrir un centro estético en su localidad el 30% de los encuestados manifiestan que pagarían hasta un valor de \$20.000, el 27% más de \$41.000, el 21% hasta \$30.000, el 15% hasta \$40.000 y el 7% menos de \$10.000.

Figura 12. ¿Qué productos le gustaría encontrar en el nuevo centro estético?



Fuente: Elaboración propia (2021)

De otra parte, se hizo la pregunta abierta qué productos le gustaría encontrar en el nuevo centro estético, los productos más mencionados fueron: comida 65, juguetes 46, ropa 31 y camas 30 veces.

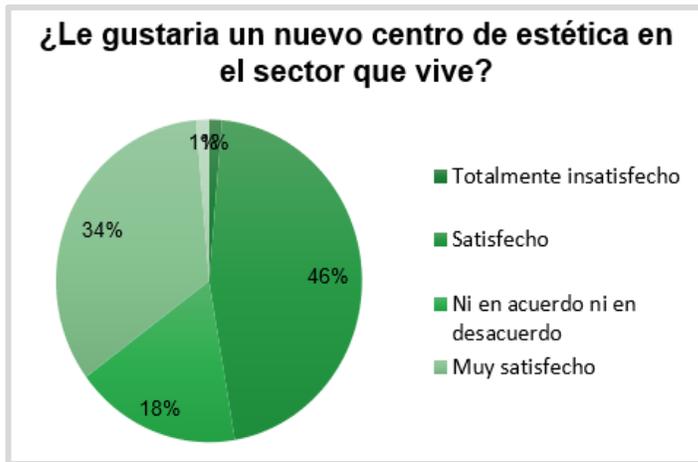
Figura 13. ¿Qué servicios le gustaría encontrar en el nuevo centro estético?



Fuente: Elaboración propia (2021)

También se realizó una segunda pregunta abierta: ¿Qué productos le gustaría encontrar en el nuevo centro estético?, en donde los clientes potenciales prefirieron servicios de Baño 55, Corte de uñas 45, Peluquería 42 y Estética y Spa 31.

Figura 14. Satisfacción para abrir un centro estético



Fuente: Elaboración propia (2021)

Por último, se obtuvo que el 74% de los encuestados usan los productos y servicios para las mascotas en la localidad de Suba, también se indagó ¿Qué tan de acuerdo se encuentra interesado que se implementara un centro de estética en el sector que vive? , en donde, el 46% está satisfecho el 34% muy satisfecho el 18% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 1% insatisfecho y un 1% totalmente insatisfecho, estos resultados indican que la satisfacción de implementar un centro estético es en total el 80%.

6.1.3. Análisis de la competencia

Teniendo en cuenta que, el mercado de cuidado de mascotas incluye la venta de productos y prestación de servicios como: pets food o comercio de alimentos para las mascotas, pets care o cuidado de los animales, pets vet o clínica veterinaria y pets serv u otros tipos de servicios y productos, se realizó la búsqueda de la competencia directa para el centro estético para mascotas.

Por lo tanto, mediante recorrido en la UPZ El Rincón, se encontró diferentes establecimientos que venden productos y servicios, hallando su ubicación, el tiempo de existencia, su reputación, su visibilidad, la cercanía con el punto en comparación y si vende servicio, productos o ambos.

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Para dar los resultados se utiliza una calificación de s.f. cuando no hay fecha y tiempo promedio con meses o años, para hallar la reputación, visibilidad y cercanía se utiliza una calificación alta, media, baja y desconocida (Desc.).

Tabla 4. Análisis de la competencia

Nombre	Análisis De La Competencia					
	Existencia	Ubicación	Reputación	Visibilidad	Cercanía	Vende
Aterciopelados Pet Shop	s.f.	Carrera 91 No. 127C-78 Local 2	Desc.	Baja	Alta	Servicios productos
Pet Shop Hachi	2 a 3 años	Calle 90A No. 95-47	Alta	Media	Media	Servicios
Shelf For Pets	s.f.	Calle 127B No.93-74	Desc.	Media	Baja	Servicios
Animal World Shop Suba	3	Calle 127B No. 90C-28 Local 001	Alta	Alta	Alta	Productos
Happy Pets	s.f.	Carrera 96A No. 130C -14	Desc.	Baja	Baja	Servicios productos
Mascotas Y Mascoticas	s.f.	Avenida Calle 90 No. 91-52 Local 120	Media	Baja	Baja	Servicios productos
Galaxia Animal	s.f.	Calle 130 No. 91-34	Desc.	Baja	Media	Desc.
Ciudad Mascota	6 meses a 1 año	Cl. 129 #58C30	Media	Alta	Baja	Servicios
Esquina De Las Mascotas	s.f.	Calle 129C No. 91-67	Desc.	Baja	Baja	Desc.
Tienda De Mascotas Happy Dogs	s.f.	Carrera 89 No. 127D-04	Alta	Baja	Baja	Productos
Veterinaria El Loro	2 años	Carrera 89 No. 127A-72	Media	Media	Alta	Servicios
Veterinaria Vet Salud	3 años	Carrera 91 No. 128C-56	Media	Media	Alta	Servicios
Mascot Salud Spa	s.f.	Carrera 93 No. 129C-03 Piso 2	Desc.	Baja	Alta	Servicios
Productos A Tu Mascota A Granel	s.f.	Carrera 95G Bis No. 90A-71	Media	Baja	Baja	Productos
Gati Pez Perruno	5	Calle 129C No. 101-10	Alta	Media	Baja	Productos

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la

Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Tienda De Mascotas Carrera 92b	s.f.	Cra. 94q #86-A08, Bogotá	Desc.	Baja	Media	Productos
Clínica Veterinaria Campaña Rincón	s.f.	Cra. 92 #147-31	Media	Alta	Media	Servicios

Elaboración propia (2021)

La mayor competencia en cuanto a la venta de productos es Animal World Shop Suba, ya que presenta una calificación alta en todos los ítems y para la venta de servicios la mayor competencia se empatan la Clínica Veterinaria Campaña Rincón y Pet Shop Hachi, los cuales aparte de tener una reputación media, tienen una cercanía media al centro estético de mascota.

6.1.4. Proyección de la demanda, pronóstico de la demanda y análisis de la demanda

La proyección de la demanda se ejecuta, al tener los resultados de las encuestas realizadas. Al tener la cantidad de hogares con mascota se multiplica por la cantidad de meses en un año, al tener este valor se coloca la capacidad que se asume que se puede manejar. Estos para multiplicar el año de servicios o producto por la capacidad teniendo así la cantidad de servicios o productos que tenemos que prestar durante 5 años. Después para encontrar la cantidad por año se divide en la cantidad de servicios y productos por 5 años, este resultado se divide por 12 para obtener la cantidad mensual, finalmente, la cantidad mensual, se divide por la cantidad de días labores, en este caso 24 días, consiguiendo la cantidad de servicios o productos diarias que se deberían vender.

Tabla 5. Proyección de la demanda servicio

Demanda Servicio	
Hogares	45.402
Meses por años	12
Año servicios	544.824
Capacidad	2,14%
Servicios 5 años	11.659
Servicios 1 años	2.332
Servicio mensual	194
Servicios diarios	8

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Fuente: Elaboración propia (2021)

Tabla 6. Proyección de la demanda productos

Demanda Producto	
Hogares	45.402
Meses por años	12
año servicios	544.824
Capacidad	1,00%
Productos 5 años	5.448
Servicios 1 años	1.090
Servicio mensual	91
Servicios diarios	4

Fuente: Elaboración propia (2021)

El centro estético para mascotas busca vender servicios como baño, peluquería, estética y SPA y corte de uñas, por otro parte, busca vender productos como, alimentos para mascotas, juguetes, ropa, productos de aseo y camas. Debido lo anterior, se nota que, toca realizar un cálculo para saber en promedio cuanto de cada uno de los servicios y productos se debe vender, para este procedimiento se utilizan la encuesta realizada anteriormente.

En la encuesta realizada se pregunta que servicios y productos les gustaría que se vendieran en el centro estético, dicha preguntas eran de opción múltiple, se toman la cantidad de respuestas recibidas por cada ítem de la pregunta tanto de los servicios o productos y se multiplica por 100 el resultado se divide por la cantidad de respuestas totales recibidas, el resultado restante es el valor en porcentaje de servicio o producto que se debe brindar.

Tabla 7. Proyección de la demanda por servicios

Servicio	CANT.	%
Baño	55	31,79
Peluquería	42	24,28
Estética y SPA	31	17,92
Corte de uñas	45	26,01
TOTAL	173	100,00

Fuente: Elaboración propia (2021)

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Tabla 8. Proyección de la demanda por productos

Producto	CANT.	%
Alimentos para mascota	69	30,53
Juguetes	45	19,91
Ropa	30	13,27
Productos de aseo	56	24,78
Camas	26	11,50
TOTAL	226	100,00

Fuente: Elaboración propia (2021)

Al obtener la cantidad de servicios o productos en porcentaje que se deben brindar y utilizando el análisis de la demanda, se multiplica la cantidad de productos y/o servicios que se proyectan vender por el porcentaje que tiene cada uno para un total de los productos y servicios diarios.

Tabla 9. Proyección de la demanda por servicios, cantidad diaria

Productos y Servicios			
Tipo	Productos	Porcentaje	Cantidad
Juguetes	Pelota	19,91%	0,8
Comida	Oh Mai Gat 1,5kg	15,28%	0,6
	Nutrecan 2kg adulto	15,28%	0,6
Productos de aseo	Jabones anti-pulgas	12,40%	0,5
	Cepillos	12,40%	0,5
Ropa	Camisas	6,64%	0,3
	Correas / traíllas	6,64%	0,3
Camas	Cama pequeña	11,50%	0,4
	Baño	31,79%	2,6
	Peluquería	24,28%	2,0
	Estética y SPA	17,92%	1,5
	Corte de uñas	26,01%	2,1

Fuente: Elaboración propia (2021)

Finalmente, se obtiene que las ventas diarias serán de 8 servicios, repartidos de la siguiente manera 2,6 baños, 2,0 peluquerías, 1,5 estéticas y SPA y 2,1 corte de uñas diarios y la venta de 4 productos, repartidos así 1,2 alimentos para mascota, 0,8 Juguetes, 0,6 ropa, 1,0 productos de aseo y 0,4 camas.

6.1.5. Presentación de los productos o servicios

Se presenta una explicación de cada uno de los productos y servicios que se van a ofrecer, dado una idea general de cada uno, siendo así de servicios, el baño, la peluquería, corte de uñas, la estética y SPA, y de los productos alimentos, juguetes, ropa, productos de aseo y camas.

Tabla 10. Definición de los productos y servicios

Definición De Los Productos Y Servicios

Servicios	Baño: Servicio, que se presta a cualquiera de las de las mascotas, consistiendo en dar un baño a la mascota bajo los estándares de calidad.
	Peluquería: Servicio que se presta a las mascotas el cual consiste en arreglarlas físicamente, realizando corte con tijera o máquina, para mejorar su aspecto físico o quitar nudos que se pueden generar al no realizarle un mantenimiento adecuado a las mascotas.
	Estética y SPA: Tratamiento especial para las mascotas para que éstas tengan un momento de relajamientos mientras reciben los servicios en este se incluyen servicios especiales como, stripping, trimming, y solo se realizara por un peluquero de cabecera.
	Corte de uñas: Para cualquier tipo de mascota donde se busca cortar las uñas con el respeto al animal y el conocimiento para prestar un servicio de excelente calidad
Productos	Alimentos: Para cualquier tipo de mascota, es decir, perro, gato, conejo, pájaros, el cual es para el consumo de los mismos, igualmente snacks, para dar de premios.
	Juguetes: Para las mascotas, como perro y gato, los cuales, sirven para la diversión de la mascota, estos elaborados de diferentes materiales dependiendo por la necesidad de la mascota.
	Ropa: diferentes diseños de ropa para poder modelar con la mascota

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Productos de aseo: Productos de aseo para el cuidado diario de la mascota, tales como cepillos desenredantes, toallas aromatizantes, lociones caninas y productos antipulgas y parásitos.

Camas: diferentes tipos de cama para perro o gato, el cual dependiendo el tamaño de la mascota podrá encontrar la cama indicada, igualmente, para los gatos encontrará camas tipo gimnasio para el entretenimiento y descanso de la misma

Fuente: Elaboración propia

6.2. Estudio administrativo y legal

Con el fin de establecer la viabilidad del montaje de un centro estético para mascotas en la UPZ El Rincón de Suba se propone implementar una sociedad por acciones simplificadas, reglamentada bajo la Ley 1258 de 2008 con nombre Beautiful Pets SAS, a continuación, se describe la información legal pertinente para su articulación: nombre, slogan, logo, tipo de naturaleza, códigos CIU, sede, cantidad de empleados, misión, visión y valores.

Tabla 11. Planeación estratégica

Nombre	Beautiful Pets
Slogan	Amor y bienestar para tu mascota
Logo	
Tipo y naturaleza de la empresa	Una vez analizado el tipo y naturaleza de la empresa, se propone crear una sociedad por acciones simplificadas, la cual se

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

	encuentra reglamentada bajo la Ley 1258 de 2008, con razón social: Beatiful pets SAS
Código CIU	Los códigos de Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIU) para la actividad económica: 7500: Actividades veterinarias. 4755: Comercio al por menor de artículos y utensilios de uso doméstico en establecimientos especializados. 9609: Otras actividades de servicios personales n.c.p.
Sede	Carrera 90D #127 – 07 Localidad Suba UPZ El Rincón
Empleados	5
Jerarquía	Lineal
Misión	Beatiful Pets es una empresa dedicada al cuidado de mascotas; brinda servicios y productos de peluquería y grooming, entrega trato preferencial de calidad, buscando proporcionar bienestar a los animales y confianza a sus dueños, mediante la mejora de sus procesos y capacitación de los empleados, creando conciencia en las familias e innovando en sus procesos.
Visión	En el 2026 Beatiful Pets, será una empresa líder en la localidad de Suba, en el cuidado y bienestar de las mascotas, será ejemplo en prestación de servicios y venta de productos de calidad, lo que permitirá ser estables en el mercado brindando confianza a sus clientes y rentabilidad a sus propietarios.
Valores	Compromiso Calidez Agilidad Pasión Profesionalismo Innovación Calidad

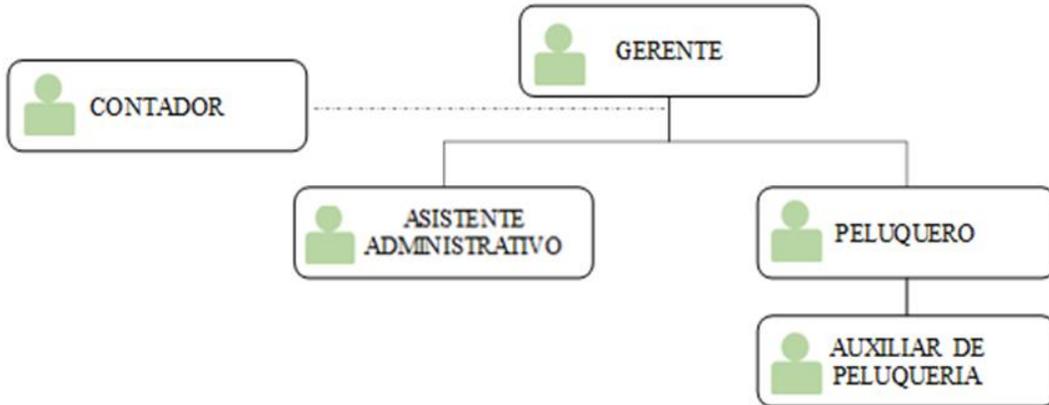
Fuente: Elaboración propia (2021)

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

6.2.2. Organigrama, funciones y nómina

Para desarrollar el proyecto, se requiere contar capital humano especializado, con funciones definidas, como se describe en el siguiente organigrama de jerarquía lineal.

Ilustración 1. Organigrama



Fuente: Elaboración propia (2021)

De acuerdo con el organigrama se requiere 4 empleados y un asesor externo, que cumplen las siguientes funciones:

Tabla 12. Nomina

Cargo	Funciones	Salario Mas Prestaciones	Total, Al Año
-------	-----------	--------------------------	---------------

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Gerente	<p>Sus funciones son crear estrategias de comercialización, planificar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y conducir el trabajo de la empresa, además de contratar al personal adecuado, efectuado esto durante la jornada de trabajo, manejo de nómina</p>	\$ 2.854.091	\$ 34.249.088
Asistente Administrativo	<p>Atender de manera ágil, amable y eficaz los clientes que llegan a la peluquería y las llamadas telefónicas; manejo de correspondencia, inventarios, organización agenda de peluquería. Atender todas aquellas personas que necesiten información. Mantener actualizados los documentos legales de la compañía. Administrar la papelería y elementos de uso de la compañía llevando registros en las planillas indicadas.</p>	\$ 1.395.383	\$ 16.744.590
Peluquero	<p>Administrar el área de peluquería para un óptimo servicio, realizar el proceso de preparación, baño, secado y cepillado, limpieza de oídos, pedicura, limpieza de ojos, stripping, trimming, verificar funcionamiento de las máquinas y tener el debido cuidado de las mismas.</p>	\$ 1.990.222	\$ 23.882.668
Auxiliar De Peluquería	<p>Apoya el área de peluquería, desde recepción y revisión de estado de la mascota, baño, desenredado de pelo, limpieza de glándulas, oídos, mantenimiento del área de peluquería.</p>	\$ 1.400.125	\$ 16.801.500

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Asesor Externo Contador

Es un asesor externo de la empresa que va a recibir la documentación consolidada del mes y de acuerdo a la misma va a generar los reportes de las obligaciones fiscales, mantener los libros contables actualizados, calcular los impuestos y elaborar el informe tributario para cada periodo fiscal.	\$ 700.000	\$ 8.400.000
	\$ 8.339.821	\$ 100.077.847

Fuente: Elaboración propia (2021)

6.3. Estudio técnico

6.3.1. Macroentorno matriz Pestel

Por medio de la matriz Pestel, se busca analizar e identificar las fuerzas con los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales, que se tiene en el macroentorno.

Tabla 13. Macroentorno matriz Pestel

PESTEL	
Político	Política pública Distrital de Protección y Bienestar Animal 2014-2038 Lineamientos para la política de tenencia responsable de animales de compañía y de producción.
Económico	Brindar productos y servicios que impulsen el movimiento del mercado, generando una circulación económica, creando empleo, por medio de un centro estético de mascotas en la UPZ El Rincón. Para Martínez (2019) se registra un crecimiento del 32% en la oferta de productos y servicios nacionales e importados en los establecimientos de comercio, lo que indica que este sector de la economía dirigido a las mascotas tiende al crecimiento

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

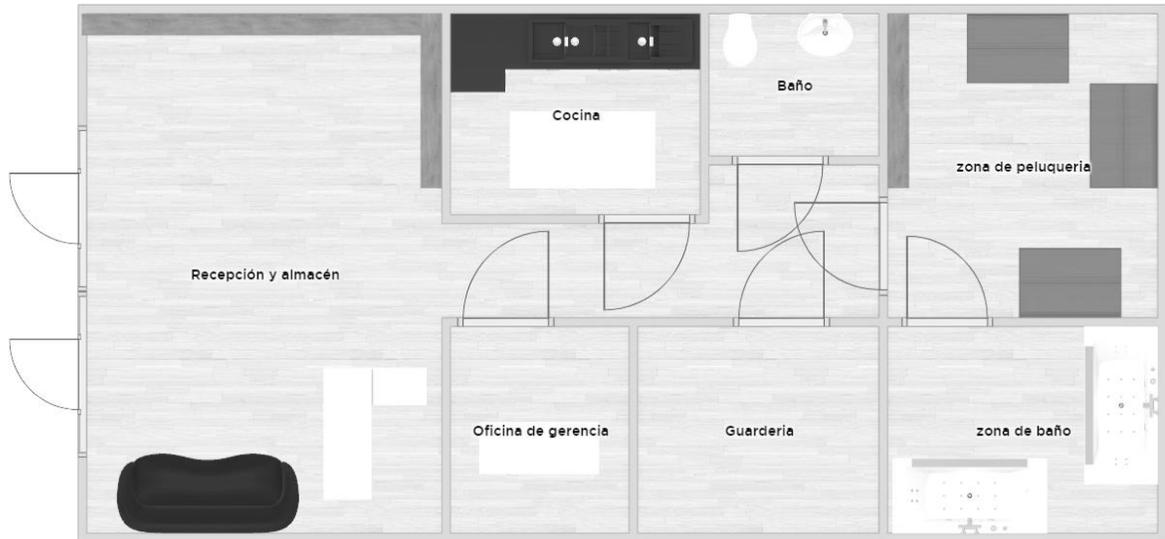
Social	Un centro estético para mascotas puede generar un espacio, en el cual el dueño y su mascota acudan a un lugar que entrega bienestar y aporta a la salud, aparte de esto también educa a las personas sobre la importancia de la tenencia responsable de las mascotas en la sociedad.
Tecnológico	El centro estético de mascotas, debe contar con maquinaria y equipos diseñados para el cuidado de los animales, también se requiere usar internet y las diferentes redes sociales para dar visibilidad y publicidad para los productos y servicios que se brindan.
Ecológico	Al ser una empresa que se dedica a las mascotas, se tiene el compromiso social de reducir el impacto ambiental, realizar un manejo integral de los residuos, medidas sanitarias para la prevención de enfermedades zoonóticas, disminución del consumo de agua, energía entre otros.
Legal	Ley 84 de 1989 Ley 1776 de 2016 Ley 1801 de 2016 Ley 2054 de 2020 Ley 1258 de 2008 Resolución 061 de 2019

Fuente: Elaboración Propia (2021)

6.3.2. Distribución de la planta

Para la adecuación de la planta física, es necesario habilitar una zona de baño, con una dimensión de $2,8 m^2$, con 2 bañeras en acero inoxidable instaladas, zona de peluquería de $14,4m^2$, con una mesa de secado, 2 mesas de corte y un mueble para guardar los elementos de peluquería, guardería de $5,4m^2$ con 10 guacales o jaulas, baño para uso del personal $3 m^2$, cocina de $8m^2$, oficina del gerente de $4,7m^2$, recepción y exhibición de productos de $20m^2$.

Ilustración 2. Distribución Planta Física



Fuente: Elaboración propia (2021)

6.3.3. Flujograma y/o descripción del proceso de producción

El flujograma se utiliza como herramienta para representar las actividades que se deben seguir para cumplir el proceso, por lo tanto, al ingresar al establecimiento, el cliente y la mascota van a encontrar la recepción en donde serán atendidos por el asistente administrativo, quien remite a baño, peluquería, corte de uñas y/o adquisición de producto.

En primera instancia, en la recepción, se agenda cita para la prestación de servicio, se verifica el estado de la mascota frente al dueño, se diligencia formato de ingreso y responsabilidad.

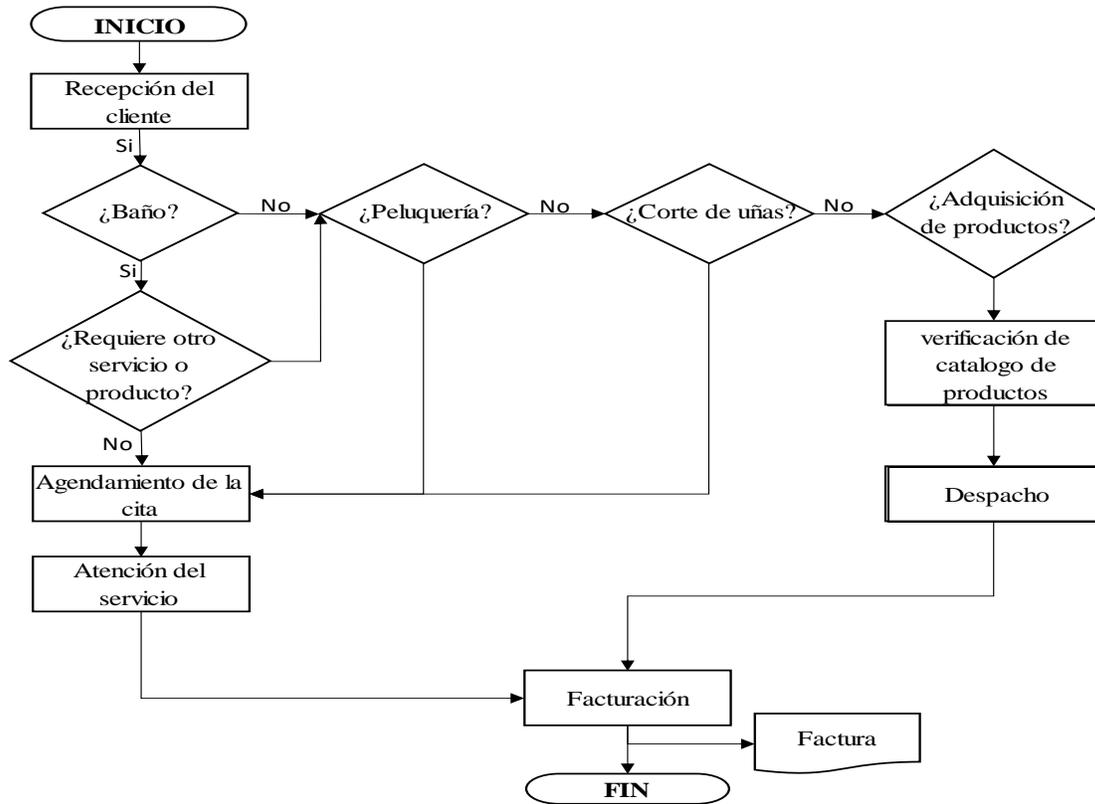
Después de esto, la mascota pasa al área de guardería, en donde espera el ingreso al área de peluquería, una vez se haya dejado la mascota correctamente acicalada, pasa a la guardería en donde se verifica que se encuentre óptimas condiciones y en dónde va a esperar que sea recogida por su dueño.

De otra parte, si el cliente solo requiere la adquisición de producto, se muestra el catálogo de productos que incluye alimentos, juguetes, accesorios, artículos de aseo y camas; se informa el precio y se procede con la venta.

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Para finalizar, cuando se completa la prestación del servicio o la venta del producto, se procede con la facturación y se recibe el pago correspondiente.

Ilustración 3. Diagrama de proceso



Fuente: Elaboración propia

6.3.4. Maquinaria y equipos

Para un óptimo funcionamiento del centro estético, se requiere la maquinaria y equipo, que se detalla a continuación:

Tabla 14. Maquinaria y equipo

Tipo	CANT.	Valor Unitario	Valor Total
Computador De Mesa	2	\$ 2.699.000,00	\$ 5.398.000,00
Celular	1	\$ 399.900,00	\$ 399.900,00

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la

Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Caja De Seguridad	2	\$	54.900,00	\$	109.800,00
Escrito De Oficina O Recepción	2	\$	238.950,00	\$	477.900,00
Silla Ergonómica	2	\$	109.000,00	\$	218.000,00
Comedor Y Sillas	1	\$	250.000,00	\$	250.000,00
Vitrinas	3	\$	170.000,00	\$	510.000,00
Percheros	2	\$	24.900,00	\$	49.800,00
Microondas	1	\$	254.900,00	\$	254.900,00
Tinas De Baño	2	\$	2.889.900,00	\$	5.779.800,00
Máquina De Afeitarse	2	\$	789.000,00	\$	1.578.000,00
Secadores Industrial	2	\$	534.700,00	\$	1.069.400,00
Mesas Para Corte Y Secado Peluquería	4	\$	675.000,00	\$	2.700.000,00
Cortaúñas	2	\$	10.500,00	\$	21.000,00
Calentador de agua	1	\$	569.900,00	\$	569.900,00

Fuente: Elaboración propia (2021)

6.3.5. Proveedores Sistemas de abastecimiento (proveedores)

El principal proveedor del centro estético para mascotas es Laika, ya que cuenta con todos los productos necesarios para poder realizar la compra para el abastecimiento. Laika es una tienda online y como explican ellos mismos cuentan con las de 4.000 productos, entre ellos alimentos, accesorios, higiene, entre otros.

6.3.6. Matriz de Localización

Por medio, de una matriz de localización, se busca mostrar en comparación a las UPZ de varias localidades de Bogotá en este caso, UPZ Gran Britalia, localidad Kenedy, UPZ Comuneros, localidad Usme, UPZ San Blas, de la localidad San Cristóbal y UPZ El Rincón, localidad de Suba, y así verificar cual es la mejor opción para abrir un centro estético para mascotas. Para esto se tiene en cuenta aspectos cuantitativos y cualitativos, y se busca dar una calificación ponderada dando a los 7 factores un peso, los pesos y factores están escritos de la siguiente manera, para el peso de 11 el medio de transporte y precio de impuestos, para el peso 12 disponibilidad del terreno, costo del terreno, para el peso de 15 seguridad, para el peso de 19 localización y finalmente para el peso de 20 este entregando los factores más importantes encontramos la cercanía al cliente.

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Tabla 15. Matriz de localización

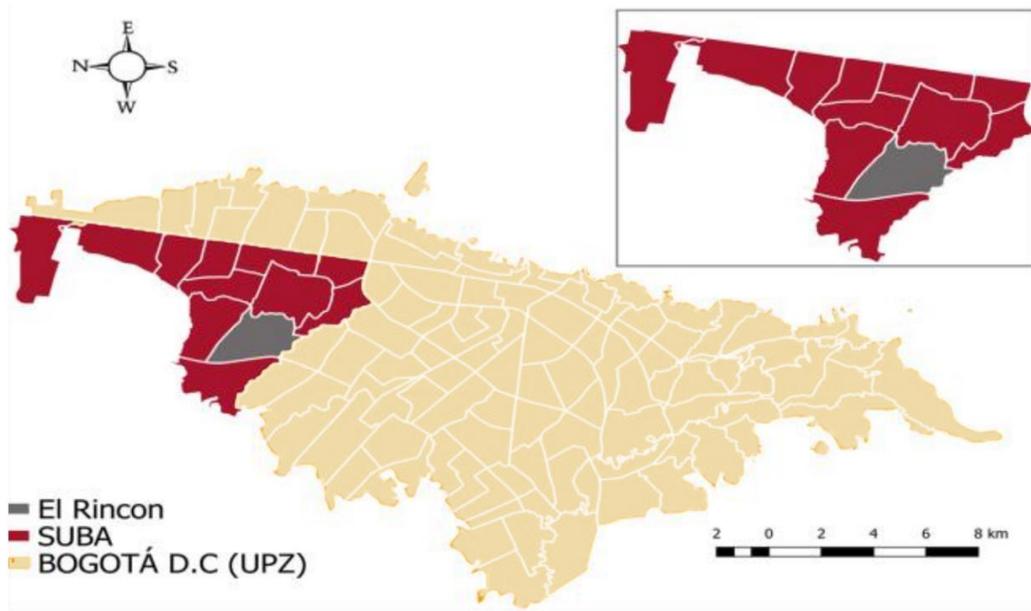
Factor	Peso	El Rincón		Gran Britalia		Comuneros		San Blas	
		nota	Puntaje	nota	Puntaje	nota	Puntaje	nota	Puntaje
Medios de transporte	11	9	99	6	66	8	88	5	55
Disponibilidad del terreno	12	10	120	8	96	8	96	5	60
Precio de impuestos	11	5	55	5	55	5	55	5	55
Seguridad	15	5	75	4	60	3	45	4	60
Costo de terreno / alquiler	12	8	96	5	60	4	48	5	60
Localización	19	10	190	6	114	10	190	4	76
Cercanía al cliente	20	8	160	7	140	8	160	5	100
	100		795		591		682		466

Fuente: Elaboración propia (2021)

El resultado, de la matriz de localización, indica el puntaje más alto y la mejor opción para crear un centro estético para mascotas es de 795 esta calificación le pertenece a la UPZ El Rincón en la Localidad de Suba, por dicha razón, se sugiere que este centro estético, se realice en este lugar.

Figura 15. Mapa de la ciudad Bogotá, Localidad Suba, UPZ El Rincón

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.



Fuente: Veeduría distrital (2017)

6.4. Estudio financiero

Una vez realizado el análisis del estado del arte, el marco teórico, el estudio de mercado, técnico administrativo y legal; se procede con el estudio financiero en donde se proyecta a años la inversión inicial, costos y gastos de producción, financiación e indicadores financieros con el fin de establecer la factibilidad financiera.

6.4.1. Inversión inicial y total

Se refiere a la cuantía de dinero que se debe invertir para colocar en camino un proyecto, de donde se infiere que se utilicen los equipos de oficina, maquinarias y equipos, gastos preoperativos, adecuaciones locativas, investigación del mercado, publicidad y capital de trabajo; para el último se coloca la inversión inicial de este proyecto de dos meses, considerando que es la necesidad de inversión inicial.

Tabla 16. inversión inicial

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Inversión Inicial

Tipo	CANT.	Valor Unitario	Valor Total
Inversión Equipos De Oficina			
Computador De Mesa	2	\$ 2.699.000,00	\$ 5.398.000,00
Celular	1	\$ 399.900,00	\$ 399.900,00
Caja De Seguridad	2	\$ 54.900,00	\$ 109.800,00
Escrito De Oficina O Recepción	2	\$ 238.950,00	\$ 477.900,00
Silla Ergonómica	2	\$ 109.000,00	\$ 218.000,00
Comedor Y Sillas	1	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00
Vitrinas	3	\$ 170.000,00	\$ 510.000,00
Percheros	2	\$ 24.900,00	\$ 49.800,00
Microondas	1	\$ 254.900,00	\$ 254.900,00
Total, Costo Equipos De Oficina		\$ 4.201.550,00	\$ 7.668.300,00
Inversión de equipos			
Tinas De Baño	2	\$ 2.889.900,00	\$ 5.779.800,00
Máquina De Afeitar	2	\$ 789.000,00	\$ 1.578.000,00
Tijeras	5	\$ 31.400,00	\$ 157.000,00
Secadores Industrial	2	\$ 534.700,00	\$ 1.069.400,00
Mesas Para Corte Y Secado Peluquería	4	\$ 675.000,00	\$ 2.700.000,00
Cortaúñas	2	\$ 10.500,00	\$ 21.000,00
Calentador de agua	1	\$ 569.900,00	\$ 569.900,00
Total, costo Inversión de equipos		\$ 5.500.400,00	\$ 11.875.100,00
Gastos preoperativos			
Constitución empresa			
Licencia sanitaria	1	\$ 8.500,00	\$ 8.500,00
Licencias De Software	1	\$ 166.000,00	\$ 166.000,00
Cámara De Comercio	1	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00
Bomberos	1	\$ 76.398,21	\$ 76.398,21
Sayco Acinpro	1	\$ 225.600,00	\$ 225.600,00
Total, Constitución de la empresa		\$ 596.498,21	\$ 596.498,21
Adecuaciones locativas			
Drywall	5	\$ 24.300,00	\$ 121.500,00
Pintura	1	\$ 153.600,00	\$ 153.600,00
Punto De Agua	1	\$ 300.000,00	\$ 300.000,00
Total, Adecuaciones locativas		\$ 477.900,00	\$ 575.100,00
Investigación del mercado			
Investigación del mercado	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Total, Investigación del mercado		\$ 1.500.000,00	\$ 1.500.000,00
Publicidad			
Material POP	1	\$ 169.500,00	\$ 169.500,00
Total, Publicidad		\$ 169.500,00	\$ 169.500,00

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Capital de trabajo

Arriendos	2	\$ 1.200.000,00	\$ 2.400.000,00
Nomina Administrativa	2	\$ 7.639.820,60	\$ 15.279.641,20
Mano De Obra Directa	2	\$ 700.000,00	\$ 1.400.000,00
Servicios Públicos	2	\$ 500.000,00	\$ 1.000.000,00
Costos de servicio	2	\$ 583.072,00	\$ 1.166.144,00
Costos de Producto	2	\$ 5.065.736,67	\$ 10.131.473,33
Total, capital de trabajo		\$ 16.271.701,27	\$ 34.478.154,54
Total, Inversión Inicial			\$ 56.862.652,74

Elaboración propia (2021)

6.4.2. Costos de producción

6.4.2.1. Presupuesto de precios

El propósito de este es colocar el precio de cada uno de los artículos y servicios que se brindan, por lo que por medio de la fórmula, costo de producción o adquisición, dividido, uno menos el porcentaje de ganancia que se espera obtener da como resultado el valor de venta de los productos y servicios, todavía cabe señalar, que para estos precios se espera obtener una ganancia del 30%.

Tabla 17. Precio de venta

	Productos y servicios	Utensilios	Precio del producto por uso o depreciación	Valor por UND., Lb	Valor promedio + costo de servicio + % de ganancia
	Juguetes	Pelota	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 8.000,00
	Comida	Oh mai Gat 1,5kg	\$ 7.225,00	\$ 4.816,67	\$ 6.422,22
		Nutrecan 2kg adulto	\$ 9.605,00	\$ 4.802,50	\$ 6.403,33
Producto	Productos de aseo	Jabones anti-pulgas	\$ 9.100,00	\$ 9.100,00	\$ 12.133,33
		Cepillos	\$ 11.892,00	\$ 11.892,00	\$ 15.856,00
	Ropa	Camisas	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 13.333,33
		Correas / traíllas	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 13.333,33
	Camas	Cama pequeña	\$ 11.000,00	\$ 11.000,00	\$ 14.666,67

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la

Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Baño	Tinas De Baño	\$ 142,50		
	Secadores Industrial	\$ 41,26		
	Mesas Para Corte Y Secado Peluquería	\$ 25,45		
	Calentador de agua	\$ 17,67		
	Toalla	\$ 3,95	\$ 24.799,33	\$ 38.500,00
	Algodón 200Gr	\$ 0,11		
	Jabón Antipulgas	\$ 0,17		
	Agua	\$ 15.000,00		
	Gas	\$ 1.153,85		
	Mano de obra	\$ 8.414,37		
Servicio	Tinas De Baño	\$ 142,50		
	Máquina De Afeitar	\$ 361,26		
	Tijeras	\$ 4,79		
	Secadores Industrial	\$ 41,26		
	Mesas Para Corte Y Secado Peluquería	\$ 50,90		
	Cortaúñas	\$ 0,96		
	Calentador de agua	\$ 17,67		
	Toalla	\$ 3,95		
	Algodón 200Gr	\$ 0,11	\$ 29.828,54	\$ 45.700,00
	Jabón Antipulgas	\$ 0,17		
	Shampoo	\$ 3,54		
	Bozal	\$ 3,94		
	Cepillo Desenredante	\$ 5,90		
	Guacales Perro Grande	\$ 7,57		
	Correas	\$ 0,40		
	Agua	\$ 15.000,00		
	Luz	\$ 4.615,38		
Gas	\$ 1.153,85			
Mano de obra	\$ 8.414,37			
Corte de uñas	Tijeras	\$ 2,40		
	Mesas Para Corte Y Secado Peluquería	\$ 25,45		
	Cortaúñas	\$ 0,96		
	Algodón 200Gr	\$ 0,11	\$ 4.648,66	\$ 9.700,00
	Bozal	\$ 3,94		
	Correas	\$ 0,40		
Estética y SPA	Luz	\$ 4.615,38		
	Tinas De Baño	\$ 142,50	\$ 33.824,30	\$ 51.400,00
	Máquina De Afeitar	\$ 180,63		

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la

Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Tijeras	\$	2,40
Secadores Industrial	\$	41,26
Mesas Para Corte Y Secado Peluquería	\$	25,45
Cortaúñas	\$	0,96
Calentador de agua	\$	17,67
Toalla	\$	3,95
Algodón 200Gr	\$	0,11
Jabón Antipulgas	\$	0,17
Shampoo	\$	3,54
Bozal	\$	3,94
Cepillo Desenredante	\$	2,95
Guacales Perro	\$	7,57
Correas	\$	0,40
Agua	\$	15.000,00
Luz	\$	4.615,38
Gas	\$	1.153,85
Mano de obra	\$	12.621,56

Elaboración propia

6.4.2.2.Presupuesto de costos

El objetivo principal de los presupuestos de costos es dar una estimación detallada de los costos que se generan para determinar los gastos para realizar el procedimiento, Es necesario recalcar que, para el estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá se evalúa en un periodo de 5 años teniendo en cuenta la inflación que se espera tener en los próximos años; según, López (2021), 3,6% para el 2022, 3,6% para el 2023, 3,4% para el 2024, 3,2% para el 2025 y finalmente 3,0% para 2026; para sacar la proyección del primer año, se realiza multiplicando la cantidad de producto que se debería vender en el año por el valor diario; se debe agregar que para los siguientes años, se multiplica la cantidad de ventas del año anterior por uno más el valor de la inflación, es así que encontramos, el total para la proyección de los próximos 5 años.

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Tabla 18. Presupuesto de costos por cantidad

		Presupuesto De Costos Cantidad						
	Servicio Producto	CANT Diaria	CAN T Mes	Inflació n 2022	0,036 2023	0,034 2024	0,032 2025	0,3 2026
Juguetes	Pelota	1	18	217	225	232	232	239
	Oh Mai Gat 1,5kg	1	14	166	172	178	178	184
Comida	Nutrecan 2kg adulto	1	14	166	172	178	178	184
	Jabones anti-pulgas	0	11	135	140	145	145	149
Aseo	Cepillos	0	11	135	140	145	145	149
	Camisas	0	6	72	75	77	78	80
Ropa	Correas / traíllas	0	6	72	75	77	78	80
Camas	Cama pequeña	0	10	125	130	134	134	138
	Baño	3	62	741	768	794	794	818
	Peluquería	2	47	566	587	606	607	625
	Estética y SPA	1	35	418	433	448	448	461
	Corte de uñas	2	51	607	628	650	650	669
	Total, Ingresos			5444	5640	5843	6053	6271

Elaboración propia (2021)

Tabla 19. Presupuesto de costos por precio

		Presupuesto De Costo Por Precio						
	Servicio Producto	Precio Diaria	CANT Mes	2022	2023	2024	2025	2026
Juguetes	Pelota	\$ 6.000	\$ 108.474	\$ 1.301.694	\$ 1.348.554	\$ 1.394.405	\$ 1.394.597	\$ 1.436.435
	Oh mai Gat 1,5kg	\$ 4.817	\$ 66.826	\$ 801.914	\$ 830.783	\$ 859.029	\$ 859.184	\$ 884.959
Comida	Nutrecan 2kg adulto	\$ 4.803	\$ 66.630	\$ 799.555	\$ 828.339	\$ 856.503	\$ 856.657	\$ 882.356
Aseo	Jabones anti-pulgas	\$ 9.100	\$ 102.422	\$ 1.229.063	\$ 1.273.309	\$ 1.316.602	\$ 1.316.893	\$ 1.356.400
	Cepillos	\$ 11.892	\$ 133.846	\$ 1.606.156	\$ 1.663.977	\$ 1.720.553	\$ 1.720.933	\$ 1.772.561
Ropa	Camisas	\$ 10.000	\$ 60.285	\$ 723.417	\$ 749.460	\$ 774.942	\$ 775.262	\$ 798.520
	Correas / traíllas	\$ 10.000	\$ 60.285	\$ 723.417	\$ 749.460	\$ 774.942	\$ 775.262	\$ 798.520

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la

Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Camas	Cama pequeña	\$ 11.000	\$ 114.867	\$ 1.378.405	\$ 1.428.027	\$ 1.476.580	\$ 1.476.932	\$ 1.521.240
	Baño	\$ 24.799	\$ 1.531.966	\$ 18.383.595	\$ 19.045.405	\$ 19.692.949	\$ 19.693.742	\$ 20.284.554
	Peluquería	\$ 29.829	\$ 1.407.341	\$ 16.888.097	\$ 17.496.069	\$ 18.090.935	\$ 18.091.890	\$ 18.634.646
	Estética y SPA	\$ 33.824	\$ 1.177.838	\$ 14.134.055	\$ 14.642.881	\$ 15.140.739	\$ 15.141.822	\$ 15.596.076
	Corte de uñas	\$ 4.649	\$ 234.956	\$ 2.819.471	\$ 2.920.972	\$ 3.020.285	\$ 3.020.434	\$ 3.111.047
Total, Ingresos				\$ 60.790.862	\$ 62.979.261	\$ 65.120.488	\$ 65.125.632	\$ 67.079.341

Elaboración propia (2021)

6.4.2.3. Presupuesto de ingresos

Teniendo en cuenta que ya se estableció la inflación, se realiza el presupuesto de ingresos, en lo que se engloba los ingresos consistentes a un periodo dado así la siguiente información:

Tabla 20. Presupuestos de ingresos por cantidad

		Presupuesto De Ingresos Cantidad						
	Servicio Producto	CANT Diaria	CANT Mes	Inflación 2022	0,03	0,03	0,03	0,03
					6	4	2	202
					3	4	5	6
Juguetes	Pelota	1	18	217	225	232	232	239
	Oh Mai Gat	1	14	166	172	178	178	184
Comida	1,5kg Nutrecan	1	14	166	172	178	178	184
	2kg Adulto							
Aseo	Jabones Anti-Pulgas	0	11	135	140	145	145	149
	Cepillos	0	11	135	140	145	145	149
Ropa	Camisas	0	6	72	75	77	78	80
	Correas / Traíllas	0	6	72	75	77	78	80
Camas	Cama Pequeña	0	10	125	130	134	134	138
	Baño	3	62	741	768	794	794	818
	Peluquería	2	47	566	587	606	607	625
	estética Y SPA	1	35	418	433	448	448	461

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Corte De Uñas	2	51	607	628	650	650	669
Total, Ingresos		285	3422	3545	3666	3666	3776

Elaboración propia (2021)

Tabla 21. Presupuesto de ingresos por precio

	Servicio Producto	Precio Diaria	Presupuesto De Ingreso Por Precio					
			CANT Mes	2022	2023	2024	2025	2026
Juguetes	Pelota	\$ 6.026	\$ 108.951	\$ 1.307.412	\$ 1.354.479	\$ 1.400.531	\$ 1.400.724	\$ 1.442.746
Comida	Oh mai Gat 1,5kg	\$ 3.713	\$ 51.508	\$ 618.095	\$ 640.346	\$ 662.118	\$ 662.237	\$ 682.104
	Nutrecan 2kg adulto	\$ 3.702	\$ 51.356	\$ 616.277	\$ 638.463	\$ 660.171	\$ 660.289	\$ 680.098
Aseo	Jabones anti-pulgas	\$ 5.690	\$ 64.043	\$ 768.516	\$ 796.183	\$ 823.253	\$ 823.435	\$ 848.138
	Cepillos	\$ 7.436	\$ 83.692	\$ 1.004.307	\$ 1.040.462	\$ 1.075.838	\$ 1.076.076	\$ 1.108.358
Ropa	Camisas	\$ 3.349	\$ 20.190	\$ 242.284	\$ 251.006	\$ 259.540	\$ 259.647	\$ 267.437
	Correas / traíllas	\$ 3.349	\$ 20.190	\$ 242.284	\$ 251.006	\$ 259.540	\$ 259.647	\$ 267.437
Camas	Cama	\$ 6.382	\$ 66.639	\$ 799.663	\$ 828.451	\$ 856.618	\$ 856.823	\$ 882.527
	Baño	\$ 99.097	\$ 6.121.644	\$ 73.459.725	\$ 76.104.275	\$ 78.691.820	\$ 78.694.991	\$ 81.055.841
	Peluquería estética y SPA	\$ 89.841	\$ 4.238.770	\$ 50.865.237	\$ 52.696.386	\$ 54.488.063	\$ 54.490.938	\$ 56.125.666
	Corte de uñas	\$ 14.074	\$ 490.088	\$ 5.881.055	\$ 6.092.773	\$ 6.299.927	\$ 6.300.378	\$ 6.489.389
	Total, ingresos	\$ 108.246	\$ 5.471.042	\$ 65.652.510	\$ 68.016.000	\$ 70.328.544	\$ 70.332.008	\$ 72.441.968
				\$ 201.457.365	\$ 208.709.831	\$ 215.805.965	\$ 215.817.194	\$ 222.291.709

Elaboración propia (2021)

6.4.3. Financiación (amortización)

Al tener el análisis de la inversión inicial, se debe buscar la manera de financiar el 100% de la inversión en este caso el 70% de la inversión inicial se va a realizar a través del banco cómo vemos a continuación:

Tabla 22. Amortización

Capital	\$ 39.803.857
Periodo Años	5

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la

Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Periodo Meses	60
Tasa De Interés Anual	20,00%
Mensual	1,67%
Cuota	\$ 1.054.559

Mes	Saldo Inicial	Intereses	Cuota	Amortización	Saldo De Capital
ene-22	\$ 39.803.857	\$ 663.398	\$ 1.326.795	\$ 663.398	\$ 39.140.459
feb-22	\$ 39.140.459	\$ 652.341	\$ 1.315.739	\$ 663.398	\$ 38.477.062
mar-22	\$ 38.477.062	\$ 641.284	\$ 1.304.682	\$ 663.398	\$ 37.813.664
abr-22	\$ 37.813.664	\$ 630.228	\$ 1.293.625	\$ 663.398	\$ 37.150.266
may-22	\$ 37.150.266	\$ 619.171	\$ 1.282.569	\$ 663.398	\$ 36.486.869
jun-22	\$ 36.486.869	\$ 608.114	\$ 1.271.512	\$ 663.398	\$ 35.823.471
jul-22	\$ 35.823.471	\$ 597.058	\$ 1.260.455	\$ 663.398	\$ 35.160.074
ago-22	\$ 35.160.074	\$ 586.001	\$ 1.249.399	\$ 663.398	\$ 34.496.676
sep-22	\$ 34.496.676	\$ 574.945	\$ 1.238.342	\$ 663.398	\$ 33.833.278
oct-22	\$ 33.833.278	\$ 563.888	\$ 1.227.286	\$ 663.398	\$ 33.169.881
nov-22	\$ 33.169.881	\$ 552.831	\$ 1.216.229	\$ 663.398	\$ 32.506.483
dic-22	\$ 32.506.483	\$ 541.775	\$ 1.205.172	\$ 663.398	\$ 31.843.086
ene-23	\$ 31.843.086	\$ 530.718	\$ 1.194.116	\$ 663.398	\$ 31.179.688
feb-23	\$ 31.179.688	\$ 519.661	\$ 1.183.059	\$ 663.398	\$ 30.516.290
mar-23	\$ 30.516.290	\$ 508.605	\$ 1.172.002	\$ 663.398	\$ 29.852.893
abr-23	\$ 29.852.893	\$ 497.548	\$ 1.160.946	\$ 663.398	\$ 29.189.495
may-23	\$ 29.189.495	\$ 486.492	\$ 1.149.889	\$ 663.398	\$ 28.526.097
jun-23	\$ 28.526.097	\$ 475.435	\$ 1.138.833	\$ 663.398	\$ 27.862.700
jul-23	\$ 27.862.700	\$ 464.378	\$ 1.127.776	\$ 663.398	\$ 27.199.302
ago-23	\$ 27.199.302	\$ 453.322	\$ 1.116.719	\$ 663.398	\$ 26.535.905
sep-23	\$ 26.535.905	\$ 442.265	\$ 1.105.663	\$ 663.398	\$ 25.872.507
oct-23	\$ 25.872.507	\$ 431.208	\$ 1.094.606	\$ 663.398	\$ 25.209.109
nov-23	\$ 25.209.109	\$ 420.152	\$ 1.083.549	\$ 663.398	\$ 24.545.712
dic-23	\$ 24.545.712	\$ 409.095	\$ 1.072.493	\$ 663.398	\$ 23.882.314
ene-24	\$ 23.882.314	\$ 398.039	\$ 1.061.436	\$ 663.398	\$ 23.218.917
feb-24	\$ 23.218.917	\$ 386.982	\$ 1.050.380	\$ 663.398	\$ 22.555.519
mar-24	\$ 22.555.519	\$ 375.925	\$ 1.039.323	\$ 663.398	\$ 21.892.121
abr-24	\$ 21.892.121	\$ 364.869	\$ 1.028.266	\$ 663.398	\$ 21.228.724
may-24	\$ 21.228.724	\$ 353.812	\$ 1.017.210	\$ 663.398	\$ 20.565.326
jun-24	\$ 20.565.326	\$ 342.755	\$ 1.006.153	\$ 663.398	\$ 19.901.928
jul-24	\$ 19.901.928	\$ 331.699	\$ 995.096	\$ 663.398	\$ 19.238.531
ago-24	\$ 19.238.531	\$ 320.642	\$ 984.040	\$ 663.398	\$ 18.575.133
sep-24	\$ 18.575.133	\$ 309.586	\$ 972.983	\$ 663.398	\$ 17.911.736

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la

Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

oct-24	\$ 17.911.736	\$ 298.529	\$ 961.927	\$ 663.398	\$ 17.248.338
nov-24	\$ 17.248.338	\$ 287.472	\$ 950.870	\$ 663.398	\$ 16.584.940
dic-24	\$ 16.584.940	\$ 276.416	\$ 939.813	\$ 663.398	\$ 15.921.543
ene-25	\$ 15.921.543	\$ 265.359	\$ 928.757	\$ 663.398	\$ 15.258.145
feb-25	\$ 15.258.145	\$ 254.302	\$ 917.700	\$ 663.398	\$ 14.594.748
mar-25	\$ 14.594.748	\$ 243.246	\$ 906.643	\$ 663.398	\$ 13.931.350
abr-25	\$ 13.931.350	\$ 232.189	\$ 895.587	\$ 663.398	\$ 13.267.952
may-25	\$ 13.267.952	\$ 221.133	\$ 884.530	\$ 663.398	\$ 12.604.555
jun-25	\$ 12.604.555	\$ 210.076	\$ 873.474	\$ 663.398	\$ 11.941.157
jul-25	\$ 11.941.157	\$ 199.019	\$ 862.417	\$ 663.398	\$ 11.277.759
ago-25	\$ 11.277.759	\$ 187.963	\$ 851.360	\$ 663.398	\$ 10.614.362
sep-25	\$ 10.614.362	\$ 176.906	\$ 840.304	\$ 663.398	\$ 9.950.964
oct-25	\$ 9.950.964	\$ 165.849	\$ 829.247	\$ 663.398	\$ 9.287.567
nov-25	\$ 9.287.567	\$ 154.793	\$ 818.190	\$ 663.398	\$ 8.624.169
dic-25	\$ 8.624.169	\$ 143.736	\$ 807.134	\$ 663.398	\$ 7.960.771
ene-26	\$ 7.960.771	\$ 132.680	\$ 796.077	\$ 663.398	\$ 7.297.374
feb-26	\$ 7.297.374	\$ 121.623	\$ 785.021	\$ 663.398	\$ 6.633.976
mar-26	\$ 6.633.976	\$ 110.566	\$ 773.964	\$ 663.398	\$ 5.970.579
abr-26	\$ 5.970.579	\$ 99.510	\$ 762.907	\$ 663.398	\$ 5.307.181
may-26	\$ 5.307.181	\$ 88.453	\$ 751.851	\$ 663.398	\$ 4.643.783
jun-26	\$ 4.643.783	\$ 77.396	\$ 740.794	\$ 663.398	\$ 3.980.386
jul-26	\$ 3.980.386	\$ 66.340	\$ 729.737	\$ 663.398	\$ 3.316.988
ago-26	\$ 3.316.988	\$ 55.283	\$ 718.681	\$ 663.398	\$ 2.653.590
sep-26	\$ 2.653.590	\$ 44.227	\$ 707.624	\$ 663.398	\$ 1.990.193
oct-26	\$ 1.990.193	\$ 33.170	\$ 696.567	\$ 663.398	\$ 1.326.795
nov-26	\$ 1.326.795	\$ 22.113	\$ 685.511	\$ 663.398	\$ 663.398
dic-26	\$ 663.398	\$ 11.057	\$ 674.454	\$ 663.398	-\$ 0

Elaboración propia (2021)

El 30% restante de la inversión inicial que corresponde a los aportes de los socios.

6.4.4. Depreciación de activos

El siguiente punto trata de la depreciación de los activos, dicho de otra manera, los activos tienen una vida útil para poder depreciarlos hay tener presente el valor del producto y dividirlo por su vida útil. El valor residual que vemos en el ejemplo es porque en la proyección a 5 años todavía contamos con una depreciación que nos da positiva, esto debido a que no se termina de depreciar en el tiempo propuesto.

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Tabla 23. Depreciación

Producto	Valor Histórico	Vida Útil	Depreciación					Valor residual
			2022	2023	2024	2025	2026	
Computador	\$2.699.000	3	\$899.667	\$899.667	\$899.667	\$-	\$-	
Tina Baño	\$2.889.900	10	\$288.990	\$288.990	\$288.990	\$288.990	\$288.990	\$1.444.950
Máquina Afeitar	\$789.000	10	\$78.900	\$78.900	\$78.900	\$78.900	\$78.900	\$394.500
Mesas Peluquería	\$675.000	10	\$67.500	\$67.500	\$67.500	\$67.500	\$67.500	\$337.500
Total			\$1.335.057	\$1.335.057	\$1.335.057	\$435.390	\$435.390	\$2.176.950
Depreciación acumulada				\$2.670.113	\$4.005.170	\$4.440.560	\$4.875.950	

Elaboración propia (2021)

6.4.5. Flujo de caja proyectado

Por medio del flujo de caja se busca mostrar el flujo de las entradas y salidas del efectivo con una proyección a 5 años.

Tabla 24. Flujo de Caja

	FLUJO DE CAJA					
	AÑO 0	2022	2023	2024	2025	2026
Ingresos		\$201.457.365	\$208.709.831	\$215.805.965	\$215.817.194	\$222.291.709
-Costos		\$60.790.862	\$62.979.261	\$65.120.488	\$65.125.632	\$67.079.341
=Utilidad Bruta		\$140.666.503	\$145.730.569	\$150.685.476	\$150.691.562	\$155.212.368
-Nómina Administrativa		\$91.677.847	\$91.677.847	\$91.677.847	\$91.677.847	\$91.677.847
-Arriendos		\$14.400.000	\$14.400.000	\$14.400.000	\$14.400.000	\$14.400.000
-Publicidad		\$169.500	\$169.500	\$169.500	\$169.500	\$169.500
-Servicios Públicos		\$6.000.000	\$6.000.000	\$6.000.000	\$6.000.000	\$6.000.000
=Utilidad Operacional		\$28.419.156	\$33.483.222	\$38.438.129	\$38.444.214	\$42.965.021
-Amortizaciones Crédito		\$7.960.771	\$7.960.771	\$7.960.771	\$7.960.771	\$7.960.771
-Depreciación		\$1.335.057	\$1.335.057	\$1.335.057	\$435.390	\$435.390

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

-Intereses Crédito		\$630.228	\$5.638.880	\$4.046.725	\$2.454.571	\$862.417
Valor Residual						\$2.176.950
=Utilidad Antes De Impuestos		\$18.493.100	\$18.548.514	\$25.095.576	\$27.593.482	\$35.883.393
-Impuesto De Renta (33%)	33%	\$6.102.723	\$6.121.010	\$8.281.540	\$9.105.849	\$11.841.520
=Utilidad Neta		\$12.390.377	\$12.427.505	\$16.814.036	\$18.487.633	\$24.041.873
+Depreciaciones		\$7.960.771	\$7.960.771	\$7.960.771	\$7.960.771	\$7.960.771
=Total Flujo De Efectivo		\$20.351.149	\$20.388.276	\$24.774.807	\$26.448.404	\$32.002.644
Inversión Inicial		-\$56.862.653	\$20.351.149	\$20.388.276	\$24.774.807	\$26.448.404

Elaboración propia (2021)

6.4.6. Estados de la situación financieros proyectados

El objetivo principal de los estados de la situación financiera es mostrar en un tiempo determinado la situación financiera.

Tabla 25. Estado de la situación financiera

	Estados de la situación financieros				
	2022	2023	2024	2025	2026
Activos corrientes	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Caja	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inventarios					
Activos fijos	\$ 16.873.287	\$ 15.538.230	\$ 14.203.173	\$ 14.667.450	\$ 14.232.060
Muebles y encerres	\$ 11.875.100	\$ 11.875.100	\$ 11.875.100	\$ 11.875.100	\$ 11.875.100
Depreciación	\$ 1.335.057	\$ 1.335.057	\$ 1.335.057	\$ 435.390	\$ 435.390
Equipos de oficina	\$ 7.668.300	\$ 7.668.300	\$ 7.668.300	\$ 7.668.300	\$ 7.668.300
Depreciación	\$ 1.335.057	\$ 2.670.113	\$ 4.005.170	\$ 4.440.560	\$ 4.875.950
Total, activos	\$ 16.873.287	\$ 15.538.230	\$ 14.203.173	\$ 14.667.450	\$ 14.232.060
Pasivos corto plazo	\$ 26.502.723	\$ 26.521.010	\$ 28.681.540	\$ 29.505.849	\$ 32.241.520
Impuestos x pagar	\$ 6.102.723	\$ 6.121.010	\$ 8.281.540	\$ 9.105.849	\$ 11.841.520
Arriendo y servicios	\$ 20.400.000	\$ 20.400.000	\$ 20.400.000	\$ 20.400.000	\$ 20.400.000
Gastos x pagar					
Pasivos a largo plazo	\$ 7.960.771	\$ 7.960.771	\$ 7.960.771	\$ 7.960.771	\$ 7.960.771
Obligaciones financieras	\$ 7.960.771	\$ 7.960.771	\$ 7.960.771	\$ 7.960.771	\$ 7.960.771
Total, pasivos	\$ 34.463.494	\$ 34.481.781	\$ 36.642.311	\$ 37.466.620	\$ 40.202.291
Patrimonio	\$ 16.271.701	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Capital social	\$ 16.271.701	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Utilidades	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Total, Pasivo y Patrimonio	\$ 50.735.196	\$ 34.481.781	\$ 36.642.311	\$ 37.466.620	\$ 40.202.291
-----------------------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

Elaboración propia (2021)

6.4.7. Estado de resultado de pérdidas y ganancias

Tabla 26. Estado de resultados

	Año 0	Estado De Resultados				
		2022	2023	2024	2025	2026
Ingresos		\$ 201.457.365	\$ 208.709.831	\$ 215.805.965	\$ 215.817.194	\$ 222.291.709
-Costos		\$ 60.790.862	\$ 62.979.261	\$ 65.120.488	\$ 65.125.632	\$ 67.079.341
=Utilidad Bruta		\$ 140.666.503	\$ 145.730.569	\$ 150.685.476	\$ 150.691.562	\$ 155.212.368
-Nómina Administrativa		\$ 91.677.847	\$ 91.677.847	\$ 91.677.847	\$ 91.677.847	\$ 91.677.847
-Arriendos		\$ 14.400.000	\$ 14.400.000	\$ 14.400.000	\$ 14.400.000	\$ 14.400.000
-Publicidad		\$ 169.500	\$ 169.500	\$ 169.500	\$ 169.500	\$ 169.500
-Servicios Públicos		\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000
=Utilidad Operacional		\$ 28.419.156	\$ 33.483.222	\$ 38.438.129	\$ 38.444.214	\$ 42.965.021
-Amortizaciones Crédito		\$ 7.960.771	\$ 7.960.771	\$ 7.960.771	\$ 7.960.771	\$ 7.960.771
-Depreciación		\$ 1.335.057	\$ 1.335.057	\$ 1.335.057	\$ 435.390	\$ 435.390
-Intereses Crédito		\$ 630.228	\$ 5.638.880	\$ 4.046.725	\$ 2.454.571	\$ 862.417
Valor Residual						\$ 2.176.950
=Utilidad Antes De Impuestos		\$ 18.493.100	\$ 18.548.514	\$ 25.095.576	\$ 27.593.482	\$ 35.883.393
-Impuesto De Renta (33%)	33%	\$ 6.102.723	\$ 6.121.010	\$ 8.281.540	\$ 9.105.849	\$ 11.841.520
=Utilidad Neta		\$ 12.390.377	\$ 12.427.505	\$ 16.814.036	\$ 18.487.633	\$ 24.041.873

Elaboración propia (2021)

6.4.8. Evaluación del proyecto

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

La evaluación de un proyecto de inversión requiere del uso de herramientas adecuadas para determinar su viabilidad,

Tabla 27. WACC

WACC				
Recursos Propios	\$ 17.058.795	30%	11,00%	3,30%
Deuda	\$ 39.803.856	70%	20,00%	14,00%
	\$ 56.862.652	100%		17,30%

Elaboración propia (2021)

Tabla 28. TIO

Tasa De Interés	20,00%
Impuesto	33,00%
TIO	13,40%

Elaboración propia (2021)

Sapag, Sapag y Sapag (2008 p 248 y 249) explican que los criterios de evaluación de proyecto valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR), en donde se mide la rentabilidad, tienen como objetivo analizar el valor tiempo del dinero y la tasa del retorno.

Tabla 29. Indicadores financieros proyectados a 5 años

VPN	\$ 26.986.583
TIR	30,01%
WACC	13,40%
PRI	2,92
TIO	13,40%
Promedio Flujo	\$ 24.793.056
RB/C	\$ 1,47
CAUE	\$ 16.324.955
P.E AÑO 1 (UNDS)	14,18
P.E AÑO 1 (PESOS)	\$ 36.986.201
P.E AÑO 2 (UNDS)	14,65
P.E AÑO 2 (PESOS)	\$ 37.097.029
P.E AÑO 3 (UNDS)	1,00
P.E AÑO 3 (PESOS)	\$ 50.191.151
P.E AÑO 4 (UNDS)	1,00
P.E AÑO 4 (PESOS)	\$ 55.186.963
P.E AÑO 5 (UNDS)	1,00

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la

Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

P.E AÑO 5 (PESOS)
Elaboración propia (2021)

\$ 71.766.785

Casanova y Rivera (2020) explican que antes de ejecutar un proyecto hay que establecer su viabilidad mediante la ejecución de una estrategia inversión con una proyección a 5 años, usando ROA y ROE. Por lo tanto, a continuación, se presenta una tabla en donde se comprará la inversión requerida para el montaje de un centro estético de mascotas en la Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá frente a un CDT que la ganancia al realizar una inversión en él es de un 11% EA es decir del 8,7% EM.

Tabla 30. indicadores Financiero-proyectados por año

INDICADORES FINANCIEROS					
	2022	2023	2024	2025	2026
Indicadores de liquidez					
Razón corriente	0,77	0,77	0,86	0,90	0,99
Prueba acida	0,77	0,77	0,86	0,90	0,99
Capital de trabajo	0,77	0,77	0,86	0,90	0,99
Indicadores de endeudamiento					
Endeudamiento CP	76,90%	76,91%	78,27%	78,75%	80,20%
Endeudamiento LP	27,77%	27,74%	24,06%	22,90%	19,75%
Endeudamiento total	89,38%	92,54%	90,89%	90,17%	86,14%
Carga financiera	14,11%	16,04%	17,81%	17,81%	19,33%
Indicadores de rentabilidad					
Margen bruto	69,82%	69,82%	69,82%	69,82%	69,82%
Margen operacional	14,11%	16,04%	17,81%	17,81%	19,33%
Margen neto	9,18%	8,89%	11,63%	12,79%	16,14%
ROA	32,13%	33,35%	41,71%	44,49%	51,51%
ROE	43,23%	43,30%	50,82%	53,19%	59,64%
Elaboración propia (2021)					

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

7. Conclusiones

Para el desarrollo de este estudio, se analizó el problema de investigación, con base a los fundamentos teóricos, se hizo el estudio de mercado, técnico, legal, administrativo y financiero en donde se comprobó la oportunidad del mercado, las necesidades de los clientes potenciales, los requisitos técnicos y legales para su implementación, alcanzando el objetivo propuesto.

Con el fin de alcanzar el segundo objetivo, se ejecutó un estudio financiero a partir de la inversión inicial y con una proyección a 5 años de los costos de producción, amortización, estados de situación financiera, flujo de caja, estado de resultados.

Con el propósito de validar el tercer objetivo, se aplicaron herramientas de evaluación sobre los estados financieros en donde se calculó el WACC con una tasa del 13,40%, el VAN con un flujo de caja de \$26.986.583 COP, la TIR con un porcentaje del 30,01% y un periodo de recuperación de 2,92 años, por lo que se concluye que el proyecto es viable, rentable y de bajo riesgo.

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Recomendaciones

La inversión inicial está compuesta por un 30% aporte por parte de los socios y el 70% restante a través de un crédito con una entidad bancaria, no obstante, el presente proyecto se puede presentar a entidades estatales que podrían aportar el capital social para su implementación.

Aunque estudio financiero demuestra el cumplimiento de los objetivos propuestos y las herramientas de evaluación usadas están correctamente aplicadas, se recomienda usar otros métodos de medición de variables para lograr reducir el riesgo y el tiempo en cumplir el punto de equilibrio.

El punto de equilibrio se estableció a 2.92 años para esa fecha de acuerdo con los resultados obtenidos se podría estudiar la viabilidad de hacer una ampliación del centro estético.

8. Referencias bibliográficas

- Abreu, J. (2012). Hipótesis, método & diseño de investigación (hypothesis, method & research design). *Daena: International Journal of Good Conscience*, 7(2), 187-197.
- Acero, M. (2017). La Relación Humano-Animal de Compañía como un fenómeno sociocultural. *Perspectivas para la salud pública*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. Recuperado de <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/58863>
- Alcaldía de Bogotá. (2021). Google maps [mapa de UPZ EL RINCÓN]. Recuperado de <https://mapas.bogota.gov.co/?&e=-74.12896273251998,4.663923507240032,-74.05549166318414,4.7915471591910155,4686&b=263&d=35490>
- Armstrong, G. y Kotler, P. (2013) *Fundamentos de marketing* Decimo primera edición Pearson Educación, México
- Baby, J. y Londoño, J. (2017) *Las P's de Mercadeo Algunas precisiones*. Universidad EAFIT. Recuperado de <https://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/administer/article/download/560/507/>
- Bonmatí, J. (2011). El valor de una empresa y la creación de valor en esa empresa. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3816159>
- Burgos, I, y Cedeño, G. (2018). Estudio de la factibilidad para la implementación de un centro preventivo de mascota “Cat&Dog” en la ciudad de Guayaquil. Universidad de Guayaquil. Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/34847/1/CAT%26DOG%20EMPASTADO%20%283%29.pdf>
- Bustamante, J. (2015). Análisis administrativo, de mercado y financiero para la creación de un centro de servicios caninos spa, veterinaria y estética en el sector de la González Suárez (Bachelor's thesis, PUCE-Quito).
- Cajamarca, M. (2017) *Plan de negocio para la producción y comercialización de ropa para mascotas con tela pet importada*. Universidad de las Américas Quito. Recuperado de <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/6591>.
- Carreño, L. (2017). *Lineamientos Para La Política De Tenencia Responsable De Animales De Compañía Y De Producción*. Ministerio de Salud de Colombia. Recuperado de

- Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.
<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/SA/lineamientos-tenencia-responsables-acy.pdf>
- Casanova, A. y Rivera, B. (2020). Guau!: un plan de negocio basado en economía colaborativa para el cuidado de mascotas. Universidad del Rosario. Recuperado de <https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/20819>
- Castro, M. (2001) El Valor Actual Neto (VAN) como criterio fundamental de evaluación de negocios. Revista Economía y desarrollo Facultad de Economía de la Universidad de la Habana, Vol. 128. Cuba. Recuperado de <http://www.econdesarrollo.uh.cu/index.php/RED/article/view/655/486>
- Cepeda, A. y Mejía, L. (2018). Estudio de los motivadores de la demanda de productos y servicios para mascotas en Bogotá y de la oportunidad de negocios en este mercado. Recuperado de <https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/2075/ADM2018-00885.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
- Congreso de Colombia, (2020). Ley 2054 de 2020. Recuperado de <http://www.saludcapital.gov.co/CZOO/Documents/Ley%20746%20del%2019%20de%20Julio%20de%202002.pdf>
- Court, E. y Tarradellas, J. (2010). Mercado de capitales. Pearson. Pag 3
- Eugene, F. (2004). Fundamentos de Administración Financiera. México: Mc. Graw Hill.
- Fascioli, A. (2018). La tenencia de mascotas en edificios de propiedad horizontal y su prohibición por reglamento de copropiedad. Revista de Derecho (Universidad Católica Dámaso A. Larrañaga). <https://dx.doi.org/10.22235/rd.v0i17.1575>
- Flórez, A. y Solano M, (2019). Estudio demográfico de la población de perros y gatos domiciliados en el sector suroriental de Bucaramanga, Colombia. Revista de Investigaciones Veterinarias del Perú, 30(2), 828- 835. Recuperado de <https://dx.doi.org/10.15381/rivep.v30i2.15087>
- Gómez, F. (2014). Plan de negocios para la creación de la hostería y centro de servicios para mascotas caninas en la ciudad de Quevedo, Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Recuperado de <https://repositorio.uteq.edu.ec/bitstream/43000/4442/1/T-UTEQ-0127.pdf>

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

- Hernández, R. (2014). Metodología de la investigación - sexta edición. México D.C. La República. (2020). Salario mínimo para 2021 sube 3,5% y queda en \$1.014.980 con auxilio de transporte. Recuperado de <https://www.larepublica.co/economia/salario-minimo-para-2021-sube-35-y-queda-en-1014980-con-auxilio-de-transporte-3105610>
- López, O. y Moncada, V. (2020). La política del emprendimiento naranja en Colombia, nuevas formas de control de la población. Revista republicana, 29, 107-128. Recuperado de <https://doi.org/10.21017/rev.repub.2020.v29.a93>
- Martínez, J. (2019). La Economía alrededor de las mascotas en Bogotá. Recuperado de <https://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/comercio-al-por-menor-industria-servicios/la-economia-alrededor-de-las-mascotas-en-bogota>
- Martínez D, (2020), Diseño de un plan de negocio para la creación de una guardería para el cuidado y la atención de caninos en la ciudad de Valledupar. Universidad de Santander-UNDES. Recuperado de <https://repositorio.udes.edu.co/handle/001/4831>
- Mazo, C. y Cañón, J. (2018). La casa de las mascotas. Universidad Externado de Colombia, Recuperado de <https://bdigital.uexternado.edu.co/handle/001/2028>
- Mendoza, R. (2017). Evolución y proyección del caso de emprendimiento Mompets Gourmet Colombia. Universidad de Cundinamarca. Recuperado de <http://hdl.handle.net/20.500.12558/1775>
- Mora, F. (2020). Diseño de un plan de negocios para el emprendimiento de un centro de mascotas en la quinta región. Universidad Técnica Federico Santa María Chile. Recuperado de <https://repositorio.usm.cl/bitstream/handle/11673/49326/3560903501332UTFSM.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ortiz, L., Samudio, G. y Boreki, E. (2018). Cuidado responsable de mascotas. Revista del Nacional (Paraguay). Recuperado de <http://scielo.iics.una.py/pdf/hn/v10n2/2072-8174-hn-10-02-4.pdf>
- Planeación ambiental. (2014). Política pública Distrital de Protección y Bienestar Animal 2014-2038. Recuperado de <https://www.ambientebogota.gov.co/bg/politica-de-bienestar-animal>

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

- Quintana, A. (2006). Metodología de investigación científica cualitativa. Quintana Peña, A. y Montgomery, W. (Eds.) Psicología tópicos de actualidad, (pp. 65-73). Universidad Nacional Mayor de San Marcos Lima. Recuperado de [http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/2724/1/Metodolog% c3%ada%20de%20investigaci%c3%b3n%20cient%c3%adfica%20cualitativa.pdf](http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/2724/1/Metodolog%c3%ada%20de%20investigaci%c3%b3n%20cient%c3%adfica%20cualitativa.pdf)
- Rendón, A. (2019). Tienda de mascotas online (Trabajo de pregrado). Universidad Cooperativa de Colombia, Bogotá. Recuperado de <http://repository.ucc.edu.co/handle/ucc/11413>
- Reyes P, Albornoz A. Fernández N, Ferrari M, Podestá A, Rizzuti A y Díaz M, (2020). Las mascotas en las dinámicas familiares: comparaciones de triangulaciones de parejas con hijos y con animales. Revista electrónica Ajayu vol.18 no.2 Universidad Católica Boliviana. Recuperado de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-21612020000200002&lng=es&tlng=es.
- Sánchez M. y Vega J. (2003). Algunos aspectos teórico-conceptuales sobre el análisis documental y el análisis de información. Ciencias de la Información, a 34(2), 49-60. Recuperado de <https://biblat.unam.mx/hevila/Cienciasdelainformacion/2003/vol34/no2/5.pdf>
- Sapag J, Sapag N y Sapag R, (2008). Preparación y evaluación de proyectos. Bogotá: McGraw-Hill. Recuperado de <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1243/1/Sapag-proyectos%206ta%20edici%C3%B3n.pdf>
- Sharpe, William F. (1964). Capital asset prices: A theory of market equilibrium under conditions of risk, Journal of Finance, 19 (3), 425-442
- Vélez, L. (2005). Un juicio sobre el valor presente neto como criterio de decisión. Ensayos de Economía, 15(27), 11-24. Universidad Nacional. Recuperado de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/ede/article/view/24698>
- Villanueva A., Murillo A., & Quiñones R. (2018). Elaboración de un estudio de mercado para determinar la factibilidad de un hotel campestre para mascotas en el municipio de Ubaté (Trabajo de grado). Recuperado el 2 de junio del 2021 de <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/21485>

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

<https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa>

ANEXOS

Como se ha mencionado anteriormente, en la UPZ el Rincón 45.402 hogares que conviven con animales de compañía, quienes constituyen el mercado objetivo, toda vez que las mascotas hacen parte integral de las familias, influyen en el gasto de la canasta familiar y el consumo en los hogares, por lo que se considera un mercado rentable y con alto crecimiento en la demanda de productos y servicios relacionados.

Según la encuesta realizada, el 61% de la población encuestada tiene mascotas, en su mayoría reside en estrato 2 y 3, el 72% gasta más de \$20.000 mensuales en productos y servicios; con periodos de utilización de dos meses o menos en un porcentaje de un 69% y una satisfacción del 80% de encontrar estos servicios dentro de la localidad.

Conforme a lo anterior, se establece que existe una probabilidad alta de que los clientes potenciales, se acerque con frecuencia mensual en busca de servicios y productos para sus mascotas; lo que genera alta rotación, ingresos y flujo de caja logrando mayor margen de utilidad a partir de brindar cuidado y bienestar para las mascotas.

Anexo 1. Consolidado de la encuesta

Preguntas	Resultados				
	De 18 a 25	De 26 a 35	De 36 a 45	De 46 a 55	56 o más.
¿En qué rango de edad esta?		35		55	
Total	34	21	11	7	1
¿Cuál es su género?	Femenino		Masculino		
Total	34		40		
¿En qué estrato socio-económico se encuentra?	1	2	3	4	5
Total	3	23	44	2	2
¿Cuántos son sus ingresos mensuales?	De 1 a 2 SMLV		De 3 a 4 SMLV		De 5 a 6 SMLV
Total	61		12		1
¿Qué tipo de mascota tiene?	Perro		Gato	Ambos	Conejo

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la

Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Total	45	12	17	1	
¿Cada cuánto adquiere productos para sus mascotas?	Más de una vez en el mes	Cada mes	Cada 2 meses	Cada 3 meses	Cada 4 meses o más
Total	20	36	13	2	3
¿Cada cuánto adquiere servicios para sus mascotas?	Más de una vez en el mes	Cada mes	Cada 2 meses	Cada 3 meses	Cada 4 meses o más
Total	7	22	22	10	13
¿Cuál es el servicio que adquiere con mayor frecuencia?	Baño	Corte de uñas	Guardería	Ninguno	Peluquería y Spa
Total	36	9	2	8	19
¿Los servicios anteriores los consume dentro de su misma localidad?	Si		No		
Total	55		19		
¿En promedio cuanto ha gastado por productos adquiridos en el transcurso de un mes?	De \$1.000 a \$10.000	De \$11.000 a \$20.000	De \$21.000 a \$30.000	Mas de \$31.000	
Total	7	21	13	33	
¿En promedio cuanto ha gastado por servicios adquiridos en el transcurso de un mes?	De \$10.000 a \$20.000	De \$21.000 a \$30.000	De \$31.000 a \$40.000	Más de \$40.000	
Total	14	21	16	23	
¿Qué tan de acuerdo se encuentra interesado que se implementara un centro de estética en el sector que vive?	Insatisfecho	Muy satisfecho	Ni en acuerdo ni en desacuerdo		Satisfecho
Total	2	25	13	34	
En cuanto a productos ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?	Camas	Comida	Juguetes	Ropa	
Total	30	65	46	31	
¿Qué servicios le gustaría tener?	Baño	Corte de uñas	Estética y Spa	Peluquería	
Total	55	45	31	42	
En cuanto a Servicios ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?	\$10.000 a \$30.000	\$31.000 a \$40.000	\$41.000 a \$50.000	Más de \$50.000	
Total	14	25	10	25	
¿Con qué frecuencia llevaría su mascota?	Más de una vez en el mes	Cada mes	Cada 2 meses	Cada 3 meses	Cada 4 meses o más
Total	6	32	24	8	4

Elaboración propia (2021)

Estudio de factibilidad financiera para el montaje de un centro estético de mascotas en la
Localidad de Suba UPZ Rincón en la ciudad de Bogotá.

Anexo 2. Plantilla de estudio financiero

Excel

Elaboración propia (2021)