

| | | |
|---|---|-----------------------------|
| UDECA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA | MACROPROCESO DE APOYO | CÓDIGO: AAAR113 |
| | PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO | VERSIÓN: 6 |
| | DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL | VIGENCIA: 2021-09-14 |
| | | PAGINA: 1 de 7 |

21.1

| | |
|--------------|---------------------------------|
| FECHA | viernes, 2 de diciembre de 2022 |
|--------------|---------------------------------|

Señores
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
 BIBLIOTECA
 Ciudad

| | |
|---|--|
| UNIDAD REGIONAL | Sede Fusagasugá |
| TIPO DE DOCUMENTO | Trabajo De Grado |
| FACULTAD | Ciencias Administrativas Económicas y Contables |
| NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO | Pregrado |
| PROGRAMA ACADÉMICO | Administración de Empresas |

El Autor(Es):

| APELLIDOS COMPLETOS | NOMBRES COMPLETOS | No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN |
|----------------------------|--------------------------|--|
| Guzman Lara | Juan Sebastian | 1001189011 |
| | | |
| | | |

Director(Es) y/o Asesor(Es) del documento:

| APELLIDOS COMPLETOS | NOMBRES COMPLETOS |
|----------------------------|--------------------------|
| Chaves Rosero | Martha Isabel |
| Rincon Coral | Luis Fernando |
| | |

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
 Teléfono: (091) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

| | | |
|--|---|-----------------------------|
| | MACROPROCESO DE APOYO | CÓDIGO: AAAR113 |
| | PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO | VERSIÓN: 6 |
| | DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL | VIGENCIA: 2021-09-14 |
| | | PAGINA: 2 de 7 |

TÍTULO DEL DOCUMENTO

Plan de negocio de una microempresa dedicada a la cría y comercialización de caninos

SUBTÍTULO

(Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje)

EXCLUSIVO PARA PUBLICACIÓN DESDE LA DIRECCIÓN INVESTIGACIÓN

| INDICADORES | NÚMERO |
|-------------|--------|
| ISBN | |
| ISSN | |
| ISMN | |

AÑO DE EDICION DEL DOCUMENTO

Haga clic aquí o pulse para escribir una fecha.

NÚMERO DE PÀGINAS

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS (Usar 6 descriptores o palabras claves)

| ESPAÑOL | INGLÉS |
|--|---------------------------------|
| 1. Cría de mascotas | Canine breeding |
| 2. Comercialización de mascotas | Canine marketing |
| 3. Bulldog francés | French bulldog |
| 4. Genética con excelencia | Genetics with excellence |
| 5. Hogares felices | Happy homes |
| 6. papel de las mascotas en la sociedad actual | role of pets in today's society |

FUENTES (Todas las fuentes de su trabajo, en orden alfabético)

Charry. (2019). Casa o apartamento. La República, 3.
 González, X. (2019). Las personas prefieren comprar un perro por estatus. 4.
 Rodríguez, M. (2020). os jóvenes están revaluando la maternidad y la paternidad. Universidad del Rosario, 4.
 Semana. (2020). Los jóvenes colombianos prefieren mascotas. Revista Semana, 2.
 Semana. (2020). Los jóvenes colombianos prefieren mascotas. Revista Semana, 3.
 Semana. (2020). Revista Semana, 2.
 Semana. (2020). Vida moderna. Revista Semana, 4.
 Tamayo, T. y. (2020). Revista científica Recimundo, 166.
 Valera, M. (2019). Reproducción canina, 6.

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca

Teléfono: (091) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414

www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co

NIT: 890.680.062-2

| | | |
|--|---|-----------------------------|
| | MACROPROCESO DE APOYO | CÓDIGO: AAAR113 |
| | PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO | VERSIÓN: 6 |
| | DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL | VIGENCIA: 2021-09-14 |
| | | PAGINA: 3 de 7 |

RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS

(Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):


El trabajo de grado está enfocado en poder crear una microempresa dedicada a cría y comercialización de caninos enfocada en la raza Bulldog Frances. Buscando determinar la oferta y demanda que tendrían los caninos y la importancia de estos dentro de la familia. De igual forma determinar los requisitos legales e Identificar las técnicas óptimas para el desarrollo de la actividad en aspectos como instalaciones, alimentación y apoyo técnico profesional, para luego poder determinar la viabilidad económica que tendría el proyecto.

The degree work is focused on being able to create a microenterprise dedicated to the breeding and commercialization of canines focused on the French Bulldog breed. Seeking to determine the supply and demand that the canines would have and the importance of these within the family. In the same way, determine the legal requirements and identify the optimal techniques for the development of the activity in aspects such as facilities, food and professional technical support, in order to later determine the economic viability that the project would have.

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
 Teléfono: (091) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT: 890.680.062-2


| | | |
|---|---|-----------------------------|
|  | MACROPROCESO DE APOYO | CÓDIGO: AAAR113 |
| | PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO | VERSIÓN: 6 |
| | DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL | VIGENCIA: 2021-09-14 |
| | | PAGINA: 4 de 7 |

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado una alianza, son: Marque con una "X":

| AUTORIZO (AUTORIZAMOS) | SI | NO |
|--|-----------|-----------|
| 1. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer. | X | |
| 2. La comunicación pública, masiva por cualquier procedimiento o medio físico, electrónico y digital. | X | |
| 3. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones. | X | |
| 4. La inclusión en el Repositorio Institucional. | X | |

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

| | | |
|---|---|-----------------------------|
|  | MACROPROCESO DE APOYO | CÓDIGO: AAAR113 |
| | PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO | VERSIÓN: 6 |
| | DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL | VIGENCIA: 2021-09-14 |
| | | PAGINA: 5 de 7 |

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “*Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores*”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

NOTA: (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

Información Confidencial:

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado.

SI ___ NO _x_.


En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos) en carta adjunta, expedida por la entidad respectiva, la cual informa sobre tal situación, lo anterior con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

LICENCIA DE PUBLICACIÓN

Como titular(es) del derecho de autor, confiero(erimos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).

b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.

| | | |
|---|---|-----------------------------|
|  | MACROPROCESO DE APOYO | CÓDIGO: AAAR113 |
| | PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO | VERSIÓN: 6 |
| | DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL | VIGENCIA: 2021-09-14 |
| | | PAGINA: 6 de 7 |

c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.

d) El(Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.

f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en el “Manual del Repositorio Institucional AAAM003”

i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.




j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.



Nota:

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
 Teléfono: (091) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT: 890.680.062-2


| | | |
|---|---|-----------------------------|
|  | MACROPROCESO DE APOYO | CÓDIGO: AAAR113 |
| | PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO | VERSIÓN: 6 |
| | DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL | VIGENCIA: 2021-09-14 |
| | | PAGINA: 7 de 7 |

Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo.

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional está en el(los) siguiente(s) archivo(s).

| Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. Nombre completo del proyecto.pdf) | Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.) |
|---|---|
| 1. | |
| 2. | |
| 3. | |
| 4. | |

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

| APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS | FIRMA (autógrafo) |
|--------------------------------------|---|
| Juan Sebastián Guzmán Lara |  |
| | |
| | |
| | |

21.1-51-20.

PLAN DE NEGOCIO DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A CRÍA Y
COMERCIALIZACIÓN DE CANINOS EN FUSAGASUGÁ

JUAN SEBASTIAN GUZMAN LARA

TRABAJO DE GRADO DE EMPRENDIMIENTO

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA
FUSAGASUGÁ

2022

PLAN DE NEGOCIOS DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A CRÍA Y
COMERCIALIZACIÓN DE CANINOS EN FUSAGASUGÁ

JUAN SEBASTIAN GUZMAN LARA

ID 401358134

TRABAJO DE GRADO DE EMPRENDIMIENTO

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA
FUSAGASUGÁ

2022

Tabla de contenido

| | |
|---|-----------|
| 1. Título | 1 |
| 2. Tema de Investigación | 1 |
| 3. Justificación | 1 |
| 4. Objetivos | 3 |
| 4.1 Objetivo General..... | 3 |
| 4.2 Objetivos Específicos..... | 3 |
| 5. Marco de Referencias | 3 |
| 6. Metodología y Técnica de Recolección de Datos | 4 |
| 6.1 Preguntas de la Encuesta..... | 5 |
| 6.2 Análisis de la Encuesta..... | 7 |
| 7. Idea y Modelo de Negocio | 10 |
| 7.1 Idea..... | 10 |
| 7.2 Modelo CANVAS..... | 11 |
| 7.2.1 Propuesta de Valor..... | 12 |
| 7.2.2 Segmentos de Clientes..... | 12 |
| 7.2.3 Canales..... | 13 |
| 7.2.4 Relación con el Cliente..... | 13 |
| 7.2.5 Recursos Claves..... | 13 |
| 7.2.6 Actividades..... | 14 |
| 7.2.7 Alianzas..... | 14 |
| 8. Análisis del Entorno | 15 |
| 9. Plan de Marketing | 18 |
| 9.1 Caninos..... | 18 |
| 9.2 Precio..... | 20 |
| 9.3 Plaza..... | 20 |
| 9.4 Promoción..... | 21 |
| 10. Plan de Operaciones | 21 |
| 10.1 Estructura de Inversión Inicial del Proyecto..... | 23 |
| 11. Plan de organización y RRHH | 25 |
| 11.1 Misión..... | 25 |
| 11.2 Visión..... | 25 |

| | |
|---|-----------|
| 11.3 Organigrama | 25 |
| 11.4 Descripción del Puesto..... | 26 |
| 12. Forma Jurídica y Planificación de la Puesta en Marcha | 32 |
| 13. Planificación Económica..... | 33 |
| 13.1 Inventarios | 33 |
| 13.2 Nomina | 36 |
| 13.3 Depreciación..... | 37 |
| 13.4 Punto de Equilibrio | 38 |
| 13.6 Flujo de caja..... | 41 |
| 14. Posibles Riesgos y Problemas..... | 43 |
| 15. Impacto Social, Económico, Cultural, Ambiental del proyecto..... | 43 |
| 15.1 Social y Cultural | 43 |
| 15.2 Económico..... | 44 |
| 15.3 Ambiental..... | 44 |
| 16. Conclusiones..... | 45 |
| 17. Bibliografía | 47 |

Tabla de ilustraciones

| | |
|---|----|
| Ilustración 1, Pregunta 1, Autor propio. 2022 | 5 |
| Ilustración 2,Pregunta 2, Autor propio.2022 | 5 |
| Ilustración 3, Pregunta 3, Autor propio. 2022 | 6 |
| Ilustración 4,Pregunta 4. Autor propio.2022 | 6 |
| Ilustración 5,Pregunta 5.Autor propio.2022 | 7 |
| Ilustración 6,Pregunta 1, Autor propio. 2022 | 7 |
| Ilustración 7, Pregunta dos, Autor propio.2022 | 8 |
| Ilustración 8,Pregunta 3, Autor propio. 2022 | 9 |
| Ilustración 9,Pregunta 4,Autor propio.2022 | 9 |
| Ilustración 10,Pregunta 5.Autor propio. 2022 | 10 |
| Ilustración 11, Modelo CANVAS, Autor propio. 2022 | 12 |
| Ilustración 12,Logo San Martin, Autor propio. 2022 | 18 |
| Ilustración 13, Mapa Usatama. Google maps. 2022..... | 22 |
| Ilustración 14, Mapa de procesos ,Auto propio2022 | 22 |
| Ilustración 15, Mapa de planta. Autor propio.2022 | 23 |
| Ilustración 16, Organigrama San Martin Kennels, Autor propio.2022 | 25 |
| Ilustración 17, Grafica punto de equilibrio. 2022 | 40 |
| Ilustración 18, Propuesta de venta. Autor propio.2022..... | 40 |
| Ilustración 19,Flujo de caja, Autor propio.2022 | 41 |

| | |
|---|----|
| Ilustración 20,FM, autor propio. 20202 | 41 |
| Ilustración 21, Flujo de caja Anual, Autor propio. 2022 | 42 |
| Ilustración 22,Indicadores. Autor propio 2022 | 43 |

Tabla de tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1, Análisis PESTE,, Autor propio. 2022 | 17 |
| Tabla 2,Precio promedio Frenchie, Autor proio.2022 | 20 |
| Tabla 3,Activos tangibles. Autor propio.2022 | 23 |
| Tabla 4,Inversión, intangible ,Autor propio.2022 | 23 |
| Tabla 5, Inversión canina. Autor propia. 2022 | 24 |
| Tabla 6, Capital de trabajo, Autor propio. 2022 | 24 |
| Tabla 7, Resumen de inversión total, Autor propio. 2022..... | 24 |
| Tabla 8, Administrador, Autor propio. 2022 | 26 |
| Tabla 9, Administrador CP, Autor propio.2022 | 28 |
| Tabla 10, servicios generales, Autor propio.2022 | 29 |
| Tabla 11, Servicios generales CP, Autor propio, 2022 | 30 |
| Tabla 12, Servicios generales. 2022 | 30 |
| Tabla 13, Cuidado de caninos CP.2022 | 32 |
| Tabla 14,Inventario Mensual, Autor propio. 2022 | 33 |
| Tabla 15, Inventario Trimestral, Autor propio. 2022 | 33 |
| Tabla 16, Inventario anual, autor propio. 2022 | 34 |
| Tabla 17, Inventario general. Autor propio. 2022 | 36 |
| Tabla 18,Nomina. Autor propio. 2022 | 37 |
| Tabla 19,Depreciación. Autoría propia.2022 | 38 |
| Tabla 20, Punto de equilibrio, Autor propio. 2022 | 38 |
| Tabla 21,Escala de gráfica, Autor propio.2022..... | 39 |

1. Título

Plan de negocio de una microempresa dedicada a cría y comercialización de caninos en Fusagasugá.

2. Tema de Investigación

Creación de plan de negocio de una microempresa. dedicada a la cría y comercialización de caninos de raza en Fusagasugá.

3. Justificación

El trabajo de grado está enfocado a la creación de un plan de negocio de una microempresa dedicada a la cría y comercialización de cachorros caninos de raza especialmente de tamaño pequeño como atractivo a ¹una cantidad segmentada de público potencial objetivo que vive en los apartamentos o casa pequeñas (Charry, 2019), además resulta ser un mercado viable porque las nuevas generaciones buscan en tener una o más mascotas a tener hijos,² Según la revista semana (Semana, Vida moderna, 2020), Las nuevas generaciones cada vez quieren tener menos hijos. Una entrevista elaborada por la Universidad del Rosario en coordinación con Cifras y Conceptos y El Tiempo, asegura que "el 49% de los jóvenes tiene mascotas y solo un 36% tiene hijos, lo cual evidencia de que los jóvenes entre 18 y 32 años en el país prefieren tener animales que ser padres". También existe la perspectiva que tienen algunos grupos de personas por comprar una mascota desde un punto de vista más superficial que sentimental y adquirir un

¹ Revista la república, Casa o apartamento. 2019

² Revista semana, Vida moderna. 2020

canino con características físicas y colores exóticos contando la capacidad económica de suplir dicha necesidad.

Se podría decir que el mercado de las mascotas se ha convertido en un segmento en crecimiento constante tanto a nivel nacional como internacional. Así mismo y por otro lado, genera la especialización de los canales de distribución, desde tiendas veterinarias que venden todo tipo de productos y servicios esenciales para los perros, hasta establecimientos especializados que venden y ofrecen productos propios de los seres humanos y adaptados para ellos, productos de personalización o artículos de lujo. Como se mencionó anteriormente, este mercado se ha desarrollado y la forma de este canal de distribución ha cambiado mucho, ya que no es solo un mercado económico sino también un mercado social y cultural donde se reflejan gustos, preferencias, lujos, creencias y se compatibiliza con la posmodernidad y sus diferentes creencias.

Según (Gómez, 2004). Se ha observado que ha habido una fuerte expansión en el mercado de artículos que no lo suficientemente esenciales para los caninos, ya que las empresas y estas tiendas especializadas y enfocadas en los sectores socioeconómicos 4 y 5 venden y ofrecen productos y servicios básicos y de lujo, como seguros funerarios para mascotas, accesorios, etc. dependiendo de la variedad, desde luego y sin dejar de lado los estratos 1,2,3 que también en una escala proporcional acceden a esta nueva y creciente tendencia, todo esto para cubrir las necesidades de cada mascota y brindarles un servicio personalizado. De esta manera queda claro que la sociedad está apuntando y transformándose en un mundo que incluye y dan más importancia a las mascotas convirtiendo la idea de negocio de un criadero canino como una oportunidad rentable, ya sea como microempresa o a futuro ser una macroempresa.

4. Objetivos

4.1 Objetivo General

Elaborar un plan de negocio de una microempresa dedicada a la cría y comercialización de caninos, Fusagasugá.

4.2 Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y demanda de los caninos de raza pequeña.
- Determinar los aspectos legales para cría y comercialización de caninos a nivel municipal y nacional.
- Identificar las técnicas óptimas para el desarrollo de la actividad en aspectos como instalaciones, alimentación y apoyo técnico profesional.
- Definir la viabilidad económica del proyecto.

5. Marco de Referencias

La universidad del Rosario Realizó diferentes encuestas donde describe como anteriormente las familias se componían por seis a diez hijos, pero ahora los jóvenes entre 18 y 35 años prefieren tener animales en preferencias canes a tener que ser padres (Rodriguez, 2020). Esta nueva tendencia es afectada principalmente porque a los jóvenes muchas veces los gastos mensuales como un arriendo o alimentación ya lo consideran una responsabilidad fuerte y el hecho de tomar una responsabilidad mayor como la es sostener un hijo tendría como consecuencia un aumento en el costo de vida de la persona. De igual forma las personas que tienen mayor solvencia económica en una entrevista realizada por la revista semana ³ Describe como las parejas elijen dedicar tiempo a estar viajando o convertirse en empresarios que formar una familia y no poder compartir tiempo con los hijos. (Semana, 2020)

³ Revista Semana, para los jóvenes Colombia prefieren las mascotas. 2020

En un estudio liderado por la universidad Konrad Lorenz demostró como 56% de las personas encuestadas prefirió comprar un perro de raza que un perro criollo basado en una perspectiva materialista (Gonzalez, 2019). Es decir que invertir dinero en un ejemplar canino representa un mayor estatus social y una impresión positiva en el entorno social, por otro lado. Las personas que están dispuestas a pagar por una mascota son porque están buscando características físicas en específico⁴.

Dentro las investigaciones para determinar la rentabilidad de un criadero canino se encuentra como se puede realizar una inversión en la compra de uno de los ejemplares para que a los 9 meses inicie su etapa productiva e inicie el retorno de inversión casi que de forma total y en algunos casos generando utilidades al mismo tiempo para que a partir de este punto inicie una producción reflejada en dos momentos al año por ejemplar canino lo que nos llevaría a un ejercicio matemático elemental indicaría que a mayor número de ejemplares aumentaría el número de producción,⁵ La hembra canina pasa por diferentes fases de actividad y descanso hormonal que se repiten cíclicamente. Es lo que denominamos ciclo estral y consta de 4 estadios: proestro, estro diestro y anestro. El primer celo aparece en las perras entre los 6 y los 10 meses de edad, y experimenta un nuevo ciclo ovárico cada 6 meses aproximadamente. (Valera, 2019).

6. Metodología y Técnica de Recolección de Datos

Se utilizará la metodología descriptiva porque según Tamayo ⁶Se encarga de puntualizar las características de la población que está estudiando. (Tamayo, 2020). con el objetivo de realizar una encuesta para determinar la aceptación y gustos que tendría la empresa para poder participar en el mercado.

Se realizará la siguiente fórmula para identificar la cantidad de personas a encuestar

⁴ Universidad Konrad Lorenz, Perros de raza por estatus. 2019

⁵ Centauro Veterinaria, Reproducción Canina. 2019

⁶ Revista Científica, Metodología de investigación. 2020

$$n = \frac{N \times Z \times P \times Q}{e^2(N - 1) + (Z \times P \times Q)}$$

$$n = \frac{81823 \times 1.65 \times 50\% \times 50\%}{3\%^2(81823 - 1) + (1.65 \times 50\% \times 50\%)}$$

$$n = 272$$

6.1 Preguntas de la Encuesta

- Pregunta 1

Qua animal preferiria tener como mascota

- Gato
- Perro
- Conejo
- Aves

Ilustración 1, Pregunta 1, Autor propio. 2022

- Pregunta 2

1) Considera que un perro lo haría mas feliz a usted y así familia

- Desde luego, Se convertiría en un miembro mas de la familia
- Seria una excelente compañía para todos nosotros
- Me es irrelevan tener o no tenerlo

Ilustración 2, Pregunta 2, Autor propio. 2022

Pregunta 3

Cual de las siguientes razas preferiría comprar

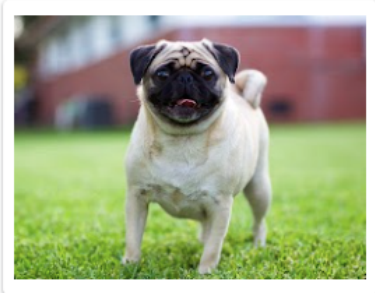

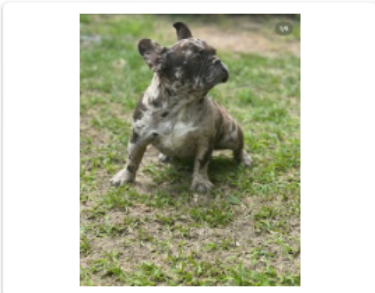
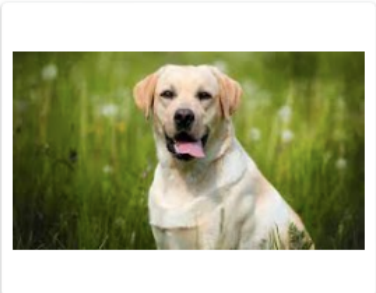
| | |
|--|---|
|  |  |
| <input type="radio"/> Pug | <input type="radio"/> Bulldog ingles |
|  |  |
| <input type="radio"/> Bulldog frances | <input type="radio"/> Labrador |

Ilustración 3, Pregunta 3, Autor propio. 2022

- Pregunta 4

Cuanto estaría dispuesto a pagar por un perro

- \$1.000.000 a \$3.000.000
- \$4.000.000 a \$8.000.000
- \$9.000.000 a \$15.000.000
- \$16.000.000 a \$26.000.000
- \$27.000.000 a \$50.000.000
- \$50.000.000 a \$100.000.000

Ilustración 4, Pregunta 4. Autor propio. 2022

- Pregunta 5

Preferiría adquirir el perro con pedigrí o sin él

Con pedigrí

Sin pedigrí

Ilustración 5, Pregunta 5. Autor propio. 2022

6.2 Análisis de la Encuesta

- ¿Qué animal preferiría tener como mascota?

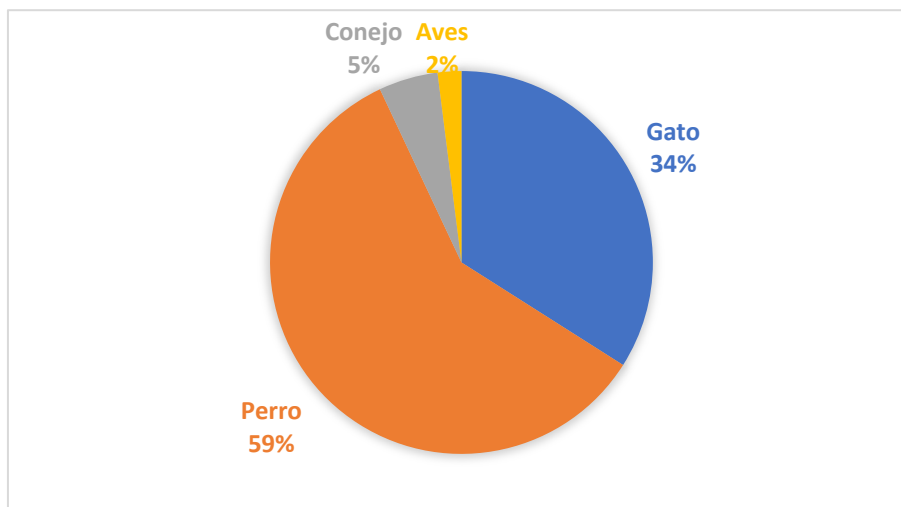


Ilustración 6, Pregunta 1, Autor propio. 2022

En la gráfica anterior se puede observar como las personas a quienes fue dirigida la encuesta tiene mayor preferencia a los perros con un 59% frente a los gatos y aves, dando a concluir que la investigación del proyecto debe estar encaminada a la cría y comercialización de canes

- ¿Considera que un perro lo haría más feliz a usted y a su familia?

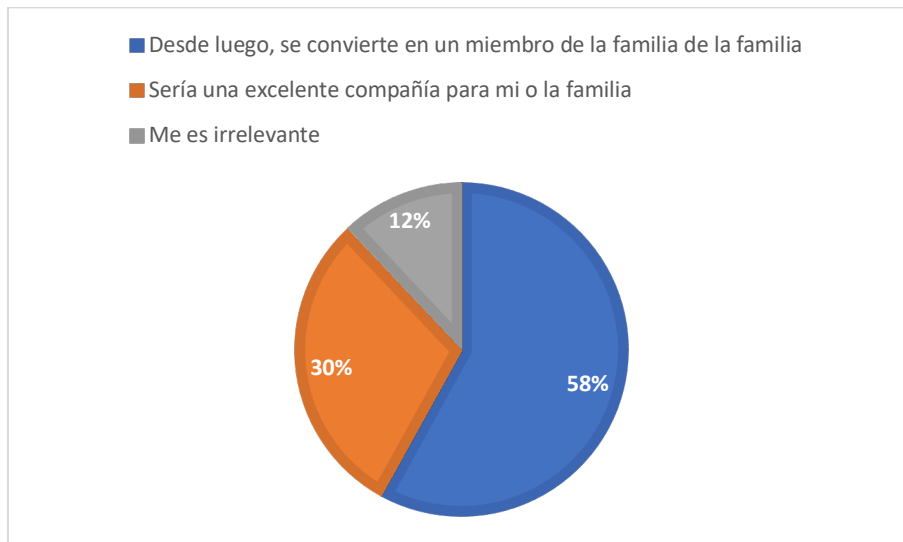


Ilustración 7, Pregunta dos, Autor propio.2022

Se buscaba identificar la importancia que tiene un canino para la población objetiva y resultado fue acorde al marco de referencias, demostrando como el 58% ve un perro como un miembro más de la familia y un 30% de las personas encuestadas lo ven como una mascota de compañía concluyendo que el criadero es una oportunidad como idea de negocio

- ¿Cuál de las siguientes razas preferiría comprar?

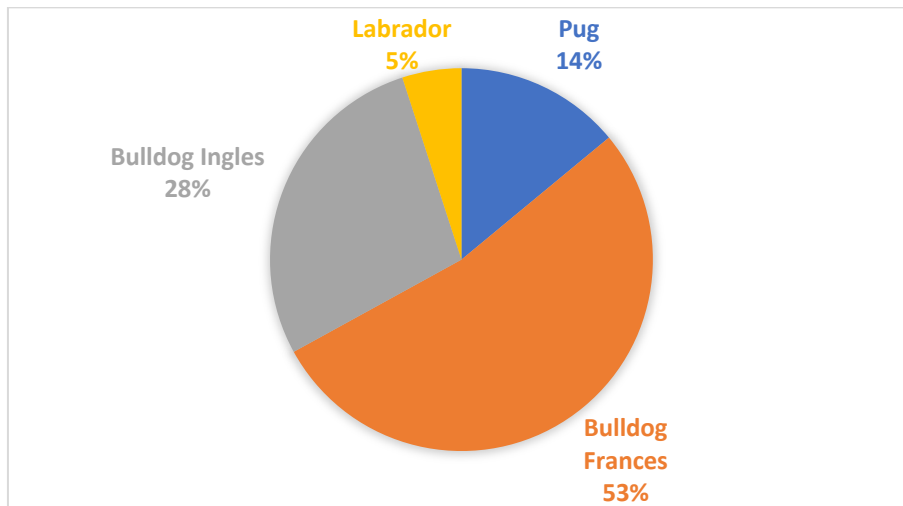


Ilustración 8, Pregunta 3, Autor propio. 2022

El propósito inicial de la pregunta número 3 era identificar la preferencia de raza que tiene la población objetiva, y la comparación en los 4 canes dio a concluir que el 53% inclina sus gustos hacia el bulldog francés, convirtiéndolo de esta manera en la raza que debe manejar el criadero para la cría y comercialización de estos

- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un perro?

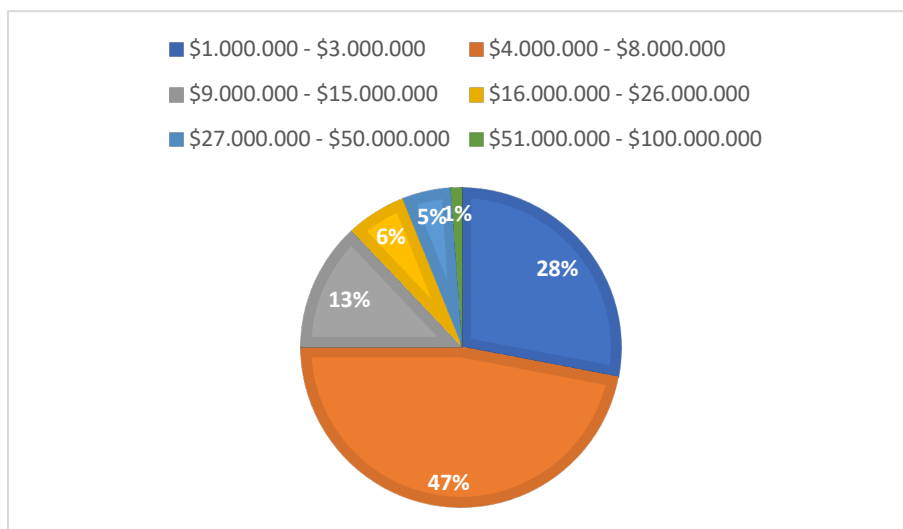


Ilustración 9, Pregunta 4, Autor propio. 2022

En la grafica se puede identificar como el 47% de las personas estarían dispuestos a pagar entre \$4.000.000 a \$8.000.000 por un Ejemplar que cumpla con las características específicas a pedir, convirtiéndose así en una pregunta relevante para identificar en qué tipo de genotipo del bulldog francés invertir inicialmente

- ¿Preferiría adquirir un perro con pedigrí o sin pedigrí?

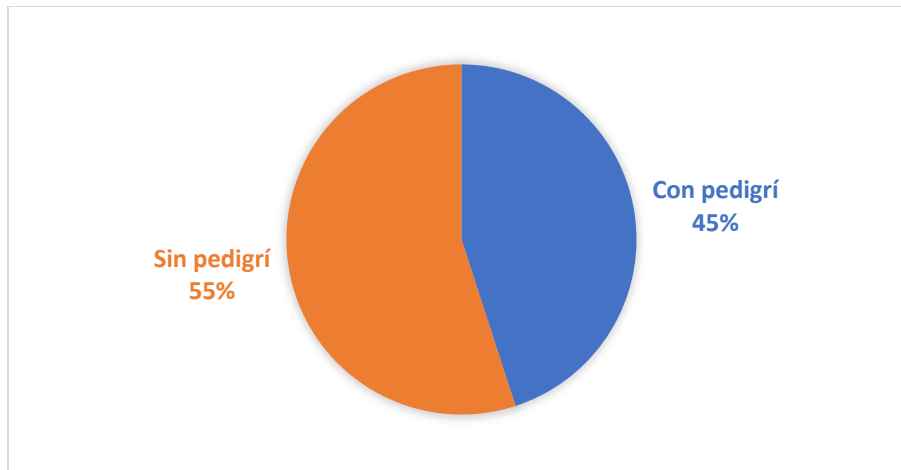


Ilustración 10, Pregunta 5. Autor propio. 2022

En la última pregunta realizada a la población objetiva se evidencia como un 55% quiere una mascota que no tenga pedigrí, pero aun así existe un 45% que si quiere que su perro este registrado. La conclusión seria dar la opción a la persona que busca comprar en el criadero, tener el ejemplar registrado con un precio adicional o entregar el can si el pedigrí

7. Idea y Modelo de Negocio

7.1 Idea

Este plan de negocio microempresarial se creó que la intención de cubrir la necesidad creciente por los hogares de adquirir mascotas, cosa que ha venido convirtiéndose en un común denominador en los hogares modernos, ya que las nuevas generaciones denominadas como las Dinks han optado en su estilo de vida

por la ausencia de hijos y suplen esta necesidad con los perros abriendo un nicho de negocio creciente .pero y no menos importante dentro de este mismo segmento del mercado existen hogares con hijos que buscan una mascota como un miembro más de la familia, así mismo esas personas que llegan al ocaso de sus vidas buscan compañía en estos seres, cosa que indudablemente continua abriendo el mercado y convirtiéndolo en un potencial negocio que de alguna manera es cíclico. Así mismo la sociedad ha dado mayor importancia y relevancia a las mascotas al punto que las entidades gubernamentales han asumido papeles fundamentales en la protección de estas especies y el legislativo toma posición en la protección de sus derechos, de esta forma los aspectos económicos y de negocios que se desprenden de esta actividad cobran fuerza y garantizan un futuro prometedor para quien invierta estas alternativas.

Es importante tener en cuenta que el retorno de inversión podría variar dependiendo de la adquisición de los ejemplares, es decir que de acceder a animales en punto de producción sería más ágil y lo haría mucho más rentable.

Al investigar sobre el ciclo productivo y teniendo claro la necesidad de mercado nos encontramos con sin lugar a duda frente a una alternativa de negocio que tendría una comercialización casi que asegurada y unos ciclos de producción que genera utilidades hasta del 100% y nos permite mantener el nivel de activos siempre alto y partiendo de la inversión inicial. En este orden de ideas estaríamos frente a un negocio no solo rentable si no que nos permite mantener nuestra inversión sin mayor depreciación.

Por lo nombrado anteriormente se tomó la decisión de investigar la viabilidad de crear una microempresa en Fusagasugá que se dedique a la cría y comercialización de cachorros.

7.2 Modelo CANVAS

El modelo CANVAS fue diseñada por Alexander Osterwalder que desarrollo un mapa visual que permite ordenar las ideas a la hora de definir una idea de negocio.

- Modelo CANVAS



Ilustración 11, Modelo CANVAS, Autor propio. 2022

7.2.1 Propuesta de Valor

Se busca generar confianza con el cliente y la mejor manera de lograrlo sería por medio de un contrato que pueda garantizar la salud o remplazo del canino de igual forma un Certificado de pureza da la seguridad al comprador de que el cachorro crezca con las características propias de la raza en específico. Por último, el servicio postventa es importante para resolver posibles preguntas y asegurar el correcto cuidado de los ejemplares

7.2.2 Segmentos de Clientes

Los nuevos pensamientos de las actuales y futuras generaciones buscan la conformación de una familia donde los canes son un eje importante y para aquellos adultos mayores que buscan compañía, la presencia de un perro es un atractivo para ese grupo de personas

7.2.3 Canales

El criadero de mascotas tiene como objetivo principal tener reconocimiento por medio de internet, por ese motivo la creación de página web permitiría dar a conocer los canes, las redes sociales serian la herramienta para establecer una relación entre la microempresa y el consumidor por ultimo las llamadas de celular tendría la función de concretar interacciones o atender inquietudes

7.2.4 Relación con el Cliente

Para crear una relación con el cliente es importante prestar un buen servicio postventa para crear una experiencia agradable que permita al cliente volver a seleccionarnos. De igual forma iniciar a comercializar cachorros con excelencia genética generara la confianza en los consumidores para recomendarnos o recomprarnos

7.2.5 Recursos Claves

- El profesional veterinario será la persona encargada de suministrar los medicamentos juntos a las atenciones médicas y evaluar la pureza de la raza de los cachorros.
- El personal de planta tendrá como función principal velar por la manutención de los caninos como es el baño, cepillado y cuidado de igual forma están encargados de mantener los caniles y zonas verdes limpios
- El capital inicial se destinará para la compra de los ejemplares caninos de raza Bulldog Frances de línea exótica registrados antes la AKC (American Kennel Club), alimentación, infraestructura e insumos médicos y generales
- Se destinará un espacio de 10x20m como zona verde y de recreación, un área de $100m^2$ distribuido en 5 caniles de 2x2 y otro espacio de $40m^2$ para ser utilizadas como parideras

7.2.6 Actividades

La actividad principal será la cría y comercialización de canes ejemplares con registro en AKC y se buscará la promoción por medio de las redes sociales y distintos grupos tecnológicos

7.2.7 Alianzas

Se buscará generar una alianza con la empresa de comida Royal Canin porque las características de la comida son las adecuadas para el correcto desarrollo de los cane.

Las veterinarias como El pato y Agrocampo son las óptimas para la empresa porque proveerían vacunas originales y gran variedad de medicamentos que permitirían el correcto crecimiento de ejemplares.

Con Los criaderos se puede crear diferentes alianzas como son los cruces entre ejemplares y la venta de los cachorros tanto propios como de ellos

7.2.8 Estructura de Costos

Los costos iniciales para el criadero se basarán en la construcción de caniles, adaptación de las zonas verdes para la permanecía de los ejemplares, En la compra de los Canes, el diseño y sostenimiento de página web junto a las redes sociales y por último en todos los documentos legales para la creación de la microempresa.

8. Análisis del Entorno

- Modelo PESTEL

Análisis PESTEL



| Factor | Detalle | Plazo | | | Impacto |
|-----------|--|-----------------------------|-------------------------------|-----------------------------|----------|
| | | Corto plazo (1 mes o menos) | Mediano plazo (de 1 a 3 años) | Largo plazo (más de 3 años) | |
| Político | Cambio de presidente | | X | | Positivo |
| | Cambio de presidente | | X | | Negativo |
| | Nuevo gabinete | | X | | Negativo |
| Económico | Nuevas políticas por el cambio de presidente | | | X | Positivo |
| | Nuevas políticas por el cambio de presidente | | X | | Negativo |
| | Sector financiero | | | | Positivo |

Análisis PESTEL



| Factor | Detalle | Plazo | | | Impacto |
|-------------|---------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|-----------------------------|-------------|
| | | Corto plazo (1 mes o menos) | Mediano plazo (de 1 a 3 años) | Largo plazo (más de 3 años) | |
| Social | Aceptación Social | X | | | Positivo |
| | Diferentes pasamientos sociales | X | | | Negativo |
| | Aporte a la salud | | X | | Positivo |
| Tecnológico | Nuevas tecnologías | | | X | Positivo |
| | Diferentes pasamientos sociales | | X | | Negativo |
| | Nueva Maquinaria | | X | | Indiferente |
| Ambiental | Uso de fuentes hídricas | | | X | Positivo |
| | Políticas ambientales | | X | | Indiferente |

Análisis PESTEL



| Factor | Detalle | Plazo | | | Impacto |
|--------|----------------------------|-----------------------------|-------------------------------|-----------------------------|----------|
| | | Corto plazo (1 mes o menos) | Mediano plazo (de 1 a 3 años) | Largo plazo (más de 3 años) | |
| | separado de la población | | | | |
| | Contaminación | X | | | Negativo |
| Legal | Leyes de protección animal | | X | | Positivo |
| | Leyes de protección animal | | | X | Negativo |
| | Código de policía | | x | | Positivo |

Tabla 1, Análisis PESTE., Autor propio. 2022

9. Plan de Marketing

9.1 Caninos

Los bulldogs franceses son fácilmente reconocibles por sus grandes orejas. Es un perro pequeño y plano con un pelaje corto y brillante que puede ser de distintos colores según su genotipo. Los Frenchies pueden variar en altura de 27 a 34,5 cm. Los machos adultos pesan 12,5 kg y las hembras adultas 11 kg, es un perro juguetón, lleno de vida y muy cariñoso con sus seres queridos. Es un perro valiente que piensa que es mucho mayor que su edad y es poco probable que retroceda si otro perro lo ataca.

Logo de la empresa:



Ilustración 12, Logo San Martín, Autor propio. 2022

- Servicio principal: La criar y comercializar ejemplares caninos registrados que cumplan con los requisitos de los diferentes clubes es la actividad principal que se desarrollara, brindando un servicio de alta calidad para crear una buena relación con el cliente

- Servicio secundario: Se ofrecerá el servicio de Stud, que consiste en la inseminación del ejemplar canino de la empresa y así obtener como ganancia un cachorro de la camada o un pago por adelantado

Proceso Reproducción De Los Caninos

Para realizar la reproducción de los cachorros se espera en las hembras un periodo de 6 a 9 meses para que se encuentren en edad suficiente para su primer celo y poder iniciar su proceso de reproductivo, con una durabilidad de 2 semanas aptas para quedar en embarazo luego de esto se espera 6 meses para que vuelva a entrar en celo , en cuanto a los machos inician su etapa reproductiva a partir de los 9 meses donde ya pueden continuar con el proceso de reproducción.

La forma más segura para realizar el proceso de fecundación es por medio de la inseminación dado a que la mayoría de perros de la raza bulldog francés pueden tener el riesgo de infartos en la monta por su condición física y respiratoria.

Para el nacimiento de los cachorros luego de la primera inseminación se cuentan 60 días para el nacimiento de los cachorros. Una vez culminado el tiempo de gestación se debe realizar una cesárea para el nacimiento de los caninos y que pueden nacer sin ningún problema congénito, luego de esto se procede a alimentar los cachorros con leche especial para perros cada 2 horas durante un día para luego entregárselo a la madre. si esta lo rechaza se crían hasta los 35 días con tetero y luego se les enseña a consumir concentrado. De igual forma se les adecua un lugar para dormir, tiene que ser un espacio cálido que permita el correcto crecimiento de los caninos.

9.2 Precio

El precio de los canes Bulldogs francés es acorde al color y la cantidad de copias genéticas que tenga el cachorro.

- Tabla de precios según colores

| Nombre | Precio |
|-------------|--------------------------------|
| Blue | \$ 4.000.000 - \$ 8.000.000 |
| Chocolate | \$ 6.000.000 - \$ 10.000.000 |
| Cocoa | \$ 3.000.000 - \$ 6.000.000 |
| Isabella | \$ 25.000.000 - \$ 100.000.000 |
| Lilac | \$ 4.000.000 - \$ 8.000.000 |
| Choco Merle | \$ 10.000.000 - \$ 20.000.000 |
| Fawn Merle | \$ 2.000.000 - \$ 4.000.000 |
| Black at | \$ 2.000.000 - \$ 6.000.000 |
| Cocoa at | \$ 4.000.000 - \$ 7.000.000 |
| Lilac at | \$ 5.000.000 - \$ 9.000.000 |

Tabla 2, Precio promedio Frenchies, Autor proio.2022

Los precios descritos en la Tabla 2 se encuentra sujeto a cambios influenciados por las características molosas, cualidades físicas y genes que porte el canino, donde puede llegar a aumentar el valor más del doble.

Es importante resaltar que determinar el precio del bulldog francés es con base al color que tenga el canino teniendo en cuenta el valor del mercado en su momento

9.3 Plaza

El canal de distribución será directa, con el fin de brindar un mejor servicio y generar la confianza del cliente como de la microempresa. De igual forma el servicio a

domicilio también puede ser una opción luego de haber llegado a un acuerdo con el cliente

9.4 Promoción

La comunicación, Información y la buena atención con el cliente son los pilares de la comercialización de los ejemplares por ese motivo el uso de las redes sociales , la publicidad online y el voz a voz. Los medios de comunicación nombrados anteriormente serán los canales para crear una relación con los clientes, dar a conocer los ejemplares disponibles, de los canes del criadero y por ultimo para crear un nombre dentro del medio de los Frenchies

10. Plan de Operaciones

El criadero debe estar ubicado en una zona rural donde la contaminación auditiva no afecta a la sociedad: Como en fincas o veredas con un espacio de al menos 1500² del municipio con el propósito iniciar y no incomodar a la población vecina, también es importante resaltar que debe ser en un lugar de fácil acceso. Con base a las características nombras con anterioridad se logró ubicar una finca en el municipio, que puede satisfacer las necesidades de la empresa. Se encuentra en la vereda Usatama central en la finca villa Angela, es un lugar que está separado de la zona urbana queda vía Bogotá cerca Silvania pero de igual forma es de fácil acceso para las personas. Es un lugar amplio y apto para realizar las adecuaciones necesarios para el criadero, como lo es la construcción de 6 caniles de 1 metro y medio por 1.50 x 1.80 de igual forma dos áreas verdes para que los caninos puedan correr con un tamaño de 10 x 10 y para la reproducción 5 x 5 metros.

Hay que construir tres habitaciones, una para el baño y cuidado de los caninos, otro cuarto se usara como paridera y alojamiento de cachorros en periodo de crianza y por ultimo un almacén

Mapa del lugar donde se ubicara el criadero:



Ilustración 13, Mapa Usatama. Google maps. 2022

Mapa de procesos:

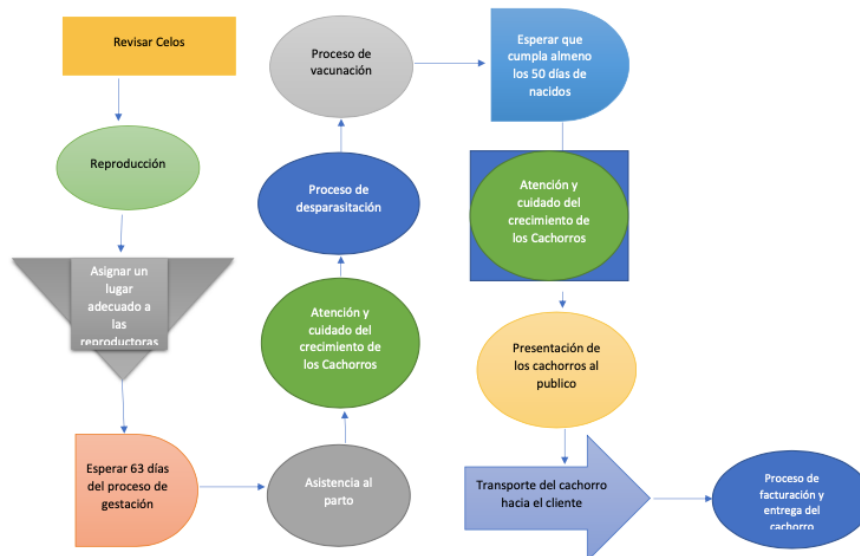


Ilustración 14, Mapa de procesos ,Auto propio2022

Mapa de planta

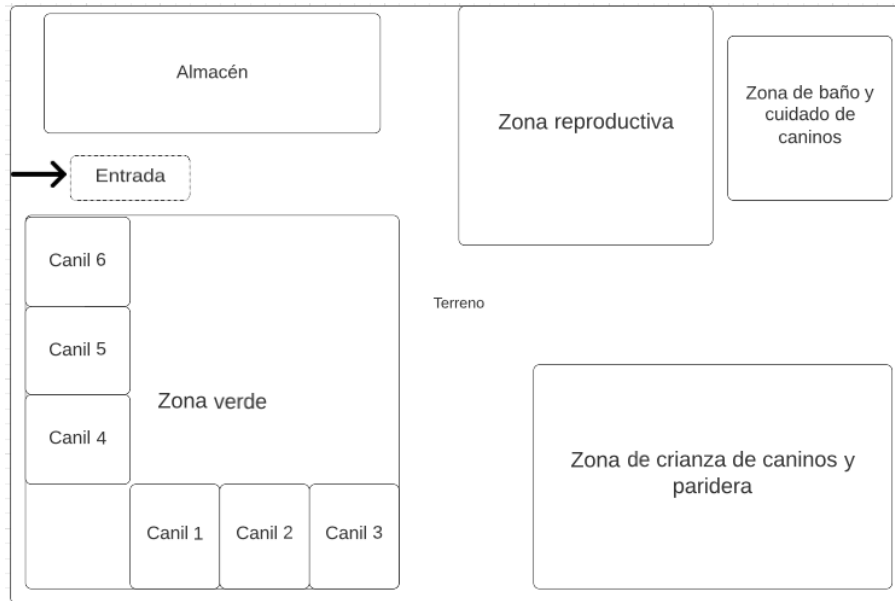


Ilustración 15, Mapa de planta. Autor propio.2022

10.1 Estructura de Inversión Inicial del Proyecto

| Inversión de activos tangibles | Precio |
|--------------------------------|----------------------|
| Equipo computo | \$ 2.000.000 |
| Equipo de oficina | \$ 800.000 |
| Muebles y enseres | \$ 1.600.000 |
| Adecuaciones del lugar | \$ 20.000.000 |
| Equipos de cámara de seguridad | \$ 2.000.000 |
| Vehículo | \$ 50.000.000 |
| Nevera | \$ 950.000 |
| Total | \$ 77.350.000 |

Tabla 3, Activos tangibles. Autor propio.2022

| Inversión de activos intangibles | Precio |
|----------------------------------|---------------------|
| Software y licencias | \$ 333.000 |
| Alarmas | \$ 800.000 |
| Total | \$ 1.133.000 |

Tabla 4, Inversión, intangible, Autor propio.2022

| Inversión canina | Precio |
|---|----------------------|
| Buldog francés Macho color Isabella | \$ 40.000.000 |
| Buldog francés hembra color Blue | \$ 7.000.000 |
| Buldog francés hembra color Cocoa AT | \$ 9.000.000 |
| Buldog francés hembra chocolate | \$ 6.000.000 |
| Buldog francés hembra color Choco Merle | \$ 10.000.000 |
| Buldog francés hembra color Fawn Merle | \$ 4.000.000 |
| Total | \$ 76.000.000 |

Tabla 5, Inversión canina. Autor propia. 2022

| Capital de trabajo | Precio |
|---------------------------|----------------------|
| Sueldo del personal | \$ 5.626.502 |
| Publicidad | \$ 1.000.000 |
| Pago de servicios | \$ 250.000 |
| Inventario general | \$ 5.165.150 |
| Arriendo | \$ 1.300.000 |
| Total | \$ 13.341.652 |

Tabla 6, Capital de trabajo, Autor propio. 2022

| Resumen de inversión total del proyecto | Precio |
|--|-----------------------|
| Inversión de activos tangibles | \$ 77.350.000 |
| Inversión de activos intangibles | \$ 1.133.000 |
| Inversión canina | \$ 76.000.000 |
| Capital de trabajo | \$ 13.341.652 |
| Imprevistos | \$ 1.300.000 |
| Total | \$ 169.124.652 |

Tabla 7, Resumen de inversión total, Autor propio. 2022

La inversión inicial que se debe realiza es de \$169.124.652 para poder llevar a cabo el proyecto del criadero canino San Martin Kennels. Se proyectaron unos imprevistos por un valor de \$1.300.000 para cualquier eventualidad que pueda ocurrir en el transcurso del desarrollo de la actividad.

El \$1.000.000 de publicidad será destinada en la promoción de redes sociales, anuncios publicitarios y la creación de la página web

11. Plan de organización y RRHH

11.1 Misión

San Martín Kennels tiene la función dentro de la sociedad, vender caninos con excelencia en genética, brindándole a los clientes la certeza de haber comprado los mejores representantes caninos.

11.2 Visión

Ser reconocidos en 10 años a nivel nacional e internacional como comercializadores de los mejores ejemplares tanto genéticamente como físicamente de los canes raza Frenchies (Buldog francés)

11.3 Organigrama

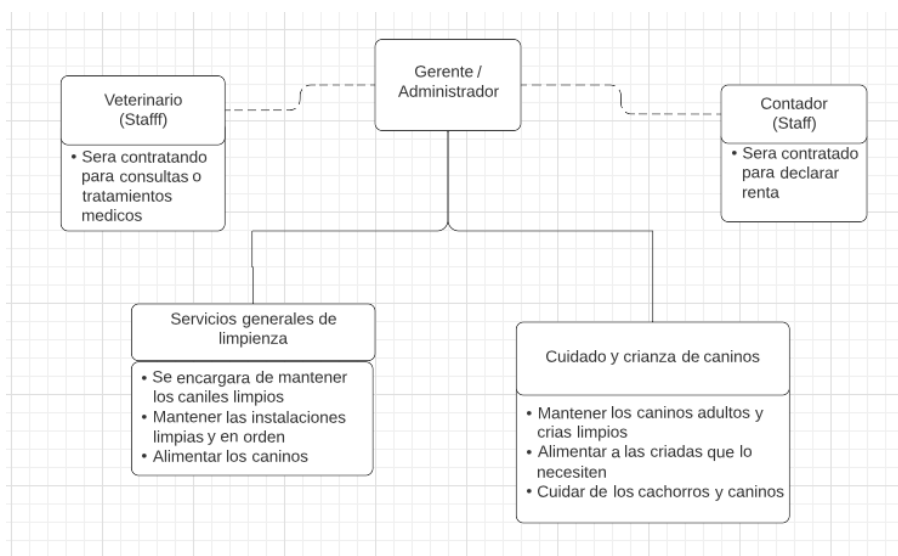


Ilustración 16, Organigrama San Martín Kennels, Autor propio.2022

11.4 Descripción del Puesto

- Perfil administrador


| FORMATO ESTRUCTURACIÓN PERFIL | | | |
|--|----------------------|----------------------|---|
| FECHA: | DD/MM/AA | SEDE: | Fusagasugá |
| | | |  |
| 1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO | | | |
| DENOMINACIÓN: | Administrador | CÓDIGO: | 1 |
| NIVEL: | Título universitario | ASIGNACIÓN SALARIAL: | \$ 1.500.000 |
| DEPENDENCIA: | Administrativa | | |
| 2. OBJETO GENERAL DEL CARGO | | | |
| Manejar todos los aspectos relacionados con el área administrativa | | | |
| 3. REQUISITOS MÍNIMOS | | | |
| 3.1 Formación Académica: Título en Administración de empresas | | | |
| 3.2 Experiencia Laboral: 3 años | | | |
| 4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES | | | |
| FUNCIONES | | | |
| Gestionar | | | |
| Preparar y distribuir | | | |
| Planear | | | |
| Organizar | | | |
| Apoyar y facilitar la realización | | | |
| -Desarrollar y mantener un sistema de archivo | | | |
| Comprobar con frecuencia las existencias de los suministros de | | | |
| Organizar viajes | | | |
| Documentar gastos y presentar informes | | | |
| Llevar a cabo tareas ocasionales de recepcionista | | | |

Tabla 8, Administrador, Autor propio. 2022

| RESPONSABILIDADES | | NIVEL | |
|---|------------------------------|-------|-------|
| | | ALTO | MEDIO |
| a. Bienes y valores (¿cuáles?): Computador | | X | |
| b. Información (¿cuál?): Manejo de XXXXXXXXXX | | X | |
| c. Relaciones interpersonales (¿cuál?): Establecer y mantener relaciones de trabajo amistosas y positivas, basadas en la comunicación abierta y fluida y en el respeto por los demás. | | X | |
| d. dirección y coordinación (¿de qué nivel jerárquico?) asistencial | | X | |
| COMPETENCIAS | | NIVEL | |
| | | ALTO | MEDIO |
| GENERALES | | | |
| 1 | Adaptación | X | |
| 2 | Ambición profesional | X | |
| 3 | Análisis | X | |
| 4 | Aprendizaje | X | |
| 5 | Asertividad | X | |
| 6 | Autocontrol | X | |
| 7 | Autonomía | X | |
| 8 | Creatividad | | X |
| 9 | Delegación | X | |
| 10 | Dinamismo | X | |
| 11 | Flexibilidad | | X |
| 12 | Independencia | | X |
| 13 | Iniciativa | X | |
| 14 | Integridad | X | |
| 15 | Juicio | X | |
| 16 | Liderazgo | X | |
| 17 | Negociación y conciliación | X | |
| 18 | Orientación al servicio | | X |
| 19 | Persuasión | X | |
| 20 | planificación y organización | X | |
| 21 | Resolución de problemas | X | |
| 22 | Sensibilidad interpersonal | X | |
| 23 | Sociabilidad | | X |
| 24 | Toma de decisiones | X | |
| 25 | Trabajo bajo presión | | X |
| 26 | Trabajo en equipo | X | |

Tabla 9, Administrador CP, Autor propio.2022

- Perfil servicios generales de limpieza

| FORMATO ESTRUCTURACIÓN PERFIL | | | |
|---|-----------------------|----------------------|--------------|
| FECHA: | DD/MM/AA | SEDE: | Fusagasugá |
|  | | | |
| 1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO | | | |
| DENOMINACIÓN: | Servicios de limpieza | CÓDIGO: | 2 |
| NIVEL: | Título Bachillerato | ASIGNACIÓN SALARIAL: | \$ 1.000.000 |
| DEPENDENCIA: | Administrativa | | |
| 2. OBJETO GENERAL DEL CARGO | | | |
| <p>Manejar todos los aspectos relacionados con el área de limpieza en la organización</p> | | | |
| 3. REQUISITOS MÍNIMOS | | | |
| 3.1 Formación Académica: Título de bachillerato | | | |
| 3.2 Experiencia Laboral: sin experiencia | | | |
| 4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES | | | |
| FUNCIONES | | | |
| Cuidar las instalaciones | | | |
| Mantener caniles limpios | | | |
| Organizar los insumos | | | |
| Realizar adaptaciones | | | |
| Apoyar y facilitar la administración | | | |
| Comprobar con frecuencia las existencias de los suministros | | | |

Tabla 10, servicios generales, Autor propio.2022

| RESPONSABILIDADES | | NIVEL | |
|---|------------------------------|-------|-------|
| | | ALTO | MEDIO |
| a. Bienes y valores (¿cuáles?): Computador | | | X |
| b. Información (¿cuál?): Manejo de XXXXXXXXXX | | X | |
| c. Relaciones interpersonales (¿cuál?): Establecer y mantener relaciones de trabajo amistosas y positivas, basadas en la comunicación abierta y fluida y en el respeto por los demás. | | X | |
| d. dirección y coordinación (¿de qué nivel jerárquico?) asistencial | | | X |
| COMPETENCIAS | | NIVEL | |
| | | ALTO | MEDIO |
| GENERALES | | | |
| 1 | Adaptación | X | |
| 2 | Ambición profesional | X | |
| 3 | Análisis | X | |
| 4 | Aprendizaje | X | |
| 5 | Asertividad | X | |
| 6 | Autocontrol | X | |
| 7 | Autonomía | | X |
| 8 | Creatividad | | X |
| 9 | Delegación | | X |
| 10 | Dinamismo | X | |
| 11 | Flexibilidad | X | |
| 12 | Independencia | | X |
| 13 | Iniciativa | | X |
| 14 | Integridad | X | |
| 15 | Juicio | X | |
| 16 | Liderazgo | X | |
| 17 | Negociación y conciliación | X | |
| 18 | Orientación al servicio | | X |
| 19 | Persuasión | X | |
| 20 | planificación y organización | X | |
| 21 | Resolución de problemas | X | |
| 22 | Sensibilidad interpersonal | X | |
| 23 | Sociabilidad | | X |
| 24 | Toma de decisiones | X | |
| 25 | Trabajo bajo presión | | X |
| 26 | Trabajo en equipo | X | |

Tabla 11, Servicios generales CP, Autor propio, 2022

- Perfil de cuidado de caninos

| FORMATO ESTRUCTURACIÓN PERFIL | | | |
|---|---------------------|----------------------|---|
| FECHA: | DD/MM/AA | SEDE: | Fusagasugá |
| | | |  |
| 1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO | | | |
| DENOMINACIÓN: | Cuidado de caninos | CÓDIGO: | 3 |
| NIVEL: | Título Bachillerato | ASIGNACIÓN SALARIAL: | \$ 1.200.000 |
| DEPENDENCIA: | Administrativa | | |
| 2. OBJETO GENERAL DEL CARGO | | | |
| Manejar todos los aspectos relacionados con el área de cuidado y crianza de caninos | | | |
| 3. REQUISITOS MÍNIMOS | | | |
| 3.1 Formación Académica: Título de bachillerato | | | |
| 3.2 Experiencia Laboral: sin experiencia | | | |
| 4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES | | | |
| FUNCIONES | | | |
| Cuidado de las caninos adultos y cachorros | | | |
| Mantener limpios a los caninos adultos y cachorros | | | |
| Alimentación de caninos adultos y cachorros | | | |
| Realizar baños a los caninos adulos y cachorros | | | |
| Apoyar y facilitar la administración | | | |
| Comprobar con frecuencia las existencias de los suministros | | | |

Tabla 12, Servicios generales. 2022

| RESPONSABILIDADES | | NIVEL | |
|---|------------------------------|-------|-------|
| | | ALTO | MEDIO |
| a. Bienes y valores (¿cuáles?): Computador | | X | |
| b. Información (¿cuál?): Manejo de XXXXXXXXXX | | X | |
| c. Relaciones interpersonales (¿cuál?): Establecer y mantener relaciones de trabajo amistosas y positivas, basadas en la comunicación abierta y fluida y en el respeto por los demás. | | X | |
| d. dirección y coordinación (¿de qué nivel jerárquico?) asistencial | | X | |
| COMPETENCIAS | | NIVEL | |
| | | ALTO | MEDIO |
| GENERALES | | | |
| 1 | Adaptación | X | |
| 2 | Ambición profesional | X | |
| 3 | Análisis | X | |
| 4 | Aprendizaje | X | |
| 5 | Asertividad | X | |
| 6 | Autocontrol | X | |
| 7 | Autonomía | X | |
| 8 | Creatividad | | X |
| 9 | Delegación | X | |
| 10 | Dinamismo | X | |
| 11 | Flexibilidad | | X |
| 12 | Independencia | | X |
| 13 | Iniciativa | X | |
| 14 | Integridad | X | |
| 15 | Juicio | X | |
| 16 | Liderazgo | X | |
| 17 | Negociación y conciliación | X | |
| 18 | Orientación al servicio | | X |
| 19 | Persuasión | X | |
| 20 | planificación y organización | X | |
| 21 | Resolución de problemas | X | |
| 22 | Sensibilidad interpersonal | X | |
| 23 | Sociabilidad | | X |
| 24 | Toma de decisiones | X | |
| 25 | Trabajo bajo presión | | X |

| | | | |
|----|-------------------|---|--|
| 26 | Trabajo en equipo | X | |
|----|-------------------|---|--|

Tabla 13, Cuidado de caninos CP.2022

12. Forma Jurídica y Planificación de la Puesta en Marcha

Se iniciara como persona natural pero a futuro se buscara proyectarse como una empresa que será constituida como una sociedad por acciones simplificadas (S.A.S) y responderá al nombre de; SAN MARTIN KENNELS S.A.S. esta sociedad se desarrollara bajo los parámetros establecidos por la legislación colombiana y particular mente por la municipal ya que se desarrollara en un espacio específico en este orden de ideas contaría con:

1. Registro ante la cámara de comercio
2. Registro ante la alcaldía municipal en el libro de registro de establecimiento de comercio
3. Concepto de uso de suelo expedido por la oficina de planeación municipal, este será determinado a partir de la vigencia del POT (Plan de Ordenamiento Territorial)
4. Inspección y autorización por parte de la secretaria de salud municipal
5. inspección y autorización por parte de la secretaria de agricultura, ambiente y tierras (unidad de protección animal) del municipio.

Los puntos citado en este numeral serán definidos a partir de lo establecido en la ley 1774 de 2016 ya que es la única que regula y reglamenta los aspectos básicos con relación a la tenencia y explotación animal, así mismo los aspectos de manejo de excretas, residuos sólidos y líquidos se realizaran a partir de las disposiciones establecidas por la CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL (CAR) que será mediante la utilización de pozos sépticos.

Vale la pena mencionar que la actualidad cursa en el congreso de la república un proyecto de ley a la espera para su aprobación con disposiciones que tocarían de manera directa la cría y reproducción de animales domésticos pero pese a que ha sido a probada en primer debate se continua a la espera de la sanción completa

para acoger el criadero a las diferentes medidas que impone esta ley y que obligaría al gremio a adecuar e implementar espacios así como herramientas tecnológicas para el desarrollo de esta actividad.

13. Planificación Económica

13.1 Inventarios

| INVENTARIO MENSUAL | | | | |
|--------------------|------------------|------------------|------------|--------------|
| Tipo | Descripción | Precio de compra | Cantidades | Total |
| Alimento | Royal Canin 16kg | \$ 464.900 | 3 | \$ 1.394.700 |
| Vitamina | Compleland 1L | \$ 49.000 | 1 | \$ 49.000 |
| Total | | | | \$ 1.443.700 |

Tabla 14, Inventario Mensual, Autor propio. 2022

Se puede pronosticar que el criadero debe tener una inversión mensual de \$1.443.700 para el sostenimiento y cuidado de los ejemplares

| INVENTARIO TRIMESTRAL | | | | |
|-----------------------|------------------------------|------------------|------------|------------|
| Tipo | Descripción | Precio de compra | Cantidades | Total |
| Medicamento | Nexgard Spectral 7.5 a 15 kg | \$ 54.000 | 6 | \$ 324.000 |
| Total | | | | \$ 324.000 |

Tabla 15, Inventario Trimestral, Autor propio. 2022

Trimestralmente se deben suministrar un medicamento para el cuidado de los canes donde se debe pronosticar un gasto de \$324.000 de manera fija

| INVENTARIO ANUAL | | | | |
|------------------|-----------------|------------------|------------|------------|
| Tipo | Descripción | Precio de compra | Cantidades | Total |
| Medicamento | Vacunas Hexadog | \$ 35.000 | 6 | \$ 210.000 |
| Total | | | | \$ 210.000 |

Tabla 16, Inventario anual, autor propio. 2022

Se debe realizar la compra de vacunas hexadog con el propósito de reforzar las ya portadas por el Can pronosticando \$210.000 anualmente. Con el fin de tener los ejemplares protegidos ante enfermedades

| INVENTARIO GENERAL | | | | |
|---------------------------|------------------------------------|------------------|------------|--------------|
| Tipo | Descripción | Precio de compra | Cantidades | Total |
| Medicamento | Suero Destroza | \$ 3.400 | 3 | \$ 10.200 |
| Medicamento | Suero Lactato de ringer | \$ 3.900 | 3 | \$ 11.700 |
| Medicamento | Crema mamisan 100 gr | \$ 74.900 | 1 | \$ 74.900 |
| Línea de aseo | Periódico 25kl | \$ 45.000 | 1 | \$ 45.000 |
| Línea de aseo | Bolsas plasticas | \$ 2.000 | 2 | \$ 4.000 |
| Utensilio medico | Equipo de microgoteo | \$ 22.400 | 3 | \$ 67.200 |
| Utensilio medico | Cateter | \$ 4.000 | 3 | \$ 12.000 |
| Utensilio medico | Sondas para alimentación | \$ 5.700 | 1 | \$ 5.700 |
| Utensilio medico | Buretro | \$ 6.000 | 3 | \$ 18.000 |
| Utensilio medico | Incubadora | \$ 1.000.000 | 1 | \$ 1.000.000 |
| Utensilio medico | Toallas adsorbentes x 100 unidades | \$ 22.000 | 1 | \$ 22.000 |
| Línea de trabajo | Cinta de enmascarar | \$ 15.000 | 1 | \$ 15.000 |
| Medicamento | oxitetraciclina spray 140gr | \$ 41.200 | 1 | \$ 41.200 |
| Utensilio medico | Termómetro | \$ 14.000 | 1 | \$ 14.000 |
| Medicamento | Leche lacto remplazante 250g | \$ 33.500 | 1 | \$ 33.500 |
| Utensilio medico | Biberón | \$ 15.500 | 1 | \$ 15.500 |
| Línea de aseo | Pañitos | \$ 5.000 | 1 | \$ 5.000 |

| INVENTARIO GENERAL | | | | |
|--------------------|----------------------------------|------------------|------------|------------|
| Tipo | Descripción | Precio de compra | Cantidades | Total |
| línea de cuidado | Cobijas | \$ 30.000 | 2 | \$ 60.000 |
| Utensilio medico | Bascula | \$ 75.000 | 1 | \$ 75.000 |
| Medicamento | Desparasitantes drontal 20 ml | \$ 39.800 | 1 | \$ 39.800 |
| Medicamento | Desparasitante Kanix 10ml | \$ 18.800 | 1 | \$ 18.800 |
| Utensilio medico | Jeringas 100 X unidades | \$ 30.000 | 1 | \$ 30.000 |
| Medicamento | Metronidazol 250mg | \$ 9.900 | 1 | \$ 9.900 |
| Medicamento | Trimetoprim 160mg | \$ 61.750 | 1 | \$ 61.750 |
| Medicamento | Bismopet 120ml | \$ 24.500 | 1 | \$ 24.500 |
| Medicamento | Metoclopramida 10mg | \$ 13.200 | 1 | \$ 13.200 |
| Medicamento | Gentamicina 160mg | \$ 5.250 | 1 | \$ 5.250 |
| Medicamento | Oxitetraciclina inyectable 250ml | \$ 53.900 | 1 | \$ 53.900 |
| Medicamento | Colirio oftalmico 15ml | \$ 30.000 | 1 | \$ 30.000 |
| Medicamento | Finadyne 10ml | \$ 47.800 | 1 | \$ 47.800 |
| Medicamento | Meloxicam 15mg | \$ 15.000 | 2 | \$ 30.000 |
| Medicamento | Ensure en polvo 850gr | \$ 98.900 | 1 | \$ 98.900 |
| Medicamento | Dexametosona 8mg | \$ 36.950 | 1 | \$ 36.950 |
| Medicamento | Siligas 30ml | \$ 26.400 | 1 | \$ 26.400 |
| Medicamento | Calfosvit 50ml | \$ 36.100 | 1 | \$ 36.100 |
| Medicamento | Complejo B liquido 2.5mg | \$ 81.500 | 1 | \$ 81.500 |
| Medicamento | Azimelox 200mg | \$ 24.200 | 1 | \$ 24.200 |
| Línea de aseo | Toallas | \$ 40.000 | 4 | \$ 160.000 |
| Línea de aseo | Shampo Vasidin 100ml | \$ 13.800 | 2 | \$ 27.600 |
| Línea de aseo | Baño seco 100ml | \$ 17.200 | 1 | \$ 17.200 |
| Línea de aseo | Perfume 120ml | \$ 23.000 | 1 | \$ 23.000 |
| Línea de aseo | Secador | \$ 254.000 | 1 | \$ 254.000 |
| Línea de trabajo | Comedero en acero quirúrgico | \$ 26.000 | 6 | \$ 156.000 |
| Línea de trabajo | Bebedero en acero quirúrgico | \$ 26.000 | 6 | \$ 156.000 |
| Línea de trabajo | Guacales | \$ 32.000 | 6 | \$ 192.000 |
| Línea de aseo | Corta uñas | \$ 16.900 | 1 | \$ 16.900 |

| INVENTARIO GENERAL | | | | |
|--------------------|-----------------------------------|------------------|------------|---------------------|
| Tipo | Descripción | Precio de compra | Cantidades | Total |
| Línea de trabajo | Tijeras | \$ 15.700 | 1 | \$ 15.700 |
| Utensilio medico | Fundas para inseminación X 100 | \$ 30.000 | 1 | \$ 30.000 |
| Utensilio medico | Bolsas para Recolección X 50 | \$ 3.000 | 1 | \$ 3.000 |
| Línea de trabajo | Guantes de nitrilo x 100 unidades | \$ 39.900 | 1 | \$ 39.900 |
| Línea de trabajo | Mesa en acero inoxidable | \$ 900.000 | 1 | \$ 900.000 |
| Línea de trabajo | Nevera pequeña | \$ 950.000 | 1 | \$ 950.000 |
| Medicamento | Vacunas pupy | \$ 25.000 | 1 | \$ 25.000 |
| Total | | | | \$ 5.165.150 |

Tabla 17, Inventario general. Autor propio. 2022

En la tabla de inventario general se puede analizar que no se tendrá un inventario abundante, si no que se tendrá a disposición es lo requerido para el cuidado de los ejemplares y el crecimiento de los cachorros, se puede evidenciar que el total del inventario es de \$5.165.150. y se debe realizar un reabastecimiento del artículo cerca a estar acabado

Con Esta estrategia tratamos de garantizar que los productos se encuentren en buen estado y tener un stop amplio para poder tener una crianza y cuidado canino de tal manera de evitar algún tipo de virus o enfermedad

13.2 Nomina

- Tabla de nomina

| Titulo | Porcentaje | Servicios generales | Administrador | Crianza y cuidado |
|-----------------------|------------|---------------------|---------------|-------------------|
| Salario | | \$ 1.000.000 | \$ 1.500.000 | \$ 1.200.000 |
| Auxilio de transporte | | \$ 117.172 | \$ 117.172 | \$ 117.172 |

| | | | | |
|---------------------|--------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Cesantías | 8,33% | \$ 93.060 | \$ 134.710 | \$ 109.720 |
| Intereses ces | 1% | \$ 11.172 | \$ 16.172 | \$ 13.172 |
| Vacaciones anual | 4,17% | \$ 46.586 | \$ 67.436 | \$ 54.926 |
| Prima anual | 8,33% | \$ 93.060 | \$ 134.710 | \$ 109.720 |
| Salud | | \$ - | \$ - | \$ - |
| Pensión | 12% | \$ 134.061 | \$ 194.061 | \$ 158.061 |
| Riesgo Prof. | 1,044% | \$ 11.663 | \$ 16.883 | \$ 13.751 |
| Caja de compe. Fam. | 4% | \$ 44.687 | \$ 64.687 | \$ 52.687 |
| I.C.B.F | 0% | \$ - | \$ - | \$ - |
| SENA | 0% | \$ - | \$ - | \$ - |
| Total | | \$ 1.551.461 | \$ 2.245.831 | \$ 1.829.209 |
| | | | | \$ 5.626.502 |

Tabla 18, Nomina. Autor propio. 2022

En la tabla anterior se pueden apreciar el pago de cada uno de los colaboradores la cual tendrán un pago justo según su cargo, su profesión y experiencia laboral, de igual forma se evidencian las prestaciones de ley para obtener una mejor calidad de vida. De esta manera se puede generar sentido de permanencia con la organización.

13.3 Depreciación

- Tabla de depreciación

| Denominación | Valor del activo | Vida útil | Depreciación anual |
|--------------------------------|----------------------|-----------|---------------------|
| Equipo computo | \$ 2.000.000 | 5 | \$ 400.000 |
| Equipo de oficina | \$ 800.000 | 5 | \$ 160.000 |
| Muebles y enseres | \$ 1.600.000 | 10 | \$ 160.000 |
| Adecuaciones del lugar | \$ 20.000.000 | 5 | \$ 200.000 |
| Equipos de cámara de seguridad | \$ 2.000.000 | 5 | \$ 400.000 |
| Nevera | \$ 950.000 | 5 | \$ 190.000 |
| Total | \$ 27.350.000 | | \$ 1.510.000 |

Tabla 19, Depreciación. Autoría propia. 2022

En la tabla de depreciación se puede reflejar un valor de activos de \$1.510.000 anualmente. cada uno de los artículos reflejados van perdiendo valor en el lapso de tiempo de 5 y 10 años.

13.4 Punto de Equilibrio

- Tabla de punto de equilibrio

| | Mensual | Semestral |
|-----------------------|----------------|------------------|
| Precio Unitario | \$ 4.000.000 | \$ 120.000.000 |
| Costo Variable | \$ 308.000 | \$ 1.848.000 |
| Costos fijos | \$ 13.341.652 | \$ 80.049.914 |
| Depreciación | \$859166 | \$5155000 |
| Total de gastos fijos | \$ 14.200.819 | \$ 85.204.914 |
| Punto de equilibrio | 4 Caninos | 23 Caninos |

Tabla 20, Punto de equilibrio, Autor propio. 2022

- Escala de grafica

| Escala de grafica | | | | | |
|--------------------------|-----------------|-----------------------------|-------------------|--------------------|-----------------|
| | | 2 | | | |
| Cantidades | Ingresos | Costo total variable | Costo fijo | Costo total | Utilidad |
| 0 | \$ - | \$ - | \$ 85.204.914 | \$ 85.204.914 | -\$ 85.204.914 |
| 2 | \$ 8.000.000 | \$ 616.000 | \$ 85.204.914 | \$ 85.820.914 | -\$ 77.820.914 |
| 4 | \$ 16.000.000 | \$ 1.232.000 | \$ 85.204.914 | \$ 86.436.914 | -\$ 70.436.914 |
| 6 | \$ 24.000.000 | \$ 1.848.000 | \$ 85.204.914 | \$ 87.052.914 | -\$ 63.052.914 |
| 8 | \$ 32.000.000 | \$ 2.464.000 | \$ 85.204.914 | \$ 87.668.914 | -\$ 55.668.914 |
| 10 | \$ 40.000.000 | \$ 3.080.000 | \$ 85.204.914 | \$ 88.284.914 | -\$ 48.284.914 |
| 12 | \$ 48.000.000 | \$ 3.696.000 | \$ 85.204.914 | \$ 88.900.914 | -\$ 40.900.914 |
| 14 | \$ 56.000.000 | \$ 4.312.000 | \$ 85.204.914 | \$ 89.516.914 | -\$ 33.516.914 |

| Escala de grafica | | | | | |
|-------------------|----------------|----------------------|---------------|----------------|----------------|
| | | 2 | | | |
| Cantidades | Ingresos | Costo total variable | Costo fijo | Costo total | Utilidad |
| 16 | \$ 64.000.000 | \$ 4.928.000 | \$ 85.204.914 | \$ 90.132.914 | -\$ 26.132.914 |
| 18 | \$ 72.000.000 | \$ 5.544.000 | \$ 85.204.914 | \$ 90.748.914 | -\$ 18.748.914 |
| 20 | \$ 80.000.000 | \$ 6.160.000 | \$ 85.204.914 | \$ 91.364.914 | -\$ 11.364.914 |
| 22 | \$ 88.000.000 | \$ 6.776.000 | \$ 85.204.914 | \$ 91.980.914 | -\$ 3.980.914 |
| 23 | \$ 92.313.016 | \$ 7.108.102 | \$ 85.204.914 | \$ 92.313.016 | \$ - |
| 24 | \$ 96.000.000 | \$ 7.392.000 | \$ 85.204.914 | \$ 92.596.914 | \$ 3.403.086 |
| 26 | \$ 104.000.000 | \$ 8.008.000 | \$ 85.204.914 | \$ 93.212.914 | \$ 10.787.086 |
| 28 | \$ 112.000.000 | \$ 8.624.000 | \$ 85.204.914 | \$ 93.828.914 | \$ 18.171.086 |
| 30 | \$ 120.000.000 | \$ 9.240.000 | \$ 85.204.914 | \$ 94.444.914 | \$ 25.555.086 |
| 32 | \$ 128.000.000 | \$ 9.856.000 | \$ 85.204.914 | \$ 95.060.914 | \$ 32.939.086 |
| 34 | \$ 136.000.000 | \$ 10.472.000 | \$ 85.204.914 | \$ 95.676.914 | \$ 40.323.086 |
| 36 | \$ 144.000.000 | \$ 11.088.000 | \$ 85.204.914 | \$ 96.292.914 | \$ 47.707.086 |
| 38 | \$ 152.000.000 | \$ 11.704.000 | \$ 85.204.914 | \$ 96.908.914 | \$ 55.091.086 |
| 40 | \$ 160.000.000 | \$ 12.320.000 | \$ 85.204.914 | \$ 97.524.914 | \$ 62.475.086 |
| 42 | \$ 168.000.000 | \$ 12.936.000 | \$ 85.204.914 | \$ 98.140.914 | \$ 69.859.086 |
| 44 | \$ 176.000.000 | \$ 13.552.000 | \$ 85.204.914 | \$ 98.756.914 | \$ 77.243.086 |
| 46 | \$ 184.000.000 | \$ 14.168.000 | \$ 85.204.914 | \$ 99.372.914 | \$ 84.627.086 |
| 48 | \$ 192.000.000 | \$ 14.784.000 | \$ 85.204.914 | \$ 99.988.914 | \$ 92.011.086 |
| 50 | \$ 200.000.000 | \$ 15.400.000 | \$ 85.204.914 | \$ 100.604.914 | \$ 99.395.086 |

Tabla 21, Escala de gráfica, Autor propio.2022

- Grafica del punto de equilibrio

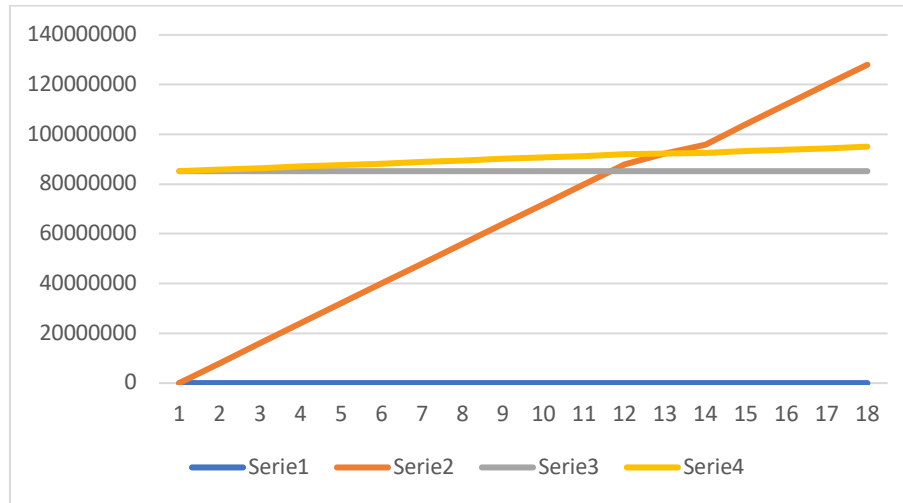


Ilustración 17, Grafica punto de equilibrio. 2022

Mensualmente tiene una cantidad de gastos fijos \$14.200.819 pero como la producción del criadero se realiza cada 6 meses los costos fijos serian de \$85.204.914 y seria cubierta por una totalidad de 23 caninos a un precio de \$4.000.000 para llegar al punto de equilibrio

13.5 Propuesta de venta

| Presupuesto de veta | | 50 | | | | | | | | | | | |
|---------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total |
| Cachorros | 2 | 2 | 2 | 2 | 6 | 5 | 5 | 4 | 6 | 4 | 6 | 6 | 50 |
| Precio de venta | \$ 4.000.000 | | | | | | | | | | | | |
| Ingresos | \$ 8.000.000 | \$ 8.000.000 | \$ 8.000.000 | \$ 8.000.000 | \$ 24.000.000 | \$ 20.000.000 | \$ 20.000.000 | \$ 16.000.000 | \$ 24.000.000 | \$ 16.000.000 | \$ 24.000.000 | \$ 24.000.000 | \$ 200.000.000 |
| Costos variables unitario | \$ 308.000 | | | | | | | | | | | | |
| Gasto de venta | \$ 616.000 | \$ 616.000 | \$ 616.000 | \$ 616.000 | \$ 1.848.000 | \$ 1.540.000 | \$ 1.540.000 | \$ 1.232.000 | \$ 1.848.000 | \$ 1.232.000 | \$ 1.848.000 | \$ 1.848.000 | \$ 15.400.000 |

Ilustración 18, Propuesta de venta. Autor propio.2022

Se espera tener una producción minima anual de 50 canino al precio mínimo de \$4.000.000

13.6 Flujo de caja

- Flujo de caja mensual

| <i>Flujo de caja mensual</i> | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre |
| INGRESOS | | | | | | | | | | | | |
| Ingresos de venta | \$ 8.000.000 | \$ 8.000.000 | \$ 8.000.000 | \$ 8.000.000 | \$ 24.000.000 | \$ 20.000.000 | \$ 20.000.000 | \$ 16.000.000 | \$ 24.000.000 | \$ 16.000.000 | \$ 24.000.000 | \$ 24.000.000 |
| Otros ingresos | | | | | | | | | | | | |
| TOTAL DE INGRESOS | \$ 8.000.000 | \$ 8.000.000 | \$ 8.000.000 | \$ 8.000.000 | \$ 24.000.000 | \$ 20.000.000 | \$ 20.000.000 | \$ 16.000.000 | \$ 24.000.000 | \$ 16.000.000 | \$ 24.000.000 | \$ 24.000.000 |
| EGRESOS | | | | | | | | | | | | |
| Costos de ventas | \$ 616.000 | \$ 616.000 | \$ 616.000 | \$ 616.000 | \$ 1.848.000 | \$ 1.540.000 | \$ 1.540.000 | \$ 1.232.000 | \$ 1.848.000 | \$ 1.232.000 | \$ 1.848.000 | \$ 1.848.000 |
| Depreciacion | \$ 859.167 | \$ 859.167 | \$ 859.167 | \$ 859.167 | \$ 859.167 | \$ 859.167 | \$ 859.167 | \$ 859.167 | \$ 859.167 | \$ 859.167 | \$ 859.167 | \$ 859.167 |
| Gastos fijos | \$ 169.124.652 | \$ 169.124.652 | \$ 169.124.652 | \$ 169.124.652 | \$ 169.124.652 | \$ 169.124.652 | \$ 169.124.652 | \$ 169.124.652 | \$ 169.124.652 | \$ 169.124.652 | \$ 169.124.652 | \$ 169.124.652 |
| TOTAL DE EGRESOS | \$ 170.599.819 | \$ 170.599.819 | \$ 170.599.819 | \$ 170.599.819 | \$ 171.831.819 | \$ 171.523.819 | \$ 171.523.819 | \$ 171.215.819 | \$ 171.831.819 | \$ 171.215.819 | \$ 171.831.819 | \$ 171.831.819 |
| Utilidad antes de impuesto | \$ 178.599.819 | \$ 178.599.819 | \$ 178.599.819 | \$ 178.599.819 | \$ 195.831.819 | \$ 191.523.819 | \$ 191.523.819 | \$ 187.215.819 | \$ 195.831.819 | \$ 187.215.819 | \$ 195.831.819 | \$ 195.831.819 |
| Impuesto 35% | \$ 62.509.937 | \$ 62.509.937 | \$ 62.509.937 | \$ 62.509.937 | \$ 68.541.137 | \$ 67.033.337 | \$ 67.033.337 | \$ 65.525.537 | \$ 68.541.137 | \$ 65.525.537 | \$ 68.541.137 | \$ 68.541.137 |
| UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTO | \$ 116.089.882 | \$ 116.089.882 | \$ 116.089.882 | \$ 116.089.882 | \$ 127.290.682 | \$ 124.490.482 | \$ 124.490.482 | \$ 121.690.282 | \$ 127.290.682 | \$ 121.690.282 | \$ 127.290.682 | \$ 127.290.682 |
| Depreciacion | \$ 859.167 | \$ 859.167 | \$ 859.167 | \$ 859.167 | \$ 859.167 | \$ 859.167 | \$ 859.167 | \$ 859.167 | \$ 859.167 | \$ 859.167 | \$ 859.167 | \$ 859.167 |
| Inversion | | | | | | | | | | | | |
| Activos fisicos | | | | | | | | | | | | |
| Capital de trabajo | | | | | | | | | | | | |
| FLUJO DE CAJA NETO | \$ 116.949.049 | \$ 116.949.049 | \$ 116.949.049 | \$ 116.949.049 | \$ 128.149.849 | \$ 125.349.649 | \$ 125.349.649 | \$ 122.549.449 | \$ 128.149.849 | \$ 122.549.449 | \$ 128.149.849 | \$ 128.149.849 |

Ilustración 19, Flujo de caja, Autor propio. 2022

Flujo de caja anual

| | | | | | |
|--------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Inflación | 9,70% | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 |
| Pronostico Canti | | 8% | 10% | 12% | 12% |
| Cantidades | 50 | 54 | 59 | 67 | 75 |
| Pronostico precio | \$ 4.000.000 | \$ 4.388.000 | \$ 4.813.636 | \$ 5.280.559 | \$ 5.792.773 |
| | | | \$ - | | |

Ilustración 20, FM, autor propio. 20202

| INGRESOS | | | | | | |
|------------------------------------|-----------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| COSTOS DE VENTA UNITARIO | PRECIO VARIABLE UNIT | \$ 308.000 | \$ 337.876 | \$ 370.650 | \$ 406.603 | \$ 446.044 |
| FLUJO DE CAJA ANUAL | | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| INGRESOS | 0 | \$200.000.000 | \$236.952.000 | \$285.929.978 | \$351.305.009 | \$431.627.386 |
| Ingresos de ventas | | | | | | |
| Otros ingresos | | | | | | |
| TOTAL INGRESOS | | \$200.000.000 | \$236.952.000 | \$285.929.978 | \$351.305.009 | \$431.627.386 |
| EGRESOS | | | | | | |
| Costo de ventas | | \$ 15.400.000 | \$ 18.245.304 | \$ 22.016.608 | \$ 27.050.486 | \$ 33.235.309 |
| Depreciación | | \$ 859.167 | \$ 859.167 | \$ 859.167 | \$ 859.167 | \$ 859.167 |
| Gasto fijos (Salarios, etc) | | \$ 13.341.652 | \$ 14.635.793 | \$ 16.055.464 | \$ 17.612.845 | \$ 19.321.290 |
| TOTAL EGRESOS | | \$ 29.600.819 | \$ 33.740.263 | \$ 38.931.239 | \$ 45.522.497 | \$ 53.415.766 |
| Utilidad antes de impuestos | | \$170.399.181 | \$203.211.737 | \$246.998.739 | \$305.782.512 | \$378.211.620 |
| Impuesto 35% | | \$ 59.639.713 | \$ 71.124.108 | \$ 86.449.559 | \$107.023.879 | \$132.374.067 |
| Utilidad después de impuesto | | \$110.759.468 | \$132.087.629 | \$160.549.180 | \$198.758.633 | \$245.837.553 |
| Depreciación | | \$ 859.167 | \$ 859.167 | \$ 859.167 | \$ 859.167 | \$ 859.167 |
| INVERSION: | | | | | | |
| Activos Fijos | -\$ 77.350.000 | | | | | |
| Capital de trabajo | -\$ 14.641.652 | | | | | |
| Flujo de caja neto | -\$ 91.991.652 | \$111.618.634 | \$132.946.796 | \$161.408.347 | \$199.617.799 | \$246.696.720 |

Ilustración 21, Flujo de caja Anual, Autor propio. 2022

| | |
|-------------|-------------------------|
| TIO | 13,9% |
| VNA | \$557.003.595 |
| VPN | \$465.011.943 |
| TIR | 138% |
| TIRM | 63% |
| PRI | 1 año y 7 meses 23 días |
| B/C | 6,1 |

Ilustración 22,Indicadores. Autor propio 2022

Se puede concluir con las tablas analizadas y los diferentes datos validados, donde nos refleja los resultados de la idea de negocio es viable, dado que al presentar un Tir del 138%, aunque es alto esto si es real, debido que demanda un nivel bajo de mantenimiento, los costos fijos son bajos, como son servicios, Mano de Obra, Impuestos

14. Posibles Riesgos y Problemas

Para mitigar los posibles riesgos se creara un plan de ética y seguridad además de un estricto nivel de vigilancia que se les realizará a los ejemplares, además las instalaciones tendrán unas adecuaciones especiales para evitar accidentes como un botiquín, extintor y correas de ahogo. La limpieza general tendrá una programación diaria y fumigación que este programada para realizarse cada 3 meses.

15. Impacto Social, Económico, Cultural, Ambiental del proyecto

15.1 Social y Cultural

El impacto social de este proyecto tendrá un efecto positivo porque generará un bien para las familias que adquieran el canino como apoyo emocional, reducción del nivel de estrés o el aumento de actividades físicas.

15.2 Económico

La creación del criadero afectara de manera positiva la economía porque aumentara el flujo comercial de medicamentos, alimentos , accesorios o utensilios de limpieza de canes en las diferentes tiendas veterinarias. De igual forma se generaría nuevos empleos directos e indirectos que beneficiarían distintas regiones, desde la translocalidad, libertad, y sostenibilidad personal y del entorno.

15.3 Ambiental

Aunque no se genere un beneficio directo con el medio ambiente, está claro que no se está causando un perjuicio al mismo como ocurre con otros sectores industriales. Se utilizara pozo séptico en la recolección de las excretas y con ayuda de empresas especializadas en el vaciado de estos pozos las reconecta y por tratarse de residuo de origen animal de esa manera se evita que llegue a fuentes hídricas o lugares inadecuados , generando contaminación de riesgos biológico

16. Conclusiones

A partir de los diferentes artículos y elementos a los que se recurrieron para obtener los cálculos y proyecciones que se han venido plasmando a lo largo de esta investigación se puede concluir que la importancia que han cobrado las mascotas, particularmente y para este caso los perros en la vida cotidiana y en la sociedad actual, las muestran no solo como un apoyo emocional y una parte relevante en las familias sino que también se constituyen en una alternativa de negocio y que sin lugar a duda como emprendimiento ofrece diversos beneficios tanto fiscales como de desarrollo económico para la región y desde luego para el usufructo personal.

Se logró establecer las preferencias existentes por los perros como compañía e incluso la importancia que ocupan dentro de la sociedad, determinando su demanda y dejando claro que en la actualidad las razas pequeñas son las que obtienen mayor aceptación debido a las implicaciones de manutención y espacios y que indudablemente generen mayor rentabilidad al momento de la explotación.

Una vez investigados y abordados los requisitos exigidos para el desarrollo de la actividad de cría y comercialización de canino, se estableció que no excede en requisitos que causen mayor dificultad ni complejidad para reunirlos y cumplirlos así mismo que existen en cursos normas que permitirían el mejoramiento de las condiciones del negocio .

La investigación permitió encontrar los mecanismos y herramientas que en la actualidad generan diversos beneficios y el éxito de quienes desarrollan esta

actividad, consiguiendo la optimización entre inversión de recursos y beneficios para la explotación en menor y mayor escala.

Por definición propia, los negocios que permiten un pronto retorno de la inversión inicial y el crecimiento del mismo desde esta, se pueden calificar como rentables y como altamente acertados, ya que se cumplirían con dos de los principales pilares de un emprendimiento. Y entendiendo la demanda que existe en la actualidad por las mascotas estaría claro la viabilidad de este negocio

17. Bibliografía

Charry. (2019). Casa o apartamento. *La Republica*, 3.

Semana. (2020). Vida moderna. *Revista Semana*, 4.

Rodriguez, M. (2020). os jóvenes están revaluando la maternidad y la paternidad. *Univerdad del Rosario*, 4.

Semana. (2020). Los jovenes colombianos prefieren mascotas. *Revista Semana*, 2.

Semana. (2020). Los jovenes colombianos prefieren mascotas. *Revista Semana*, 3.

Semana. (2020). *Revista Semana* , 2.

Valera, M. (2019). *Reproduccion canina*, 6.

Tamayo, T. y. (2020). *Revista cientifica Recimundo*, 166.

Gonzalez, X. (2019). Las personas prefieren comprar un perro por estatus. 4.