

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL PARQUE TEMÁTICO CANINO  
CANIAVENTURA

JESSICA SUAREZ GOMEZ

Código: 351518

KELLY JOHANA PEDREROS CASTILLO

Código: 351501

YULY ANDREA FARFAN RUGE

Código: 351497

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA



FACULTAD DE ECONOMIA

ESPECIALIZACIÓN EN FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN SOCIAL Y  
ECONÓMICA DE PROYECTOS

Tutor: Andres Paz Ortega

FACTIBILIDAD PARQUE CANIAVENTURA

BOGOTA D.C 2019

# Contenido

Resumen ejecutivo .....	6
Objetivo general .....	7
Objetivo específicos .....	7
Planeación estratégica .....	7
Misión .....	7
Visión .....	7
Valores corporativos .....	7
Información preliminar del parque.....	8
Necesidades que cubre .....	8
Estudio de mercado .....	9
Mercado objetivo.....	9
Diseño de la investigación.....	11
Ejecución del diseño.....	15
Estudio Técnico.....	25
La organización (organización administrativa y operativa) .....	25
La financiación .....	26
La tecnología y los equipos .....	27
La disponibilidad de materias primas.....	27
Localización del proyecto .....	28
Método cualitativo por puntos.....	28
Ingeniería del proyecto.....	31
Aspectos legales .....	40
Estudio económico y financiero .....	41
Estados financieros.....	45
Flujo de caja .....	47
Indicadores de evaluación financiera .....	47
Evaluación Social y Económica .....	51
Valor Presente Neto Socio Económico .....	52
Conclusiones .....	53
Anexos.....	54
Anexo 1 .....	54

Bibliografía .....	55
--------------------	----

<b>Tabla 1.</b> Preguntas establecidas en la encuesta. ....	14
<b>Tabla 2.</b> Carga Salarial .....	26
<b>Tabla 3.</b> Listado de precios de materiales a usar. ....	27
<b>Tabla 4.</b> Asignación de puntos a factores relevantes.....	29
<b>Tabla 5.</b> Zonas posibles para el desarrollo del Parque. ....	30
<b>Tabla 6.</b> Calificación de posibles lugares. ....	30
<b>Tabla 7.</b> Resultados finales.....	31
<b>Tabla 8.</b> Distribución por zonas. ....	34
<b>Tabla 9.</b> Listado de elementos.....	35
<b>Tabla 10.</b> Capacidad diseñada .....	38
<b>Tabla 11.</b> Capacidad instalada.....	39
<b>Tabla 12.</b> Normativa.....	40
<b>Tabla 13.</b> Factores que determinan el proyecto.....	42
<b>Tabla 14.</b> Presupuesto de ingresos .....	43
<b>Tabla 15.</b> Presupuesto Gastos.....	43
<b>Tabla 16.</b> Presupuesto de inversión.....	44
<b>Tabla 17.</b> Gastos financieros .....	44
<b>Tabla 18.</b> Presupuesto de costos.....	44
<b>Tabla 19.</b> Estados de resultados .....	45
<b>Tabla 20.</b> Balance general Parque Caniaventura.....	46
<b>Tabla 21.</b> Flujo de caja libre.....	47
<b>Tabla 22.</b> VNP.....	48
<b>Tabla 23.</b> Tasa Interna de Retorno, Tasa Interna de Retorno Ajustado y Tasa Interna de oportunidad .....	48
<b>Tabla 24.</b> Punto de Equilibrio.....	49
<b>Tabla 25.</b> ROA .....	49
<b>Tabla 26.</b> EBITDA .....	49
<b>Tabla 27.</b> ROE.....	50
<b>Tabla 28.</b> Estimación de precio cuenta para Colombia. ....	51
<b>Tabla 29.</b> Flujo de caja socio económico .....	51
<b>Tabla 30.</b> VNP Socio Económico.....	52
<b>Tabla 31.</b> TIRS, TIRSM.....	52

<b>Ilustración 1.</b> Estrategias y objetivos Parque Caniaventura.....	8
<b>Ilustración 2.</b> Calculadora de muestra para proporciones.....	13
<b>Ilustración 3.</b> Pregunta 1. Encuesta investigación de mercados .....	15
<b>Ilustración 4.</b> Pregunta 2. Encuesta investigación de mercados .....	16
<b>Ilustración 6.</b> Pregunta 4. Encuesta investigación de mercados .....	18
<b>Ilustración 7.</b> Pregunta 5.Encuesta investigación de mercados .....	19
<b>Ilustración 8.</b> Pregunta 6. Encuesta investigación de mercados .....	20
<b>Ilustración 9.</b> Pregunta 7. Encuesta investigación de mercados .....	21
<b>Ilustración 10.</b> Pregunta 8. Encuesta investigación de mercados .....	22
<b>Ilustración 11.</b> Pregunta 9. Encuesta investigación de mercados .....	23
<b>Ilustración 12.</b> Pregunta 10. Encuesta investigación de mercados .....	24
<b>Ilustración 13.</b> Organigrama del parque Caniaventura .....	26
<b>Ilustración 15.</b> Distribución general del parque.....	33
<b>Ilustración 16.</b> Distribucion del Parque-3D .....	33
<b>Ilustración 17.</b> Elementos del circuito de obstáculos.....	35
<b>Ilustración 18.</b> Elementos del Gimnasio.....	36



## Atribución-Compartir Igual 2.5 Colombia (CC BY-SA 2.5)

La presente obra está bajo una licencia:  
**Atribución-Compartir Igual 2.5 Colombia (CC BY-SA 2.5)**  
Para leer el texto completo de la licencia, visita:  
<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.5/co/>

### Usted es libre de:

- Compartir - copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra
- hacer obras derivadas
- hacer un uso comercial de esta obra



### Bajo las condiciones siguientes:



**Atribución** — Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciante (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o que apoyan el uso que hace de su obra).



**Compartir bajo la Misma Licencia** — Si altera o transforma esta obra, o genera una obra derivada, sólo puede distribuir la obra generada bajo una licencia idéntica a ésta.

## **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL PARQUE TEMÁTICO CANINO CANIAVENTURA**

### ***Resumen ejecutivo***

En la actualidad, las mascotas se han convertido en parte de las familias que conforman la sociedad, y en un punto de referencia para la educación, el esparcimiento y el ocio en las familias. Por esta razón, son estas quienes invierten anualmente más de 700.000 millones de pesos en alimentación para sus mascotas. Los perros en muchos momentos son el centro de atención de las familias debido a que su conformación ya no es la misma que hace 10 años. Esto implica que tanto en niños como adultos, los caninos se convierten en un referente para inculcar valores como la responsabilidad, el respeto y el sentido de solidaridad, son los perros quienes están condiciones fisiológica y físicamente para compartir con los humanos en espacios abiertos con otras personas y animales.

Para ello se crea el Parque Caniaventura, un espacio exclusivo ubicado al norte de la ciudad de Bogotá en donde los caninos podrán asistir con sus dueños y desarrollar diferentes actividades recreativas como circuitos de juegos de agilidad señalizados, espacios de sombra, zonas de hidratación y de descanso, al aire libre o cubiertos con piso especial para absorción y filtrado de líquidos, piscinas y canódromos separados para razas pequeñas y grandes. El parque tendrá una capacidad instalada promedio de 320 perros diarios por atracción y un precio de 50.000 pesos para ingresos a todas las bases del parque.

El parque tendrá como fin último fortalecer los vínculos entre las mascotas y sus dueños, generar ingresos para los inversionistas y obtener una utilidad final atractiva además de crear espacios divertidos y al aire libre para el disfrute de ambos y generar conciencia sobre la tenencia responsable de las mascotas.

## ***Objetivo general***

Establecer la viabilidad cualitativa y cuantitativa del parque temático para perros Caniaventura por medio de la realización del estudio de mercado, técnico, financiero, social y económico.

## **Objetivo específicos**

1. Analizar el estudio de mercados para establecer el mercado objetivo del proyecto.
2. Desarrollar el estudio técnico y operativo del proyecto.
3. Determinar los distintos indicadores financieros, sociales y económicos del proyecto para conocer su viabilidad.

## ***Planeación estratégica***

### **Misión**

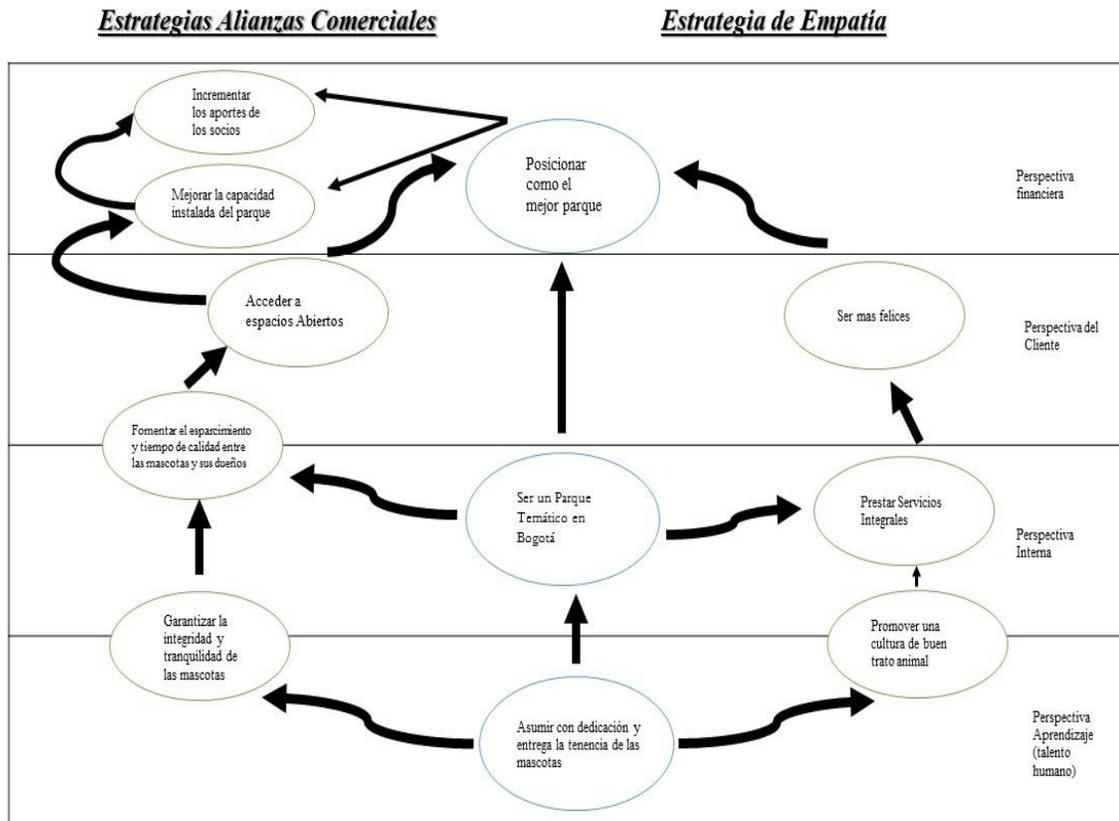
Caniaventura es el primer parque temático privado para perros en Bogotá, que por medio del acceso a espacios abiertos y la prestación de servicios integrales fomenta el esparcimiento y tiempo de calidad entre las mascotas y sus dueños.

### **Visión**

Para el 2024 Caniaventura se posicionará como el referente de los parques caninos en Colombia y vinculará nuevas líneas de negocio, será el mejor parque en Colombia con mayor cobertura en el país donde familias, mascotas y colaboradores sean más felices promoviendo la cultura del buen trato animal.

### **Valores corporativos**

- \*Seguridad: garantizar integridad y tranquilidad de las mascotas y sus dueños.
- \*Responsabilidad: asumir con dedicación y entrega la tenencia de las mascotas.
- \*Crecimiento: incrementar los aportes de los socios y mejorar la capacidad instalada del parque.



**Ilustración 1.** Estrategias y objetivos Parque Caniaventura  
Fuente: Propia, (2018)

**Información preliminar del parque**

Necesidades que cubre

Con el aumento de la población y por tanto la reducción de los espacios en los cuales conviven las familias, los dueños de las mascotas se han visto en la tarea de buscar espacios abiertos para el disfrute tanto de animales como humanos. Cuando se identifica esta necesidad, nace la idea de crear Parque Caniaventura, bajo la premisa de cubrir dos necesidades básicas de los caninos:

1. Actividad física: todos los perros deben realizar actividades que mejoren su desarrollo muscular y psicomotor, esta deberá realizarse de manera diaria teniendo en cuenta sus características; esto genera beneficios como:
  - Fortalecer su sistema óseo, inmunológico y cardiovascular.
  - Ser más obediente.
  - Dormir mejor.
  - Desarrollar mejores habilidades cognitivas.
  - Ser más sociable con otros perros y personas.
2. Socialización y entretenimiento: todas las mascotas necesitan compartir con otros y de esta manera se pueden sentir más seguros y protegidos, disfrutando de la compañía de otros animales y el hombre. (MASCOTAPEDIA, 2018)

Caniaventura será la mejor opción que podrán elegir los dueños de los caninos para disfrutar de un espacio exclusivo, diferente y atractivo para el cubrimiento de las necesidades de ejercicio y socialización.

### ***Estudio de mercado***

#### **Mercado objetivo**

En los últimos años la sociedad ha empezado a generar más conciencia sobre el bienestar de los animales y por esta razón se ha incrementado la tenencia y adopción de mascotas en los hogares, convirtiéndose en un mercado potencial para incursionar con un proyecto como Caniaventura. En ese orden de ideas, nuestro mercado objetivo serán las familias ubicadas en la zona norte de Bogotá y sus alrededores que cuenten con perros como mascotas, que quieran acceder a un espacio de esparcimiento exclusivo y que sus ingresos y disposición a pagar les permitan acceder a un servicio de este tipo.

Según (Ballestas L. N., 2018) “el mercado de las mascotas en Colombia crece por encima de la inflación. En el 2017 se incrementó un 16 por ciento frente al año anterior, es

decir, casi cuatro veces más que el índice de precios al consumidor (IPC) del año pasado, que fue de 4,09 por ciento. Y no es para menos: en 4 de cada 10 familias hay al menos una mascota, y, en promedio, el presupuesto que gastan al año es de 700.000 millones de pesos, solo para alimentarlos. Después de la comida, que además se volvió objeto de investigación en el sector alimentario que anda en busca de garantizar la nutrición de las mascotas, la industria y el comercio han creado todo tipo de accesorios y servicios, por lo que se proyecta que el valor total que representará este negocio en el 2018 en Colombia será de 3,02 billones de pesos, de los cuales 2,99 billones serán del segmento comida y 24.900 millones se inscribirán en el gasto de otros productos para mascotas. Así lo establecen los cálculos realizados por la firma Euromonitor, según los cuales este mercado ha crecido 103,6 por ciento en comparación con el 2013, y, según sus proyecciones, para los próximos cinco años tendrá un incremento del 79,5 por ciento”.

### Tamaño

Según el (Observatorio de Salud Ambiental de Bogotá, 2016) para el año 2017, se proyectó una población de 1.262.469 animales de los cuales 903.573 (78%) son caninos y 275.943 (22%) son felinos. En comparación con la población proyectada para el 2016, se percibe un incremento del 5% (66.415 animales).

De este mercado de 903.573 perros en la ciudad de Bogotá se estima poder atender un mercado objetivo cercano al 23%, es decir 207.822 caninos y sus dueños en el año, a los cuales se podría llegar en algún momento a ofrecer nuestro servicio. (Ministerio de salud, 2017).

Cuando se piensa en la capacidad instalada del parque se estima que se podrá tener un área aproximada de 3.000 metros cuadrados (estimada en el estudio técnico en etapas posteriores). Con la posibilidad de crecimiento y ampliación en el mediano y largo plazo. Además se podrán atender hasta 320 perros promedio por día por atracción (descripción realizada en el estudio técnico), pensando en un horario de atención de 9 am hasta las 5 pm de viernes a domingo (incluyendo días festivos).

### Diseño de la investigación

#### Tipo de estudio

De acuerdo a lo establecido en el proyecto de Parque Caniaventura, puede definirse como un estudio exploratorio y descriptivo. El primero porque busca indagar si el mercado de la humanización de mascotas es lo suficientemente amplio, con capacidad de pago y con demanda concreta como para poder apuntar con un proyecto como este que genere rentabilidad y estabilidad financiera en el largo plazo.

Será descriptivo además porque en el estudio de mercado realizado en este trabajo se establecen las condiciones ya evidenciadas y estudiadas por otros expertos en cuanto al mercado de las mascotas en Colombia, y específicamente en Bogotá, además se describen y analizan los resultados hallados en las encuestas aplicadas a la muestra calculada con respecto a la población total donde se establece disposición a pagar, atracciones, métodos de entrada, potencial asistencia del parque, tamaño más común de los caninos y servicios adicionales, esto nos ayudará no sólo a establecer nuestro mercado objetivo sino dichas particularidades.

#### Segmento de estudio

Caniaventura se desenvuelve en el mercado de humanización de las mascotas. Para segmentar este mercado se debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. Familias de 1 o más integrantes con perros en su hogar.
2. Residentes en el norte de Bogotá o municipios o barrios cercanos.

3. Con ingresos familiares mensuales promedios mayores a 2,5 y 4 millones de pesos (clase media baja y media alta).
4. Con facilidades para transportar a su mascota
5. Que disfruten de espacios abiertos para compartir con su canino.

Esta segmentación se logrará restringir sobre el universo de la población por medio de dos herramientas: la búsqueda de información acerca de la población de caninos en Bogotá y la encuesta elaborada a personas que tiene perros.

#### Muestra y tamaño.

De acuerdo con la Encuesta Nacional de Presupuestos de los Hogares, publicada el pasado 6 de agosto de 2018 por el DANE, el número de hogares con animales en Colombia aumentó un 60,20 % entre 2006 y 2017 al pasar de 830 mil a 2.096.000 hogares. De ese total de hogares colombianos, el 20% aproximadamente habitan en la capital, es decir, el mercado se reduce a 419.200 hogares bogotanos con animales.

De ese total de hogares se estima según Miguel de La Torre, director de Nuevos Negocios de la firma Kantar Worldpanel, que la producción alrededor de las mascotas está creciendo debido al incremento de hogares que las acogen. “Existen más de 3’500.000 hogares con mascotas, de los cuales 67 por ciento tienen perro, 18 por ciento prefirieron gato y 16, ambos”, dijo De La Torre.

Es decir, si se toma el 67% de los 419.200 hogares bogotanos con mascotas, se tendría una población de 280.864 familias bogotanas con perros.

En cuanto a las familias que perciben entre de 2,5 y 4 millones de pesos mensuales en promedio, es decir, clases media baja y media alta. La clase media en Colombia (consolidada y emergente) pasó del 57,6 % en el año 2009 al 70,8 %, en el 2017, según datos de Departamento Nacional de Planeación. Esto nos reduce la población total objetivo a 198.851 familias bogotanas de clase media consolidada y emergente con perros.

En ese orden de ideas, y usando la herramienta de netquest.com se obtuvo una muestra de 384 individuos con una población total de 198.851 familias, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

**Calculadora de muestra para proporciones**

Calcula el tamaño de muestra que necesitas cuando tu encuesta mide un porcentaje o proporción (por ejemplo, el % de personas que fuman en la población). En esta calculadora avanzada podrás ver cómo se relacionan margen de error, nivel de confianza y tamaño de muestra. Más información sobre las fórmulas empleadas aquí.

Para usar la calculadora:

- Indica el tamaño del universo y qué grado de heterogeneidad hay en la población.
- Indica 2 de los 5 parámetros restantes. Por ejemplo, si indicas la muestra y el nivel de confianza, podrás calcular el margen de error.
- Pulsa en CALCULAR. El valor calculado quedará destacado.

198851	50
<b>TAMAÑO DEL UNIVERSO</b>	<b>HETEROGENEIDAD %</b>
Número de personas que componen la población a	Es la diversidad del universo. Lo habitual es usar 50%, el peor
5	95
<b>MARGEN DE ERROR %</b>	<b>NIVEL DE CONFIANZA %</b>
Menor margen de error requiere mayor muestra.	Mayor nivel de confianza requiere mayor muestra. Lo habitual es entre 95% y 99%.
384	
<b>MUESTRA</b>	
Personas a encuestar	

### ***Ilustración 2.*** Calculadora de muestra para proporciones

Fuente: Tomado de <https://www.netquest.com/es/panel/calculadora-muestras/calculadoras-estadisticas?submissionGuid=4ae34e81-cbba-4347-ae62-cd62534cb21d&fbclid=IwAR3fBXFkaAA6P4iU6gZKBDIa-PRRyku1k1gdYK6M1ACWKZ5ioUBMQDdUYs>, (2018)

### Variables a medir

En este estudio de mercado se pretende establecer las condiciones óptimas sobre las cuales se va a establecer y estructurar Caniaventura desde los horarios de apertura hasta el nivel de público esperado mensualmente. En ese orden de ideas las variables a medir serán:

1. Potencial asistencia mensual al parque.
2. Tamaño común de los caninos de los demandantes del servicio.
3. Posible frecuencia de asistencia mensual.
4. Espacios frecuentados de paseo para las mascotas.
5. Tiempo estimado promedio de permanencia en los espacios mencionados.
6. Gasto mensual en productos y servicios para la mascota.
7. Disposición a pagar por la entrada a Caniaventura
8. Percepción cualitativa sobre las atracciones del parque.
9. Servicios adicionales con los que les gustaría contar para los propietarios o sus mascotas.
10. Acceso a atracciones mediante pasaportes o sin ellos.

### Diseño de instrumento

Con base en las variables mencionadas anteriormente se aplicó la siguiente encuesta:

Estudio de mercados Caniaventura

El parque Caniaventura será un parque exclusivo para los perros y sus dueños en Bogotá, que contará con las siguientes atracciones: piscinas climatizadas, zona de spa, Canódromo y zona de obstáculos.

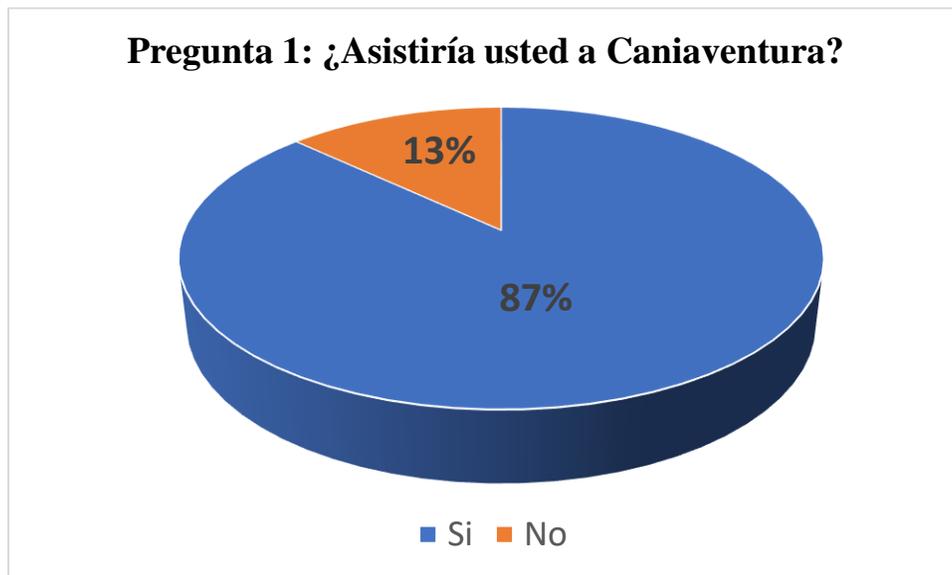
**Tabla 1.** Preguntas establecidas en la encuesta.

<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>
1. ¿Asistiría usted a Caniaventura?	Si No
2. ¿Cuál es el tamaño de su mascota?	Grande Mediano Pequeño Miniatura
3. ¿Con qué frecuencia iría al parque con su mascota?	Una vez al mes Dos veces al mes Tres veces al mes Cuatro veces al mes Más de cuatro veces al mes No iría al parque
4. ¿Cuáles espacios usa para pasear con su mascota?	Parques cercanos Zonas verdes Zonas residenciales Otro (especifique)
5. ¿Cuál es el tiempo estimado que usa para pasear con su mascota?	Entre 5 y 20 minutos Entre 21 y 30 minutos Entre 30 y 45 minutos Más de una hora
6. ¿Cuánto dinero mensual invierte en su mascota?	Entre 30.000 y 70.000 pesos Entre 71.000 y 120.000 pesos Entre 121.000 y 170.000 pesos Más de 171.000 pesos
7. ¿Estaría dispuesto a pagar por una entrada al parque con su mascota un valor entre 30.000 y 50.000 pesos?	Si No
8. ¿Cómo calificaría las atracciones propuestas para Caniaventura?	Excelentes Buenas Regulares Malas
9. ¿Cuáles servicios adicionales le gustaría encontrar dentro del parque?	Zona de restaurante Tienda de mascotas Veterinaria

	Servicios de adiestramiento canino
10. ¿Le gustaría contar con acceso a todas las atracciones o con pasaportes exclusivos para algunas de ellas?	Me gustaría contar con acceso a todas las atracciones Me gustaría acceder a pasaportes exclusivos para algunas atracciones Podría tener ambas opciones Otro (especifique)

Fuente: Propia, (2018), con base en  
 surveymonkey:[https://es.surveymonkey.com/analyze/plRuhShFBPseMAqnYHOEiwEe\\_2BzxGkKq5hHk8bD\\_2FMfvY\\_3D&tab\\_clicked=1](https://es.surveymonkey.com/analyze/plRuhShFBPseMAqnYHOEiwEe_2BzxGkKq5hHk8bD_2FMfvY_3D&tab_clicked=1)

Ejecución del diseño

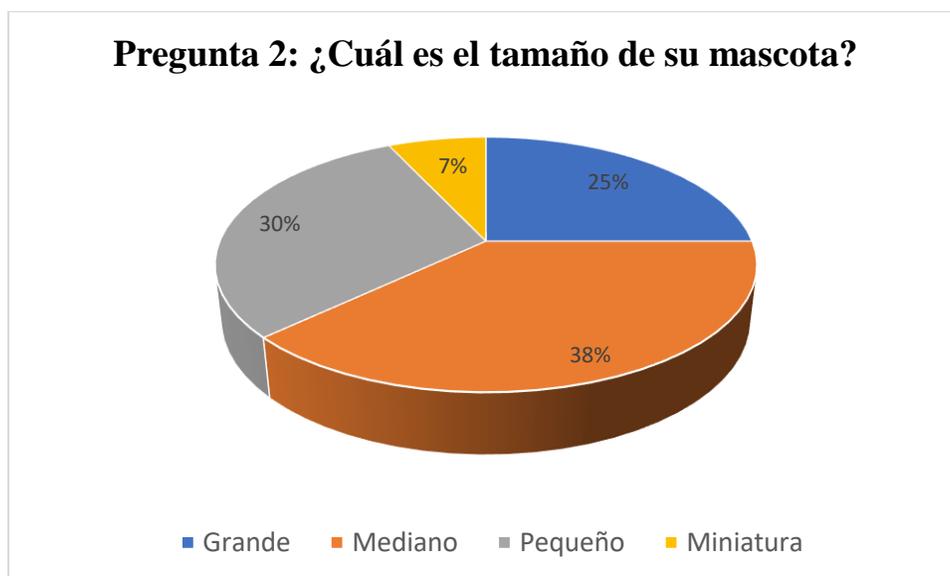


**Ilustración 3.** Pregunta 1. Encuesta investigación de mercados

Fuente:[https://es.surveymonkey.com/analyze/plRuhShFBPseMAqnYHOEiwEe\\_2BzxGkKq5hHk8bD\\_2FMfvY\\_3D&tab\\_clicked=1](https://es.surveymonkey.com/analyze/plRuhShFBPseMAqnYHOEiwEe_2BzxGkKq5hHk8bD_2FMfvY_3D&tab_clicked=1)

La ilustración 3 con un total de 100 personas encuestadas nos muestra que 87 personas que representan el 87% SI irían al parque, mientras que contrariamente 13 personas que representan el 13% NO asistirían al parque.

El gran porcentaje determinado para la respuesta del SI nos arroja una respuesta totalmente positiva, pues definitivamente se tendrá una gran participación y asistencia al Parque Caniaventura.

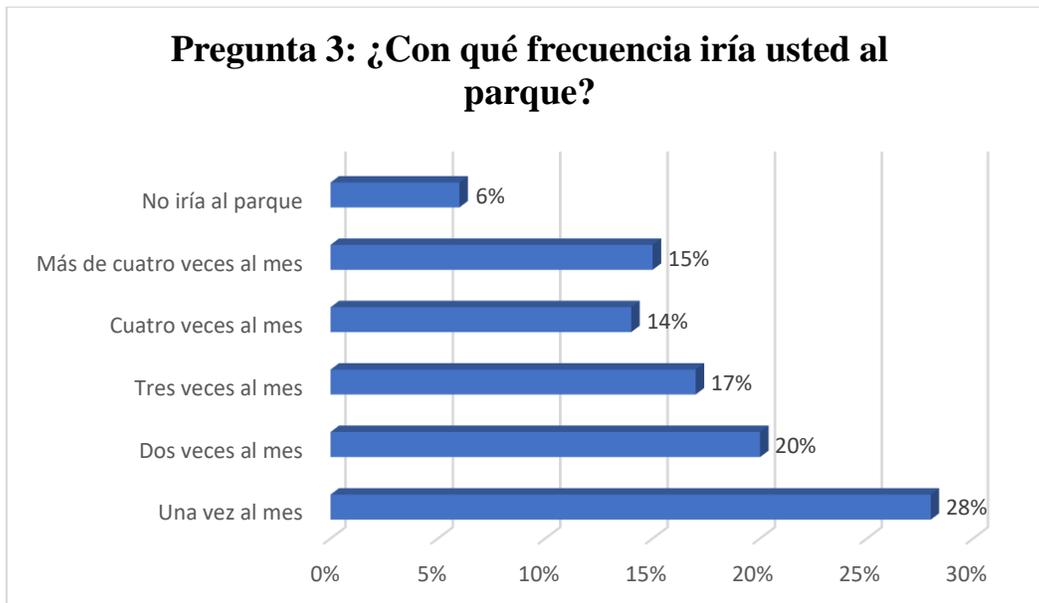


**Ilustración 4.** Pregunta 2. Encuesta investigación de mercados

Fuente: [https://es.surveymonkey.com/analyze/plRuhShFBPseMAqnYHOEiwEe\\_2BzxGkKq5hHk8bD\\_2FMfvY\\_3D&tab\\_clicked=1](https://es.surveymonkey.com/analyze/plRuhShFBPseMAqnYHOEiwEe_2BzxGkKq5hHk8bD_2FMfvY_3D&tab_clicked=1)

Los datos de la Ilustración 4 nos muestra que en orden de respuestas el 25% de los encuestados tienen mascota grande, el 38% tienen mascotas medianas, el 30% tienen mascota pequeña y finalmente el 7% tiene mascotas miniaturas.

Se puede inferir con el 38% que la mayoría de la muestra tiene mascota mediana y con el 30% que tienen mascota pequeña, se concluye que se podrá adecuar y proyectar el parque para estos tamaños de mascota donde se tendrán dos espacios separados, uno para mascotas grandes y medianas, y otro para mascotas pequeñas y miniaturas.



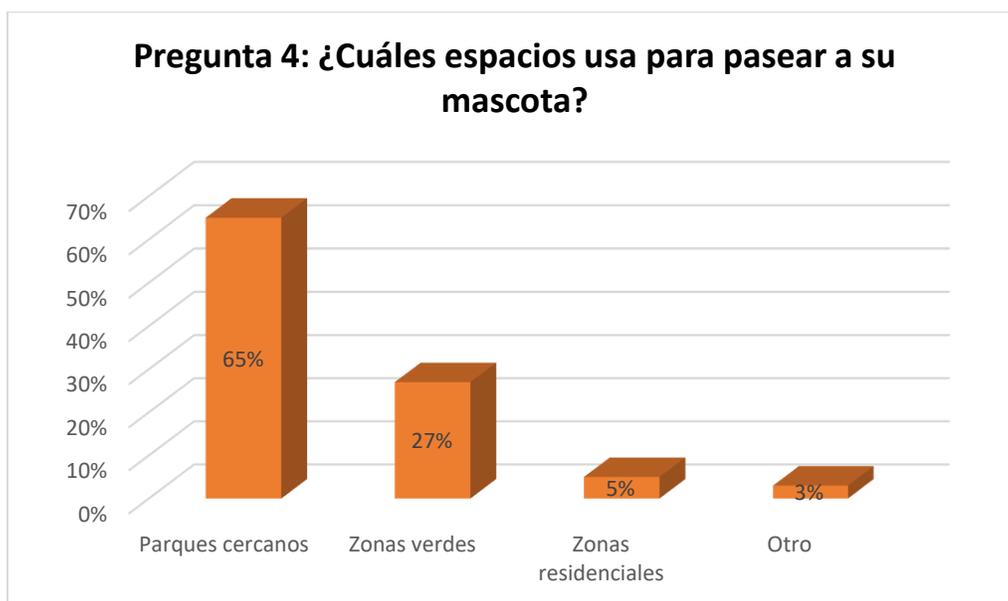
**Ilustración 5.** Pregunta 3. Encuesta investigación de mercados

Fuente: [https://es.surveymonkey.com/analyze/plRuhShFBPseMAqnYHOEiwEe\\_2BzxGkKq5hHk8bD\\_2FMfvY\\_3D&tab\\_clicked=1](https://es.surveymonkey.com/analyze/plRuhShFBPseMAqnYHOEiwEe_2BzxGkKq5hHk8bD_2FMfvY_3D&tab_clicked=1)

Los datos de la frecuencia de asistencia al parque se podrán observar en la Ilustración 5, la cual nos indica que el 28% de los encuestados irían una vez al mes, el 20% irían dos veces al mes, el 17% irían tres veces al mes, el 14% irían cuatro veces al mes, el 15% irían más de cuatro veces y definitivamente no irían al parque el 6%.

Con base en los resultados obtenidos, se podrá determinar que el gran número de los encuestados preferirían asistir al parque entre una y tres veces al mes, ya que el 67% de los encuestados coinciden en estas tres respuestas. Sin embargo, puede evidenciarse además que las respuestas se dividieron de manera muy similar, a excepción del 6% de los encuestados que manifestaron que no asistirían al parque. Así que con esto, se podrá determinar que es

preferible que las personas accedan inicialmente a una entrada individual aplicable para un día, y en el corto plazo, cuando se analice la demanda recurrente podrán estipularse mensualidades o pagos semanales según la recurrencia de la asistencia.



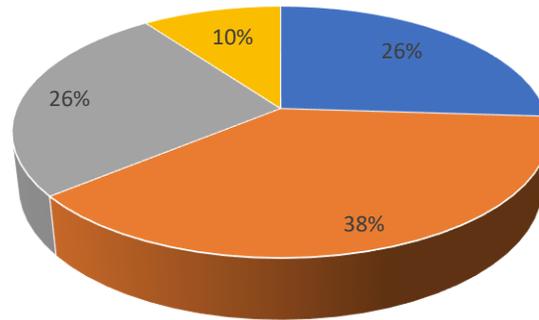
**Ilustración 5.** Pregunta 4. Encuesta investigación de mercados

Fuente: [https://es.surveymonkey.com/analyze/plRuhShFBPseMAqnYHOEiwEe\\_2BzxGkKq5hHk8bD\\_2FMfvY\\_3D&tab\\_clicked=1](https://es.surveymonkey.com/analyze/plRuhShFBPseMAqnYHOEiwEe_2BzxGkKq5hHk8bD_2FMfvY_3D&tab_clicked=1)

La Ilustración 6 demuestra que el 65% de las personas encuestadas pasea sus mascotas en parques públicos cercanos, el 27% llevan sus mascotas a pasear en zonas verdes, el 5% pasean sus mascotas en zonas residenciales y el 3% llevan a pasear a sus mascotas a otros espacios por ejemplo centros comerciales.

Se podrá mencionar que el dato más alto obtenido es el 65% y nos da como referencia que el lugar más frecuente para ir de paseo con las mascotas son los parques cercanos públicos. Por lo que nuestro servicio podría funcionar como sustituto de los paseos diarios y una buena opción de esparcimiento de fin de semana.

**Pregunta 5: ¿Cuál es el tiempo estimado que usa para pasear con su mascota?**



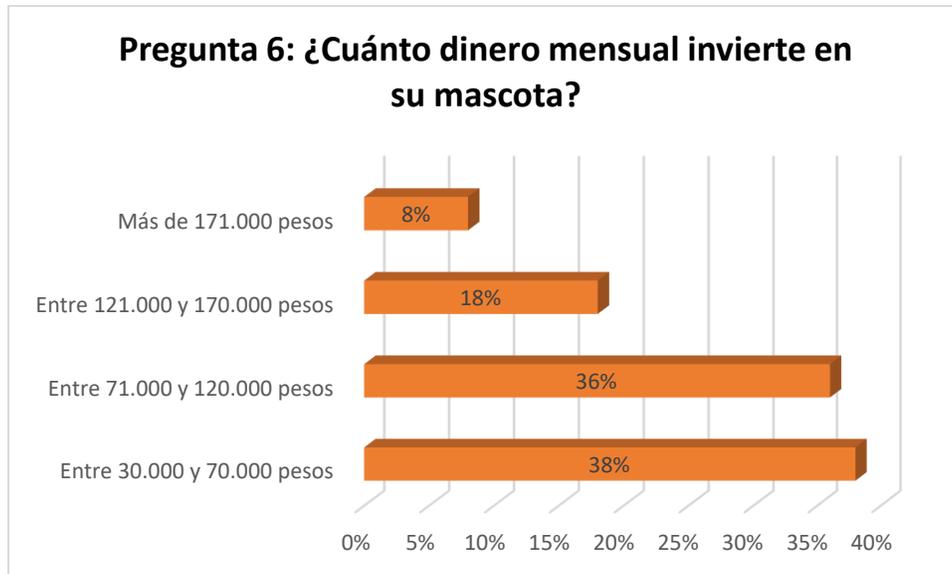
■ Entre 5 y 20 minutos ■ Entre 21 y 30 minutos ■ Entre 30 y 45 minutos ■ Más de una hora

**Ilustración 6.**Pregunta 5.Encuesta investigación de mercados

Fuente:[https://es.surveymonkey.com/analyze/plRuhShFBPseMAqnYHOEiwEe\\_2BzxGkKq5hHk8bD\\_2FMfvY\\_3D&tab\\_clicked=1](https://es.surveymonkey.com/analyze/plRuhShFBPseMAqnYHOEiwEe_2BzxGkKq5hHk8bD_2FMfvY_3D&tab_clicked=1)

Según los datos de la Ilustración 7 los tiempos para pasear las mascotas quedan definidos de la siguiente manera: el 38% de las personas encuestadas destinan entre 21 y 30 minutos, el 26% destinan entre 5 y 20 minutos, el 26% destinan entre 30 y 45 minutos, por otra parte el menor porcentaje de los amantes de sus mascotas con el 10% dedican más de una hora a pasear sus amigos de cuatro patas.

Se puede considerar que la mayoría de los encuestados pasean a su perro entre 21 y 45 minutos, lo que nos llevan a analizar la proyección de los tiempos para nuestras atracciones y recorridos dentro del Parque Caniaventura. Los dueños podrían estar dispuestos a permanecer en las instalaciones del parque ese tiempo promedio sin contar desplazamiento hasta el lugar.



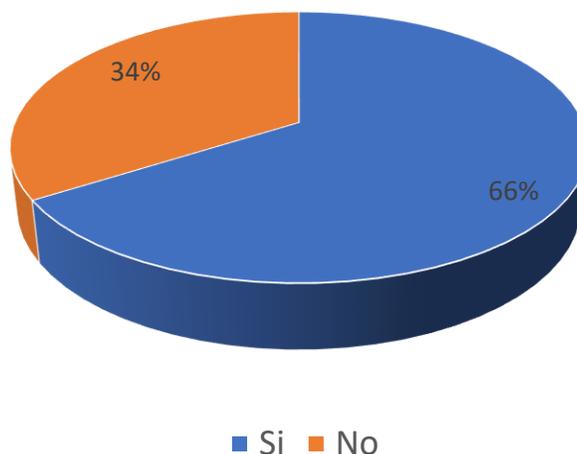
**Ilustración 7.**Pregunta 6. Encuesta investigación de mercados

Fuente:[https://es.surveymonkey.com/analyze/plRuhShFBPseMAqnYHOEiwEe\\_2BzxGkKq5hHk8bD\\_2FMfvY\\_3D&tab\\_clicked=1](https://es.surveymonkey.com/analyze/plRuhShFBPseMAqnYHOEiwEe_2BzxGkKq5hHk8bD_2FMfvY_3D&tab_clicked=1)

De acuerdo a la Ilustración 8 la inversión mensual de una mascota está distribuida así: con el 38% invierten entre 30.000 y 70.000 pesos, el 36% invierten entre 71.000 y 120.000 pesos, el 18% invierten entre 121.000 y 170.000 pesos, y en menor porcentaje con el 8% invierten más de 171.000 pesos al mes.

Se concluye que con una participación promedio del 74% la mayoría de encuestados invierten mensualmente en sus mascotas mínimo entre 30.000 y máximo 120.000 pesos, resultado que nos logra dar un indicio de cuánto podrían destinar los propietarios de los caninos al cuidado y servicios de sus mascotas.

**Pregunta 7: ¿Estaría dispuesto a pagar por una entrada al parque con su mascota un valor entre 30.000 y 50.000 pesos?**

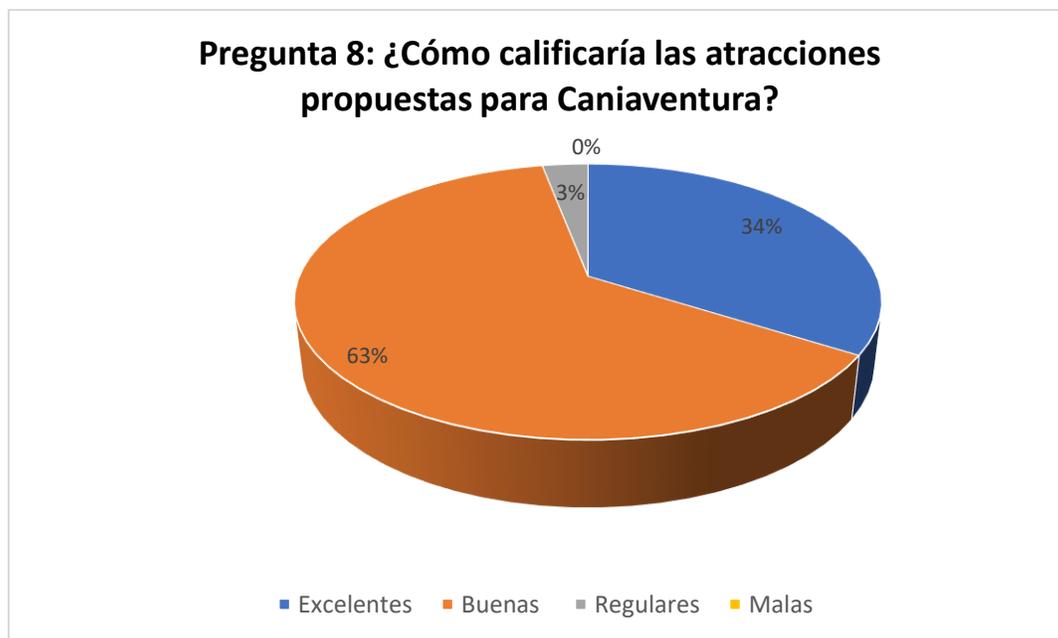


**Ilustración 8.** Pregunta 7. Encuesta investigación de mercados

Fuente: [https://es.surveymonkey.com/analyze/plRuhShFBPseMAqnYHOEiwEe\\_2BzxGkKq5hHk8bD\\_2FMfvY\\_3D&tab\\_clicked=1](https://es.surveymonkey.com/analyze/plRuhShFBPseMAqnYHOEiwEe_2BzxGkKq5hHk8bD_2FMfvY_3D&tab_clicked=1)

En la Ilustración 9 se puede observar y determinar que el 66% de las personas encuestadas SI está dispuesta a pagar entre 30.000 y 50.000 pesos por una entrada con su mascota y por el contrario con el 34% correspondiente a 34 personas encuestadas definitivamente NO están dispuestos a pagar entre 30.000 y 50.000 por la entrada con su mascota al parque.

El resultado de ésta pregunta nos lleva a analizar, evaluar y definir otros valores para la entrada al parque de acuerdo a la capacidad adquisitiva de los asistentes y la necesidad de cada propietario con su mascota.

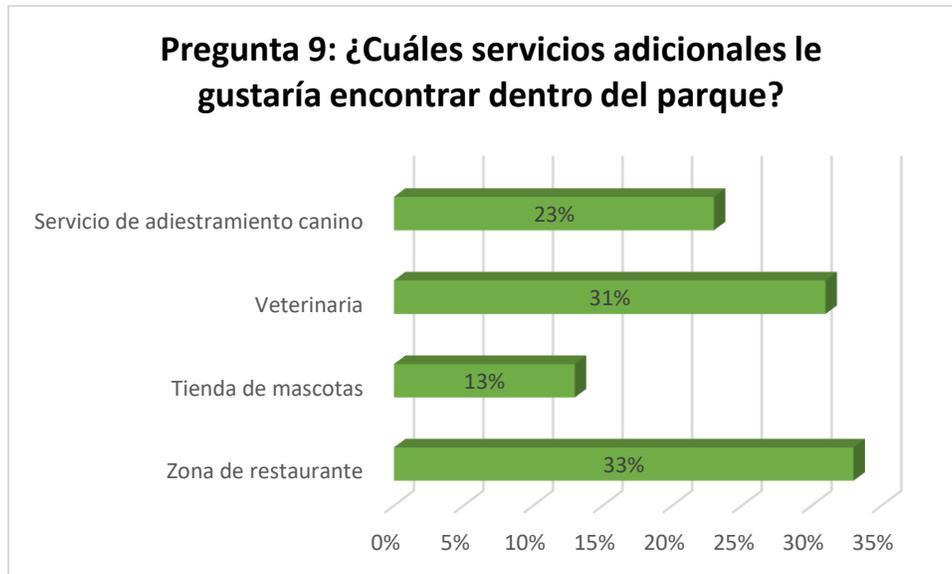


**Ilustración 9.** Pregunta 8. Encuesta investigación de mercados

Fuente: [https://es.surveymonkey.com/analyze/plRuhShFBPseMAqnYHOEiwEe\\_2BzxGkKq5hHk8bD\\_2FMfvY\\_3D&tab\\_clicked=1](https://es.surveymonkey.com/analyze/plRuhShFBPseMAqnYHOEiwEe_2BzxGkKq5hHk8bD_2FMfvY_3D&tab_clicked=1)

La Ilustración 10 establece la calificación de las atracciones y espacios propuestos dentro del parque y fue evaluado por nuestros encuestados así: con el 34% califica las atracciones como excelentes, el 63% como buenas, el 3% como regulares y con el 0% no las califican como atracciones malas.

Se deduce así que se debe innovar, diseñar o crear nuevas atracciones para lograr el factor diferenciador y que en la próxima evaluación se tenga a la mayoría de los encuestados calificando las atracciones como excelentes.



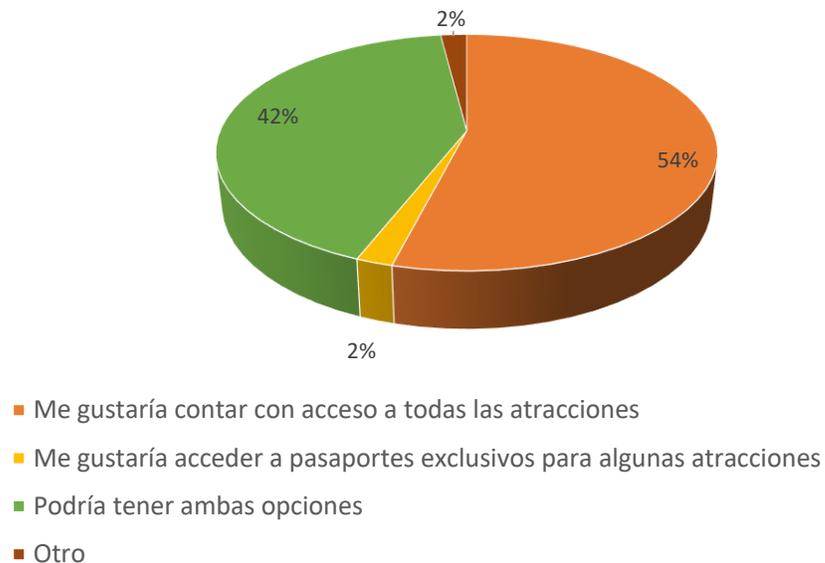
**Ilustración 10.** Pregunta 9. Encuesta investigación de mercados

Fuente: [https://es.surveymonkey.com/analyze/plRuhShFBPseMAqnYHOEiwEe\\_2BzxGkKq5hHk8bD\\_2FMfvY\\_3D&tab\\_clicked=1](https://es.surveymonkey.com/analyze/plRuhShFBPseMAqnYHOEiwEe_2BzxGkKq5hHk8bD_2FMfvY_3D&tab_clicked=1)

Los datos de la Ilustración 11 nos muestran las opciones de servicios adicionales o complementarios que les gustaría encontrar dentro del parque a los clientes potenciales, las cuales en cuanto a gustos quedaron así establecidas: Zona de Restaurante con el 33%, una Tienda de Mascotas con el 13%, Veterinaria con el 31% y finalmente el servicio de adiestramiento canino con el 23%.

De manera conveniente y coincidente se observa que las dos mayorías suman un 64% equivalente a 64 personas y están de acuerdo en que debería haber una zona de restaurante y un espacio veterinario.

**Pregunta 10: Le gustaría contar con acceso a todas las atracciones o con pasaportes exclusivos para algunas de ellas**



**Ilustración 11.** Pregunta 10. Encuesta investigación de mercados

Fuente: [https://es.surveymonkey.com/analyze/plRuhShFBPseMAqnYHOEiwEe\\_2BzxGkKq5hHk8bD\\_2FMfvY\\_3D&tab\\_clicked=1](https://es.surveymonkey.com/analyze/plRuhShFBPseMAqnYHOEiwEe_2BzxGkKq5hHk8bD_2FMfvY_3D&tab_clicked=1)

Según la Ilustración 12 las preferencias y gustos por la exclusividad en pasaportes para el acceso a las atracciones son muy relevantes y quedan establecidos de la siguiente manera: al 54% les gustaría contar con acceso a todas las atracciones, al 2% les gustaría los pasaportes exclusivos para algunas atracciones, el 42% les gustaría tener opción de exclusividad y acceder a todas las atracciones y el 2% restante que son resultado de algunos encuestados que no irían al parque y respondieron que ninguna opción de entrada les gusta.

Nuestra mayoría con 96 personas se concentra en querer acceder a todas las atracciones sin ninguna restricción, donde se tiene una participación importante con 42 personas que podrían acceder a ambas opciones.

## ***Estudio Técnico***

### *La organización (organización administrativa y operativa)*

Caniaventura tendría la siguiente estructura organizacional:

Un gerente de ventas quien inicialmente tendrá a cargo la generación de clientes nuevos y la fidelización de los recurrentes. Adicionalmente deberá buscar alianzas con marcas o empresas relacionadas con el sector.

Un director administrativo quien se encargará de la asignación y consecución de recursos tanto físicos como financieros.

Un director operativo que estará al tanto de toda la operación del parque, la logística y orden del mismo con los clientes externos, internos y mascotas.

Se contará además con un médico veterinario y 3 auxiliares quienes estarán permanentemente en el parque dirigiendo las actividades y solucionando cualquier percance e imprevisto que se presente. Serán quienes respalden toda la operación del parque y velen por la seguridad y salud de los perros mientras se encuentren al interior del mismo. Además se tercerizará el servicio de contador.

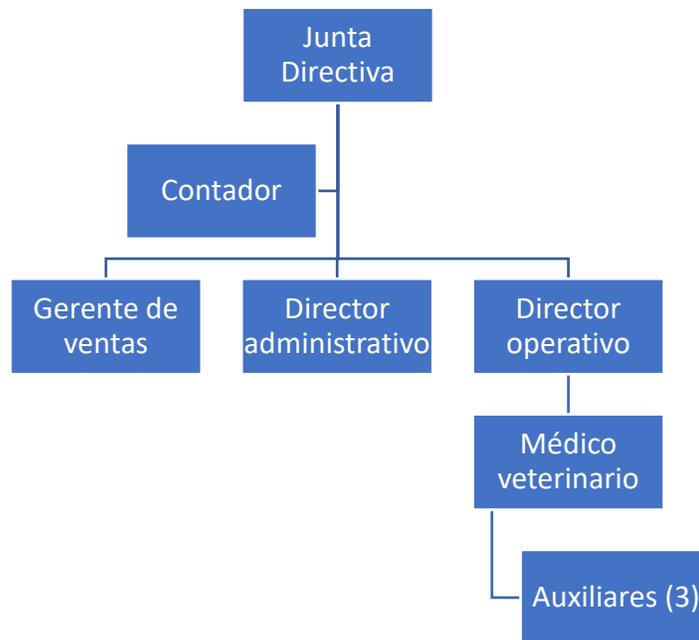
En la tabla x se evidencia la carga salarial para cada uno de ellos:

**Tabla 2. Carga Salarial**

	No de Personas	Valor Honorario	Total
Contador-Tercerizado	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
Director administrativos	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Director operativo	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Gerente ventas	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Médico veterinario	1	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000
Auxiliares	3	\$ 828.116	\$ 3.312.464
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>\$ 7.928.116</b>	<b>\$ 10.412.464</b>

Fuente: Propia,(2019)

A continuación, se presenta el organigrama del proyecto Parque Caniaventura:



**Ilustración 12.** Organigrama del parque Caniaventura

Fuente: Propia, (2018)

La financiación

El proyecto será financiado con 100.000.000 de capital propio como aporte de los accionistas y 200.000.000 como un crédito de libre inversión a una tasa del 20% E.A, esto teniendo en cuenta la cotización para la construcción del parque (ver Anexo 1). En

el largo plazo se buscarán alianzas por medio de patrocinadores privados del sector como: Dogourmet, Purina, Dog Chow quienes tendrán derecho a la exposición de publicidad en el parque.

La tecnología y los equipos.

El Parque Caniaventura tendrá en sus instalaciones espacios abiertos y cerrados. En las atracciones y elementos de entretenimiento se deberá realizar una inversión inicial de \$ 16.411.651 (según cotizaciones) con una vida útil de cinco años con mantenimientos preventivos mensuales y correctivos cada mes. La mayor inversión será en mano de obra calificada con presencia de un veterinario y tres auxiliares para que el funcionamiento del parque se dé entre los parámetros de calidad y eficiencia.

La disponibilidad de materias primas

En el mercado colombiano existen proveedores suficientes para solventar las necesidades de productos para desarrollar el proyecto.

A continuación, se expondrá una lista precios de los materiales a usar en el parque:

**Tabla 3.** Listado de precios de materiales a usar.

<b>Descripción Material</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
Instalación de manga artificial	35 metros cuadrados	19.000 pesos	665.000 pesos
Piscina	32 metros cuadrados	333.333 pesos	10.666.656 pesos
Estación de recolección de disposición	3 unidades	60.000 pesos	180.000 pesos
Estaciones de alimentación e hidratación	3 unidades	60.000 pesos	180.000 pesos
Casas de madera	10 unidades	150.000 pesos	1.500.000 pesos

Camas	10 unidades	50.000 pesos	5.000.000 pesos
Pasarela agility	2 unidades	400.000 pesos	800.000 pesos
Túnel flexible	2 unidades	200.000 pesos	400.000 pesos
Viaducto	2 unidades	100.000 pesos	200.000 pesos
Slalom (12 implementos)	1 unidad	300.000 pesos	300.000 pesos
Bases de incentivos	6 unidades	60.000 pesos	360.000 pesos
Caminadora	6 unidades	110.000 pesos	660.000 pesos
Total		1.842.333 pesos	16.411.651 pesos

Fuente: Elaboración propia con base en (Castaño, Montoya, & otros, 2013)

### Localización del proyecto

En esta parte del estudio técnico el objetivo es definir la ubicación estratégica donde se debe desarrollar la idea de negocio que se tiene, por ende, esto contribuye en gran medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) o a obtener el costo unitario mínimo (criterio social). (BACA, 2010).

### Método cualitativo por puntos

Este método consiste en asignar un puntaje a una serie de factores que se consideran relevantes para la ubicación del proyecto, y de esta forma se ponderan los factores teniendo en cuenta las preferencias de quienes realizan el estudio, para ello se siguen una serie de pasos que se verán a continuación:

*Lista de factores relevantes:*

- Cercanía a los clientes: el proyecto deberá estar cerca al mercado objetivo debido a que se entiende que por cuestiones de desplazamiento no es fácil acudir con un canino a un lugar muy alejado.
- Costo del arriendo: es importante determinar un lugar donde el gasto asociado a arrendamiento sea proporcional a la afluencia de público y los ingresos proyectados.
- Vías de acceso: debe ser un lugar accesible y cercano a vías principales.
- Poder adquisitivo de clientes: el proyecto está enfocado en familias desde el estrato 3, personas con la capacidad adquisitiva y la propensión a consumir este tipo de servicios.
- Acceso al recurso humano: se estará cerca del personal adecuado, con los conocimientos y condiciones sociales para acceder a un puesto de trabajo en el proyecto. La idea de Caniaventura es poder contratar a personal de la zona.

*Asignar un peso relativo (ponderación) a cada factor.*

**Tabla 4.** *Asignación de puntos a factores relevantes*

<b>Factor Relevante</b>	<b>Peso Asignado</b>
Cercanía a los clientes	0,30
Costo del arriendo	0,15
Vías de acceso	0,25
Clima	0,20
Acceso al recurso humano	0,10
<b>Sumatoria</b>	<b>1,00</b>

Fuente: fuente propia (2018), con base en el método cualitativo de puntos

Según la tabla 4 se le da mayor relevancia a la cercanía de los clientes, puesto que es la demanda potencial del proyecto y el que tiene menor relevancia es el acceso al recurso humano.

*Definir una escala de calificación y su valoración.*

La escala se determina de 0 a 10. Siendo la mejor calificación el 10.

*Identificar las zonas posibles para la implementación del proyecto.*

**Tabla 5.** Zonas posibles para el desarrollo del Parque.

Zonas Posibles	Descripción
Chía	<ul style="list-style-type: none"> <li>Habitantes: 61.783</li> <li>Clima: 14° C</li> <li>Distancia de Bogotá: 55 km</li> </ul>
Zona Norte-Usaquén	<ul style="list-style-type: none"> <li>Habitantes: 449.621</li> <li>Clima: 14° C</li> <li>Distancia de Bogotá: hace parte de la ciudad</li> </ul>
Datos La Vega	<ul style="list-style-type: none"> <li>Habitantes: 13.757</li> <li>Clima: 22° C</li> <li>Distancia de Bogotá: 54.4 Km</li> </ul>

Fuente: fuente propia (2018), con base en el método cualitativo de puntos

*Calificar cada sitio de acuerdo a los factores relevantes y ponderar las calificaciones.*

**Tabla 6.** Calificación de posibles lugares.

Lugares	Chía		Zona Norte		La Vega	
	Valoración	Calificación	Valoración	Calificación	Valoración	Calificación
Cercanía a los clientes 0,30	6	1,8	8	2,4	5	1,5
Costo del arriendo 0,15	3	0,45	2	0,30	7	1,05
Vías de acceso 0,25	9	2,25	9	2,25	6	1,50
Clima 0,20	6	1,20	6	1,20	8	1,6
Acceso al RH 0,10	7	0,70	8	0,80	7	0,70

Fuente: fuente propia (2018), con base en el método cualitativo de puntos

### Suma de resultados y selección.

**Tabla 7.**Resultados finales

<b>Chía</b>	<b>Zona Norte</b>	<b>La Vega</b>
6,4	6,95	6,35

Fuente: elaboración propia (2018).

Según los resultados obtenidos que se evidencian en la tabla.6 y 7, se elige la zona norte como el lugar para localizar el parque Caniaventura. Específicamente en la salida de Bogotá sobre la autopista norte, localidad Usaquén.

### Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto dentro del estudio técnico busca identificar y definir la distribución óptima de las instalaciones donde se va a desarrollar la idea de proyecto, teniendo en cuenta la tecnología necesaria para su funcionamiento.

### *Distribución de la planta*

La distribución de la planta es la que puede proporcionar las condiciones óptimas para que se realicen las diferentes actividades de manera eficiente y eficaz, los principios que se deben tener en cuenta son:

- Integración total: integrar todos los factores que afectan la distribución y de esta forma obtener una visión de todo el conjunto y la importancia de cada factor.
- Mínima distancia recorrida: reducir en lo posible el manejo de materiales
- Utilización del espacio cúbico: esta acción es muy útil cuando se tienen espacios reducidos y su utilización debe ser máxima.

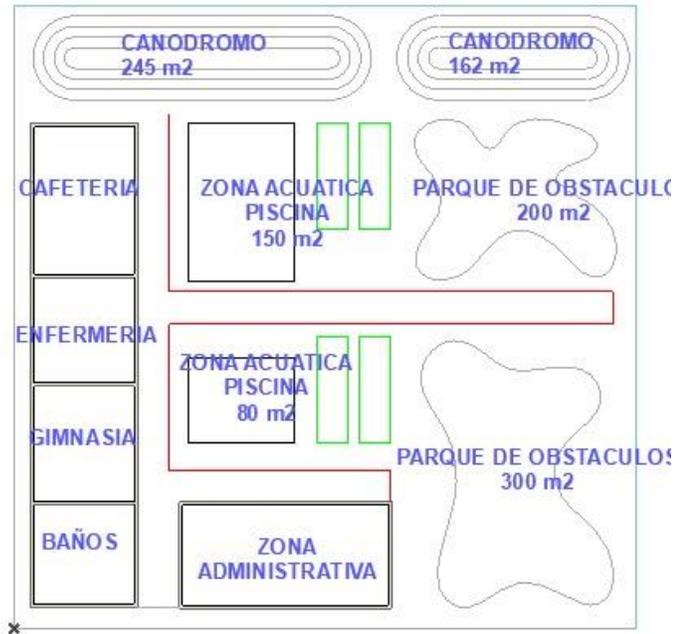
- Seguridad y bienestar para el trabajador: este debe ser uno de los objetivos principales en toda distribución.
- Flexibilidad: se debe obtener una distribución fácilmente reajutable a los cambios que exija el medio, para poder cambiar el tipo de proceso de la manera más económica, si fuera necesario. (Urbina, 2010).

Caniaventura estará orientado a cumplir tres de los principios mencionados anteriormente: integración total, seguridad y bienestar para el trabajador y flexibilidad.

Se busca que con el espacio que se cuente se consiga la mejor distribución posible pensando no sólo en las mascotas sino en sus dueños, los trabajadores y área administrativa con el fin de generar bienestar y seguridad mientras se encuentren dentro del parque. Posteriormente, el parque piensa en ampliar sus servicios y por ende utilizar una mayor parte del área arrendada sin afectar significativamente los procesos y actividades que se llevan a cabo dentro del parque.

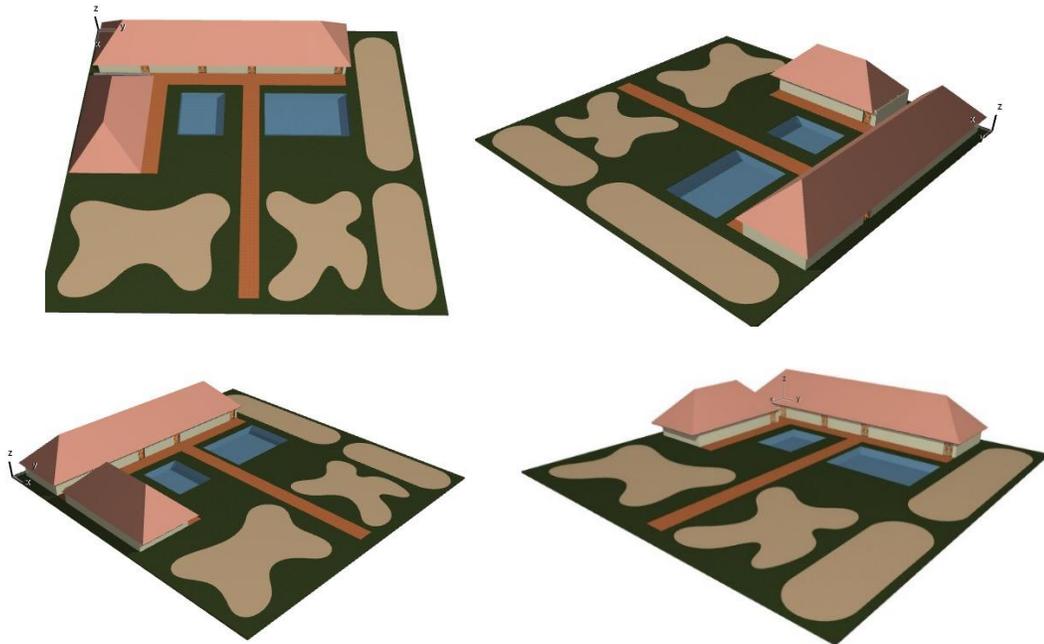
#### *Distribución general del parque*

El espacio adecuado para el desarrollo del parque será de 3.481 mts<sup>2</sup> dividido en 8 zonas entre ellas se encuentran la zona administrativa, cafetería, enfermería, baños y piscina. El parque donde están los diferentes circuitos y el canódromo donde las mascotas tendrán espacio para jugar con sus dueños como se evidencia en el plano básico en la ilustración 15.



**Ilustración 13.** Distribución general del parque  
 Fuente: Elaborado por Hernán Darío Díaz Piñeros-Arquitecto, (2018)

En un segundo plano 3D (Ilustración 16) se puede observar la distribución entre zonas abiertas y cerradas, desde diferentes perspectivas.



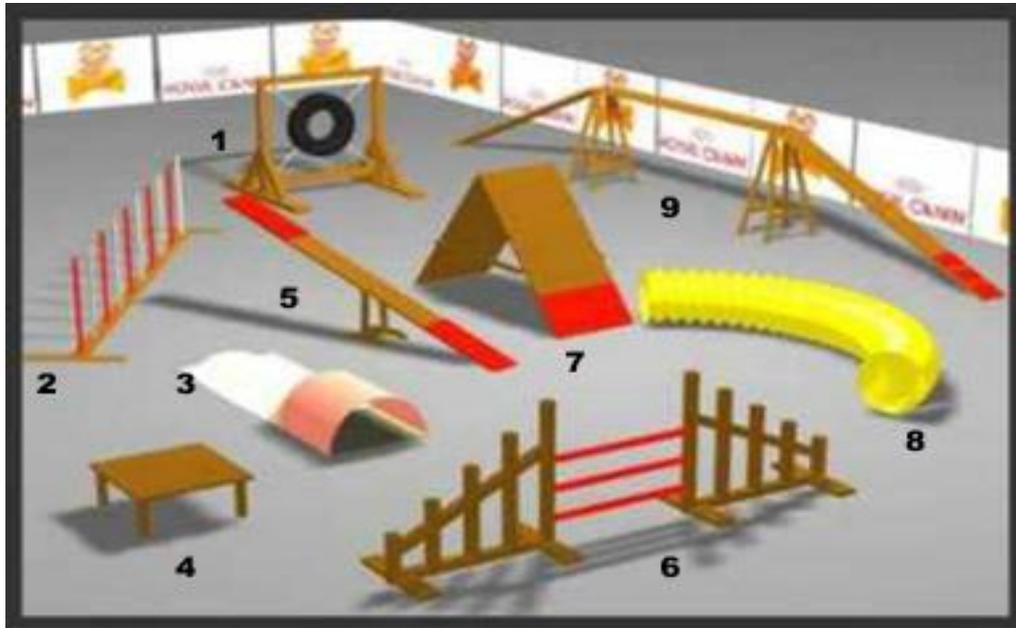
**Ilustración 14.** Distribución del Parque-3D  
 Fuente: Elaborado por Hernán Darío Díaz Piñeros-Arquitecto, (2018)

**Tabla 8.** Distribución por zonas.

<b>Zonas abiertas</b>	<b>Zonas cubiertas</b>
Running Canino (se divide en dos zonas una para caninos grandes y otra para pequeños)	Cafetería
Circuito Canino con 9 obstáculos, (se divide en dos zonas una para caninos grandes y otra para pequeños)	Enfermería(veterinaria)
Piscina canina forma de hueso (zona en forma de hueso Ilustración 3).	Gimnasio-Spa, (se divide en dos zonas una para caninos grandes y otra para pequeños)
	Baños
	Área Administrativa.

Fuente: elaboración propia (2018).

Finalmente, se tendrá en cuenta un circuito de obstáculos compuesto por los elementos que se pueden encontrar en la Ilustración 17, donde se evidencia cada uno de los elementos que conforman dicho circuito y en la tabla 9 se mencionan cada uno de ellos. Adicionalmente, en la ilustración 5 se evidencian los elementos que tendrá el gimnasio del parque.



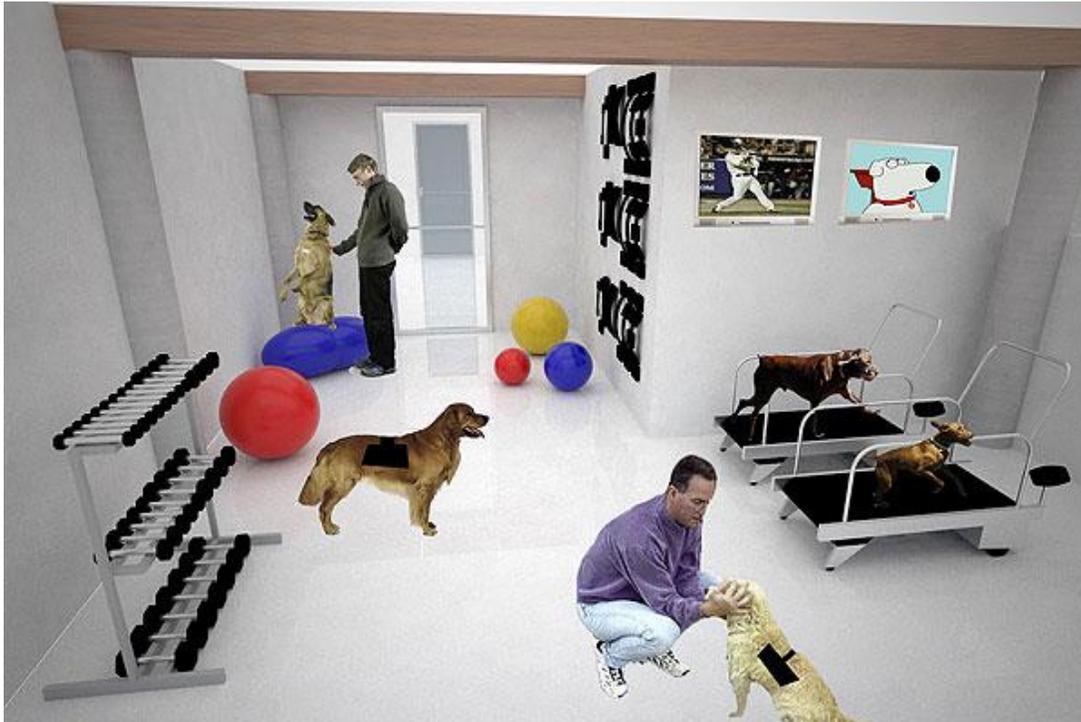
**Ilustración 15.** Elementos del circuito de obstáculos

Fuente: [https://www.google.com.co/search?q=circuitos+de+perros&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjhwvLopKrdAhWS7lMKHa\\_4BsYQ\\_AUICigB&biw=1517&bih=735#imgrc=vpp9XE2bhwEIXM:](https://www.google.com.co/search?q=circuitos+de+perros&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjhwvLopKrdAhWS7lMKHa_4BsYQ_AUICigB&biw=1517&bih=735#imgrc=vpp9XE2bhwEIXM:;),(2018)

**Tabla 9.** Listado de elementos.

Listado de elementos a utilizar en el Circuito de obstáculos
1. Neumático
2. Slalom
3. Túnel flexible
4. Mesa
5. Balancín
6. Vallas
7. Empalizada
8. Túnel Rígido
9. Pasarela

Fuente: elaboración propia (2018).



### ***Ilustración 16.***Elementos del Gimnasio

Fuente:

[https://www.google.com.co/search?q=gimnasio+para+perros&tbm=isch&tbs=rimg:CU0w5IEAfdPAIjiWZBAqY5\\_1qyOJolhchFc6UCfir e0FwCQ1iqxGfMjp-Kq2CHZeyhnKzzx3YrlnbjSIN\\_17Aft9OuSoSCZZkECpjin-rIEfW7qVAmnCUhKhIJ4miWFyEVzpQRvzhCJZadd6sqEgkJ-Kt7QXAJDRGxpLgdukLbVCoSCWkrEZ8wmn4qEf73JJWSMt\\_1xKhIjrYIdl7KGcrMRf-KbtdKgX4QqEgnPHdiuWduCNBE89aUoeAfcFioSCaU3\\_1sB-3065EcYx\\_10OZEF0h&tbo=u&sa=X&ved=2ahUKEwjvo8KfpsjdAhVQx1kKHcahDJQQ9C96BAgBEBs&biw=1366&bih=667&dpr=1#imgrc=TTDkgQB908B7DM::,\(2018\)](https://www.google.com.co/search?q=gimnasio+para+perros&tbm=isch&tbs=rimg:CU0w5IEAfdPAIjiWZBAqY5_1qyOJolhchFc6UCfir e0FwCQ1iqxGfMjp-Kq2CHZeyhnKzzx3YrlnbjSIN_17Aft9OuSoSCZZkECpjin-rIEfW7qVAmnCUhKhIJ4miWFyEVzpQRvzhCJZadd6sqEgkJ-Kt7QXAJDRGxpLgdukLbVCoSCWkrEZ8wmn4qEf73JJWSMt_1xKhIjrYIdl7KGcrMRf-KbtdKgX4QqEgnPHdiuWduCNBE89aUoeAfcFioSCaU3_1sB-3065EcYx_10OZEF0h&tbo=u&sa=X&ved=2ahUKEwjvo8KfpsjdAhVQx1kKHcahDJQQ9C96BAgBEBs&biw=1366&bih=667&dpr=1#imgrc=TTDkgQB908B7DM::,(2018))

La distribución del parque se identifica como una distribución por componente fijo puesto que toda la operación se enfoca en un solo lugar.

#### *Estimación de las áreas del parque*

Según Gabriel Carrion, experto en crianza de canes y dueño de la hostería canina más famosa de Ecuador creada en 1996, los perros pequeños necesitan un espacio mínimo de 80 metros cuadrados y los grandes de más de 200. (EL COMERCIO, 2010)

Además, teniendo en cuenta las áreas de parques caninos en funcionamiento, en el Tunal y en el Parque Simón Bolívar en Bogotá, en donde las áreas a usar son de 3.000 metros cuadrados, teniendo en cuenta esta información y considerando que es un proyecto nuevo que a largo plazo se espera un crecimiento, adicionalmente, se tiene en cuenta el cálculo de las dimensiones de cada área del parque y por ende, lo más acertado es establecer un área de 3.481 metros cuadrados para la instalación del Parque Caniaventura.

### *Capacidad diseñada*

Se entiende por capacidad potencial o diseñada a la utilización plena de las instalaciones sin limitaciones. Este nivel de capacidad es teórico y nunca se alcanza, y expresa el límite máximo de producción al que se podría aspirar (Costales, 1996).

En párrafos anteriores, se citó que un perro pequeño tiene una necesidad de espacio de 80 metros cuadrados y un perro grande de 200 o más y que además nuestro parque contará con 3.481 metros cuadrados. En ese orden de ideas, en la tabla 10 se ilustra la capacidad diseñada de Caniaventura.

**Tabla 10. Capacidad diseñada**

<b>Servicios</b>	<b>Perros pequeños/día Perros grandes/día</b>	<b>Tiempo laborable (días/año)</b>	<b>Capacidad total diseñada (perros/año)</b>
Piscina (150m <sup>2</sup> y 80m <sup>2</sup> )	5 pequeños/ media hora + 5 grandes/ media hora = 160 perros/día	360 días	57.600 perros / año
Circuito de obstáculos (200 m <sup>2</sup> y 300m <sup>2</sup> )	10 pequeños/ 15 minutos + 5 grandes/ 15 minutos = 480 perros/día	360 días	172.800 perros/año
Canódromo (245 m <sup>2</sup> y 162 m <sup>2</sup> )	5 pequeños/15 minutos + 10 grandes/ 15 minutos = 480 perros/día	360 días	172.800 perros/año
Gimnasio cubierto ( 120 mts)	5 pequeños / 15 minutos + 5 grandes / 5 minutos = 160 perros / día.	360 días	57.600 perros/año
<b>Total</b>	<b>1.280 perros/día</b>	<b>360 días</b>	<b>460.800 perros/año</b>

Fuente: elaboración propia (2018).

### *Capacidad instalada*

La capacidad instalada es un concepto muy utilizado cuando de programar procesos productivos se requiere y hace referencia a la disponibilidad de los medios de producción necesarios para poder operar o prestar un servicio sin contratiempos y con los mayores niveles posibles para obtener la máxima ganancia. Casi siempre está asociada a la infraestructura requerida y la dotación de equipos inmersa en dicha estructura. De tal forma que una mayor infraestructura implica una mayor capacidad instalada pero a su vez un mayor costo también, por lo que calcular o decir muy bien la capacidad instalada es clave para empezar un nuevo negocio con unos niveles eficientes de producción y altamente competitivos (Universidad Manuela Beltrán, 2018).

En la tabla 11 se puede visualizar el cálculo de capacidad instalada basados en un total de 162 días laborados en el año (144 días entre viernes, sábados, domingos y 18 días festivos al año).

**Tabla 11.** Capacidad instalada

<b>Servicios</b>	<b>Perros pequeños/día Perros grandes/día</b>	<b>Tiempo laborable (días/año)</b>	<b>Capacidad total diseñada (perros/año)</b>
Piscina (32 m2)	5 pequeños/ media hora + 5 grandes/ media hora = 160 perros/día	162 días	25.920 perros / año
Circuito de obstáculos	10 pequeños/ 15 minutos + 5 grandes/ 15 minutos = 480 perros/día	162 días	77.760 perros/año
Canódromo	5 pequeños/15 minutos + 10 grandes/ 15 minutos = 480 perros/día	162 días	77.760 perros/año
Gimnasio cubierto	5 pequeños / 15 minutos + 5 grandes / 5 minutos = 160 perros / día.	162 días	25.920 perros/año
<b>Total</b>	<b>1.280 perros/día</b>	<b>162 días</b>	<b>207.360 perros/año</b>

Fuente: elaboración propia (2018).

## Aspectos legales

**Tabla 12.** Normativa.

<b>Normativa</b>	<b>Descripción</b>
Ley 84 de 1989	Donde se establece el estatuto nacional de protección de los animales. (EL CONGRESO DE COLOMBIA, 1989)
Decreto 351 de 2014	En este decreto se busca reglamentar todas las disposiciones ambientales y sanitarias de los residuos generados en las diferentes actividades económicas. (Ministerio de Salud y Protección social, 2014)
Ley 1753 del 2015	Donde se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018” Todo por un Nuevo País”, donde se resalta el artículo 248 donde se establece la construcción de una política pública acerca de la defensa de los derechos animales y su protección. (EL CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA, 2015)
Ley 1774 del 2016	En esta ley se realizan algunas modificaciones al código civil, penal y la ley 84 de 1989, además en esta ley busca como objetivo a que los animales sean tratados como seres que son capaces de sentir por ende busca que estos reciban o protección especialmente cuando sean maltratados de manera directa o indirecta por el hombre, por ende se tipifica como punibles algunas conductas relacionadas con el maltrato a los animales teniendo sanciones de carácter civil y judicial. (CONGRESO DE COLOMBIA, 2016)

Fuente: Propia, (2018) con base en Departamento Nacional de Planeación, Normativa Leyes:  
<https://www.dnp.gov.co/DNP/Gestion%20Documental/Paginas/Normograma.aspx>

### *Cámara de comercio:*

Para constituir la empresa es necesario realizar un registro ante la cámara de comercio de Bogotá, y para ello es necesario tener en cuenta las tarifas para la matrícula y el valor de los activos de la empresa.

### *Licencia de construcción:*

Aprobación de todos los planos para poder empezar a construir, es necesario solicitar una licencia de construcción en la modalidad de obra nueva y demolición total y/o propiedad horizontal y para ello es necesario tener en cuenta:

- Formulario único de solicitud de licencia
- Certificado de tradición y libertad vigente (con fecha no mayor a 30 días calendario)
- Copia del impuesto predial del último año o certificación catastral
- Copia de la cédula del propietario
- Poder para actuar (con presentación personal ante notario por parte de quien lo otorga) en original
- Copia de la propuesta arquitectónica
- Copia de la propuesta estructural
- Copia de los planos de propiedad horizontal (debidamente amojonados y alinderados) junto con el cuadro de áreas
- Copia de las tarjetas profesionales y certificaciones que acrediten experiencia de todos los profesionales que intervienen en el trámite. (Castro, 2019)

### ***Estudio económico y financiero***

El estudio financiero de este proyecto consolidó los estudios de mercado y técnico para evaluar la viabilidad y rentabilidad de la construcción y funcionamiento del parque Caniaventura y para ello se utilizó como método el modelo determinístico donde se realizan supuestos y se conoce con certeza el valor asignado de los diferentes factores que pueden influir en el resultado final del proyecto. En la tabla 13 se relaciona las principales variables que influyen en el estudio.

**Tabla 13.** Factores que determinan el proyecto

Inversión Inicial Equipos	\$ 16.411.651
Inversión Inicial Adecuación De Terreno	\$ 70.000.000
Inversión Inicial De Construcción	\$ 213.588.349
Inversión Total Inicial	\$ 300.000.000
Arriendo	\$ 10.000.000
Cantidad Inicial Vendida	\$ 10.368
Incremento Unidades Vendidas	3 %
Precio De Venta Inicial	\$ 50.000
Inflación Anual Esperada - IPC	3,5%
Costo De Producción Inicial	\$ 65.738.788
Otros Ingresos (Recuperaciones)	1%
Gastos Operativos	\$ 272.520.080
Capital De Trabajo	1%
Tasa Impositiva	34%
Costo De Capital	30%
Interés Del Crédito	20%
Tasa De Crecimiento De Los Flujos	5%
Plazo Del Crédito	5
TSD	12%

Fuente: Propia, (2019) con base en el Modelo Determinístico

### Presupuesto

Los presupuestos son un consolidado de todos los recursos asignados con el fin de cubrir todos los gastos del proyecto asignado (Project Management for Development Organizations PM4DEV, 2009), en los presupuestos se evidencia la asignación de los costos, gastos, ingresos por las ventas, etc, por ello es más detallado y preciso. Las proyecciones realizadas dentro del estudio tienen en cuenta la inflación del 3.5% teniendo en cuenta el comportamiento que tiene actualmente y siguiendo los parámetros estipulados en la política monetaria del país con la inflación objetivo.

**Tabla 14. Presupuesto de ingresos**

<i>Presupuesto de ingresos</i>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Precio</b>	-	\$ 50.000	\$ 51.776	\$ 53.615	\$ 55.519	\$ 57.491
<b>Cantidad</b>	-	10.368	10.679	10.999	11.329	11.669
<b>Ingresos</b>	-	\$ 518.400.000	\$ 552.916.640	\$ 589.731.503	\$ 628.997.610	\$ 670.878.174
<b>Otros Ingresos</b>	-	\$ 5.184.000	\$ 5.529.166	\$ 5.897.315	\$ 6.289.976	\$ 6.708.782
<b>Total Ingresos</b>	-	\$ 523.584.000	\$ 558.445.807	\$ 595.628.818	\$ 635.287.586	\$ 677.586.955

Fuente: Propia, (2019)

En la tabla 14 el presupuesto de ingresos refleja el precio de las entradas al parque, la cantidad de entradas vendidas y por ende los ingresos, adicionalmente, se considera que el parque tendrá otros ingresos adicionales por la venta de productos dentro de la cafetería del parque.

**Tabla 15. Presupuesto Gastos**

<i>Presupuesto de Gastos</i>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Nomina</b>	-	\$ 89.600.064	\$ 92.736.066	\$ 95.981.829	\$ 99.341.193	\$ 102.818.134
<b>Arriendo</b>	-	120.000.000	124.200.000	128.547.000	133.046.145	137.702.760
<b>Publicidad</b>	-	\$ 2.000.000	\$ 2.070.000	\$ 2.142.450	\$ 2.217.436	\$ 2.295.046
<b>Mantenimiento</b>	-	\$ 7.200.000	\$ 7.452.000	\$ 7.712.820	\$ 7.982.769	\$ 8.262.166
<b>Servicios</b>	-	\$ 36.000.000	\$ 37.260.000	\$ 38.564.100	\$ 39.913.844	\$ 41.310.828
<b>Gastos Legales</b>	-	\$ 1.320.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Gastos</b>	-	\$ 256.120.064	\$ 263.718.066	\$ 272.948.199	\$ 282.501.386	\$ 292.388.934

Fuente: Propia, (2019)

En la tabla 15 se evidencia los diferentes gastos no operativos que tendrá el parque dentro de los años de estudio, entre ellos se encuentran los salarios que tienen los administradores y gerente con todas las prestaciones sociales quienes son los encargados del funcionamiento del parque, además de los honorarios del contador, además se evidencian gastos como el arriendo, el mantenimiento del parque, la publicidad, el pago de servicios públicos y los gastos legales que corresponden a la constitución de la empresa ante la cámara de comercio de Bogotá como se menciona en el estudio técnico.

**Tabla 16. Presupuesto de inversión**

<i>Presupuesto de Inversion</i>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<i>Aportes Socios</i>	\$ 100.000.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Financiación</i>	\$ 200.000.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Total Gastos</i>	\$ 300.000.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Fuente: Propia, (2019)

El presupuesto de inversión es el reflejo de la inyección de capital inicial expuesta en el estudio técnico y en la tabla 17 se evidencia la amortización del crédito solicitado para la construcción del parque.

**Tabla 17. Gastos financieros**

<i>Gastos Financieros</i>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<i>Saldo inicial</i>	\$ 200.000.000	\$ 200.000.000	\$ 173.124.059	\$ 140.872.931	\$ 102.171.576	\$ 55.729.951
<i>Cuota</i>		\$ 66.875.941	\$ 66.875.941	\$ 66.875.941	\$ 66.875.941	\$ 66.875.941
<i>Interés</i>		\$ 40.000.000	\$ 34.624.812	\$ 28.174.586	\$ 20.434.315	\$ 11.145.990
<i>Abono a capital</i>		\$ 26.875.941	\$ 32.251.129	\$ 38.701.355	\$ 46.441.625	\$ 55.729.951
<i>Saldo final</i>	\$ 200.000.000	\$ 173.124.059	\$ 140.872.931	\$ 102.171.576	\$ 55.729.951	\$ -

Fuente: Propia, (2019)

**Tabla 18. Presupuesto de costos**

<i>Presupuesto de Costos</i>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<i>Costos Operación</i>	-	\$ 62.094.340	\$ 64.267.642	\$ 66.517.009	\$ 68.845.105	\$ 71.254.683
<i>Costo Total</i>	-	\$ 62.094.340	\$ 64.267.642	\$ 66.517.009	\$ 68.845.105	\$ 71.254.683

Fuente: Propia, (2019)

En la tabla 18 están reflejados los costos operativos que están compuesto por el pago de salarios del veterinario y los auxiliares operativos del parque.

## Estados financieros

Son los informes que muestran el comportamiento de la empresa en este caso el parque proyectados a cinco años teniendo en cuenta la información brindada por los diferentes presupuestos relacionados anteriormente.

### *Estado de resultados*

**Tabla 19.** Estados de resultados

<i>Estado de Resultados</i>						
Años	0	1	2	3	4	5
Ventas	\$ -	\$ 523.584.000	\$ 558.445.807	\$ 595.628.818	\$ 635.287.586	\$ 677.586.955
Costo de ventas	\$ -	\$ 62.094.340	\$ 64.267.642	\$ 66.517.009	\$ 68.845.105	\$ 71.254.683
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 461.489.660</b>	<b>\$ 494.178.165</b>	<b>\$ 529.111.808</b>	<b>\$ 566.442.481</b>	<b>\$ 606.332.272</b>
Gastos operativos	\$ -	\$ 256.120.064	\$ 263.718.066	\$ 272.948.199	\$ 282.501.386	\$ 292.388.934
Depreciación	\$ -	\$ 3.282.330	\$ 3.282.330	\$ 3.282.330	\$ 3.282.330	\$ 3.282.330
<b>Total Gastos</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 259.402.394</b>	<b>\$ 267.000.396</b>	<b>\$ 276.230.529</b>	<b>\$ 285.783.716</b>	<b>\$ 295.671.264</b>
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 202.087.266</b>	<b>\$ 227.177.768</b>	<b>\$ 252.881.279</b>	<b>\$ 280.658.766</b>	<b>\$ 310.661.008</b>
Gasto financiero	\$ -	\$ 40.000.000	\$ 34.624.812	\$ 28.174.586	\$ 20.434.315	\$ 11.145.990
Otros ingresos - recuperaciones	\$ -	\$ 5.184.000	\$ 5.529.166	\$ 5.897.315	\$ 6.289.976	\$ 6.708.782
Neto otros Ingresos y Egresos	\$ -	<b>-\$ 34.816.000</b>	<b>-\$ 29.095.645</b>	<b>-\$ 22.277.271</b>	<b>-\$ 14.144.339</b>	<b>-\$ 4.437.208</b>
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 167.271.266</b>	<b>\$ 198.082.123</b>	<b>\$ 230.604.008</b>	<b>\$ 266.514.427</b>	<b>\$ 306.223.799</b>
<b>Impuestos</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 56.872.230</b>	<b>\$ 67.347.922</b>	<b>\$ 78.405.363</b>	<b>\$ 90.614.905</b>	<b>\$ 104.116.092</b>
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 110.399.035</b>	<b>\$ 130.734.201</b>	<b>\$ 152.198.646</b>	<b>\$ 175.899.522</b>	<b>\$ 202.107.708</b>
<b>Capital de trabajo</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 5.235.840</b>	<b>\$ 348.618</b>	<b>\$ 371.830</b>	<b>\$ 396.588</b>	<b>\$ 422.994</b>

Fuente: Propia, (2019)

El estado de resultados (tabla 19) refleja las utilidades que son las ganancias obtenidas por el parque durante el periodo estudiado, teniendo en cuenta la información brindada por los presupuestos, la depreciación fue calculada de manera lineal y es de todos los equipos y juegos que tiene el parque a disposición. Por último, se tiene el cálculo del capital de trabajo que son los recursos que tiene la empresa para operar si se ha pagado todos los pasivos que tiene la empresa en el corto plazo. La variación de la utilidad es positiva a través de los años y se encuentra en promedio de 16% según la estimación realizada.

Balance General

Tabla 20. Balance general Parque Caniaventura

	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
<b>ACTIVO</b>		<b>\$ 393.523.095</b>		<b>\$ 492.006.167</b>		<b>\$ 495.104.423</b>		<b>\$ 493.828.118</b>		<b>\$ 488.007.229</b>
ACTIVO CORRIENTE	\$ 380.393.774		\$ 478.876.846		\$ 481.975.102		\$ 480.698.797		\$ 474.877.908	
EFFECTIVOS Y EQUIVALENTES AL EFECTIVO	\$ 380.393.774		\$ 478.876.846		\$ 481.975.102		\$ 480.698.797		\$ 474.877.908	
Caja	\$ -									
Bancos	\$ 380.393.774		\$ 478.876.846		\$ 481.975.102		\$ 480.698.797		\$ 474.877.908	
DEUDORES										
ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 13.129.321		\$ 13.129.321		\$ 13.129.321		\$ 13.129.321		\$ 13.129.321	
PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO	\$ 13.129.321		\$ 13.129.321		\$ 13.129.321		\$ 13.129.321		\$ 13.129.321	
Equipos de construccion	\$ 13.911.651		\$ 13.911.651		\$ 13.911.651		\$ 13.911.651		\$ 13.911.651	
Equipo de computacion y comunic.	\$ 2.500.000		\$ 2.500.000		\$ 2.500.000		\$ 2.500.000		\$ 2.500.000	
Depreciación acumulada	-\$ 3.282.330		-\$ 3.282.330		-\$ 3.282.330		-\$ 3.282.330		-\$ 3.282.330	
<b>PASIVO</b>		<b>\$ 173.124.059</b>		<b>\$ 140.872.931</b>		<b>\$ 102.171.576</b>		<b>\$ 55.729.951</b>		<b>\$ -</b>
PASIVO NO CORRIENTE	\$ 173.124.059		\$ 140.872.931		\$ 102.171.576		\$ 55.729.951		\$ -	
OBLIGACIONES FINANCIERAS										
Bancos Nacionales	\$ 173.124.059		\$ 140.872.931		\$ 102.171.576		\$ 55.729.951		\$ -	
<b>PATRIMONIO</b>		<b>\$ 220.399.035</b>		<b>\$ 351.133.236</b>		<b>\$ 392.932.847</b>		<b>\$ 438.098.167</b>		<b>\$ 488.007.229</b>
CAPITAL SOCIAL	\$ 100.000.000		\$ 100.000.000		\$ 100.000.000		\$ 100.000.000		\$ 100.000.000	
Aportes sociales	\$ 100.000.000		\$ 100.000.000		\$ 100.000.000		\$ 100.000.000		\$ 100.000.000	
RESERVAS	\$ 10.000.000		\$ 10.000.000		\$ 10.000.000		\$ 10.000.000		\$ 10.000.000	
Reserva legal	\$ 10.000.000		\$ 10.000.000		\$ 10.000.000		\$ 10.000.000		\$ 10.000.000	
RESULTADOS DEL EJERCICIO	\$ 110.399.035		\$ 130.734.201		\$ 152.198.646		\$ 175.899.522		\$ 202.107.708	
Utilidad del ejercicio	\$ 110.399.035		\$ 130.734.201		\$ 152.198.646		\$ 175.899.522		\$ 202.107.708	
RESULTADOS DE EJERCICIOS ANTERIOR			\$ 110.399.035		\$ 130.734.201		\$ 152.198.646		\$ 175.899.522	
Utilidades o excedentes acumulad			\$ 110.399.035		\$ 130.734.201		\$ 152.198.646		\$ 175.899.522	
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>		<b>\$ 393.523.095</b>		<b>\$ 492.006.167</b>		<b>\$ 495.104.423</b>		<b>\$ 493.828.118</b>		<b>\$ 488.007.229</b>

Fuente: Propia, (2019)

En el balance general se refleja el comportamiento de la empresa teniendo en cuenta la información estimada en los presupuestos y el estado de resultados, las reservas legales son constantes y son el 10% del capital social esto según lo estipulado por las normas de constitución de una empresa.

### Flujo de caja

Se evidencia el comportamiento de los ingresos y egresos del proyecto y de esta forma diagnosticar el estado financiero del parque.

**Tabla 21. Flujo de caja libre**

Flujo de Caja						
Años	0	1	2	3	4	5
Utilidad neta	\$ -	\$ 110.399.035	\$ 130.734.201	\$ 152.198.646	\$ 175.899.522	\$ 202.107.708
(+) Gasto financiero	\$ -	\$ 40.000.000	\$ 34.624.812	\$ 28.174.586	\$ 20.434.315	\$ 11.145.990
(+) Impuestos causados	\$ -	\$ 56.872.230	\$ 67.347.922	\$ 78.405.363	\$ 90.614.905	\$ 104.116.092
<b>EBIT</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 207.271.266</b>	<b>\$ 232.706.935</b>	<b>\$ 258.778.595</b>	<b>\$ 286.948.742</b>	<b>\$ 317.369.789</b>
(-) Impuestos ajustados	\$ -	\$ 70.472.230	\$ 79.120.358	\$ 87.984.722	\$ 97.562.572	\$ 107.905.728
<b>EBIT(1-tx)</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 136.799.035</b>	<b>\$ 153.586.577</b>	<b>\$ 170.793.872</b>	<b>\$ 189.386.170</b>	<b>\$ 209.464.061</b>
(+) Depreciación	\$ -	\$ 3.282.330	\$ 3.282.330	\$ 3.282.330	\$ 3.282.330	\$ 3.282.330
<b>Flujo bruto</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 140.081.366</b>	<b>\$ 156.868.907</b>	<b>\$ 174.076.203</b>	<b>\$ 192.668.500</b>	<b>\$ 212.746.391</b>
(-) Inversión en capital de trabajo	\$ -	\$ -5.235.840	\$ -348.618	\$ -371.830	\$ -396.588	\$ -422.994
(-) Inversión inicial en activos fijos	\$ 300.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>Total Flujo de Caja</b>	<b>-\$ 300.000.000</b>	<b>\$ 145.317.206</b>	<b>\$ 157.217.525</b>	<b>\$ 174.448.033</b>	<b>\$ 193.065.087</b>	<b>\$ 213.169.385</b>
<b>Valor Terminal</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 710.564.616</b>

Fuente: Propia, (2019)

El valor terminal es un dato que se calculó con el gradiente geométrico perpetuo el cual calcula el valor del negocio al final del ciclo del proyecto, si se considera una posible venta del mismo.

### Indicadores de evaluación financiera

La evaluación financiera es el análisis final para ver si es factible el proyecto, evidenciando el potencial del mercado en el que se desenvuelve el proyecto y determinar si

el proyecto es rentable, recalcando que el método utilizado fue bajo un modelo determinístico.

*Valor Presente Neto*

En la tabla 22 se el valor presente neto indicando que el proyecto es rentable ya que, al sumar los flujos descontados, la inversión inicial y las ganancias esperadas trayéndolo al periodo cero del ciclo del proyecto.

**Tabla 22.VNP**

Valor presente de los flujos	\$ 409.223.591
Valor presente VT	\$ 191.375.710
Valor de mercado del negocio	\$ 600.599.301
Inversión inicial en activos fijos	\$ 300.000.000
<b>VALOR PRESENTE NETO - VPN</b>	<b>\$ 300.599.301</b>

Fuente: Propia, (2019)

*Tasa Interna de Retorno, Tasa Interna de Retorno Ajustado y Tasa Interna de oportunidad*

**Tabla 23. Tasa Interna de Retorno, Tasa Interna de Retorno Ajustado y Tasa Interna de oportunidad**

TIR	47%
TIRM	30%
TIO	30%

Fuente: Propia, (2019)

Al analizar las tres tasas y compararlas, se determina que el proyecto sigue siendo viable y rentable, ya que la TIR es la tasa de descuento donde el VNP será igual a cero y este se puede reinvertir, además teniendo en cuenta la TIO que es el reflejo del Costo del capital de trabajo es decir la tasa mínima aceptable de rendimiento del proyecto; por ende es rentable ya que está entre los márgenes de viabilidad para los inversionistas teniendo en cuenta los riesgos de los mismos.

## Punto de Equilibrio

**Tabla 24. Punto de Equilibrio**

<b>Punto de Equilibrio</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Costos variables		\$ 318.214.404	\$ 327.985.708	\$ 339.465.208	\$ 351.346.490	\$ 363.643.617
Costos fijos		\$ 43.282.330	\$ 37.907.142	\$ 31.456.916	\$ 23.716.645	\$ 14.428.320
Costo variable unitario		\$ 30.692	\$ 30.713	\$ 30.862	\$ 31.012	\$ 31.162
<b>Punto de Equilibrio - Unidades</b>		2.242	1.800	1.383	968	548
Ventas Reales- Unidades		10.368	10.679	10.999	11.329	11.669
Real menos Equilibrio		8.126	8.879	9.617	10.362	11.121

Fuente: Propia, (2019)

Se analiza que de un año a otro la variación es positiva y oscila entre 7% y 9% lo que significa que el proyecto es más productivo con el pasar de los años. En el año 1 se debería llegar a 2.242 entradas para estar en punto de equilibrio.

## Rentabilidad sobre Activos

**Tabla 25. ROA**

<b>Rentabilidad Sobre Activos</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
ROA - Incluyendo el efecto tributario		28,1%	26,6%	30,7%	35,6%	41,4%
ROA - Sin considerar los intereses		51,4%	46,2%	51,1%	56,8%	63,7%
ROI - Rendimiento sobre Inversión		28,1%	26,6%	30,7%	35,6%	41,4%
ROIA - Rentabilidad económica ampliada		17,9%	19,5%	25,1%	31,5%	39,1%
ROIC - Rendimiento sobre el capital invertido		21,7%	17,8%	18,8%	19,9%	21,0%
ROE -Rendimiento sobre el Patrimonio		50,1%	37,2%	38,7%	40,2%	46,1%

Fuente: Propia, (2019)

## Earnings Before Interest Taxes

**Tabla 26. EBITDA**

<b>EBITDA- Earnings Before Interest Taxes</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
EBITDA		51,4%	46,2%	51,1%	56,8%	63,7%

Fuente: Propia, (2019)

Al analizar el indicador del ROA se observa que según las estimaciones el proyecto es rentable al proporcionar niveles sobre el 5% en relación con los activos. Es decir, que para todos los años la rentabilidad está en promedio del 45% es decir que hay un adecuado aprovechamiento del total de sus activos para la producción de sus ingresos.

*Márgenes de Rentabilidad y Apalancamiento*

**Tabla 27.ROE**

RENTABILIDAD		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MARGEN BRUTO	Utilidad Bruta/ Ventas Netas	24%	29%	29%	29%	33%
MARGEN OPERACIONAL	Utilidad Operac. / Ventas Netas	39%	42%	46%	44%	46%
MARGEN NETO	Utilidad Neta. / Ventas Netas	24%	26%	29%	31%	33%
APALANCAMIENTO	Pasivo Total / Patrimonio	79%	40%	26%	13%	0%

Fuente: Propia, (2019)

Al analizar los indicadores de rentabilidad se evidencia que el de Margen Bruto evidencia que la empresa posee un nivel suficiente para cubrir sus deudas y obligaciones en comparación a las ventas netas de los periodos, en las estimaciones de los cinco años el indicador se vuelve más consistente, así como el margen operacional y neto reflejan un buen nivel de rentabilidad y la estabilidad de todas sus operaciones.

## Evaluación Social y Económica

La evaluación social y económica del proyecto se usa para analizar el impacto que puede tener en la comunidad y en la economía de la región. y para ellos es necesario tener en cuenta el precio cuenta o sombra, así:

**Tabla 28.** Estimación de precio cuenta para Colombia.

RPC FC inversión servicios	0,8
RPC mano de obra administrativa	0,49
RPC equipos de oficina	0,79
RPC maquinaria y equipos industriales	0,77

Fuente: Propia, (2019) con base a (Cervini, 1990)

**Tabla 29.** Flujo de caja socio económico

Flujo de Caja						
Años	0	1	2	3	4	5
Utilidad neta	\$ -	\$ 88.319.228	\$ 104.587.361	\$ 121.758.916	\$ 140.719.617	\$ 161.686.166
(+) Gasto financiero	\$ -	\$ 40.000.000	\$ 34.624.812	\$ 28.174.586	\$ 20.434.315	\$ 11.145.990
(+) Impuestos causados	\$ -	\$ 56.872.230	\$ 67.347.922	\$ 61.291.368	\$ 73.410.261	\$ 86.817.625
<b>EBIT</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 185.191.459</b>	<b>\$ 206.560.094</b>	<b>\$ 211.224.870</b>	<b>\$ 234.564.193</b>	<b>\$ 259.649.781</b>
(-) Impuestos ajustados	\$ -	\$ 52.850.442	\$ 62.093.947	\$ 70.870.727	\$ 80.357.928	\$ 90.607.262
<b>EBIT(1-tx)</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 132.341.017</b>	<b>\$ 144.466.147</b>	<b>\$ 140.354.143</b>	<b>\$ 154.206.265</b>	<b>\$ 169.042.520</b>
(+) Depreciación	\$ -	\$ 3.282.330	\$ 3.282.330	\$ 3.282.330	\$ 3.282.330	\$ 3.282.330
<b>Flujo bruto</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 135.623.347</b>	<b>\$ 147.748.477</b>	<b>\$ 143.636.473</b>	<b>\$ 157.488.595</b>	<b>\$ 172.324.850</b>
(-) Inversión en capital de trabajo	\$ -	<b>-\$ 2.565.562</b>				
(-) Inversión inicial en activos fijos	\$ 300.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>Total Flujo de Caja</b>	<b>-\$ 300.000.000</b>	<b>\$ 138.188.908</b>	<b>\$ 150.314.039</b>	<b>\$ 146.202.035</b>	<b>\$ 160.054.157</b>	<b>\$ 174.890.411</b>
<b>Valor Terminal</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 582.968.037</b>

Fuente: Propia, (2019)

Valor Presente Neto Socio Económico

**Tabla 30. VNP Socio Económico**

Valor presente de los flujos	\$ 364.931.076
Valor presente VT	\$ 157.010.242
Valor de mercado del negocio	\$ 521.941.318
Inversión inicial en activos fijos	\$ 300.000.000
VALOR PRESENTE NETO - VPN	\$ 221.941.318

Fuente: Propia, (2019)

*Tasa Interna de Retorno, Tasa Interna de Retorno Ajustado y Tasa Interna de oportunidad Socio económico.*

**Tabla 31. TIRS, TIRSM**

TIRS	41%
TIRMS	26%
TIO	30%

Fuente: Propia, (2019)

Al implementar el nuevo proyecto se obtendría como ganancia 221.941.318, la cual es menor a la obtenida anteriormente sin tener en cuenta el análisis social por lo cual se determina que la sociedad no se ve beneficiada con el proyecto calculando una TIRM de 26% menor a la esperada la cual es de 30%.

## **Conclusiones**

-La industria de la humanización de las mascotas toma cada vez más fuerza, no sólo por razones demográficas, las familias ya no son tan numerosas; sino también porque las mascotas hacen parte integral de los hogares.

-Las mascotas y sus dueños son en la actualidad un mercado potencial que demanda cada vez más productos y servicios.

-En el análisis de las encuestas se pudo concluir que la gran mayoría de los encuestados asistirían al parque Caniaventura entre una y tres veces al mes, estaría dispuestos a pagar entre 30.000 y 50.000 pesos para acceder a la entrada y que además se debe adecuar el parte para mascotas de tamaño mediano y pequeño. Además se puede concluir que sería aceptable para el mercado contar con servicios adicionales dentro del parque como restaurante y veterinaria.

-Este mercado está en crecimiento constante de acuerdo a la introducción del concepto de las familias multiespecies, en ese sentido los hogares están dispuestos a pagar más por un buen servicio o producto con el fin de cuidar de sus mascotas.

-En el estudio técnico del Parque Caniaventura se tuvieron en cuenta tres aspectos: tamaño, localización e ingeniería del proyecto. Para el análisis y cálculo de cada uno de ellos se tuvieron en cuenta las especificaciones del mismo, implementos e instalaciones a usar, la demanda calculada con respecto a la población canina de Bogotá y los proyectos competencia o posible sustituto. Esto nos permitirá realizar de manera posterior un análisis financiero completo del proyecto que incluya un flujo de caja y pueda evaluarse la rentabilidad y flujos de liquidez de Caniaventura en periodos establecidos de tiempo.

Con este estudio técnico se logró establecer la disponibilidad y distribución de la planta adecuada para la instalación del parque dándose un manejo eficiente del espacio y los recursos.

-En la evaluación financiera del proyecto se determina que este es viable al tener un VPN positivo por 300.599.301, con una inversión inicial de 300.000.000 con una TIR de 47% y una TIRM de 30% datos mayores al 30% promedio entre la tasa del costo de crédito y tasa esperada por los inversionistas. Al analizar los indicadores ROA y ROE se puede estimar que el proyecto es rentable ya que las utilidades solventan deudas y gastos del negocio por encima de lo que esperan los inversionistas.

## **Anexos**

### Anexo 1

Inversión inicial adecuación del terreno	\$ 70.000.000
Licencia de Construcción	\$ 5.000.000
Maquinaria Alquiler	\$ 25.000.000
Materiales	\$ 20.000.000
Replanteo	\$ 7.000.000
Excavación	\$ 7.000.000
Cimentación	\$ 10.000.000
Estructura	\$ 15.000.000
Mampostería	\$ 60.000.000
Redes	\$ 6.000.000
Acabados en muros y techos	\$ 6.000.000
Pisos	\$ 10.000.000
Urbana	\$ 10.000.000
Juegos y muebles	\$ 16.411.651
Impermeabilización de piscinas	\$ 12.588.349
Otros gastos( trabajadores, transporte de carga)	\$ 20.000.000
<b>Total inversión Inicial</b>	<b>\$ 300.000.000</b>

Fuente: Propia, (2019)

## **Bibliografía**

- BACA, G. (2010). Localización del Proyecto. En G. B. URBIN, *EVALUACION DE PROYECTOS* (pág. 86). Mexico, D.F: Mc Graw Hill.
- Ballestas, L. N. (2018). *Tres billones de pesos, el gasto de las familias en sus mascotas*. Bogotá: Periódico El Tiempo.
- Ballestas, N. (12 de Junio de 2018). Tres billones de pesos, el gasto de las familias en sus mascotas. *Periódico El Tiempo*, págs. 1-2.
- Bruna, T. (11 de Marzo de 2014). *Los Perros y el Medio Ambiente*. Obtenido de <https://blogsostenible.wordpress.com/2014/03/11/los-perros-y-el-medio-ambiente/>
- Castaño, J., Montoya, C., & otros. (2013). *Plan de mercadeo Doggytown*. Medellín: Universidad CES-El Rosario.
- Castro, A. A. (2019). *Curaduría 2 Bogota*. Obtenido de Licencia de Construcción en las Modalidades de Obra Nueva: [https://curaduria2bogota.com.co/Requisitos/Lic\\_Obra\\_nueva.pdf](https://curaduria2bogota.com.co/Requisitos/Lic_Obra_nueva.pdf)
- Cervini, H. (1990). *Estimaciones de Cuenta para Colombia*. Washington, D.C: Division de Investigación de Política de Desarrollo-Banco Interamericano de Desarrollo. Obtenido de [https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Inversiones%20y%20finanzas%20pblicas/Estimaci%C3%B3n\\_de\\_precios\\_de\\_cuenta\\_para\\_Colombia.pdf](https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Inversiones%20y%20finanzas%20pblicas/Estimaci%C3%B3n_de_precios_de_cuenta_para_Colombia.pdf)
- CONGRESO DE COLOMBIA. (2016). *Ley 1774*. Bogotá. Obtenido de <http://es.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201774%20DEL%206%20DE%20ENERO%20DE%202016.pdf>
- Costales, B. (1996). *Diseño y evaluación de proyectos*. Quita, Ecuador: Sangolquí.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE. (s.f.). *Encuesta de calidad de vida*.
- Disconzi, N., Jardim, A., & Silveira, V. (2017). La mascota bajo la perspectiva de la familia multiespecie y su inserción en el ordenamiento jurídico brasileño. *dA Derecho Animal ISSN2462-7518*, 1-20.
- EL COMERCIO. (30 de Enero de 2010). Elija al perro según el tamaño de su casa. *EL COMERCIO*, pág. 1. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/elija-al-perro-segun-tamano.html>
- EL CONGRESO DE COLOMBIA. (1989). *Ley 84*. Bogotá. Obtenido de [https://www.dnp.gov.co/programas/justicia-seguridad-y-gobierno/Documents/ANEXO%203\\_LEY%2084%20DE%201989.pdf](https://www.dnp.gov.co/programas/justicia-seguridad-y-gobierno/Documents/ANEXO%203_LEY%2084%20DE%201989.pdf)
- EL CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. (2015). *Ley 1753*. Bogotá. Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/INEC/IGUB/ley-1753-de-2015.pdf>

- El Tiempo*. (2017 de Agosto de 2017). Obtenido de <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/apps/tecnologia-para-el-cuidado-de-mascotas-122046>
- Faraco, C. (2014). *Familia Multiespécie é tendência mundial*. Fortaleza: Fortaleza, Diário do Nordeste, 28 mai 2010.
- G, L. F. (2007). La influencia de las Mascotas en la Vida Humana. *Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias*, 377-386. Recuperado el 16 de 10 de 2018, de <http://www.scielo.org.co/pdf/rccp/v20n3/v20n3a16.pdf>
- Gabriel, B. U. (2010). Objetivos y generalidades del estudio. En B. U. Gabriel, *Evaluación de Proyectos* (pág. 12). Ciudad de Mexico: Mc Graw Hill. Obtenido de <https://leonelmartinez.files.wordpress.com/2015/01/1-gabriel-baca-urbina-evaluacion-de-proyectos-6ta-edicion-2010.pdf>
- Grupo de Comunicaciones y Relaciones Públicas. (8 de Mayo de 2017). *DNP lanza política nacional para la protección de animales domésticos*. Obtenido de Departamento Nacional de Planeación: <https://www.dnp.gov.co/Paginas/DNP-lanza-pol%C3%ADtica-de-protecci%C3%B3n-para-animales-dom%C3%A9sticos-.aspx>
- Lopez, E. (4 de Junio de 2018). Demografía y economía. *El Colombiano*, págs. <http://www.elcolombiano.com/opinion/columnistas/demografia-y-economia-XK8804426>.
- MASCOTAPEDIA. (2018). *MASCOTAPIA -Mascotas. Enciclopedia ilustrada*. Obtenido de Sobe las necesidades de las mascotas: <http://www.mascotapedia.com/necesidades-mascotas/>
- Mascotas Mercola*. (07 de Febrero de 2015). Obtenido de <https://mascotas.mercola.com/sitios/mascotas/archivo/2015/02/07/reducir-la-huella-de-carbono-de-mascotas.aspx>
- Ministerio de Salud. (19 de Octubre de 2012). *Tenencia Responsable de Animales*. Obtenido de Ministerio de Salud: <https://www.minsalud.gov.co/salud/Paginas/Tenencia-responsable-de-mascotas.aspx>
- Ministerio de salud. (2017). *Cobertura de Vacunacion Antirrábica de Perros y Gatos por Municipio*. Bogotá: Subdirección de Salud Ambiental. Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/SA/Cobertura-vacunacion-antirrabica-municipio-2016.pdf>
- Ministerio de Salud y Protección social. (2014). *Decreto 351*. Bogotá. Obtenido de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Normograma/Decreto%200351%20de%202014.pdf>
- Observatorio de Salud Ambiental de Bogotá. (2016). *Cobertura vacunación antirrábica en Bogotá*. Obtenido de Vigilancia, prevención y control de zoonosis: <http://biblioteca.saludcapital.gov.co/ambiental/index.shtml?s=l&id=37&v=l>
- Petfoodlatinoamerica*. (02 de Mayo de 2017). Obtenido de <http://petfoodlatinoamerica.com/2017/05/02/huella-ecologica-alimento-mascotas/>

Project Management for Development Organizations PM4DEV. (2009). *Gestion del presupuesto del proyecto*. Atlanta, Georgia. Obtenido de <http://www.gestionsocial.org/archivos/00000830/PM4DEV.1.pdf>

Universidad Manuela Beltrán. (15 de Septiembre de 2018). *UMB Virtual Educación superior de calidad*. Obtenido de Capacidad instalada: <http://virtualnet2.umb.edu.co/virtualnet/archivos/open.php/5596/m1/pdf/capacidad.pdf>

Urbina, G. B. (2010). Distribucion de la Planta. En G. B. Urbina, *Evaluacion de Proyectos* (Sexta Edicion ed., págs. 94-95). Mexico: Mc Graw Hill.