

**Plan de negocios para la elaboración y comercialización de casas para perros a base de
guadua con un sistema de suministro de alimentos en la ciudad de Pasto – Nariño**

Delgado Muñoz Julián
Parra Diaz Andrea Nathaly

Tecnología en Contabilidad y Finanzas, Universidad CESMAG

Trabajo de Grado

Mg. Misnaza Gomez Juan David

14 de noviembre de 2024

**Plan de negocios para la elaboración y comercialización de casas para perros a base de
guadua con un sistema de suministro de alimentos en la ciudad de Pasto – Nariño**

Delgado Muñoz Julián
Parra Diaz Andrea Nathaly

Estudiantes Semilleristas

Tecnología en Contabilidad y Finanzas, Universidad CESMAG

Trabajo de Grado

Mg. Misnaza Gomez, Juan David

14 de noviembre de 2024

Nota de aceptación

Presidente jurado

Jurado 1

Jurado 2

San Juan de Pasto, noviembre 2024.

Nota de exclusión de responsabilidad intelectual

El pensamiento que se expresa en esta obra es exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete la ideología de la Universidad CESMAG.

Dedicatoria

Durante el proceso de formación académica profesional, tuve muchas personas que me acompañaron en cada momento; donde tuve muchas dificultades, tristezas, logros y alegrías, estas personas que, con su esfuerzo, apoyo incondicional, cariño y un amor fraterno permitieron que esta primera etapa de muchas culminara satisfactoriamente.

Particularmente este logro va dedicado a Dios, a mi familia, a mis profesores, a mis amigos, a mis compañeros y demás personas que he conocido y han contribuido de alguna manera en el proceso de formación académica. A cada uno de ellos les doy mis más sinceros agradecimientos por ser mi apoyo incondicional y una guía para ser mejor persona cada día.

Julián Delgado Muñoz

Dedicatoria

Dedico este trabajo y todo lo aprendido a Dios, como fuente de amor y vida, por ser la fuerza que me garantiza los mejores pensamientos y la capacidad para crearlos. A mi primera escuela, *Variedades Elvia*, con especial cariño, a mi abuelita: Mamita Nelly, con su ejemplo y amor he aprendido la importancia de prepararme, trabajar y tener miles de objetivos por los cuales despertarme cada día. A papito Jorge, su amor y dedicación hacia mí, es un abrigo del universo que me hace sentir siempre segura. A mi madre, por ser mi maestra de vida, a mis tíos: Myri y Memo, por su ejemplo y consejos. A Fercho, ha crecido tu pequeña y ahora, engrandeces mi vida para compartir miles de alegrías. (Gracias por acompañarme y cuidarme en cada momento) A mi hermana, mi compañera de juegos y desvelos, sin mediar tiempo. A Maximilianito, su cálido amor, es una dulce compañía.

Andrea Nathaly Parra Díaz

Agradecimiento

Aproximadamente hace 3 años se inició con la etapa académica profesional, donde se conoció a personas que nos han acompañado durante este proceso, aquellas personas que diariamente nos fueron aportando conocimientos, experiencias y anécdotas, para nutrir la formación personal, profesional y el servir a los demás con dedicación y esfuerzo.

Los agradecimientos van dirigidos a cada uno de los familiares que acompañaron el proceso académico, dado que con su apoyo, consejos y su guía brindada, contribuyeron con el objetivo de culminar los estudios satisfactoriamente.

Se agradece a los docentes los cuales, con su paciencia, amor por lo que realizan, su apoyo, su colaboración y los conocimientos que nos han difundido, han permitido que la primera etapa de formación profesional se haya culminado felizmente, contribuyendo con un crecimiento profesional, ético y de formación más humana.

Agradecimiento a amigos y compañeros los cuales fueron participes del proceso académico, y contribuyeron con la meta alcanzada.

Julián Delgado Muñoz

Agradecimiento

A la vida y con ella a las oportunidades que se han presentado, me topé con la indicada: Contabilidad y finanzas: un campo que me ha permitido conocer, emplear, crear y profesionalizarme.

Mi sincero agradecimiento a mi familia, cada gesto me hizo sentir amada y apoyada.

A mis profesores, quienes, con su dedicación y pasión por la enseñanza, han cautivado mi mente e inspirado mi creatividad.

A mis amigos, la academia fue un escenario lleno de aprendizajes y risas.

A la sociedad, sus necesidades son una fuente de inspiración, para suplirlas con un: negocio.

Andrea Nathaly Parra Díaz

Resumen ejecutivo

El actual plan de negocios para la elaboración y comercialización de casas para perros a base de guadua con un sistema de suministro de alimentos en la ciudad de Pasto – Nariño, permite desarrollar y comercializar casas para perros con un material totalmente resistente que es la guadua, integradas con un sistema de suministro electrónico de alimentos, este producto se enfoca en ofrecer una solución innovadora, ecológica y funcional para el cuidado de mascotas.

El municipio de Pasto es el escenario perfecto para potencializar este proyecto, toda vez que según el DANE durante el año 2023 existen 113.732 hogares, de los cuales aproximadamente el 60% que corresponde a 68.239 tienen mascotas, principalmente perros.

El municipio cuenta según la muestra poblacional efectuada con una amplia clientela de mujeres jóvenes de 21 a 30 años, principalmente en hogares de 2 a 5 personas. El mercado potencial está dominado por estratos 2 y 3, que constituyen el 91.9% y es notable la creciente demanda de soluciones ecológicas y prácticas para mascotas que se ofrece con este proyecto.

Vamos más allá, GUADUHOGAR ofrece protección, comodidad y facilidad de desarme, con un precio estimado de \$580.000 con una durabilidad que supera los 50 años y el dispensador que requiere mantenimiento cada 5 años en aspectos de limpieza.

GUADUHOGAR se distingue por el uso de guadua, un material natural y resistente, y por la integración de un dispensador electrónico de alimentos. Esta combinación ofrece una alternativa sostenible y tecnológica a las tradicionales casas de plástico, logrando un producto ecológico y a bajo precio.

Se estima que con un mercado potencial de 56,843 hogares en Pasto, se producirán 1,200 casas anuales, cubriendo el 2.11% del mercado potencial. Se prevé expansión a otros mercados cuando el producto localmente se establezca. Para dicho fin, se prevé una serie de etapas, entre ellas la producción que incluye compra y preparación de materiales, construcción de la casa y la instalación del dispensador, de igual manera se detalla la cuantificación de gastos esenciales, incluyendo salarios del personal, costos de producción y distribución. Una asignación adecuada de estos recursos es fundamental para el éxito en el mercado local. Las proyecciones financieras a cinco años, basadas en un IPC promedio del 6.69%, estiman ingresos totales de \$1,278,740,328 con una producción anual de 1,200 unidades. La evaluación financiera muestra un Valor Presente Neto (VPN) positivo de \$241.530.356, indicando viabilidad financiera, y una Tasa Interna de Retorno

(TIR) del 116%, superior a la Tasa de Interés de Oportunidad (TIO) del 26.96%. Además, la relación beneficio-costos (RBC) de 3.15 sugiere un retorno de 2.15 pesos por cada peso invertido.

A manera de conclusión, GUADUHOGAR presenta un plan sólido con alta viabilidad financiera. La combinación de innovación, sostenibilidad y diferenciación posiciona favorablemente al proyecto en el mercado, respaldado por proyecciones financieras positivas y una sólida rentabilidad a largo plazo.

Tabla De Contenido

Introducción	25
1. Titulo	26
1.1 Descripción de la oportunidad de mercado	26
2. Objetivos	27
2.1 Objetivo general.....	27
2.2 Objetivos específicos.....	27
3. Concepto del negocio.....	28
3.1 En qué consiste el negocio.....	28
3.2 Identificación de bienes y de servicios	28
4. Análisis del mercado	32
4.1 Investigación de mercado	32
4.1.1 Fuentes de recolección de la información	34
4.1.1.1 Fuentes primarias.....	34
4.1.1.2 Fuentes secundarias	34
4.1.1.3 Fuentes terciarias	34
4.1.2. Población y Muestra	35
4.1.2.1 Población	35
4.1.2.2 Muestra	36
4.1.3 Técnicas e Instrumentos de recolección	37
4.1.3.1 Encuesta Google Forms	37
4.1.3.2 Identificación de la Competencia Indirecta	37
4.1.4 Análisis e interpretación de la información	38
4.2 Análisis de la demanda	64
4.2.1 Identificación de características de la demanda.....	64

4.2.2 Cálculo y proyección de la demanda	66
4.3 Análisis de la competencia	68
4.3.1 Identificación de características de la oferta	69
4.3.2 Cálculo y proyección de la oferta	69
4.3.2.1 Fortalezas del producto: Casa para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos.	70
4.3.2.2 Debilidades del producto: Casa para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos.	70
4.3.2.3 Oportunidades del producto: Casa para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos.	70
4.3.2.4 Amenazas del producto: Casa para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos.	70
4.4 Determinación del mercado insatisfecho	71
4.5 Estrategias de mercadeo	71
4.6 Presupuesto de la mezcla de mercadeo.....	73
5. Plan de operaciones.....	74
5.1 Ficha técnica de productos y/o servicios	74
5.2 Localización e identificación del tamaño del negocio.....	74
5.2.1 Localización Del Negocio	74
5.2.2. Identificación Del Tamaño Del Negocio	79
5.3 Descripción de procesos de producción, ventas y servicios	79
5.3.1 Elaboración de casas para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos.....	79
5.3.2 Comercialización de casas para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos.	81
5.4 Distribución física e ingeniería del proyecto	82

5.4.1 Infraestructura	82
5.5 Necesidades y requerimientos	83
5.6 Plan de producción u operación.....	83
6. Aspectos organizacionales	85
6.1 Estructura organizacional	85
6.1.1 Misión	85
6.1.2 visión.....	85
6.1.3 Organigrama	86
6.2 Descripción de funciones.....	86
6.3 Normatividad	94
6.3.1 Normatividad empresarial (constitución legal de la empresa).....	94
6.3.2 Normatividad técnica (permisos, licencias, registros, etc.)	94
6.3.3 Normatividad laboral	95
6.3.4 Normatividad ambiental	95
7. Plan financiero	97
7.1 Estudio económico.....	97
7.1.1 Determinacion de inversiones.....	97
7.1.1.1 Inversion activos fijos tangibles	97
7.1.1.2 Inversion activos fijos intangibles	98
7.1.1.3 Capital de trabajo.....	99
7.1.2 Calculo costos y gastos.....	102
7.1.2.1 Costo de Materia Prima.	102
7.1.2.2 Costo de Mano de Obra Directa	103
7.1.2.3 Costo Indirectos de Fabricación.	103
7.1.2.4 Gasto de depreciacion.....	105

7.1.2.5 Gasto de amortizacion	108
7.1.2.6 Gastos administrativos	109
7.1.2.7 Gastos de ventas o gastos de comercializacion	111
7.1.2.8 Proyecciones a 5 años	112
7.1.3 Cálculo y proyeccion de ingresos	119
7.1.3.1 Calculo de ingresos	122
7.1.3.2 Proyeccion de ingresos	122
7.1.4 Identificacion del punto de equilibrio	124
7.1.5 Estados financieros	127
7.1.5.1 Estados de Situación Financiera o Balance General	127
7.1.5.2 Estado de Resultado	129
7.1.5.3 Flujo de Fondos	130
7.2 Evaluacion financiera	132
7.2.1 Indicadores de rentabilidad financiera	133
7.2.1.1 Valor Presente Neto (VPN)	133
7.2.1.2 Tasa Interna De Retorno (TIR).	134
7.2.1.3 Relacion Beneficio Costo (RBC)	135
8. Identificación de incidencias	137
8.1 Incidencias económicas	137
8.2 Incidencias Ambientales	138
8.3 Incidencias Sociales	139
Conclusiones	140
Recomendaciones	141
Referencias	142
Anexos	147

Certificado semilleros de investigacion.....147

Certificado RED UREL.....149

ENCUESTA DEL PRODUCTO: CASAS A BASE DE GUADUA CON DISPENSADOR DE ALIMENTOS.151

LISTA DE TABLAS

Tabla 1.....	35
Censo Nacional de Población y Vivienda (2018).....	35
Tabla 2.....	36
Censo Nacional de Población y Vivienda (2018).....	36
Tabla 3.....	37
Calculo tamaño de la muestra.....	37
Tabla 4.....	39
Genero de los encuestados.....	39
Tabla 5.....	39
Edad de los encuestados.....	40
Tabla 6.....	41
Miembros del hogar.....	41
Tabla 7.....	42
Tipo de vivienda.....	42
Tabla 8.....	43
Muestreo estratificado.....	43
Tabla 9.....	44
Ingreso mensual en hogares.....	44
Tabla 10.....	45
Numero de mascotas.....	45
Tabla 11.....	46
Numero de mascotas en el hogar.....	46
Tabla 12.....	48
Tipos de mascota.....	48

Tabla 13.....	49
Tamaño de su mascota	49
Tabla 14.....	50
Gasto mensual para su mascota	50
Tabla 15.....	52
Elección de comprar el producto	52
Tabla 16.....	53
Precio dispuesto a pagar.....	53
Tabla 17.....	54
Ha comprado una casa para su mascota recientemente	54
Tabla 18.....	55
Características que cumplía el producto adquirido.....	55
Tabla 19.....	57
Motivo por el cual decidió cambiar de casa para su mascota	57
Tabla 20.....	59
Características de la nueva casa de su mascota	59
Tabla 21.....	62
Funciones que le gustaría ver en producto que le ofrecemos	62
Tabla 22.....	66
Cálculo de la Demanda	66
Tabla 23.....	67
Cifra del Índice de Crecimiento Poblacional	67
Tabla 24.....	67
Proyección de la Demanda.....	67
Tabla 25.....	68

Unidades elaboradas anualmente.....	68
Tabla 26.....	73
Estrategia en el presupuesto de la mezcla de mercadeo anual.....	73
Tabla 27.....	74
Ficha técnica de servicios para la elaboración y comercialización de casas para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos.....	74
Tabla 28.....	77
Matriz de evaluación cuantitativa.....	77
Tabla 29.....	83
Costos de la elaboración de casas para perros a base de guadua, con dispensador de alimentos.	83
Tabla 30.....	83
Plan de Producción.....	84
Tabla 31.....	84
Materiales implementados.....	84
Tabla 32.....	87
Manual de Funciones del Gerente.....	87
Tabla 33.....	88
Manual de Funciones del Contador.....	88
Tabla 34.....	89
Manual de Funciones de la Secretaria Auxiliar Contable.....	89
Tabla 35.....	90
Manual de Funciones de Jefe de Producción.....	90
Tabla 36.....	91
Manual de Funciones de Jefe de Comercialización (Ventas).....	91
Tabla 37.....	92

Manual de Funciones de Operario de Producción	92
Tabla 38.....	93
Manual de Funciones de Vendedor	93
Tabla 39.....	97
Inversión activos tangibles.....	97
Tabla 40.....	99
Inversion activos intangibles.....	99
Tabla 41.....	100
Costos operacionales anuales.....	100
Tabla 42.....	101
Costo de operación promedio diario.....	101
Tabla 43.....	101
Capital de trabajo	101
Tabla 44.....	101
Inversion total	101
Tabla 45.....	102
Materia Prima.....	102
Tabla 46.....	103
Mano de Obra Directa.....	103
Tabla 47.....	104
Costos Indirectos de Fabricación - Material Indirecto.....	104
Tabla 48.....	104
Costos Indirectos de Fabricación – Mano de Obra Indirecta.....	104
Tabla 49.....	105
Costos Indirectos de Fabricación – Otros CIF	105

Tabla 50.....	107
Depreciación Activos Tangibles.....	107
Tabla 51.....	109
Amortización Activos Intangibles.....	109
Tabla 52.....	110
Gastos de Administración (Nomina).....	110
Tabla 53.....	110
Gastos de Administración (Otros Gastos).....	110
Tabla 54.....	111
Gastos de Ventas (Nomina).....	111
Tabla 55.....	112
Gastos de Ventas (Otros Gastos).....	112
Tabla 56.....	113
Inflación Últimos 5 años.....	113
Tabla 57.....	113
Promedio IPC.....	113
Tabla 58.....	114
Proyección Materia Prima.....	114
Tabla 59.....	114
Proyección Mano de Obra Directa.....	114
Tabla 60.....	115
Proyección CIF – Material Indirecto.	115
Tabla 61.....	116
Proyección CIF – Mano de Obra Indirecta.	116
Tabla 62.....	116

Proyección CIF – Otros CIF.....	116
Tabla 63.....	117
Proyección Gastos de Administración (Nomina).....	117
Tabla 64.....	117
Proyección Gastos de Administración (Otros Gastos).....	117
Tabla 65.....	118
Proyección Gastos de Ventas (Nomina).....	118
Tabla 66.....	118
Proyección Gastos de Ventas (Otros Gastos).....	118
Tabla 67.....	120
Costos fijos y costos variables	120
Tabla 68.....	121
Costo por unidad de produccion.	121
Tabla 69.....	121
Precio de venta.....	121
Tabla 70.....	122
Ingresos anuales.....	122
Tabla 71.....	124
Promedio ICP.....	124
Tabla 72.....	124
Proyección de ingresos y cantidades.....	124
Tabla 73.....	125
Punto de equilibrio en unidades.....	125
Tabla 74.....	125
Punto de equilibrio en valor.....	125

Tabla 75.....	126
Punto de equilibrio.....	126
Tabla 76.....	128
Estado De Situacion Financiera Inicial.....	128
Tabla 77.....	129
Estado de resultado y proyeccion.	129
Tabla. 78.....	131
Flujo de fondos y su proyección	131
Tabla 79.....	132
Flujo de produccion	132
Tabla 80.....	132
Flujo de caja.....	132
Tabla 81.....	134
Tasa De Interés De Oportunidad (TIO).....	134
Tabla. 82.....	134
Valor Presente Neto (VPN).....	134
Tabla 83.....	135
Tasa Interna De Retorno (TIR)	135
Tabla 84.....	136
Relacion Beneficio - Costo (RBC)	136

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	29
Casa para perros a base de guadua, lado frontal.	29
Figura 2	30
Casa para perros a base de guadua, lateral.....	30
Figura 3	33
Las 10 mejores Tiendas de Mascotas en Pasto.	33
Figura 4	38
Flujograma de la encuesta del producto.....	38
Figura 5	39
Genero de los encuestados.....	39
Figura 6	40
Edad de los encuestados.....	40
Figura 7	41
Miembros del hogar	41
Figura 8	42
Tipo de vivienda.....	42
Figura 9	43
Muestreo estratificado.....	43
Figura 10	44
Ingreso mensual en hogares	44
Figura 11	45
Numero de mascotas	45
Figura 12	47
Numero de mascotas en el hogar	47
Figura 13	48
Tipos de mascota.....	48
Figura 14	49
Tamaño de la mascota.....	49
Figura 15	51
Gasto mensual para su mascota	51

Figura 16	52
Elección de comprar el producto	52
Figura 17	53
Precio dispuesto a pagar	53
Figura 18	54
Ha comprado una casa para su mascota recientemente	54
Figura 19	56
Características que cumplía el producto adquirido	56
Figura 20	58
Motivo por el cual decidió cambiar de casa para su mascota	58
Figura 21	60
Características de la nueva casa de su mascota	60
Figura 22	62
Funciones que le gustaría ver en producto que le ofrecemos	62
Figura 23	75
Ubicación geográfica del departamento de Nariño en la República de Colombia	75
Figura 24	75
Ubicación geográfica del municipio de Pasto en el departamento de Nariño.	75
Figura 25	78
Ubicación del corregimiento de Catambuco	78
Figura 26	80
Flujograma del proceso de producción, ventas y servicios	80
Figura 27	82
Distribución de planta	82
Figura 28	86
Organigrama Guaduhogar	86
Figura 29	123
Crecimiento Poblacional	123
Figura 30	126
punto de equilibrio.	126

Introducción

La industria de los accesorios para mascotas es una de las más dinámicas y en razón a ello, se encuentra en constante crecimiento en todo el mundo. En este contexto, la elaboración y comercialización de casas para perros se ha convertido en un mercado prometedor, pero muy competido, para destacar en este sector, es necesario ofrecer productos innovadores y sostenibles que satisfagan las necesidades de los consumidores, brinden calidad y cuiden del medio ambiente.

En este sentido, se propone la creación de un negocio denominado: *Guaduhogar*, enfocado en la elaboración y comercialización de casas para perros a base de guadua, un material resistente, sostenible y de fácil acceso en nuestro país. Además, el modelo de negocio incluirá un sistema de suministro de alimentos, lo que nos diferenciará de la competencia y nos permitirá ofrecer un servicio integral a los clientes.

El producto que se oferta al mercado es innovador y evidencia una viabilidad en términos de la rentabilidad económica, lo que permite tomar la decisión de realizar las inversiones pertinentes las cuales contribuyan para que el negocio de comienzo, sea próspero y perdure en el tiempo.

En este plan de negocios, presentaremos los detalles de la propuesta, incluyendo el análisis del mercado, la descripción del producto, la estrategia de marketing, el plan financiero y los aspectos legales y administrativos necesarios para la puesta en marcha del negocio.

1. Título

Plan de negocios, para la elaboración y comercialización de casas para perros a base de guadua con un sistema de suministro de alimentos, en la ciudad de pasto.

1.1 Descripción de la oportunidad de mercado

Desde el Centro de Bienestar Animal de la Alcaldía de Pasto (2022), se avanza con las jornadas de adopción de caninos, señalando que la finalidad es promover en la ciudadanía la posibilidad de brindar un hogar a un animalito que ha sufrido maltrato y/o abandono en el cual se proporcione amor, comodidad y seguridad. (p.2)

Actualmente, estudios realizados por parte de *Insurance Information Institute* (2020), muestran tendencia hacia la humanización de las mascotas, generando que sus dueños estén dispuestos a invertir más en productos y accesorios para sus animales de compañía, ya que por el afecto mutuo son considerados miembros importantes de la familia y ello ha presentado un crecimiento exponencial en el mercado de productos de mascotas a nivel mundial y de la misma forma se ha presentado en el municipio de Pasto, en donde “(...) para el mes de agosto de 2016 existían 897 empresas dedicadas a la oferta de al menos un producto y/o servicio para mascotas (...)” (Meneses Guerrero, 2019, p. 16), por lo tanto, se evidencia una demanda creciente de casas para perros, que resultaría de mayor acogida al ser elaborada a base de guadua y mayor aún, contando con un sistema de suministro de alimentos, que permitirá que la mascota este cómodo, cuente con su ración de comida de manera oportuna, sin requerir la presencia de su dueño.

Dicho lo anterior, se puede notar que la conciencia sobre el bienestar animal está en aumento, lo que significa que los dueños de mascotas están buscando cada vez más productos que sean respetuosos con el medio ambiente y eso se nota en el producto que se ofrece. Según Stéphane Schröder (s.f.) el ciclo de crecimiento del bambú es un tercio del de "un árbol de rápido crecimiento" y tiene el doble de productividad por hectárea, en comparación con el roble, la Guadua produce hasta cuatro veces más madera. (p.4)

Por lo antes mencionado, se puede decir que el proyecto está bien enfocado ya que aporta al cuidado del medio ambiente y al contar con un sistema de suministro de alimentos lo hace más útil y llamativo.

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Realizar un plan de negocios, para la elaboración y comercialización de casas para perros a base de guadua con un sistema de suministro de alimentos, en la ciudad de Pasto.

2.2 Objetivos específicos

1. Realizar un estudio de mercado donde se exprese las variables de precio, distribución, demanda y oferta para las casas a base de guadua con un dispensador de alimento.
2. Elaborar un estudio técnico donde se desarrolle el tamaño, localización, distribución, instalación, para la elaboración de las casas a base de guadua con un dispensador de alimento.
3. Establecer un estudio administrativo para la estructuración de la organización de la empresa.
4. Realizar un estudio financiero para conocer: inversiones, costos, gastos, e indicadores financieros en el proyecto.
5. Determinar implicaciones socioeconómicas y ambientales de las casas a base de guadua con un dispensador de alimento.

3. Concepto del negocio

3.1 En qué consiste el negocio

En la ciudad de Pasto, se evidencia el cuidado al medio ambiente y a los animales, por ello se vislumbra la necesidad de darle una mejor calidad de vida a las mascotas en cada hogar, y se brinda un espacio cómodo a través de una casa elaborada con guadua con un sistema programado de alimentación.

Este negocio llega a los clientes y sus mascotas para que se sientan cómodos, las casas que se ofrece serán elaboradas a base de guadua, permitiendo tener una sensación de agrado con toque naturales, puesto que hace las veces de decoración para el hogar; tendrán un espacio amplio en su interior, para la comodidad de dicha mascota, además la casa contara con un dispensador de alimento, permitiendo que la mascota tenga su alimentación a unas determinadas horas, sin que se requiera la presencia de su dueño.

En la actualidad, el mercado que ofrece “casas para mascotas” tiene su elaboración en materiales tales como madera, tela y plástico, el producto que se ofrece es algo totalmente innovador, por ser elaborado a base de guadua como materia prima, la cual es un material accesible en el Departamento de Nariño y permite satisfacer la demanda local, permitiendo ser competente en el mercado y del agrado de los clientes y consumidores.

Los costos presentados por esta materia prima sufren una variación dependiendo del lugar donde se produce y mismo efecto tiene la comercialización en el municipio de Pasto, por el aumento del pago de fletes. Sin embargo, este factor en cuanto a precio, resulta accesible, ya que a nivel de comercializadores de guadua en el municipio manejan una tarifa homogénea.

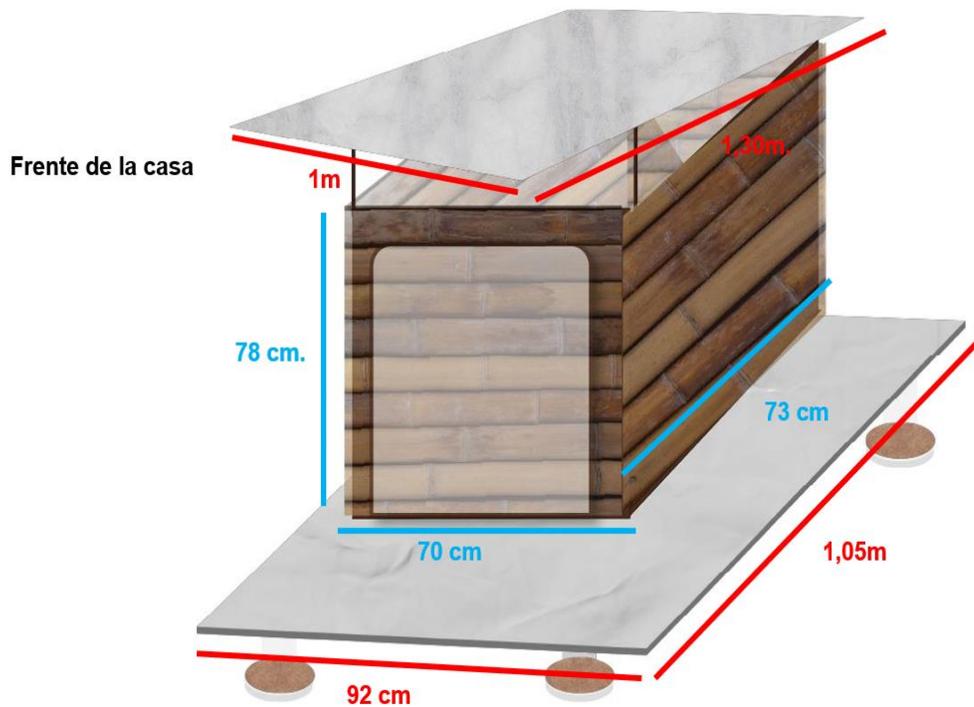
3.2 Identificación de bienes y de servicios

Las casas elaboradas a base de guadua tendrán la siguiente dimensión:

- ✎ En el techo: Largo 1,30m; Ancho 1m.
- ✎ En su estructura: Largo 70 cm; Ancho 73 cm; Alto 78 cm.
- ✎ En la base: Ancho 92 cm; Largo 1,05m.

Figura 1

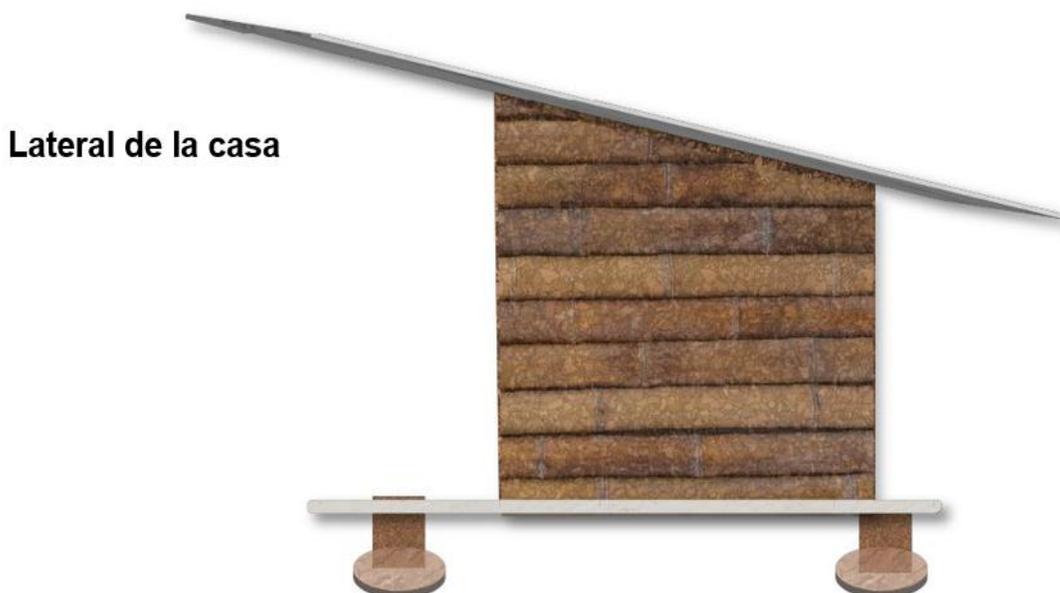
Casa para perros a base de guadua, lado frontal.



Nota. La figura muestra el lado frontal de la casa para perros a base de guadua. Fuente: Elaboración propia (2023).

Figura 2

Casa para perros a base de guadua, lateral.



Nota. La figura muestra el lado lateral de la casa para perros a base de guadua. Fuente: Elaboración propia (2023).

En su exterior, cuenta con un dispensador de comida elaborado en PVC y aluminio, que incorpora un circuito integrado que tiene una dualidad de funciones: Por un lado, está la de suministrar el alimento del canino a determinadas horas y, por otro lado, una alarma con la ayuda de un “fotosensor”, permitiendo sonar cuando se este por terminar el alimento en el almacenamiento.

Este producto es amigable con el medio ambiente, ya que su material principal es “la guadua angustifolia kunt” y en Colombia la guadua se encuentra mayormente distribuida sobre la cordillera Oriental, que posee el 55 % de los bosques de bambú reportados, así mismo, los departamentos con mayor diversidad de estos bosques son: Norte de Santander, Cundinamarca, Cauca, Valle del Cauca, Antioquia, Nariño y Quindío (García y otros et al. 2021)

Por otra parte, también hay que considerar el argumento de Torres (2020) quien explica que del bambú, se conocen más de 1700 especies a la fecha al año 20202, cuenta con una especie muy particular que por sus características y propiedades físico-mecánicas, resulta ideal para su uso como material estructural y por ende para ser usado en construcción. Hablamos aquí, del bambú guadua angustifolia. (p.6)

El uso de este material en el siglo XXI ha sido una innovación en el mercado, retomando, Torres (2020) afirma que con el bambú es posible hacer casi de todo lo imaginable y por ello se lo considera un material natural polivalente, puesto que posee propiedades extraordinarias, a tal nivel de ser reconocido como el material del siglo XXI por la ONU en el año 2017, y que cada vez cobra mayor popularidad. (p.14)

La guadua ha sido utilizada en diferentes bienes tales como: Instrumentos musicales, infraestructuras, artesanías, embarcaciones, entre otros. Para este proyecto se implementará este recurso en la infraestructura de las casas para la mascota, y el momento para su manipulación debe ser en un “estado de madurez”

Al utilizar la guadua como materia prima, se aporta a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), propuesto por la Organización de Naciones Unidas (ONU) (2015) quienes afirman que los ODS constituyen un llamamiento universal a la acción para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y mejorar las vidas y las perspectivas de las personas en todo el mundo. En 2015, todos los Estados Miembros de las Naciones Unidas aprobaron 17 Objetivos como parte de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, en la cual se establece un plan para alcanzar los objetivos en 15 años. (p. ONU)

Los ODS aplicables para este proyecto son: el ODS No. 08. TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO: Al ser productor y comercializador generará empleo en diferentes campos, unos ejemplos son: En la elaboración del producto, ventas del producto, entre otros. Lo que contribuirá en la disminución de desempleo, brindar trabajo decente e inclusivo y el ODS No. 15. VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES, teniendo en cuenta que el producto que se ofrece es elaborado a base de guadua este material sustituye a la madera y el plástico, lo que aporta a la disminución en la deforestación de los bosques, y el cuidado de las especies que habitan estos bosques.

4. Análisis del mercado

4.1 Investigación de mercado

Según Susana Meneces (2019), en la actualidad el mercado mundial ha venido presentando cambios, los cuales han generado el surgimiento de nuevas necesidades, dando la posibilidad de implementar nuevas ideas de negocios para las nuevas generaciones. Atendiendo dicha circunstancia, el presente proyecto se desarrolla con la finalidad de abordar el mercado y suplir las necesidades que surgen en el tiempo actual, en donde uno de los cambios más significativos es la adopción y el incremento de mascotas en los hogares.

El producto que se oferta es: Casas para perros a base de guadua, con un sistema electrónico de suministro de alimento en el municipio de San Juan de Pasto.

Desde el punto de vista de la elaboración, se tiene que la guadua es materia prima y gracias a sus propiedades, gran durabilidad y resistencia a largo plazo frente a diferentes condiciones climáticas, es un material asequible a bajo costo, similar efecto genera el dispensador de alimento electrónico, el cual surge teniendo en cuenta que, en la actualidad las extensas jornadas de trabajo dificultan estar en el hogar y pasar tiempo con las mascotas, es ahí donde el dispensador electrónico facilita la alimentación de la mascota, ya que posee una dualidad de funciones, la primera de ellas es informar al dueño, mediante un sistema de alarma cuando el alimento este por terminar y la segunda función consiste en programar un horario, para dispensar el alimento.

Tomando los anteriores aspectos, este producto se ofrecerá mediante los siguientes canales de comercialización:

1. Tiendas físicas: Se dirigirá a los establecimientos de comercio legalmente constituidos en el municipio, quienes ya tienen un trayecto comercial, permitiendo ser vitrina al producto que se ofrece, tales como:

Figura 3

Las 10 mejores Tiendas de Mascotas en Pasto.

<p>1 - OLFATOS CENTRO CANINO CAMPESTRE - Pasto</p> <p>Calle 18 # 34-09 Maridiaz. Pasto. Nariño.</p> <p>Olfatos Centro Canino Los mejores profesionales y las mejores instalaciones al servicio de su Mascota. Prestamos servicios especializados, en el único complejo campestre en San Juan...</p>	
<p>2 - Unidad Clínica Veterinaria Mundo Animal - Pasto</p> <p>Cr29 21-31 Las Cuadras. Pasto. Nariño.</p> <p>Porque en el cuidado de tu mascota nosotros hacemos la diferencia</p>	
<p>3 - Centro Veterinario Y Odontológico Sabuesos - Pasto</p> <p>Cl 18 31-58 Parque Infantil. Pasto. Nariño.</p>	
<p>4 - Veterinaria San Roque - Pasto</p> <p>Cl 13 28-27 San Ignacio. Pasto. Nariño.</p>	
<p>5 - Criadero Y Guardería Campestre - Pasto</p> <p>Dg16 D 2 E-79 Miraflores. Pasto. Nariño.</p>	
<p>6 - Dogyss Shop - Pasto</p> <p>Cl 22 15-41 Av Colombia. Pasto. Nariño.</p>	
<p>7 - Acuario Perla Negra - Pasto</p> <p>Cl 16 22 A-40 C.C Araza L-209. Pasto. Nariño.</p>	
<p>8 - Mascoticas - Pasto</p> <p>Cl 15 22 A-62. Pasto. Nariño.</p>	
<p>9 - Canópolis - Pasto</p> <p>Cl 21 11-25 Parque Bolívar. Pasto. Nariño.</p>	
<p>10 - Animalomanía - Pasto</p> <p>C.C. Sebastián de Belalcázar L-103. Pasto. Nariño.</p>	

Nota. La figura muestra una lista de las 10 mejores tiendas para mascotas, ubicadas en la ciudad de Pasto (N) Fuente: <https://pasto.infoisinfo.com.co/busqueda/mascotas>

- Instagram: Es una red social de amplia acogida, las personas están abiertas a ver publicidad de productos o servicios en la plataforma. Según Colleen Christison (2022), entre las ventajas de vender mediante esta red social, se tiene lo siguiente:
 - Instagram es una línea directa con los clientes: Permite interactuar con los clientes en tiempo real, ofrecer el producto al detalle y mantener la comunicación.
 - Genera identidad de marca al producto: Las marcas en redes sociales tienen el beneficio agregado de darle a las personas un lugar donde estar en contacto

fácilmente. Las personas se sienten mucho más cercanas a una marca que interactúa activamente con su comunidad.

- ✎ Publicidad masiva: Cuando las personas ven los productos etiquetados en la web, pueden comprar fácil y rápido, teniendo la confianza que dicho producto cumplió las expectativas de otras personas.

3. WhatsApp: Según Kawan Lopes. (2023) se la cataloga como una plataforma de fácil acceso, practica y accesible, permite el intercambio instantáneo de mensajes, fotos, videos, audios y pagos con facilidad. Con esto, permite intercambiar información del producto con los clientes y proveedores.

4.1.1 Fuentes de recolección de la información

4.1.1.1 Fuentes primarias

Encuesta: Como fuentes de recolección se utiliza la encuesta, la cual está dirigida a los hogares del municipio de San Juan de Pasto de los estratos sociales 2, 3, 4 y 5. Se estima que dichos hogares, adquieran las casas para perros a base de guadua con un sistema de suministro de alimentos.

La ubicación para realizar esta encuesta será en mencionados estratos socioeconómicos, donde transitan frecuentemente las personas de los diferentes estratos sociales.

4.1.1.2 Fuentes secundarias

Biblioteca Remigio Fiore Fortezza de la Universidad Cesmag y BANREPCULTURAL del banco de la republica: Como bases de datos y fuente de información, en donde se encuentran trabajos de grado, planes de negocio, artículos, monografías y libros respecto a elaboración de casas, las propiedades de la guadua, al igual que el manejo de sistemas electrónicos para el suministros de alimentos y su comercialización.

4.1.1.3 Fuentes terciarias

Páginas electrónicas: Como fuente de información las páginas de internet en donde encontramos información global y específica para la elaboración y comercialización, bases de datos del municipio de San Juan de Pasto de hogares con mascotas, que puedan adquirir casas para perros a base de guadua con un sistema de suministro de alimentos.

4.1.2. Población y Muestra

4.1.2.1 Población

Inicialmente se toma el municipio de San Juan de Pasto como referente para la comercialización del producto dado a la concentración amplia de familias en la ciudad, por lo tanto, se identificará como población objetiva los hogares.

Una vez tomado los hogares de esta ciudad como referencia, se realiza una consulta en entidades oficiales como el Dane para tener un conocimiento de la composición de cada familia.

Posteriormente a la información obtenida de los hogares existentes, se establecen sitios estratégicos para la realización de encuestas, lo que ayudará a conocer la aceptación del producto a ofrecer.

Tabla 1

Censo Nacional de Población y Vivienda (2018)

CENSO NACIONAL DE POBLACIÓN Y VIVIENDA - CNPV 2018														
HOGARES														
Hogares por jefatura (masculina o femenina) sin cónyuge y con hijos (o hijastros) menores de 18 años, según municipios, área (Total, Cabecera, Centros poblados y Rural disperso)														
Cuadro 3HM Municipal														
Índice														
2018														
Municipio, área (Total, Cabecera y Centros poblados y Rural disperso)	Total hogares	Hogares con Jefes Hombre		Hogares con Jefes Mujer		hogares con jefe mujer sin conyuge		hogares con jefe mujer sin conyuge y con hijos menores de 18		hogares con jefe hombre sin conyuge		hogares con jefe hombre sin conyuge y con hijos menores de 18		
		Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	
52_Nariño 52001_Pasto	Total	113.732	67,830	59,6	45.902	40,4	38.946	84,8	12.241	31,4	17.832	26,3	1.536	8,6
	Cabecera municipal	91.603	52.940	57,8	38.663	42,2	32.846	85,0	9.815	29,9	14.979	28,3	1.285	8,6
	Centro Poblado	14.276	9.242	64,7	5.034	35,3	4.202	83,5	1.685	40,1	1.690	18,3	159	9,4
	Rural Disperso	7.853	5.648	71,9	2.205	28,1	1.898	86,1	741	39,0	1.163	20,6	92	7,9
52019_Albán	Total	3.389	1.913	56,4	1.476	43,6	1.078	73,0	504	46,8	833	43,5	63	7,6
	Cabecera municipal	990	510	51,5	480	48,5	379	79,0	170	44,9	254	49,8	15	5,9
	Centro Poblado	172	90	52,3	82	47,7	58	70,7	25	43,1	41	45,6	5	12,2

Nota. Datos tomados de DANE (2018).

El DANE realizó el censo de la población y vivienda en el 2018, y mediante este estudio se observa que, en la ciudad de Pasto, la totalidad de hogares son 113.732, de los cuales 06 de cada 10 tienen una mascota, tendencia que va en crecimiento por los amantes de las mascotas y animales de compañía (El País, 2022). Es decir que, 68.239 hogares son el mercado potencial.

Una vez conocido los hogares existentes en la ciudad de Pasto, se continuará con el tipo de viviendas, esto sirve para conocer las dimensiones pertinentes de la elaboración de las casas para las mascotas, dado que el tamaño varía de una casa a un apartamento.

Esta recolección de información generara una comodidad a los clientes, puesto que dependiendo del tipo de vivienda donde habitan, encontrarán una casa para la mascota con el tamaño adecuado.

Tabla 2

Censo Nacional de Población y Vivienda (2018)

CENSO NACIONAL DE POBLACIÓN Y VIVIENDA - CNPV 2018										
VIVIENDA										
Viviendas ocupadas con personas presentes, por materiales predominantes de los pisos, según municipio y Cuadro 7V Municipal										
Índice										
2018										
Departamento, municipio y áreas (Total, Cabecera, Centro poblado y Rural disperso) y tipos de vivienda				Total	Materiales predominantes de los pisos					Tierra, arena, barro
					Mármol, parqué, madera pulida o lacada	Baldosa, vinilo, tableta, ladrillo, laminado	Alfombra	Cemento, gravilla	Madera burda, tabla, tablón, otro vegetal	
i2_Nariño	001_Pasto	Total municipal	Total	109.715	6.705	76.421	142	22.218	1.706	2.523
			Casa	56.587	2.808	37.454	65	13.341	1.047	1.872
			Apartamento	42.492	3.660	33.943	70	4.451	287	81
			Tipo cuarto	10.450	236	4.994	7	4.392	327	494
			Vivienda tradicional indígena	70	0	4	0	15	35	16
			Vivienda tradicional étnica	28	0	6	0	1	4	17
			Otro tipo de vivienda (1)	88	1	20	0	18	6	43

Nota. Datos tomados de DANE (2018).

En la Tabla No. 2, se puede observar que existen 109.715 viviendas censadas en la ciudad de Pasto, de las cuales 56.587 son tipo casa y 42.492 corresponde a apartamentos, de acuerdo a estas cifras el mayor porcentaje de las personas que puedan adquirir el bien se encontrarán ubicados en una vivienda tipo casa, lo que permitirá que el producto ofrecido se pueda ubicar en un espacio amplio y cómodo tanto para los clientes como sus mascotas, y un porcentaje menor en los apartamentos lo que nos enfoca en la elaboración de casas más pequeñas de acuerdo al espacio existente en cada apartamento para la satisfacción de estos clientes potenciales.

4.1.2.2 Muestra

Para la identificación de la muestra, se tiene que 68.239 hogares tienen una mascota, en la ciudad de Pasto.

Tabla 3

Calculo tamaño de la muestra.

Cálculo del tamaño de muestra	
	Introducir valores:
<i>Nivel de confianza deseado (Z) =</i>	95 % <small>(ingrese número entre 90% y 99%)</small>
<i>Tamaño del universo (N) =</i>	68239
<i>Proporción de población (p) =</i>	0,8
<i>Error deseado (e) = +/-</i>	5 %
	Resultado:
<i>Muestra (n)=</i>	246

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

De acuerdo con la fórmula de muestreo estratificado realizada anteriormente, se determina que, de 68.239 hogares, la muestra corresponde a 246 hogares para ser encuestados y así desarrollar la investigación del presente plan de negocios.

4.1.3 Técnicas e Instrumentos de recolección

Para la investigación se implementó como técnica e instrumento de recolección, las siguientes:

4.1.3.1 Encuesta Google Forms

Mediante un código QR, se debe compartir el enlace de la encuesta, en sitios estratégicos, como lo son: El Centro Comercial Unicentro y Parque de los perros, en el municipio de Pasto.

4.1.3.2 Identificación de la Competencia Indirecta

En la ciudad de Pasto, “la elaboración y comercialización de casas para perros a base de guadua con un sistema de suministro de alimentos” que se ofrece, es algo totalmente innovador y no hay competencia de manera directa, sin embargo, de manera indirecta se localizan los siguientes:

La empresa PLÁSTICOS RIMAX SAS, ofrece al público casas prefabricadas en plástico y sus precios oscilan entre los \$250.000 a \$350.000.

Los talleres de ebanistería, los cuales algunos elaboran casa para perros a base de madera y sus precios oscilan entre \$220.000 a \$300.000.

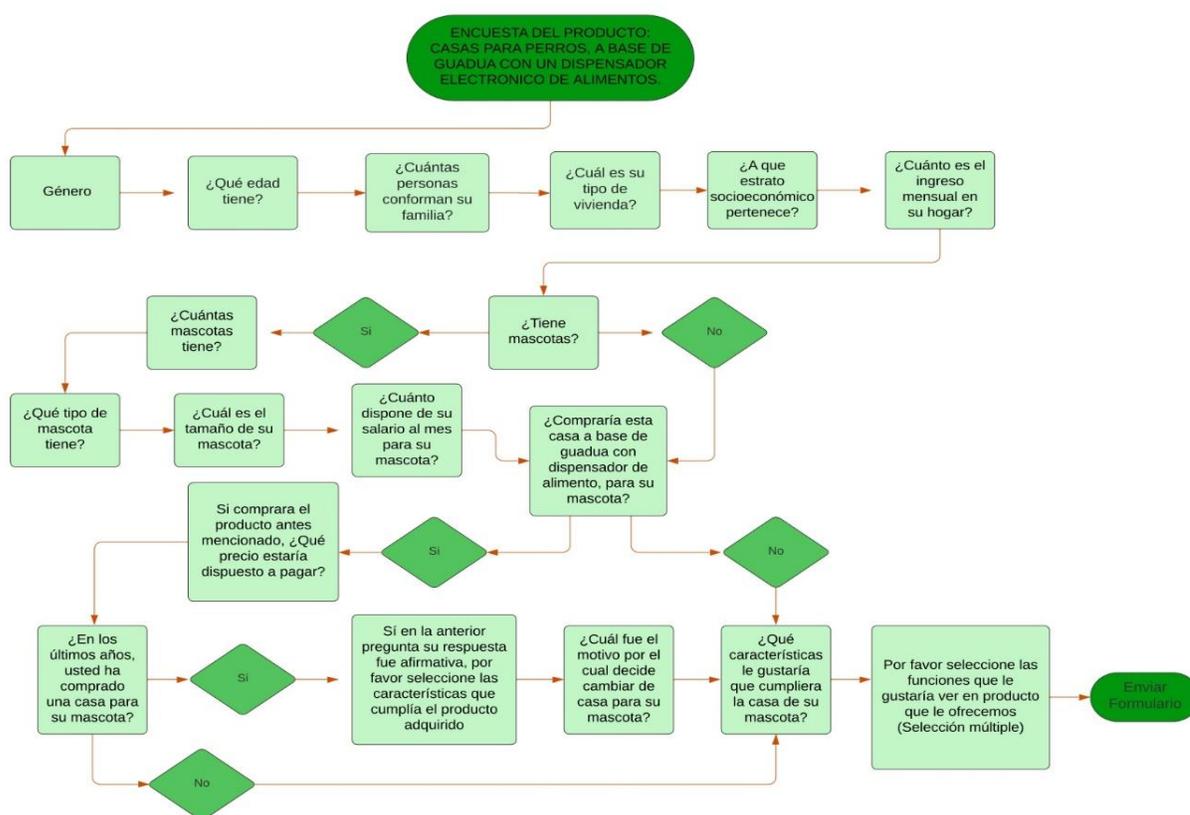
De acuerdo con lo anterior, se debe tener en cuenta el precio de la competencia indirecta, debido a que la población obtendrá diferentes alternativas en la adquisición del producto ofertado.

4.1.4 Análisis e interpretación de la información

En acápite anteriores, se denota que la *población* seleccionada para desarrollar este Plan de Negocios, según el DANE (2018) radica en 68.239 hogares que conforman al municipio de Pasto (N), es por ello que la *muestra* corresponde a 246 hogares. Así las cosas, se procedió a practicar la encuesta (ANEXO 1) que, para efectos de recolección de información y mejor entendimiento, se ha propuesto esquematizarla para comprender la orientación de las preguntas de acuerdo a las respuestas dadas por los encuestados:

Figura 4

Flujograma de la encuesta del producto.

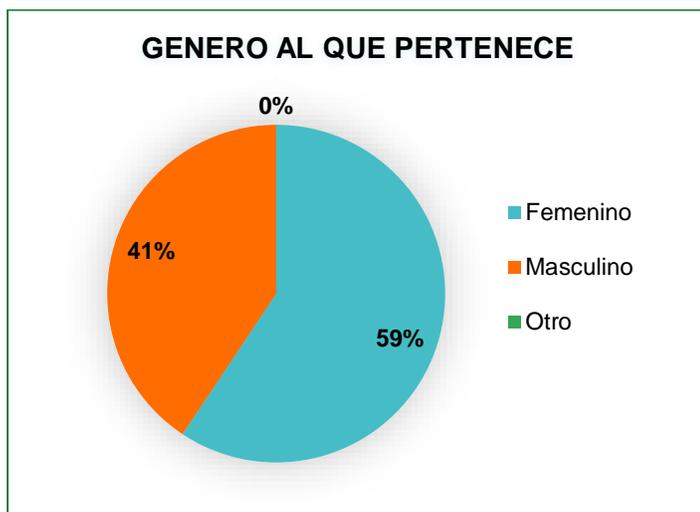


Nota. Se muestra el proceso mediante un flujograma que guía la encuesta sobre la aceptación y funcionalidad de las casas para perros fabricadas con guadua y que incluyen un sistema de suministro de alimentos en la ciudad de Pasto, Nariño. Fuente: Elaboración propia (2023).

Lo anterior, se desarrolló bajo las siguientes preguntas:

Tabla 4*Genero de los encuestados.*

GENERO AL QUE PERTENECE		
GENERO AL QUE PERTENECE	TOTAL DE PERSONAS	PORCENTAJE %
Femenino	146	59,3
Masculino	100	40,7
Otro	0	0,0
TOTAL	246	100

Nota. Datos generados por este estudio (2024).**Figura 5***Genero de los encuestados.**Nota.* Datos generados por este estudio (2024).

El número de encuestas determinadas en la muestra estratificada por hogares fueron un equivalente de 246, de las cuales se determina que el género femenino con un 59.3% equivalente a 146, tuvo una mayor participación en la realización de la encuesta, el género masculino tuvo una participación de un 40.7% perteneciente a 100, mientras que el género otro no tuvo participación de la encuesta realizada.

Con lo anterior se puede concluir que se cumplió con la difusión de la encuesta, teniendo como encuestados al genero femenino y masculino, quienes serán los compradores de la casa para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos.

Tabla 5

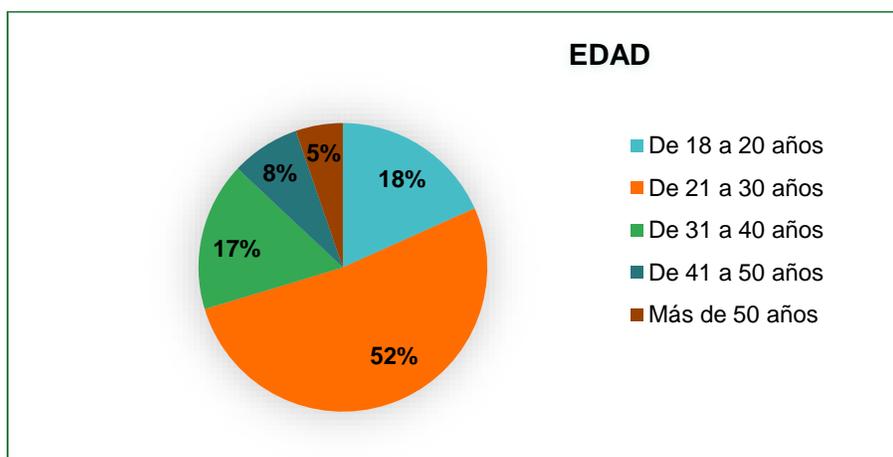
Edad de los encuestados.

¿QUÉ EDAD TIENE?		
EDAD	TOTAL DE PERSONAS	PORCENTAJE %
De 18 a 20 años	45	18,3
De 21 a 30 años	128	52,0
De 31 a 40 años	41	16,7
De 41 a 50 años	19	7,7
Más de 50 años	13	5,3
TOTAL	246	100

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Figura 6

Edad de los encuestados



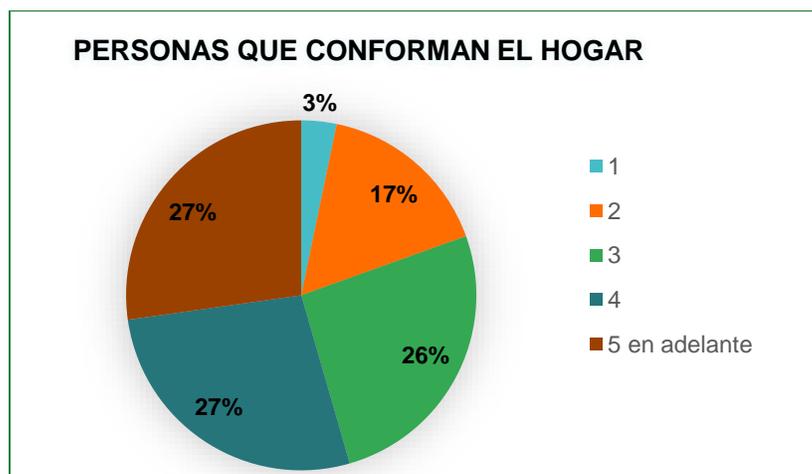
Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Las personas entre los 21 a 30 años de edad con un porcentaje de 52% correspondiente a 128 hogares, presenta la mayor participación en el diligenciamiento de la encuesta, las personas con más de 50 años de edad presentaron la menor participación realizando la encuesta con un porcentaje de 5.3% perteneciente a 13 hogares, con un porcentaje de 18.3% concerniente a 45 está la población entre los 18 a 20 años, en un 16,7% respectivo a 41, las personas entre 31 a 40 años, y con un 7.7 % corresponde a 19, las personas entre 41 a 50 años. Concluyendo así que la edad de los potenciales clientes para la compra de la casa para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos se encuentran en un rango entre los 21 a 30, sin dejar atrás a los otros rangos los cuales son clientes potenciales en una menor cantidad.

Tabla 6*Miembros del hogar*

¿CUÁNTAS PERSONAS CONFORMAN SU FAMILIA?		
No. PERSONAS	TOTAL DE PERSONAS	PORCENTAJE %
1	8	3,3
2	40	16,3
3	64	26,0
4	67	27,2
5 en adelante	67	27,2
TOTAL	246	100

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Figura 7*Miembros del hogar*

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

De los hogares encuestados se determina que los miembros del núcleo familiar, son: El porcentaje mayor con un 27.2% refiriéndose a 67, se encuentran los hogares conformados por 4 personas y 5 personas en adelante, por consecuencia estas familias son potenciales clientes del producto a ofrecer, un porcentaje del 3.3% correspondiente a 8, se ubican los hogares conformados por 1 persona, concluyendo que el producto ofrecido no sea demandado por estos hogares, en un 26% perteneciente a 64 y 16,3% concerniente a 40 están los hogares formados entre 3 y 2 personas respectivamente, siendo un mercado potencial para la demanda del producto ofrecido. Se deduce

de la anterior información que LA CASA PARA PERROS, A BASE DE GUADUA CON UN DISPENSADOR ELECTRÓNICO DE ALIMENTOS la adquieren los hogares que tengan una mascota como parte de la familia, los hogares potenciales para la compra de esta casa se encuentran conformados desde 2 a 5 personas en adelante.

Tabla 7

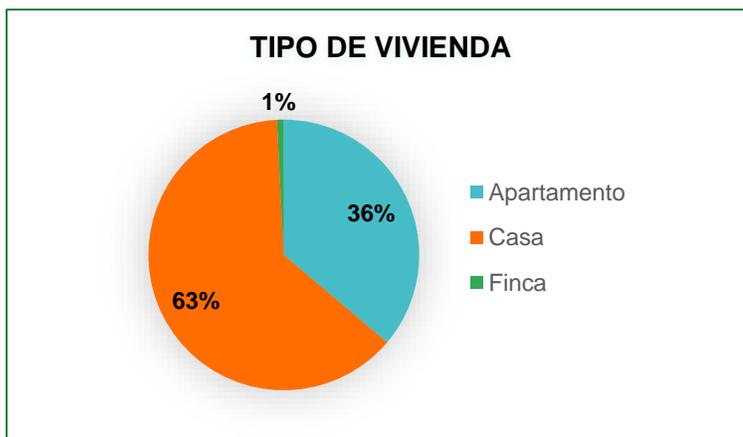
Tipo de vivienda

TIPO DE VIVIENDA		
TIPO DE VIVIENDA	TOTAL DE HOGARES	PORCENTAJE %
Apartamento	89	36,2
Casa	155	63,0
Finca	2	0,8
TOTAL	246	100

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Figura 8

Tipo de vivienda



Nota. Datos generados por este estudio (2024).

La encuesta realizada a los hogares del municipio de Pasto resuelve: El mayor porcentaje con un 63% perteneciente a 155, lo tiene el tipo de vivienda - casa, con un porcentaje de un 36.2% correspondiente a 89, se encuentran el tipo de vivienda - apartamento, con el 0,8% equivalente a 2, esta el tipo vivienda - finca, determinando así que la compra de la casa para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos tendrá una mayor acogida en el tipo de vivienda - casa debido al amplio espacio que poseen este tipo de vivienda permitirá que sea ubicada en diferentes lugares de la casa dándole un toque de naturaleza a su hogar, incluyendo una buena comodidad a su mascota, cabe resaltar que en los apartamentos es similar el acogimiento del

producto ofrecido, con la diferencia que en este tipo de viviendas las casas serán ubicadas en sitios estratégicos los cuales le den un cambio de estilo a dicha vivienda.

Tabla 8

Muestreo estratificado

MUESTREO ESTRATIFICADO		
ESTRATOS	TOTAL DE HOGARES	PORCENTAJE %
2	155	63,0
3	71	28,9
4	17	6,9
5	3	1,2
TOTAL	246	100

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Figura 9

Muestreo estratificado



Nota. Datos generados por este estudio (2024).

En la encuesta elaborada a los hogares de la ciudad de Pasto se determina que el mayor porcentaje con un 63% equivalente a 155, hace referencia al estrato socioeconómico 2, y el menor porcentaje de 1.2% perteneciente a 3, se encuentra el estrato socioeconómico 5, con un porcentaje de 28.9% correspondiente a 71, referente al estrato socioeconómico 3 y el 6,9% concerniente a 17, pertenece al estrato socioeconómico 4. Con lo anterior se determina que el 91,9% corresponde a los estratos 2 y 3 los cuales serán los potenciales clientes para la compra de la casa para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos, estos hogares contarán con un pago

de contado o con un sistema de pago que consiste en realizar abonos periódicos hasta cumplir con la totalidad del valor de la casa y así obtener en su hogar el producto ofrecido, con un menor porcentaje del 8,1% están los estratos socioeconómicos 4 y 5, estos hogares contarán con el mismo financiamiento que los estratos 2 y 3, sin embargo por el estrato en el que pertenece la adquisición de la casa se dará en un menor tiempo.

Tabla 9

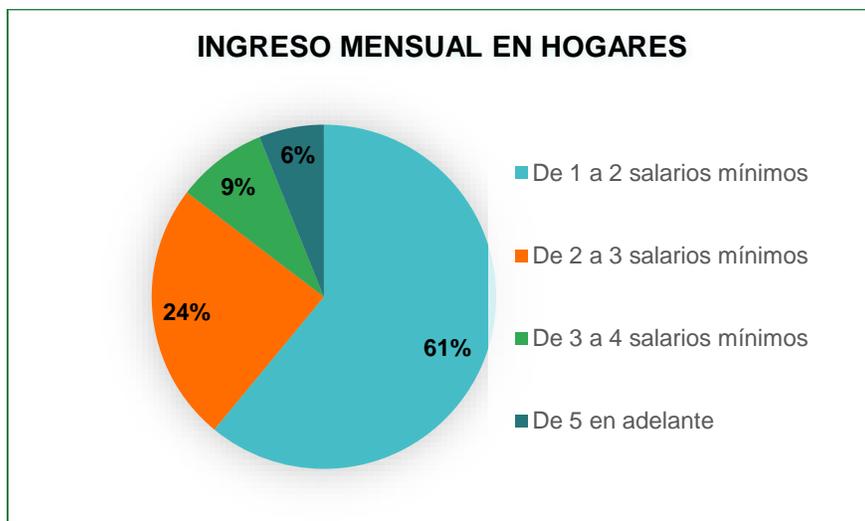
Ingreso mensual en hogares

INGRESO MENSUAL EN HOGARES		
VR INGRESO MENSUAL	TOTAL DE HOGARES	PORCENTAJE %
De 1 a 2 salarios mínimos	150	61,0
De 2 a 3 salarios mínimos	60	24,4
De 3 a 4 salarios mínimos	21	8,5
De 5 en adelante	15	6,1
TOTAL	246	100

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Figura 10

Ingreso mensual en hogares



Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Los ingresos percibidos mensualmente por los hogares se encuentran con un mayor porcentaje del 61% correspondiente a 150, entre 1 y 2 salarios mínimos, el 24,4% perteneciente a 60, ganan 2 y 3 salarios, con un 8,5% respecto a 21, están los hogares que reciben entre 3 y 4 salarios mínimos, y en un menor porcentaje del 6,1% concerniente a 15, perciben 5 salarios en

adelante. Con esta información suministrada se determina que la casa para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos la pueden adquirir con mayor facilidad los hogares con mayor capacidad de pago con un porcentaje de 14,6% que reciben mensualmente de 3 a 5 SMMLV, cabe resaltar que los hogares que ganan entre 1 y 2 o 2 y 3 salarios mínimos son un porcentaje de 85,4% los cuales pueden comprar la casa mediante estrategias de ahorro o pago por cuotas y así lograr que la mascota tenga una casa y aquellas personas que conforman el hogar puedan realizar sus actividades diarias con mayor tranquilidad por la funcionalidad que esta casa les brinda.

Tabla 10

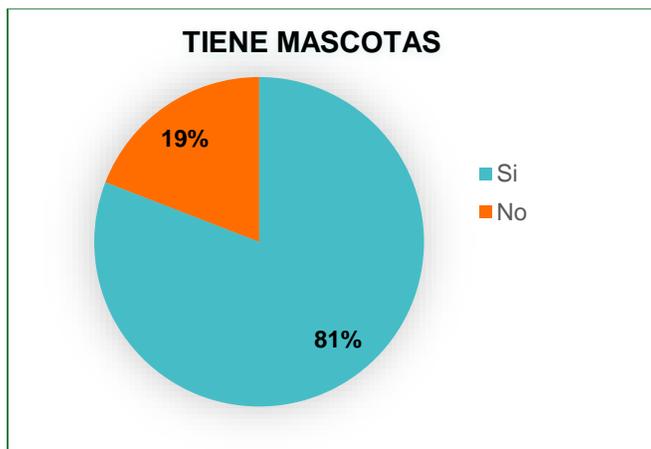
Numero de mascotas

TIENE MASCOTAS		
MASCOTAS	TOTAL HOGARES	DI PORCENTAJE %
Si	199	80,9
No	47	19,1
TOTAL	246	100

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Figura 11

Numero de mascotas



Nota. Datos generados por este estudio (2024).

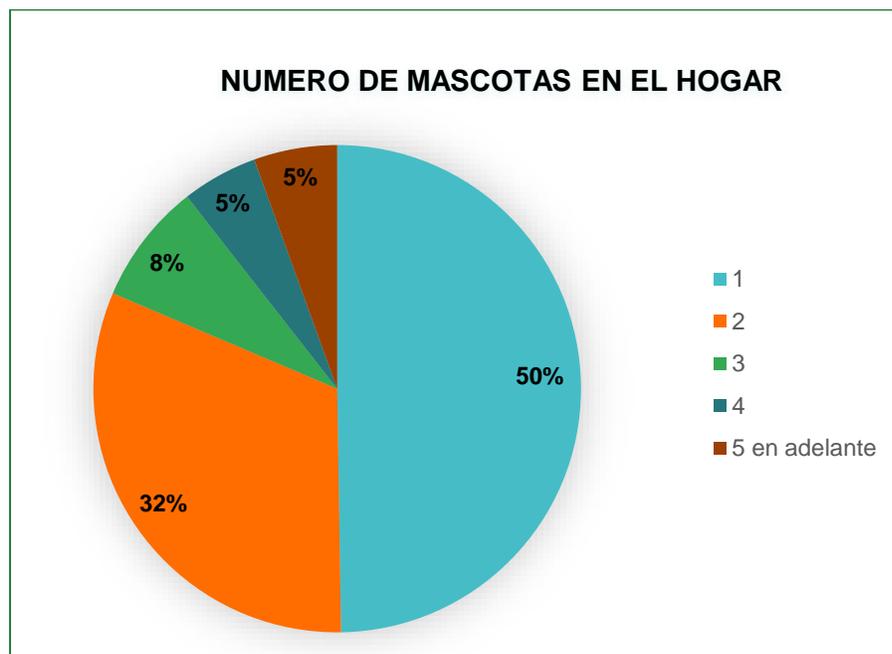
El porcentaje de hogares que poseen mascotas es del 80,9% correspondiente a 199 encuestados, y con un porcentaje del 19,1% perteneciente a 47 hogares se encuentran los que no tienen una mascota. Por lo tanto, se puede deducir que en la ciudad de Pasto la mayoría de hogares encuestados que comprenden el 80,9% poseen una mascota, lo cual es un buen indicativo debido a que son clientes potenciales para la compra de la casa para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos. Por otra parte, cabe mencionar que los hogares que no poseen una mascota en este momento, los cuales corresponden a un 19,1% en cualquier momento pueden adquirirla, lo que hará que se conviertan en un mercado potencial.

Tabla 11

Numero de mascotas en el hogar

NUMERO DE MASCOTAS EN ELHOGAR		
No. MASCOTAS	TOTAL DE HOGARES	PORCENTAJE %
1	99	49,7
2	63	31,7
3	16	8,0
4	10	5,0
5 en adelante	11	5,5
TOTAL ENCUESTAS	199	100

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Figura 12*Numero de mascotas en el hogar*

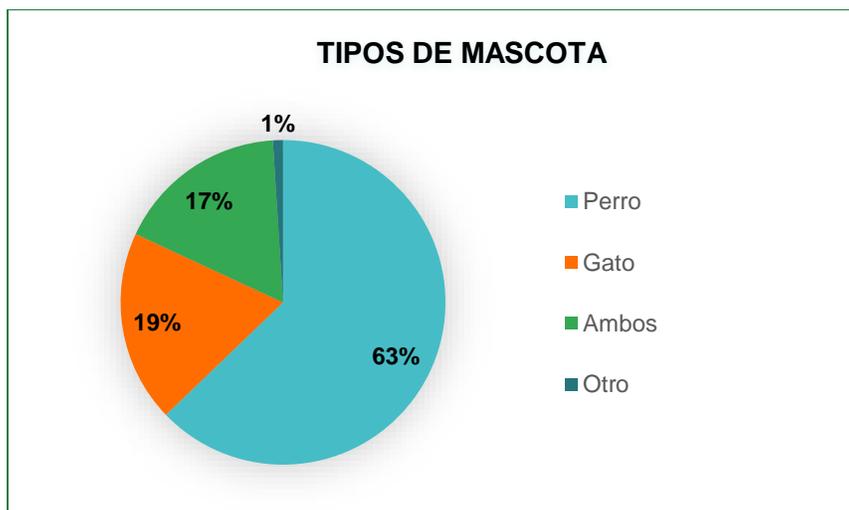
Nota. Datos generados por este estudio (2024).

El mayor porcentaje con un 49,7% correspondiente a 99 hogares poseen 1 mascota en el hogar, similarmente se encuentran los hogares que tienen 2 mascotas con un porcentaje de 31,7% equivalente a 63 hogares, con un menor porcentaje se presenta el 8% perteneciente a 16 hogares, en un 5% conformado por 10 hogares y con el 5,5% referente a 11 hogares, los cuales poseen entre 3, 4 y 5 mascotas en adelante, con la información anterior se determina que los hogares que tienen 1 mascota los cuales hacen referencia a un porcentaje del 49,7% pueden realizar la compra de LA CASA PARA PERROS, A BASE DE GUADUA CON UN DISPENSADOR ELECTRÓNICO DE ALIMENTOS en un alto porcentaje por el motivo de que pueden realizar una mayor inversión para la mejora de las condiciones de vida de esta mascota, dicho lo anterior no se puede dejar atrás los hogares que tienen 2 mascotas los cuales abarcan el 31,7% debido a que estos pueden ser clientes potenciales, los hogares que poseen de 3 mascotas en adelante pueden llegar a ser un mercado en pequeña escala por las mascotas que poseen.

Tabla 12*Tipos de mascota*

TIPOS DE MASCOTA		
TIPO MASCOTAS	TOTAL HOGARES	PORCENTAJE %
Perro	125	62,8
Gato	38	19,1
Ambos	34	17,1
Otro	2	1,0
TOTAL ENCUESTAS	199	100,0

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Figura 13*Tipos de mascota*

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Con un mayor porcentaje el cual es de 62,8% concerniente a 125 hogares tiene un perro como mascota, los hogares que cuentan con un gato de mascota son 38 con un porcentaje del 19,1%, en un porcentaje de 17,1% que hace referencia a 34 hogares poseen ambos tipos de mascota y en un menor porcentaje con el 1% que comprenden 2 hogares tienen otro tipo de mascota. Con la información suministrada anteriormente se puede deducir que el 79,9% de hogares tienen un perro como parte de la familia, siendo estos los clientes potenciales para la compra de LA CASA PARA

PERROS, A BASE DE GUADUA CON UN DISPENSADOR ELECTRÓNICO DE ALIMENTOS debido a que el producto que se ofrece va dirigido a este tipo de mascotas.

Tabla 13

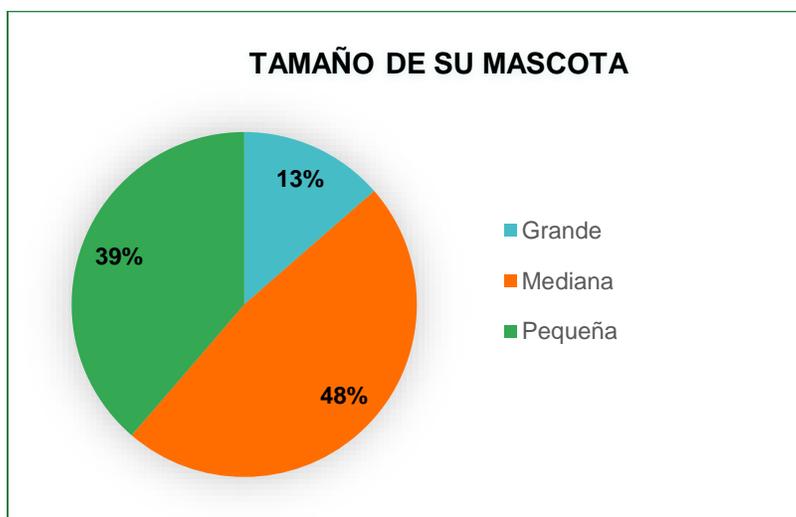
Tamaño de su mascota

TAMAÑO	TOTAL DE HOGARES	PORCENTAJE %
Grande	27	13,6
Mediana	95	47,7
Pequeña	77	38,7
TOTAL ENCUESTAS	199	100

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Figura 14

Tamaño de la mascota



Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Se tiene que, las mascotas grandes habitan en 27 hogares con un 13,65%, las mascotas medianas en 95 hogares con un 47,7% y finalmente 77 mascotas pequeñas para una cifra del 38,7%.

Las mascotas de raza grande, representan el menor porcentaje, según la revista EL TIEMPO (2021) encontramos razas como: el Gran Danés que pueden llegar a medir más de 80 cm, el San Bernardo mide alrededor de 80 cm, Mastín Napolitano mide alrededor de 60 a 80 cm, Labrador Retriever mide aproximadamente entre 55 a 75 cm y Husky siberiano, también es pertinente mencionar que existen gatos de gran tamaño. Es posible que las personas prefieran tener menos

mascotas grandes debido a factores de salud, puesto que tienden a envejecer más rápido que los pequeños y tienen un alto índice de requisitos de espacio y cuidado.

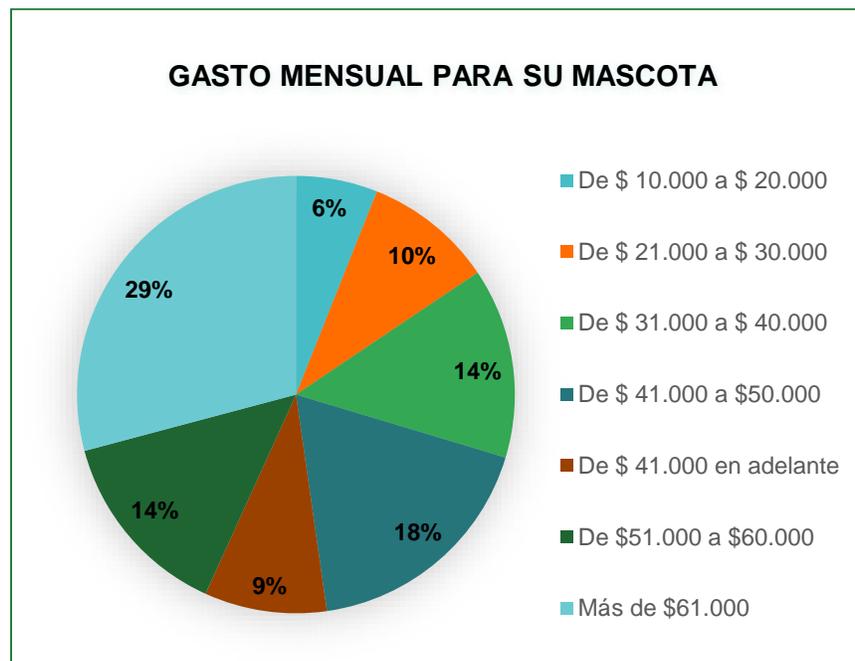
En el grupo de mascotas de raza pequeña, es significativo de representación, Esto podría incluir razas de perros pequeños como el Chihuahua, el Pomerania o razas de gatos pequeñas. Las mascotas pequeñas son populares debido a su tamaño compacto ya menudo son ideales para personas que viven en espacios más pequeños. La cantidad de personas con mascotas medianas es significativamente mayor que las de tamaño grande, lo que sugiere que las mascotas medianas son más populares en tu muestra. <https://www.ringo.com.co/actualidad-perruna/top-6-de-las-razas-de-perros-mas-populares-en-colombia> Existe una preferencia moderada por las mascotas de tamaño mediano, seguidas de cerca por las mascotas pequeñas, mientras que las mascotas grandes son menos comunes. Permitiendo elaborar una casa en dos tamaños (Mediana - Pequeña) ajustando los accesorios a su medida a fin de cubrir con requerimientos y las necesidades de las mascotas y sus dueños.

Tabla 14

Gasto mensual para su mascota

GASTO MENSUAL PARA SU MASCOTA		
No. MASCOTAS	TOTAL DE HOGARES	PORCENTAJE %
De \$ 10.000 a \$ 20.000	12	6,0
De \$ 21.000 a \$ 30.000	19	9,5
De \$ 31.000 a \$ 40.000	28	14,1
De \$ 41.000 a \$50.000	36	18,1
De \$ 41.000 en adelante	18	9,0
De \$51.000 a \$60.000	28	14,1
Más de \$61.000	58	29,1
TOTAL ENCUESTAS	199	100

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Figura 15*Gasto mensual para su mascota*

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Con un mayor porcentaje de 29,1% correspondiente a 58 hogares, disponen más de \$61.000 de su salario mensual para su mascota, en un porcentaje similar con el 27,1% pertenecientes a 54 hogares invierten entre \$41.000 a \$50.000 mensuales, en un porcentaje igual de 14,1% equivalente a 28 hogares gastan de \$31.000 a \$40.000 y de \$51.000 a \$60.000, y los menores porcentajes entre el 9,5% referente a 19 hogares y el 6% perteneciente a 12 hogares emplean de sus salarios mensuales para sus mascotas entre \$21.000 a \$30.000 y de \$10.000 a \$20.000. Con lo anterior se deduce que los hogares con una mayor inversión mensual referente a sus mascotas oscilan entre \$41.000 a \$50.000 hasta \$60.000 en adelante o un porcentaje del 70,3%, por ende la compra de LA CASA PARA PERROS, A BASE DE GUADUA CON UN DISPENSADOR ELECTRÓNICO DE ALIMENTOS es más factible por estos hogares los cuales invierten un determinado capital para el cuidado y mejor calidad de vida para sus mascotas. Con lo dicho anteriormente no se debe dejar atrás los que realizan inversiones pequeñas para sus mascotas entre \$10.000 a \$20.000 y de \$31.000 a \$40.000 o un porcentaje de 29,6% debido a que estos pueden ser clientes en la compra de

LA CASA PARA PERROS, A BASE DE GUADUA CON UN DISPENSADOR ELECTRÓNICO DE ALIMENTOS en una menor escala mediante un ahorro periodico o un pago de contado.

Tabla 15

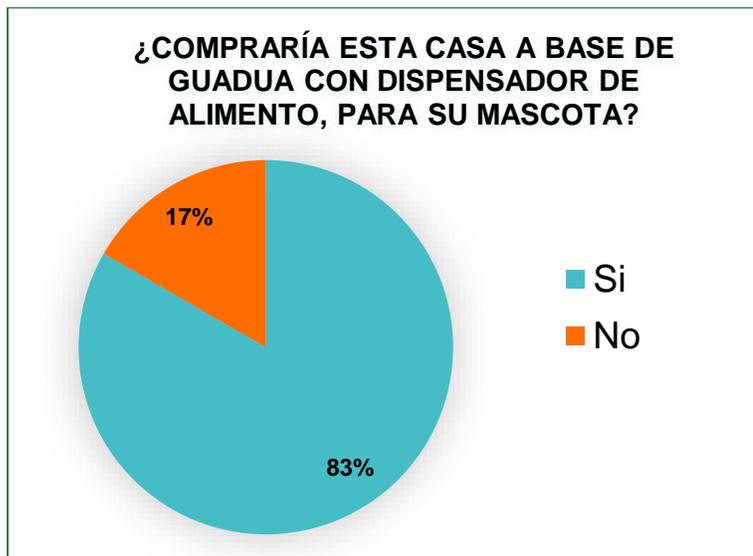
Elección de comprar el producto

¿COMPRARÍA ESTA CASA A BASE DE GUADUA CON DISPENSADOR DE ALIMENTO, PARA SU MASCOTA? (O UNA FUTURA MASCOTA)		
Si	205	83,3
No	41	16,7
TOTAL	246	100,0

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Figura16

Elección de comprar el producto



Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Las encuestas realizadas en la ciudad de Pasto determinaron que con un porcentaje de 83,3% pertenecientes a 205 hogares si comprarían *la casa para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos* y con un porcentaje del 16,7% que comprenden a 41 hogares no comprarían el producto ofrecido. Con la información suministrada se puede concluir que la mayoría de hogares con un porcentaje de 83,3% comprarían *la casa para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos* indicando así que este producto tendrá una alta demanda en el comercio, además cumple con las expectativas de los clientes y por su funcionalidad permite que las personas logren cumplir sus objetivos diarios. En un porcentaje del 16,7% se

encuentran los hogares que no comprarían este producto ofrecido, por ende se deben realizar estrategias las cuales permitan poder satisfacer las necesidades de estos clientes para brindarles una solución y posteriormente sean un mercado potencial.

Tabla 16

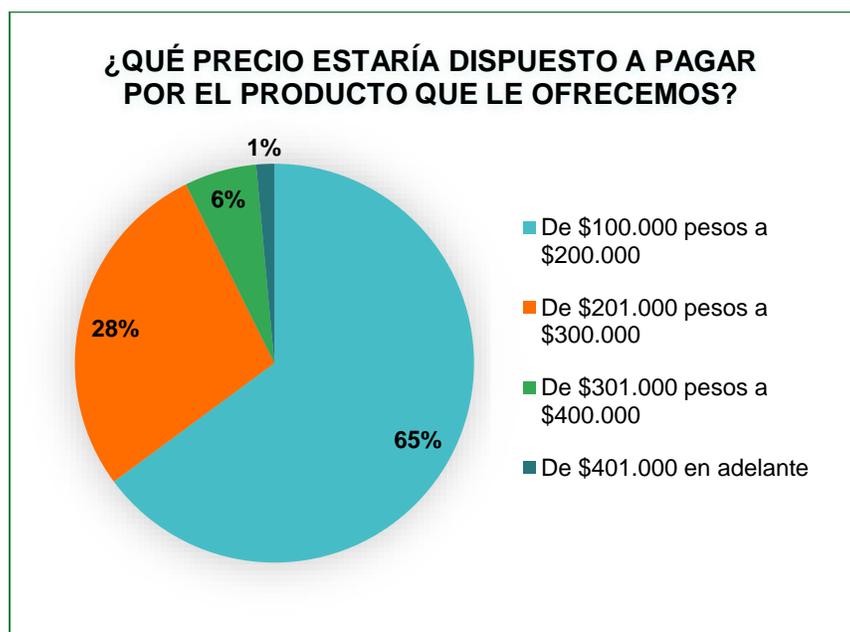
Precio dispuesto a pagar

SI COMPRARA EL PRODUCTO ANTES MENCIONADO, ¿QUÉ PRECIO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR?		
TIPO MASCOTAS	TOTAL DE HOGARES	PORCENTAJE %
De \$100.000 pesos a \$200.000	133	64,9
De \$201.000 pesos a \$300.000	57	27,8
De \$301.000 pesos a \$400.000	12	5,9
De \$401.000 en adelante	3	1,5
TOTAL ENCUESTAS	205	100,0

Nota. Datos generados por este estudio (2024)

Figura 17

Precio dispuesto a pagar



Nota. Datos generados por este estudio (2024).

El mayor porcentaje de hogares con el 64,9% correspondiente a 133, pagarían un valor económico entre \$100.000 pesos a \$200.000, el 27,8% perteneciente a 57 hogares de \$201.000 pesos a \$300.000, con unos porcentajes menores de 5,9% concerniente a 12 hogares realizarían un pago de \$301.000 pesos a \$400.000 y el 1,5% referente a 3 invierten de \$401.000 en adelante. Con

esta información se puede determinar que el valor dispuesto a cancelar por LA CASA PARA PERROS, A BASE DE GUADUA CON UN DISPENSADOR ELECTRÓNICO DE ALIMENTOS en un mayor porcentaje de 92,7% oscilan entre \$100.000 a \$200.000 y de \$201.000 a \$300.000 por lo tanto se realizarán estrategias para la reducción en los costos y estrategias para acordar un precio para la satisfacción del cliente y generar unas ganancias para la empresa, dicho lo anterior no se debe dejar atrás al 7,4% los cuales pagarán por LA CASA PARA PERROS, A BASE DE GUADUA CON UN DISPENSADOR ELECTRÓNICO DE ALIMENTOS entre \$301.000 a \$400.000 y \$401.000 en adelante debido a que son un mercado potencial en la compra del producto.

Tabla 17

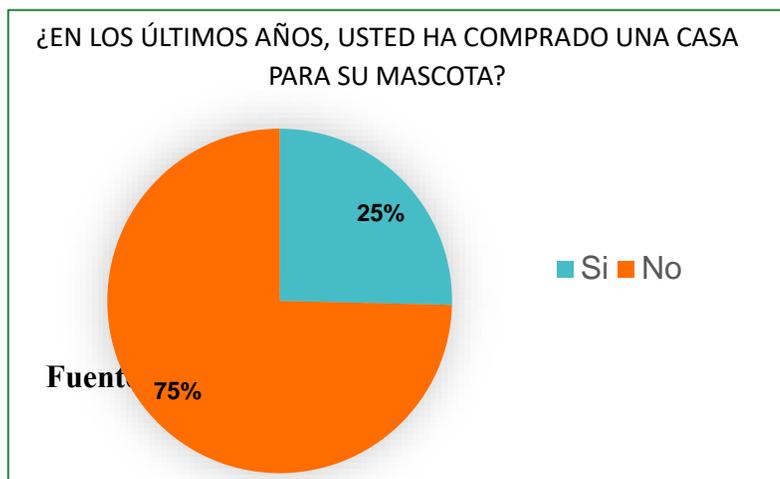
Ha comprado una casa para su mascota recientemente

¿EN LOS ÚLTIMOS AÑOS, USTED HA COMPRADO UNA CASA PARA SU MASCOTA?		
ELECCIÓN	TOTAL DE HOGARES	PORCENTAJE %
Si	52	25,4
No	153	74,6
TOTAL ENCUESTAS	205	100

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Figura 18

Ha comprado una casa para su mascota recientemente



Nota. Datos generados por este estudio (2024).

En un mayor porcentaje de 74,6% correspondiente a 153 hogares no han comprado una casa para su mascota mientras que el 25,4% perteneciente a 52 hogares si han adquirido una casa recientemente. Con lo dicho anteriormente se puede determinar que la compra de LA CASA PARA PERROS, A BASE DE GUADUA CON UN DISPENSADOR ELECTRÓNICO DE ALIMENTOS se puede presentar en un mayor porcentaje en los 74.6% hogares debido a que en los últimos años no han comprado una casa para sus mascotas y el producto que se ofrece al ser innovador permitirá la renovación de las casas antiguas que posean en los hogares, por otro lado se tendrá en cuenta el 25,4% los cuales si han comprado recientemente una casa para sus mascotas debido a que podrán ser clientes potenciales en un determinado periodo de tiempo.

Tabla 18

Características que cumplía el producto adquirido

SÍ EN LA ANTERIOR PREGUNTA SU RESPUESTA FUE AFIRMATIVA, POR FAVOR SELECCIONE LAS CARACTERÍSTICAS QUE CUMPLÍA EL PRODUCTO ADQUIRIDO (SELECCIÓN MÚLTIPLE)		
CARACTERISTICAS	TOTAL DE HOGARES	PORCENTAJE %
Guadua	8	15,4
Madera	22	42,3
PVC	8	15,4
Plástico	15	28,8
Espuma y tela	22	42,3
Con dispensador	6	11,5
Sin dispensador	20	38,5
Grande	11	21,2
Mediana	25	48,1
Pequeña	5	9,6
Cómoda	25	48,1
Incomoda	3	5,8
TOTAL ENCUESTAS	52	100,0

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Figura 19*Características que cumplía el producto adquirido*

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Se pregunta a 52 hogares respecto a las características que cumplía la casa actual casa de las mascotas, quienes responden que cumplían con las siguientes características:

La “Madera, espuma y tela” son los materiales más comunes, ambos seleccionados por 22 hogares cada uno equivalentes al 42,3%. Esto indica que casi la mitad de los encuestados adquirieron una casa con esos materiales.

Con “Guadua” y “PVC” fue seleccionados por 8 hogares cada uno, equivalente al 15,4%, lo que sugiere que estos materiales son menos comunes en comparación con los anteriores.

El plástico también es un material popular, seleccionado por 15 hogares correspondiente al 28,8%.

Frente a la opción "Mediana" es frecuente en los encuestados, ya que 25 hogares valoran esta característica, correspondiendo al 48,1%, esto da un referente para elaborar las casas para perros a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos en un mediano tamaño.

La característica "Pequeña" es la menos popular en términos de tamaño, considerando que solo 5 hogares equivalente al 9,6% la compro en ese tamaño.

Frente a la característica "Grande" en 11 hogares la seleccionaron, correspondiente al 21,2% siendo una opción intermedia de los tamaños de la casa.

En 20 hogares encuestados, correspondiente al 38,5% seleccionan que las actuales casas de sus mascotas son "Sin dispensador", siendo este objeto algo innovador y necesario. Caso contrario, para 6 hogares equivalentes al 11,5% "tienen un dispensador".

La característica de "Cómoda" es muy valorada, siendo seleccionada por 25 hogares correspondiendo al 48,1%, haciendo notar que la comodidad es un factor importante para la mayoría de los hogares al elegir un producto para sus macotas.

Finalmente la "Incomoda" fue seleccionada por solo 3 hogares con una equivalencia del 5,8%, lo que indica que una minoría considera que el producto adquirido es incómodo.

A manera de conclusión, el anterior análisis resalta que mayoría de los hogares encuestados adquirieron productos de madera o espuma y tela, de tamaño mediano, considerados cómodos y sin dispensador.

Tabla 19

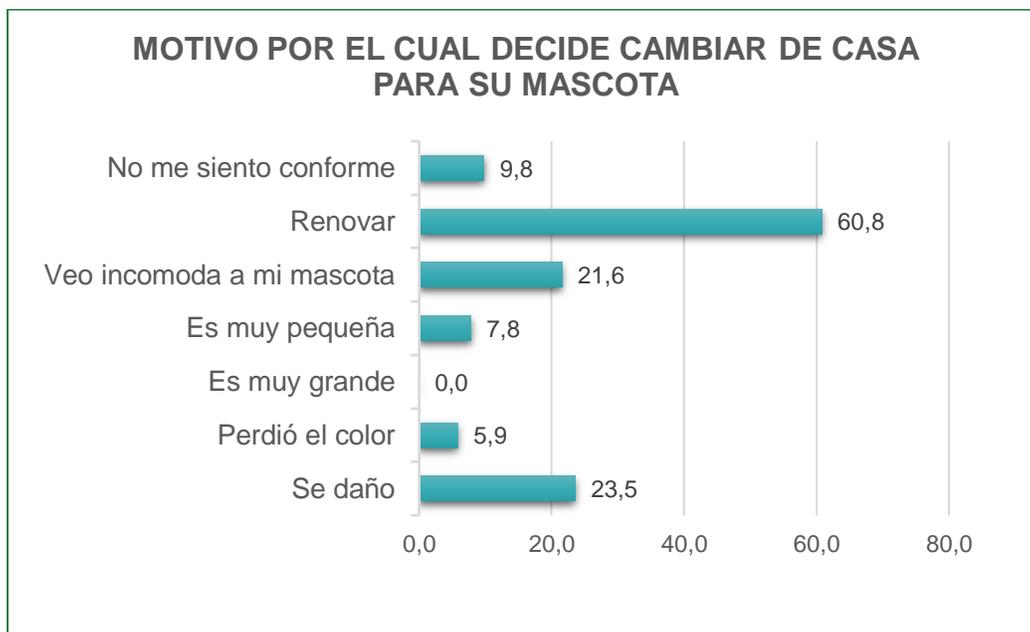
Motivo por el cual decidió cambiar de casa para su mascota

¿CUÁL FUE EL MOTIVO POR EL CUAL DECIDE CAMBIAR DE CASA PARA SU MASCOTA?		
CARACTERISTICAS	TOTAL DE HOGARES	PORCENTAJE %
Se daño	12	23,5
Perdió el color	3	5,9
Es muy grande	0	0,0
Es muy pequeña	4	7,8
Veo incomoda a mi mascota	11	21,6
Renovar	31	60,8
No me siento conforme	5	9,8
TOTAL ENCUESTAS	51	100,0

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Figura 20

Motivo por el cual decidió cambiar de casa para su mascota



Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Frente a la pregunta antes planteada a 51 hogares con respuesta de selección múltiple eligieron las siguientes características:

En 12 hogares correspondiente al 23,5% “Se dañó” la casa que compraron a sus mascotas, quienes necesitan cambiarla prontamente

Tan solo en 3 hogares, la casa de sus mascotas “Perdió el color” esto parece ser un motivo menos común, considerado que equivale al 5,9% de un 100%.

Nadie mencionó que cambió la casa de su mascota debido a que la casa existente era muy grande. Esto indica que el tamaño de la casa no fue un motivo relevante en esta encuesta.

En 4 hogares, equivalente al 7,8% mencionaron que cambiaron la casa de su mascota porque la casa existente era “muy pequeña”. Aunque no es el motivo más común, es un factor importante para algunos hogares.

En 11 hogares correspondientes al 21,6% indicaron que cambiaron la casa de su mascota porque “veían que su mascota se sentía incómoda” en la casa existente. Ello hace notar que los dueños de las mascotas se preocupan por su bienestar en el hogar.

Dentro de 31 hogares correspondientes al 60,8% eligieron "Renovar" como motivo para cambiar la casa de su mascota y esta sea novedosa conforme a las necesidades que se presente. Esto indica que la renovación y la mejora de las casas para mascotas son razones principales para el cambio.

Finalmente, en 5 hogares equivalentes al 9,8%, mencionan que “no se sentían conformes” con la casa existente de su mascota como motivo para el cambio. Esto podría estar relacionado con factores de comodidad o estética.

A manera de conclusión, la razón más común para cambiar la casa de una mascota, en esta encuesta fue "Renovar" (31 hogares. 60,8%), seguida de "Se dañó" (12 hogares, 23,5%) y "Veo incómoda a mi mascota" (11 hogares, 21,6%). Los otros motivos fueron mencionados en menor medida, lo que permite aseverar que este análisis proporciona información valiosa sobre las preferencias y preocupaciones de los dueños de mascotas y el producto adecuado que se puede elaborar y comercializar en relación a las casas a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos, que se ofrece.

Tabla 20

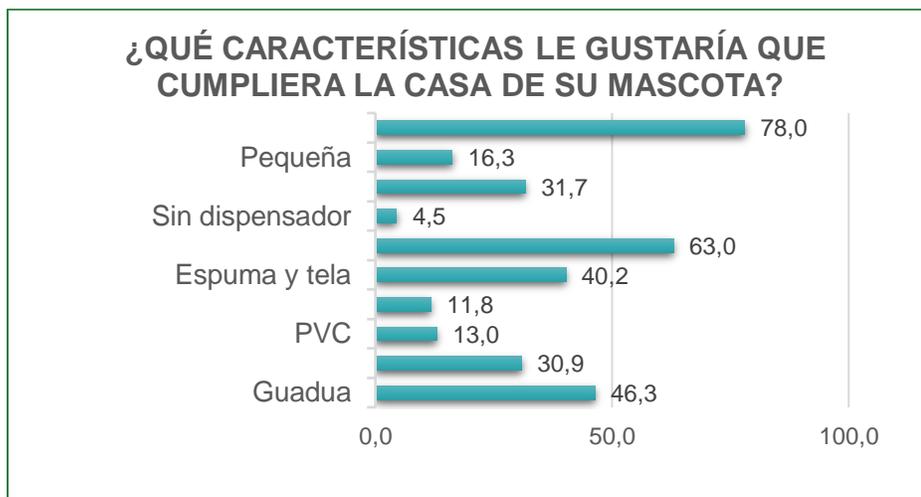
Características de la nueva casa de su mascota

¿QUÉ CARACTERÍSTICAS LE GUSTARÍA QUE CUMPLIERA LA CASA DE SU MASCOTA?		
CARACTERÍSTICAS	TOTAL DE HOGARES	PORCENTAJE %
Guadua	114	46,3
Madera	76	30,9
PVC	32	13,0
Plástico	29	11,8
Espuma y tela	99	40,2
Con dispensador	155	63,0
Sin dispensador	11	4,5
Grande	78	31,7
Pequeña	40	16,3
Cómoda	192	78,0
TOTAL	246	100,0

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Figura 21

Características de la nueva casa de su mascota



Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Se plantea la pregunta a 246 hogares, enfocada a conocer las características que le gustaría que cumpliera la casa que adquirirá para su mascota, por ello, se obtiene lo siguiente:

Que sea elaborada a base de Guadua, corresponde al porcentaje mas alto, comprendiendo que a 114 hogares les gusta y corresponde al 46,3% de participación, señalan que la guadua es un material natural y sostenible y prefieren una casa de mascotas construida con este material debido a sus propiedades ecológicas y estéticas.

Que sea de Madera es del interés de 76 hogares, equivalente al 30,9%, a pesar que la madera es un material natural que ha sido bien valorado, más les interesa que sea de guadua.

Que sea con PVC solo 32 hogares lo prefieren, ya que este material es un material plástico resistente y fácil de limpiar. Aunque ha recibido menos votos (13%) que la guadua y la madera, indica que algunas personas pueden preferir la durabilidad y facilidad de mantenimiento que ofrece el PVC.

Una casa de Plástico no genera mucha atracción, ya que los 29 hogares que la seleccionaron, corresponden al 11,8% es una opción viable para quienes buscan una casa de mascotas fácil de mantener.

La idea de que una casa este elaborada con espuma y tela genera satisfacción a 99 hogares encuestados, lo que equivale a un 40,2% y nota que las personas valoran la comodidad que ofrece

una casa de mascotas construida con estos materiales. La espuma y la tela proporcionan un ambiente suave y acogedor para las mascotas.

Si la casa tiene un dispensador de alimentos, a 155 hogares les gusta y esto equivale a la cifra porcentual más alta (63%) puesto que facilita la alimentación de la mascota sin necesidad de presencia del dueño y accesorios adicionales. La mayoría de los encuestados prefieren esta característica.

Que sea sin dispensador no es de mucho agrado, ya que equivale al 4,5% equivalente a 11 hogares, lo que puede indicar que valoran la simplicidad y el control directo sobre la alimentación de sus mascotas.

Tener una casa de mascotas “grande” ha recibido una cantidad significativa (78 hogares), lo que indica que al 31,7% de los hogares desean tener una casa espaciosa para que sus mascotas puedan moverse y descansar cómodamente.

Que sea una casa “pequeña” es necesario solo para 40 hogares con un porcentaje del 16,3%, esto debido a las limitaciones de espacio o preferencias personales.

La comodidad es una característica ampliamente deseada por 192 hogares ya que ha recibido la mayor cantidad de votos que corresponde al 78%. Esto indica que la mayoría de las personas quieren que la casa de sus mascotas sea un lugar cómodo y acogedor para sus animales de compañía.

En conclusión, los resultados muestran que una casa elaborada a base de guadua, la presencia de un dispensador electrónico de alimentos y la comodidad que ofrece, son las características más valoradas. Estos datos son útiles para diseñar, elaborar y comercializar las casas de para perros que se adaptan a las necesidades y preferencias de los propietarios de mascotas.

Tabla 21

Funciones que le gustaría ver en producto que le ofrecemos

POR FAVOR SELECCIONE LAS FUNCIONES QUE LE GUSTARÍA VER EN PRODUCTO QUE LE OFRECEMOS (SELECCIÓN MÚLTIPLE)		
CARACTERISTICAS	TOTAL DE HOGARES	PORCENTAJE %
Protección de sol y lluvia	191	78,0
Protección a altas temperaturas	96	39,2
Accesorios para alimentar a mi mascota	114	46,5
Un espacio cómodo para descanso y alimentación de mi mascota	180	73,5
Que se pueda desarmar fácilmente	115	46,9
Que NO se pueda desarmar fácilmente	44	18,0
Sea solo para el descanso de mi mascota	68	27,8
Sea solamente para para permanencia diurna de mi mascota	24	9,8
TOTAL	245	100,0

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Figura 22

Funciones que le gustaría ver en producto que le ofrecemos



Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Teniendo en cuenta que se preguntó a la comunidad respecto a las funciones que le gustaría ver en la casa para perros a base de guadua con un sistema electrónico de alimentos, que se ofrece,

se obtiene un total de 245 hogares encuestados, quienes han seleccionado varias de sus preferencias de la siguiente manera:

Al 78% equivalente a 191 votantes les parece buena la función de “Protección de sol y lluvia” puesto que consideran importante, tomando en cuenta que sus perros estén cómodos y protegidos de dichos elementos.

Respecto a la “Protección a altas temperaturas” seleccionada por 96 hogares que conforman un 39,2%, aunque menos hogares lo consideren una prioridad en comparación con la protección de sol y lluvia, un número significativo valora la protección contra altas temperaturas, haciendo notar que existe una preocupación por mantener fresca a la mascota en climas cálidos.

En 114 hogares que conforman un 46,5% desea que la casa para perros incluya accesorios para alimentar a sus mascotas. Esto sugiere la importancia de la practicidad en la vida diaria por parte de los dueños frente a sus perros.

Para 180 hogares equivalentes al 73,5% considera esencial un espacio cómodo para el descanso y la alimentación de sus mascotas. Este factor indica ser una de las prioridades principales para la calidad de vida de los perros en un hogar.

Respecto a la “Posibilidad de desarme fácilmente” existió 115 selecciones correspondientes al 46,9%. Esto indica la necesidad de movilidad o almacenamiento sencillo al interior de una casa de habitación. Contraria equivalencia se presenta en el factor que “No se pueda desarmar fácilmente” puesto que solo 44 hogares en una proporción del 18% tienen la preocupación por la inestabilidad, durabilidad y la seguridad que presta una casa para perros.

68 hogares correspondientes al 27,8% afirman que las casas que han comprado a sus mascotas, han sido “Solo para el descanso” lo que indica que valoran un espacio dedicado para que sus perros se relajen.

Ahora bien, 24 hogares equivalentes al 9,8% confirman que las casas que han comprado para sus perros tienen como uso “Solo la permanencia diurna” haciendo alusión que algunos dueños de perros tienen otras opciones para el entretenimiento de los perros y otro espacio para su permanencia en el día.

Con todo lo antes analizado, se menciona que las preferencias entre hogares varían, pero la mayoría de los recomendados parecen valorar la protección contra el clima (soleado y lluvioso), la comodidad para sus mascotas y la posibilidad de desamarrar la casa de forma fácil. Esto permite notar la preocupación por el bienestar y comodidad del perro en diversas condiciones y proporciona

una visión útil para elaborar y comercializar una casa para perros a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos, que satisfaga al dueño y cese las necesidades de su perro.

4.2 Análisis de la demanda

La ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CASAS PARA PERROS A BASE DE GUADUA CON UN DISPENSADOR ELECTRÓNICO DE ALIMENTOS es una interacción del medio ambiente con la calidez del hogar, dando la experiencia de hábitat para los individuos y como respuesta a la satisfacción vivenciada este proyecto genera ingresos, cuyo precio dependerá del tamaño, gracias a una serie de factores que condicionan y determinan los gustos, preferencias de los consumidores, lo mismo que su poder adquisitivo o capacidad de compra.

En este contexto podemos afirmar, que la demanda es el proceso mediante el cual se logran determinar las condiciones que intervienen para el consumo de un bien o servicio, el análisis de este proyecto cubre no solamente la demanda actual, sino también la proyección de consumo que se puedan estimar (a 05 años), con base a los datos cualitativos recolectados actualmente, que aportan nuevas luces a este proyecto.

El anterior análisis, resulta bastante útil para tomar decisiones, permitiendo elaborar casas para perros más ajustadas a las necesidades de los clientes y planear una producción estratégica del bien que se ofrece para estimar ganancias que permitan una expansión de este negocio.

4.2.1 Identificación de características de la demanda

Una vez determinado el segmento de mercado, a nuestros clientes los denominaremos como “mercado meta” esto, en palabras de DIANA M GONZALEZ SALAZAR (2007) es por ello que se procede a determinar las características de la demanda, siendo esto, el cálculo de la cantidad del producto que desean comprar los interesados. Francisco Coll Morales (2021).

Frente a las CASAS PARA PERROS REALIZADAS A BASE DE GUADUA, CON UN DISPENSADOR ELECTRONICO DE ALIMENTOS, se ha tomado de la encuesta realizada, los siguientes aspectos, como características de la demanda:

1. GUSTOS Y PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR: Es un aspecto muy particular de cada cliente, sin embargo, gracias a la encuesta realizada se evidencia que el producto a ofrecer

es del agrado de 205 hogares de 246 hogares encuestados, equivaliendo esto al 83,3%, siendo más de la mitad de hogares encuestados.

Lo anterior, es guía para elaborar el producto, puesto que entre los gustos y preferencias de los clientes están: “Protección de sol y lluvia; Que se pueda desarmar fácilmente; Accesorios para alimentar a mi mascota; Un espacio cómodo para descanso y alimentación de mi mascota”.

2. PRECIO: El producto a ofrecer, dada a sus características físicas antes descritas, se estima en un precio de QUINIENTOS OCHENTA MIL PESOS M/C (\$580.000). Precio cómodo para los clientes, dado a la solución a necesidades que el cliente posee por las utilidades ofrecidas mencionadas con anterioridad y totalmente innovador a los productos que ofrece la competencia indirecta, cuyos productos resultan con un precio similar sin cumplir con las funciones que se ofrece.

Lo anterior, permite deducir que a menor precio de las casas para perros a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos, mayor será la cantidad a demandar.

3. LUGAR: La elaboración y comercialización de LAS CASAS PARA PERROS A BASE DE GUADUA, CON UN DISPENSADOR ELECTRONICO DE ALIMENTOS, tiene una ubicación estratégica, de conformidad al Decreto 1077 del 2015:

“(…) Áreas de actividad industrial. Zonas rurales suburbanas y rurales no suburbanas del territorio municipal o distrital en las cuáles se permite la parcelación del suelo para la localización de establecimientos dedicados a la producción, elaboración, fabricación, preparación, recuperación, reproducción, ensamblaje, construcción, reparación, transformación, tratamiento, almacenamiento, bodegaje y manipulación de materias destinadas a producir bienes o productos materiales. Se excluye de esta definición las actividades relacionadas con la explotación de recursos naturales y el desarrollo aislado de usos agroindustriales, ecoturísticos, etnoturísticos, agroturísticos, acuaturísticos y demás actividades análogas que sean compatibles con la vocación agrícola, pecuaria y forestal del suelo rural (...).”

De acuerdo a lo anterior, la Alcaldía de Pasto (2015) mediante el Plan de Ordenamiento Territorial para el año 2015, plantea que en los corredores suburbanos se permitirá el desarrollo de actividades con restricción de uso, intensidad y densidad. Además define las unidades mínimas de actuación en función de las determinantes ambientales, zonas y unidades territoriales, para el uso industrial, vivienda campestre y proyectos comerciales e industriales.

Es por ello que su establecimiento será en el corregimiento de Catambuco, dado que en una zona central, residencial, productora y comercial. Iguales beneficios aporta el hecho de tener vías de acceso adecuadas que permitan un mejor servicio de transporte.

4. **INGRESOS DEL CONSUMIDOR:** Dentro de la encuesta realizada, se preguntó respecto al valor de ingresos mensuales en el hogar, entendiendo que para el año 2023 el salario mínimo mensual legal vigente en Colombia es la suma de UN MILLON CIENTO SESENTA MIL PESOS M/C (\$1.160.000). Los rangos con más alta selección por parte de los hogares son: De 1 a 2 SMMLV en 150 hogares, equivaliendo al 61%; De 2 a 3 SMMLV en 60 hogares, equivaliendo al 24,4% y finalmente de 3 a 4 SMMLV en 21 hogares, equivaliendo al 8,5%.

Entre las ventajas que se resalta, es que la casa tiene una durabilidad de mas de 50 años y en cuanto al dispensador, se requeriría un servicio técnico cada 05 años, ello arroja que en mencionado tiempo solo se compre una vez para cada mascota en el hogar.

5. **TAMAÑO DE LA POBLACIÓN:** Como se escribió anteriormente, según el DANE (2018) el censo de la población por hogares corresponde a 113.732, en San Juan De Pasto (N), de los cuales 06 de cada 10 tienen una mascota, es decir que, 68.239 hogares son el mercado potencial, con tendencia de aumento que permitirá el incremento de la demanda.

4.2.2 Cálculo y proyección de la demanda

Con fundamento en la investigación de mercado realizada, se puede afirmar que hay una aceptabilidad de compra de la *casa elaborada a base de guadua, con un dispensador electrónico de alimentos*, teniendo como referencia lo establecido en las siguientes tablas, así:

Tabla 22

Cálculo de la Demanda

PRIMER AÑO		
Hogares que aceptan la casa	83,3%	
Población total	68.239	HOGARES
Muestra representativa	246	HOGARES
Nivel potencial	56.843	

Nota. Datos generados por este estudio (2024)

Para establecer los valores consignados en la tabla No. 22, se recopila lo suministrado en la encuestas realizadas en la ciudad de Pasto (N), aclarando como panorama comercial, un nivel potencial de mercado de 56.843, en la cual se determinó que en un porcentaje del 83,3%

pertenecientes a 205 hogares si comprarían la casa para perros a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos y con un porcentaje del 16,7% que comprenden a 41 hogares no comprarían el producto ofrecido.

Lo que indica que este producto tendrá una alta demanda en el comercio, además cumple con las expectativas de los clientes y por su funcionalidad permite que las personas logren cumplir sus objetivos diarios. En un porcentaje del 16,7% se encuentran los hogares que no comprarían este producto ofrecido, por ende se deben realizar estrategias las cuales permitan poder satisfacer las necesidades de estos clientes para brindarles una solución y posteriormente sean un mercado potencial.

Tabla 23

Cifra del Índice de Crecimiento Poblacional

PROYECCION A CINCO (05) AÑOS	
INDICE DE CRECIMIENTO POBLACIONAL según el DANE 2023	1%

Nota. Datos tomados de DANE (2023).

Tabla 24

Proyección de la Demanda

INCREMENTO ANUAL HASTA EL AÑO 2028		
AÑO	INCREMENTO	TOTAL
1er año	568	57.411
2do año	574	57.986
3ro año	580	58.565
4to año	586	59.151
5to año	592	59.743
TOTAL	597	60.340

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Lo graficado en la Tabla No. 23, corresponde al Índice De Crecimiento Poblacional (ICP) elaborado por el DANE (2023) especificando que para el año 2023 es del 1%, realizando la proyección a 05 años, el porcentaje de incremento hasta el año 2028 sería de 597 hogares, para un total de 60.340, cifra que en comparación al año 2018 tiene un incremento de 3.497 hogares, reflejados en la Tabla No. 24. Resultando estos valores positivos para la ejecución del presente plan de negocios.

Tabla 25*Unidades elaboradas anualmente*

UNIDADES ELABORADAS	
Casas mensuales	100
Casas anuales	1200
56.843	100%
1200	X
X=	0,0211

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Para cubrir la demanda proyectada y permanecer en el mercado, según la Tabla No. 25, se elaborará 100 casas mensuales resultando 1.200 casas anuales, lo que equivale al 0,0211% correspondiente al mercado potencial. Esto debido a que el proceso de producción como se tiene previsto en costos y tiempos.

4.3 Análisis de la competencia

la casa para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos no tiene una competencia directa en la ciudad de Pasto, lo que hace que este producto sea una innovación en el mercado.

Las tiendas que ofrecen casas para mascotas en esta ciudad son de otros materiales y solo cumplen con una sola funcionalidad que es brindarle un espacio de comodidad y descanso al canino, mientras que la casa para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos la cual se ofrecerá en esta ciudad contará con una multifuncionalidad lo que mejora las condiciones de vida para la mascota debido a que les brindara un lugar de descanso cómodo y amplio, además de brindarle el alimento a las horas preestablecidas. Cabe resaltar que este producto al ser innovador y acorde a las investigaciones en el mercado, las cuales se realizaron en tiendas de mascotas de esta ciudad, no se encontró un producto que ofrezca las mismas funcionalidades, permitiendo así que el producto tenga un valor agregado y logre entrar en el mercado a competir con los ya existentes.

En un principio se tiene en cuenta la ciudad de Pasto como sede de elaboración y comercialización de la casa para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos, sin embargo este producto debido a su innovación puede competir en un futuro a nivel Nacional e Internacional, debido al valor agregado que posee y la falta de competencia directa que tiene por su originalidad.

4.3.1 Identificación de características de la oferta

La oferta en la industria y comercialización de casas para perros es muy amplia a tal punto que se encuentra en el mercado casas de plástico, madera, pvc, entre otros materiales, las cuales ofrecen para estas mascotas un lugar donde se puedan encontrar a gusto y tengan un espacio en los hogares, sin embargo a pesar que se encuentra una diversidad de estos productos en el mercado no hay una competencia directa para la casa para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos, el cual es un producto innovador por las múltiples funciones que le ofrece tanto al que compra la casa como para su mascota. Además se debe tener en cuenta que la casa para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos es un producto que contribuye con el cuidado del medio ambiente lo que genera un factor positivo para este. Con lo anterior se puede concluir que el producto ofrecido al ser innovador, y al no tener una competencia directa se puede determinar un precio el cual genere un beneficio tanto para el cliente como para la empresa elaboradora y comercializadora, además de esto establecerse como un negocio innovador en el mercado.

4.3.2 Cálculo y proyección de la oferta

La casa para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos, es un producto el cual se pretende introducir al mercado industrial y comercial como INNOVADOR, cumpliendo con unas características generales en las cuales se resalta la importancia en el cuidado del medio ambiente y el cuidado hacia las mascotas, por ser elaborado con un material natural e innovador que es la guadua y tener como accesorio un dispensador electrónico recubierto con plástico reciclado.

Se genera con este producto, como ya se dijo, un impacto positivo a la conservación del medio ambiente, particularmente brinda una alimentación oportuna a las mascotas, comodidad en su descanso y los protege de la lluvia y el sol. Por cumplir con los siguientes parámetros:

4.3.2.1 Fortalezas del producto: Casa para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos.

- ✎ El objetivo principal del producto es permitirle al dueño de la mascota realizar sus actividades cotidianas con una mayor tranquilidad conociendo que su mascota esta cómoda y recibe una alimentación oportuna.
- ✎ Es un producto innovador en el campo ambiental y tecnológico.
- ✎ Ofrece un espacio cómodo y acogedor para su mascota.
- ✎ No tiene competencia directa
- ✎ Brinda a horas determinadas el alimento necesario para la mascota

4.3.2.2 Debilidades del producto: Casa para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos.

- ✎ El producto que se ofrecerá en el mercado, no es conocido por los clientes.
- ✎ El alto costo de producción, genera que se ofrezca el producto con un precio alto.
- ✎ Precios económicos en los productos que ofrece la competencia indirecta.

4.3.2.3 Oportunidades del producto: Casa para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos.

El producto a ofrecer en el mercado, es innovador y contribuyen con el cuidado del medio ambiente, lo que contribuye con el crecimiento municipal, departamental y nacional.

- ✎ Este producto al utilizar materiales como lo son la guadua y plástico reciclado, hace que se incluya en el mercado como un producto de innovación y contribuyente en el cuidado del medio ambiente.
- ✎ La comercialización de este producto es local, sin embargo por sus funcionalidades puede expandirse a otros mercados a nivel nacional e internacional.
- ✎ El posicionamiento en el mercado tras ofrecer un producto innovador puede ser óptimo en el crecimiento de la empresa industrial y comercial.

4.3.2.4 Amenazas del producto: Casa para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos.

- ✎ Producción de productos similares, con una reducción en precios, por empresas locales o nacionales.
- ✎ Incremento en los impuestos
- ✎ La economía del país.

En conclusión, en la ciudad de Pasto (N) no hay un producto similar al que se ofrece en este Plan de Negocios, que cumpla con las características de elaboración en su totalidad, tales como: Material, accesorios y funcionalidad, generando que no exista hasta el momento una competencia directa y por este motivo, no se tendrá en cuenta el cálculo y proyección de la oferta.

4.4 Determinación del mercado insatisfecho

Dado que *la casa para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos*, llega al mercado como un producto totalmente innovador, frente al cual no hay competencia directa en la ciudad de Pasto (N), el nivel potencial el cual corresponde a 56.843 hogares y la elaboración anual a 1200 , obteniendo un resultado de 0,0211% el cual es la Demanda Potencial..

Esta Demanda Potencial, genera una gran oportunidad para la elaboración y comercialización de *casas para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos*, llevándonos a elaborar y ejecutar estrategias para su elaboración, producción en masa y comercialización, que permitan mostrar y difundir el servicio con el producto que se ofrece y abrir espacio en el mercado regional.

Una vez el producto esté posicionado y sea reconocido, la oferta se irá aumentando gradualmente.

4.5 Estrategias de mercadeo

Guaduhogar entra a un mercado con un producto innovador y no tiene un reconocimiento, es por esto que deberá realizar unas estrategias de mercado las cuales llamen la atención del cliente potencial, según Kotler y Armstrong (2012):

El marketing debe entenderse no en el sentido arcaico de realizar una venta (“hablar y vender”), sino en el sentido moderno de satisfacer las necesidades del cliente. Si el mercadólogo entiende bien las necesidades del consumidor; si desarrolla productos que ofrezcan un valor superior al del cliente; y si fija sus precios, distribuye y promueve de manera eficaz, sus productos se venderán con mucha facilidad (p.5)

Dicho lo anterior el producto que se ofrecerá, contribuirá con el cuidado a las mascotas, tanto en la alimentación oportuna y en un lugar cómodo donde pueda descansar, esto permitirá que el cliente pueda realizar sus actividades cotidianas satisfactoriamente. Dadas las características y encontrada la necesidad del producto para los clientes, se establecen unas estrategias de mercado para ofertar el producto los cuales son:

- ✎ Promoción del producto mediante medios de comunicación: la casa para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos, será ofertada mediante publicidad radial y de televisión, para ello se utilizarán las emisoras radiales: Tropicana y Radio Uno, referente a la Televisión se utilizará el canal CNC y Telepasto, con la finalidad de tener una mayor audiencia y que el producto sea reconocido por los clientes potenciales de la ciudad de Pasto.
- ✎ Promoción del producto mediante redes sociales: Hoy en día los medios de comunicación social o medios sociales, son los principales medios los cuales usan las personas para comunicarse, comprar, observar publicidad de productos, investigar el mercado. Es por esto que la casa para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos, se ofertará por redes sociales como lo son: Facebook, Twitter, Instagram, Whatsapp, página web de la empresa, con el objetivo que el producto sea distinguido a nivel local.
- ✎ Promoción del producto mediante tiendas físicas: Para la comercialización de la casa para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos, Guaduhogar tendrá una tienda física para dar reconocimiento tanto a la empresa como al producto y ofrecer atención de calidad a los clientes. Además, se formarán alianzas con empresas de la ciudad de Pasto que comercializan productos para mascotas, para que las casas para perros estén disponibles en sus estantes y sean reconocidas por los clientes que visitan estas tiendas.
- ✎ Promoción del producto mediante flyer publicitario: Se entregarán tarjetas y volantes llamativos en las zonas comerciales de la ciudad de Pasto, para que los clientes potenciales puedan ubicar con facilidad las instalaciones donde se ofrece la casa para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos.

Con los anteriores medios publicitarios se logrará una efectividad con las estrategias de marketing, permitiendo así que el producto se posicione en el mercado, y tras las ventas realizadas por éste, haya un crecimiento de la empresa productora y comercializadora.

4.6 Presupuesto de la mezcla de mercadeo

Tabla 26

Estrategia en el presupuesto de la mezcla de mercadeo anual

ESTRATEGIA DE MERCADEO O PUBLICIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACION DE CASAS PARA PERROS, A BASE DE GUADUA CON UN DISPENSADOR ELECTRÓNICO DE ALIMENTOS				
ESTRATEGIA DE MERCADEO	CANTIDAD DE DÍAS AL MES	CANTIDAD PUBLICIDAD DIARIA	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Medios de Comunicación Mensual				
Tropicana	15 días	15 cuñas	\$ 86.485	\$ 1.297.275
Radio Uno	15 días	15 cuñas	\$ 86.485	\$ 1.297.275
CNC	3 días	2 veces	\$ 500.000	\$ 3.000.000
Telepasto	3 días	2 veces	\$ 500.000	\$ 3.000.000
Redes Sociales				
Facebook	30 días	Permanente	\$ -	\$ -
Instagram	30 días	Permanente	\$ -	\$ -
Whatsapp	30 días	Permanente	\$ -	\$ -
Página Web	30 días	Permanente	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Flyer Publicitario				
Tarjetas x 1000 unidades	20 días	500 diarias	\$ 47.000	\$ 470.000
Volantes x 1000 unidades	20 días	500 diarias	\$ 47.000	\$ 470.000
TOTAL	1 MES	-----	\$ 2.466.970	\$ 10.734.550

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

5. Plan de operaciones

5.1 Ficha técnica de productos y/o servicios

Tabla 27

Ficha técnica de servicios para la elaboración y comercialización de casas para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos

FICHA TÉCNICA DE SERVICIOS	
PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACION DE CASAS PARA PERROS, A BASE DE GUADUA CON UN DISPENSADOR ELECTRÓNICO DE ALIMENTOS	
Denominación del bien	CASAS PARA PERROS
Denominación técnica del bien	CASAS PARA PERROS
Ubicación del proyecto	CATAMBUCO
CARACTERÍSTICAS DETALLADAS	
Adquisición del producto	DIFERENTES PROVEEDORES
Despacho del producto	FISICO – COMPRA ENTREGA
Ensamble	N/A

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

5.2 Localización e identificación del tamaño del negocio

5.2.1 Localización Del Negocio

La empresa elaboradora y comercializadora de casas para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos, estará ubicada en la República de Colombia, en el departamento de Nariño, con más exactitud en las zonas industriales del municipio de Pasto de acuerdo lo estipulado según el POT (2015):

“(…) Corredor vial suburbano en suelo rural de desarrollo restringido para los usos comercial y agroindustrial vía Paso Nacional por Pasto en el sector de Jamondino con una extensión de 41.2 hectáreas, ocupando 300 metros al lado y lado de vía contados después de la faja de retiro establecida para las vías de primer orden. Se localiza entre las abscisas 5+100 a la abscisa 6+500 (…)”

El POT define las unidades mínimas de actuación en función de las determinantes ambientales, las zonas y unidades territoriales que diferencian la actuación para Uso Industrial, vivienda campestre y proyectos comerciales e industriales en corredor suburbano. (p. 725).

Para este proyecto se tomará a los corregimientos de Catambuco y Obonuco por su cercanía a la ciudad de Pasto la cual será la sede de comercialización del producto.

Figura 23

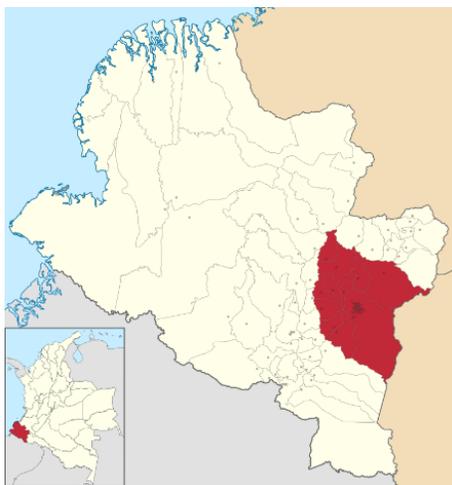
Ubicación geográfica del departamento de Nariño en la República de Colombia



Nota. La figura muestra departamento de Nariño. Fuente: Google (2023).

Figura 24

Ubicación geográfica del municipio de Pasto en el departamento de Nariño.



Nota. La figura muestra municipio de Pasto. Fuente: Google (2023).

Para determinar la localización más factible para la producción de la casa para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos entre estos dos corregimientos se realiza una matriz de evaluación, la cual valora puntos críticos como lo son:

- ✎ Arrendamiento
- ✎ Costo de servicios
- ✎ Disponibilidad de Mano de Obra
- ✎ Disponibilidad de Materia Prima
- ✎ Impuestos
- ✎ Medios de Transporte
- ✎ Vías de acceso

Además de conocer estos puntos críticos, se le determina una ponderación, a la cual se le dan unos porcentajes de importancia para cada uno de ellos, de acuerdo con el criterio del grupo de trabajo. Esto se presenta con la finalidad de tener una puntuación de cada uno de los corregimientos y así escoger el más idóneo para que esté ubicada la empresa elaboradora y comercializadora de casas para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos.

Tabla 28

Matriz de evaluación cuantitativa

MATRIZ DE EVALUACIÓN CUANTITATIVA PARA LA LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA ELABORADORA Y COMERCIALIZADORA DE CASAS PARA PERROS, A BASE DE GUADUA CON UN DISPENSADOR ELECTRÓNICO DE ALIMENTOS					
FACTORES CRITICOS	PONDERACIÓN	CATAMBUCO	PUNTUACIÓN	OBONUCO	PUNTUACIÓN
		CALIFICACIÓN		CALIFICACIÓN	
Arrendamiento	15%	9	1.35	8	1.2
Costo de servicios	15%	7	1.05	7	1.05
Disponibilidad de Mano de Obra	10%	8	0.8	8	0.8
Disponibilidad de Materia Prima	15%	5	0.75	4	0.6
Impuestos	5%	3	0.15	3	0.15
Medios de Transporte	20%	10	2	9	1.8
Vías de acceso	20%	8	1.6	8	1.6
Total	100%		7.7		7.2

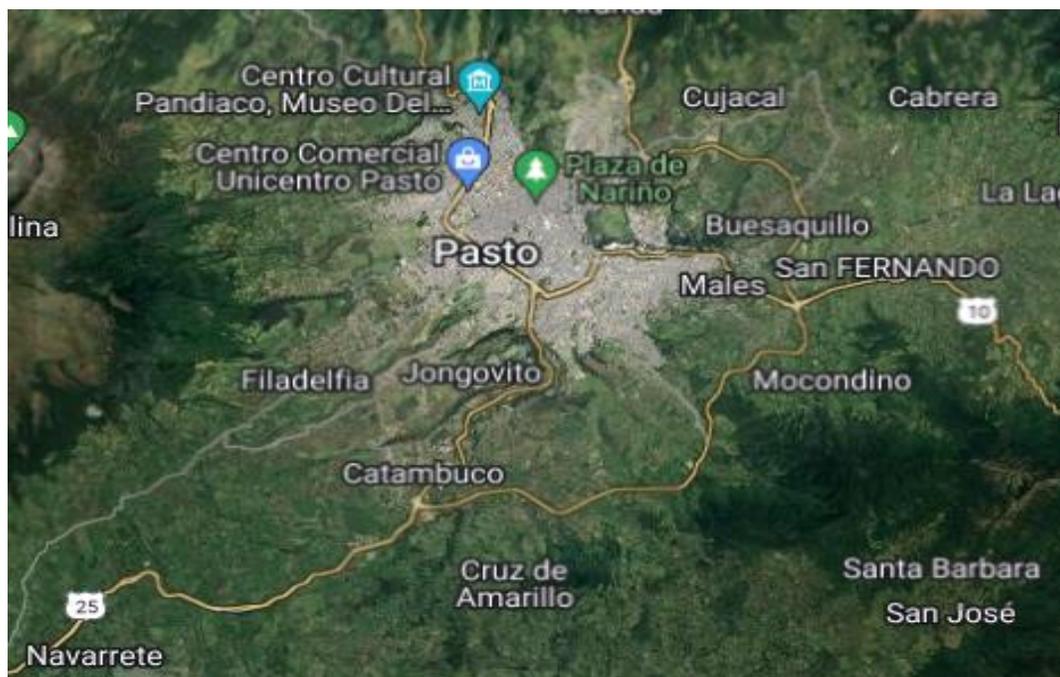
Nota. Datos generados por este estudio (2024).

De acuerdo con la matriz de evaluación cuantitativa, el corregimiento de Catambuco tiene la mayor puntuación con 7.7 en los factores críticos, por ende será la localización de la empresa elaboradora y comercializadora de casas para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos, además de lo anterior, tiene una fácil accesibilidad debido a sus buenas vías, hay varios medios de transporte y sobre todo no es muy retirado de la ciudad de Pasto la cual será la zona de comercialización del producto.

Localización de la empresa elaboradora y comercializadora de casas para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos, en el corregimiento de Catambuco.

Figura 25

Ubicación del corregimiento de Catambuco



Nota. La figura muestra Ubicación del corregimiento de Catambuco. Fuente: Google (2023).

La empresa elaboradora y comercializadora se localizará en el corregimiento de Catambuco el cual posee una reseña histórica la cual determina que fue fundado en el año de 1816, y tras el Acuerdo 06 del 21 de diciembre de 1953 le otorga el nombre de Corregimiento, por parte del Consejo Municipal de Pasto, está ubicado a 5 Km del municipio de Pasto hacia el sur, la temperatura promedio es de 12°C, con una altitud de 2800 m.s.n.m. Posee una población de 20000 habitantes, cuenta con 21 veredas, sus actividades económicas las cuales son sus principales fuentes de ingreso son: Agricultura, explotación pecuaria, gastronomía, presencia en el sector de empresas industriales, comercio mediante almacenes, ferreterías, tiendas, restaurantes. En el ámbito cultural sus fiestas patronales son el 20 de enero, y las fiestas de la Virgen de Guadalupe el 12 de diciembre, en estas fechas este corregimiento decora sus calles y celebra estas fiestas mediante manifestaciones y expresiones culturales, esto atrae a las personas de la ciudad de San Juan de Pasto y las de los alrededores de este corregimiento a compartir y disfrutar de estas fiestas y generar una economía positiva para los habitantes de este corregimiento por estos eventos presentados (Alcaldía de Pasto, 2019).

Además de lo anterior contará con una facilidad de transporte desde la ciudad de Pasto, debido a que cuenta con un transporte público óptimo con 2 rutas las cuales son C6 y E5 del SETP (Servicio Estratégico de Transporte Público) y el transporte de taxis colectivos.

En conclusión la empresa elaboradora y comercializadora de casas para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos, estará ubicada en un sitio estratégico del corregimiento de Catambuco, con la finalidad de facilitar la producción y su comercialización tanto para la ciudad de Pasto, como para los clientes que van a adquirirla en las instalaciones.

5.2.2. Identificación Del Tamaño Del Negocio

la empresa elaboradora y comercializadora de casas para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos, tendrá en cuenta para el distintos factores y elementos para el tamaño del negocio, entre los que encontramos la aceptación del producto mediante el estudio de mercado realizado con anterioridad, en donde según la Tabla No. 22, podemos apreciar el nivel de aprobación, el cual corresponde a un 83,3%, perteneciente a 56.843 hogares, de la población total que corresponde a 68.239 hogares. Igualmente se tiene en cuenta el estudio de proyección de demanda previamente realizado en la Tabla No. 24, en donde se puede determinar que para cubrir la demanda proyectada y permanecer en el mercado, se elaboraran 100 casas mensuales y anualmente 1.200 casas, lo que equivale al 2,11% del mercado potencial.

También se crearán estrategias tanto para la línea de elaboración como para el tema de comercialización, esto con la finalidad de que el producto entre al mercado y sea reconocido a nivel local, y que, mediante las ventas por un equipo capacitado para esta función, se logre el crecimiento satisfactorio de la empresa.

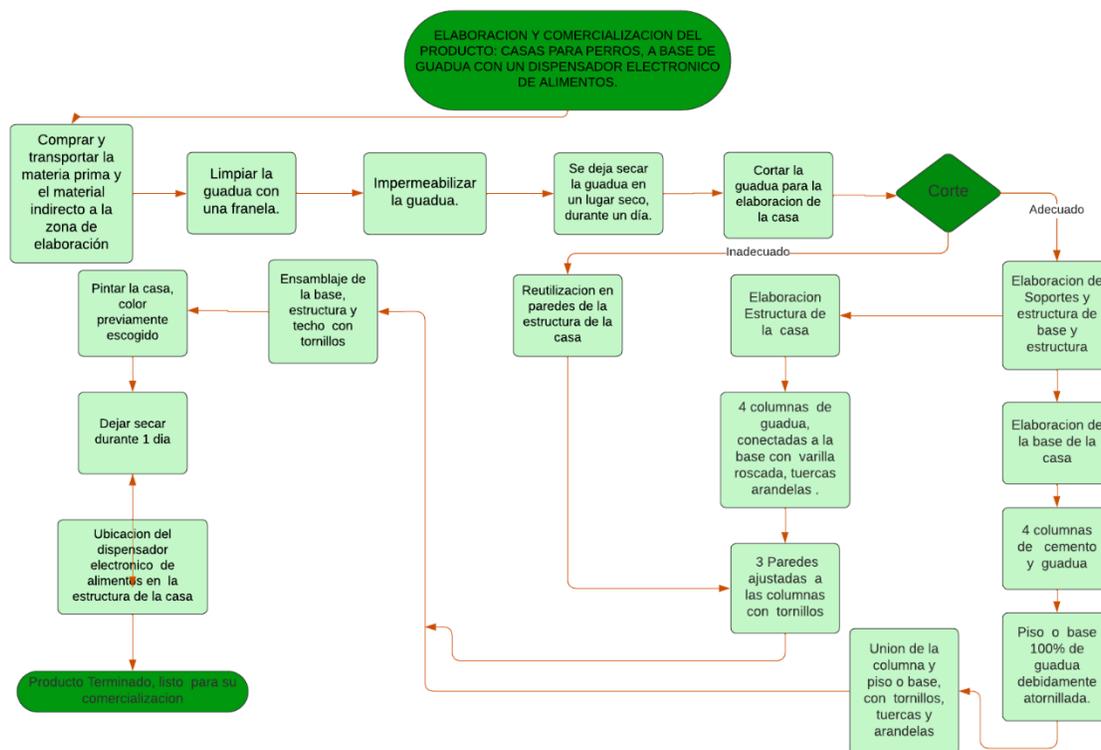
5.3 Descripción de procesos de producción, ventas y servicios

la empresa elaboradora y comercializadora de casas para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos, realizará los siguientes procesos para ofertar en el mercado un producto innovador y de calidad:

5.3.1 Elaboración de casas para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos.

Figura 26

Flujograma del proceso de producción, ventas y servicios.



Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Como se muestra en la imagen anterior, para elaborar y comercializar la casa para perros a base de guadua con dispensador electrónico de alimentos, se debe realizar lo siguiente:

El primer paso para realizar este proceso se deberá comprar y transportar la materia prima y el material indirecto a la zona de elaboración.

Una vez encontrados los materiales en la zona de elaboración, las personas que fabrican la casa realizarán el siguiente proceso:

- ✎ Limpiar la guadua con una franela.
- ✎ Impermeabilizar la guadua con el impermeabilizante correspondiente con una brocha, esta actividad la realiza 2 veces.
- ✎ Se deja secar la guadua en un lugar seco, durante un día.
- ✎ La casa consta de 3 partes, las cuales corresponden a la base, estructura y techo.
- ✎ Se realizan los respectivos cortes de la guadua para la elaboración de la casa.

- ✎ La base se elabora de guadua, tendrá cuatro soportes los cuales estarán hechos de cemento y guadua, esto se realiza con la finalidad de que la base no toque el suelo y su humedad.
- ✎ La estructura de la casa, tendrá sus columnas y paredes de guadua, para que sea más cómodo y agrado de la mascota se la forra con espuma y tela.
- ✎ El techo será de un material que contribuya al cuidado del medio ambiente, en este caso se usarán tejas de plástico reciclable.
- ✎ Una vez tenida estas 3 partes de la casa, se empieza la unión de estas con tornillos, varillas.
- ✎ Cuando estén unidas estas partes se pintara la casa, con el color escogido previamente.
- ✎ Se deja secar la pintura durante 1 día
- ✎ Después de que esté seca la pintura de la casa, se colocará el dispensador de alimentos, el cual estará ubicado en un lugar estratégico para que no cause un daño en la estructura de la casa.

5.3.2 Comercialización de casas para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos.

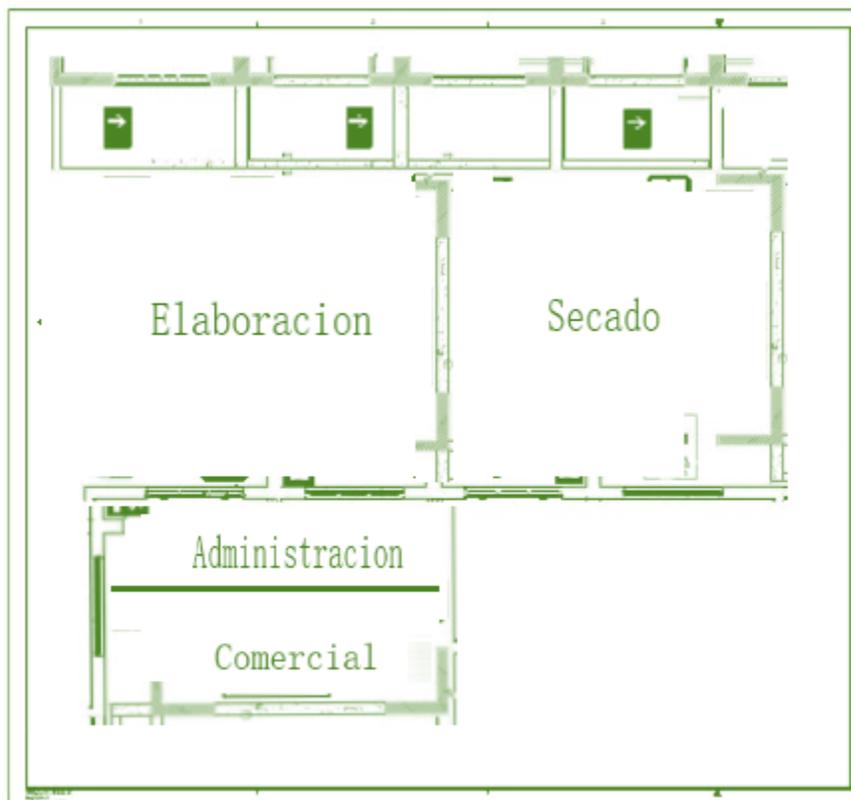
Una vez culminado el proceso de elaboración, las casas serán transportadas a la zona de comercialización, la cual con las respectivas estrategias de mercado mediante redes sociales y tiendas físicas ofrecerán el producto al mercado potencial. El talento humano que se encargará de las ventas del producto deberá estar previamente capacitado en atención al cliente, porque dependerá de ellos que el producto sea conocido y que las ventas sean efectivas, con la finalidad de contribuir en el crecimiento de la empresa.

5.4 Distribución física e ingeniería del proyecto

5.4.1 Infraestructura

Figura 27

Distribución de planta



Nota. La figura muestra Distribución de planta

la empresa *guaduhogar* cuenta con 04 áreas, de las cuales, el cliente al llegar se encuentra con la área comercial donde encontrara el producto terminado exhibido en estantes, vitrinas y los puntos de pago. La área administrativa que será a puerta cerrada ya que estará la información legal, financiera y contable de la empresa, con activos fijos como computadores, escritorios, archivadores, telefonía. En el área de elaboración se encontrará la maquinaria de medición, corte, impresora 3d, materiales directos e indirectos, herramientas, sumando un diseño de control de ruidos, finalmente el área de secado cuenta con varios canales de salida de aire y una puerta trasera que permita ventilación y salida del producto terminado, en esta área se encontrara pintura y los debidos materiales, estantes para secado del producto, cronómetros.

5.5 Necesidades y requerimientos

Tabla 29

Costos de la elaboración de casas para perros a base de guadua, con dispensador de alimentos

COSTOS DE LA ELABORACION DE CASAS PARA PERROS A BASE DE GUADUA, CON UN DISPENSADOR DE ALIMENTOS				
MATERIA PRIMA	MANO DE OBRA DIRECTA	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN		
		MATERIAL INDIRECTO.	MANO DE OBRA INDIRECTA	OTROS CIF
Guadua angustifolia kunt - Esterillas de guadua - Listones de guadua - Tejas - Dispensador de comida	Operario en elaboración de la casa	- Tornillos - Tornillos de expansión - Tuercas - Arandelas - Varilla roscada - Puntillas	- Diseñador Industrial - Jefe de Producción	- Cortadora - Pulidora - Ensambladora - Cortador láser - Martillo - Metro - Llave hexagonal para tuercas - Taladro - Destornilladores - Arrendamiento - Servicios Públicos - Depreciación Activos - Impuestos - Gatos administrativos en ventas - Publicidad - Asesor en Ventas - Papelería - Servicios transporte de domicilio - Impuestos - Arrendamiento - Servicios Públicos

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

5.6 Plan de producción u operación

De acuerdo con los estudios de mercado y demanda antes realizados, se determina que el mercado potencial de las casas para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos en su totalidad es de 56.843 hogares, de los cuales se ofertará en el mercado 1.200 casas anuales, con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes, y lograr avanzar con el crecimiento de la empresa elaboradora y comercializadora.

Tabla 30

Plan de Producción

CANTIDAD DE CASAS PARA PERROS, A BASE DE GUADUA CON UN DISPENSADOR ELECTRÓNICO DE ALIMENTOS.	
TEMPORALIDAD	No. DE CASAS
ANUAL	1200
MENSUAL	100
DIARIA	3,4

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Tabla 31*Materiales implementados*

PARA LA ELABORACIÓN DE UNA (01) CASA PARA PERROS, A BASE DE GUADUA CON UN DISPENSADOR ELECTRÓNICO DE ALIMENTOS, SE REQUIERE			
MATERIALES	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Guadua	5 unidades	\$ 10.000	\$ 50.000
Dispensador de Alimentos	1 unidad	\$ 200.000	\$ 200.000
Varilla Roscada x 1 Metro	5 unidades	\$ 3.900	\$ 19.500
Tuercas	1 docena y media	\$ 94	\$ 1.692
Arandelas	1 docena y media	\$ 148	\$ 2.664
Tornillos	4 docenas	\$ 100	\$ 4.800
Cemento	3 kilos	\$ 2.800	\$ 8.400
Arena	3 Kilos	\$ 700	\$ 2.100
Lija	4 unidades	\$ 2.000	\$ 8.000
Techo Plástico Reciclado	1 Unidad	\$ 40.000	\$ 40.000
Pintura	¼	\$ 15.000	\$ 15.000
Impermeabilizante	¼	\$ 18.847	\$ 18.847
TOTAL			\$ 371.003

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Como se muestra en la anterior tabla, se encuentran los materiales para la elaboración de la casa para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos, una vez se tenga el producto terminado, pasara a la zona de comercialización donde mediante los diferentes medios estratégicos de venta se lanzara al mercado.

6. Aspectos organizacionales

Guaduhogar, cuenta con aspectos organizacionales mediante la implementación de procesos de comercialización, reflejados en un adecuado reglamento, manuales, trámites legales, con la finalidad de realizar una planeación asertiva que permita involucrarse y permanecer en el mercado.

6.1 Estructura organizacional

6.1.1 Misión

Guaduhogar, produce y comercializa casas para perros a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos permitiendo fusionar el hábitat de los animales con la calidez de un hogar para transformarlo en cuidado a las mascotas, gracias a las funcionalidades que ofrece

El producto al ser realizado con guadua contribuye con el cuidado del medio ambiente y garantiza su durabilidad en el tiempo, gracias a su diseño práctico e innovador permitiendo que las mascotas y sus dueños compartan tiempo de calidad dejando a un lado los hábitos cotidianos que lo impiden.

El compromiso de *Guaduhogar* es proporcionar oportunidades de desarrollo en la región, mediante su práctica de elaboración y comercialización en tiendas físicas y virtuales con la primacía de los valores de responsabilidad, amabilidad y compromiso con calidad para permanecer en el mercado y ser reconocido a nivel local nacional e internacional.

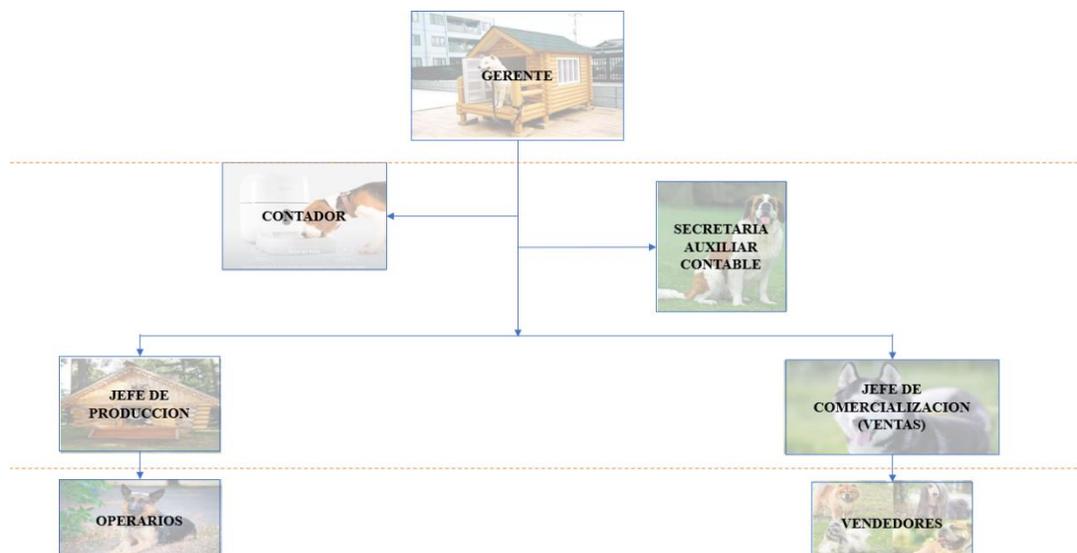
6.1.2 visión

Guaduhogar, será reconocido en el ámbito regional y nacional por ofrecer productos de alta calidad, siendo amigables con el medio ambiente y de fácil acceso para los clientes, siendo pioneros en fusionar naturaleza y tecnología al interior de un hogar.

6.1.3 Organigrama

Figura 28

Organigrama Guaduhogar



Nota. La figura muestra el Organigrama de Guaduhogar, como una herramienta esencial que muestra la distribución de funciones y responsabilidades dentro de la empresa. Fuente: Elaboración propia (2024).

6.2 Descripción de funciones

A continuación, se ofrece una descripción detallada de las actividades correspondientes a cada cargo y servicio definidos en el organigrama, de la siguiente manera:

Tabla 32*Manual de Funciones del Gerente*

Nombre del cargo:	Gerente
Dependencia:	Dirección General
Nivel Jerárquico:	Directivo
Número de cargos:	Uno
Descripción Genérica	
Es responsable del correcto funcionamiento, dirección, coordinación y organización de la empresa Guaduhogar.	
Descripción específica / Funciones	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Representar a la empresa en procesos comerciales, ante instituciones gubernamentales y demás actividades referentes a su cargo. 2. Planear, tomar decisiones y ejecutar acciones para cumplir metas que contribuyan con el crecimiento y buen desarrollo de la empresa. 3. Administrar y gestionar el presupuesto con la finalidad de obtener una mayor ganancia. 4. Presentar informes de gestión periódicamente ante la junta directiva. 5. Dirigir, motivar y supervisar a los empleados en el cumplimiento de sus funciones con el fin de tener un crecimiento de la empresa. 	
PERFIL O EXPERIENCIA REQUERIDA	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Administrador de Empresas y estudios afines para el cargo. 2. 2 años en Cargos Administrativos - Directivos 	

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Tabla 33*Manual de Funciones del Contador*

Nombre del cargo:	Contador
Dependencia:	Dirección Contable
Nivel Jerárquico	Ejecutivo
Número de cargos:	Uno
Cargo del jefe inmediato:	Gerente
Descripción Genérica	
Manejar la contabilidad, preparar documentos financieros y tributarios, velar por los recursos financieros de la empresa Guaduhogar.	
Descripción específica / Funciones	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar y enseñar los Estados Financieros. 2. Realizar y exponer informes financieros y tributarios. 3. Hacer los diferentes presupuestos y costos de la empresa. 4. Elaborar y presentar las declaraciones de impuestos. 5. Analizar los registros contables 6. Encargarse de la nómina de empleados. 	
PERFIL O EXPERIENCIA REQUERIDA	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Contador público titulado 2. Dos años en cargos contables y financieros 	

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Tabla 34*Manual de Funciones de la Secretaria Auxiliar Contable*

Nombre del cargo:	Secretaria Auxiliar Contable
Dependencia:	Contable y Administrativa
Nivel Jerárquico	Ejecutivo
Número de cargos:	Uno
Cargo del jefe inmediato:	Gerente y Contador
Descripción Genérica	
Apoyar en las áreas administrativas y contables, brindarles una atención optima a visitantes de la empresa Guaduhogar.	
Descripción específica / Funciones	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Atención de clientes y proveedores presencial, virtual o telefónicamente. 2. Controlar pagos de proveedores, parafiscales, impuestos y tributos. 3. Registrar las facturas de compra de materia prima y venta de producto terminado. 4. Manejo y control de inventarios, archivos, documentos y agenda. 5. Seguimiento de las cuentas por cobrar. 	
PERFIL O EXPERIENCIA REQUERIDA	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Técnico o tecnólogo en contabilidad y/o finanzas 2. 1 año en cargos de secretaria auxiliar contable 	

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Tabla 35*Manual de Funciones de Jefe de Producción*

Nombre del cargo:	Jefe de Producción
Dependencia:	Dirección Productiva
Nivel Jerárquico	Ejecutivo
Número de cargos:	Uno
Cargo del jefe inmediato:	Gerente
Descripción Genérica	
Supervisar que el área de producción esté funcionando en óptimas condiciones, que el desempeño y manejo de los empleados sea el adecuado.	
Descripción específica / Funciones	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Controlar la producción, almacenamiento, distribución del producto terminado. 2. Planear y distribuir las tareas de producción a cada operario con la finalidad de mejorar la producción y obtener mejores niveles de funcionamiento. 3. Inspeccionar el abastecimiento de materia prima para una buena producción. 4. Analizar y ejecutar técnicas de mejoramiento en el área de producción, cumplir con estándares de calidad. 5. Vigilar el cumplimiento de SST, manual de procesos y prácticas de manufactura. 6. Realizar informes de producción. 	
PERFIL O EXPERIENCIA REQUERIDA	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Estudios relacionados con supervisión de la producción o Ingeniería Industrial. 2. 1 año en cargos de manejo de personal de producción y procesos productivos. 	

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Tabla 36*Manual de Funciones de Jefe de Comercialización (Ventas)*

Nombre del cargo:	Jefe de Comercialización (Ventas)
Dependencia:	Dirección Comercial
Nivel Jerárquico	Ejecutivo
Número de cargos:	Uno
Cargo del jefe inmediato:	Gerente
Descripción Genérica	
Brindarles una buena atención a los clientes, supervisar que el área de ventas se encuentre en óptimas condiciones y que los vendedores presten buena atención a los compradores.	
Descripción específica / Funciones	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Atención al cliente. 2. Planear, organizar y dirigir las operaciones de ventas ya sean al por mayor o al detal. 3. Gestionar y Asignar actividades a los vendedores. 4. Organizar los productos en el establecimiento con la finalidad de que el cliente encuentre el producto visualmente atractivo. 5. Verificar que el inventario se encuentre en buenas condiciones, en un lugar limpio y ordenado. 6. Dirigir y evaluar a los vendedores. 7. Analizar el mercado y realizar estrategias de venta. 8. Diseñar las metas de ventas hasta una determinada fecha. 	
PERFIL O EXPERIENCIA REQUERIDA	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Estudios relacionados con el marketing o el área comercial 2. 1 año en cargos de manejo de personal en el departamento de ventas. 	

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Tabla 37*Manual de Funciones de Operario de Producción*

Nombre del cargo:	Operario de Producción
Dependencia:	Producción
Nivel Jerárquico	Operativo
Número de cargos:	Uno
Cargo del jefe inmediato:	Jefe de Producción
Descripción Genérica	
Realizar tareas específicas del área de producción.	
Descripción específica / Funciones	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Manipular materia prima, herramientas, máquinas para fabricar el producto. 2. Realizar las actividades encomendadas por el jefe de producción. 3. Verificar que las herramientas, maquinaria o equipos estén en óptimas condiciones para la fabricación del producto, si se encuentran en mal estado informar al jefe inmediato. 4. Cumplir con el SST, manual de procesos y prácticas de manufactura. 5. Realizar la respectiva inspección y control de calidad del producto. 6. Mantener el área de trabajo limpia y ordenada. 7. Realizar informes referentes a la producción de acuerdo con lo solicitado por el jefe inmediato. 	
PERFIL O EXPERIENCIA REQUERIDA	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Técnico – Tecnólogo en áreas de producción industrial o carpintería. 2. 1 año en producción industrial o carpintería 	

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Tabla 38*Manual de Funciones de Vendedor*

Nombre del cargo:	Vendedor
Dependencia:	Ventas
Nivel Jerárquico	Operativo
Número de cargos:	Uno
Cargo del jefe inmediato:	Jefe de Comercialización (Ventas)
Descripción Genérica	
Realizar tareas específicas del área de ventas	
Descripción específica / Funciones	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Optima atención al cliente. 2. Cumplir con las metas de ventas. 3. Cumplir con las actividades que el jefe inmediato le asigne. 4. Mantener limpia y ordenada el área de trabajo. 5. Recepcionar las PQRS. 6. Atención al cliente de forma presencial, virtual o telefónicamente. 7. Realizar informes de ventas, de acuerdo con lo requerido por el jefe inmediato. 	
PERFIL O EXPERIENCIA REQUERIDA	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Técnico – Tecnólogo en mercadeo o estudios afines para el cargo. 2. 6 meses o 1 año en atención al cliente 	

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

6.3 Normatividad

Con base a la normatividad colombiana, la cual expresa que toda organización está obligada a tener una normatividad de trabajo, higiene y seguridad industrial. Con el fin de tener un mayor compromiso, responsabilidad, convivencia laboral, seguridad, etc.

La normatividad en una organización es importante puesto que de esta manera se logra justicia entre empleadores y trabajadores, se reducen inconvenientes en la empresa y se contribuye a la eficiencia y eficacia del cumplimiento de las metas de la empresa.

6.3.1 Normatividad empresarial (constitución legal de la empresa)

Un manual de control interno es un documento esencial para establecer políticas, procedimientos y controles que aseguren la eficiencia operativa, la confiabilidad de la información financiera y el cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables.

De acuerdo con los art.104 y demás del código sustantivo de trabajo vigente, especifica que toda organización “Está obligada a tener un reglamento de trabajo todo empleador que ocupe más de cinco (5) trabajadores de carácter permanente en empresas comerciales, o más de diez (10) en empresas industriales, o más de veinte (20) en empresas agrícolas, ganaderas o forestales”

La normatividad de trabajo busca una igualdad que no afecte los derechos del empleador y trabajador. Es necesario para resolver los conflictos que se generen dentro de la organización puesto que, si la norma no existiera, no habría ninguna razón para sancionar, debido a que no hay una norma que regule los actos impropios que se generen dentro de la empresa o ampare una decisión sancionatoria.

6.3.2 Normatividad técnica (permisos, licencias, registros, etc.)

La normatividad técnica es un conjunto de normas con las cuales se busca una regulación frente a los derechos y deberes de peticiones, licencias, registros o solicitudes por parte de los trabajadores o el empleador, la concesión de los permisos estará sujeta a las siguientes condiciones:

- ✦ En caso de grave calamidad doméstica, la oportunidad del aviso puede ser anterior o posterior al hecho que lo constituye o al tiempo de ocurrir este, según lo permitan las circunstancias.

- ✎ En caso de entierro de compañeros de trabajo, el aviso puede ser hasta con un día de anticipación y el permiso se concederá hasta el 10% de los trabajadores.
- ✎ En los demás casos (sufragio, desempeño de cargos transitorios de forzosa aceptación y concurrencia al servicio médico correspondiente) el aviso se hará con la anticipación que las circunstancias lo permitan. Salvo convención en contrario.

6.3.3 Normatividad laboral

La normatividad Colombiana regula todo lo referente a los derechos y deberes de los trabajadores, dicha normatividad tiene en la cúspide a la Constitución política de Colombia, la cual va de la mano con los Convenios y tratados internacionales, generando unos derechos y deberes a los trabajadores, le sigue la legislación para el sector público y privado, en donde encontramos la Ley 100 de 1993 y demás normas legales, con la cual regula los derechos mínimos del trabajador.

6.3.4 Normatividad ambiental

Constitución política de Colombia 1991: Artículo 79. El derecho a gozar de un ambiente sano, y de la participación comunitaria como una pieza clave avalada por la legislación

Ley 2054 de 2020, del 03 de septiembre de 2020; "por el cual se modifica la ley 1801 de 2016 y se dictan otras disposiciones"

Ley 99 de 1993: Por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA, y se dictan otras disposiciones.

Ley 2206 de 2022 del 17 de mayo de 2022: Por medio del cual se incentiva el uso productivo de la guadua y el bambú y su sostenibilidad ambiental en el territorio nacional

La norma Unificada de la guadua. febrero de 2002 Para el manejo, aprovechamiento y establecimiento de guadua, caña brava y bambúes, formulado mediante el convenio 020 de 2001, con la participación del Ministerio de Medio Ambiente y la GTZ

Decreto Ley 2811 de 1974 Por el cual se dicta el Código Nacional de Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente.

Resolución No. 1740 del 24 de octubre del 2016. Por la cual se establecen lineamientos generales para el manejo, aprovechamiento y establecimiento de guaduales y bambusales y se dictan otras disposiciones

7. Plan financiero

7.1 Estudio económico

Para una efectiva puesta en marcha de GUADUHOGAR, se realiza el estudio financiero con la finalidad de conocer si es viable en términos de rentabilidad económica, se toma como base los recursos económicos disponibles y los costes totales del proceso de producción con el objetivo de conocer si el negocio puede mantenerse operando en el tiempo (Pérez, 2021).

7.1.1 Determinación de inversiones.

Para que GUADUHOGAR de comienzo a su actividad económica y brinde a los clientes un producto de calidad, realiza las siguientes inversiones las cuales son esenciales para el cumplimiento del objeto social de la empresa.

7.1.1.1 Inversión activos fijos tangibles

Los bienes tangibles son indispensables dado que garantizan el correcto cumplimiento de las operaciones de producción y comercialización de la empresa GUADUHOGAR, para ello es necesario que se relacione la cantidad de maquinaria, equipo, muebles, enseres y herramientas que se necesitan para dar cumplimiento con las actividades económicas de la empresa GUADUHOGAR.

Tabla 39

Inversión activos tangibles

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1. MAQUINARIA, EQUIPO Y HERRAMIENTAS			
SIERRA CIRCULAR DE MESA	2	\$ 1.000.000	\$ 2.000.000
IMPRESORA 3D	1	\$ 1.600.000	\$ 1.600.000
LIJADORA ORBITAL	2	\$ 319.900	\$ 639.800
TALADRO	2	\$ 330.000	\$ 660.000
PULIDORA	2	\$ 700.000	\$ 1.400.000
SEGUETA	2	\$ 25.000	\$ 50.000
DESTORNILLADOR DE ESTRELLA	2	\$ 8.000	\$ 16.000
DESTORNILLADOR DE PALA	2	\$ 8.000	\$ 16.000
MARTILLO	2	\$ 25.000	\$ 50.000
SET DE LLAVES MIXTAS O LLAVES COMBINADAS	2	\$ 211.000	\$ 422.000
METRO O CINTA METRICA	2	\$ 40.000	\$ 80.000
ALICATE	2	\$ 30.200	\$ 60.400
MESA DE TRABAJO DE EBANISTERIA	2	\$ 600.000	\$ 1.200.000

VITRINAS DE VIDRIO	3	\$ 1.000.000	\$ 3.000.000
SUBTOTAL			\$ 11.194.200
2. MUEBLES Y ENSERES			
ESCRITORIO	5	\$ 300.000	\$ 1.500.000
SILLA DE OFICINA	5	\$ 150.000	\$ 750.000
ARCHIVADOR	5	\$ 250.000	\$ 1.250.000
ESTANTE	5	\$ 200.000	\$ 1.000.000
SILLAS INTERLOCUTORAS OFICINA	10	\$ 230.000	\$ 2.300.000
COMEDOR FAMILIAR PLASTICO	2	\$ 500.000	\$ 1.000.000
CAFETERA	1	\$ 230.000	\$ 230.000
SUBTOTAL			\$ 8.030.000
3. EQUIPO DE COMPUTACIÓN Y COMUNICACIÓN			
COMPUTADOR	5	\$ 1.500.000	\$ 7.500.000
IMPRESORA	3	\$ 700.000	\$ 2.100.000
CELULAR	4	\$ 500.000	\$ 2.000.000
CAJA REGISTRADORA	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
CAMARAS DE SEGURIDAD	7	\$ 250.000	\$ 1.750.000
TELEVISOR	2	\$ 1.000.000	\$ 2.000.000
SUBTOTAL			\$ 16.350.000
TOTAL			\$ 35.574.200

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

De acuerdo con la tabla No. 39, para el buen funcionamiento y puesta en marcha de la empresa *Guaduhogar* se deberá realizar una inversión de \$35.574.200, donde se encuentran discriminados la maquinaria, equipo y herramientas los cuales cumplirán la función de producción del producto, el cual será introducido al mercado como un producto innovador. Los muebles y enseres llevaran a cabo la función de brindarle al personal de la empresa, la clientela y terceras personas un ambiente cómodo y agradable. Por último, el equipo de computación y comunicación tiene la función de brindar seguridad y buen manejo de la información de la empresa con eficiencia y eficacia, logrando el crecimiento y éxito de la empresa.

7.1.1.2 Inversión activos fijos intangibles

Para que la empresa GUADUHOGAR de comienzo con su actividad económica, previamente se realizara el proceso de constitución de la empresa. Según (“Presupuesto de Inversión”, (s.f.)): La inversión diferida son los bienes y servicios intangibles que son indispensables para el desarrollo del negocio, pero que, a diferencia de la inversión fija, no influyen directamente en la producción.

Entre ellos se encuentran los gastos de constitución, organización e instalación de la sociedad, el pago de permisos, licencias o derechos requeridos por las autoridades, los seguros o la financiación directamente relacionada con el negocio.

Tabla 40*Inversión activos intangibles*

TRAMITE	ENTIDAD	ACTIVIDAD	VALOR
Comercial	Cámara de Comercio Pasto	Escritura de constitución de la empresa GUADUHOGAR S.A.S.	\$ 1.000.000
Comercial	Cámara de Comercio Pasto	Inscripción en Cámara de Comercio	\$ 359.200
Comercial	Gobernación de Nariño	Impuesto de registro ante Gobernación de Nariño	\$ 265.517
Tributario	DIAN	Inscripción Registro Único Tributario Rut	\$ 0
Funcionamiento	Bomberos de la ciudad de Pasto	Certificado del Cuerpo de Bomberos.	\$ 104.982
Comercial	OSA - Pasto	Sayco - Acinpro	\$ 299.700
Económico	Bancolombia	Apertura de cuenta corriente y ahorros	\$ 0
TOTAL			\$ 2.029.399

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

La empresa *Guaduhogar* realizara una inversión de \$2.029.399 para su constitución, esto se lleva a cabo con la finalidad de que la empresa este legalmente constituida y genere a sus clientes, inversionistas y demás terceros confiabilidad y seguridad, logrando con lo anterior el crecimiento, desarrollo y éxito de *Guaduhogar*.

7.1.1.3 Capital de trabajo.

Según Gerencie (2022) “El capital de trabajo es el dinero con que se cuenta para hacer funcionar el negocio en el día a día, lo que implica el dinero suficiente para compra de mercancías, pago de salarios, de servicios públicos, arrendamientos, etc.” (parr. 4)

Con la información anterior para que *Guaduhogar* se ponga en marcha y que la empresa tenga un crecimiento optimo se utilizara la siguiente fórmula:

Inversión en Capital de trabajo = Ciclo operativo (en días) * Costo de Operación promedio diario.

$$ICT = CO * (COPD)$$

El ciclo operativo según (“¿Qué es ciclo de operativo de una empresa?”, 2021). “Se refiere al tiempo promedio en el que un negocio compra mercancía, la vende y recibe el efectivo por esta venta. El ciclo operativo indica qué tan rápido la empresa puede convertir su inventario en dinero.” (parr. 1)

Con la información anterior se determina que el ciclo operativo para GUADUHOGAR será de 30 días.

Tabla 41

Costos operacionales anuales

CONCEPTO	VALOR TOTAL PRIMER AÑO	VALOR TOTAL SEGUNDO AÑO	VALOR TOTAL TERCER AÑO	VALOR TOTAL CUARTO AÑO	VALOR TOTAL QUINTO AÑO
MATERIA PRIMA	\$ 360.600.000	\$ 384.709.716	\$ 410.431.408	\$ 437.872.852	\$ 467.149.030
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 76.968.000	\$ 82.114.080	\$ 87.604.228	\$ 93.461.447	\$ 99.710.279
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION (MATERIAL INDIRECTO)	\$ 84.603.600	\$ 90.260.197	\$ 96.294.993	\$ 102.733.277	\$ 109.602.024
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION (MANO DE OBRA INDIRECTA)	\$ 29.304.000	\$ 31.263.265	\$ 33.353.527	\$ 35.583.544	\$ 37.962.660
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION (OTROS CIF)	\$ 72.492.000	\$ 77.338.815	\$ 82.509.688	\$ 88.026.286	\$ 93.911.724
GASTOS ADMINISTRATIVOS (NOMINA)	\$ 113.448.000	\$ 121.033.133	\$ 129.125.409	\$ 137.758.733	\$ 146.969.282
GASTOS ADMINISTRATIVOS (OTROS CIF)	\$ 31.068.000	\$ 33.145.206	\$ 35.361.295	\$ 37.725.551	\$ 40.247.882
GASTOS VENTAS (NOMINA)	\$ 54.960.000	\$ 58.634.626	\$ 62.554.937	\$ 66.737.360	\$ 71.199.420
GASTOS VENTAS (OTROS GASTOS)	\$ 35.694.550	\$ 38.081.088	\$ 40.627.189	\$ 43.343.523	\$ 46.241.471
DEPRECIACION	\$ 35.574.200	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
AMORTIZACION	\$ 405.880	\$ 405.880	\$ 405.880	\$ 405.880	\$ 405.880
TOTAL	\$ 895.118.230	\$ 916.986.007	\$ 978.268.554	\$ 1.043.648.452	\$ 1.113.399.651

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

En la anterior tabla se indica el valor anual correspondiente a los costos operacionales los cuales se necesitan para obtener un óptimo funcionamiento.

Con lo anterior de acuerdo con el rubro total de la Tabla 41 se utilizará para determinar el costo promedio diario, dado que este valor se encuentra anual se lo dividirá por 360 días perteneciente al año comercial.

Tabla 42*Costo de operación promedio diario*

COSTO OPERACIONAL ANUAL	DIAS COMERCIALES	VALOR COSTO DE OPERACIÓN PROMEDIO DIARIO	COSTO MENSUAL
\$ 895.118.230	360	\$ 2.486.440	

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

De acuerdo con la Tabla No. 42 costo de operación promedio diario, se muestra el valor promedio diario para la producción de las casas para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos. Este valor determinado en esta tabla será el que se utilizará para determinar con la fórmula anteriormente señalada el valor del capital de trabajo.

Tabla 43*Capital de trabajo*

CICLO OPERATIVO	COSTO DE OPERACION PROMEDIO DIARIO	VALOR CAPITAL DE TRABAJO
30	\$ 2.486.440	\$ 74.593.186

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

De acuerdo con la Tabla 43 capital de trabajo, se muestra el valor correspondiente a la inversión de capital de trabajo el cual corresponde a \$ 74.593.186, este valor se determinó con la fórmula aplicada $ICT = CO * (COPD)$, los valores para sacar esta fórmula se encuentran en la TABLA 42 costo de operación promedio diario, y el ciclo operativo el cual fue de 30 días.

Tabla 44*Inversion total*

CONCEPTO	VALOR TOTAL
INVERSION ACTIVOS TANGIBLES	\$ 35.574.200
INVERSION ACTIVOS INTANGIBLES	\$ 2.029.399
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 74.593.186
TOTAL	\$ 112.196.785

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

De acuerdo con la Tabla 44 inversión total, se indica el valor monetario de la inversión correspondiente a \$ 112.196.785, los cuales permitirán que *Guaduhogar* inicie factiblemente y permita su crecimiento en el mercado y no afecte a la empresa en su inicio y futuro.

7.1.2 *Calculo costos y gastos.*

Para que la empresa GUADUHOGAR tenga un óptimo crecimiento y pueda perdurar en el tiempo es necesario que se realice el cálculo de costos y gastos los cuales son necesarios para la producción y comercialización del producto a ofertar en el mercado local.

7.1.2.1 *Costo de Materia Prima.*

La materia prima es primordial para el proceso de producción, según Caballero (2024), “Las materias primas son el material básico en cualquier proceso de producción, transformándose a través de distintas etapas hasta llegar a ser productos listos para el consumidor”.

De acuerdo con la Tabla No. 36 Materiales Implementados, nos indica la cantidad de material que se necesita para producir 1 casa y la Tabla No. 35 Plan de Producción, informa la cantidad de casas que se deben producir mensual y anual.

Tabla 45

Materia Prima.

TABLA No. 84. MATERIA PRIMA											
MATERIAL	UNIDADES DE MEDIDA	PRODUCCION UNA CASA			PRODUCCION MENSUAL 100 CASAS			PRODUCCION ANUAL 1200			
		CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	
Guadua	Und	5	\$ 10.000	\$ 50.000	500	\$ 10.000	\$ 5.000.000	6000	\$ 10.000	\$ 60.000.000	
Dispensador de Alimentos	Und	1	\$ 200.000	\$ 200.000	100	\$ 200.000	\$ 20.000.000	1200	\$ 200.000	\$ 240.000.000	
Cemento	Kg	3	\$ 2.800	\$ 8.400	300	\$ 2.800	\$ 840.000	3600	\$ 2.800	\$ 10.080.000	
Arena	Kg	3	\$ 700	\$ 2.100	300	\$ 700	\$ 210.000	3600	\$ 700	\$ 2.520.000	
Techo Plastico Reciclado	Und	1	\$ 40.000	\$ 40.000	100	\$ 40.000	\$ 4.000.000	1200	\$ 40.000	\$ 48.000.000	
TOTAL				\$ 300.500			\$ 30.050.000			\$ 360.600.000	

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

En la Tabla 45 Materia Prima, informa el valor monetario que se debe invertir en Materia Prima para la producción de las casas para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos. Los valores presentados en la tabla anterior hacen referencia a la cantidad de casas a producir mensual y anual, de acuerdo con la Tabla 30 Plan de Producción.

7.1.2.2 Costo de Mano de Obra Directa

Según CEUPE (s.f.) “El personal encargado en producir bienes terminados, cuya labor se realiza dentro de las empresas industriales, más concretamente en las empresas manufactureras. Se caracterizan por tener relación directa con la producción bienes”.

Tabla 46

Mano de Obra Directa

CONCEPTO	SALARIO	% APORTES SOCIALES	AUX TRANSPORTE	VALOR APORTES	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
OPERADOR 1	\$ 1.300.000	52	\$ 162.000	\$ 676.000	\$ 2.138.000	\$ 25.656.000
OPERADOR 2	\$ 1.300.000	52	\$ 162.000	\$ 676.000	\$ 2.138.000	\$ 25.656.000
OPERADOR 3	\$ 1.300.000	52	\$ 162.000	\$ 676.000	\$ 2.138.000	\$ 25.656.000
TOTAL					\$ 6.414.000	\$ 76.968.000

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

De acuerdo con la Tabla 46 Mano de Obra Directa, nos muestra el valor del pago mensual y anualmente a los empleados de producción quienes trabajaran de manera directa en la producción de las casas para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos.

7.1.2.3 Costo Indirectos de Fabricación.

Según Gómez (s.f.) Son todos aquellos costos que se acumulan de los materiales y la mano de obra indirectos más todos los incurridos en la producción pero que en el momento de obtener el costo del producto terminado no son fácilmente identificables de forma directa con el mismo.
(p.2)

Tabla 47*Costos Indirectos de Fabricación - Material Indirecto*

MATERIAL	UNIDADES DE MEDIDA	PRODUCCION UNA CASA			PRODUCCION MENSUAL 100 CASAS			PRODUCCION ANUAL 1200		
		CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Varilla Roscada x 1 metro	Und	5	\$ 3.900	\$ 19.500	500	\$ 3.900	\$ 1.950.000	6000	\$ 3.900	\$ 23.400.000
Tuercas	Und	18	\$ 94	\$ 1.692	1800	\$ 94	\$ 169.200	21600	\$ 94	\$ 2.030.400
Arandelas	Und	18	\$ 148	\$ 2.664	1800	\$ 148	\$ 266.400	21600	\$ 148	\$ 3.196.800
Tornillos	Und	48	\$ 100	\$ 4.800	4800	\$ 100	\$ 480.000	57600	\$ 100	\$ 5.760.000
Lijas	Und	4	\$ 2.000	\$ 8.000	400	\$ 2.000	\$ 800.000	4800	\$ 2.000	\$ 9.600.000
Impermeabilizante	Galon	¼	\$ 15.000	\$ 15.000	25	\$ 60.000	\$ 1.500.000	300	\$ 60.000	\$ 18.000.000
Pintura	Galon	¼	\$ 18.847	\$ 18.847	25	\$ 75.388	\$ 1.884.700	300	\$ 75.388	\$ 22.616.400
TOTAL				\$ 70.503			\$ 7.050.300			\$ 84.603.600

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

De acuerdo con la Tabla 47 Costos Indirectos de Fabricación - Material Indirecto, indica el costo mensual y anual del material indirecto el cual será utilizado en la producción de las casas para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos.

Tabla 48*Costos Indirectos de Fabricación – Mano de Obra Indirecta*

CONCEPTO	SALARIO	% APORTES SOCIALES	AUX TRANSPORTE	VALOR APORTES	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
OPERADOR 1 (JEFE DE PRODUCCION)	\$ 1.500.000	52	\$ 162.000	\$ 780.000	\$ 2.442.000	\$ 29.304.000
TOTAL					\$ 2.442.000	\$ 29.304.000

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

De acuerdo con la Tabla 48 Costos Indirectos de Fabricación – Mano de Obra Indirecta, se muestra el valor del costo mensual y anual que se pagará al jefe de producción, el cual cumplirá con las funciones de acuerdo con la Tabla 35 Manual de Funciones de Jefe de Producción, y lograr la producción de las casas para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos, de acuerdo con la Tabla 30 Plan de Producción.

Tabla 49*Costos Indirectos de Fabricación – Otros CIF*

CONCEPTO	MENSUAL	ANUAL	PRODUCCION 70% MENSUAL	PRODUCCION 70% ANUAL
ARRENDAMIENTO	\$7.000.000	\$84.000.000	\$4.900.000	\$58.800.000
SERVICIOS PUBLICOS				
ENERGIA	\$1.000.000	\$12.000.000	\$700.000	\$8.400.000
ACUEDUCTO Y ALCANTARILLADO	\$500.000	\$6.000.000	\$350.000	\$4.200.000
INTERNET, TELEFONIA Y COMUNICACIONES	\$130.000	\$1.560.000	\$91.000	\$1.092.000
TOTAL	\$8.630.000	\$103.560.000	\$6.041.000	\$72.492.000

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

De acuerdo con la Tabla 49 Costos Indirectos de Fabricación – Otros CIF, se presentan los costos equivalentes Otros CIF los cuales contribuyen en la producción del producto a ofrecer en el mercado en una manera indirecta. Dado que en el local se encontrará la zona de producción y administración, se divide en un 70% al área de producción y el 30% al área de administración.

7.1.2.4 Gasto de depreciación

La depreciación según Gasbarrino (2023) es un concepto de contabilidad que se refiere a la pérdida de valor que un bien experimenta a lo largo de su vida útil. Este cálculo lo realizan todas las empresas con todos sus activos fijos, es decir, con los objetos y bienes que compra para aprovecharlos durante más de un año. (parr. 4)

Con lo anterior se puede deducir que el valor de compra del activo va disminuyendo de acuerdo con la vida útil del activo y de acuerdo con Gerencie (2022) Hoy la norma no habla de vida útil como tal sino de la tasa anual de depreciación que viene a ser el resultado de dividir el 100% del activo por su vida útil.

La tasa de depreciación anual está limitada por el artículo 137 del estatuto tributario, que en primer lugar la remite a lo que disponga la técnica contable. En consecuencia, la vida útil será la que se señale en las políticas contables de la empresa que por supuesto debe ajustarse a lo que dispongan los estándares de contabilidad, pero la tasa así determinada no puede exceder los límites que señala la norma fiscal, por lo que hay cierta flexibilidad siempre que la deducción fiscal no supere los topes fijados por el artículo 137 del estatuto tributario. (parr. 5)

Cabe resaltar que no todos los activos fijos son depreciables durante su vida útil, de conformidad con el artículo 1.2.1.18.5 del Decreto 1625 de 2016, sec.1, cap. 18, a su tenor literal expresa:

“(...) A partir del año gravable de 1990, los activos fijos depreciables adquiridos a partir de dicho año, cuyo valor de adquisición sea igual o inferior a cincuenta (50) UVT, podrán depreciarse en el mismo año en que se adquirieran, sin consideración a la vida útil de los mismos (...)”

Tabla 50

Depreciación Activos Tangibles

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VIDA UTIL	DEPRECIACION ANUAL				
					PRIMER AÑO	SEGUNDO AÑO	TERCER AÑO	CUARTO AÑO	QUINTO AÑO
MAQUINARIA, EQUIPO Y HERRAMIENTAS									
SIERRA CIRCULAR DE MESA	2	\$ 1.000.000	\$ 2.000.000	10	\$ 2.000.000	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
IMPRESORA 3D	1	\$ 1.600.000	\$ 1.600.000	10	\$ 1.600.000	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
LIJADORA ORBITAL	2	\$ 319.900	\$ 639.800	10	\$ 639.800	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
TALADRO	2	\$ 330.000	\$ 660.000	10	\$ 660.000	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
PULIDORA	2	\$ 700.000	\$ 1.400.000	10	\$ 1.400.000	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
SEGUETA	2	\$ 25.000	\$ 50.000	5	\$ 50.000	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
DESTORNILLADOR DE ESTRELLA	2	\$ 8.000	\$ 16.000	5	\$ 16.000	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
DESTORNILLADOR DE PALA	2	\$ 8.000	\$ 16.000	5	\$ 16.000	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
MARTILLO	2	\$ 25.000	\$ 50.000	5	\$ 50.000	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
SET DE LLAVES MIXTAS O LLAVES COMBINADAS	2	\$ 211.000	\$ 422.000	5	\$ 422.000	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
METRO O CINTA METRICA	2	\$ 40.000	\$ 80.000	5	\$ 80.000	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
ALICATE	2	\$ 30.200	\$ 60.400	5	\$ 60.400	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
MESA DE TRABAJO DE EBANISTERIA	2	\$ 600.000	\$ 1.200.000	10	\$ 1.200.000	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
VITRINAS DE VIDRIO	3	\$ 1.000.000	\$ 3.000.000	10	\$ 3.000.000	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
SUBTOTAL			\$ 11.194.200		\$ 11.194.200	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
MUEBLES Y ENSERES									
ESCRITORIO	5	\$ 300.000	\$ 1.500.000	10	\$ 1.500.000	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
SILLA DE OFICINA	5	\$ 150.000	\$ 750.000	10	\$ 750.000	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
ARCHIVADOR	5	\$ 250.000	\$ 1.250.000	10	\$ 1.250.000	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
ESTANTE	5	\$ 200.000	\$ 1.000.000	10	\$ 1.000.000	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
SILLAS INTERLOCUTORAS OFICINA	10	\$ 230.000	\$ 2.300.000	10	\$ 2.300.000	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
COMEDOR FAMILIAR PLASTICO	2	\$ 500.000	\$ 1.000.000	10	\$ 1.000.000	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
CAFETERA	1	\$ 230.000	\$ 230.000	10	\$ 230.000	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
SUBTOTAL			\$ 8.030.000		\$ 8.030.000	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
EQUIPOS COMPUTACION Y COMUNICACIÓN									
COMPUTADOR	5	\$ 1.500.000	\$ 7.500.000	5	\$ 7.500.000	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
IMPRESORA	3	\$ 700.000	\$ 2.100.000	5	\$ 2.100.000	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
CELULAR	4	\$ 500.000	\$ 2.000.000	5	\$ 2.000.000	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
CAJA REGISTRADORA	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	5	\$ 1.000.000	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
CAMARA DE SEGURIDAD	7	\$ 250.000	\$ 1.750.000	5	\$ 1.750.000	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
TELEVISOR	2	\$ 1.000.000	\$ 2.000.000	5	\$ 2.000.000	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
SUBTOTAL			\$ 16.350.000		\$ 16.350.000	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL			\$ 35.574.200		\$ 35.574.200	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

De acuerdo con la Tabla 50 Depreciación Activos Tangibles, nos indica el valor de la depreciación durante los 5 años, y teniendo en cuenta que el valor unitario de los activos tangibles no supera los 50 UVT el cual tiene un valor por UVT de \$47.065 para el año 2024 y en su valor total correspondiente a \$ 2.353.250, la depreciación de estos activos se efectuara en su totalidad en un año.

7.1.2.5 Gasto de amortizacion

La amortización de activos intangibles según (“¿Qué es la amortización de intangibles?” 2024). “La amortización de intangibles es el proceso contable mediante el cual se distribuye el costo de un activo intangible a lo largo de su vida útil” (parr. 7).

Según Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF, 2009, sec. 18). A efectos de esta NIIF, se considera que todos los activos intangibles tienen una vida útil finita. La vida útil de un activo intangible que surja de un derecho contractual o legal de otro tipo no excederá el periodo de esos derechos pero puede ser inferior, dependiendo del periodo a lo largo del cual la entidad espera utilizar el activo. Si el derecho contractual o legal de otro tipo se hubiera fijado por un plazo limitado que puede ser renovado, la vida útil del activo intangible solo incluirá el periodo o periodos de renovación cuando exista evidencia que respalde la renovación por parte de la entidad sin un costo significativo. (p. 106)

De acuerdo con la información para este estudio se utilizará la vida útil de 5 años de acuerdo con la proyección que igualmente será a 5 años.

Tabla 51*Amortización Activos Intangibles.*

CONCEPTO	VALOR	VIDA UTIL	AMORTIZACION ANUAL				
			PRIMER AÑO	SEGUNDO AÑO	TERCER AÑO	CUARTO AÑO	QUINTO AÑO
ESCRITURA DE CONSTITUCION DE LA EMPRESA GUADUHOGAR S.A.S.	\$ 1.000.000	5	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000
INSCRIPCION EN CAMARA DE COMERCIO	\$ 359.200	5	\$ 71.840	\$ 71.840	\$ 71.840	\$ 71.840	\$ 71.840
IMPUESTO DE REGISTRO ANTE GOBERNACION DE NARIÑO	\$ 265.517	5	\$ 53.103	\$ 53.103	\$ 53.103	\$ 53.103	\$ 53.103
CERTIFICADO DEL CUERPO DE BOMBEROS	\$ 104.982	5	\$ 20.996	\$ 20.996	\$ 20.996	\$ 20.996	\$ 20.996
SAYCO - ACINPRO	\$ 299.700	5	\$ 59.940	\$ 59.940	\$ 59.940	\$ 59.940	\$ 59.940
TOTAL	\$ 2.029.399		\$ 405.880	\$ 405.880	\$ 405.880	\$ 405.880	\$ 405.880

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

De acuerdo con la Tabla 51. Amortización Activos Intangibles, indica el valor de la amortización anual que corresponde a \$405.880 de acuerdo con la Tabla 40 INVERSION ACTIVOS INTANGIBLES, los cuales tienen un valor total de \$2.029.399.

7.1.2.6 Gastos administrativos

Según Naveros (2023) Los gastos administrativos son aquellos desembolsos que una empresa realiza para mantener y administrar sus operaciones diarias. Estos gastos no están directamente relacionados con la producción o venta de bienes y servicios, sino más bien con el funcionamiento interno y la gestión de la empresa. (parr. 2)

Con lo anterior se presentan los siguientes gastos administrativos los cuales permitirán el crecimiento de GUADUHOGAR.

Tabla 52*Gastos de Administración (Nomina).*

CONCEPTO	SALARIO	% APORTES SOCIALES	AUX TRANSPORTE	VALOR APORTES	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
GERENTE	\$ 2.400.000	52	\$ 162.000	\$ 1.248.000	\$ 3.810.000	\$ 45.720.000
CONTADOR	\$ 2.000.000	52	\$ 162.000	\$ 1.040.000	\$ 3.202.000	\$ 38.424.000
SECRETARIA AUXILIAR CONTABLE	\$ 1.500.000	52	\$ 162.000	\$ 780.000	\$ 2.442.000	\$ 29.304.000
TOTAL					\$ 9.454.000	\$ 113.448.000

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

De acuerdo con la Tabla 52. Gastos de Administración (Nomina), nos indica el valor mensual y anual que se paga al personal administrativo el cual cumplirá con las funciones de acuerdo con las tablas: Tabla 32 Manual de Funciones del Gerente, Tabla 33 Manual de Funciones del Contador y Tabla 34 Manual de Funciones de la Secretaria Auxiliar Contable, esto con la finalidad de tener una óptima gestión administrativa y permitan el crecimiento de Guaduhogar.

Tabla 53*Gastos de Administración (Otros Gastos).*

CONCEPTO	MENSUAL	ANUAL	Administracion 30% MENSUAL	Administracion 30% ANUAL
ARRENDAMIENTO	\$ 7.000.000	\$ 84.000.000	\$ 2.100.000	\$ 25.200.000
SERVICIOS PUBLICOS				
ENERGIA	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000	\$ 300.000	\$ 3.600.000
ACUEDUCTO Y ALCANTARILLADO	\$ 500.000	\$ 6.000.000	\$ 150.000	\$ 1.800.000
INTERNET, TELEFONIA Y COMUNICACIONES	\$ 130.000	\$ 1.560.000	\$ 39.000	\$ 468.000
TOTAL	\$ 8.630.000	\$ 103.560.000	\$ 2.589.000	\$ 31.068.000

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

De acuerdo con la Tabla 53 Gastos de Administración (Otros Gastos), se detalla el valor de los gastos de administración los cuales corresponden a un 30% en arrendamientos y servicios públicos dado que el área administrativa de Guaduhogar se encontrará en el mismo lugar del área de producción la cual tendrá el porcentaje de 70%. Cabe resaltar que tanto la depreciación y

amortización se encuentran en las tablas 50 Depreciación Activos Tangibles y tabla 51 Amortización Activos Intangibles.

7.1.2.7 Gastos de ventas o gastos de comercialización

Según Naveros (2024) Los gastos de ventas, también conocidos como gastos de comercialización, son aquellos recursos que se derivan directamente de la comercialización y venta de los productos o servicios de una empresa, es decir todos aquellos recursos requeridos para la distribución, entrega y promoción de los productos y/o servicios de la empresa. Están destinados a satisfacer las necesidades de los clientes.

Los gastos de venta abarcan los costos asociados con el marketing, la logística y todas las actividades necesarias para garantizar que el producto o servicio lleguen al mercado y a los clientes. (parr. 6)

De acuerdo con la información anterior se presentarán los siguientes gastos de ventas con la finalidad de que Guaduhogar sea reconocido y lleguen a los hogares de la ciudad de Pasto.

Tabla 54

Gastos de Ventas (Nomina).

CONCEPTO	SALARIO	% APORTES SOCIALES	AUX TRANSPORTE	VALOR APORTES	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
JEFE DE COMERCIALIZACION	\$ 1.500.000	52	\$ 162.000	\$ 780.000	\$ 2.442.000	\$ 29.304.000
VENDEDOR	\$ 1.300.000	52	\$ 162.000	\$ 676.000	\$ 2.138.000	\$ 25.656.000
TOTAL					\$ 4.580.000	\$ 54.960.000

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

De acuerdo con la Tabla 54 Gastos de Ventas (Nomina), indica el valor que se cancelara a los empleados de ventas los cuales deberán cumplir con las funciones de acuerdo con las tablas: Tabla 36 Manual de Funciones de Jefe de Comercialización (Ventas) y Tabla 38 Manual de Funciones de Vendedor, con la finalidad de que Guaduhogar llegue a los hogares de la ciudad de Pasto y que la empresa sea reconocida a nivel local y tenga la empresa tenga un óptimo crecimiento.

Tabla 55*Gastos de Ventas (Otros Gastos).*

CONCEPTO	MENSUAL	ANUAL
ARRENDAMIENTO	\$ 1.500.000	\$ 18.000.000
SERVICIOS PUBLICOS		
ENERGIA	\$ 250.000	\$ 3.000.000
ACUEDUCTO Y ALCANTARILLADO	\$ 200.000	\$ 2.400.000
INTERNET, TELEFONIA Y COMUNICACIONES	\$ 130.000	\$ 1.560.000
PUBLICIDAD	\$ 894.546	\$ 10.734.550
TOTAL	\$ 2.974.546	\$ 35.694.550

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

De acuerdo con la Tabla 55 Gastos de Ventas (Otros Gastos), indica el valor mensual y anual que se utilizara para la óptima comercialización del producto en el mercado y así lograr el reconocimiento de Guaduhogar lo que a su vez tenga un crecimiento a nivel local.

7.1.2.8 Proyecciones a 5 años

De acuerdo con Banco de la Republica de Colombia (s.f.) “El índice de precios al consumidor (IPC) mide la evolución del costo promedio de una canasta de bienes y servicios representativa del consumo final de los hogares, expresado en relación con un período base” (parr.1)

Con lo anterior se hace un promedio de los últimos 5 años del IPC para proyectar el valor de los costos operacionales.

Tabla 56*Inflación Últimos 5 años*

Meta de inflación e inflación total al consumidor				
1.1. Serie histórica_periodicidad mensual				
Información disponible a partir de enero de 1993.				
<i>Banco de la República - Gerencia Técnica - información extraída de la bodega de datos -Serankua- el 22/04/2024 11:29:43</i>				
Año(aaaa)-Mes(mm)	Inflación total	Límite	Meta de inflación	Límite
2023-12	9,28	4,00	3,00	2,00
2022-12	13,12	4,00	3,00	2,00
2021-12	5,62	4,00	3,00	2,00
2020-12	1,61	4,00	3,00	2,00
2019-12	3,80	4,00	3,00	2,00

Nota. La figura muestra Inflación Últimos 5 años. Fuente: Banco de la Republica Colombia (2024)

Tabla 57*Promedio IPC.*

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL PROMEDIO
IPC	3,8	1,61	5,62	13,12	9,28	6,69

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

De acuerdo con la Tabla No. 57. Promedio IPC, se utilizará el promedio de este que corresponde a 6,69% para realizar la proyección para los 5 años de los costos operacionales.

Tabla 58*Proyección Materia Prima.*

MATERIAL	VALOR TOTAL PRIMER AÑO	VALOR TOTAL SEGUNDO AÑO	VALOR TOTAL TERCER AÑO	VALOR TOTAL CUARTO AÑO	VALOR TOTAL QUINTO AÑO
Guadua	\$ 60.000.000	\$ 64.011.600	\$ 68.291.416	\$ 72.857.380	\$ 77.728.624
Dispensador de Alimentos	\$ 240.000.000	\$ 256.046.400	\$ 273.165.662	\$ 291.429.518	\$ 310.914.496
Cemento	\$ 10.080.000	\$ 10.753.949	\$ 11.472.958	\$ 12.240.040	\$ 13.058.409
Arena	\$ 2.520.000	\$ 2.688.487	\$ 2.868.239	\$ 3.060.010	\$ 3.264.602
Techo Plástico Reciclado	\$ 48.000.000	\$ 51.209.280	\$ 54.633.132	\$ 58.285.904	\$ 62.182.899
TOTAL	\$ 360.600.000	\$ 384.709.716	\$ 410.431.408	\$ 437.872.852	\$ 467.149.030

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

De acuerdo con la Tabla 58 Proyección Materia Prima. Se indica el valor monetario que se utilizara en la materia prima para la producción de las casas para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos, durante los primeros 5 años, para determinar esta proyección se toma el valor total anual de la Tabla No. 45. Materia Prima.

Tabla 59*Proyección Mano de Obra Directa.*

CONCEPTO	TOTAL SALARIO PRIMER AÑO	TOTAL SALARIO SEGUNDO AÑO	TOTAL SALARIO TERCER AÑO	TOTAL SALARIO CUARTO AÑO	TOTAL SALARIO QUINTO AÑO
OPERADOR 1	\$ 25.656.000	\$ 27.371.360	\$ 29.201.409	\$ 31.153.816	\$ 33.236.760
OPERADOR 2	\$ 25.656.000	\$ 27.371.360	\$ 29.201.409	\$ 31.153.816	\$ 33.236.760
OPERADOR 3	\$ 25.656.000	\$ 27.371.360	\$ 29.201.409	\$ 31.153.816	\$ 33.236.760
TOTAL	\$ 76.968.000	\$ 82.114.080	\$ 87.604.228	\$ 93.461.447	\$ 99.710.279

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

De acuerdo con la Tabla No. 59. Proyección Mano de Obra Directa, se indica el valor monetario que se pagara durante los 5 primeros años a los empleados de producción los cuales

trabajaran de manera directa en la producción de las casas para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos. Para realizar el cálculo de esta proyección se toma el valor total anual de la Tabla No. 46 Mano de Obra Directa.

Tabla 60

Proyección CIF – Material Indirecto.

MATERIAL	VALOR TOTAL PRIMER AÑO	VALOR TOTAL SEGUNDO AÑO	VALOR TOTAL TERCER AÑO	VALOR TOTAL CUARTO AÑO	VALOR TOTAL QUINTO AÑO
Varilla Roscada x 1 metro	\$ 23.400.000	\$ 24.964.524	\$ 26.633.652	\$ 28.414.378	\$ 30.314.163
Tuercas	\$ 2.030.400	\$ 2.166.153	\$ 2.310.982	\$ 2.465.494	\$ 2.630.337
Arandelas	\$ 3.196.800	\$ 3.410.538	\$ 3.638.567	\$ 3.881.841	\$ 4.141.381
Tornillos	\$ 5.760.000	\$ 6.145.114	\$ 6.555.976	\$ 6.994.308	\$ 7.461.948
Lijas	\$ 9.600.000	\$ 10.241.856	\$ 10.926.626	\$ 11.657.181	\$ 12.436.580
Impermeabilizante	\$ 18.000.000	\$ 19.203.480	\$ 20.487.425	\$ 21.857.214	\$ 23.318.587
Pintura	\$ 22.616.400	\$ 24.128.533	\$ 25.741.766	\$ 27.462.861	\$ 29.299.028
TOTAL	\$ 84.603.600	\$ 90.260.197	\$ 96.294.993	\$ 102.733.277	\$ 109.602.024

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

De acuerdo con la Tabla No. 60. Proyección CIF – Material Indirecto, indica el valor monetario del material que se utilizara indirectamente en las casas para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos, durante los primeros 5 años. Para efectuar el cálculo de esta proyección se toma el valor total anual que se encuentra en la Tabla No. 48 Costos Indirectos de Fabricación - Material Indirecto

Tabla 61*Proyección CIF – Mano de Obra Indirecta.*

CONCEPTO	VALOR TOTAL PRIMER AÑO	VALOR TOTAL SEGUNDO AÑO	VALOR TOTAL TERCER AÑO	VALOR TOTAL CUARTO AÑO	VALOR TOTAL QUINTO AÑO
OPERADOR 1 (JEFE DE PRODUCCION)	\$ 29.304.000	\$ 31.263.265	\$ 33.353.527	\$ 35.583.544	\$ 37.962.660
TOTAL	\$ 29.304.000	\$ 31.263.265	\$ 33.353.527	\$ 35.583.544	\$ 37.962.660

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

De acuerdo con la Tabla No. 61 Proyección CIF – Mano de Obra Indirecta, indica el valor monetario que se le pagara al personal el cual contribuye de una manera indirecta con la producción de las casas para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos, durante los 5 primeros años. Para realizar esta proyección se toma el valor total anual el cual se determina en la Tabla No. 48 Costos Indirectos de Fabricación – Mano de Obra Indirecta

Tabla 62*Proyección CIF – Otros CIF.*

CONCEPTO	VALOR TOTAL PRIMER AÑO	VALOR TOTAL SEGUNDO AÑO	VALOR TOTAL TERCER AÑO	VALOR TOTAL CUARTO AÑO	VALOR TOTAL QUINTO AÑO
ARRENDAMIENTO	\$ 58.800.000	\$ 62.731.368	\$ 66.925.587	\$ 71.400.232	\$ 76.174.052
SERVICIOS PUBLICOS					
ENERGIA	\$ 8.400.000	\$ 8.961.624	\$ 9.560.798	\$ 10.200.033	\$ 10.882.007
ACUEDUCTO Y ALCANTARILLADO	\$ 4.200.000	\$ 4.480.812	\$ 4.780.399	\$ 5.100.017	\$ 5.441.004
INTERNET, TELEFONIA Y COMUNICACIONES	\$ 1.092.000	\$ 1.165.011	\$ 1.242.904	\$ 1.326.004	\$ 1.414.661
TOTAL	\$ 72.492.000	\$ 77.338.815	\$ 82.509.688	\$ 88.026.286	\$ 93.911.724

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

De acuerdo con la Tabla No. 62. Proyección CIF – Otros CIF. Se presenta la proyección a 5 años de los Otros CIF los cuales influyen de una manera indirecta en la producción del bien que

se oferta al mercado local. Para realizar la proyección se toma el valor total anual el cual se encuentra ubicado en la Tabla No. 49 Costos Indirectos de Fabricación – Otros CIF.

Tabla 63

Proyección Gastos de Administración (Nomina).

CONCEPTO	VALOR TOTAL PRIMER AÑO	VALOR TOTAL SEGUNDO AÑO	VALOR TOTAL TERCER AÑO	VALOR TOTAL CUARTO AÑO	VALOR TOTAL QUINTO AÑO
GERENTE	\$ 45.720.000	\$ 48.776.839	\$ 52.038.059	\$ 55.517.323	\$ 59.229.212
CONTADOR	\$ 38.424.000	\$ 40.993.029	\$ 43.733.823	\$ 46.657.866	\$ 49.777.411
SECRETARIA AUXILIAR CONTABLE	\$ 29.304.000	\$ 31.263.265	\$ 33.353.527	\$ 35.583.544	\$ 37.962.660
TOTAL	\$ 113.448.000	\$ 121.033.133	\$ 129.125.409	\$ 137.758.733	\$ 146.969.282

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

De acuerdo con la Tabla No. 63. Proyección Gastos de Administración (Nomina). Se indica el valor proyectado a 5 años del pago que se realiza a los empleados de administración los cuales contribuyen con sus capacidades intelectuales para el crecimiento de la empresa, para determinar la proyección se toma el valor anual el cual se encuentra ubicado en la Tabla 52 Gastos de Administración (Nomina).

Tabla 64

Proyección Gastos de Administración (Otros Gastos).

CONCEPTO	VALOR TOTAL PRIMER AÑO	VALOR TOTAL SEGUNDO AÑO	VALOR TOTAL TERCER AÑO	VALOR TOTAL CUARTO AÑO	VALOR TOTAL QUINTO AÑO
ARRENDAMIENTO	\$ 25.200.000	\$ 26.884.872	\$ 28.682.395	\$ 30.600.099	\$ 32.646.022
SERVICIOS PUBLICOS					
ENERGIA	\$ 3.600.000	\$ 3.840.696	\$ 4.097.485	\$ 4.371.443	\$ 4.663.717
ACUEDUCTO Y ALCANTARILLADO	\$ 1.800.000	\$ 1.920.348	\$ 2.048.742	\$ 2.185.721	\$ 2.331.859
INTERNET, TELEFONIA Y COMUNICACIONES	\$ 468.000	\$ 499.290	\$ 532.673	\$ 568.288	\$ 606.283
TOTAL	\$ 31.068.000	\$ 33.145.206	\$ 35.361.295	\$ 37.725.551	\$ 40.247.882

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

De acuerdo con la Tabla No. 64. Proyección Gastos de Administración (Otros Gastos, muestra el valor monetario proyectado a 5 años de los gastos que son necesarios para que haya una buena gestión administrativa, para determinar el valor total en esta proyección se utiliza el valor anual de la tabla No. 53 Gastos de Administración (Otros Gastos).

Tabla 65

Proyección Gastos de Ventas (Nomina).

CONCEPTO	VALOR TOTAL PRIMER AÑO	VALOR TOTAL SEGUNDO AÑO	VALOR TOTAL TERCER AÑO	VALOR TOTAL CUARTO AÑO	VALOR TOTAL QUINTO AÑO
JEFE DE COMERCIALIZACION	\$ 29.304.000	\$ 31.263.265	\$ 33.353.527	\$ 35.583.544	\$ 37.962.660
VENDEDOR	\$ 25.656.000	\$ 27.371.360	\$ 29.201.409	\$ 31.153.816	\$ 33.236.760
TOTAL	\$ 54.960.000	\$ 58.634.626	\$ 62.554.937	\$ 66.737.360	\$ 71.199.420

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Según la Tabla No. 65. Proyección Gastos de Ventas (Nomina), indica el valor monetario proyectado a 5 años del pago a empleados de ventas los cuales serán los encargados de ofrecer al cliente las casas para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos, para realizar la proyección se utiliza el valor anual de acuerdo con la TABLA No. 55. Gastos de Ventas (Nomina).

Tabla 66

Proyección Gastos de Ventas (Otros Gastos).

CONCEPTO	VALOR TOTAL PRIMER AÑO	VALOR TOTAL SEGUNDO AÑO	VALOR TOTAL TERCER AÑO	VALOR TOTAL CUARTO AÑO	VALOR TOTAL QUINTO AÑO
ARRENDAMIENTO	\$ 18.000.000	\$ 19.203.480,00	\$ 20.487.424,67	\$ 21.857.213,89	\$ 23.318.587,21
SERVICIOS PUBLICOS					
ENERGIA	\$ 3.000.000	\$ 3.200.580,00	\$ 3.414.570,78	\$ 3.642.868,98	\$ 3.886.431,20
ACUEDUCTO Y ALCANTARILLADO	\$ 2.400.000	\$ 2.560.464,00	\$ 2.731.656,62	\$ 2.914.295,18	\$ 3.109.144,96
INTERNET, TELEFONIA Y COMUNICACIONES	\$ 1.560.000	\$ 1.664.301,60	\$ 1.775.576,80	\$ 1.894.291,87	\$ 2.020.944,22
PUBLICIDAD	\$ 10.734.550	\$ 11.452.262,01	\$ 12.217.960,25	\$ 13.034.853,07	\$ 13.906.363,35

TOTAL	\$	\$	\$	\$	\$
	35.694.550	38.081.088	40.627.189	43.343.523	46.241.471

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

De acuerdo con la Tabla 66. Proyección Gastos de Ventas (Otros Gastos). Indica el valor de la proyección a 5 años de los gastos que son necesarios para que haya un buen funcionamiento en el área de comercialización y lograr que las casas para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos sean conocidas y vendidas en el mercado local. Para realizar la proyección de estos gastos se utiliza el valor anual según la Tabla 55 Gastos de Ventas (Otros Gastos).

7.1.3 Cálculo y proyección de ingresos

Según Rodríguez (2022). Una proyección de ingresos en finanzas es un recurso utilizado por las empresas para analizar y evaluar el desempeño histórico y actual del negocio con la finalidad de planificar el futuro en términos de ingresos, gastos e inversiones. Por ende, saber cómo se hace es fundamental para determinar el triunfo o fracaso de cualquier emprendimiento.

Además, proyectar tus ingresos te permite determinar qué tan rentable puede ser tu organización con el tiempo y cuántos inversores podrías atraer a mediano y largo plazo. (parr. 2)

Con lo anterior para realizar el cálculo de ingresos y su proyección se empieza buscando el precio de venta de las CASAS PARA PERROS, A BASE DE GUADUA CON UN DISPENSADOR ELECTRÓNICO DE ALIMENTOS las cuales serán ofertadas en el mercado.

Según Actualícese (2019). Conocer el costo de venta de su producto le permite contar con la información necesaria para diseñar las estrategias de venta que puede implementar, tales como descuentos y promociones y, por supuesto, le será posible determinar si está obteniendo o no una ganancia en sus operaciones. (parr. 8)

Para determinar el precio de ventas se utilizará las siguientes fórmulas de acuerdo con Actualícese (2019). El precio de venta se puede fijar mediante la siguiente fórmula: Primero se determina el costo por unidad de producción, así:

suma de costos fijos y variables / la producción estimada del producto. Posteriormente, se determina el precio de venta: costo por unidad de producción / (1 – margen de utilidad esperado).

Tabla 67

Costos fijos y costos variables

COSTOS FIJOS		COSTOS VARIABLES	
CONCEPTO	VALOR ANUAL	CONCEPTO	VALOR ANUAL
AREA DE PRODUCCION			
MANO DE OBRA INDIRECTA	\$ 29.304.000	MATERIA PRIMA	\$ 360.600.000
ARRENDAMIENTO	\$ 58.800.000	MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 76.968.000
INTERNET, TELEFONIA Y COMUNICACIONES	\$ 1.092.000	MATERIAL INDIRECTO	\$ 84.603.600
		ENERGIA	\$ 8.400.000
		ACUERDUCTO Y ALCANTARILLADO	\$ 4.200.000
SUBTOTAL	\$ 89.196.000	SUBTOTAL	\$ 534.771.600
AREA DE ADMINISTRACION			
GASTOS (NOMINA)	\$ 113.448.000	ENERGIA	\$ 3.600.000
ARRENDAMIENTO	\$ 25.200.000	ACUERDUCTO Y ALCANTARILLADO	\$ 1.800.000
INTERNET, TELEFONIA Y COMUNICACIONES	\$ 468.000		
SUBTOTAL	\$ 139.116.000	SUBTOTAL	\$ 5.400.000
AREA DE VENTAS			
GASTOS (NOMINA)	\$ 54.960.000	ENERGIA	\$ 3.000.000
ARRENDAMIENTO	\$ 18.000.000	ACUERDUCTO Y ALCANTARILLADO	\$ 2.400.000
INTERNET, TELEFONIA Y COMUNICACIONES	\$ 1.560.000	PUBLICIDAD	\$ 10.734.550
SUBTOTAL	\$ 74.520.000	SUBTOTAL	\$ 16.134.550
DEPRECIACION			
DEPRECIACION ACTIVOS TANGIBLES	\$ 35.574.200		
SUBTOTAL	\$ 35.574.200	SUBTOTAL	\$ -
AMORTIZACION			
AMORTIZACION ACTIVOS INTANGIBLES	\$ 405.880		
SUBTOTAL	\$ 405.880	SUBTOTAL	\$ -
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 338.812.080	TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 556.306.150

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Con la información presentada en la Tabla No. 67. COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES, se procederá a realizar la fórmula para definir el costo por unidad de la producción como se presenta en la siguiente tabla.

Tabla 68*Costo por unidad de producción.*

CONCEPTO	VALOR
COSTOS FIJOS	\$ 338.812.080
COSTOS VARIABLES	\$ 556.306.150
UNIDADES PRODUCIDAS	1200
VALOR COSTO POR UND. DE PRODUCCION	\$ 745.932

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

De acuerdo con la Tabla 68. COSTO POR UNIDAD DE PRODUCCION, se indica el valor del costo unitario de las CASAS PARA PERROS, A BASE DE GUADUA CON UN DISPENSADOR ELECTRÓNICO DE ALIMENTOS, correspondiente a \$ 745.932, con este valor se determinará a continuación el valor de venta de acuerdo con la fórmula presentada con anterioridad.

Tabla 69*Precio de venta.*

CONCEPTO	VALOR
COSTO POR UND. DE PRODUCCION	\$ 745.932
MARGEN DE UTILIDAD	30%
PRECIO DE VENTA	\$ 1.065.617

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

De acuerdo con la tabla 69. precio de venta, indica el valor correspondiente a \$ 1.065.617, para las casas para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos, dado a que según la tabla No. 16 precio, posee unos valores inferiores, se deberán realizar estrategias de mercadeo para que las personas adquieran el producto de una manera fácil, algunas de las estrategias para las personas es un pago de contado o realizar un ahorro periódico y una vez realice el pago en su totalidad entregarle el producto.

7.1.3.1 *Calculo de ingresos*

Con la información anterior, a continuación, se identifica el valor de los ingresos de un año los cuales se determinan por la cantidad de casas anuales producidas y su precio de venta. Para la determinación de esta información se toma los valores de acuerdo con la Tabla No. 30 Plan de Producción y Tabla No. 69. Precio De Venta.

Tabla 70

Ingresos anuales.

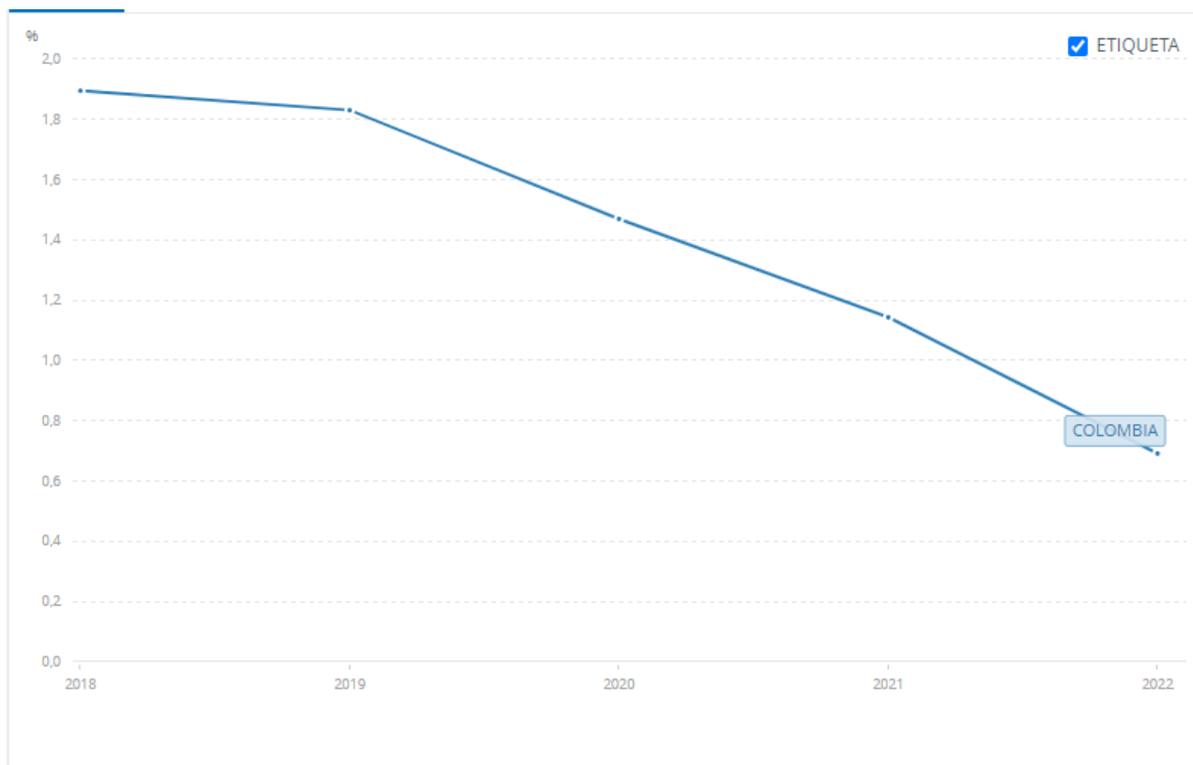
CONCEPTO	VALOR
PRODUCCION ANUAL	1200
PRECIO DE VENTA	\$ 1.065.617
TOTAL INGRESOS ANUALES	\$ 1.278.740.328

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

De acuerdo con la Tabla No. 70. ingresos anuales, presenta los ingresos que se obtienen después de la venta anual correspondiente a 1200 casas a un valor de \$ 1.065.617, obteniendo un ingreso total de \$ 1.278.740.328, dejando una ganancia significativa y que contribuye con el crecimiento de la empresa satisfactoriamente.

7.1.3.2 *Proyeccion de ingresos*

Para determinar la proyección de ingresos se utilizará el valor anual de ingresos (Tabla 70) y el valor promedio del (Tabla IPC 57) mientras que para la proyección de la cantidad de productos a ofertar en el mercado se utiliza la cantidad de casas anuales a producir de acuerdo con la Tabla No. 30 Plan de Producción y el valor promedio del ICP. Para este estudio se realizará la proyección para 5 años.

Figura 29*Crecimiento Poblacional*

Nota. La figura muestra crecimiento poblacional

De acuerdo con la Figura 29 crecimiento poblacional se encuentra el incremento poblacional que tuvo Colombia desde el año 2018 al 2022. Según el Banco Mundial (s.f.) indica los porcentajes de incremento de la población en Colombia los cuales corresponden para el 2018 en un porcentaje de 1,9%, en el año 2019 tiene un incremento de 1,8%, durante el año 2020 tuvo un crecimiento de 1,5%, en el año 2021 incremento la población en un 1,1% y en el año 2022 hubo un crecimiento de la población de 0,7%. Los valores anteriores se utilizarán para realizar el promedio del crecimiento poblacional con la finalidad de realizar la proyección de cantidades de casas para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos para los cinco (05) años siguientes como se indica en la Tabla No. 72. proyeccion de ingresos y cantidades.

Tabla 71*Promedio ICP*

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL PROMEDIO
ICP	1,9	1,8	1,5	1,1	0,7	1,40

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

De acuerdo con la Tabla No. 71. Promedio ICP, indica el valor promedio correspondiente a 1,40% el cual será utilizado para realizar la proyección a 5 años de las cantidades de casas para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos a producir de acuerdo con las casas para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos.

Tabla 72*Proyección de ingresos y cantidades*

CONCEPTO	VALOR TOTAL PRIMER AÑO	VALOR TOTAL SEGUNDO AÑO	VALOR TOTAL TERCER AÑO	VALOR TOTAL CUARTO AÑO	VALOR TOTAL QUINTO AÑO
CANTIDADES	1200	1217	1234	1251	1269
TOTAL CANTIDADES	1200	1217	1234	1251	1269
INGRESOS	\$ 1.278.740.328	\$ 1.364.236.907	\$ 1.455.449.786	\$ 1.552.761.159	\$ 1.656.578.770
TOTAL INGRESOS	\$ 1.278.740.328	\$ 1.364.236.907	\$ 1.455.449.786	\$ 1.552.761.159	\$ 1.656.578.770

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

De acuerdo con la Tabla No. 72 proyección de ingresos y cantidades se presentan los valores de proyección en los ingresos que se deben percibir durante los 5 años y las cantidades del producto a producir durante los 5 años, los cuales permitirán un crecimiento y reconocimiento en el mercado local de la empresa con el producto casas para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos.

7.1.4 Identificación del punto de equilibrio

Según Contreras (2021) El punto de equilibrio es establecido a través de un cálculo que sirve para definir el momento en que los ingresos de una empresa cubren sus gastos fijos y variables, esto es, cuando logras vender lo mismo que gastas, no ganas ni pierdes, has alcanzado el punto de equilibrio.

Para determinar el punto de equilibrio donde Guaduhogar no obtenga ni una pérdida o ganancia se utiliza las siguientes formulas: “Punto de equilibrio en unidades: $PE = \text{Costos Fijos} / (\text{Precio de Venta} - \text{Costo de venta})$ y Punto de equilibrio en valor: $PE = \text{Costos Fijos} / (1 - \text{Costo de venta} / \text{Precio de venta})$ ” (Contreras, 2021, parr.13).

Para realizar el procedimiento de las fórmulas se utilizan los valores encontrados en las tablas: Tabla No. 67. Costos Fijos y Costos Variables, Tabla No. 68. Costo Por Unidad De Produccion, Tabla No. 69. Precio De Venta.

Tabla 73

Punto de equilibrio en unidades.

CONCEPTO	VALOR
COSTOS FIJOS	\$ 338.812.080
PRECIO DE VENTA	\$ 1.065.617
COSTO DE VENTA	\$ 745.932
PUNTO EQUILIBRIO UNIDADES	1060

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

De acuerdo con la Tabla No. 73. punto de equilibrio en unidades, indica la cantidad correspondiente a 1060 casas para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos son las que se deben producir y vender anual para evitar una pérdida o una ganancia.

Tabla 74

Punto de equilibrio en valor.

CONCEPTO	VALOR
COSTOS FIJOS	\$ 338.812.080
PRECIO DE VENTA	\$ 1.065.617
COSTO DE VENTA	\$ 745.932
PUNTO EQUILIBRIO UNIDADES	\$ 1.129.373.599

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

De acuerdo con la Tabla No. 74. Punto De Equilibrio En Valor, muestra el valor monetario que se necesita en ingresos para evitar una perdida y que no haya una ganancia, este valor corresponde a \$ 1.129.373.599.

Tabla 75

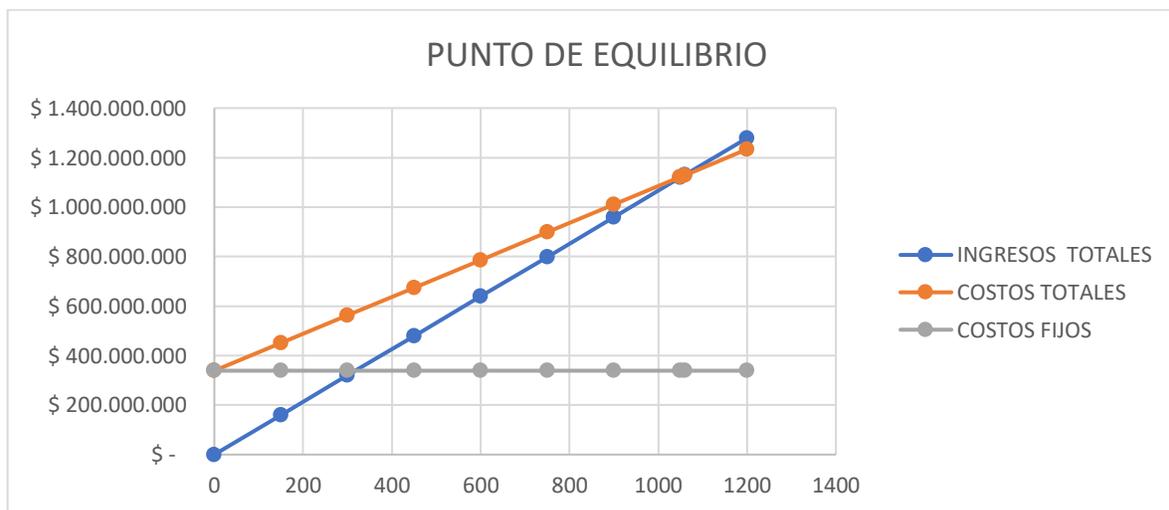
Punto de equilibrio.

UNIDADES VENDIDAS	INGRESOS TOTALES	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	COSTO TOTAL
0	\$ -	\$ -	\$ 338.812.080	\$ 338.812.080
150	\$ 159.842.541	\$ 111.889.779	\$ 338.812.080	\$ 450.701.859
300	\$ 319.685.082	\$ 223.779.557	\$ 338.812.080	\$ 562.591.637
450	\$ 479.527.623	\$ 335.669.336	\$ 338.812.080	\$ 674.481.416
600	\$ 639.370.164	\$ 447.559.115	\$ 338.812.080	\$ 786.371.195
750	\$ 799.212.705	\$ 559.448.894	\$ 338.812.080	\$ 898.260.973
900	\$ 959.055.246	\$ 671.338.672	\$ 338.812.080	\$ 1.010.150.752
1050	\$ 1.118.897.787	\$ 783.228.451	\$ 338.812.080	\$ 1.122.040.531
1060	\$ 1.129.553.957	\$ 790.687.770	\$ 338.812.080	\$ 1.129.499.849
1200	\$ 1.278.740.328	\$ 895.118.230	\$ 338.812.080	\$ 1.233.930.310

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Figura 30

punto de equilibrio.



Nota. Datos generados por este estudio (2024).

De acuerdo con la tabla No. 75. punto de equilibrio, se indica los valores utilizados para realizar la figura No. 30 denominada punto de equilibrio, para esta, se toma las cantidades realizadas en un (01) año, los ingresos percibidos por la venta del producto, los costos fijos y los costos totales que se generan tras la producción y comercialización de casas para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos.

De acuerdo con la figura No. 30, para que la empresa no tenga pérdidas ni ganancias deberá vender 1060 casas para perros, a base de guadua con un dispensador electrónico de alimentos, a un precio de \$1.065.617 cada una, generando unos ingresos de \$ 1.129.553.957, los cuales cubrirán los costos fijos y variables que se presentan en el año.

7.1.5 Estados financieros

Según las Normas Internacionales de Contabilidad 1. (2018). Los estados financieros constituyen una representación estructurada de la situación financiera y del rendimiento financiero de una entidad. El objetivo de los estados financieros es suministrar información acerca de la situación financiera, del rendimiento financiero y de los flujos de efectivo de una entidad, que sea útil a una amplia variedad de usuarios a la hora de tomar sus decisiones económicas. Los estados financieros también muestran los resultados de la gestión realizada por los administradores con los recursos que les han sido confiados. (p. 10)

Con lo anterior GUADUHOGAR realizará anualmente los estados financieros, cuya finalidad será conocer la situación actual de la empresa tanto financieramente como los resultados obtenidos durante los procesos de elaboración y comercialización de las CASAS PARA PERROS, A BASE DE GUADUA CON UN DISPENSADOR ELECTRÓNICO DE ALIMENTOS.

7.1.5.1 Estados de Situación Financiera o Balance General

Según BBVA (s.f) El balance general o balance de situación de una empresa es un documento contable financiero que refleja la situación económica y patrimonial de la misma en una fecha determinada; lo que en términos contables se conoce como imagen fiel. Este documento, que se elabora periódicamente, permite conocer la situación financiera y patrimonial de una compañía en un momento concreto, pues en él se detallan sus activos, sus pasivos y su capital. (parr. 1)

De acuerdo con la información anterior, se presenta a continuación el Estado de Situación Inicial de GUADUHOGAR, donde se evidenciará la situación financiera con el cual dará comienzo a sus operaciones.

Tabla 76

Estado De Situacion Financiera Inicial.

GUADUHOGAR S.A.S.				
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA INICIAL				
2024				
(PESOS COLOMBIANOS)				
ACTIVOS				
ACTIVOS CORRIENTES				
EFFECTIVO Y EQUIVALENTE AL EFFECTIVO		\$ 74.593.186		
TOTAL ACTIVO CORRIENTE			\$ 74.593.186	
ACTIVOS NO CORRIENTES				
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		\$ 35.574.200		
MAQUINARIA, EQUIPO Y HERRAMIENTAS	\$ 11.194.200			
MUEBLES Y ENSERES	\$ 8.030.000			
EQUIPO DE COMPUTACION Y COMUNICACIÓN	\$ 16.350.000			
ACTIVOS DIFERIDOS		\$ 2.029.399		
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE			\$ 37.603.599	
TOTAL ACTIVO				\$ 112.196.785
PASIVOS				
TOTAL PASIVO CORRIENTE			\$ -	
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE			\$ -	
TOTAL PASIVO				\$ -
PATRIMONIO				
CAPITAL SOCIAL			#####	
TOTAL PATRIMONIO				\$ 112.196.785
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO				\$ 112.196.785
REPRESENTANTE LEGAL	CONTADOR PUBLICO		REVISOR FISCAL	

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

7.1.5.2 Estado de Resultado

Según Clavijo (2021) El estado de resultados es un reporte financiero en el que se reflejan detalladamente los ingresos y egresos de una empresa, durante un periodo determinado, por ejemplo, un semestre o un año. También se le conoce como estado de ganancias y pérdidas. A grandes rasgos, se obtiene restando los gastos de los ingresos para entender mejor cuál es el beneficio neto que ha obtenido la organización. Se descuentan los recursos que se necesitaron para aquello que es importante como los sueldos, el pago de préstamos y a proveedores; así como rentas de locales y servicios externos, entre otros, que son clave para su funcionamiento y actividad económica a la que se dedica.

Por lo tanto, es un cálculo esencial para la contabilidad de cualquier empresa, sin importar su tamaño.

De acuerdo con la información anterior, se presenta a continuación el Estado de Resultado de GUADUHOGAR, donde se evidenciará los beneficios netos que tiene la empresa en el año y se realiza una proyección a 5 años donde se utilizara el porcentaje del IPC de acuerdo con la TABLA No. 57. Promedio IPC.

Tabla 77

Estado de resultado y proyeccion.

GUADUHOGAR S.A.S.					
ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO A 5 AÑOS					
(PESOS COLOMBIANOS)					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	\$ 1.278.740.328	\$ 1.364.236.907	\$ 1.455.449.786	\$ 1.552.761.159	\$ 1.656.578.770
COSTO DE VENTAS	\$ 895.118.230	\$ 916.986.007	\$ 978.268.554	\$ 1.043.648.452	\$ 1.113.399.651
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 383.622.098	\$ 447.250.900	\$ 477.181.232	\$ 509.112.707	\$ 543.179.119
GASTOS OPERACIONALES DE ADMIN	\$ 144.516.000	\$ 154.178.340	\$ 164.486.704	\$ 175.484.285	\$ 187.217.164
GASTOS OPERACIONALES DE VENT/	\$ 90.654.550	\$ 96.715.713	\$ 103.182.126	\$ 110.080.883	\$ 117.440.891
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 148.451.548	\$ 196.356.847	\$ 209.512.403	\$ 223.547.539	\$ 238.521.065
OTROS INGRESOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
OTROS EGRESOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 148.451.548	\$ 196.356.847	\$ 209.512.403	\$ 223.547.539	\$ 238.521.065
IMPUESTO DE RENTA (35%)	\$ 51.958.042	\$ 68.724.897	\$ 73.329.341	\$ 78.241.639	\$ 83.482.373
UTILIDAD ANTES DE RESERVAS	\$ 96.493.507	\$ 127.631.951	\$ 136.183.062	\$ 145.305.901	\$ 155.038.692
RESERVAS LEGALES (10%)	\$ 9.649.351	\$ 12.763.195	\$ 13.618.306	\$ 14.530.590	\$ 15.503.869
UTILIDAD NETA	\$ 86.844.156	\$ 114.868.756	\$ 122.564.756	\$ 130.775.311	\$ 139.534.823
REPRESENTANTE LEGAL	CONTADOR PUBLICO	REVISOR FISCAL			

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

7.1.5.3 Flujo de Fondos

Según Vannilo Holding (s.f.) El flujo de fondos es una medida financiera importante para las empresas. Determina el dinero que ingresa por ventas, préstamos e inversiones. También representa las salidas de efectivo de la compañía por concepto de dinero gastado en suministros, préstamos y personal.

Este reporte no solo muestra el aumento o disminución del efectivo. Además, detalla las partidas en cada categoría en las cuales se presentan los cambios, y se dividen en operaciones, inversiones y financiamiento. De hecho, es una forma de estudiar, analizar y prever movimientos de efectivo de la empresa en un tiempo determinado.

De esta manera, podemos utilizar la fórmula de fondos para saber la cantidad de efectivo con la cual contaremos en un periodo de tiempo determinado. Así estaremos seguros de contar con dinero suficiente para pagar los gastos futuros.(parr.1).

De acuerdo con la información anterior, a continuación, se presenta el Flujo de Fondos y su proyección de Guaduhogar, donde se encontrará el valor de los ingresos y egresos que tiene la empresa y conocer el saldo en efectivo que tendrá la empresa para solventar gastos o realizar nuevas inversiones, para determinar estos valores se utilizará los valores correspondientes a Tabla No. 76. Estado De Situacion Financiera Inicial Y Tabla No. 77. Estado De Resultado Y Proyeccion.

Tabla. 78.*Flujo de fondos y su proyección*

GUADUHOGAR S.A.S. FLUJO DE FONDOS (PESOS COLOMBIANOS)						
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
VENTAS	\$ -	\$ 1.278.740.328	\$ 1.364.236.907	\$ 1.455.449.786	\$ 1.552.761.159	\$ 1.656.578.770
APORTES SOCIALES	\$ 112.196.785	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL DE INGRESOS	\$ 112.196.785	\$ 1.278.740.328	\$ 1.364.236.907	\$ 1.455.449.786	\$ 1.552.761.159	\$ 1.656.578.770
EGRESOS						
INVERSION ACTIVOS FIJOS	\$ 35.574.200	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
INVERSION ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 2.029.399	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
COSTOS DE VENTAS	\$ -	\$ 895.118.230	\$ 916.986.007	\$ 978.268.554	\$ 1.043.648.452	\$ 1.113.399.651
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ -	\$ 144.516.000	\$ 154.178.340	\$ 164.486.704	\$ 175.484.285	\$ 187.217.164
GASTOS DE VENTAS	\$ -	\$ 90.654.550	\$ 96.715.713	\$ 103.182.126	\$ 110.080.883	\$ 117.440.891
PAGO DE IMPUESTOS	\$ -	\$ 51.958.042	\$ 68.724.897	\$ 73.329.341	\$ 78.241.639	\$ 83.482.373
TOTAL DE EGRESOS	\$ 37.603.599	\$ 1.182.246.822	\$ 1.236.604.956	\$ 1.319.266.724	\$ 1.407.455.258	\$ 1.501.540.078
SALDO DISPONIBLE EN EFECTIVO						
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ 74.593.186	\$ 96.493.507	\$ 127.631.951	\$ 136.183.062	\$ 145.305.901	\$ 155.038.692
SALDO FINAL EN EFECTIVO	\$ 74.593.186	\$ 96.493.507	\$ 127.631.951	\$ 136.183.062	\$ 145.305.901	\$ 155.038.692

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Además de la Tabla No. 78 (Flujo de fondos y su proyección) y la Tabla No. 44 (Inversión total), se busca el flujo de producción y el flujo de caja, los cuales son esenciales para realizar la evaluación financiera que se presentará posteriormente en las siguientes tablas.

Tabla 79.*Flujo de produccion*

GUADUHOGAR S.A.S. MOVIMIENTOS FINANCIEROS EN LA PRODUCCION (PESOS COLOMBIANOS)					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA	\$ 86.844.156	\$ 114.868.756	\$ 122.564.756	\$ 130.775.311	\$ 139.534.823
MAS DEPRECIACION	\$ 35.574.200	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
MAS AMORTIZACION	\$ 405.880	\$ 405.880	\$ 405.880	\$ 405.880	\$ 405.880
MAS RESERVAS LEGALES	\$ 9.649.351	\$ 12.763.195	\$ 13.618.306	\$ 14.530.590	\$ 15.503.869
TOTAL FLUJO DE PRODUCCIO	\$ 132.473.586	\$ 128.037.830	\$ 136.588.942	\$ 145.711.780	\$ 155.444.572

Nota. Datos generados por este estudio (2024).**Tabla 80***Flujo de caja*

GUADUHOGAR S.A.S. FLUJO DE CAJA (PESOS COLOMBIANOS)						
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE PRODUCCION		\$ 132.473.586	\$ 128.037.830	\$ 136.588.942	\$ 145.711.780	\$ 155.444.572
FLUJO DE INVERSION	\$ 112.196.785					
FLUJO DE CAJA	-\$ 112.196.785	\$ 132.473.586	\$ 128.037.830	\$ 136.588.942	\$ 145.711.780	\$ 155.444.572

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

7.2 Evaluacion financiera

Según Faster Capital (2024). La evaluación financiera es el proceso de medir el valor financiero de un proyecto o entidad. La evaluación se puede utilizar para decidir si continuar con un proyecto o continuar con uno existente. La evaluación también ayuda a identificar riesgos y oportunidades potenciales asociados con un proyecto. La evaluación se puede realizar en varias etapas de un proyecto, incluida la planificación temprana, los estudios de viabilidad, el diseño, la construcción, la operación y el mantenimiento y el final de su vida útil. (parr. 1)

Con la información anterior para conocer la viabilidad que tiene la empresa GUADUHOGAR y determinar si es factible la inversión en el negocio se utilizara algunos indicadores como lo son: Valor Presente Neto, Tasa Interna de Retorno y Relación Beneficio Costo.

7.2.1 Indicadores de rentabilidad financiera.

Para conocer el nivel de rentabilidad de una inversión en una empresa, es necesario utilizar los indicadores de rentabilidad los cuales se expresan en valores absolutos o porcentuales con el fin de facilitar el análisis y comprensión (Gerencie, 2022).

7.2.1.1 Valor Presente Neto (VPN)

Según Gasbarrino (2023) El valor presente neto (VPN) es el valor de los flujos de efectivo proyectados, descontados al presente. Es un método de modelado financiero utilizado por los contadores para la elaboración de presupuestos de capital y por analistas e inversores para evaluar la rentabilidad de las inversiones y proyectos propuestos. El método del valor presente neto (VPN) también es conocido como valor actual neto (VAN), se utiliza para evaluar inversiones actuales o potenciales y te permite calcular el rendimiento de inversión (ROI) esperado, fundamental para tener visibilidad de las finanzas del negocio. (parr.2)

Para realizar el respectivo cálculo del VPN, se utilizará la Tasa de Interés de Oportunidad (TIO), para determinar la TIO se aplica la siguiente formula: $TIO = DTF + \% \text{ sensibilidad al riesgo}$.

De acuerdo con La Republica (2024) plantean que el DTF para el periodo comprendido entre el 13/05/2024 - 19/05/2024 corresponde al 10,26%. Y para determinar la sensibilidad al riesgo para este proyecto se toma el porcentaje de no aceptación del proyecto el cual se encuentra en Tabla No. 15 elección para comprar el producto el cual corresponde al 16,7%.

Tabla 81*Tasa De Interés De Oportunidad (TIO)*

TIO	
DTF	10,26%
SENSIBILIDAD DE RIESGO	16,70%
VALOR TIO	26,96%

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

Tabla. 82*Valor Presente Neto (VPN)*

VPN		
AÑO 0	-\$	112.196.785
AÑO 1	\$	132.473.586
AÑO 2	\$	128.037.830
AÑO 3	\$	136.588.942
AÑO 4	\$	145.711.780
AÑO 5	\$	155.444.572
VPI	\$	353.727.141
VPE	-\$	112.196.785
VPN	\$	241.530.356

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

De acuerdo con la tabla No. 82. El VPN es positivo, correspondiente a \$ 241.530.356, determinando que el flujo de efectivo el cual está proyectado en los 5 años de funcionamiento de la empresa Guaduhogar al momento de traerlo al presente genera unos ingresos mayores a los egresos de la empresa.

7.2.1.2 Tasa Interna De Retorno (TIR).

Según Gasbarrino (2023) La tasa interna de retorno, conocida también como TIR, es un indicador que permite conocer la rentabilidad de un proyecto, mediante el cálculo de la diferencia entre los gastos actuales y los ingresos proyectados en el futuro, con el fin de estimar las ganancias esperadas de una inversión. (parr. 5)

De acuerdo con la información anterior se busca a continuación la TIR, con la finalidad de hacer la comparación entre la TIR y TIO, para ello se llevará los 5 años proyectados del flujo de caja al año 0.

Tabla 83

Tasa Interna De Retorno (TIR)

TIR	
AÑO 0	-\$ 112.196.785
AÑO 1	\$ 132.473.586
AÑO 2	\$ 128.037.830
AÑO 3	\$ 136.588.942
AÑO 4	\$ 145.711.780
AÑO 5	\$ 155.444.572
VPI	\$ 353.727.141
VPE	-\$ 112.196.785
VPN	\$ 241.530.356
TIR	116%

Nota. Datos generados por este estudio (2024).

De acuerdo con la TABLA No. 83. indica que el valor de la TIR es del 116%, y según la TABLA No. 81 el valor de TIO en un 26,96%, con lo que se puede concluir que el proyecto de Guaduhogar es viable dado que la TIR es mayor a la TIO.

7.2.1.3 Relación Beneficio Costo (RBC)

Según Significados (s.f.) La relación costo-beneficio es una herramienta financiera que compara el costo de un producto versus el beneficio que esta entrega para evaluar de forma efectiva la mejor decisión a tomar en términos de compra.

El análisis costo-beneficio de un proyecto, por ejemplo, está constituido por un conjunto de procedimientos que proporcionan las medidas de rentabilidad del proyecto mediante la comparación de los costos previstos con los beneficios esperados al llevarlo a cabo. (parr. 1)

Para realizar el cálculo del RBC se hace mediante la fórmula $RBC = VPI / VPE * -1$.

Tabla 84*Relacion Beneficio - Costo (RBC)*

RBC	
AÑO 0	-\$ 112.196.785
AÑO 1	\$ 132.473.586
AÑO 2	\$ 128.037.830
AÑO 3	\$ 136.588.942
AÑO 4	\$ 145.711.780
AÑO 5	\$ 155.444.572
VPI	\$ 353.727.141
VPE	-\$ 112.196.785
VPN	\$ 241.530.356
TIR	116%
RBC	3,15

De acuerdo con la anterior table, indica que la RBC es de 3,15, por lo que se puede deducir que por 1 peso de inversión se obtendrá un retorno de la inversión equivalente a 2,15, determinando que el proyecto de Guaduhogar

8. Identificación de incidencias

El emprendimiento ha tenido un impacto positivo en América Latina, promoviendo la creación de empresas, generando empleos y mejorando la competitividad en mercados nacionales e internacionales. En ese entendido Sparano H. (2014) analiza el desarrollo del emprendimiento en la región, desde la concepción de una idea de negocio hasta el establecimiento de empresas consolidadas. Durante este proceso, algunos abandonan sus ideas, mientras que otros se convierten en emprendedores exitosos. Estos emprendedores, con su actitud, innovación y manejo eficiente de recursos, impulsan la gestión de proyectos y contribuyen significativamente al desarrollo regional, convirtiéndose en pilares del progreso económico y social en América Latina.

El presente plan de negocios introduce una innovación en las casas para perros tradicionales, utilizando guadua como material ecológico y sostenible. Sin embargo, es crucial identificar posibles incidencias durante el uso y mantenimiento de estas casas. A continuación, se detallan las incidencias más comunes, aportando alternativas de solución:

8.1 Incidencias económicas

A lo largo de este Plan de Negocios, se detalla aspectos claves para identificar las incidencias económicas, tales como:

- ✦ Factor de Oferta: La capacidad de producción anual es de 1.200 unidades de casas para perros hechas de guadua, lo que representa el 2.11% del mercado potencial en Pasto, que se estima en 56,843 hogares que tienen a perros como mascotas. La oferta está diseñada para satisfacer una demanda inicial limitada, con planes de expansión según el éxito en el mercado local.
- ✦ Factor de Demanda: Se resalta la creciente conciencia de la ciudadanía sobre los productos ecológicos y sostenibles. El análisis de mercado indica que el 60% de los hogares en Pasto tienen mascotas, lo que equivale a 68,239 potenciales clientes. La demanda también se verá impulsada por la innovación del sistema de suministro de alimentos y la durabilidad de la guadua.

- ✦ **Costos de Producción:** La maquinaria y capacitación de personal, es necesario para brindar un excelente producto, se requiere desarrollar un análisis financiero detallado para identificar las inversiones necesarias y evaluar el retorno sobre la inversión (ROI), mismo que permitirá buscar financiamiento.
- ✦ **Fluctuación en el Precio de la Guadua:** El precio de la guadua puede variar dependiendo de las condiciones climáticas, oferta y demanda, por ello es viable planificar contrataciones a largo plazo con proveedores de guadua para asegurar precios estables y considerar la diversificación de proveedores para mitigar el riesgo.
- ✦ **Competencia y Saturación del Mercado:** El mercado de casas para perros es altamente competitivo. Es por ello que GUADUHOGAR genera unas estrategias de marketing con una propuesta de valor única, como el uso de guadua y el servicio integral de dispensador de alimentos, para atraer a los clientes y construir una marca fuerte.

8.2 Incidencias Ambientales

El Plan de Negocios, trae consigo una serie de incidencias ambientales, fácilmente solucionables gracias al enfoque en la sostenibilidad y el compromiso con la preservación del medio ambiente, lo cual es esencial en la actual situación de emergencia climática y degradación ecológica. A continuación, se detallan las principales incidencias ambientales relacionadas con esta iniciativa:

- ✦ **Reducción de Deforestación:** El uso de madera para la construcción de casas genera deforestación y pérdida de biodiversidad, afortunadamente en este proyecto se hará uso de guadua, al ser un material ecológico que crece rápidamente y puede ser cosechada sin causar daño a los bosques, mitigando así la deforestación y promoviendo la conservación de la biodiversidad.
- ✦ **Promoción de la Economía Circular:** Se requiere una adecuada ejecución del proyecto, puesto que fomenta una economía circular al aprovechar un recurso local y renovable como lo es la guadua, minimizando el desperdicio y

promoviendo el reciclaje y la reutilización. Esto no solo tiene beneficios ambientales, sino que también fortalece la economía y genera empleo.

- ✦ Embalaje y Distribución: La forma de entrega del producto puede involucrar materiales no sostenibles o procesos lentos de renovar, por ello se optara por utilizar materiales de embalaje, reciclables o biodegradables.

8.3 Incidencias Sociales

Guaduhogar tiene como objetivo social proporcionar al municipio de San Juan de Pasto un producto innovador que se adapte a las necesidades y demandas del mercado actual, de ahí que, se detallan las siguientes incidencias sociales:

- ✦ Aceptación del Producto en el mercado municipal puede verse afectada por percepciones negativas sobre el diseño y tamaño del producto, sin embargo, GUADUHOGAR se prepara en realizar estudios de mercado y pruebas de producto para asegurar que las casas para perros cumplan con las expectativas de los consumidores.
- ✦ Creación de Empleo: El proyecto cuenta con el potencial para ser generador de empleo, no obstante, la falta de capacitación adecuada puede limitar el impacto en los clientes, afectando la calidad del producto y la satisfacción laboral. Por ello se implementara programas de formación y desarrollo continuo para los empleados, asegurando que adquieran las habilidades necesarias para la fabricación y comercialización de las casas para mascotas.

Conclusiones

Tras realizar y analizar los respectivos elementos que conforman el plan de negocios, para la elaboración y comercialización de casas para perros a base de guadua con un sistema de suministro de alimentos, en la ciudad de Pasto – Nariño, se determinan las siguientes conclusiones:

- ✦ En la actualidad el cuidado del medio ambiente y las mascotas se ha incrementado y por ende guaduhogar, entra al mercado con un producto innovador con el cual brinda a los habitantes de la ciudad de Pasto una tranquilidad a la hora de realizar sus actividades personales académicas y laborales dado que este producto cuidara de sus mascotas brindándoles la alimentación a una hora determinada y una comodidad dentro de los hogares.
- ✦ El producto entra al mercado como una innovación, cuida a las mascotas y contribuye con el cuidado del medio ambiente por lo cual la aceptación por parte de los habitantes de la ciudad de Pasto es satisfactoria, permitiendo que el proyecto sea viable y rentable tras los estudios realizados, además se tiene en cuenta los factores de riesgo y se toma las medidas respectivas para mitigar cualquier problema que se presente para el buen funcionamiento de la empresa guaduhogar.
- ✦ Para que la empresa guaduhogar tenga un buen funcionamiento, los empleados en sus áreas administrativas, de producción y ventas, serán personas con calidad humana, que trabajen en equipo y lo más fundamental que realicen sus labores con eficiencia y eficacia.
- ✦ Se contará con un área operacional óptima, donde se encontrará lo necesario para que los empleados realicen sus actividades laborales satisfactoriamente, como por ejemplo maquinaria, equipo y herramientas, muebles y enseres, equipos de computación y comunicación, instalaciones adecuadas, materia prima, materiales indirectos.
- ✦ El plan de negocios, para la elaboración y comercialización de casas para perros a base de guadua con un sistema de suministro de alimentos, en la ciudad de Pasto – Nariño es un proyecto rentable, ejecutable y sostenible en el tiempo, contribuirá con los ODS No. 08. trabajo decente y crecimiento económico y ODS No. 15. vida de ecosistemas terrestres, dado que brindara un empleo digno y decente y cuidara con los bosques y la vida de estos al utilizar un producto como es la guadua.

Recomendaciones

Tras los diferentes estudios realizados y los resultados obtenidos del plan de negocios, para la elaboración y comercialización de casas para perros a base de guadua con un sistema de suministro de alimentos, en la ciudad de pasto – nariño, se determinan las siguientes recomendaciones:

1. De acuerdo con la Evaluación Financiera donde se evidencia un valor positivo en el VPN, en la TIR un porcentaje mayor que el TIO y la RBC rentable se recomienda invertir en el proyecto, cabe resaltar que se deberá cumplir a cabalidad según el proceso de producción, mercadeo y ventas.
2. Realizar nuevas innovaciones en el producto dado que es el plus o valor agregado que tiene la empresa y la hace diferente de la competencia.
3. El personal de la empresa debe ser íntegro, responsable, que cumplan sus labores eficiente y eficazmente, por lo que es necesario que tengan experiencia de acuerdo con el perfil profesional, además de realizar capacitaciones para ir mejorando en todas las áreas de la empresa.
4. Realizar estrategias de mercadeo y ventas para que las personas tengan con mayor facilidad el producto en sus hogares.
5. Realizar periódicamente auditorías a los inventarios, costos y gastos que el producto tenga con la finalidad de tomar decisiones óptimas para la empresa y evitar una pérdida significativa.
6. Realizar nuevas inversiones en nuevos productos que sean del mismo material pero que sea para otras mascotas, para ello se deberá realizar el estudio respectivo y ver si es viable esa inversión o de lo contrario declinar esa inversión.
7. A mediano y largo plazo buscar la expansión del negocio tanto nivel departamental, nacional e internacionalmente, permitiendo generar mayor rentabilidad y producción, con lo cual se brindara más fuentes de empleo en las diferentes áreas de la empresa.

Referencias

Alcaldía de Pasto. (2015). Plan de Ordenamiento Territorial - documento_tecnico_soporte_pot_nov_2015.

Alcaldía de Pasto. (2015). Plan de Ordenamiento Territorial - documento_tecnico_soporte_pot_nov_2015.

<https://www.pasto.gov.co/component/phocadownload/category/396-pot-2015-2027>

Alcaldía de Pasto. (2019). Documento base Plan de Vida Corregimiento de Catambuco. <https://www.pasto.gov.co/index.php/component/phocadownload/category/725-planes-de-vida-corrregimentales?download=19976:plan-de-vida-catambuco-2019-v1#:~:text=Mediante%20el%20Acuerdo%2006%20del,que%20se%20denominan%20hoy%20corr egimientos.>

Alcaldía de Pasto. (2022). Más de 300 animales de compañía han encontrado hogar en las jornadas de adopción realizadas por Alcaldía de Pasto en 2022. Sitio web: <https://pasto.gov.co/index.php/gestion-ambiental/15308-mas-de-300-animales-de-compania-han-encontrado-hogar-en-las-jornadas-de-adopcion-realizadas-por-alcaldia-de-pasto-en-2022>

Banco de la República de Colombia. (s.f.). Índice de precios al consumidor (IPC). <https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/indice-precios-consumidor-ipc>

Banco Mundial. (s.f.). Crecimiento de la población (%) anual – Colombia. <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.GROW?contextual=default&end=2022&locations=CO&start=2018&view=chart>

BBVA. (s.f.). ¿Qué es el balance general o de situación de una empresa? <https://www.bbva.com/es/salud-financiera/que-es-el-balance-general-o-de-situacion-de-una-empresa/>

Brfingredients (2020). El crecimiento del mercado de mascotas y su papel en la nutrición animal, BRF. <https://www.brfingredients.com/es/blog/posts/el-crecimiento-del-mercado-de-mascotas-y-su-papel-en-la-nutricion-animal/>

Caballero, F. (2024, 8 de febrero). Materia prima: Qué es, su importancia y ejemplos. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/materia-prima.html>.

Christison, C. (2022). Ventas en Instagram: la guía completa para 2022. Social Media Marketing & Management Dashboard. https://blog.hootsuite.com/es/ventas-en-instagram-guia-completa/#Ventajas_de_usar_Instagram_para_vender

Clavijo, C. (2021, 17 de agosto). Estado de resultados: qué es, cómo hacerlo y ejemplo.

Contreras, J. (2021, 07 de diciembre). Punto de equilibrio: qué es y cómo calcularlo. Salesforce. <https://www.salesforce.com/mx/blog/punto-de-equilibrio/>

Contreras, J. (2021, 07 de diciembre). Punto de equilibrio: qué es y cómo calcularlo. Salesforce. <https://www.salesforce.com/mx/blog/punto-de-equilibrio/>

Delt.ai. (2021, 26 de mayo). ¿Qué es ciclo de operativo de una empresa?. <https://delt.ai/blog/que-es-ciclo-de-operativo-de-una-empresa#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20ciclo%20de%20operativo%20de%20una%20empresa%3F,-El%20equipo%20delt&text=Tambi%C3%A9n%20conocido%20como%20ciclo%20de,convertir%20su%20inventario%20en%20dinero.>

Faster Capital. (2024, 5 de abril). Que es la evaluación financiera. <https://fastercapital.com/es/contenido/Que-es-la-evaluacion-financiera.html#Introducci-n-a-la-Evaluaci-n-Financiera>

Función Pública. (2015). Decreto 1077 de 2015 Sector Vivienda, Ciudad y Territorio.

García,R., González,C., Pérez,C., Forero.,D., Mahecha.,G., Herrera,L., y Nieto,C. (2021). La Guadua (*Guadua angustifolia*) Kunth: el oro verde por descubrir. Corporación Universitaria. Sitio web: <https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/13238>

Gasbarrino S. (2023, 25 de enero). Qué es la tasa interna de retorno, cómo se calcula y ejemplos. Hubspot. <https://blog.hubspot.es/sales/tasa-interna-retorno>

Gasbarrino S. (2023, 28 de noviembre). Valor presente neto: qué es, cómo se calcula y ejemplos. Hubspot. <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-valor-presente-neto>

Gasbarrino, S. (2021, 28 de julio/ 2023, 01 de marzo). Depreciación: qué es, cómo calcularla y ejemplos. HubSpot. <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-depreciacion.>

Gerencie. (2019, 15 de marzo). Pautas para establecer el precio de venta de sus productos. <https://actualicese.com/pautas-para-establecer-el-precio-de-venta-de-sus-productos/#:~:text=El%20precio%20de%20venta%20se,%E2%80%93%20margen%20de%20utilidad%20esperado.>

Gerencie. (2019, 15 de marzo). Pautas para establecer el precio de venta de sus productos. <https://actualicese.com/pautas-para-establecer-el-precio-de-venta-de-sus-productos/#:~:text=El%20precio%20de%20venta%20se,%E2%80%93%20margen%20de%20utilidad%20esperado.>

Gerencie. (2022, 12 de septiembre). Capital de Trabajo. <https://www.gerencia.com/capital-de-trabajo.html>

Gerencie. (2022, 4 de marzo). Indicadores de rentabilidad. <https://www.gerencia.com/indicadores-de-rentabilidad.html>

Gómez, G (s.f). La contabilidad de costos: conceptos, importancia, clasificación y su relación con la empresa. Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas. <https://www.aeca.es/old/buscador/infoaeca/articulospecializados/pdf/auditoria/pdfcontabilidad/16.pdf>.

GuaduaBambu. (s.f). ¿Qué es la guadua angustifolia? Recuperado de <https://www.guaduibambu.com.co/blog/que-es-la-guadua-angustifolia>

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=77216#:~:text=Objeto,una%20alternativa%20de%20capitalizaci%C3%B3n%20social.&text=%C3%93RGANOS%20DE%20ASESOR%C3%8DA%20Y%20COORDINACI%C3%93N.>

<https://www.pasto.gov.co/component/phocadownload/category/396-pot-2015-2027>

Hubspot. <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-estado-de-resultados>.

Kotler, P., y Armstrong, G. (2012). Principles of marketing (G. Dominguez, Trad.; 14.^a ed.) PEARSON EDUCACIÓN (Original work published 2012)

La República (2024, 13 de mayo). INDICADORES ECONÓMICOS/ BANCOS /DTF. <https://www.larepublica.co/indicadores-economicos/bancos/df>

Las mascotas, más que una compañía en el hogar. (2022, noviembre 8). El País. <https://www.elpais.com.co/entretenimiento/las-mascotas-mas-que-una-compania-en-el-hogar.html>.

LinkedIn. (2024, 4 de febrero). Valuación de Intangibles para Amortización ¿Qué es la amortización de intangibles?. <https://es.linkedin.com/pulse/qu%C3%A9-es-la-amortizaci%C3%B3n-de-intangibles-djd5c#:~:text=La%20amortizaci%C3%B3n%20de%20intangibles%20es,a%20diferencia%20de%20los%20activos>

Lopes, K. (2023, 13 abril). Guía sobre cómo vender por WhatsApp: 15 tips para el éxito. Blog del E-commerce. <https://www.tiendanube.com/blog/como-vender-por-whatsapp/#:~:text=Por%20qu%C3%A9%20vender%20por%20WhatsApp&text=Su%20principal%20caracter%C3%ADstica%20es%20la,audios%20y%20pagos%20con%20facilidad.>

Meneses Guerrero, S. (2019). Propuesta de un negocio electrónico dedicado al suministro de productos para satisfacer las necesidades de clínicas veterinarias y Pet Shop en la ciudad de San Juan de Pasto. [Maestría, Universidad Del Valle – Universidad De Nariño]. Biblioteca Mario Carvajal. <http://hdl.handle.net/10893/13978>

Morales, F. (1 de junio de 2021). Diferencia entre oferta y demanda. <https://economipedia.com/definiciones/diferencia-entre-oferta-y-demanda.html>

Naveros, B. (2023, 23 de agosto). Gastos Administrativos: Una Mirada Detallada. Tickelia. <https://tickelia.com/co/blog/glosario/gastos-administrativos-definicion/#:~:text=Los%20gastos%20administrativos%20son%20aquellos,la%20gesti%C3%B3n%20de%20la%20empresa.>

Normas Internacionales de Contabilidad [NIC] 1. (2018, octubre). Presentación de Estados Financieros. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/cr/Documents/audit/documentos/niif-2019/NIC%201%20-%20Presentaci%C3%B3n%20de%20Estados%20Financieros.pdf>

Organización de las Naciones Unidas [ONU]. (2015, septiembre). Objetivos de Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>

Pérez, A. (2021, 23 de abril). Estudio financiero: en qué consiste y cómo llevarlo a cabo. OBS Business School. <https://www.obsbusiness.school/blog/estudio-financiero-en-que-consiste-y-como-llevarlo-cabo.>

Raisin. (s.f.). Presupuesto de inversión: definición y claves para elaborarlo. <https://www.raisin.es/inversion/presupuesto-de-inversion-que-es-y-como-hacerlo/#:~:text=La%20inversi%C3%B3n%20diferida%20son%20los,influyen%20directamente%20en%20la%20producci%C3%B3n.>

Rodríguez, H. (2022, 1 de abril). Cómo hacer una proyección de ingresos? Conoce el futuro financiero de tu empresa. Crehana. <https://www.crehana.com/blog/negocios/hacer-proyeccion-ingresos/>

Significados. (s.f.). Significado de Costo-beneficio. <https://www.significados.com/costo-beneficio/>

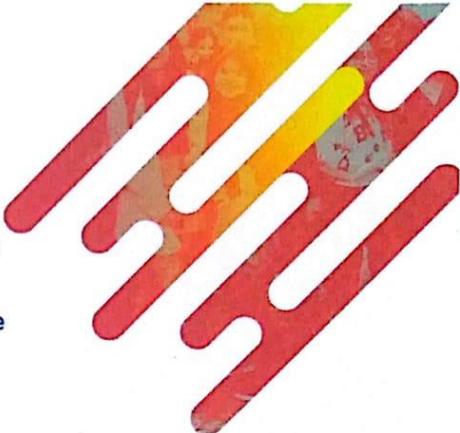
Torres Rojas, J. E. (2020). Construyamos con Bambú. https://evidally.com/ebook_construyamos_con_bambu/

Vannilo Holding. (s.f.). ¿Qué es el Flujo de Fondos?. <https://vanniloholding.com/blog/que-es-el-flujo-de-fondos/>

Anexos

Certificado semilleros de investigacion





La Vicerrectoría de Investigación y Extensión y la
Jefatura de Semilleros de Investigación

Otorgan el presente Reconocimiento de
Segundo Puesto a:

JULIAN DELGADO MUÑOZ

Por la calidad del trabajo titulado

Plan de negocios para la elaboración y comercialización de casas para perros, a base de guadua con un sistema eléctrico de suministro de alimentos, en la ciudad de Pasto - Nariño

presentado en el

Segundo Encuentro Internacional de Semilleros de Investigación

Realizado el 30 y 31 de agosto de 2023
Se firma en San Juan de Pasto


Fray Luis Eduardo Rubiano Guáqueta, OFM Cap.
Rector


PhD Javier Jiménez Toledo
Vicerrector de Investigación y Extensión

UNIVERSIDAD CESMAG
DIO
CIENCIA Y SERVICIO

HOMBRES NUEVOS PARA TIEMPOS NUEVOS
Fray Guillermo de Cárdenas, OFM, op.

CS



La Vicerrectoría de Investigación y Extensión y la
Jefatura de Semilleros de Investigación

Otorgan el presente Reconocimiento de
Segundo Puesto a:

ANDREA NATHALY PARRA DIAZ

Por la calidad del trabajo titulado

Plan de negocios para la elaboración y comercialización de casas para perros, a base de guadua con un sistema eléctrico de suministro de alimentos, en la ciudad de Pasto - Nariño

presentado en el

**Segundo Encuentro Internacional de
Semilleros de Investigación**

Realizado el 30 y 31 de agosto de 2023
Se firma en San Juan de Pasto


Fray Luis Eduardo Rubiano Guáqueta, OFMCap.
Rector


PhD Javier Jiménez Toledo
Vicerrector de Investigación y Extensión

HOMBRES NUEVOS PARA TIEMPOS NUEVOS
En Gobierno de Universidad CESMAG

Certificado RED UREL



La Red de Universidades Regionales Latinoamericanas RED UREL – CAPÍTULO NARIÑO

Hace constar que:

JULIAN DELGADO MUÑOZ

C.C.1085335652

Participó en calidad de **emprendedor expositor** durante el evento
"RED UREL EMPRENDE, Construyendo caminos para el futuro", realizado en San Juan de Pasto
el día 24 de mayo de 2023, con el emprendimiento:

**PLAN DE NEGOCIOS, PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CASAS PARA PE-
RROS A BASE DE GUADUA CON UN SISTEMA DE SUMINISTRO DE ALIMENTOS, EN LA CIUDAD DE
PASTO – NARIÑO.**

Yvonne Yela Romo, t.m.i.
Presidente RED UREL





RED UREL
EMPRENDE
CONSTRUYENDO CAMINOS PARA EL FUTURO

**La Red de Universidades Regionales Latinoamericanas
RED UREL – CAPÍTULO NARIÑO**

Hace constar que:

ANDREA NATHALY PARRA DÍAZ

C.C.1233191116

Participó en calidad de **emprendedor expositor** durante el evento
"RED UREL EMPRENDE. Construyendo caminos para el futuro", realizado en San Juan de Pasto
el día 24 de mayo de 2023, con el emprendimiento:

**PLAN DE NEGOCIOS, PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CASAS PARA PE-
RROS A BASE DE GUADUA CON UN SISTEMA DE SUMINISTRO DE ALIMENTOS, EN LA CIUDAD DE
PASTO – NARIÑO.**

**Hna. Aylem Yela Romo, f.m.i.
Presidente RED UREL**



**ENCUESTA DEL PRODUCTO: CASAS A BASE DE GUADUA CON
DISPENSADOR DE ALIMENTOS.**

1- Género:

Masculino femenino

2- Edad: _____

3- Estrato social:

a) 2

b) 3

c) 4

d) 5

4- Ingresos mensuales:

a) De 1 a 2 salarios mínimos

b) De 3 a 4 salarios mínimos

c) De 5 en adelante

5- Tipo de vivienda: Apartamento Casa

6- Cuantas personas conforman tu familia:

a) 1

b) 2

c) 3

d) 4

e) 5 en adelante

7- Tienes mascotas Si No Cuantas: _____

8- Clase de mascota: _____

9- Tamaño de mascota:

- a) Grande
- b) Mediana
- c) Pequeña

10- ¿Cuánto de tus ingresos utilizas en tu mascota?

- a) De \$ 10.000 a \$ 20.000
- b) De \$ 21.000 a \$ 30.000
- c) De \$ 31.000 a \$ 40.000
- d) De \$ 41.000 en adelante

11- ¿Compraría una casa a base de guadua con dispensador de alimento para tu mascota?

- Si
- No

12- Si compraras nuestro producto, ¿Qué precio estarías dispuesto a pagar?

- a) De 100.000 pesos a 150.000 pesos
- b) De 151.000 pesos a 200.000 pesos
- c) De 201.000 pesos a 250.000 pesos
- d) De 251.000 en adelante

13- ¿Que nombre te llama más la atención para nuestro producto?

- a) GUADUOGAR
- b) GUAUHOGAR
- c) GUAR "CASA CON ESTILO PARA TUS MASCOTAS"
- d) GUAU HOME "DESCANSO Y COMODIDAD PARA TU PERRO"

 <p>UNIVERSIDAD CESMAG NIT 800.109.387-7 CALLE 40A # 109-387-7</p>	CARTA DE ENTREGA TRABAJO DE GRADO O TRABAJO DE APLICACIÓN – ASESOR(A)	CÓDIGO: AAC-BL-FR-032
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

San Juan de Pasto, 20 de noviembre de 2024.

Biblioteca
REMIGIO FIORE FORTEZZA OFM. CAP.
Universidad CESMAG
Pasto

Saludo de paz y bien.

Por medio de la presente se hace entrega del Trabajo de Grado / Trabajo de Aplicación denominado Plan de negocios para la elaboración y comercialización de casas para perros a base de guadua con un sistema de suministro de alimentos en la ciudad de Pasto – Nariño, presentado por el (los) autor(es) JULIAN DELGADO MUÑOZ y ANDREA NATHALY PARRA DIAZ del Programa Académico TECNOLOGIA EN CONTABILIDAD Y FINANZAS al correo electrónico biblioteca.trabajosdegrado@unicesmag.edu.co. Manifiesto como asesor(a), que su contenido, resumen, anexos y formato PDF cumple con las especificaciones de calidad, guía de presentación de Trabajos de Grado o de Aplicación, establecidos por la Universidad CESMAG, por lo tanto, se solicita el paz y salvo respectivo.

Atentamente,



JUAN DAVID MISNAZA GOMEZ

CC No. 1144.091.112

Asesor

3122398834

jdmisnaza@unicesmag.edu.co

Facultad de ciencias administrativas y contables

Universidad Cesmag

 UNIVERSIDAD CESMAG <small>NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEDUCACIÓN</small>	AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL	CÓDIGO: AAC-BL-FR-031
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

INFORMACIÓN DEL (LOS) AUTOR(ES)	
Nombres y apellidos del autor: JULIAN DELGADO MUÑOZ	Documento de identidad: CC No. 1085335652
Correo electrónico: delgadojuliandelgado@gmail.com	Número de contacto: 3145229705
Nombres y apellidos del autor: ANDREA NATHALY PARRA DIAZ	Documento de identidad: CC No. 1233191116
Correo electrónico: abogada11andrea@gmail.com	Número de contacto: 3165540656
Nombres y apellidos del asesor: JUAN DAVID MISNAZA GOMEZ	Documento de identidad: CC No. 1144071212
Correo electrónico: jdmisnaza@unicesmag.edu.co	Número de contacto: 3122398834
Título del trabajo de grado: Plan de negocios para la elaboración y comercialización de casas para perros a base de guadua con un sistema de suministro de alimentos en la ciudad de Pasto – Nariño	
Facultad y Programa Académico: FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES TECNOLOGIA EN CONTABILIDAD Y FINANZAS	

En mi (nuestra) calidad de autor(es) y/o titular (es) del derecho de autor del Trabajo de Grado o de Aplicación señalado en el encabezado, confiero (conferimos) a la Universidad CESMAG una licencia no exclusiva, limitada y gratuita, para la inclusión del trabajo de grado en el repositorio institucional. Por consiguiente, el alcance de la licencia que se otorga a través del presente documento, abarca las siguientes características:

- a) La autorización se otorga desde la fecha de suscripción del presente documento y durante todo el término en el que el (los) firmante(s) del presente documento conserve (mos) la titularidad de los derechos patrimoniales de autor. En el evento en el que deje (mos) de tener la titularidad de los derechos patrimoniales sobre el Trabajo de Grado o de Aplicación, me (nos) comprometo (comprometemos) a informar de manera inmediata sobre dicha situación a la Universidad CESMAG. Por consiguiente, hasta que no exista comunicación escrita de mi(nuestra) parte informando sobre dicha situación, la Universidad CESMAG se encontrará debidamente habilitada para continuar con la publicación del Trabajo de Grado o de Aplicación dentro del repositorio institucional. Conozco(conocemos) que esta autorización podrá revocarse en cualquier momento, siempre y cuando se eleve la solicitud por escrito para dicho fin ante la Universidad CESMAG. En estos eventos, la Universidad CESMAG cuenta con el plazo de un mes después de recibida la petición, para desmarcar la visualización del Trabajo de Grado o de Aplicación del repositorio institucional.
- b) Se autoriza a la Universidad CESMAG para publicar el Trabajo de Grado o de Aplicación en formato digital y teniendo en cuenta que uno de los medios de publicación del repositorio institucional es el internet, acepto(amos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación circulará con un alcance mundial.
- c) Acepto (aceptamos) que la autorización que se otorga a través del presente documento se realiza a título gratuito, por lo tanto, renuncio(amos) a recibir emolumento alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y/o cualquier otro uso que se haga en los términos de la

 UNIVERSIDAD CESMAG <small>NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEDUCACIÓN</small>	AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL	CÓDIGO: AAC-BL-FR-031
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

presente autorización y de la licencia o programa a través del cual sea publicado el Trabajo de grado o de Aplicación.

- d) Manifiesto (manifestamos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación es original realizado sin violar o usurpar derechos de autor de terceros y que ostento(amos) los derechos patrimoniales de autor sobre la misma. Por consiguiente, asumo(asumimos) toda la responsabilidad sobre su contenido ante la Universidad CESMAG y frente a terceros, manteniéndose indemne de cualquier reclamación que surja en virtud de la misma. En todo caso, la Universidad CESMAG se compromete a indicar siempre la autoría del escrito incluyendo nombre de(los) autor(es) y la fecha de publicación.
- e) Autorizo(autorizamos) a la Universidad CESMAG para incluir el Trabajo de Grado o de Aplicación en los índices y buscadores que se estimen necesarios para promover su difusión. Así mismo autorizo (autorizamos) a la Universidad CESMAG para que pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

NOTA: En los eventos en los que el trabajo de grado o de aplicación haya sido trabajado con el apoyo o patrocinio de una agencia, organización o cualquier otra entidad diferente a la Universidad CESMAG. Como autor(es) garantizo(amos) que he(hemos) cumplido con los derechos y obligaciones asumidos con dicha entidad y como consecuencia de ello dejo(dejamos) constancia que la autorización que se concede a través del presente escrito no interfiere ni transgrede derechos de terceros.

Como consecuencia de lo anterior, autorizo(autorizamos) la publicación, difusión, consulta y uso del Trabajo de Grado o de Aplicación por parte de la Universidad CESMAG y sus usuarios así:

- Permiso(permitimos) que mi(nuestro) Trabajo de Grado o de Aplicación haga parte del catálogo de colección del repositorio digital de la Universidad CESMAG por lo tanto, su contenido será de acceso abierto donde podrá ser consultado, descargado y compartido con otras personas, siempre que se reconozca su autoría o reconocimiento con fines no comerciales.

En señal de conformidad, se suscribe este documento en San Juan de Pasto a los VEINTE (20) días del mes de NOVIEMBRE del año 2024.

	
Nombre del autor: ANDREA NATHALY PARRA DIAZ	Nombre del autor: JULIAN DELGADO MUÑOZ
 Nombre del asesor: JUAN DAVID MISNAZA GOMEZ	