



PLAN DE NEGOCIO PET TOYS



PLAN DE NEGOCIO PET TOYS



**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES ESUMER
MEDELLÍN, COLOMBIA
2014**



Escriba su Copyright

El uso de esta plantilla esta limitada a los estudiantes autorizados que estén realizando Planes de Negocios, ya sea para cursos regulares o a nombre propio con el aval de la Institución. De cualquier forma, al hacer uso de ésta, debe citarse la fuente. No esta permitida la reproducción total o parcial de esta plantilla por cualquier medio, sin el permiso previo y por escrito del titular del Copyright

DERECHOS RESERVADOS © 2007 Carlos Mario Morales C – UEEM -Coordinador de Emprendimiento ESUMER.
carlos.morales@esumer.edu.co. Calle 76 No 80-126 Carretera al Mar Medellín –Colombia Teléfonos 2646011 Extensión 225

CONTENIDO

	Pág.
LISTA DE GRÁFICAS _____	5
LISTA DE TABLAS _____	6
LISTA DE FIGURAS _____	8
RESUMEN EJECUTIVO _____	9
1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO _____	11
2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS _____	12
3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA _____	13
3.1 Nombre de la Empresa _____	13
3.2 Descripción de la Empresa _____	13
3.3 Misión de la Empresa _____	13
3.4 Objetivos General y Objetivos Específicos _____	13
3.5 Ventajas Competitivas _____	14
3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir _____	14
3.7 Relación de productos y/o servicios _____	15
3.8 Justificación del Negocio _____	15
3.9 Análisis del entorno y del sector _____	17
3.9.1 Macro Entorno _____	17
3.9.1.1. Aspecto Social _____	22
3.9.2 Microentorno _____	22
3.10 Conocimientos para entrar en el Negocio _____	26

4. ANALISIS DEL MERCADO	27
4.1 Objetivos de Mercadeo	27
4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios	27
4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios	28
4.3.1 El Mercado Meta	28
4.3.2 Estudio del Mercado Consumidor	28
4.4 El Mercado Proveedor	34
4.4.1 Proveedores	34
4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor	35
4.5 El Mercado Competidor	36
4.5.1 Competidores	36
4.5.2 Estudio del Mercado Competidor	37
4.6 El Mercado Distribuidor	40
4.6.1 Distribución	40
4.6.2 Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)	40
4.6.3 Distribución Directa	43
4.6.4 Distribución en el Mercado Internacional	43
4.6.5 Manejo de Inventarios	46
4.6.6 Comunicación	46
4.6.7 Actividades de promoción y divulgación	48
4.7 Precios de los Productos	48
4.7.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos	48
4.7.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos	49
4.7.3 Precios Propuestos	53
4.7.4 Política de Precios	54
4.8 Riesgos y Oportunidades del mercado	54
4.9 Plan de ventas	55
5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)	56
5.1 Objetivos de producción	56
5.2 Descripción del proceso de producción	56

5.3	Capacidad de producción	59
5.4	Plan de Producción	60
5.5	Recursos materiales y humanos para la producción	60
5.5.1	Locaciones	60
5.5.2	Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres	63
5.5.3	Requerimientos de materiales e insumos	63
5.5.4	Requerimientos de servicios	63
5.5.5	Requerimientos de personal	64
5.6	Programa de producción	67
6.	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	68
6.1	Procesos Administrativos	68
6.1.1	Descripción de los procesos administrativos	68
6.1.2	Procesos administrativos externalizados	69
6.2	Estructura Organizacional del Negocio	70
6.2.1	Organigrama	70
6.2.2	Descripción funcional de la Organización	70
6.3	Recursos materiales y humanos para la administración	72
6.3.1	Locaciones	72
6.3.2	Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres	72
6.3.3	Requerimientos de materiales de oficina	73
6.3.4	Requerimientos de servicios	74
6.3.5	Requerimientos de personal	74
7.	ASPECTOS LEGALES	79
7.1	Tipo de Organización empresarial	79
7.2	Certificaciones y gestiones ante entidades públicas	80
8.	ASPECTOS FINANCIERO	83
8.1	Estructura Financiera del proyecto	83
8.1.1	Recursos Propios	83

8.2 Ingresos y Egresos	85
8.2.1 Ingresos	85
8.2.1.1. Ingresos Propios del Negocio.	85
8.2.2 Egresos	86
8.2.2.1. Inversiones	86
8.2.3 Costos	87
8.2.2.2.3. Gastos	91
8.2.2.4. Gastos Financieros	92
8.3 Estados Financieros Proyectados	92
8.3.1 Flujo de Caja	92
8.3.2 Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)	93
8.4 Evaluación financiera del proyecto	94
8.4.1 Valor Presente Neto y tasa interna de retorno	94
8.4.2 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)	94
8.4.3 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)	94
9. CONSIDERACIONES FINALES	95
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	97

LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
GRÁFICA .1. TASA ANUAL DE CRECIMIENTO DEL PIB 2011 / I - 2014 / I _____	18
GRÁFICA .2. ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR 2011 / I - 2014 / I. _____	19
GRÁFICA .3. VARIACIÓN PORCENTUAL ANUAL DEL PIB POR PAÍSES DE AMÉRICA LATINA 2014 - I / 2013 - I _____	20
GRÁFICA .4. ENCUESTA TIPOS DE MASCOTAS EN COLOMBIA _____	23
GRÁFICA .5. ENCUESTA ALIMENTOS PARA MASCOTAS _____	31

LISTA DE TABLAS

	Pág.
TABLA 1. COMPORTAMIENTO DEL PIB POR RAMAS DE ACTIVIDAD ECONÓMICA _____	18
TABLA 2. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS Y PASIVAS* 2011/I - 2014 / I _____	21
TABLA 3. COMPORTAMIENTO DEL SECTOR AGROPECUARIO _____	24
TABLA 4. ESTUDIO DE VARIABLES PRESELECCIÓN _____	32
TABLA 5. ESTUDIO DE VARIABLES SELECCIÓN _____	33
TABLA 6. RESULTADOS DEL ESTUDIO DE LOS PROVEEDORES _____	36
TABLA 7. APLICACIÓN DE LA MEDIOS _____	38
TABLA 8. RESULTADOS DEL ESTUDIO DE LA COMPETENCIA _____	38
TABLA 9. ESTRATEGIAS Y MEDIOS PARA EL ESTUDIO DEL MERCADO DISTRIBUIDOR _____	42
TABLA 10. APLICACIÓN DE LA MEDIOS _____	42
TABLA 11. RESULTADOS DEL ESTUDIO DEL MERCADO DISTRIBUIDOR _____	42
TABLA 12. ESPECIFICACIONES DEL EMPAQUE _____	47
TABLA 13. DETERMINACIÓN DE PRECIOS _____	48
TABLA 14. COSTOS _____	49
TABLA 15. COSTOS EXPORTACIÓN _____	51
TABLA 16. PLAN DE PRODUCCIÓN _____	60
TABLA 17. REQUERIMIENTOS DE MAQUINARIA, EQUIPOS, MUEBLES Y ENSERES _____	63
TABLA 18. REQUERIMIENTOS DE MATERIALES E INSUMOS _____	63
TABLA 19. OPERACIONES PRE OPERATIVAS DE PRODUCCIÓN Y PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN _____	67
TABLA 20. PROCESOS ADMINISTRATIVOS EXTERNALIZADOS _____	69
TABLA 21. REQUERIMIENTOS DE EQUIPOS, SOFTWARE, MUEBLES Y ENSERES _____	72
TABLA 22. REQUERIMIENTOS DE MATERIALES DE OFICINA _____	73
TABLA 23. REQUERIMIENTOS DE SERVICIOS _____	74
TABLA 24. CERTIFICACIONES Y GESTIONES ANTE ENTIDADES PÚBLICAS _____	81
TABLA 25. RECURSOS PROPIOS _____	83
TABLA 26. 8.1.1 CRÉDITOS Y PRÉSTAMOS BANCARIOS _____	83
TABLA 27. AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO (MENSUAL) _____	84
TABLA 28. INGRESOS PROPIOS DEL NEGOCIO. _____	85
TABLA 29. 8.2.2.1. INVERSIONES _____	86
TABLA 30. COSTOS VARIABLES _____	87
TABLA 31. COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN _____	90
TABLA 32. GASTOS ADMINISTRATIVOS Y LEGALES _____	91

Plan de Negocios PET TOYS COLOMBIA

TABLA 33.	GASTOS DISTRIBUCIÓN Y VENTAS _____	91
TABLA 34.	GASTOS AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS _____	91
TABLA 35.	FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO _____	92
TABLA 36.	FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA _____	93
TABLA 37.	ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS (ESTADO DE RESULTADOS) _____	93
TABLA 38.	EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO _____	94
TABLA 39.	EVALUACIÓN FINANCIERA PARA EL INVERSIONISTA _____	94
TABLA 40.	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD (VARIACIÓN DE LA DEMANDA) _____	94
TABLA 41.	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD (VARIACIÓN DEL PRECIO) _____	94

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
FIGURA 1. PETS MART _____	44
FIGURA 2. WALMART _____	44
FIGURA 3. LOGO _____	47
FIGURA 4. DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN _____	58
FIGURA 5. LOCACIONES _____	61
FIGURA 6. DESCRIPCIÓN DE LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS _____	68
FIGURA 7. PROCESOS DE APOYO _____	69
FIGURA 8. ORGANIGRAMA _____	70
FIGURA 9. CONSULTA DEL NOMBRE DE LA EMPRESA _____	82

RESUMEN EJECUTIVO

¿En qué consiste nuestro negocio? Este negocio consiste en la elaboración de juguetes caninos, 100% naturales elaborados a base de subproductos derivados del sacrificio de ganado bovino.

¿Qué productos se venderán? En los últimos años se ha visto como la presencia, el cuidado y mantenimiento de las mascotas cobra cada vez más importancia para sus dueños, esto permite la entrada de productos alternativos para las mismas precios relativamente bajo.

Luego de realizar el respectivo estudio de mercado hemos identificado la carencia de productos naturales que contribuyan a la salud y bienestar de los caninos. Por lo anterior se realizara la comercialización de los siguientes productos: oreja de res, rollo de piel grande, rollo de piel pequeño.

Con estos tres productos y sus variaciones en formas, texturas y sabores se pretende iniciar la empresa, y desde ya se piensa en la introducción al mercado de nuevos productos que se sustenten comerciales, técnicos, administrativa y financieramente.

¿Cuál es la inversión a realizar? Se necesitan \$416.678.898 para la ejecución del proyecto, esto incluye las inversiones en activos fijos, gastos pre-operativos y 90 días de sostenimiento inicial en los costos de producción, administración, comercialización y ventas.

La distribución seria de la siguiente manera:

Activos fijos: \$ 208.629.000,0

Gastos pre-operativos: \$ 7.708.300,0

Capital de trabajo: \$ 200.341.597,6

¿Cuáles son los ingresos, costos, gastos y rentabilidad del proyecto?

La proyección de ventas para el primer año es de: 1.415.137.190

Las ventas mensuales son de \$ 117.928.099

Los costos variables mensuales son de: \$ 28.404.767

Los costos fijos mensuales son de: \$ 44.722.163

Plan de Negocios PET TOYS COLOMBIA

La tasa interna de retorno después de 5 años de puesto en marcha el proyecto es de 98,54%, lo que nos muestra el alto grado de viabilidad del proyecto; el valor presente neto es de 1.943.525.330, al darnos un valor positivo nos da otra señal de la viabilidad del proyecto ya que nos arroja un valor monetario adicional y superior al esperado.

¿Quiénes son los emprendedores? Alejandro Sierra Uribe, graduando en tecnología de comercio exterior, con amplia experiencia en la comercialización y manejo de productos bovinos en el exterior. Y Víctor Hugo Botero, graduando en tecnología de comercio exterior, con alta visión operativa u de ejecución de proyectos, amplia experiencia en la creación manejo y fidelización de clientes en diversos sectores del mercado nacional.

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

Alejandro Sierra Uribe					
Identificación:	1128465508	Teléfono:	4360511	Celular:	3136957055
Dirección:	Carrera 74 53-55 apto 802		Barrio:	Los Colores	
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	alejosu1248@hotmail.es		
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	Universitarios	x	
Otros Estudios:	Ninguno				

Víctor Hugo Botero Londoño					
Identificación:	1017137985	Teléfono:	4383064	Celular:	3128934794
Dirección:	Calle 62 D 94 B 48		Barrio:	Robledo	
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	Vibo258@hotmail.com		
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	Universitarios		
Otros Estudios:					

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

Inicialmente la motivación para la elaboración de este plan de negocio nace de la necesidad de culminar el plan de estudios propuestos por la universidad y así dar por culminado nuestra primera etapa como futuros profesionales en comercio exterior.

Adicional a esto, en la ejecución de este proyecto se han implementado todos los conocimientos adquiridos durante nuestro proceso formativo, así mismo, durante las diferentes fases del desarrollo del plan se han identificado diversas dificultades que enfrentan los emprendedores al comienzo de un negocio, para sobreponerlas se ha expandido la capacidad creativa e incrementado la visión empresarial de la mano de los docentes y recursos propuestos por la universidad.

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre de la Empresa

PET TOYS COLOMBIA S.A.S

3.2 Descripción de la Empresa

PET TOYS COLOMBIA S.A.S es una empresa dedicada a la producción y comercialización nacional e internacional, de juguetes para mascotas elaborados a base de subproductos derivados del sacrificio de ganado bovino. Es una empresa que se diferencia de las demás por tener productos de excelente calidad a precios justos de acuerdo al mercado y un excelente trato a sus empleados, proveedores y clientes que generan una alta satisfacción.

En un principio PET TOYS COLOMBIA S.A.S, será una empresa pequeña ubicada en una bodega en el municipio de La Estrella- Antioquia, y con el tiempo aspira a ampliar su tamaño innovando cada día en el desarrollo de nuevos de nuevos productos.

3.3 Misión de la Empresa

PET TOYS COLOMBIA S.A.S es una empresa del sector industrial, dedicada a la transformación y comercialización de subproductos derivados del sacrificio de ganado bovino en juguetes para mascota; de la más alta calidad. Somos una organización preponderante en el mercado nacional con amplias perspectivas de crecimiento internacional, basados en políticas de producción limpia y un comportamiento justo y ético hacia nuestros clientes, empleados, proveedores y competidores

3.4 Objetivos General y Objetivos Específicos

Objetivo General: Diseñar un plan de negocios para la elaboración de juguetes para mascotas a base de subproductos bovinos.

Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercados que permita la ubicación del mercado meta y la demanda potencial de los productos.

- Investigar detalladamente acerca del comportamiento del sector de la industria de las mascotas en los últimos años con el fin de tener una idea más clara del negocio.
- Hacer un estudio financiero con el fin de observar la viabilidad o no del proyecto.
- Determinar los requisitos legales que se deben cumplir para la ejecución del proyecto.
- Establecer las condiciones técnicas de la maquinaria para la elaboración de los productos.
- Determinar el diseño organizacional óptimo, para la ejecución del proyecto.
- En el 2.018 tener una participación del 20% en el mercado Nacional y Norteamericano.

3.5 Ventajas Competitivas

PET TOYS COLOMBIA S.A.S, es una empresa que produce juguetes para mascotas 100% naturales; sin ningún tipo de material sintético, lo cual representa para el animal un juguete delicioso, saludable y de alto contenido nutricional, eso diferencia la empresa de las compañías competidoras y representa un valor agregado para la empresa.

Además PET TOYS COLOMBIA S.A.S, participa en las ferias de mascotas más importantes del país y brinda un acompañamiento personalizado a los clientes para un uso adecuado de los productos y el suministro de la cantidad adecuada a cada mascota de acuerdo a su raza y tamaño.

3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir

En países desarrollados como Estados Unidos, Canadá y casi todos los miembros de la Unión Europea, cierto porcentaje de la población ha decidido no tener hijos, ya que los tiempos laborales son muy extensos o se maneja un nivel de estrés demasiado alto y no les queda tiempo para cuidar de los niños y toman la decisión de tener una mascota. En la mayoría de los casos estas mascotas son perros que se convierten en un “nuevo hijo” del cual cuidaran y darán un bienestar hasta el fin de sus vidas.

La otra parte de la población en muchas ocasiones obsequian una mascota a sus hijos, que igualmente casi siempre son perros, estos llegan a convertirse en un miembro más de la familia; el bienestar que le brinda cada amo a su mascota no solo implica alimentar y dar de beber, sino también dar cuidados y atenciones más específicas como: hostales para perros, servicios de Spa, guarderías e incluso hasta servicios funerales.

El mercado actual de juguetes para mascotas comercializa productos elaborados a base de materiales sintéticos que no tienen en cuenta la forma física apropiada para la fisionomía de los perros; Esta situación puede generar problemas de salud a las mascotas ya que estos productos pueden causar heridas en sus fauces, y posibles intoxicaciones debido la composición química de sus componentes.

Por otro lado en muchos lugares del país, el inadecuado manejo de los subproductos generados del sacrificio de ganado bovino está generando serios y negativos impactos ambientales; Esto debido a que la mayoría de plantas y centrales de sacrificio de Colombia son municipales y los operarios de las estas no están debidamente capacitados ni implementas las normas de salubridad básicas.

Adicional en muchas ocasiones estos desechos son arrojados a lugares inapropiados como: campos abiertos o fuentes de agua, causando una gran contaminación por olores putrefactos, esto sumado a que las fuentes de agua donde arrojen estos desechos son para el consumo humano, y de continuar así se podría generar una epidemia sin precedentes.

3.7 Relación de productos y/o servicios

Juguetes para mascota elaborados a base de subproductos bovinos (orejas y rollos de piel).

Portafolio de productos:

OREJA DE RES

ROLLO DE PIEL GRANDE

ROLLO DE PIEL PEQUEÑO

3.8 Justificación del Negocio

Al observar el creciente número de mascotas en su mayoría perros en países desarrollados como Estados Unidos y Europa se genera la intención de crear

un producto natural que sustituya a los productos sintéticos, que generen una mayor satisfacción tanto en los animales como en sus dueños y que no represente ningún tipo de riesgo tanto en la salud del animal.

De lo anterior se genera una oportunidad de mercado ya que se pretende producir y vender, juguetes para mascotas de excelente calidad con un buen contenido nutricional, apto para el metabolismo, con un delicioso sabor y un olor muy agradable para cada animal. Estos juguetes serán productos con materias primas de excelente calidad involucrando procesos productivos limpios y usando una tecnología de la más óptima calidad. De esta manera las condiciones estarán dadas para que el proyecto sea todo un éxito.

A continuación se presentaran algunos datos muy relevantes en cuanto a población de mascotas en Estados Unidos y el valor que sus amos gastan en ellas al año, lo cual muestra que un producto natural podría llegar a ser un éxito total en un mercado tan grande como el norteamericano. Estas cifras motivan y alientan aún más el proyecto.

Según la AVMA, (American Veterinary Medical Association), por sus sigla en Ingles, sólo en los Estados Unidos existen más de 70 millones de perros y cerca de 74.1 millones de gatos como mascotas, de acuerdo al más reciente censo realizado en el 2012. Lo anterior implica que por cada 2 habitantes hay 1 mascota en promedio y por cada 5 habitantes hay 2 perros en los Estados Unidos. Este estudio muestra que durante el 2011, los propietarios gastaron un 38% más en el sostenimiento de sus mascotas de lo que gastaron en el año 1996. Gastando en promedio US\$375 en el sostenimiento de una mascota al año en el año 2011. Y con otra ventaja, el 63.2% de las familias con mascota, consideran a la mascota un miembro más de la familia.

Además de la gran aceptación, éxito y demanda que pueden tener estos productos en Estados Unidos, el proyecto nace con el fin de generar el aprovechamiento de subproductos derivados del sacrificio del ganado bovino, que en el pasado no tenían ningún tipo de uso y eran prácticamente regalados por los frigoríficos y centrales de sacrificio por el solo hecho de librarse de estos, sin pensar que el mal uso de los mismos podría generar una contaminación sin precedentes ya que son desechos orgánicos altamente contaminantes.

Teniendo en cuenta los anteriores datos, la idea de negocio plantea la explotación del nicho de mercado existente en torno al mundo de las mascotas y su veloz aceptación y adaptación en la sociedad actual; ya que estas son utilizadas desde la parte afectiva hasta llegar a convertirse en herramientas de apoyo social como acompañantes en el

proceso de rehabilitación y elementos de búsqueda en desastres naturales y operaciones militares.

Todo esto abre las puertas para llegar a un mercado meta a nivel mundial cada vez con más proyección por su gran cantidad de consumidores reales y potenciales

3.9 Análisis del entorno y del sector

3.9.1 Macro Entorno

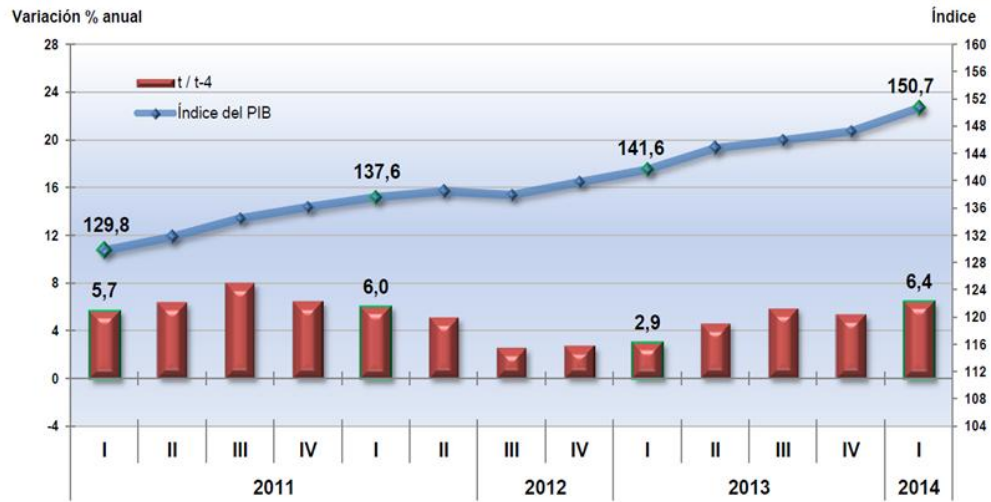
Análisis Económico: A continuación se expondrá un resumen de la economía en los últimos 3 años, y con base en estos se hará una proyección el futuro de nuestro producto en los próximos años.

La economía colombiana creció en el primer trimestre del año 2014, el PIB nacional muestra un crecimiento consecutivo durante los últimos 3 años, en el 2013 muestra un crecimiento del 2.82% con respecto al año inmediatamente anterior, este es el cuarto año con crecimiento positivo.

Este crecimiento se ve reflejado principalmente en la variación presentada en sectores como la construcción con un 17,2%; 6,3% en servicios sociales, 6,1% en agricultura, 6,0% en establecimientos financieros, 5,6% en restaurantes y hoteles; 5,6% en explotación de minas y canteras; 4,5% en transporte, almacenamiento y comunicaciones; 3,1% en suministro de electricidad, gas y agua, 3,3% en industrias manufacturera y 7,7% en impuestos, derechos y subvenciones.

Ver Gráfica 1, Tasa anual de crecimiento del PIB 2011 / I - 2014 / I

Gráfica .1. Tasa anual de crecimiento del PIB 2011 / I - 2014 / I



Fuente: DANE - Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales - Cuentas Trimestrales - Colombia Producto Interno Bruto (PIB) Primer Trimestre de 2014

Al confrontar esta información con el trimestre inmediatamente anterior, se observa que el mayor crecimiento lo presentaron las siguientes industrias: transporte, almacenamiento y comunicaciones en 1,7%; establecimientos financieros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas 1,1% y en el sector agropecuario en 2,9%.

Comportamiento del PIB por ramas: Al examinar el comportamiento del PIB por ramas de actividad económica entre 2014 - I / 2013 - IV se encuentra la siguiente información:

Tabla 1. Comportamiento del PIB por Ramas de Actividad Económica

Ramas de actividad	Variación porcentual
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	2,9
Explotación de minas y canteras	-0,6
Industrias manufactureras	0,7
Suministro de electricidad, gas y agua	-0,2
Construcción	23,5
Comercio, reparación, restaurantes y hoteles	0,3
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	1,7
Establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas	1,1
Actividades de servicios sociales, comunales y personales	0,5
Subtotal valor agregado	2,3
Impuestos menos subvenciones sobre la producción e importaciones	4,0
PRODUCTO INTERNO BRUTO	2,3

Fuente: DANE - Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales 2014

--

En este cuadro podemos observar la variación porcentual de cada una de las ramas de actividad económica, especialmente el sector de la Ganadería, que es de particular interés para el proyecto

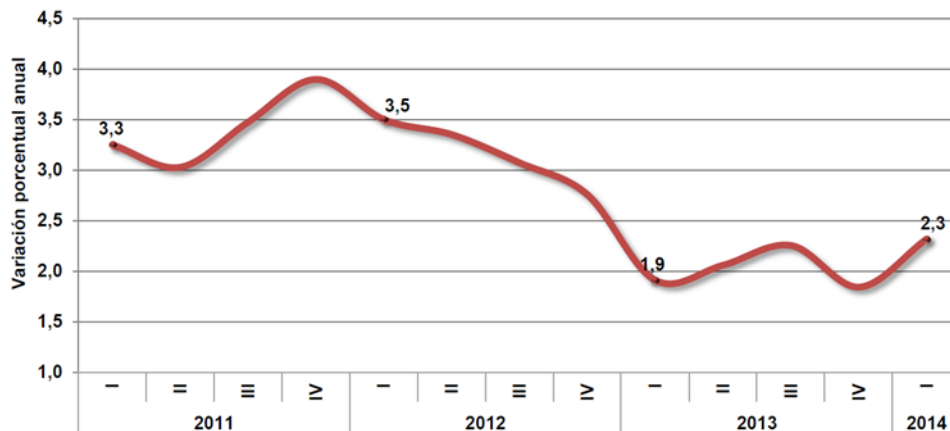
Tasa de Desempleo: El Banco de la Republica, en el mercado laboral se observó un descenso en la tasa de desempleo y un aumento en la tasa de ocupación. Las tasas de desempleo objetivo y subjetivo disminuyeron; en cambio, el porcentaje de la población en edad de trabajar, presentó un incremento.

La tasa de desempleo del primer trimestre de 2014 fue de 10,5%, cifra inferior en 0,9 puntos porcentuales a la registrada en el mismo trimestre de 2013, la cual fue de 11,4%. En el mismo sentido, la tasa de subempleo objetivo pasó de 11,7% en el primer trimestre de 2013 a 10,6% en el mismo periodo de 2014, mientras que la tasa de subempleo subjetivo varió de 30,4% a 28,4.

Reservas Internacionales: Al mes de marzo de 2014, las reservas internacionales registraron un nivel de US\$44.298,4 millones de dólares frente a US\$ 39.334,9 millones en mismo periodo de 2013, hecho que representó un incremento en la adquisición neta (anual) de \$4.963 millones de dólares, como lo indica en este periodo el Banco de la Republica.

IPC: En el primer trimestre de 2014, el índice de precios al consumidor promedio trimestral - IPC creció en 2,3% con relación al mismo trimestre del año anterior.

Gráfica .2. Índice de Precios al Consumidor 2011 / I - 2014 / I.

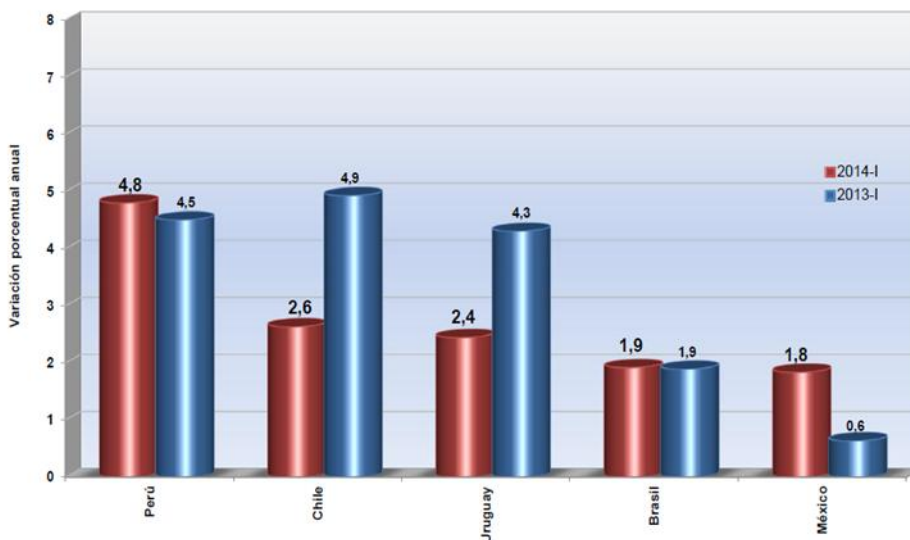


Fuente: DANE - Dirección de Metodología y Producción Estadística 2014.

En este gráfico observamos como el IPC ha venido mostrando una tendencia a la baja, esto se traduciría en una mayor posibilidad de que los productos que el proyecto busca comercializar sean adquiridos con mayor facilidad gracias a un precio asequible.

Comportamiento del PIB en América Latina: De acuerdo con la información disponible para el primer trimestre de 2014, el comportamiento del Producto Interno Bruto en algunos de los países de la región se caracterizó por los siguientes aumentos: Perú 4,8, Chile 2,6%, Uruguay 2,4%, Brasil 1,9% y México 1,8%.

Gráfica .3. Variación porcentual anual del PIB por Países de América Latina 2014 - I / 2013 - I



Fuente: México: INEGI; Brasil: IBGE; Perú: INE; Uruguay: Banco Central; Chile: Banco Central - 2014.

El incremento en el PIB de algunos países de América Latina refleja cuál de los mercados sería atractivo y potencial para el proyecto, esto en el caso de que se plantee una expansión en la región.

Tasas de interés: En el primer trimestre de 2014, la tasa de interés activa decreció en relación a la registrada en el mismo periodo de 2013, al pasar de 11,7%, a 10,6%. La tasa pasiva pasó de 4,8% en el primer trimestre de 2013 a 3,9% en el mismo periodo de 2014. Como consecuencia de estos movimientos, el margen de intermediación tuvo una disminución de 0,3 puntos básicos.

Tabla 2. Tasas de interés activas y pasivas* 2011/ I - 2014 / I

		(%)		
Periodo		Tasa activa	Tasa pasiva	Margen de intermediación
2011	I	10,3	3,5	6,8
	II	11,0	3,9	7,1
	III	11,6	4,4	7,2
	IV	12,0	5,0	7,0
2012	I	12,9	5,3	7,6
	II	12,8	5,5	7,3
	III	12,6	5,4	7,2
	IV	12,0	5,3	6,7
2013	I	11,7	4,8	6,9
	II	10,5	4,0	6,5
	III	11,0	4,0	7,0
	IV	10,6	4,0	6,6
2014	I	10,6	3,9	6,6

Fuente: Banco de la República * Datos registrados al final de cada periodo – 2014.

Una tasa de interés baja promueve la posibilidad de adquirir un capital de trabajo con tasas flexibles, óptimas para el desarrollo del proyecto.

Tecnología e infraestructura: Algunos de los aspectos más importantes para la competitividad colombiana en el comercio internacional son los avances tecnológicos y de infraestructura, actualmente Colombia ocupa el puesto 60 a nivel mundial entre 133 naciones. Los líderes de este ranking son Suecia, Singapur y Dinamarca. En la región andina destacan países como Chile ocupando el puesto 40. Así pues, Colombia ha avanzado 4 puestos en dicha lista y ocupa la posición 40 con 3.80 puntos junto con Brasil. (MinTic, 2014)

Temas fundamentales en el desarrollo del sector tecnológico para Colombia como un satélite propio, el tercer canal y la adjudicación del espectro geomagnético con un costo aproximado de US\$300 millones hacen parte de la agenda con la cual el gobierno actual pretende fomentar el desarrollo tecnológico, científico y estructural de nuestro país.

Avances en aspectos como telefonía móvil y conectividad ha presentado el país, estos lo ubican en el quinto lugar después de países como Argentina, Brasil, Chile y México. Sin embargo, aún falta mejorar en tecnologías que brinden más herramientas de desarrollo, sostenibilidad, que impacten y sacudan de manera radical y no parcial el progreso integral a las pequeñas y medianas empresas.

3.9.1.1. Aspecto Social

A pesar del buen momento comercial por el cual atraviesa Colombia y América Latina, hay un ambiente de incertidumbre para el desarrollo económico, la estabilidad financiera regional y mundial, este desarrollo estará conexo a las decisiones de liquidez monetaria y políticas macro expansivas que adopten tanto nuestro país como los países desarrollados, estas decisiones deberán estar sumamente supeditadas al dinamismo de la oferta y la demanda que para ese entonces experimente la economía mundial, ya que de lo contrario, se podrían crear desequilibrios que afectarían aspectos como el aumento en las tasas de interés, la liquidación de activos en los mercados bursátiles, reducción en los flujos de capital, etc.

Con lo anteriormente expuesto se concluye lo siguiente:

- i. El crecimiento anteriormente expuesto permite estar mejor preparados para enfrentar futuras crisis
- ii. El sector financiero debe mejorar e implementar nuevas políticas que permitan niveles de endeudamiento más flexibles y amables con los actuales y futuros empresarios de nuestro país.
- iii. Si bien la realidad económica local da un vistazo de relativa calma y progresos muy mesurados, se observa como el impulso de la economía nos da visos acerca de un nuevo frente productivo, que se hace cada vez más importante para el acompañamiento y proyección de las economías desarrolladas.

Esto sin duda ofrece un muy bien pronóstico, pues emerge un nuevo cambio de roles a nivel mundial en el que jugamos un papel trascendental.

3.9.2 Microentorno

A continuación se consideraran las principales variables y la evolución del sector de accesorios para mascotas en los últimos 3 años así como su situación actual y perspectivas nacionales; también se analizara los renglones económicos que tengan directa relación en cuanto a accesorios y procesos productivos que involucren el mundo de las mascotas.

El 37% de los hogares colombianos cuenta con una mascota, su segmentación se regula

de la siguiente manera:

Gráfica .4. Encuesta tipos de mascotas en Colombia



Fuente: FENALCO - B&Optimos 2012

Al ser los perros la mascota preferida de los colombianos, juegan un importante papel en la dinámica social y económica de las familias que los poseen.

Una tendencia que se ve cada vez más marcada en los profesionales entre los 25 y 35 años es la compra de apartamentos buscando una independencia de la familia, en esta migración los perros quedan confinados a vivir y pasar la mayor parte del tiempo solos y en lugares cerrados con espacios limitados.

Sus dueños intentan compensar esta situación adquiriendo artículos para la alimentación, el entretenimiento de los canes, incluso “internándolos” en lugares (spas u hoteles) especializados en el cuidado de las mascotas.

Todo esto genera una dinámica económica muy activa alrededor de la calidad de vida y necesidades integrales de los perros y sus recientemente denominadas familias de personas.

En Colombia el crecimiento del sector de las mascotas crece a tasas de 13% anuales aproximadamente, haciendo una medición en el ítem de los concentrados se registra un crecimiento del 69% pasando de registrar una cifra de 203.4 millones de dólares en el 2008 a una cifra de 345 millones de dólares hacia el 2012. (Diario Portafolio, 2013)

Adicional se contempla el crecimiento de las nuevas tendencias mundiales potencialmente facturables como:

- Ropa de marca.
- Juguetes.
- Spa.
- Salón de belleza.
- Afiliación a EPS.
- Empresas de recreación.
- Moteles.
- Seguros por empresas como Liberty, Mapfre y Falabella
- Asistencia y representación legal
- Cementerios.

Teniendo en cuenta que el ganado es la materia prima que se utilizara para la elaboración de los productos a comercializar, vale la pena echar un vistazo al sector ganadero en cuanto a su comportamiento o variación en el PIB

Tabla 3. Comportamiento del sector agropecuario

Grupo	Variación Porcentual (%)	
	2014 - I / 2013 - I	2014 - I / 2013 - IV
Café [†]	14,9	-2,9
Café Pergamino	22,0	-3,1
Agrícola sin café [†]	6,5	5,4
Cultivos transitorios	3,5	9,7
Cultivos permanentes	7,7	5,6
Animales vivos y otros productos animales [†]	4,8	4,2
Ganado Bovino	3,9	11,5
Leche sin elaborar	5,1	1,2
Aves de corral	5,5	0,4
Huevos con cáscara frescos	5,5	1,3
Ganado Porcino	3,6	2,0
Silvicultura, extracción de madera, pesca, producción de peces en criaderos y granjas piscícolas y actividades conexas [†]	-1,8	-5,2
Agropecuaria, silvicultura, caza y pesca[†]	6,1	2,9

Fuente: DANE - Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales 2014

Nuevamente se nota un alza en la variación porcentual de ganado bovino, lo cual representa abundancia de materia prima para la elaboración de los productos inherentes al proyecto.

En una mirada más abierta se observa que el sector de los productos vinculados con los perros y gatos en América Latina según una encuesta realizada por la firma Euro monitor International los gastos en mascotas en América Latina han aumentado en un 44% en los últimos 5 años, siendo Brasil el principal vendedor con US\$5.200 millones, a este se sigue México con US\$1.000 millones y luego tenemos a Argentina con US\$645 millones.

Esta misma compañía señala que Colombia alcanzó en el 2011 los \$473.000 millones. Adicional, en 2012, el volumen de las ventas fue del 5 %, un punto menos que el año anterior, y aunque fue inferior el comportamiento sigue tendiendo al alza.

La agencia Transparency Market Research ha realizado un estudio llamado Pet Food Market – Global Industry Size, Market Share, Trends, Analysis and Forecast, 2011-2017 indica que espera un ascenso en el valor de mercado de las mascotas de US\$58.600 millones en 2011 a US\$74.800 millones para 2017, con una tasa aproximada de 4,2 % de crecimiento anual. (Portal Gestión de Mercados)

Esta información también es de gran utilidad en relación al proyecto, ya que permite determinar en qué nivel de desarrollo o expansión se encuentra el mercado externo; uno de los objetivos es la internacionalización de los productos y encontramos en este mismo estudio que Norteamérica aporta con una cuota del 40% de los ingresos que se perciben en este sector y muestra una tasa de crecimiento del 3.5% anual.

Del mercado mundial de los alimentos para mascotas el segmento de los refrigerios y las golosinas aportan una cuota del 21% del mercado situándolo en el segundo lugar, que a futuro sería el sector hacia el que apuntaríamos nuestra estrategia de internacionalización comercial.

Con lo anteriormente expuesto se concluye lo siguiente:

- i. El mercado nacional y mundial relacionado con el mundo de las mascotas muestra una marcada tendencia al alza.
- ii. El valor económico que representa este mercado se constituye cada vez más en uno de los sectores con más proyección hacia el futuro.
- iii. El conjunto de bienes y servicios destinado al cuidado y mantenimiento de las mascotas se está diversificando cada vez más rápido.

- iv. La necesidad de dedicar tiempo y cuidados a una mascota como miembro activo de una familia se incrementa y toma posición en la sociedad rápida e indudablemente.

3.10 Conocimientos para entrar en el Negocio

- i. Estudio del sector: Permite ver el comportamiento del sector tanto a nivel nacional como internacional, en los últimos años.
- ii. Estudio del mercado: Permite determinar el nicho del mercado al cual se quiere llegar tanto a nivel nacional. Además define las actividades necesarias para la consolidación de la marca en el mercado.
- iii. Estudio Técnico: Permite definir los equipos necesarios para el proceso de producción. Además define el proceso de producción óptimo y eficiente para desarrollar productos de la mejor calidad.
- iv. Estudio Administrativo: Define el organigrama organizacional, así como también las funciones de cada uno de los miembros de la compañía.
- v. Estudio Legal: Da las pautas y los requerimientos legales que deben cumplir la compañía para entrar en ejercicio de sus funciones.
- vi. Estudio Financiero: Identifica los requerimientos monetarios para la puesta en marcha del proyecto. Además define la amortización de los créditos en caso de ser necesarios. Y finalmente determina la viabilidad o no del proyecto desde el punto de vista financiero.

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos de Mercadeo

Objetivos a Corto Plazo

Comenzar a incursionar al mercado nacional, comenzando por las ciudades principales en las principales tiendas de mascotas del País.

Dar a conocer la empresa mediante el posicionamiento otorgado por las diferentes ferias de mascotas que se elaboran en las diferentes ciudades, como lo son Mundo Mascota Medellín, Expo Finca, Agro Expo entre otros eventos que convoquen el mercado Objetivo.

Objetivos a Mediano Plazo

Tener una rotación de inventario que permita reducir el stock en inventario y solo contar con el stock de seguridad establecido por la empresa.

Desarrollar campañas publicitarias que permitan retener los clientes actuales y atraer clientes potenciales como lo son las grandes Superficies en Colombia, entre ellas Almacenes Éxito, Jumbo, la 14, Home center, D UNO, Consumo, entre otras cadenas de gran importancia.

Iniciar codificación de clientes en los diferentes mercados externos, como lo son Europa, Estados Unidos y Canadá.

Realizar la primera exportación de productos en el primer año por vía Marítima

Objetivos a Largo Plazo

Incrementar la frecuencia de las exportaciones de producto hasta alcanzar a sacar un contenedor mensual de los productos.

Registrar una marca en el país donde se tenga más aceptación de los productos y comenzar a realizar todo un trabajo de mercadeo agresivo.

4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

Los productos serán fabricados a base de subproductos bovinos en este caso utilizando orejas de res Crudas y desperdicios de Piel de la pata bovina como recuperación de residuos de la industria de gelatina.

Los productos tendrán las siguientes presentaciones:

Oreja de Res: Este producto está diseñado para el entrenamiento, entretención, o relajación para perros que sufren de estrés o tienen exceso de energías y se busca que las mismas se canalicen mediante el masticar el producto. Este producto viene en tamaños Pequeña y Grande, y viene en diferentes presentaciones como son natural o en diferentes sabores como lo son, ahumado, tocineta, vainilla y queso.

Rollos de Piel: Este producto está diseñado para el entrenamiento, entretención, o relajación para perros que sufren de estrés o tienen exceso de energías y se busca que las mismas se canalicen mediante el masticar del producto. Este producto viene en tamaños de 10 centímetros y 20 centímetros, y viene en diferentes presentaciones como son natural o en diferentes sabores como lo son, ahumado, tocineta, vainilla y queso. La principal diferencia con la oreja de res, es que al tener forma cilíndrica se puede lanzar a lo lejos para generar una interacción más directa entre el usuario y su mascota.

4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1 El Mercado Meta

El producto está dirigido a todas las personas que tengan como mascota un perro ya sea en su casa o en su finca, el nicho de mercado serán los estratos socioeconómicos 3, 4, 5 y 6. Y personas que estén entre los 15 y los 70 años sin importar su género.

En el exterior el mercado meta serán las personas entre 15 y 70 años que posean mascotas y un poder adquisitivo entre medio y alto.

4.3.2 Estudio del Mercado Consumidor

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

El producto se convierte en una necesidad de las personas en la actualidad, ya que numerosas personas tienen mascotas solas durante horas en sus casas y demandan un producto que reduzca su estrés y evite que se coma sus zapatos o diferentes enceres de su hogar, adicionalmente las personas que tienen fincas de recreo o viven en fincas que necesitan este tipo

de productos para mantener a sus perros entretenidos mientras ingresan a sus fincas evitando rayones en sus vehículos o que se ensucie su ropa, el enfoque está en las personas que más probablemente necesiten de nuestro producto y tienen la capacidad de compra del mismo, siendo estos hombres y mujeres entre 15 y 70 años.

Fue necesario realizar este estudio, porque permite segmentar el mercado objetivo, haciendo más efectiva la inversión que se realice en publicidad y promoción del producto, además de tener una exitosa cadena de distribución teniendo como consecuencia la generación de utilidad para el inversionista.

b) Medios a través de los cuales se realizó el estudio del Consumidor

Para la aplicación de este estudio se tomó como base principal la encuesta contratada por Fenalco a través de la firma B&Optimos en el año 2011. Además de la investigación realizada al microentorno utilizando como principales fuentes como el DANE y el sector alimenticio de las mascotas.

Con respecto al mercado internacional se tomó como fuente de información la encuesta publicada por la APPA (National Pet Owners Survey), la cual nos revela una serie de información acerca del comportamiento y evolución del mercado de las mascotas en estados unidos.

c) Aplicación de la Medios

Mediante la información recopilada y recaudada de los medios anteriormente enunciados, se realizó un análisis y filtró, esto con el fin de delimitar el sector al cual apunta este proyecto.

Estas fuentes permiten al final determinar cifras de crecimiento del mercado objetivo, tendencias, e información de ventas mensuales y anuales.

d) Resultados del estudio de los consumidores

Población Consumidora

Tipo de Consumidor: El proyecto apunta especialmente al segmento de personas que disfrutan de tener una mascota, las consideran como otro miembro activo de la familia y están dispuestas a invertir una cantidad de dinero y tiempo mensual en su cuidado y sostenimiento; Teniendo en cuenta que el estrato socioeconómico al que pertenecen influirá directamente en su comportamiento de consumo.

Criterios de compra de los consumidores: Los productos a comercializar son de alta calidad, con muy buena presentación, y a un precio competitivo, esto con el

objetivo de captar gran volumen de venta y ser un producto sustituto a productos de látex y plástico que no son naturales.

Perfil del consumidor: Hombres y mujeres entre 15 y 70 años, de cualquier estado civil, los cuales tienen una mascota en su hogar.

Principalmente interesan las personas de los estratos socioeconómicos 3, 4, 5, 6.

Ubicación de los Consumidores: Los clientes están ubicados en Colombia, en las principales ciudades del país como Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Cartagena, estas ciudades son de particular interés ya que tienen un alto poder adquisitivo y son los lugares donde primero impactan las tendencias mundiales que definen prototipos y características de los nuevos consumidores.

Adicionalmente el mercado internacional, en primera instancia el de los Estados Unidos y posteriormente Europa, y Canadá también representan una excelente alternativa.

Determinación de la Demanda

Demanda Nacional: En Colombia el 37% de los hogares cuenta con una mascota según la encuesta Fenalco - B&Optimos en el 2011.

De ellos el 69% tiene como mascota un perro, de este 69% el 44% de las familias corresponden a la clase alta y el 33% corresponden a las clases bajas.

Para determinar cuál es la demanda potencial de este sector se tomaron los datos de la población total colombiana y se multiplicaron por el porcentaje de las personas encuestadas que afirman tener como mascota un canino.

Hay 47.120.770 personas en Colombia para el 2013 según fuentes del DANE, de estos el 37% cuenta con una mascota, es decir 17'434.684,9

De esos 17'434.684,9 el 69% tienen como mascota un perro, es decir el 12'029.932,58.

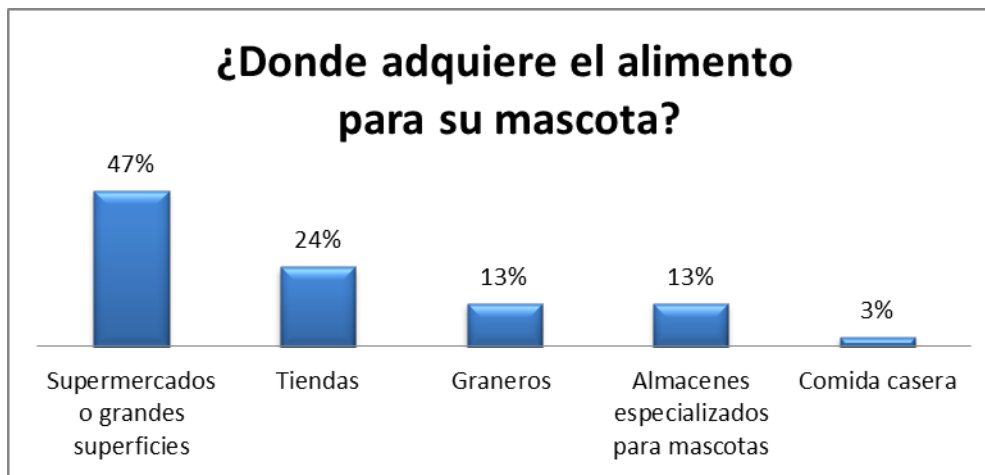
De este 69%, el 44% tendrían un alto poder adquisitivo, es decir 5'293.170.

Considerando los resultados de la demanda potencial y el impacto que tienen las mascotas en las familias se define que 5'293.170 sería el número de personas que podrían ser las principales compradoras de los productos anteriormente mencionados.

Adicional a esto, también se encuentra en la encuesta cuales serían los principales canales de distribución para los productos.

Los datos se relacionan en la siguiente gráfica:

Gráfica .5. Encuesta alimentos para mascotas



Fuente: Fenalco - B&Optimos- 2011

Determinación de la demanda internacional: Para determinar la demanda internacional se realizó una selección de 5 países que son afines a la importación de productos relacionados con el mercado de las mascotas, estos son:

Estados Unidos

Alemania

Reino Unido.

Francia

China.

Preselección: El procedimiento que se realizó fue establecer 3 principales ítems a los que se les asignó un determinado puntaje. Los puntajes obtenidos de cada país fueron unificados y procesados en una tabla de Excel, los dos mayores puntajes fueron escogidos para realizar el proceso de selección final.

Las variables que fueron objeto de estudio son:

El valor FOB de exportaciones desde Colombia hacia el país destino, teniendo en cuenta su historial en los últimos 3 años.

Plan de Negocios PET TOYS COLOMBIA

Las preferencias arancelarias y acuerdos comerciales que se tengan vigentes con dichos países.

La presencia de oficinas y agregados nacionales en los países destino que faciliten el contacto y la fluidez de las relaciones tanto políticas como comerciales.

Los datos se relacionan en el siguiente cuadro:

Tabla 4. Estudio de variables preselección

	Pais 1		Pais 2		Pais 3		Pais 4		Pais 5						
	China	score	Estados Unidos	score	Alemania	score	Francia	score	Reino Unido	score					
Exportaciones desde Colombia	2011	\$ 1.979	4	2011	\$ 18.298	1	2011	\$ 401	3	2011	\$ 433	2	2011	\$ 14,7	1
	2012	\$ 3.341		2012	\$ 17.891		2012	\$ 379		2012	\$ 267		2012	\$ 9,8	
	2013	\$ 5.098		2013	\$ 15.220		2013	\$ 764		2013	\$ 316		2013	\$ 11,7	
Preferencias arancelarias y acuerdos comerciales	no tiene		1	si tiene		5	si tiene		3	si tiene		3	si tiene		3
Oficinas y agregados nacionales	si tiene		5	si tiene		5	si tiene		5	si tiene		5	si tiene		5
TOTALES			10			11			11			10			9

Luego de realizar la ponderación correspondiente, seleccionamos los países con los dos puntajes más altos, estos fueron Estados Unidos y Alemania.

Selección: En este punto del proceso se confrontó la importancia en aspectos fundamentales del desarrollo interno de cada país, abarcando una serie de elementos y componentes de los mismos, como los son:

- i. Economía = aspectos como la inflación y mercado tecnológico
- ii. Política = tipo de gobierno, tendencias políticas, estabilidad y tendencias comerciales
- iii. Acceso al mercado = preferencias arancelaria, índices logísticos, índices de facilidad para hacer negocios, y tiempos en entrega de importaciones y exportaciones.
- iv. Transporte = eficiencia aduanera, calidad de la infraestructura, costos de importación y exportación por contenedor, número de documentos para exportar, capacidad en

seguimiento y rastreo de envíos, competencia y calidad en servicios logísticos.

- v. Geografía = ubicación geográfica del mercado destino y aspectos como las estaciones y temporadas climatológicas.

Los datos se relacionan en la siguiente tabla:

Tabla 5. Estudio de variables selección

PAISES	Estados Unidos		Alemania	
	variable	calificación	variable	calificación
ECONOMIA				
Inflación al último año	1,741 %	5	2,055 %	4
exportaciones en productos de alta tecnología	1,58 billón	5	1,45 billon	5
POLITICA				
Tipo de Gobierno	federal republicano	5	federal republicano	5
Tendencias políticas	no capitalista	5	no capitalista	5
Estabilidad	estable	4	estable	3
Políticas comerciales	proteccionista	5	proteccionista	5
ACCESO AL MERCADO				
Preferencias arancelarias	con preferencias	5	con preferencias	5
índice logístico	4,03	4,03	3,93	3,93
índice facilidad hacer negocios	20	5	4	5
plazos de entrega para exportaciones	2,8	5	3,6	5
TRANSPORTE				
La eficiencia aduanera	3,67	3,67	3,87	3,87
La calidad de la infraestructura	4,14	4,14	4,26	4,26
Costo exportación en USD por contenedor	1.090	5	872	5
Numero de documentos de exportación	4	4	4	4
numero de días para exportar	6	5	7	5
La capacidad de seguimiento y rastreo a los envíos	4,11	4,11	4,05	4,05
La competencia y calidad en los servicios logísticos	3,96	3,96	4,09	4,09
GEOGRAFÍA				
Ubicación geográfica	n/a	5	n/a	3
Estaciones y temporadas	n/a	3	n/a	3
TOTALES		85,91		82,2

Fuente: MinComercio, Procolombia, Banco Mundial, Cámara Colombo China de Inversión y Comercio, Central Intelligence Agency

Con la información anteriormente mencionada se concluye lo siguiente: Una vez evaluados los factores que tienen incidencia directa sobre nuestro producto, abordando los principales frentes en los que el proceso de exportación que se pueden ver favorecidos por circunstancias de desarrollo político, económico, comercial y examinando los niveles de progreso y eficiencia en aspectos aduaneros, de movilidad o transporte e infraestructura, hemos concluido por tanto que el mercado que ofrece mayores ventajas y beneficios es el de los Estados Unidos.

Luego de haber realizado la selección del país con el más alto puntaje se procede a seleccionar el mercado objeto; para el proyecto se escogió la ciudad de Miami en el estado de Florida, ya que según una encuesta realizada por la APPA en el año 2012 esta ciudad figura en el puesto 18 entre las 100 ciudades más amigables para tener una mascota.

Adicional a esto se consideraran a futuro las ciudades de Tampa y Orlando puesto que ocupan las posiciones 7 y 9 respectivamente en dicha encuesta.

La posesión de mascotas en la ciudad de Miami está distribuida entre Perros y gatos con 46,7 y 37,3 %, respectivamente. Para determinar cuál es la demanda potencial de este sector se tomaron los datos de la población total de Miami y se multiplicaron por el porcentaje de las personas encuestadas que tienen como mascota un perro. La población de Miami está compuesta por 417.650 habitantes. Del 46.7% de los habitantes posee como mascota un perro, es decir 195.042 habitantes. Considerando esta información 195.042 sería el número de compradores potenciales a los que apuntaría el proyecto. (ProChile, 2012)

Las ventas mensuales en Miami serán de 98880 unidades de producto, lo que equivale a un contenedor de 40 pies/ Mes (surtido) y el resto se distribuirá en el mercado nacional; ya que la planta solo tiene la capacidad de producir 115000 unidades/mes y el restante abarcaría una mínima parte de un contenedor de 20 pies y no se justifica por costos enviar esto al exterior. Solamente se justifica enviar contenedores FCL.

4.4 El Mercado Proveedor

4.4.1 Proveedores

a) Proveedor 1: Frigo Colanta.

Ubicación: Este proveedor se encuentra ubicado en Antioquia. Su ubicación nos favorece ya que nos reduce los costos de transporte

Capacidad De Respuesta: Es una empresa sólida con 50 años de trayectoria en el mercado de Colombia, tienen disponibles 5.000 kilos de orejas al mes

Precio: El precio de venta de estos productos es de \$800 pesos Colombianos el Kilo.

Tiempo De Entrega: El tiempo de entrega es diario.

Calidad: De excelente Calidad.

Política De Pago: Contado

b) Proveedor 2: Envicarnicos.

Ubicación: Este proveedor se encuentra ubicado en Antioquia. Su ubicación nos favorece ya que nos reduce los costos de transporte

Capacidad De Respuesta: Tienen disponibles 6.000 kilos de orejas al mes

Precio: El precio de venta de estos productos es de \$800 pesos Colombianos el Kilo.

Tiempo De Entrega: El tiempo de entrega es diario.

Calidad: De excelente Calidad.

Política De Pago: Contado

4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

Las principales variables que se tuvieron en cuenta para la selección de los proveedores fueron las siguientes: Ubicación geográfica, trayectoria en el mercado, precio de venta de la materia prima, capacidad de respuesta, tiempos de entrega y calidad de las materias primas.

b) Medios a través de los cuales se realizó el estudio del mercado proveedor

El contacto se realizó a través de la empresa C.I Derivados Agroindustriales de Colombia S.A.S la cual tiene relaciones comerciales sólidas y de largo plazo con estos proveedores comprando otro tipo de productos pero que indirectamente se relacionan con las materias primas a utilizar en el proyecto.

c) Aplicación de la Medios

Consecución de cita personal a través de llamadas telefónicas a los gerentes de las compañías.

Visita a Frigo Colanta realizada el lunes 11 de agosto del 2014, entrevista con el gerente Francisco Uribe.

Visita a Envicarnicos realizada el jueves 14 de agosto del 2014, entrevista con el gerente de producción Nicolás Alzate.

d) Resultados del estudio de los proveedores

Tabla 6. Resultados del estudio de los proveedores

Nombre	Ubicación	Contacto	Productos	Forma De Pago	Confiabilidad
Frigo Colanta	Kilómetro 4 vía Santa Rosa de Osos - Medellín.	(4) 8609439	Orejas de res y residuos de piel	Contado	Alta
Envicarnicos	Cra. 48 No 49B Sur 45 Av. Las Vegas Envigado	(4) 370 4540	Orejas de res y residuos de piel	Contado	Muy Alta

Fuente: Elaboración propia

4.5 El Mercado Competidor

4.5.1 Competidores

MY PET: Ubicados en la Estrella Antioquia, se caracterizan por tener una amplia línea de productos y son una marca Fuerte en el mercado. Tienen 10 años en el mercado.

Teléfono: 448 71 58.

INDUSTRIAS ARGOS LTDA: Ubicados en Bogotá, tienen la línea de orejas de res y adicionalmente tienen una gran fuerza de distribución de todo tipo de artículo para mascotas. Están en el mercado hace 25 años

Teléfono: 1 2110857

CAN AMOR: Ubicados en Bogotá, es la empresa en venta de Carnaza más grande del mercado nacional.

Teléfono: 1 719 64 88

MASCOTIKAS: Ubicada en Medellín, es una empresa que ofrece la gama de productos naturales en el Mercado, es relativamente nueva.

Teléfono: 579 0945

Los competidores en la ciudad de Miami Florida son:

DOGGY STUDIO & BOUTIQUE: 5824 SW 73rd St Miami, FL 33143

Número de teléfono (1) (305) 722-8800

PET SUPERMARKET: Silver Bluff 2720-A S Dixie Hwy Miami, FL 33133

Phone (1) (305) 529-1800

PETCO: 12014 Sw 88Th St Miami, FL 33186

Phone (1) (305) 412-0244

STAR DOG BRICKELL: Brickell 55 Sw 11 St Miami, FL 33131

Phone (1) (305) 374-2210

DOGTOWN: Coconut Grove 3210 Grand Ave Miami, FL 33133

Número de teléfono (1) (305)448-5225

4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

Básicamente se tuvieron en cuenta variables como:

- Precio
- Participación en el mercado
- Posicionamiento de marca
- Calidad de los productos
- Tiempos de entrega
- Trayectoria

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

Los medios utilizados fueron:

Visitas físicas a las tiendas de mascotas

Entrevistas telefónicas

Cotizaciones

Visitas a páginas web

c) Aplicación de la Medios

Tabla 7. Aplicación de la Medios

	Medio	Fecha	Contacto	Lugar
MY PET	Visita física	29/08/2014	David Solórzano	Planta de producción
INDUSTRIAS ARGOS LTDA	Página web	20/08/2014	N/A	Medio virtual
CAN AMOR	Contacto telefónico	25/08/2014	Diego Vélez	N/A
MASCOTIKAS	Visita física	15/08/2014	N/A	Calle 48 77b - 08 Medellín - Antioquia

Fuente: Elaboración propia

d) Resultados del Estudio de la Competencia

Tabla 8. Resultados del Estudio de la Competencia

	% De participación mercado	Posicionamiento de marca	Tiempo de entrega
MY PET	20%	Muy reconocida	30 días hábiles
INDUSTRIAS ARGOS LTDA	11%	Reconocida	60 días calendario
CAN AMOR	4%	Reconocida	30 días calendario
MASCOTIKAS	3%	No muy reconocida	60 días hábiles
PET SUPERMARKET	5,50%	Reconocida	Inmediato
PETCO	7%	Poco reconocida	10 días calendario
STAR DOG BRICKELL	3,50%	Poco reconocida	15 días hábiles

Fuente: Elaboración propia

Continuación Tabla 8, Resultados del Estudio de la Competencia

	Portafolio Productos	Imagen Corporativa	Calidad	Precio	Forma De Pago
MY PET	Muy Amplio En Productos Naturales	Llamativa	Excelente	Orejas: 0.7 USD Rollo Piel Grande: 0.75 USD Rollo Piel Pequeño: 0.55 USD	Nacional 90 Días - Exportación Anticipado
INDUSTRIAS ARGOS LTDA	Muy Amplio En Productos Sintéticos	Muy Básica, Sin Fuerza	Aceptable	Alto	No Fue Suministrada
CAN AMOR	Reducido	Poco Llamativa	Buena	Orejas: 0.62 USD Rollo Piel Grande: 0.75 USD Rollo Piel Pequeño: 0.45 USD	Contado
MASCOTIKAS	Muy Reducido	Logo Llamativo Pero Carece De Página Web	Buena	Medio	Contado
PET SUPERMARKET	Muy Amplio En Productos Naturales	Logo Llamativo Excelente Página Web	Muy Buena	Orejas: 1.25 USD Rollo Piel Grande: 1.35 USD Rollo Piel Pequeño: 0.9 USD	Contado
PETCO	Amplio Portafolio Y Alta Capacidad De Cobertura	Diseños Simples	Buena	Medio	Por Acordar
STAR DOG BRICKELL	Poca Variedad De Productos	Publicidad Creativa	Buena	Orejas: 1 USD Rollo Piel Grande: 1.15 USD Rollo Piel Pequeño: 0.75 USD	Anticipado

Fuente: Elaboración propia

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1 Distribución

Luego de realizar el correspondiente análisis al tipo y los medios de distribución que se utilizaran para comercializar nuestro producto y considerando factores determinantes como tipo y naturaleza de negocio, zona geográfica, objetivos de expansión y capacidad económica, hemos optado por implementar una distribución tanto directa como a través de terceros.

Esta decisión está fundamentada en las siguientes razones:

- i. El margen de rentabilidad económica.
- ii. Mayor visión del cliente y sus requerimientos.
- iii. Ventajas de adaptabilidad y flexibilidad.
- iv. Contacto más cercano en relación distribuidor/producto/cliente.
- v. Percepción de la calidad y aspectos a mejorar.

4.6.2 Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)

a) Defina las variables que se estudiaron del mercado Distribuidor

A continuación se relaciona la información correspondiente a los primeros contactos que se realizaron con algunos almacenes en los que se buscaba explorar o examinar los primeros contactos comerciales que se van a realizar.

PETLAND S.A.S.

Cl 32 82 A-50 L-2321 Colombia, Medellín

Teléfono: (57) (4) 4489968



CANINOS Y FELINOS TIENDA DE FELINOS

Cl 40 B S 27 B-94 Envigado Colombia, Medellín

Teléfono: (57) (4) 3332135



KANÚ

Diferentes puntos de distribución
Línea única Kanú 444 52 68



Éxito

Exito S.A... Cr48 32 B S-139 Envigado
Teléfono: (57) (4) 3396565



Jumbo

Bogota
Teléfono: (57) (1) 3489888



En todos los casos, los distribuidores le dan prioridad a la industria nacional al no comercializar productos importados; estos distribuidores manejan un margen de intermediación entre el 10% y el 15%.

Adicional a esto se cobran márgenes de entre el 3% y el 5% para cubrir mercadeo y logística interna.

El 100% de los distribuidores encuestados no cubren costos por transporte de la mercancía hasta los almacenes.

Los productos deben de cumplir con normas de codificación especiales que son determinadas por cada almacén. La codificación tiene un costo en el sistema GS1 de \$2.464.000 por la membresía en el sistema, aplica para los 3 productos desde Enero hasta Diciembre, estos códigos aplican tanto en el mercado nacional como internacional. Se debe pagar la renovación cada año.

Los pagos se realizan en periodos de 30 días 45 días y 60 días después de entregada la mercancía.

Las devoluciones de los productos se efectúan por calidad y fechas de expiración de los productos.

Pero el aspecto en común que se pudo notar en la investigación es que algunas de estas condiciones pueden variar en el momento de la negociación y están sujetas a cambios determinados por gerencia.

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado distribuidor

Tabla 9. Estrategias y medios para el estudio del mercado distribuidor

Almacén	Método De Investigación
Caninos Y Felinos Tienda De Felinos	Entrevista
Kanú	Entrevista
Éxito	Cotización
Jumbo	Cotización

Fuente: Elaboración propia.

c) Aplicación de la Medios

Tabla 10. Aplicación de la Medios

Almacén	Quien	Como	Donde	Cuando
Caninos Y Felinos Tienda De Felinos	Victor Botero	Entrevista física	almacén	07/09/2014
Kanú	Victor Botero	Llamada telefónica	N/A	07/09/2014
Éxito	Victor Botero	Cotización electrónica	N/A	08/09/2014
Jumbo	Victor Botero	Cotización electrónica	N/A	09/09/2014

Fuente: Elaboración propia.

d) Resultados del Estudio del mercado Distribuidor

Tabla 11. Resultados del Estudio del mercado Distribuidor

Almacén	Contacto	Comisión	Forma De Pago	Confiabilidad	Debilidades	Fortalezas
Caninos Y Felinos Tienda De Felinos	Andrea Martínez	15%	60 días	Media-alta	Poder de comercialización reducido	Alta proyección de crecimiento
Kanú	Juan Alzate	15%	60 días	Media-alta	Alta comisión de intermediación	Numerosos puntos de distribución
Éxito	Martha González	13%	45 días	Alta	Alta probabilidad de averías	Muy alta rotación de productos
Jumbo	Alejandro Vera	11%	45 días	alta	Alta probabilidad de averías	Muy alta rotación de productos

Fuente: Elaboración propia.

4.6.3 Distribución Directa

a) **Describa los medios a través de los cuales se hará la distribución del producto**

Al implementar ambos modelos de distribución se realizara la entrega física de los productos tanto en los almacenes de venta en el mercado nacional , algunos almacenes que hemos identificado como nuestro target principal para la distribución terceros son:

PETLAND S.A.S.
CANINOS Y FELINOS TIENDA DE FELINOS
KANÚ
Éxito
Jumbo
D1

4.6.4 Distribución en el Mercado Internacional

La distribución en el mercado internacional la hará una empresa llamada Pet International, ubicada en la ciudad de Miami- Florida, Estados Unidos. Los contactos de la empresa son los siguientes:

8600 N.W. 30th Terrace
Miami, Florida 33122
Phone: 305-591-3338
Fax: 305-477-1110
e-mail: info@petint.com
www.petint.com

Esta empresa comprara los productos de la empresa, por contenedores de 40 pies en cantidades que se especificaran más adelante porque los contenedores serán surtidos. La empresa se dedicará a desempacar los productos y hacerles las modificaciones pertinentes de empaque y presentación requeridas por las grandes cadenas en Estados Unidos y enviaran el producto a estas tiendas, para que sea comprado por los dueños de las mascotas (consumidor final).

Las principales tiendas a las que Pet International venderá el producto son:

Figura 1. PETS MART



Fuente: PETS MART, cuenta con 10 tiendas en Miami, tiene 20 años de experiencia en el mercado y vende todo tipo de artículos para perros tanto naturales como sintéticos y cuenta con numerosos servicios para mascotas, no solamente venta de artículos.

Figura 2. WALMART



Fuente: WALMART entra al mercado en 1969, tiene más de 8500 tiendas y opera en más de 15 países, en la ciudad de Miami cuenta con 30 mega tiendas y vende de todo tipo de artículos. En cuanto a mascotas cuenta con todo tipo de artículos tanto sintéticos como naturales. Es de vital éxito para el posicionamiento de PET TOYS COLOMBIA S.A.S que esta cadena de almacenes venda sus productos y amplíe sus pedidos.

b) Fuerza de ventas

Para realizar la venta y comercialización de los productos del proyecto inicialmente se contara con 3 vendedores.

Las competencias que deberán tener estos vendedores serán:

- i. Competencias de logro y acción: Orientación al logro, preocupación por el orden, la calidad y la precisión, iniciativa, búsqueda de información.
- ii. Competencias de ayuda y servicio: Entendimiento interpersonal, orientación al cliente
- iii. Competencias de influencia: Influencia e impacto, construcción de relaciones, conciencia

- organizacional.
- iv. Competencias gerenciales: Desarrollo de personas, dirección de personas, trabajo en equipo y cooperación, liderazgo
 - v. Competencias cognoscitivas: Pensamiento analítico, razonamiento conceptual, experiencia técnica
 - vi. Competencias de eficacia personal: Autocontrol, confianza en sí mismo, comportamiento ante los fracasos, flexibilidad

Costos del personal de ventas

Sueldo Fijo.

Comisiones por Venta.

Aguinaldo y Vacaciones.

Gastos de representación.

Costos de Vehículo.

Costos de capacitación.

Cargas Sociales.

Telefonía fija y móvil.

Pasajes de avión y hotel.

Correo empresarial.

Soporte administrativo

El salario básico a pagar será el siguiente:

Cargo: Vendedor.

Personas Requeridas: 3

Perfil: Tecnólogo en mercadeo y ventas. Que tenga excelentes relaciones humanas y la capacidad de hacer negocios y de posicionar el nombre de la compañía en el mercado nacional y hacer gestiones y contactos vía electrónica con posibles clientes a nivel internacional.

Experiencia y habilidades: Tener como mínimo 3 años de experiencia y tener el certificado de haber asistido a las capacitaciones acerca del producto, estas capacitaciones serán brindadas por los accionistas de la compañía y no tendrán ningún costo.

Tipo de contrato: Término indefinido.

Salario: 1.500.000/Mes.

Auxilio de transporte: 72000/Mes.

Salud (8.5%): 127.500/Mes.

Pensión (12%): 180.000/Mes.

Prima: 130.947,6/Mes.

Cesantías: 130.947,6/Mes.

Intereses a las cesantías: 1.309,47/Mes.

Vacaciones: 62.500/Mes.

Parafiscales (9%): 135.000/Mes.

ARL (0.522%): 7.830/Mes.

Total a pagar empleador: 2'348.034,68

Los demás gastos serán retribuidos conforme al desempeño del vendedor.

En Estados Unidos no se manejarán vendedores, ya que la distribuidora Pet International se encargará de toda el área de mercadeo y ventas en Estados Unidos. Por ende los vendedores son empleados de Pet International y no generan ningún costo a PET TOYS COLOMBIA S.A.S. Lo que si se realizará una vez por año es la visita del gerente de la compañía a la ciudad de Miami, durante una semana; para visitar clientes actuales y conseguir nuevos clientes. Para esto se destinarán 5 millones de pesos al año como gastos de representación que incluye tiquetes aéreos, alojamiento y alimentación.

4.6.5 Manejo de Inventarios

Del producto en circulación no se planea tener inventario ya que la cantidad de producto demandado es mucho mayor que la capacidad de producción de la planta.

4.6.6 Comunicación

Nombre comercial:

Oreja de res

Rollo de piel grande.

Rolo de piel pequeño

Especificaciones del empaque

- i. Para nuestros productos se utilizarán los siguientes empaques:
- ii. Empaque plástico transparente al vacío con el propósito de que el cliente pueda observar la calidad y textura de los productos y etiqueta de colores llamativos con el logo símbolo de la marca.
- iii. Empaque en malla con etiqueta de colores llamativos con el logo símbolo de la marca.

Para el mercado internacional (Exportación), los productos se distribuirán empacados en la siguiente manera:

Tabla 12. Especificaciones del empaque

Producto	Unidades Por Caja	Peso Por Unidad
Orejas de res	300 Unidades	47,37 Gramos
Rollos de piel largo	260 Unidades	52,11 Gramos
Rollos de piel pequeño	550 Unidades	26,05 Gramos

Fuente: Elaboración propia.

Nombre de la empresa: Pet Toys Colombia SAS

Colores distintivos de la Empresa: Blanco, Fucsia, Azul Agua Marina, Café Claro

Figura 3. Logo



Fuente: Elaboración propia.

4.6.7 Actividades de promoción y divulgación

La publicidad estará enfocada principalmente a las tiendas de mascotas y almacenes de cadena, mediante stands en los cuales se dan muestras del producto y demostraciones de su uso, se repartirán folletos con publicidad llamativa que induzca a los posibles compradores a optar por la compra del producto.

También se creará una página web innovadora y llamativa, en la que se haga énfasis en el producto y muestren todos los contactos de la compañía.

Se va a hacer presencia en los principales eventos relacionados directamente con los caninos (ferias) y el mundo de las mascotas en general.

Los eventos serán los siguientes:

- i. Presencia en los principales almacenes de cadena con stands: Frecuencia 1 vez al mes. Valor \$ 1.200.000 /mes.
- ii. Creación de página web: \$ 3.000.000.
- iii. Stand Expo- Finca: \$2.600.000/ año.
- iv. Stand Agro expo: \$ 3.650.000 / año.

Eventos Internacionales: Animalia Pet Expo en Miami Florida lo cual tendrá un costo de \$ 5.500.000 al año. El asistente por PET TOYS COLOMBIA S.A.S es el Jefe de Ventas

4.7 Precios de los Productos

4.7.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos

Tabla 13. Determinación de precios

Determinación de precios	
Factores	a) Diferenciación del producto
	b) Precios promedios del mercado
	c) Características y beneficios del producto
	d) Ubicación del cliente potencial

Fuente: Elaboración propia.

- i. El factor diferenciador que en esencia consiste en que los juguetes para mascotas son 100% naturales; sin ningún tipo de material sintético, será fundamental a la hora de darle un precio al producto, ya que probablemente será lo que ayude a llamar la atención del consumidor.

- ii. Se debe tener en cuenta el precio que poseen los competidores en el mercado, lo que brindara un base para establecer el precio final, permitiéndonos ser competitivos
- iii. Es de vital importancia tener en cuenta las características del producto, pues al ser un producto a base de subproductos biológicos se debe establecer el beneficio de la no utilización del látex para la creación de un juguete, además de tener un agradable sabor para la mascota.
- iv. Se posicionaran los productos en cadenas comerciales importantes, por tanto debemos tener en cuenta los estándares de presentación de los mismos

4.7.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

Para la definición del precio de producto, se tuvo en cuenta los siguientes costos

- i. Materias Primas: \$600 / Kilo. Cada Kilo tiene 5 orejas de Res.
- ii. Servicios Generales: El precio de todos los servicios públicos incluido agua, luz, teléfono, internet y saneamiento. Todo incluido serán de: \$3, 500,000/MES.

Tabla 14. Costos

Nota: el costo de la materia prima es igual para todos los productos porque la oreja de res se compra por kilo y ya luego se hace la selección para cada producto.

Oreja Mercado Nacional				
Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componentes	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Oreja	\$ 120,00	1,00	Unidad	\$ 120,00
Depilador	\$ 25,00	1,00	Unidad	\$ 25,00
Colorante	\$ 14,58	1,00	Unidad	\$ 14,58
Empaque	\$ 5,14	1,00	Unidad	\$ 5,14
Embalaje	\$ 25,74	1,00	Unidad	\$ 25,74
Etiqueta	\$ 25,00	1,00	Unidad	\$ 25,00
Gastos y Costos				
Costos Fijos	\$ 197,00	1,00	Unidad	\$ 197,00
Gastos de Admon y Ventas	\$ 191,96	1,00	Unidad	\$ 191,96
Transporte Nacional	\$ 5,00	1,00	Unidad	\$ 5,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 609,42

Fuente: Elaboración propia

Plan de Negocios PET TOYS COLOMBIA

Rollo de Piel Largo Mercado Nacional				
Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componentes	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Oreja	\$ 120,00	1,00	Unidad	\$ 120,00
Depilador	\$ 25,00	1,00	Unidad	\$ 25,00
Colorante	\$ 14,58	1,00	Unidad	\$ 14,58
Empaque	\$ 5,14	1,00	Unidad	\$ 5,14
Embalaje	\$ 25,74	1,00	Unidad	\$ 25,74
Etiqueta	\$ 25,00	1,00	unidad	\$ 25,00
Gastos y Costos				
Costos Fijos	\$ 197,00	1,00	Unidad	\$ 197,00
Gastos de Admon y Ventas	\$ 191,96	1,00	Unidad	\$ 191,96
Transporte Nacional	\$ 5,00	1,00	Unidad	\$ 5,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 609,42

Fuente: Elaboración propia

Rollo de piel Pequeño Mercado Nacional				
Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componentes	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Oreja	\$ 120,00	1,00	Unidad	\$ 120,00
Depilador	\$ 25,00	1,00	Unidad	\$ 25,00
Colorante	\$ 14,58	1,00	Unidad	\$ 14,58
Empaque	\$ 5,14	1,00	Unidad	\$ 5,14
Embalaje	\$ 25,74	1,00	Unidad	\$ 25,74
Etiqueta	\$ 25,00	1,00	unidad	\$ 25,00
Gastos y Costos				
Costos Fijos	\$ 197,00	1,00	Unidad	\$ 197,00
Gastos de Admon y Ventas	\$ 191,96	1,00	Unidad	\$ 191,96
Transporte Nacional	\$ 5,00	1,00	Unidad	\$ 5,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 609,42

Fuente: Elaboración propia

Tabla 15. Costos Exportación

Contenedor de 40 Pies			
Numero de estibas universales (1,2 mt x 1 mt) a embalar		20	
Cajas por Estiba		16	
Cajas por contenedor		320	
Producto	Unidades por caja	Peso por producto	
Orejas de res	300 Unidades	47,37 Gramos	
Rollos de piel largo	260 Unidades	52,11 Gramos	
Rollos de piel pequeño	550 Unidades	26,05 Gramos	
CONTENEDOR SURTIDO			
PRODUCTO	NÚMERO DE UNIDADES	PESO	
OREJA DE RES	48.000	2.273.684,21	
ROLLOS DE PIEL LARGO	33.280	1.734.063,16	
ROLLOS DE PIEL PEQUEÑO	17.600	458.526,32	
TOTAL	98.880	4466,27 Kilogramos	
PESO ESTIBAS	600 kilogramos		
PESO CAJAS Y BOLSAS	176 kilogramos		
COSTOS DE EMPAQUE			
	UNITARIO	POR CONT 20	POR CONT 40
COSTOS CAJA	\$7500	\$1.200.000	\$2.400.000
COSTO BOLSAS	\$600	\$296.640	\$593.280
COSTO ESTIBA	\$28000	\$280.000	\$560.000
TOTAL		\$1.776.640	\$3.553.280
COSTOS CIF			
CONCEPTO	Por Cont 40		
VALOR FLETE MED-CART	\$1.850.000		
COSTO TOTAL HASTA PUERTO	\$5.403.280		
COSTO UNITARIO	\$55		
INTERMEDIACIÓN ADUANERA	USD 173		
HANDLING	USD 100		
FLETE MARITIMO	USD 1700		
SEGURO INTERNACIONAL	USD 247,2		
BAF	USD 115		
DOCUMENT FEE	USD 80		
TOTAL CIF	USD 51855,2		
TOTAL CIF UNITARIO	USD 0,53		

Plan de Negocios PET TOYS COLOMBIA

Distribución de costos				
Orejas Exportación				
Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componentes	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Oreja	\$ 120,00	1,00	Unidad	\$ 120,00
Colorante	\$ 14,58	1,00	Unidad	\$ 14,58
Embalaje	\$ 25,74	1,00	Unidad	\$ 25,74
Etiqueta	\$ 25,00	1,00	unidad	\$ 25,00
Gastos y Costos				
Costos Fijos	\$ 197,00	1,00	Unidad	\$ 197,00
Gastos de Admon y Ventas	\$ 191,96	1,00	Unidad	\$ 191,96
Seguro	\$ 4,94	1,00	Unidad	\$ 4,94
Flete Nacional	\$ 18,71	1,00	Unidad	\$ 18,71
Intermediacion aduanera	\$ 3,45	1,00	Unidad	\$ 3,45
Flete Internacional	\$ 33,95	1,00	Unidad	\$ 33,95
Recargos	\$ 3,89	1,00	Unidad	\$ 3,89
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 639,22
Rollo de Piel Largo Exportación				
Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componentes	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Oreja	\$ 120,00	1,00	Unidad	\$ 120,00
Depilador	\$ 25,00	1,00	Unidad	\$ 25,00
Colorante	\$ 14,58	1,00	Unidad	\$ 14,58
Empaque	\$ 5,14	1,00	Unidad	\$ 5,14
Embalaje	\$ 25,74	1,00	Unidad	\$ 25,74
Etiqueta	\$ 25,00	1,00	unidad	\$ 25,00
Gastos y Costos				
Costos Fijos	\$ 197,00	1,00	Unidad	\$ 197,00
Gastos de Admon y Ventas	\$ 191,96	1,00	Unidad	\$ 191,96
Seguro	\$ 4,94	1,00	Unidad	\$ 4,94
Flete Nacional	\$ 18,71	1,00	Unidad	\$ 18,71
Intermediacion aduanera	\$ 3,45	1,00	Unidad	\$ 3,45
Flete Internacional	\$ 33,95	1,00	Unidad	\$ 33,95
Recargos	\$ 3,89	1,00	Unidad	\$ 3,89

Plan de Negocios PET TOYS COLOMBIA

Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 669,36
Rollo de Piel Pequeño Exportación				
Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componentes	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Oreja	\$ 120,00	1,00	Unidad	\$ 120,00
Depilador	\$ 25,00	1,00	Unidad	\$ 25,00
Colorante	\$ 14,58	1,00	Unidad	\$ 14,58
Empaque	\$ 5,14	1,00	Unidad	\$ 5,14
Embalaje	\$ 25,74	1,00	Unidad	\$ 25,74
Etiqueta	\$ 25,00	1,00	unidad	\$ 25,00
Gastos y Costos				
Costos Fijos	\$ 197,00	1,00	Unidad	\$ 197,00
Gastos de Admon y Ventas	\$ 191,96	1,00	Unidad	\$ 191,96
Seguro	\$ 4,94	1,00	Unidad	\$ 4,94
Flete Nacional	\$ 18,71	1,00	Unidad	\$ 18,71
Intermediacion aduanera	\$ 3,45	1,00	Unidad	\$ 3,45
Flete Internacional	\$ 33,95	1,00	Unidad	\$ 33,95
Recargos	\$ 3,89	1,00	Unidad	\$ 3,89
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 669,36

Fuente: Elaboración propia

4.7.3 Precios Propuestos

El precio nacional va a ser de \$900/ unidad. Ya que el costo en la elaboración de cada producto es \$538,99 y la utilidad es del 40%. Entonces se divide este valor por 0,6 y da un precio de 898,32 y se redondea a \$900. Y en el mercado internacional con todos los costos incluidos hasta el CIF será de 0,53 USD / unidad.

4.7.4 Política de Precios

El pago de las exportaciones será de 50% anticipado y 50% 10 días después del arribo del contenedor. No se harán descuentos por pronto pago. Y en el mercado Nacional el pago será 30 días después de la factura y tampoco se dan descuentos por pronto pago.

4.8 Riesgos y Oportunidades del mercado

En el estudio de mercado para este proyecto se encontraron algunos riesgos, que podrían causar el no éxito del mismo, los riesgos más significativos que se encontraron son los siguientes:

- i. Que el posicionamiento y trayectoria de la competencia impida el ingreso de los productos del proyecto al mercado.
- ii. También es un riesgo que la empresa no tenga aceptación y credibilidad por parte de los proveedores por ser una empresa nueva.
- iii. Los tiempos de pago por parte de las grandes superficies representan un alto riesgo de iliquidez de la empresa por ser muy largos.
- iv. Otro riesgo es, que cuando se ingrese al mercado internacional sea muy difícil la primera exportación, los muchos requerimientos de la autoridades sanitarias de los países importadores.
- v. Finalmente otro riesgo que puede presentarse es la no aceptación del producto por parte de los consumidores, por los componentes con los que está elaborado el producto; de pronto genere temor por el impacto digestivo que genere en los animales.

Independientemente de los riesgos que se puedan tener, el proyecto por ser un proyecto innovador y nuevo para muchas personas, tiene un gran número de oportunidades en el mercado como los son:

- i. La oportunidad de posicionamiento en el mercado nacional y posteriormente internacional, por la calidad y aceptación que pueda generar los productos.
- ii. Por ser productos 100 % naturales y que pueden contribuir a la no contaminación proyecto.

- iii. El crecimiento en la población canina mundial, puede incrementar la demanda del producto de manera acelerada, ya que son cada día más los amos que quieren el bienestar para su mascota.
- iv. Si el producto tiene buena aceptación por parte de los consumidores, se puede ampliar mucho más el portafolio de productos porque hay mucha diversidad de materias primas que pueden ser utilizadas.

4.9 Plan de ventas

Basados en la investigación de la demandas realizada en los numerales 4.2.2, se determinó que la demanda potencial nacional fue de 5'293.170 personas y la internacional de 195.042 personas

La capacidad máxima mensual de la planta de producción es de 115.000 unidades; de las cuales se hará la siguiente distribución:

Para el mercado nacional se designara una cantidad mensual de 16.120 unidades, con esta cantidad se atenderá el 0.30% de la demanda potencial.

Para el mercado internacional se designara una cantidad mensual de 98.880 unidades equivalente a un contenedor de 40 pies FCL. Exportando esta cantidad se atenderá el 50.7% de la demanda potencial internacional.

Se enfatiza en dar prioridad al mercado internacional ya que a través de este se puede obtener una mayor rentabilidad, proyección de la empresa y contando con formas de mas agiles y efectivas.

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

5.1 Objetivos de producción

Objetivos a corto plazo

Adecuar el establecimiento para la producción de los juguetes de mascotas, con maquinaria y equipo de excelente calidad y óptima eficiencia.

Tener un proceso, estandarizado eficaz y eficiente para la producción de juguetes para mascotas, que permita un flujo continuo de producción con el que se pueda cumplir con todos los pedidos.

Producir juguetes para mascotas que cumplan todos los estándares de calidad esperados por los clientes.

Objetivos a Mediano Plazo:

Estar produciendo un contenedor de 20 pies mensual con destino de exportación.

Tener un desperdicio en el proceso productivo únicamente del 1%.

Diseñar e implementar la producción de nuevos artículos que permita ampliar el portafolio de la compañía.

Objetivos a largo plazo:

Tener una política de calidad consolidada que este fundamentada en un sistema de gestión de procesos y certificada en las normas internacionales.

Producir y exportar un contenedor de 40 pies mensual a Estados Unidos.

5.2 Descripción del proceso de producción

a) Recepción: Incluye descarga de la materia prima, si es el caso; selección (para rechazar lo que no sirva; pedazos grandes de sebo o materia extraña que no haga parte del producto), pesaje y el almacenamiento en frío.

Tiempo de Proceso: 2 horas

b) Descongelar: Se coloca en canecas con agua.

Tiempo de Proceso: 10 horas

c) Limpiar: Retirar la carne sobrante, entre otros residuos que no hagan parte del producto final. Como lo son el oído, cebos o carnes.

Tiempo de Proceso: 8 horas por 200 kilos por operario.

Plan de Negocios PET TOYS COLOMBIA

d) Pelar y retirar pelo: Se ingresa el producto en un Tambor centrífugo junto con el químico para el desprendimiento del pelo.

Tiempo de Proceso: 6 horas

Equipos Requeridos: Tambor Centrífugo.

e) Lavar: Se retira el producto del tambor centrífugo y se lava con agua a presión (hidro lavadora) para retirar el residuo de pelo que pudo quedar al finalizar el proceso.

Tiempo de Proceso: 1 horas

Equipos Requeridos: Hidro Lavadora Industrial

f) Montar: Disposición del material en mallas de acero inoxidable. En el caso de los rollos de piel, el producto se enrolla con sunchos plásticos para que conserve su forma durante todo el proceso, y quede con la forma adecuada.

Tiempo de Proceso: se procesaran 250 unidades por hora/operario en el montaje

Equipos Requeridos: Estructura metálica con malla rígida templada.

g) Deshidratar: Se ingresa el producto a los hornos de deshidratación por 30 Horas a una temperatura de 120 grados Celsius contante durante todo el proceso.

Tiempo de Proceso: 30 horas por carga de horno, en cada carga de los hornos se procesan de 3.500 a 4.000 unidades en promedio

Equipos Requeridos: Horno de Deshidratar.

En el proceso de deshidratación y si es el caso del producto terminado, el horno cuenta con aspersores de color y aroma para dar el terminado del producto final, puede ser con Color y Sabor a Tocineta, Caramelo, Tocineta, queso entre otros. Este proceso se realiza de forma gradual durante las 30 horas del proceso.

h) Desmontar: Se retira el material de los hornos al finalizar su proceso.

Tiempo de Proceso: 1 horas por horno

Retirar plásticos: En los Rollos se retiran los sunchos plásticos para proceder al corte.

Tiempo de Proceso: 8 horas por 2.500 unidades por operario.

i) Cortar: Según la medida definida, en el caso de los rollos de piel de que hay medidas de 10 cm y 20 cm

Tiempo de Proceso: 8 horas por 3.500 unidades por operario.

j) Control de Calidad: Se inspecciona que el producto cumpla con todas las especificaciones

técnicas en cuanto a tamaño y color, adicionalmente se inspecciona que no tenga residuos de pelo o plástico en el producto terminado.

Tiempo de Proceso: 8 horas por 10.000 unidades por operario.

Se realiza una inspección de metales a todo el producto.

k) Almacenar:

Tiempo de proceso: 1 hora

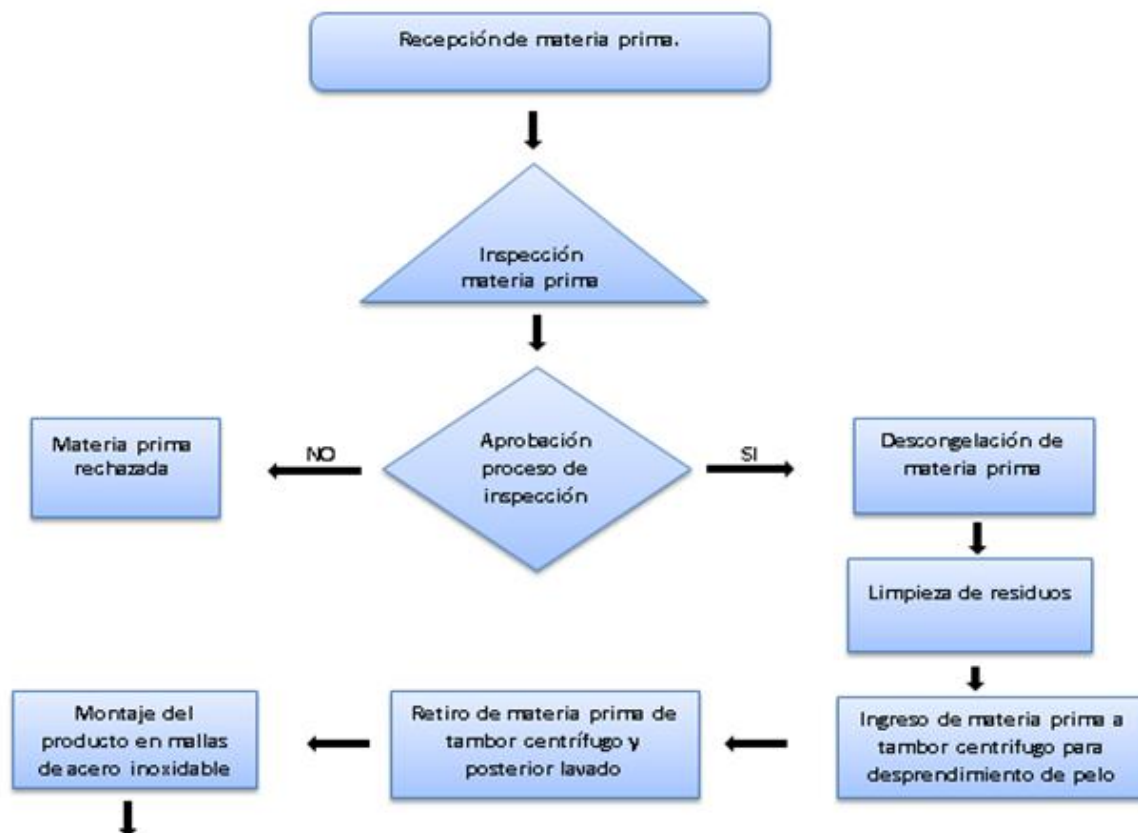
Equipo requerido: canastas plásticas

l) Empacar y etiquetar:

Tiempo de Proceso: 8 horas por 1.000 unidades por operario.

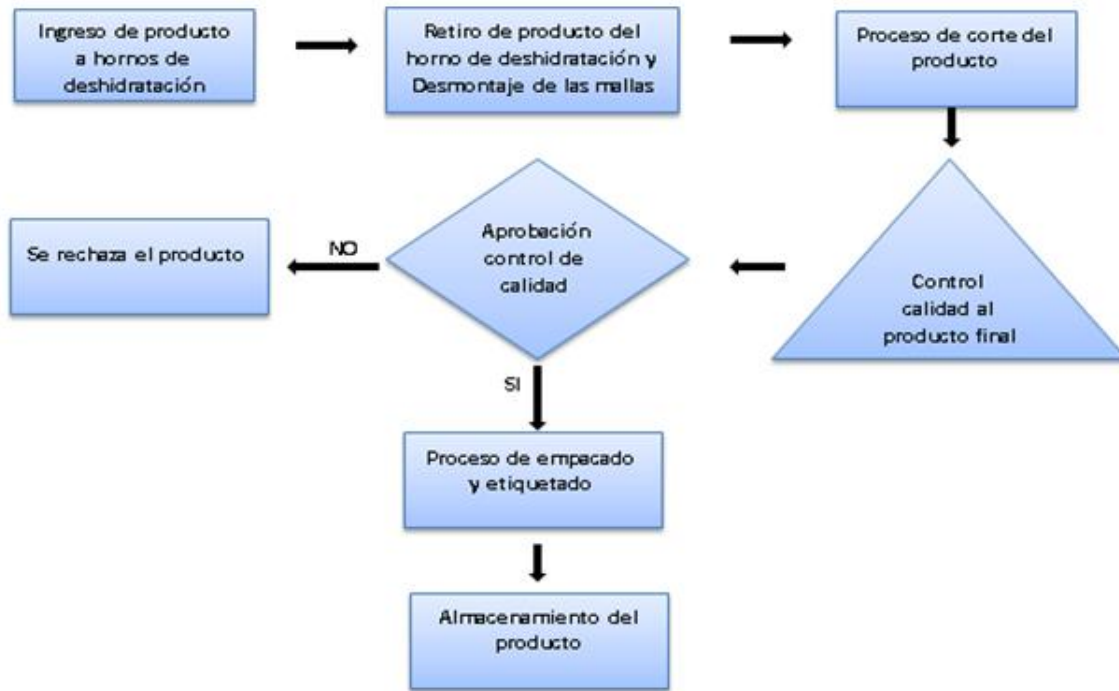
Material requerido: bolsas plásticas y cajas de cartón corrugado

Figura 4. Diagrama de flujo del proceso de producción



Fuente: Elaboración propia.

Continuación Figura 4. Diagrama de flujo del proceso de producción



Fuente: Elaboración propia.

5.3 Capacidad de producción

Se Tiene una capacidad de producción de 115.000 unidades mes, con lo Cual se ofrece un contenedor de 40 pies con frecuencia mensual, y dejando una mínima parte de la producción para el mercado nacional.

La capacidad instalada permite fabricar 3.840 Unidades día, en una jornada de 8 horas fabricando 480 unidades por hora.

Se tiene la capacidad de producir 480 Unidades por hora. El turno es de 8 horas/día entonces se producen 3840 Unidades/ Día y se produce los 30 días del mes, ya que los domingos y festivos los hornos siguen operando y el vigilante de la empresa los cuida, ya que esto no tiene ninguna ciencia. O sea que se producen 115.200 Unidades/Mes. Y con los productos defectuosos que puedan salir, la producción mensual será de 115.000 Unidades.

5.4 Plan de Producción

Tabla 16. Plan de Producción

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN			
	MENSUAL	TRIMESTRAL	ANUAL
CANTIDAD	115000	345000	1380000

Fuente: Elaboración propia.

La capacidad instalada permite fabricar 3.900 Unidades día, en una jornada de 8 horas fabricando 480 unidades por hora.

Se aclara que la cantidad de producto producido puede variar dependiendo del comportamiento de la demanda internacional, del desarrollo del modelo de producción, y de la rentabilidad deseada.

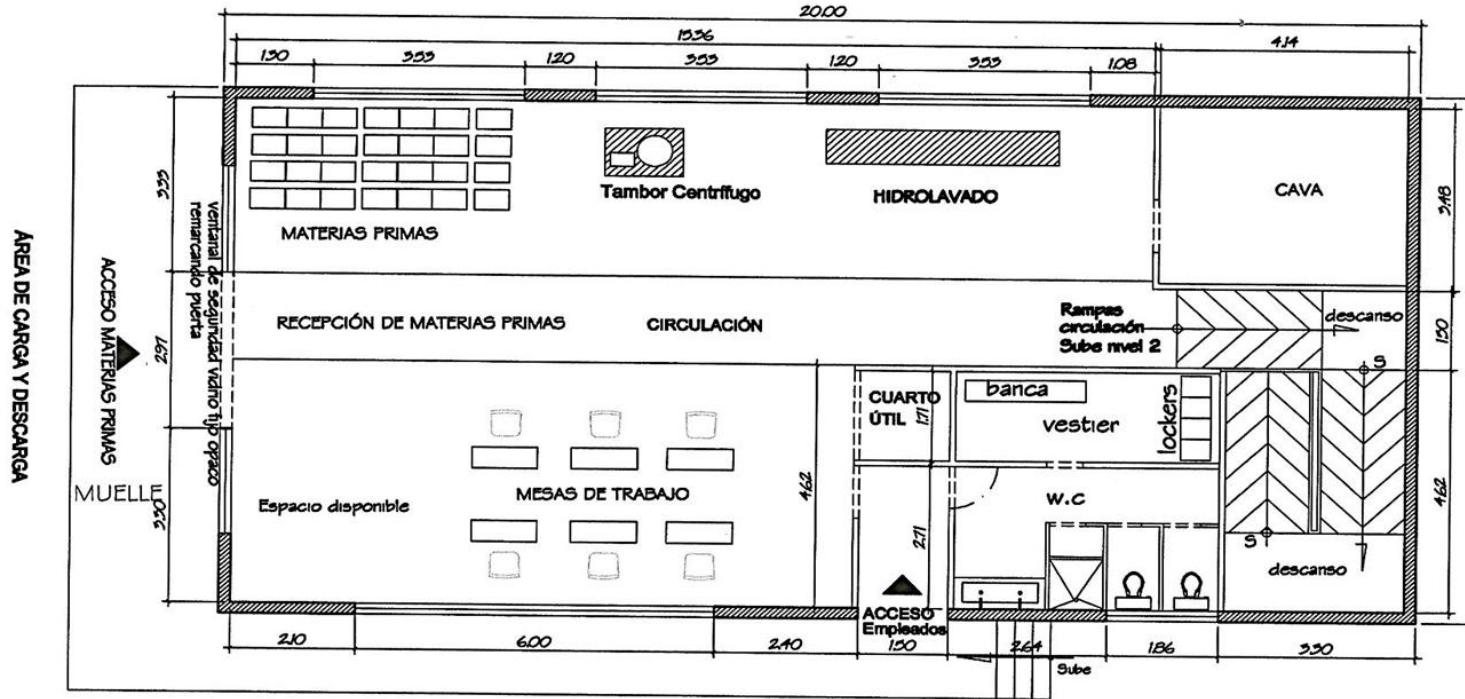
5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1 Locaciones

Se requiere una bodega de 400 metros, aproximadamente con un valor en mercado de alquiler de \$ 12.000 metro cuadrado, lo que equivale a \$4.800.000 / Mes.

Ver Figura 5. Locaciones

Figura 5. Locaciones

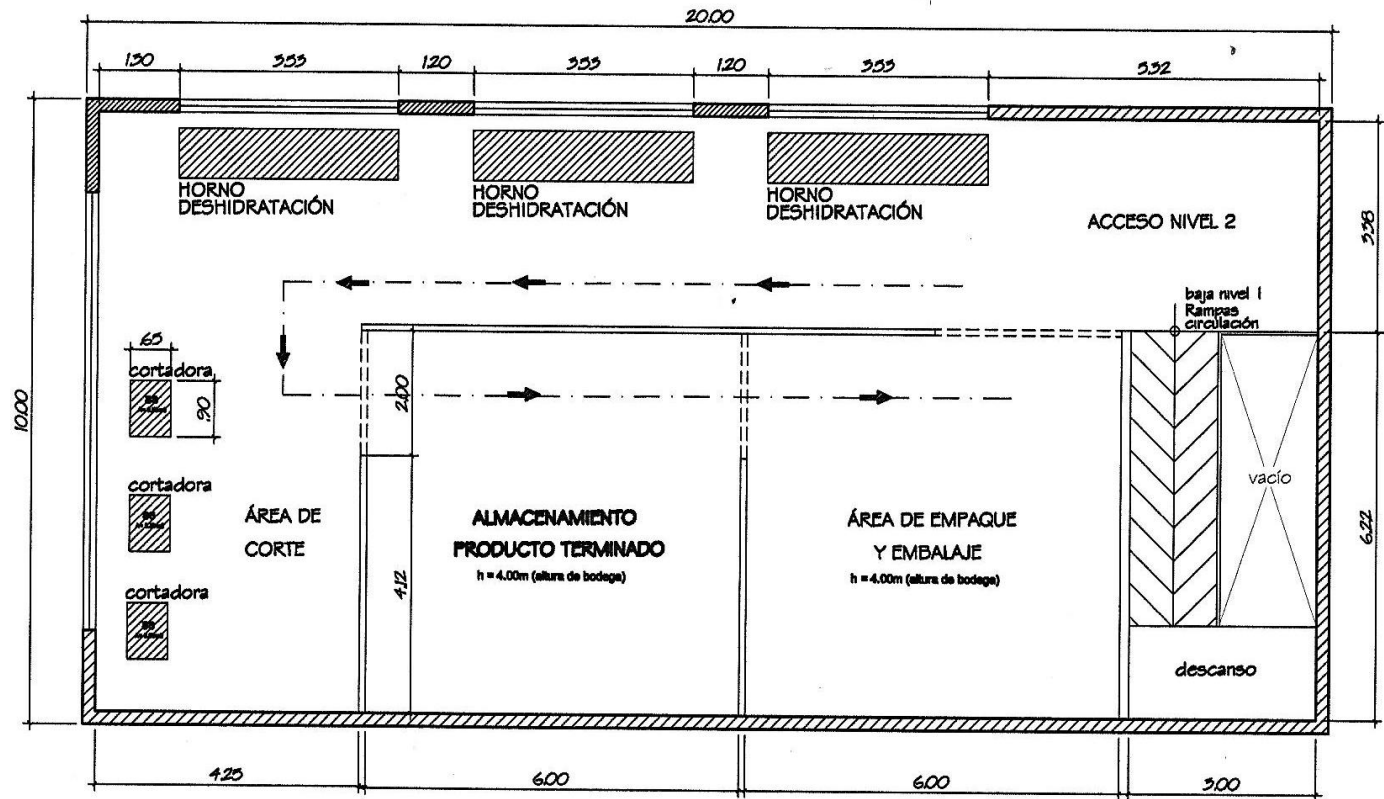


PLANTA PRIMER NIVEL
Escala 1:100 ÁREA = 200 mt²


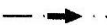
NOTA:
Las ventanas propuestas están sujetas a modificación con un diseño de fachadas, está propuesto ventanas en altura y de aproximadamente 60cm de abertura

CUADRO DE ÁREAS	
ÁREA CONSTRUÍDA NIVEL 1	207.24m ²
ÁREA espacio rampas circulación a nivel 2	7.24m ²
ÁREA CONSTRUÍDA NIVEL 2	192.76m ²
ÁREA Vacío sobre Escaleras de circulación	7.24m ²
ÁREA TOTAL CONSTRUÍDA	400 mt²

Continuación Figura 5. Locaciones



PLANTA SEGUNDO NIVEL (FLUJO U)
Escala 1:100 ÁREA = 200 mt²

CONVENCIONES	
	Equipos, máquinas
	Flujo de proceso
Medidas en metros	

5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres

Tabla 17. Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres

Descripción	Cantidad	Proveedor	Costo unitario	Costo total
Horno deshidratador	3	Talsa	\$ 37.000.000	\$ 111.000.000
Cava de congelación	1	Sutrak	\$ 52.000.000	\$ 52.000.000
Hidro lavadora	2	Karcher	\$ 1.200.000	\$ 2.400.000
Cierra de corte sin fin	3	Makita	\$ 800.000	\$ 2.400.000
Tambor centrifugo	1	(se fabrica por diseño mecánico)	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000
Mesas de trabajo	6	Indumetal	\$ 800.000	\$ 4.800.000

Fuente: Elaboración propia.

5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos

Tabla 18. Requerimientos de materiales e insumos

Nombre producto	Presentación producto	Peso	Precio	Proveedor	Valor kilo	Unida des por kilo	Valor unitario
Orejas de res	En bruto	20000 kilos	\$12.000 .000	Colanta y envicarnicos	\$ 600	N/a	\$ 600,00
Foot wash	En polvo	10 kilos	\$ 114.000	Tecnas	\$ 11.400	500	\$ 23,00
Colorante	Liquido	4 kilos	\$ 35.000	Tecnas	\$ 8.750	600	\$ 4,58

Fuente: Elaboración propia.

5.5.4 Requerimientos de servicios

Servicios Públicos como Gas, Electricidad y Agua. El consumo mensual puede promediar en 3.500.000 meses.

Subcontratación de transporte de carga refrigerada. El transporte de las materias primas de la planta de sacrificio a la planta de producción tendrá un costo de \$400.000/mes. Lo que representa un costo anual de \$4.800.000

Asesoría en Impacto Ambiental. Se tendrá una asesoría de 2 horas mes. El costo es de

\$200.000/mes. Lo que representa un costo de \$2.400.000/año.

5.5.5 Requerimientos de personal

a) **Nombre: jefe de planta:** Descripción: Sera la persona la cual se encarga de direccionar todo el personal en sus funciones básicas de trabajo, medirá rendimientos, controlara tiempos de proceso, maneja los puntos críticos de la producción y será el responsable por cumplir los objetivos de Producción de la empresa

Profesión: Ingeniero de Producción: Perfil: Debe ser un profesional integral y competente para gestionar la productividad y la calidad en todas las áreas de los sistemas organizacionales, mediante el diseño, planeación, ejecución, control y mejoramiento de los procesos, con criterios de responsabilidad social, equidad, transparencia y respeto, en un marco de desarrollo sustentable.

Experiencia y habilidades requeridas: Tener mínimo 5 años de experiencia. Haber desempeñado cargos en el sector cárnico y tener conocimientos en manejo de alimentos. El manejo del producto en particular lo enseñaran los accionistas; por medio de cursos prácticos a la persona seleccionada.

Tipo de contrato: Término indefinido.

Salario: 1.900.000/Mes.

Salud (8.5%): 161500/Mes.

Pensión (12%): 228000/Mes.

Prima: 158270/Mes.

Cesantías: 158270/Mes.

Intereses a las cesantías: 1582.70/Mes.

Vacaciones: 79230/Mes.

Parafiscales (9%): 171000/Mes.

ARL (0.522%): 9918/Mes.

Total a Pagar Empleador: 2867770.7

b) **Nombre: Supervisor:** Descripción: Sera el responsable de manejar los tiempos de procesos, temperaturas de deshidratación, esquemas de producción, manejo de los químicos de los

procesos y sus tiempos de aplicación. Supervisara que el personal realice de manera idónea los procesos indicados por el jefe de planta

Profesión: Tecnólogo Industrial: Perfil: Debe ser profesional con formación integral y competencias para programar, organizar y controlar las cargas de trabajo y el almacenamiento de materias primas y productos terminados; determinar, analizar y controlar costos de producción para proporcionar información que permita la fijación de precios; hacer estudios para el aprovechamiento de los recursos y el incremento la productividad; y apoyar el desarrollo de los programas de seguridad industrial, procesamiento de nómina y administración de personal.

Experiencia y Habilidades Requeridas: Tener 3 años de experiencia. Tener conocimiento en el manejo de alimentos y haber manejado personal.

Tipo de contrato: Término indefinido.

Salario: 1.000.000

Auxilio. Transporte: 72000/Mes.

Salud (8.5%): 85000/Mes.

Pensión (12%): 120000/Mes.

Prima: 89297.6/Mes.

Cesantías: 89297.6/Mes.

Intereses a las cesantías: 892.98/Mes.

Vacaciones: 41700/Mes.

Parafiscales (9%): 90000/Mes.

ARL (0.522%): 5220/Mes.

Total a pagar empleador: 1593408.1

c) **Nombre: Operario:** Descripción: Estas personas deben tener conocimiento de todas las áreas de producción de la empresa, estarán rotando en su cargo de manera frecuente, se encargara de la recepción de materias primas, el pelado y limpieza del producto, la operación de las diferentes maquinas del proceso productivo, montaje y desmonte de los hornos.

Perfil: Debe ser bachiller y tener como mínimo un curso en manipulación de alimentos en cual en establecimientos especializados y habilitados para expedir este tipo de certificaciones.

Experiencia y habilidades requeridas: Tener un año de experiencia en manejo de

alimentos y también tener destrezas en el manejo de cuchillos y cortes de carne.

Número de personas Requeridas: 3

Tipo de contrato: Término indefinido.

Salario: Mínimo Legal vigente

Salario: 616000/Mes.

Auxilio de transporte: 72000/Mes.

Salud (8.5%): 52360/Mes.

Pensión (12%): 73920/Mes.

Prima: 57310.4/Mes.

Cesantías: 57310.4/Mes.

Intereses a las cesantías: 573.1/Mes.

Vacaciones: 25687.2/Mes.

Parafiscales (9%): 55440/Mes.

ARL (0.522%): 3203.2/Mes.

Total a pagar empleador: 1013804.3

d) **Nombre: Cortador-Empacador:** Descripción: Esta persona será el encargado de manejar las sierras de corte del producto, debe garantizar que todos los productos tengan una medida adecuada de empacarlos para su despacho.

Perfil: Debe ser bachiller como mínimo, tener curso en manipulación de alimentos y certificar curso en corte de alimentos.

Experiencia y habilidades requeridas: tener un año de experiencia y saber manejar cortadora industrial.

Tipo de contrato: Término indefinido.

Salario: Mínimo Legal vigente

Salario: 616000/Mes.

Auxilio de transporte: 72000/Mes.

Salud (8.5%): 52360/Mes.

Pensión (12%): 73920/Mes.

Prima: 57310.4/Mes.

Cesantías: 57310.4/Mes.

Plan de Negocios PET TOYS COLOMBIA

Intereses a las cesantías: 573.1/Mes.

Vacaciones: 25687.2/Mes.

Parafiscales (9%): 55440/Mes.

ARL (0.522%): 3203.2/Mes.

Total a pagar empleador: 1013804.3

5.6 Programa de producción

Tabla 19. Operaciones pre operativas de producción y programa de administración

	02/03/2015	16/03/2015	01/04/2015	14/04/2015	20/04/2015	27/04/2015	04/05/2015
Búsqueda de local							
Firma contrato de arrendamiento							
Búsqueda - entrevistas del personal administrativo							
Contratación de personal							
Cotización de maquinaria							
Compra de equipos							
Adecuación de local							
Instalación de maquinaria							
Aseo de local							
Contratación prestación de servicios							
Capacitación de personal							
posesión de cargos							

Fuente: Elaboración propia.

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

El flujo de actividades en el proceso administrativo empieza por la localización de los clientes tanto a nivel nacional como en el exterior, de igual manera se valen de todo el andamiaje del proceso de mercadeo y publicidad para asegurar la captación masiva de clientes potenciales.

Una vez encontrados los clientes y concretadas la ventas se pasan las ordenes de producción correspondientes a el departamento de producción para dar inicio a la compra de materias primas y el proceso productivo.

Culminando la cadena se realiza la distribución física nacional e internacional según el punto convenido.

Como proceso adicional se realiza una vigilancia a los mecanismos de servicio al cliente con el propósito de fidelizar y asegurar la continuidad de los futuros negocios.

Figura 6. Descripción de los procesos administrativos



Fuente: Elaboración propia.

Procesos de apoyo: Como áreas de soporte que complementen el proceso de adquisición, producción y distribución se soporta la cadena de procesos con el área contable, recursos humanos y seguridad; esto nos asegura la mejora integral y continua en todas fases del proceso.

Figura 7. Procesos de apoyo



Fuente: Elaboración propia.

6.1.2 Procesos administrativos externalizados

Se realizara la contratación de vigilancia privada a través de la empresa de seguridad MIRO SEGURIDAD.

Tabla 20. Procesos administrativos externalizados

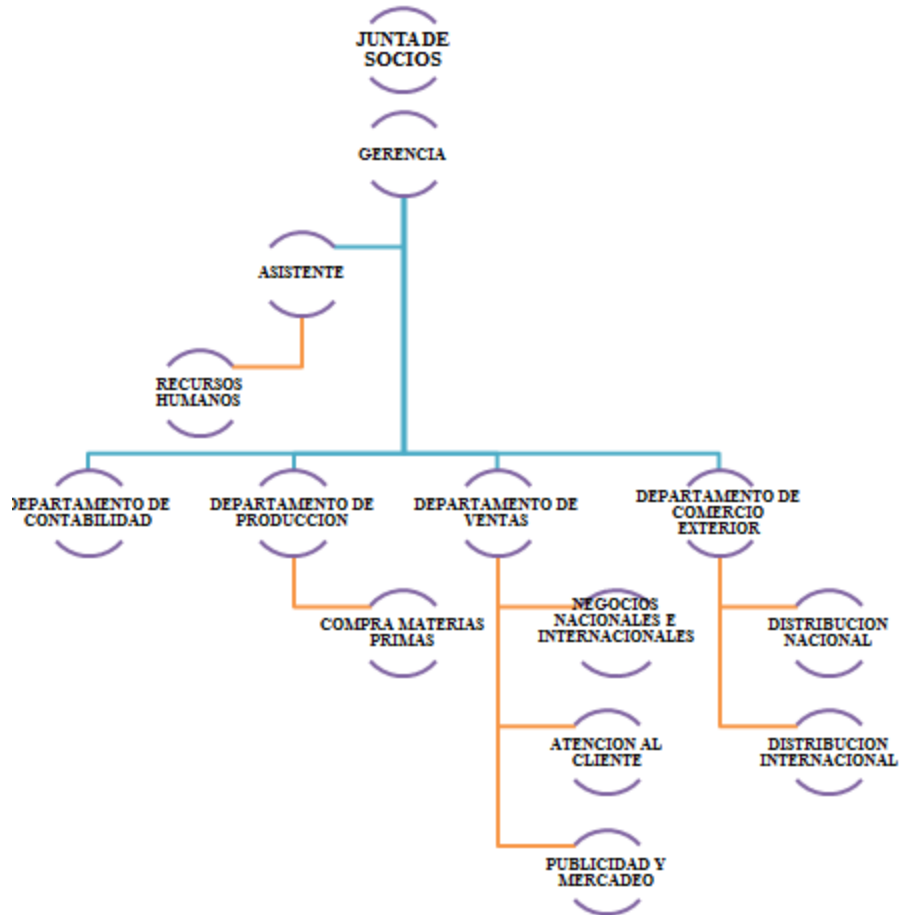
Servicio	Descripción	Proveedor	Precio	Frecuencia
Seguridad	Vigilancia en general de la empresa las 24 horas	Miro Seguridad	6'058.286	Mensual

Fuente: Elaboración propia.

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Organigrama

Figura 8. Organigrama



Fuente: Elaboración propia.

6.2.2 Descripción funcional de la Organización

Gerencia: Conformada por el gerente de la empresa tendrá como principales funciones representar a la sociedad frente a terceros, planear desarrollar y entregar proyecciones de las metas periódicas para la aprobación por parte de la junta de socios, coordinar todos los recursos a través del proceso de planeamiento, organización dirección y control a fin de lograr objetivos establecidos, realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los

diferentes departamentos, designar posiciones gerenciales, velar porque todas las funciones designadas de la empresa así como las metas del día a día se cumplan.

Asistente: La asistente de gerencia estará a cargo de todos los procesos que habitualmente realiza el área de recursos humanos, como los son: contratación y administración de personal, manejo de recursos e implementos para el desarrollo de las actividades administrativas, organización y archivo de los documentos de la empresa, organizar y coordinar la agenda de los administrativos, y todas las acciones inherentes a la asistencia de la gerencia y el apoyo al personal administrativo de la compañía.

Departamento De Contabilidad: Establecer y ejecutar las medidas contables necesarias para garantizar una eficiente operación o fiscalización de los activos, pasivos y patrimonio de la empresa, administrar el sistema de nómina de todos los empleados, asignar partidas presupuestales a cada uno de los departamentos de la empresa, supervisar que en materia fiscal y de impuestos la empresa se encuentre al día,

Departamento De Producción: Será el encargado de todos los procesos productivos que se involucren en la elaboración de los productos de la empresa. Adicional se hará cargo de la compra y seguimiento calidad de las materias primas al igual que del rotulado final y empaçado de los productos, también tendrá a su cargo el desarrollo y la dirección en el diseño de nuevos productos, serán responsables de la asignación de las tareas a los trabajadores, así como también de la operación y el mantenimiento de los equipos.

Departamento de ventas: Es el encargado de la venta de los productos, manejo de base de datos, creación, seguimiento y fidelización de los clientes, coordinar las diferentes campañas de publicidad a nivel nacional e internacional, diseñar estrategias, promociones y ofertas para la apertura de nuevos mercados, representación de la compañía ante los clientes, manejo de toda la fuerza de ventas, investigación de mercado, diseño y estrategias para la gestión de sistemas de servicio al cliente.

Departamento De Comercio Exterior: Estará encargado de la distribución de los productos tanto nacional como internacionalmente, se le asignaran tareas directa e indirectamente relacionadas y derivadas de la comercialización internacional de los productos, como: contratación de agentes de carga (en caso de ser necesarios), intermediación aduanera, etc.

Departamento De Seguridad: Será el encargado de la protección y seguridad de los empleados, patrimonio y materiales en general de la compañía, ya que una

de las principales actividades de la empresa será la elaboración de productos para la exportación se le delegara muy especialmente la función de vigilar cuidadosamente que la cadena de abastecimiento no sea permeada por actividades ilegales, ya que esto podría traer graves consecuencias para la compañía.

6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1 Locaciones

Se requiere una bodega de 400 metros, aproximadamente con un valor en mercado de alquiler de \$ 12.000 metro cuadrado, esto nos da un total de \$ 4'800.000 mensuales. Ver planos de distribución del local en numeral 5.5.1

6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres

Tabla 21. Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres

Sillas Plásticas	10	Rimax	19.000	190.000	6959333 Ext 139
Compra E Instalación De Cubículos De Oficina	7	Home center	2.500.000	17.500.000	01 8000 115 150
Archivador	10	Home Center	257.900	2.579.000	01 8000 12 73 73
Escritorios	7	Éxito	180.000	1.260.000	5144470
Sillas De Escritorio	7	Éxito	110.000	770.000	5144470
Set De Computador Con Impresora	7	Éxito	1.500.000	10.500.000	5144470
Total				32.799.000	

Fuente: Elaboración propia.

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina

Tabla 22. Requerimientos de materiales de oficina

Descripción	Cantidad	Proveedor	Costo unitario	Costo total	Contacto
Trapero	4	Éxito	15.750	63.000	5144470
Escoba	4	Éxito	7.440	29.760	5144470
Recogedor	2	Éxito	4.220	8.440	5144470
Papelera	6	Éxito	27.900	167.400	5144470
Resmas de papel (por 100)	5	Éxito	10.000	50.000	5144470
Caja de lapicero(por 36)	2	Éxito	14.300	28.600	5144470
Caja de lápiz(por 3)	2	Éxito	3.000	6.000	5144470
Caja de borradores(por 2)	3	Éxito	1.400	4.200	5144470
Caja de marcadores(por 4)	2	Éxito	6.500	13.000	5144470
Detergente	4	Éxito	5.680	22.720	5144470
Tinta negra de impresora	10	Éxito	42.500	425.000	5144470
Tinta de color de impresora	10	Éxito	97.900	979.000	5144470
Paquete bolsas plásticas(100)	20	Plastics ltda.	6.800	136.000	4445076
Caja de bombillos(por 3)	3	Éxito	17.900	53.700	5144470
Papel higiénico(por 4)	5	Éxito	5.690	28.450	5144470
Jabón (por 5)	3	Éxito	5.950	17.850	5144470
Toalla(por 3)	3	Éxito	6.930	20.790	5144470
Resmas de carpetas	10	Éxito	7.290	72.900	5144470
Total				2.126.810	

Fuente: Elaboración propia.

6.3.4 Requerimientos de servicios

Tabla 23. Requerimientos de servicios

Servicio	Descripción	Proveedor	Precio	Frecuencia
Seguridad	Vigilancia en general de la empresa las 24 horas	Miro Seguridad	\$ 6'058.286	Mensual
Servicios Públicos	Prestación de servicios como agua, luz, telefonía e internet	-Empresas Públicas De Medellín -Une telecomunicaciones	\$ 3.500.000	Mensual

Fuente: Elaboración propia.

6.3.5 Requerimientos de personal

Nombre: Gerente.

Descripción: tendrá la máxima responsabilidad y estará a cargo del buen desempeño de todos los procesos de la compañía.

Profesión: Ingeniero Industrial - Administrador de Empresas.

Perfil: Debe tener competencias para efectuar la gestión estratégica de la productividad y la calidad en la organización y en todos los procesos, proyectos o áreas. Debe diseñar, planear, ejecutar, controlar y efectuar mejoramiento continuo a los procesos así para, gerenciar, gestionar, evaluar y auditar proyectos, y efectuar consultoría de sistemas de gestión de producción y calidad, con responsabilidad social y ambiental con miras a lograr la competitividad de la organización.

Experiencia y Habilidades Requeridas: Tener 5 años de experiencia. Haber desempeñado cargo en el sector cárnico. Hablar a la perfección el idioma Inglés.

Tipo de contrato: Término indefinido.

Salario: 1.500.000/Mes.

Salud (8.5%): 212.500/Mes.

Pensión (12%): 300.000/Mes.

Plan de Negocios PET TOYS COLOMBIA

Prima: 208.250/Mes.

Cesantías: 208.250Mes.

Intereses a las cesantías: 2.082.5/Mes.

Vacaciones: 104.166,667/Mes.

Parafiscales (9%): 225.000/Mes.

ARL (0.522%): 13.050/Mes.

Total a pagar empleador: 3'773.299,17

Nombre: Asistente De Gerencia.

Descripción: será la encargada de manejar todo lo relacionado con recursos humanos, brindar apoyo a las áreas administrativas y asistencia general a la gerencia.

Profesión: Secretaria Ejecutiva Bilingüe.

Perfil: Debe manejar como mínimo el Ingles a la perfección, manejar Excel a la perfección y tener un curso en gestión del talento humano.

Experiencia: Mínimo 3 años de experiencia.

Tipo de contrato: Término indefinido.

Salario: 1.500.000/Mes.

Auxilio de transporte: 72000/Mes.

Salud (8.5%): 127.500/Mes.

Pensión (12%): 180.000/Mes.

Prima: 130.947,6/Mes.

Cesantías: 130.947,6/Mes.

Intereses a las cesantías: 1.309,47/Mes.

Vacaciones: 62.500/Mes.

Parafiscales (9%): 135.000/Mes.

ARL (0.522%): 7.830/Mes.

Total a pagar empleador: 2'348.034,68

Nombre: Contador

Descripción: será en encargado de que la información financiera de la empresa este disponible en

Plan de Negocios PET TOYS COLOMBIA

el momento que se necesita y que su veracidad permita la toma de decisiones de manera efectiva y exitosa.

Profesión: Contador.

Perfil: Debe ser un profesional con formación integral y competencias para diagnosticar la situación contable, financiera y administrativa del ente económico y proponer soluciones a los problemas encontrados.

Experiencia: 5 años de experiencia.

Tipo de contrato: Terminó indefinido.

Salario: 1.500.000/Mes.

Auxilio de transporte: 72000/Mes.

Salud (8.5%): 127.500/Mes.

Pensión (12%): 180.000/Mes.

Prima: 130.947,6/Mes.

Cesantías: 130.947,6/Mes.

Intereses a las cesantías: 1.309,47/Mes.

Vacaciones: 62.500/Mes.

Parafiscales (9%): 135.000/Mes.

ARL (0.522%): 7.830/Mes.

Total a pagar empleador: 2'348.034,68

Nombre: Jefe De Ventas

Descripción: será el encargado de manejar la fuerza de ventas de la empresa, realizar los planes de acción, apertura de nuevos mercados y todos los eventos que impulsen la comercialización de los productos a nivel nacional e internacional

Profesión: Profesional en Mercadeo.

Perfil: Debe ser un profesional íntegro que tenga conocimientos en estrategias de ventas y marketing; que ayude al posicionamiento de la empresa tanto a nivel nacional como internacional.

Experiencia: 5 años de experiencia.

Tipo de contrato: Término indefinido.

Plan de Negocios PET TOYS COLOMBIA

Salario: 2'000.000/Mes.

Auxilio de transporte: 72000/Mes.

Salud (8.5%): 170.000/Mes.

Pensión (12%): 240.000/Mes.

Prima: 172.597,6/Mes.

Cesantías: 172.597,6/Mes.

Intereses a las cesantías: 1.725,976/Mes.

Vacaciones: 83.333,33/Mes.

Parafiscales (9%): 180.000/Mes.

ARL (0.522%): 10.440/Mes.

Total a pagar empleador: 3'102.694,51

Nombre: Jefe De Comercio Exterior

Descripción: será el responsable de planificar toda la operación de DFN y DFI, así como las intermediación aduanera correspondiente a cada producto, así mismo estará encargado de la comunicación logística con los clientes y representantes en el exterior; también deberá realizar el seguimiento correspondiente a toda la cadena de exportación.

Profesión: Tecnólogo en Comercio Internacional.

Perfil: Deberá ser un profesional capaz de diligenciar y gestionar toda la documentación para la exportación, además debe tener conocimiento en régimen cambiario para los reintegros de las exportaciones. Hablar a la perfección el idioma inglés.

Experiencia : 3 años mínimo.

Tipo de contrato: Termino indefinido.

Salario: 1.500.000/Mes.

Auxilio de transporte: 72000/Mes.

Salud (8.5%): 127.500/Mes.

Pensión (12%): 180.000/Mes.

Prima: 130.947,6/Mes.

Cesantías: 130.947,6/Mes.

Intereses a las cesantías: 1.309,47/Mes.

Vacaciones: 62.500/Mes.

Plan de Negocios PET TOYS COLOMBIA

Parafiscales (9%): 135.000/Mes.

ARL (0.522%): 7.830/Mes.

Total a pagar empleador: 2'348.034,68

7. ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización empresarial

El tipo de organización de organización que se eligió para el proyecto es la S.A.S (Sociedad por Acciones Simplificada), que es un tipo de sociedad creado en 2008 mediante la Ley 1258 de 2008, además el Decreto 2020 de 2009 y se crea basada en la Ley de Emprendimiento 1014 de 2006. Desde que entró en vigencia este tipo de sociedad el 54% de las empresas que se han creado en Colombia son bajo esta modalidad.

La SAS, tiene múltiples beneficios entre los que se encuentran:

- Se constituye por documento privado, lo cual ahorra tiempo y dinero. Además la responsabilidad de cada socio depende de sus aportes. Y los aportes de los socios pueden diferirse a dos años lo que da tiempo a los socios de reunir el dinero para el pago de las acciones.
- La duración de la sociedad puede ser infinita, lo cual ahorra costos; de renovaciones a diferencia de otras sociedades. Adicionalmente no se requiere revisoría fiscal; si los activos brutos no exceden los 3000 SMMLV a 31 de Diciembre del año anterior.
- Las acciones pueden ser ordinarias, acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, acciones con voto múltiple, acciones privilegiadas, acciones con dividendo fijo o acciones de pago. Es importante aclarar que las acciones de las S.A.S no pueden negociarse en bolsa.
- La SAS puede tener un objeto social amplio y desempeñarse en múltiples sectores. Además cualquier persona natural o jurídica puede celebrar contratos con una SAS.
- La SAS no ésta obligada a tener junta directiva y si se dispone todas las obligaciones pueden ser asumidas por el Representante Legal.
- A la hora de liquidar una SAS es más ágil porque no requiere realizar el trámite de aprobación de inventario que da la Superintendencia de Sociedades.

Por todas las razones anteriores se eligió que el tipo de Sociedad utilizado en el proyecto será la SAS (Sociedad por acciones Simplificada).

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

1. Consulta de nombre: En el RUES, un programa de la cámara de comercio se consulta el nombre que se quiere para la sociedad para tener la certeza, de que este nombre no está siendo utilizado por ninguna otra compañía y evitar demandas y posibles sanciones. El trámite puede ser virtual y tiene 0 costo.
2. Luego de tener el nombre, se realiza la inscripción del acta ante cámara de comercio, con las siguientes características: Este documento debe incluir nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; razón social o denominación de la sociedad (seguida de la palabra Sociedad por Acciones Simplificada); el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales; el capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones; y la forma de administración y el nombre de sus administradores, especificando sus facultades. Este trámite será presencial, se realizará en la Cámara de Comercio Aburra Sur (porque la empresa está ubicada en el municipio de La Estrella- Antioquia.
3. Después se procede a Autenticar las firmas de las personas que suscriben el documento de constitución. La autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado en la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio.
4. Finalmente en Cámara de Comercio se inscribe el documento privado en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio. Adicionalmente, ante la Cámara de Comercio se diligencian los formularios del Registro único Empresarial (RUE), el Formulario de inscripción en el RUT y el pago de la matrícula mercantil, el impuesto de registro y los derechos de inscripción. Todo esto tiene un costo de acuerdo a los activos de la empresa de \$982.000.
5. De ahí con la constancia de la inscripción en Cámara de Comercio y el recibo de pago de los \$982.000, se procede a abrir la cuenta bancaria, de la compañía en cualquier entidad bancaria legalmente constituida y la cuenta debe abrirla el Representante Legal de la Compañía. El trámite es presencial y tiene 0 costo.
6. Posteriormente el Representante Legal debe dirigirse a la DIAN, con el recibo de cámara de comercio y el certificado bancario; para gestionar el RUT
7. (Registro Único Tributario), que será la identificación de la compañía a lo largo de su existencia. Vale la pena aclarar que en la casilla 54 (Usuario Aduanero) se debe tener las responsabilidades 22 y 23 porque será una compañía exportadora y por ahí

derecho también poder importar en un futuro en caso de ser necesario. Además junto con este trámite se obtiene la resolución de facturación, la cual debe ser renovada cada 2 años calendario. El trámite es personal y tiene 0 costo.

8. Por ser materias primas altamente contaminantes y su origen son las plantas de sacrificio. Se debe tener Licencia Ambiental, la cual es exigida por los proveedores y es gestionada ante CORANTIOQUIA y de acuerdo al valor del proyecto tendrá un costo de \$1.726.300 y se demorará 1 mes para ser adjudicada.

9. Ante el ICA que es el ente que regula las exportaciones de productos de origen animal y del sector agropecuario en general. Se debe inscribir la compañía, se debe adjuntar: Cámara de Comercio, RUT y Copia de cédula del Representante Legal ampliada al 150. Esta inscripción no tiene ningún costo.

Tabla 24. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

Entidad	Tramite	Costo
CÁMARA DE COMERCIO	Registro Mercantil	\$ 982.000
CUALQUIER ENTIDAD BANCARIA	Apertura Cuenta Bancaria	\$ 0
DIAN	Rut	\$ 0
DIAN	Resolución De Facturación	\$ 0
CORANTIOQUIA	Licencia Ambiental	\$ 1.726.300
ICA	Inscripción Ante La Entidad	\$ 0

Fuente: Elaboración propia.

Plan de Negocios PET TOYS COLOMBIA

Luego de tener toda esta documentación en regla, la empresa estaría lista para comenzar operaciones. Estos documentos deben renovarse anualmente y los costos dependen de las tarifas que tengan las entidades en el año de renovación. A continuación se anexara la consulta del nombre de la empresa: Pet Toys Colombia S.A.S, para dar constancia que este nombre, no está registrado y puede ser utilizado en el proyecto.

Figura 9. Consulta del nombre de la empresa

The screenshot shows the RUES (Registro Único Empresarial y Social) website interface. The browser address bar displays the URL: www.rues.org.co/RUES_WEB/Consultas?utm_source=TramitesVirtuales&utm_medium=web&utm_campaign=Consulta-de-Nombre. The page header includes the RUES logo, the text "Registro Único Empresarial y Social Cámaras de Comercio", and the Confecámaras logo. A navigation bar contains links for "Inicio", "Consultas", and "Reporte de Veedurías", along with a "Acceso privado" button. The main content area features a search prompt: "Realice aquí su consulta empresarial o social". Below this, a form allows users to search by "Razón Social Nombre", "Razón Social Palabra Clave", "Número de Identificación", "Matrícula Mercantil", or "Registro Nacional de Turismo". The "Razón social" field is populated with "Pet Toys Colombia SAS" and a "Consultar" button is visible. A yellow warning box states: "Advertencia: La consulta por Nombre no ha retornado resultados". At the bottom, there are icons for various registries: RM (Registro Mercantil), RUP (Registro Único de Proponentes), ESAL (Entidad Sin Animo de Lucro), and RNT (Registro Nacional de Turismo). The footer includes the ISO 9001 logo and the text: "CONFECAMARAS - Gerencia Registro Único Empresarial y Social Carrera 13 No 26A - 47 of 502 Bogotá, Colombia SRWWEB". The Windows taskbar at the bottom shows the system time as 10:31 p.m. on 13/10/2014.

8. ASPECTOS FINANCIERO

8.1 Estructura Financiera del proyecto

8.1.1 Recursos Propios

El proyecto será financiado en su totalidad a través de un crédito que se hará por medio del banco agrario, a continuación se detalla la totalidad de la suma requerida para su ejecución.

Tabla 25. Recursos Propios

INVERSIONES (EXIGIBLES Y DISPONIBLES)			
Inversiones	Exigibles (Valor)	Disponible	Requerimiento Financiero
Activos Fijos	\$ 208.629.000,0	\$ 0,0	\$ 208.629.000,0
Gastos Pre operativos	\$ 7.708.300,0	\$ 0,0	\$ 7.708.300,0
Capital de Trabajo	\$ 200.341.597,6	\$ 0,0	\$ 200.341.597,6
Total Requerimientos Financieros			\$ 416.678.897,6

Fuente: Elaboración propia.

8.1.1 Créditos y Préstamos Bancarios

Tabla 26. 8.1.1 Créditos y Préstamos Bancarios

DATOS GENERALES DEL PROYECTO	
Préstamo Bancario financiado por la entidad Banco Agrario	
Monto del Préstamo:	\$ 416.678.898
Intereses (efectivo Mensual):	0.84%
Plazo (meses):	60
Modalidad del Préstamo:	Cuota fija

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 27. Amortización Préstamo (Mensual)

Periodo	Cuota Préstamo	Intereses	Capital	Saldo
0				\$ 416.678.898
1	\$ 12.843.238	\$ 9.541.947	\$ 3.301.291	\$ 413.377.607
2	\$ 12.843.238	\$ 9.466.347	\$ 3.376.891	\$ 410.000.716
3	\$ 12.843.238	\$ 9.389.016	\$ 3.454.221	\$ 406.546.495
4	\$ 12.843.238	\$ 9.309.915	\$ 3.533.323	\$ 403.013.172
5	\$ 12.843.238	\$ 9.229.002	\$ 3.614.236	\$ 399.398.936
6	\$ 12.843.238	\$ 9.146.236	\$ 3.697.002	\$ 395.701.934
7	\$ 12.843.238	\$ 9.061.574	\$ 3.781.663	\$ 391.920.270
8	\$ 12.843.238	\$ 8.974.974	\$ 3.868.264	\$ 388.052.007
9	\$ 12.843.238	\$ 8.886.391	\$ 3.956.847	\$ 384.095.160
10	\$ 12.843.238	\$ 8.795.779	\$ 4.047.459	\$ 380.047.701
11	\$ 12.843.238	\$ 8.703.092	\$ 4.140.145	\$ 375.907.556
12	\$ 12.843.238	\$ 8.608.283	\$ 4.234.955	\$ 371.672.601
13	\$ 12.843.238	\$ 8.511.303	\$ 4.331.935	\$ 367.340.666
14	\$ 12.843.238	\$ 8.412.101	\$ 4.431.136	\$ 362.909.529
15	\$ 12.843.238	\$ 8.310.628	\$ 4.532.610	\$ 358.376.920
16	\$ 12.843.238	\$ 8.206.831	\$ 4.636.406	\$ 353.740.514
17	\$ 12.843.238	\$ 8.100.658	\$ 4.742.580	\$ 348.997.934
18	\$ 12.843.238	\$ 7.992.053	\$ 4.851.185	\$ 344.146.749
19	\$ 12.843.238	\$ 7.880.961	\$ 4.962.277	\$ 339.184.471
20	\$ 12.843.238	\$ 7.767.324	\$ 5.075.913	\$ 334.108.558
21	\$ 12.843.238	\$ 7.651.086	\$ 5.192.152	\$ 328.916.406
22	\$ 12.843.238	\$ 7.532.186	\$ 5.311.052	\$ 323.605.354
23	\$ 12.843.238	\$ 7.410.563	\$ 5.432.675	\$ 318.172.679
24	\$ 12.843.238	\$ 7.286.154	\$ 5.557.083	\$ 312.615.596
25	\$ 12.843.238	\$ 7.158.897	\$ 5.684.341	\$ 306.931.255
26	\$ 12.843.238	\$ 7.028.726	\$ 5.814.512	\$ 301.116.743
27	\$ 12.843.238	\$ 6.895.573	\$ 5.947.664	\$ 295.169.079
28	\$ 12.843.238	\$ 6.759.372	\$ 6.083.866	\$ 289.085.213
29	\$ 12.843.238	\$ 6.620.051	\$ 6.223.186	\$ 282.862.027
30	\$ 12.843.238	\$ 6.477.540	\$ 6.365.697	\$ 276.496.329
31	\$ 12.843.238	\$ 6.331.766	\$ 6.511.472	\$ 269.984.858
32	\$ 12.843.238	\$ 6.182.653	\$ 6.660.584	\$ 263.324.273
33	\$ 12.843.238	\$ 6.030.126	\$ 6.813.112	\$ 256.511.161
34	\$ 12.843.238	\$ 5.874.106	\$ 6.969.132	\$ 249.542.029
35	\$ 12.843.238	\$ 5.714.512	\$ 7.128.725	\$ 242.413.304
36	\$ 12.843.238	\$ 5.551.265	\$ 7.291.973	\$ 235.121.331

Plan de Negocios PET TOYS COLOMBIA

37	\$ 12.843.238	\$ 5.384.278	\$ 7.458.959	\$ 227.662.372
38	\$ 12.843.238	\$ 5.213.468	\$ 7.629.769	\$ 220.032.602
39	\$ 12.843.238	\$ 5.038.747	\$ 7.804.491	\$ 212.228.111
40	\$ 12.843.238	\$ 4.860.024	\$ 7.983.214	\$ 204.244.897
41	\$ 12.843.238	\$ 4.677.208	\$ 8.166.030	\$ 196.078.867
42	\$ 12.843.238	\$ 4.490.206	\$ 8.353.032	\$ 187.725.836
43	\$ 12.843.238	\$ 4.298.922	\$ 8.544.316	\$ 179.181.520
44	\$ 12.843.238	\$ 4.103.257	\$ 8.739.981	\$ 170.441.539
45	\$ 12.843.238	\$ 3.903.111	\$ 8.940.126	\$ 161.501.412
46	\$ 12.843.238	\$ 3.698.382	\$ 9.144.855	\$ 152.356.557
47	\$ 12.843.238	\$ 3.488.965	\$ 9.354.273	\$ 143.002.284
48	\$ 12.843.238	\$ 3.274.752	\$ 9.568.485	\$ 133.433.799
49	\$ 12.843.238	\$ 3.055.634	\$ 9.787.604	\$ 123.646.195
50	\$ 12.843.238	\$ 2.831.498	\$ 10.011.740	\$ 113.634.455
51	\$ 12.843.238	\$ 2.602.229	\$ 10.241.009	\$ 103.393.446
52	\$ 12.843.238	\$ 2.367.710	\$ 10.475.528	\$ 92.917.919
53	\$ 12.843.238	\$ 2.127.820	\$ 10.715.417	\$ 82.202.501
54	\$ 12.843.238	\$ 1.882.437	\$ 10.960.800	\$ 71.241.701
55	\$ 12.843.238	\$ 1.631.435	\$ 11.211.803	\$ 60.029.898
56	\$ 12.843.238	\$ 1.374.685	\$ 11.468.553	\$ 48.561.345
57	\$ 12.843.238	\$ 1.112.055	\$ 11.731.183	\$ 36.830.162
58	\$ 12.843.238	\$ 843.411	\$ 11.999.827	\$ 24.830.335
59	\$ 12.843.238	\$ 568.615	\$ 12.274.623	\$ 12.555.712
60	\$ 12.843.238	\$ 287.526	\$ 12.555.712	\$ 0

Fuente: Elaboración propia.

8.2 Ingresos y Egresos

8.2.1 Ingresos

8.2.1.1. Ingresos Propios del Negocio.

Tabla 28. Ingresos Propios del Negocio.

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO		
Ventas		Participación del total Ventas
Orejas Exportación	\$ 50.226.700,8	42,59%
Rollo de Piel Largo Exportación	\$ 34.810.880,0	29,52%
Rollo de Piel Pequeño Exportación	\$ 18.409.600,0	15,61%
Oreja Mercado Nacional	\$ 6.288.240,0	5,33%
Rollo de Piel Largo Mercado Nacional	\$ 6.036.710,4	5,12%
Rollo de piel Pequeño Mercado Nacional	\$ 2.155.968,0	1,83%
VENTAS TOTALES (VT)	\$ 117.928.099,2	100,00%

8.2.2 Egresos

8.2.2.1. Inversiones

Tabla 29. 8.2.2.1. Inversiones

INVERSIONES (EXIGIBLES y DISPONIBLES)					
Activos Fijos					
Activos Fijos Exigibles (Vida Útil)		Valor	Depreciación Mensual	Activos Fijos Disponibles	Valor
Equipos de Informática y Comunicaciones (3 años)	de y (3)	\$ 10.500.000,0	\$ 291.666,7	Equipos de Informática y Comunicaciones	\$ 0,0
Maquinaria (10 años)	(10)	\$ 171.800.000,0	\$ 1.431.666,7	Maquinaria	\$ 0,0
Herramienta (5 años)	(5)	\$ 4.800.000,0	\$ 80.000,0	Herramienta	\$ 0,0
Muebles y Enseres (10 años)	y (10 años)	\$ 21.529.000,0	\$ 179.408,3	Muebles y Enseres	\$ 0,0
Total Activos Fijos Exigibles		\$ 208.629.000,0		Total Activos Fijos Disponibles	\$ 0,0
Total Depreciación Mensual			\$ 1.982.741,7		

Fuente: Elaboración propia.

Gastos Pre operativos					
Gastos Pre operativos Exigibles		Valor	Amortización	Gastos Pre operativos Disponibles	Valor
Constitución registro	y	\$ 2.708.300,0	\$ 45.138,3	Constitución y registro	\$ 0,0
Costos de Capacitación	de	\$ 2.000.000,0	\$ 33.333,3	Costos de Capacitación	\$ 0,0
Publicidad Promoción	y	\$ 3.000.000,0	\$ 50.000,0	Publicidad y Promoción	\$ 0,0
Total Gasto Pre operativos Exigibles		\$ 7.708.300,0		Total Gasto Pre operativos Disponible	\$ 0,0
Total Amortización Mensual			\$ 128.471,7		

Fuente: Elaboración propia.

Número De Días Que Necesita Cubrir Costos Fijos Y Variables		
Cuenta	Días De Cobertura	Valor
Costos Variables	90	\$ 85.214.302
Costos Fijos de Producción	90	\$ 67.940.046
Costos Fijos de Administración	90	\$ 37.667.653
Costos Fijos de Comercialización y Ventas	30	\$ 9.519.597
CAPITAL DE TRABAJO		
Requerimientos de Efectivo	CUENTA	VALOR
	Costos Variables	\$ 85.214.302
	Costos Fijos de Producción	\$ 67.940.046
	Costos Fijos de Administración	\$ 37.667.653
	Costos Fijos de Comercialización y Ventas	\$ 9.519.597
	Inversión En Capital De Trabajo	\$ 200.341.598

Fuente: Elaboración propia.

8.2.3 Costos

Tabla 30. Costos variables

Oreja Mercado Nacional					
Costos Unitarios de los Componentes del Producto					
Componentes	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total	Por
Oreja	\$ 120,00	1,00	Unidad	\$ 120,00	
Depilador	\$ 25,00	1,00	Unidad	\$ 25,00	
Colorante	\$ 14,58	1,00	Unidad	\$ 14,58	
Empaque	\$ 5,14	1,00	Unidad	\$ 5,14	
Embalaje	\$ 25,74	1,00	Unidad	\$ 25,74	
Etiqueta	\$ 25,00	1,00	Unidad	\$ 25,00	
Gastos y Costos					
Costos Fijos	\$ 197,00	1,00	Unidad	\$ 197,00	
Gastos de Admon y Ventas	\$ 191,96	1,00	Unidad	\$ 191,96	
Transporte Nacional	\$ 5,00	1,00	Unidad	\$ 5,00	
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 609,42	

Fuente: Elaboración propia.

Plan de Negocios PET TOYS COLOMBIA

Rollo de Piel Largo Mercado Nacional					
Costos Unitarios de los Componentes del Producto					
Componentes	Costo Unitario	Cantida d	Unidade s	Valor Total Componente	Por
Oreja	\$ 120,00	1,00	Unidad	\$ 120,00	
Depilador	\$ 25,00	1,00	Unidad	\$ 25,00	
Colorante	\$ 14,58	1,00	Unidad	\$ 14,58	
Empaque	\$ 5,14	1,00	Unidad	\$ 5,14	
Embalaje	\$ 25,74	1,00	Unidad	\$ 25,74	
Etiqueta	\$ 25,00	1,00	unidad	\$ 25,00	
Gastos y Costos					
Costos Fijos	\$ 197,00	1,00	Unidad	\$ 197,00	
Gastos de Admon y Ventas	\$ 191,96	1,00	Unidad	\$ 191,96	
Transporte Nacional	\$ 5,00	1,00	Unidad	\$ 5,00	
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 609,42	

Fuente: Elaboración propia.

Rollo de piel Pequeño Mercado Nacional					
Costos Unitarios de los Componentes del Producto					
Componentes	Costo Unitario	Cantida d	Unidade s	Valor Total Componente	Por
Oreja	\$ 120,00	1,00	Unidad	\$ 120,00	
Depilador	\$ 25,00	1,00	Unidad	\$ 25,00	
Colorante	\$ 14,58	1,00	Unidad	\$ 14,58	
Empaque	\$ 5,14	1,00	Unidad	\$ 5,14	
Embalaje	\$ 25,74	1,00	Unidad	\$ 25,74	
Etiqueta	\$ 25,00	1,00	unidad	\$ 25,00	
Gastos y Costos					
Costos Fijos	\$ 197,00	1,00	Unidad	\$ 197,00	
Gastos de Admon y Ventas	\$ 191,96	1,00	Unidad	\$ 191,96	
Transporte Nacional	\$ 5,00	1,00	Unidad	\$ 5,00	
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 609,42	

Fuente: Elaboración propia.

Orejas Exportación				
Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componentes	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Componente Por
Oreja	\$ 120,00	1,00	Unidad	\$ 120,00
Colorante	\$ 14,58	1,00	Unidad	\$ 14,58
Embalaje	\$ 25,74	1,00	Unidad	\$ 25,74
Etiqueta	\$ 25,00	1,00	unidad	\$ 25,00
Gastos y Costos				
Costos Fijos	\$ 197,00	1,00	Unidad	\$ 197,00
Gastos de Admón. y Ventas	\$ 191,96	1,00	Unidad	\$ 191,96
Seguro	\$ 4,94	1,00	Unidad	\$ 4,94
Flete Nacional	\$ 18,71	1,00	Unidad	\$ 18,71
Intermediación aduanera	\$ 3,45	1,00	Unidad	\$ 3,45
Flete Internacional	\$ 33,95	1,00	Unidad	\$ 33,95
Recargos	\$ 3,89	1,00	Unidad	\$ 3,89
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 639,22

Rollo de Piel Largo Exportación				
Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componentes	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Componente Por
Oreja	\$ 120,00	1,00	Unidad	\$ 120,00
Depilador	\$ 25,00	1,00	Unidad	\$ 25,00
Colorante	\$ 14,58	1,00	Unidad	\$ 14,58
Empaque	\$ 5,14	1,00	Unidad	\$ 5,14
Embalaje	\$ 25,74	1,00	Unidad	\$ 25,74
Etiqueta	\$ 25,00	1,00	unidad	\$ 25,00
Gastos y Costos				
Costos Fijos	\$ 197,00	1,00	Unidad	\$ 197,00
Gastos de Admon y Ventas	\$ 191,96	1,00	Unidad	\$ 191,96
Seguro	\$ 4,94	1,00	Unidad	\$ 4,94
Flete Nacional	\$ 18,71	1,00	Unidad	\$ 18,71

Plan de Negocios PET TOYS COLOMBIA

Intermediación aduanera	\$ 3,45	1,00	Unidad	\$ 3,45
Flete Internacional	\$ 33,95	1,00	Unidad	\$ 33,95
Recargos	\$ 3,89	1,00	Unidad	\$ 3,89
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 669,36

Rollo de Piel Pequeño Exportación				
Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componentes	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Componente Por
Oreja	\$ 120,00	1,00	Unidad	\$ 120,00
Depilador	\$ 25,00	1,00	Unidad	\$ 25,00
Colorante	\$ 14,58	1,00	Unidad	\$ 14,58
Empaque	\$ 5,14	1,00	Unidad	\$ 5,14
Embalaje	\$ 25,74	1,00	Unidad	\$ 25,74
Etiqueta	\$ 25,00	1,00	unidad	\$ 25,00
Gastos y Costos				
Costos Fijos	\$ 197,00	1,00	Unidad	\$ 197,00
Gastos de Admón. y Ventas	\$ 191,96	1,00	Unidad	\$ 191,96
Seguro	\$ 4,94	1,00	Unidad	\$ 4,94
Flete Nacional	\$ 18,71	1,00	Unidad	\$ 18,71
Intermediación aduanera	\$ 3,45	1,00	Unidad	\$ 3,45
Flete Internacional	\$ 33,95	1,00	Unidad	\$ 33,95
Recargos	\$ 3,89	1,00	Unidad	\$ 3,89
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 669,36

Tabla 31. Costos fijos de producción

COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN MENSUALES	
Salarios	\$ 5.724.000
Prestaciones Sociales	\$ 2.564.396
Arriendo	\$ 4.800.000
Servicios	\$ 3.500.000
Vigilancia	\$ 6.058.286
TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN	\$ 22.646.682

8.2.2.2.3. Gastos

Tabla 32. Gastos Administrativos y legales

COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES	
Salarios	\$ 7.216.000
Prestaciones Sociales	\$ 3.601.400
Papelería	\$ 597.040
Imprevistos	\$ 1.141.444
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 12.555.884

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 33. Gastos Distribución y Ventas

COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	
Salarios	\$ 5.144.000
Prestaciones Sociales	\$ 2.654.764
Publicidad y Mercadeo	\$ 1.720.833
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 9.519.597

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 34. Gastos Amortización de diferidos

Total Amortización Mensual	\$ 128.471,7
-----------------------------------	---------------------

Fuente: Elaboración propia.

8.2.2.4. Gastos Financieros

Gastos Financieros

Tabla de pagos anuales de intereses por préstamo	
Años	Intereses
1	\$ 38.939.432
2	\$ 31.812.556
3	\$ 23.933.154
4	\$ 15.221.768
5	\$ 5.590.548

Fuente: Elaboración propia.

8.3 Estados Financieros Projectados

8.3.1 Flujo de Caja

Tabla 35. Flujo de caja del proyecto

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 1.415.137.190	\$ 1.604.765.574	\$ 1.819.804.161	\$ 2.063.657.918	\$ 2.340.188.079
- Costos variables		\$ 340.857.206	\$ 374.942.927	\$ 412.437.220	\$ 453.680.942	\$ 499.049.036
- Costos fijos		\$ 536.665.962	\$ 590.332.558	\$ 649.365.814	\$ 714.302.395	\$ 785.732.634
Costos fijos de Producción		\$ 271.760.185	\$ 298.936.203	\$ 328.829.824	\$ 361.712.806	\$ 397.884.087
Costos fijos de Administración		\$ 150.670.610	\$ 165.737.671	\$ 182.311.438	\$ 200.542.582	\$ 220.596.840
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 114.235.166	\$ 125.658.683	\$ 138.224.551	\$ 152.047.006	\$ 167.251.707
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 25.334.560	\$ 25.334.560	\$ 25.334.560	\$ 25.334.560	\$ 25.334.560
- Intereses Credito		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 512.279.462	\$ 614.155.529	\$ 732.666.568	\$ 870.340.022	\$ 1.030.071.849
- Impuestos	\$ 0	\$ 169.052.223	\$ 202.671.325	\$ 241.779.967	\$ 287.212.207	\$ 339.923.710
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 343.227.240	\$ 411.484.205	\$ 490.886.600	\$ 583.127.815	\$ 690.148.139
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 25.334.560	\$ 25.334.560	\$ 25.334.560	\$ 25.334.560	\$ 25.334.560
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 382.984.633
Préstamos	\$ 0					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 293.320.133
Valor de Salvamento						\$ 89.664.500
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 416.678.898	\$ 20.034.160	\$ 22.037.576	\$ 24.241.333	\$ 26.665.467	\$ 0
Activos Fijos	\$ 208.629.000					
Pago Credito (Capital)		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 7.708.300					
Capital de Trabajo	\$ 200.341.598	\$ 20.034.160	\$ 22.037.576	\$ 24.241.333	\$ 26.665.467	
FLUJO DE CAJA	-\$ 416.678.898	\$ 348.527.640	\$ 414.781.189	\$ 491.979.827	\$ 581.796.908	\$ 1.098.467.332

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 36. Flujo de caja del inversionista

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 1.415.137.190	\$ 1.604.765.574	\$ 1.819.804.161	\$ 2.063.657.918	\$ 2.340.188.079
- Costos variables		\$ 340.857.206	\$ 374.942.927	\$ 412.437.220	\$ 453.680.942	\$ 499.049.036
- Costos fijos		\$ 536.665.962	\$ 590.332.558	\$ 649.365.814	\$ 714.302.395	\$ 785.732.634
Costos fijos de Producción		\$ 271.760.185	\$ 298.936.203	\$ 328.829.824	\$ 361.712.806	\$ 397.884.087
Costos fijos de Administración		\$ 150.670.610	\$ 165.737.671	\$ 182.311.438	\$ 200.542.582	\$ 220.596.840
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 114.235.166	\$ 125.658.683	\$ 138.224.551	\$ 152.047.006	\$ 167.251.707
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 25.334.560	\$ 25.334.560	\$ 25.334.560	\$ 25.334.560	\$ 25.334.560
- Intereses Credito		\$ 38.939.432	\$ 31.812.556	\$ 23.933.154	\$ 15.221.768	\$ 5.590.548
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 473.340.031	\$ 582.342.973	\$ 708.733.413	\$ 855.118.254	\$ 1.024.481.301
- Impuestos	\$ 0	\$ 156.202.210	\$ 192.173.181	\$ 233.882.026	\$ 282.189.024	\$ 338.078.829
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 317.137.821	\$ 390.169.792	\$ 474.851.387	\$ 572.929.230	\$ 686.402.472
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 25.334.560	\$ 25.334.560	\$ 25.334.560	\$ 25.334.560	\$ 25.334.560
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 416.678.898	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 382.984.633
Prestamos	\$ 416.678.898					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 293.320.133
Valor de Salvamento						\$ 89.664.500
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 416.678.898	\$ 87.529.999	\$ 96.660.291	\$ 106.743.450	\$ 117.878.970	\$ 100.844.723
Activos Fijos	\$ 208.629.000					
Pago Credito (Capital)		\$ 67.495.839	\$ 74.622.715	\$ 82.502.117	\$ 91.213.503	\$ 100.844.723
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 7.708.300					
Capital de Trabajo	\$ 200.341.598	\$ 20.034.160	\$ 22.037.576	\$ 24.241.333	\$ 26.665.467	
FLUJO DE CAJA	\$ 0	\$ 254.942.381	\$ 318.844.061	\$ 393.442.497	\$ 480.384.820	\$ 993.876.942

Fuente: Elaboración propia

8.3.2 Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

Tabla 37. Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

ESTADO DE RESULTADOS -CIFRAS MENSUALES

CUENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingresos por concepto de Ventas	117.928.099	117.928.099	117.928.099	117.928.099	117.928.099	117.928.099	117.928.099	117.928.099	117.928.099	117.928.099	117.928.099	117.928.099
Costo Variables	28.404.767	28.404.767	28.404.767	28.404.767	28.404.767	28.404.767	28.404.767	28.404.767	28.404.767	28.404.767	28.404.767	28.404.767
Costos Fijos Producción	22.646.682	22.646.682	22.646.682	22.646.682	22.646.682	22.646.682	22.646.682	22.646.682	22.646.682	22.646.682	22.646.682	22.646.682
Gastos Depreciación	1.982.742	1.982.742	1.982.742	1.982.742	1.982.742	1.982.742	1.982.742	1.982.742	1.982.742	1.982.742	1.982.742	1.982.742
Utilidad Bruta en Ventas	64.893.908	64.893.908	64.893.908	64.893.908	64.893.908	64.893.908	64.893.908	64.893.908	64.893.908	64.893.908	64.893.908	64.893.908
Costos fijos de Administración	12.555.884	12.555.884	12.555.884	12.555.884	12.555.884	12.555.884	12.555.884	12.555.884	12.555.884	12.555.884	12.555.884	12.555.884
Costos Fijos de Ventas y Distribución	9.519.597	9.519.597	9.519.597	9.519.597	9.519.597	9.519.597	9.519.597	9.519.597	9.519.597	9.519.597	9.519.597	9.519.597
Amortización de diferidos	128.472	128.472	128.472	128.472	128.472	128.472	128.472	128.472	128.472	128.472	128.472	128.472
Utilidad Operativa	42.689.955	42.689.955	42.689.955	42.689.955	42.689.955	42.689.955	42.689.955	42.689.955	42.689.955	42.689.955	42.689.955	42.689.955
Otros Ingresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros egresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Costos de Financiación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidad Antes de Impuestos	42.689.955	42.689.955	42.689.955	42.689.955	42.689.955	42.689.955	42.689.955	42.689.955	42.689.955	42.689.955	42.689.955	42.689.955
Impuestos	14.087.685	14.087.685	14.087.685	14.087.685	14.087.685	14.087.685	14.087.685	14.087.685	14.087.685	14.087.685	14.087.685	14.087.685
UTILIDAD NETA	28.602.270	28.602.270	28.602.270	28.602.270	28.602.270	28.602.270	28.602.270	28.602.270	28.602.270	28.602.270	28.602.270	28.602.270
Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidades no Repartidas	28.602.270	28.602.270	28.602.270	28.602.270	28.602.270	28.602.270	28.602.270	28.602.270	28.602.270	28.602.270	28.602.270	28.602.270
Utilidades no Repartidas Acumuladas	28.602.270	57.204.540	85.806.810	114.409.080	143.011.350	171.613.620	200.215.890	228.818.160	257.420.430	286.022.700	314.624.970	343.227.240

Fuente: Elaboración propia

8.4 Evaluación financiera del proyecto

8.4.1 Valor Presente Neto y tasa interna de retorno

Tabla 38. Evaluación financiera del proyecto

Tasa Interna de oportunidad	7,44%
Valor Presente Neto	1.950.120.319
Tasa Interna de Retorno	98,54%

Tabla 39. Evaluación financiera para el inversionista

Tasa Interna de oportunidad	7,44%
Valor Presente Neto	1.950.120.319
Tasa Interna de Retorno	#¡NUM!

Fuente: Elaboración propia

8.4.2 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

Tabla 40. Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

DATOS GENERALES DEL PROYECTO	
Cambio Porcentual en las Ventas:	-41,00%
Tasa de oportunidad	5,33%
Valor Presente Neto	184.765.773

Fuente: Elaboración propia

8.4.3 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

Tabla 41. Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

DATOS GENERALES DEL PROYECTO	
Cambio Porcentual en el Precio:	-31,00%
Tasa de Oportunidad	5,33%
Valor Presente Neto	169.841.396
Tasa Interna de Retorno	32,14%

Fuente: Elaboración propia

9. CONSIDERACIONES FINALES

De este proyecto se pueden sacar las siguientes conclusiones:

- i. Desde el punto de vista comercial, el proyecto es viable porque el mercado de los productos de mascotas esta presentado un crecimiento alto en los últimos años. Además se cuenta con el aval de los clientes potenciales tanto a nivel nacional como internacional, por tener unos productos innovadores y 100% naturales. También se cuenta con la disposición de los proveedores de las materias primas de comenzar negociaciones con la empresa PET TOYS COLOMBIA S.A.S, en caso de que esta llegue a ser una realidad.
- ii. Desde el punto de vista técnico el proyecto es viable, porque se tiene el conocimiento del proceso de producción de los productos en cuanto a tiempos, capacidad de producción y manejo de los productos. Adicionalmente se tiene conocimiento de los proveedores de la maquinaria y equipo y se cuenta con la disposición de ellos, para proveer todo lo necesario.
- iii. Desde el punto de vista Legal, Se tienen todos los conocimientos para la formación de la empresa en Colombia y los costos no son tan elevados y son procesos que no toman mucho tiempo para ser ejecutados. Además se cuenta con el respaldo de entidades como la Cámara de Comercio que fomentan y apoyan la creación de nuevas empresas.
- iv. Desde el punto de vista organizacional, se tienen todos los conocimientos para crear un modelo organizacional sostenible en el tiempo. También la mano de obra requerida es de fácil conseguirla en el mercado en el mercado laboral de Colombia.
- v. Al ejecutar un análisis a la variación de la demanda del proyecto se ve que aun si se disminuye en un 41% el plan de negocios seguirá siendo rentable, lo que permite ajustar los requerimientos comerciales a las necesidades del mercado y ser altamente competitivos.
- vi. Un análisis a la variación del precio muestra que inclusive si se llegase a presentar una disminución hasta en un 31%, se puede continuar con el proceso productivo, si se traslada al plano económico mundial, da una serie de ventajas frente a los demás competidores dada la flexibilidad económica del producto, y la variación de los precios en las materias primas.

- vii. Dada la Tasa interna de retorno a 5 años calculada en un 98% y un valor presente neto de \$ 1.943.525.330 muy superior al esperado por la rentabilidad del sector, destaca desde el punto de vista financiero la gran viabilidad de ejecución de recursos en el proyecto que se presenta.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Banco de la República * Datos registrados al final de cada periodo – 2014.

http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_Itrime14.pdf

Cámara Colombo China de Inversión y Comercio. Web: www.camaracolombochina.com/

Central Intelligence Agency. Web: <http://www.cia.gov/>

DANE - Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales - Cuentas Trimestrales - Colombia Producto Interno Bruto (PIB) Primer Trimestre de 2014 --

http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_Itrime14.pdf

DANE - Dirección de Metodología y Producción Estadística 2014.

http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_Itrime14.pdf

El Banco Mundial. Web: <http://datos.bancomundial.org/>

FENALCO - B&Optimos (2012) Bitacora Economica. Dinamismo mercantil sobre ruedas. Disponible en:

http://www.fenalcoantioquia.com/res/itemsTexto/recursos/bitacora_mayo_2011.pdf

López Rodríguez, Andrés. (2013. Abril 26) La fortuna camina en cuatro patas. Portal Gestión de Mercados. Disponible en: <http://gestiondemercados.com/la-fortuna-camina-en-cuatro-patas/>

López L, Néstor Alonso (2013, agosto 19) La danza millonaria alrededor de los artículos para mascotas. Diario Portafolio Disponible en: <http://www.portafolio.co/portafolio-plus/mercado-articulos-mascotas>

México: INEGI; Brasil: IBGE; Perú: INE; Uruguay: Banco Central; Chile: Banco Central - 2014.

MinComercio, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia. Disponible en: <https://www.mincomercio.gov.co/publicaciones.php?id=10423>

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (2014) Informe Global Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia TIC – 2014. -- <http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-6994.html>

Procolombia, Exportaciones Turismo Inversión Marca País. Perfil por país. Disponible en: <http://www.proexport.com.co/oportunidades/estudios/perfiles-pais>

ProChile (2012, Noviembre) Estudio de mercado alimento para mascotas en estados unidos. Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Washington DC. Disponible en: http://www.prochile.gob.cl/wp-content/blogs.dir/1/files_mf/documento_01_18_13095743.pdf