



PETS SWEETS S.A.S

PETS SWEETS S.A.S

ANTIOQUIA

19 DE NOVIEMBRE DE 2014

PETS SWEETS S.A.S
Plan de Negocios

Pets Sweets S.A.S
Antioquia
Medellin, Noviembre,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

PETS SWEETS S.A.S

Contenido- Plan de Negocio

RESUMEN EJECUTIVO

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

- 3.1. Nombre de la Empresa
- 3.2. Descripción de la Empresa
- 3.3. Misión y Visión de la Empresa
- 3.4. Objetivos a corto, mediano y largo plazo
- 3.5. Ventajas Competitivas
- 3.6. Necesidad o problema que se quiere intervenir
- 3.7. Relación de productos y/o servicios
- 3.8. Justificación del Negocio
- 3.9. Análisis del entorno y del sector
- 3.10. Conocimientos para entrar en el Negocio

4. ANALISIS DEL MERCADO

- 4.1. Objetivos de Mercadeo
- 4.2. Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios
- 4.3. El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios
 - 4.3.1. El Mercado Meta
 - 4.3.2. Estudio del Mercado Consumidor
- 4.4. El Mercado Proveedor
 - 4.4.1. Proveedores
 - 4.4.2. Estudio del Mercado de Proveedor
- 4.5. El Mercado Competidor
 - 4.5.1. Competidores
 - 4.5.2. Estudio del Mercado Competidor
- 4.6. El Mercado Distribuidor
 - 4.6.1. Distribución
 - 4.6.2. Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)
 - 4.6.3. Distribución Directa (En caso de ser aplicable)
 - 4.6.4. Manejo de Inventarios
 - 4.6.5. Comunicación
 - 4.6.6. Actividades de promoción y divulgación
- 4.7. Precios de los Productos
 - 4.7.1. Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos
 - 4.7.2. Los Precios de los productos tomando como base los Costos
 - 4.7.3. Los Precios de los Productos propuestos
 - 4.7.3.1. Precios de Ventas Internacional, cantidades mínimas de pedidos

- 4.7.4. Política de Precios
- 4.8. Costos asociados a las Actividades de Comercialización
- 4.9. Riesgos y Oportunidades del mercado
- 4.10. Plan de ventas

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

- 5.1. Objetivos de producción
- 5.2. Descripción del proceso de producción
- 5.3. Capacidad de producción
- 5.4. Plan de Producción
- 5.5. Recursos materiales y humanos para la producción
 - 5.5.1. Locaciones
 - 5.5.2. Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.
 - 5.5.3. Requerimientos de materiales e insumos.
 - 5.5.4. Requerimientos de servicios.
 - 5.5.5. Requerimientos de personal.
- 5.6. Programa de producción

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

- 6.1. Procesos Administrativos
 - 6.1.1. Descripción de los procesos administrativos
 - 6.1.2. Procesos administrativos externalizados
- 6.2. Estructura Organizacional del Negocio
 - 6.2.1. Organigrama
 - 6.2.2. Descripción funcional de la Organización
- 6.3. Recursos materiales y humanos para la administración
 - 6.3.1. Locaciones
 - 6.3.2. Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.
 - 6.3.3. Requerimientos de materiales de oficina.
 - 6.3.4. Requerimientos de servicios.
 - 6.3.5. Requerimientos de personal
- 6.4. Programa de administración

7. ASPECTOS LEGALES

- 7.1. Tipo de Organización empresarial
- 7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

8. ASPECTOS FINANCIEROS

- 8.1. Estructura Financiera del proyecto
 - 8.1.1. Recursos Propios
 - 8.1.2. Créditos y Prestamos Bancarios
- 8.2. Ingresos y Egresos
 - 8.2.1. Ingresos
 - 8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.
 - 8.2.1.2 Otros Ingresos
 - 8.2.2. Egresos
 - 8.2.2.1. Inversiones
 - 8.2.2.2. Costos
 - 8.2.2.3. Gastos

PETS SWEETS S.A.S

8.2.2.4.Gastos Financieros

8.3. Estados Financieros Proyectados

8.3.1. Flujo de Caja

8.3.2. Estado de Perdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

8.3.3. Balance General

8.4. Evaluación financiera del proyecto

8.4.1. Valor Presente Neto

8.4.2. Tasa Interna de Retorno

8.4.3. Indicadores Financieros proyectados

8.4.4. Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

8.4.5. Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

9. CONSIDERACIONES FINALES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

RESUMEN EJECUTIVO

Actualmente el crecimiento de familias que tienen una mascota como otro miembro de la familia ha aumentado notoriamente; tanto en Colombia como en todo el mundo. Principalmente por factores como: tener una compañía para evitar la soledad, amor a los animales, sustitución de hijos en los hogares o simplemente por gusto propio.

Gracias a esto, se vio la oportunidad de pensar en un proyecto dedicado a las mascotas y de ahí se crea PETS SWEETS S.A.S. ya que es un proyecto que tiene como objetivo principal la creación de una empresa importadora y comercializadora de productos para animales especialmente para perros y gatos. Dedicada a facilitarle la vida a los propietarios de mascotas y a consentir a nuestros amigos fieles.

Es un innovador plan de negocios creado por cuatro socios: Natalia Ortiz, Johana Alzate, Carolina Zabala y Karen Londoño, quienes buscamos diferenciarnos en el mercado por la calidad y sofisticación de los productos; ofreciendo comodidad, seguridad y buen servicio a nuestros clientes.

PETS SWEETS S.A.S. tiene como ventaja ofrecer al cliente una mayor confiabilidad y un servicio oportuno para el cuidado de sus mascotas. Teniendo en cuenta que contamos con un personal calificado en cada una de las áreas y dedicado a satisfacer a nuestros clientes.

Nuestros clientes son propietarios de perros y gatos que optan por mantener a sus mascotas en óptimas condiciones de salud, higiene, alimentación y cuidado. Contamos con un portafolio de productos que permite satisfacer algunas de las actividades más exhaustas a la hora de tener

un amigo de cuatro patas como: Viajar en automóvil para transportar las macotas en una maleta tipo huacal, que le brinda el confort a su mascota manteniéndola segura, también queremos implementar unas toallas antibacteriales que además de ofrecerle limpieza a su mascota le genere un agradable olor que hace que siempre este limpia y aseada después de dar un paseo en la calle y además, de esto contamos con una solución para el mal aliento de las mascotas, por lo cual vimos la necesidad de ofrecer unas gomas de mascar para perros y gatos.

La distribución de nuestros productos es de manera directa, llegando al consumidor final por medio de nuestras ventas online y nuestro punto de venta que estará ubicado en el barrio Laureles. Tenemos unas ventas proyectadas mensualmente de aproximadamente \$ 25.866.667 con un porcentaje de participación en cada producto de: el huacal con un 62,44%, los pañitos antibacteriales con un 17,72% y las gomas de mascar con una participación del 19,85%

Los costos más representativos para nuestra empresa son los administrativos con un 32.79%, seguido de los costos variables con un 28.50%, después los costos fijos de Comercialización y Ventas con un 24.74% y por ultimo esta los costos fijos de producción con un 13.97%.

El valor inicial en la inversión de los activos fijos exigibles (muebles, equipos de oficina y computo) es de \$ 12.969.001, con unos gastos pre operativos exigibles (constitución legal) de \$ 3.355.700 y un capital de trabajo exigible por \$ 16.658.137 para una inversión total exigible de \$ 32.982.838 menos unos activos fijos disponibles de \$ 8.000.000, lo que representa una inversión inicial para el plan de negocios de \$ 24.982.838, el cual será financiado por una entidad bancaria con un préstamo de libre inversión. Donde la tasa de rentabilidad para el inversionista es del 1.17% mensual y una tasa interna de retorno (TIR) del 19,43% y un valor

PETS SWEETS S.A.S

presente neto (VPN) de \$ 28.674.325.

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

Karen Tatiana Londoño Piedrahita			
Identificación:	1.152.206.096	Teléfono:	4260217
		Celular:	3217821357
Dirección:	Calle 64 EE No. 94 A 37		Barrio:
			Robledo
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	karen.tatis_10@hotmail.es
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	X
		Universitarios	
Otros Estudios:	Ingles		

Johana Alzate Gómez			
Identificación:	1.216.714.948	Teléfono:	5805298
		Celular:	3166969764
Dirección:	Calle 51 #84-181		Barrio:
			Calasanz
Ciudad	Medellin	Correo electrónico:	johagomez94@hotmail.com
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	X
		Universitarios	
Otros Estudios:	Ingles		

Natalia Ortiz Monsalve			
Identificación:	1.036.654.997	Teléfono:	5971960
		Celular:	3042050460
Dirección:	Calle 25 # 53-26		Barrio:
			Cabañitas
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	nati-ortiz@hotmail.com
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	X
		Universitarios	
Otros Estudios:	Ingles		

Diana Carolina Zabala Castaño			
Identificación:	1.017.222.973	Teléfono:	4421492
		Celular:	3113401184
Dirección:	Carrera 72B #81-33		Barrio:
			López de Mesa
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	carolina-zaba@hotmail.com
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	X
		Universitarios	
Otros Estudios:	Ingles		

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

El principal propósito del negocio es académico, sin negar que se pueda llegar a convertir en una gran idea de negocio, ya que actualmente las mascotas en especial los perros y gatos se han convertido en una parte muy importante en la vida del ser humano.

Cuando una persona adopta una mascota, no solo adquiere una compañía, sino que también adquiere una gran responsabilidad de cuidarla, quererla, alimentarla y mantenerla sana. Por lo tanto nuestro proyecto va enfocado en satisfacer todas las necesidades que estas requieren y a la vez facilitar el cuidado a sus amos.

Gracias a la gran cantidad de familias que en la actualidad están optando por tener algún tipo de mascota, nos motiva a crear este tipo de negocio ya que es una forma de ayudar a que tanto nuestras mascotas como nosotros mismos nos sintamos agradables y cómodos en cualquier lugar que estemos. Además del crecimiento que ha tenido el sector durante los últimos años.

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre de la Empresa

PETS SWEETS, Dale más vida a tu mascota!

➤ Realice aquí su consulta empresarial o social

Consulte si una empresa o persona natural está inscrita en el registro mercantil de las cámaras de comercio del país. Escoja el criterio que se ajuste a sus necesidades.

Razón Social Nombre	Razón Social Palabra Clave	Número de Identificación	Matrícula Mercantil	Registro Nacional de Turismo
------------------------	-------------------------------	-----------------------------	------------------------	---------------------------------

Los resultados de la consulta por nombre siempre se mostrarán en orden alfabético, y retorna todos aquellos comerciantes cuya razón social o sigla inicie con las palabras ingresadas.
Instrucciones adicionales para la consulta de Homonimia y Condiciones de Uso

Razón social:

Advertencia:
La consulta por Nombre no ha retornado resultados

3.2 Descripción de la Empresa

PETS SWEETS S.A.S, es una pequeña empresa ubicada en la ciudad de Medellín dedicada a la importación y comercialización de accesorios para perros y gatos, creada con el fin de satisfacer las necesidades y brindar comodidad a quien tiene mascotas dando un toque más personalizado y llamativo.

Nuestra empresa siempre piensa en el bienestar de sus mascotas y sus amos, brindando unas maletas donde su gato o su perro se sentirán 100% seguros y cómodos, además unas toallas húmedas antibacteriales para que mantenga tanto a su perro como a su gato libres de bacterias. También para los perros ofrecemos unas deliciosas gomas de mascar que le ayudara a mejorar su aliento. Nuestra empresa cada día hace un mayor esfuerzo para brindarle un mejor servicio.

3.3 Misión y Visión de la Empresa

MISIÓN

PETS SWEETS S.A.S es una empresa importadora y comercializadora de accesorios para perros y gatos. Contamos con los mejores proveedores para ofrecer un precio justo y un producto innovador, brindándole además a nuestros clientes seguridad y confiabilidad en los productos que adquieren.

Somos una empresa que cuenta con un equipo humano ético y profesional, que se interesa por la calidad de su equipo de trabajo y que cuenta con responsabilidad social empresarial.

VISIÓN

Para el año 2018 PETS SWEETS S.A.S espera estar ubicada en las principales ciudades del país para así ser una empresa pionera en la importación y distribución de accesorios para perros y gatos, teniendo una cobertura nacional y siendo reconocida por la variedad, la calidad y el buen servicio a nuestros clientes, adecuándonos constantemente a las exigencias del mercado.

3.4 Objetivos a corto, mediano y largo plazo

OBJETIVOS A CORTO PLAZO.

- Establecer metas de venta para la sostenibilidad de la empresa en el mercado, teniendo como objetivo un aumento del 2% mensual.

PETS SWEETS S.A.S

- Tener un buen manejo de los productos para optimizar costos en cuanto almacenamiento, manejando siempre un stock adecuado para el mejor funcionamiento de la empresa.

OBJETIVOS A MEDIANO PLAZO.

- Aumentar los ingresos a la empresa implementando una nueva línea de productos para otro tipo de animales.
- Obtener la certificación en calidad ISO 9001 para brindar más confianza a nuestros clientes

OBJETIVOS A LARGO PLAZO

- Abrir mercados en países latinoamericanos creando alianzas con tiendas reconocidas para que nuestro producto tenga una buena acogida.
- Buscar apoyo del gobierno para estar presentes en ferias internacionales y buscar mercados potenciales para importar y posibles clientes a los cuales podamos exportar.

3.5 Ventajas Competitivas

- Nuestra ventaja en el mercado nacional será inicialmente la innovación del producto y la calidad del mismo.
- Contamos con un producto de alta calidad, un servicio post venta que genera a los clientes seguridad y confianza con el producto en el momento de tener garantías o devoluciones.
- Buscamos siempre satisfacer a nuestros clientes y ajustar nuestro producto a sus necesidades; ofreciendo innovación en los diseños que harán únicos y exclusivos

nuestros productos.

- Entregamos nuestro producto justo a tiempo; siempre haciéndolo en el menor tiempo posible.
- Contamos con una buena ubicación de la empresa, lo que permite tener una mayor visibilidad para los consumidores.
- Tenemos un personal calificado, que nos permite prestar un excelente servicio al cliente.

3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir

Nuestra empresa cuenta con un amplio portafolio de accesorios para mascotas principalmente perros y gatos. Los productos más destacados son: un maletín que permite en transporte de los animales, unas toallas húmedas antibacteriales y la goma de mascar para las mascotas en forma de hueso.

En Colombia cada vez es más común que las familias tengan una mascota en el hogar y que los dueños quieran siempre salir con ellos a pasear; aunque esta es una de las actividades que resulta más difícil de realizar debido a la incomodidad en que las mascotas tienen que viajar y en muchas ocasiones los animales dejan los carros llenos de pelos y de basura, lo que genera que muchas personas se sientan incómodas al viajar con una mascota al lado.

Existen huacales para que nuestros animales puedan viajar en los automóviles; pero

estos son incómodos, ya que es una especie de jaula que cuenta con un espacio muy reducido para que la mascota se pueda acomodar y genera en ellos un sentimiento de inconformidad, pánico y estrés al estar ahí encerrados. Por eso nuestro producto busca que la mascota se sienta más cómoda y libre, que pueda ir protegido y disfrute del viaje, permitiendo al amo una manipulación de los mismos de forma más sencilla y más amigable con los animales.

Se ve la necesidad de las toallas húmedas antibacteriales, ya que todos los amos sacan a sus mascotas a dar un paseo en la calle y ellos salen y hacen sus necesidades; lo que genera que se ensucien sus patas y a la hora de llegar a la casa dejen en el piso las manchas de sus pisadas y traigan a la casa bacterias en su pelo. Por eso estas toallas brindaran mejor higiene a las mascotas y más comodidad en la familia a la hora de acariciar las mismas.

A la hora de cepillarle los dientes a nuestras mascotas ellos huyen y no se dejan limpiar bien y nosotros los amos no hacemos esta tarea tan frecuente; lo que ocasiona que ellos tengan un aliento fuerte y desagradable. La goma de mascar nos ayuda a mejorar ese feroz aliento y nos permite estar cerca de nuestras mascotas; ya que en muchas ocasiones es el aliento que nos aleja de ellos. Además, esta goma esta hecho de un cuero digerible, reduce el estrés animal y le da limpieza a sus dientes.

3.7 Relación de productos y/o servicios

Productos:

Nuestra organización ofrecerá principalmente al mercado nacional accesorios para mascotas, buscando la satisfacción del cliente mediante productos innovadores y prácticos que den seguridad y comodidad sus amigos fieles (las mascotas).

Grafico 1. *Maleta o Huacal*



Fuente: Imágenes Google

Grafico 2. *Goma de mascar*



Fuente: Imágenes Google

Grafico 3. *Toallas húmedas antibacteriales*



Fuente: Imágenes Google

Servicios:

- El servicio post venta creara una relación directa entre el cliente y la empresa, lo que nos permitirá realizar un seguimiento desde la adquisición del producto hasta el uso del bien.
- Ofrecemos el servicio de venta al por mayor y al detal.
- Alta variedad en los productos y en los precios; generadas por ofertas de altos volúmenes de compra, cliente fiel y puntualidad en pagos.

3.8 Justificación del Negocio

En los últimos años se han obtenido gran cantidad de mascotas en los hogares, gracias a esto vimos que era factible importar algunos productos que satisfagan las necesidades tanto de las mascotas como de las personas que se hacen cargo de ellas.

Las mascotas nos acompañan a todo tipo de lugar donde vamos: (parques, centros comerciales, restaurantes u otro lugar que queramos), pensando en una mayor comodidad y

facilidad al transportar las macotas, vimos la necesidad de crear una maleta que le brinda el confort a su mascota manteniéndola segura, cómoda y brindándole un buen flujo de aire que le permita a la mascota respirar tranquilamente así su maleta este cerrada. Así mismo en especial para los perros que tienen la costumbre de estornudar o jadear lo que genera una saliva que hace que su mascota se vea desagradable y a la vez los gatos porque estos suelen acicalarse con su propia saliva, y para ambos al hacer sus necesidades tienden a ensuciarse las patas, queremos implementar unas toallas antibacteriales que además de ofrecerle limpieza a su mascota le genera un agradable olor que hace que siempre este limpia y aseada.

Las personas quisieran tener a los perros todo el día cerca pero muchas veces su desagradable aliento lo impide, por lo cual vimos la necesidad de ofrecer unas gomas de mascar para perro las cuales le darán un buen olor a su boca.

3.9 Análisis del entorno y del sector

El sector de alimentos para mascotas y el sector manufacturero de productos para mascotas

“El primer alimento industrializado para mascotas se lanzó en el país hace aproximadamente 20 años, el verdadero desarrollo del mercado comenzó en 1985 con la entrada de la compañía multinacional Purina, líder en concentrados a nivel mundial”(Semana, 1999). Desde entonces la industria ha sufrido grandes cambios y el mercado se ha segmentado en productos de

diferente calidad y precio que buscan satisfacer las necesidades de distintos tipos de demanda.

La industria de alimentos para mascotas ha crecido considerablemente. La producción de alimentos balanceados ha mantenido una dinámica importante en el país durante los últimos años, incrementándose el consumo de carne de pollo la producción avícola. “Se estima que en 2013 la producción superó las 6.300.000 toneladas” (ANDI, 2013).

Tabla 1. *Producción total país de Alimento Balanceado para animales por línea de producción.*

Línea de producción	Toneladas								Var. 13/12
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
Avicultura	3.139.800	3.390.984	3.696.173	3.810.754	3.936.509	4.086.096	4.167.818	4.313.692	3,5%
Porcicultura	700.000	700.000	660.100	660.100	685.844	757.172	830.000	849.920	2,4%
Ganadería	498.500	508.470	539.995	501.115	516.650	526.983	568.614	595.583	4,7%
Menores	223.000	228.129	244.098	256.546	278.352	300.621	345.714	402.991	16,6%
Piscicultura	88.700	106.440	108.249	116.368	133.823	120.441	142.120	177.416	24,8%
Total	4.650.000	4.934.023	5.248.615	5.344.883	5.551.178	5.791.313	6.054.266	6.339.601	4,7%
Variación		6,1%	6,4%	1,8%	3,9%	4,3%	4,5%	4,7%	

Fuente: (ANDI, 2013)

Las exportaciones de “la producción Colombiana de alimentos balanceados para mascotas se concentran principalmente hacia Ecuador, que recibió en 2011 más de 2.232 toneladas, cuyo valor fue de 2’882.882 de dólares”. (ICA, 2012) .Junto con Ecuador, Bolivia y Panamá, Chile se convierte en el cuarto mercado al que la industria nacional de alimentos para mascotas puede acceder. Debido al trabajo realizado por el instituto Colombia Agropecuario (ICA) y el sector privado ante el Servicio Agrícola y Ganadero (SAG) de Chile. Permitiendo la apertura del mercado a los productores Colombianos.

Si bien este sin número de servicios y productos para mascotas ha crecido significativamente; aunque no se tiene una cifra exacta de la gran millonaria suma de las ganancias en este sector económico; “aunque solamente el ítem de concentrado en nuestro país ha aumentado de 203,4

millones de dólares en 2008 a 345 millones en el 2012”, (López, 2013).

El Cuidado de mascotas Según Euro monitor International los gastos en mascotas en Latinoamérica ha aumentado en un 44 por ciento durante los últimos 5 años para llegar a US\$11 mil millones. Brasil es el mercado de cuidado de mascotas más grande de Latinoamérica. En el país se registraron ventas de US\$5 mil millones de productos para mascotas en 2010, mientras que en el mismo año se registraron US\$1 mil millón de ventas de estos productos en México y US\$645 millones de ventas en Argentina. Aunque en comparación Chile es un mercado más chico en cuanto a los productos para mascotas, los latinoamericanos que más tienen perros en la casa son los chilenos (un 60 por ciento). Los chilenos también tienen el índice más alto de tener un gato (31 por ciento). Por tanto, no sorprende que el mercado de cuidado de mascotas en Chile haincrementado en un 20 por ciento durante los últimos 5 años. Perú es otro mercado de mascotas creciente; de hecho, en 2011 dicho mercado aumentó en un 25 por ciento (Galofre, 2012).

Varios factores han favorecido el incremento del número de los animales de compañía en las grandes ciudades colombianas como: la demanda de mascotas para llenar espacios afectivos en las familias, el aumento de capacidad económica en la sociedad principalmente en la clase media; permitiéndoles asumir nuevos gastos en su presupuesto y uno de los fenómenos más relevantes se da debido al desplazamiento de la población campesina a la ciudad, trayendo la cultura de la posesión de animales en los hogares.

Dependiendo de la clase de comida que se escoja, del número de veces que se lleve el animal a bañarse y cortarse el pelo, de la cantidad de juguetes que tenga la mascota y del número de visitas al veterinario, los costos pueden variar entre 900.000 y 2,5 millones de pesos anuales para un perro y entre 200.000 y 600.000 pesos para un gato. De este total el rubro que más importa es, sin duda alguna, el de la comida, que exige entre 60 y 70 por ciento del total de los costos anuales

PETS SWEETS S.A.S

de sostenimiento. Dado que la vida promedio de perros y gatos es de 15 años, esto implica que un hogar puede gastarse hasta 42 millones de pesos en comprar y mantener en condiciones adecuadas a su nuevo miembro de familia. (Semana, 1999).

La competencia en el sector es amplia y muy competitiva; tanto a nivel regional, como a nivel nacional, principalmente en el sector de alimentos para mascotas. Una de las principales empresas ubicadas en Medellín es Solla que mantiene el liderazgo en el sector en las ventas; también encontramos empresas como: Premex, Somex y Tecninsumos con ventas y una participación en el mercado más baja.

La estructura del sector manufacturero de alimentos y productos para mascotas ha experimentado en los últimos años grandes cambios a nivel mundial; ya que la tendencia de distribución de estos productos ahora se centra en el surgimiento de nuevos puntos de distribución como lo son tiendas las tiendas veterinarias, pets shop, clínicas, almacenes de cadena y supermercados.

Al preguntarles a los colombianos por el establecimiento donde le compran los productos a sus mascotas ya sea alimentos o accesorios, la mayoría coincidió en afirmar que es en los súper e hipermercados a donde recurren para adquirirlos. En efecto, el 47% de los consultados en la encuesta dijo que acude a este tipo de establecimientos. Otros amantes de las mascotas prefieren ir a las tiendas de barrio o a los graneros para comprar los alimentos para sus compañeros. Así las cosas, el 24% de los dueños de estos consumidores adquieren los productos en las tiendas de barrio, mientras que el 13% lo hace en los graneros que, en la mayoría de los casos, también están ubicados en los propios barrios cerca de las casas de los propietarios.

Sin embargo, también hay un pequeño porcentaje de la población dueña de mascotas que no le compra

concentrado u otro tipo de comida a sus animales sino que los alimenta con comida casera o sobras, situación que se presenta, en la buena parte de los casos por las pocas posibilidades que existen para adquirir los alimentos en cualquier tipo de almacén. (FENALCO, 2014).

En 2014, se espera que los productos para los cuidados de las mascotas sigan creciendo en Colombia. Este mercado tiene un gran potencial, ya que los consumidores buscan productos innovares que les permita ser más aptos para sus mascotas y les facilite las actividades diarias.

Sin embargo, la competencia y la introducción de nuevos productos ha generado más retos para las empresas especializadas en la fabricación y la producción a escala de estos alimentos; ya que ahora se buscan productos exclusivos para mejorar la salud y la nutrición de los animales, también para faces específicas del crecimiento, alimentos con recetas, comida para razas específicas y alimentos integrales y naturales

Ahora los factores claves para el éxito en este mercado están dados a la innovación y desarrollo de productos novedosos para las mascotas, el precio del producto ya no es tan relevante; se mira es una relación calidad-precio, el ciclo de vida del producto y los beneficios de estos para los animales.

“Las líneas de alimentos Premium, o de mayor valor agregado, sus productos se venden entre un 60% y 70%. Esta es una categoría que viene creciendo fuertemente en el mundo” (Dinero, 2010). Lo que ha ocasionado mejor rentabilidad en el mercado. Estos alimentos son los más difíciles de producir por las innovaciones y desarrollos que el mercado exige. Los alimentos balanceados están moviendo importantes recursos, generando empleo y desarrollo en el sector rural.

Amenazas de productos o servicios sustitutos: En el mercado actual se encuentran todo tipo de productos para animales, encontrando sustitutos a los nuestros las jaulas, los huacales, las croquetas para el aliento y los paños húmedos normales.

Amenaza de nuevos competidores: En el panorama de la competencia del 2014 no se esperan cambios significativos en este mercado, debido al alto grado de estabilidad de las empresas del sector y de las marcas; lo que si se ve es el surgimiento de nuevas compañías pequeñas que buscan competir con las empresas grandes mediante los bajos precios tanto en alimentos como en productos.

Rivalidad entre los competidores establecidos: Principalmente las empresas que ya están posicionadas como Kanu y la Casa del granjero aunque también encontramos competidores fuertes en las tiendas de mascotas en los barrios, ya que la gente prefiere la cercanía y un costo más económico.

Poder de negociación con los proveedores: El poder de negociación no lo tienen los proveedores ya que identificamos que en gran parte del mundo se producen este tipo de productos, el poder de negociación sería del proveedor cuando este tenga 100% fidelizado su target.

Poder de negociación con los clientes: El poder lo tienen los clientes ya que estos escogen los productos, debido a que estos son de fácil acceso en el mercado.

ENTORNO:

Fuerzas económicas:

- **Inflación**

La tendencia de la inflación colombiana en 2014 sería alcista. De acuerdo al dato suministrado por la más reciente Encuesta de Opinión Financiera de Fedesarrollo, correspondiente al mes de enero de 2014, la gran mayoría de analistas considera que la inflación se incrementaría en los próximos seis meses respecto a los bajos niveles actuales.

El dato de inflación anual del año 2013 reportado por el DANE fue 1,94%, el más bajo observado para un año completo en las últimas cinco décadas. Fedesarrollo les preguntó a varios administradores de portafolios si respecto a su nivel actual, consideran que durante los próximos seis meses la inflación aumentará, disminuirá o se mantendrá igual.

El 97,5% opina que se incrementará y el 2,5% restante asegura que se mantendrá igual.

(Dataifx, 2014)

- **Mercado Cambiario**

“En el 2013, se revierte la tendencia revaluacionista que venía mostrando la moneda colombiana, pasando de una TRM de \$1.770 a comienzos del año, a una tasa que supera los \$1.900” (ANDI, 2013, p.49).

- **PIB**

En el primer trimestre, el PIB colombiano subió 6,4 por ciento, el registro más alto en casi tres años. Nadie ponía en duda que el primer trimestre había sido bueno para la economía colombiana, pero el alza de 6,4 por ciento en el PIB estuvo muy por encima de

las visiones más optimistas, al punto que ya hay señales para mejorar las expectativas sobre el 2014. El dato, que reveló el Dane, se convierte en el más alto para un trimestre desde finales del 2011, y ninguna de las actividades retrocedió. (Portafolio, 2014)

- **Acuerdos comerciales:**

Encontramos países potenciales como Brasil, Estados Unidos y China encontrando que con Estados Unidos se accede a un preferencia arancelaria del 0.0% a diferencia de Brasil que se accede a una preferencia pero no total y con China aún no hay un acuerdo, por lo cual decidimos traer nuestro productos de Estados Unidos.

Fuerzas sociales:

- **Antioquia tiene Animóvil**

Para hacer aún más funcional en Antioquia el programa integral de control de natalidad y de prevención de la rabia en perros y gatos, la Secretaría Seccional de Salud y Protección Social con apoyo de la Fábrica de Licores de Antioquia, adquirió la Unidad Móvil Veterinaria para realizar cirugías de esterilización (ovario-histerectomía y castración) en la población de caninos y felinos del departamento ANIMÓVIL.

Esta es una unidad moderna con condiciones de garantía científico técnica para ofrecer un servicio con alta calidad y eficiencia; cuenta con tres mesas de cirugía, planta eléctrica, suministro de agua y dispositivos para bodegaje de camillas, jaulas y mesas para recuperación de los animales intervenidos. Además con carpa extensible que facilita las acciones de atención a la población de las comunidades visitadas.

- **Natalidad:**

En el caso del programa integral de control de natalidad, de acuerdo a estándares

internacionales, se estima que entre el 10 y 15% de los perros y gatos deben ser intervenidos en 2 a 3 años para mantener tasas de reproducción estables.

Para lograr esta meta se deben intervenir 31.250 (12.5%) animales en los próximos 3 años; la meta para este año (segundo semestre) es realizar 7.000 cirugías, en el 2015 la meta es de 12.000 y en 2016 otras 12.000 cirugías. Con esto se impide el crecimiento descontrolado de la población canina y felina que, junto con la vacunación antirrábica, son las medidas ayudan a prevenir el riesgo de la proliferación de enfermedades zoonóticas. (Gobernación de Antioquia, 2014)

- **Adopción:**

En Medellín todos los días son buenos para adoptar una mascota. En promedio 120 animales entre perros y gatos son dados en adopción mensualmente en el Centro de Bienestar La Perla, los cuales se entregan vacunados y esterilizados.

Actualmente, la Administración Municipal a través de la Secretaría de Medio Ambiente trabaja en una campaña de sensibilización ciudadanía para promover la adopción de animales. (Restrepo, 2012)

Fuerzas culturales:

- En la actualidad la sociedad considera a las mascotas como un miembro más de la familia; la mayoría de los propietarios de perros y gatos los consideran como si fuesen un niño o un hijo más, por lo que a nivel cultural se puede observar que las mascotas son tomadas en las familias como un miembro más del grupo.

El principal motivo para tener una mascota está relacionado con el hecho de tener una

compañía y conseguir afecto, además los propietarios se animan a conseguir un perro por deporte, seguridad, prestigio y otra de las razones más actuales está relacionada con la labor de las campañas de adopción de animales; lo que ha generado grandes sentimientos en la sociedad.

Otra de las inclinaciones que la sociedad ha tomado para conseguir mascotas está relacionado con “ el síndrome del nido vacío”, que se ha propagado en las parejas de jóvenes que se niegan a tener hijos y ven la necesidad de llenar ese vacío con el poder darle afecto, cuidado y protección a un perro, un gato u otro animal doméstico; esto también ocurre con los adultos de la tercera edad que terminan de criar a sus hijos y se sienten solos, lo que les genera la necesidad de estar acompañados y tener otro ser en quien preocuparse y dedicarles tiempo, (Lopez, 2013).

- Las mascotas ahora han tenido un cambio de vida, ya que estos cada día son más privilegiados en cuanto a buenos tratos y cuidado se trata; debido a la tendencia de mejorar la vida de estos animales. Ahora ya no solo se habla de concentrados que saben buenos y que nutren, sino que las empresas han desarrollado una amplia gama de productos alimenticios y servicios para ellos.

Se habla desde comida tipo buffet y gourmet con posibilidad de tener un menú variado; hasta seguros de vida, cementerios, salones de belleza y moteles caninos. Estos son algunos de los cambios que han hecho que las mascotas se conviertan en unos consumidores potenciales en el mercado debido a la necesidad de satisfacer las necesidades de los amos.

Fuerzas tecnológicas:

Las nuevas tecnologías generan cambios para acceder a los mercados y si la empresa no se adapta a estas puede perder competitividad, ya que se toma como un recurso de valor estratégico para las empresas.

La tecnología es una fuerza impulsora de los negocios, mejora la calidad y reduce los tiempos para comercializar productos y servicios; aporta un nivel de innovación el que marcará el camino de su eficiencia. Como por ejemplo el sistema SAP que ya es uno de los más avanzados en las grandes empresas en Colombia.

Por medio de esta, se le puede brindar a los clientes un asesoramiento y atención rápida y eficaz, Teniendo un fácil acceso a los productos visualizando por medio de este las características como: la variación de colores, olores y estilos de productos brindando la información del precio de cada uno de estos; Además se da a conocer la imagen local, la variedad de ofertas y se da la flexibilidad de hacer ventas por encargo sin necesidad de desplazarse hasta el lugar donde estén ubicados.

Ahora en el nuevo entorno las tecnologías facilitan el diseño y su producción rápida, también así permite una difusión en las redes sociales y en los medios de comunicación.

Fuerza ambiental:

-En la ciudad hay aproximadamente 180 mil animales domésticos, de los cuales 150 mil son perros y 30 mil son gatos, con una tasa de crecimiento para el caso de los perros del 13% y de los gatos del 25%.

“En la medida en que hay más número de mascotas hay comportamientos de ellos que se van volviendo mucho más críticos, entre más número de perros y gatos se tienen, aumenta el fecalismo, que va asociado al crecimiento de la población de moscas y por tanto a la transmisión de enfermedades por parte de estos insectos. Lo otro es que la marcación del territorio por parte de los machos se hace mucho más frecuente, cada macho va tratando de marcar su territorio y va segregando una serie de hormonas que terminan convirtiéndose en olores cada vez más fuertes”, dijo Rojo.

La convivencia podría ser un peligro

Lo otro es que la alta convivencia de las personas con los animales, también podría servir de vehículo para la transmisión de otras enfermedades distintas a la rabia como la leptospirosis, además de la cantidad de ácaros y problemas respiratorios que puede generar en las personas que tienen problemas de tipo asmático.

“En Medellín no hay reporte de transmisión de rabia humana desde el año de 1984, pero a pesar de esto, era una obligación y está contemplado dentro de las metas del Plan Nacional de Salud Pública evitar la transmisión de la rabia a través de la vacunación de perros y gatos que son los que conviven con el hombre porque son los que de una u otra manera pueden transmitir la enfermedad” aclaró el Líder de Programa de la Secretaría de Salud.

De acuerdo con Rojo, le corresponde al municipio de Medellín y al Estado diseñar un plan de inmunización para que esta enfermedad no se transmita.

“Medellín ha optado por un proceso de educación en la tenencia responsable de las mascotas, hemos cambiado de estrategias. Para el caso de la vacunación hacer jornadas masivas cada ocho días, uno podría decir que una de las formas es la eliminación de perros y gatos callejeros que es lo que regularmente en todas las partes del mundo se ha venido desarrollando, pero no, nosotros no queremos fomentar el maltrato, sino más bien la educación en las personas que deben hacerse responsables de sus mascotas” aclaró Raúl Rojo.

Y a pesar de que los funcionarios de la Secretaría de Salud están conscientes de que dicha meta no se puede lograr de la noche a la mañana, lo que si se quiere hacer desde ya es empezar a fomentar la prevención. (Giraldo, 2009)

Analizando en general el entorno identificamos tanto variables negativas como positivas, encontrando oportunidades con la tendencia de la TRM ya que tendríamos que pagar menos pesos por cada dólar, la del PIB que está en aumento lo que implica que hay más capacidad de compra, una preferencia arancelaria muy llamativa importando nuestros productos de estados Unidos, las cifras de adopción mensuales son muy atractivas lo que implica que cada día hay más perros o gatos en las casas los cuales podrían necesitar de nuestros productos y una de las oportunidades más valiosa es la cultura que hoy en día tienen las familias de adquirir mascotas. Algunas amenazas que encontramos en nuestro entorno es la tendencia de la inflación ya que subirían los precios y posiblemente habría menos ventas, también encontramos aspectos negativos para la empresa no para la ciudad la política de esterilización que está teniendo la gobernación de Antioquia ya que no habrían tantas mascotas para comprar nuestros productos sin embargo tenemos claro que la mayoría de estos serían callejeros pero los cuales pueden ser

adoptados o encontrar un hogar, otra amenaza son los avances tecnológicos que hay actualmente y un software sale muy caro aunque brinda muchos otros beneficios sin embargo nuestra empresa no está en capacidad de montar uno y por último el posible daño en la salud que pueden ocasionar nuestras mascotas por lo cual podrían ser abandonadas.

3.10 Conocimientos para entrar en el Negocio

Para iniciar con un negocio es necesario conocer las diferentes variables que tienen que ver con la iniciación de una actividad económica como en este caso, a continuación relacionamos los conocimientos que se deben tener a la hora de entrar en el mercado.

El mercado meta: este estudio nos permite detectar a quien, cuanto, donde, cuando y como voy a vender los productos que ofrecerá mi empresa.

El estudio del mercado consumidor: Nos permite identificar con qué frecuencia son adquiridos nuestros productos, el precio que están dispuestos a pagar por estos y saber en qué plaza nos podemos desenvolver mejor para tener una buena aceptación por parte del consumidor. Este estudio también nos permite saber qué perfil tienen nuestros consumidores.

El mercado proveedor: este estudio se hace con el fin de conocer la calidad del producto que ofrece el proveedor, para tener la seguridad que el pedido llegara tal y como se acordó, que la entrega de los productos sea oportuna, que exista una buena comunicación entre la empresa y el proveedor y la forma de pago.

El mercado competidor: se realiza con el fin de saber contra que mercados estamos compitiendo y que podemos hacer para alcanzarlos o superarlos en el mercado.

El mercado distribuidor:

El mercado distribuidor: en este estudio se debe definir cuál será su método de distribución, en el caso de nuestra empresa nuestra distribución será directa, llegando al consumidor final.

Riesgos y oportunidades del mercado: podemos analizar cuáles son las amenazas que podríamos tener ya que estamos ingresando en un mercado donde la competencia es fuerte y reconocida por el consumidor, pero también debemos analizar que a pesar de la competencia se pueden presentar oportunidades y que si son detectadas a tiempo podría traer grandes beneficios a la empresa.

Aspectos técnicos: en este aspecto se tienen en cuenta varios elementos, en el caso de nuestra empresa que va importar y comercializar los diferentes productos es de vital importancia establecer un plan de compra de acuerdo con las ventas del producto para determinar la cantidad a importar, analizar los tiempos de transito de la mercancía para que la entrega sea oportuna y minimizar los costos sin afectar la calidad.

Requerimientos de personal: aquí se debe analizar cada uno de los perfiles para el buen funcionamiento de las áreas de la empresa, debe ser gente capacitada.

Aspectos administrativos: en este punto se determinan los objetivos de producción o en este

caso de importación, proceso de importación, capacidad de importación y plan de importación.

Aspectos legales: aquí se define qué tipo organizacional empresarial es, se espécifica el capital que maneja la empresa y todos los trámites necesarios que requiere la empresa para ser constituida legalmente.

Aspectos financieros: en este aspecto encontramos los recursos propios de la empresa, los créditos bancarios en caso de que los haya y los datos referentes al crédito.

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos de Mercadeo

OBJETIVOS DE MERCADEO A CORTO PLAZO

- Entrar al mercado por medio de publicidad sobre el producto y la marca para lograr captar gran parte del mercado.
- Asistir a las diferentes ferias realizadas en la ciudad y llegar al cliente mediante promociones para que conozcan nuestros productos y se den cuenta de lo útil que pueden ser.
- Establecer metas en cuanto a ventas proyectando así el crecimiento de la empresa.
- Mantener el posicionamiento del producto estrella.

OBJETIVOS DE MERCADEO A MEDIANO PLAZO.

- Alcanzar un buen posicionamiento en el mercado por medio de productos innovadores y el mejoramiento constante del servicio al cliente.
- Crear una página web para la venta de nuestros productos.
- Implementar servicio a domicilio, donde los clientes por medio de la página web puedan observar el producto y comprarlo.

OBJETIVOS DE MERCADEO A LARGO PLAZO

- Crear convenios con almacenes de cadena ubicados en las diferentes ciudades del país para que comercialice nuestro producto y nos empiecen a conocer a nivel nacional.

- Agregarle a nuestro producto nuevas características, mejores beneficios, otras utilidades con el fin de innovar, conservar y atraer nuevos clientes.
- Mejoramiento del servicio al cliente, después de la compra del producto llamar a cliente para saber qué tan satisfactorio o no ha sido nuestro producto, esto nos da la oportunidad de mejorar y no perder clientes (servicio post-venta).

4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

Huacal o maletas para macotas

100% satisfactorio para usted, diseñado para transportar sus mascotas

- Hecho de alta calidad de nylon denier.
- Viene con una correa acolchada para llevar a los hombros o colgar fácilmente en los automóviles.
- Ventanas de malla en todos los lados para la ventilación y la visibilidad del animal doméstico.
- Gran apertura con cremallera frontal para un acceso rápido.
- Fácil de limpiar simplemente enjuague con agua y un poco de jabón.
- En el interior tiene un correrá que proporciona mayor seguridad para la mascota
- Tienen un bolsillo de malla en la parte posterior para mantener lo esencial.
- Can cojín de tela de alimentación dentro de la casa para mantener a los animales domésticos cálida en invierno.

PETS SWEETS S.A.S

Tamaño:

Pequeño: 50x35x35cm

X de gran tamaño: 81x58x58cm

Medio: 60x42x42cm

Xx grande: 91x64x64cm

De gran tamaño: 70x52x52cm

de gran tamaño: 102x69x69cm

Las maletas o huacales ofrecen una mayor comodidad tanto para la mascota como para su amo, brindándole así la facilidad de transportarlo al lugar que desee, está diseñado especialmente para gatos y perros que son los animales domésticos que siempre acompañan a sus dueños al lugar que quieran.

Grafico 4. *Huacal o maleta*



Fuente: Imágenes Google

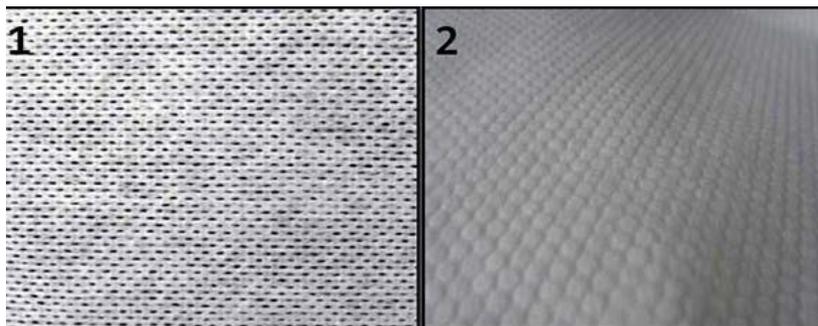
Toallas antibacteriales húmedas para mascota

Estas toallitas ayudan a mantener sus mascotas frescas y limpias. Lo suficientemente seguro para el uso diario en perros y gatos de todas las edades. Los ingredientes incluyen extractos de hierbas, la proteína, aloe vera, lanolina, vitaminas y más. Puro de bicarbonato de soda y fragancia suave ayuda a controlar los olores. Seguro y lo suficientemente suave para uso diario en perros y gatos de todas las edades. Perfecto para una limpieza rápida- ups en cualquier momento, en cualquier lugar. Cada toallita 8" x 7".

Tamaño por paquete:

10x15cm, 15x20cm, 18x20cm, 30x20cm personalizado

Grafico 5. *Textura de las toallitas*



Fuente: Imágenes Google

Grafico 6. Toallas húmedas antibacteriales



Fuente: Imágenes Google

Gomas de mascar

Ingredientes: cuero digerible, azúcar, glucosa, jarabe, cítrico, sabor artificial, color e129.

Tipo de embalaje: bolsa de plástico

Estas gomas de mascar están diseñadas para el mal olor que generan las mascotas al no dejarse cepillar constantemente sus dientes, las gomas son en forma de huesito para llamar la atención de la mascota más fácilmente ya que los huesos son unos de sus gustos preferidos. Las gomas de mascar aparte de darle un buen aliento a su mascota, está hecha con un cuero digerible a permite así mantener a la mascota tranquila. Estas vienen en varios colores y sabores permitiéndoles a los clientes una gran variedad, para que cada compra quiera llevar diferentes sabores.

Grafico 7. Gomas de mascar



Fuente: Imágenes Google

Porque elegirnos

Ofrecemos una gran variedad de estilos y colores dependiendo del requerimiento y las exigencias del cliente, así mismo brindamos una buena calidad y precios competitivos.

4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1 El Mercado Meta

“El mejor amigo del hombre”, es también el preferido en las más grandes ciudades de Colombia: Medellín y Barranquilla, en donde el 86% de quienes tienen mascota, mencionan tener uno, en tanto que en Bogotá el registro fue del 80% y en Cali del 74%.

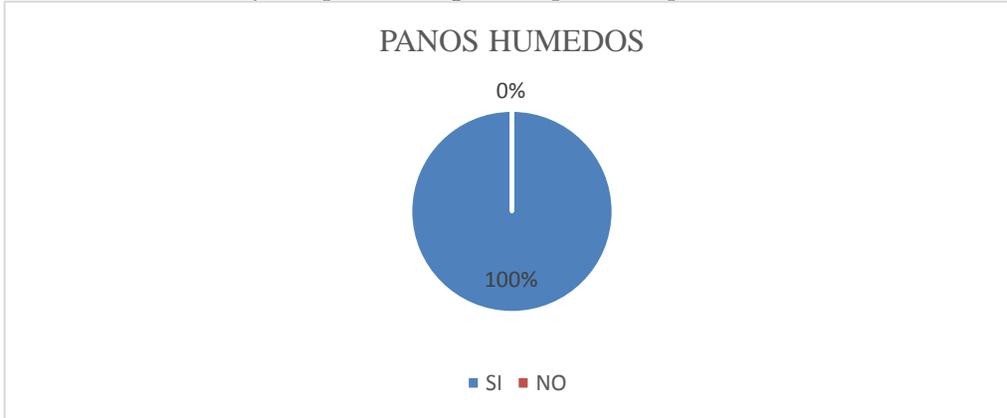
De acuerdo con la encuesta realizada por GfK - una de las más importantes casas de investigación de mercado a nivel internacional-, en el país los perros son “reyes”, seguidos por los gatos. (...).

El estudio permitió concluir que de ese 29% de los colombianos que tienen una mascota, es Cali la ciudad que registra mayor número de mascotas con un 41 %, sigue Bogotá con un 27% y Medellín y Barranquilla igualan en un 24%. (Dinero,2012)

A partir de esta información pudimos reconocer la cantidad de personas que tienen mascotas en Medellín, para hallar una demanda más asertiva realizamos una encuesta a 20 personas las cuales respondieron:

1. ¿Compraría paños húmedos antibacteriales para su mascota?

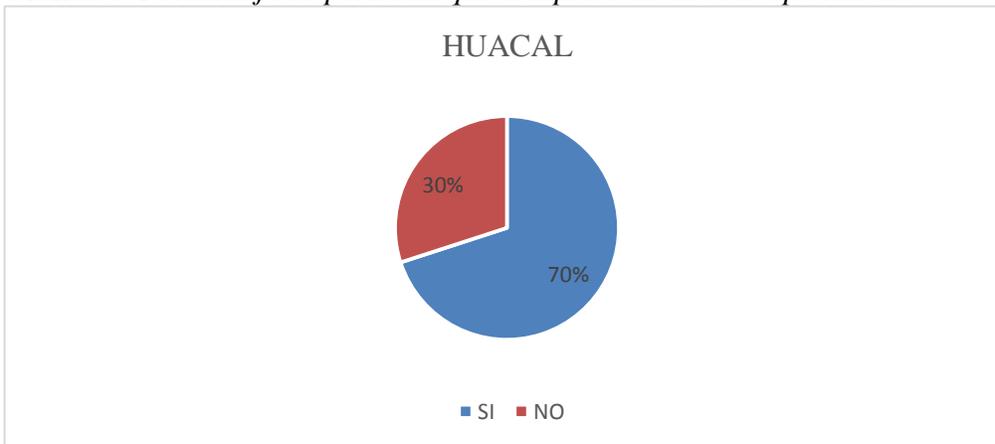
Grafica 8. Porcentaje de personas que compra o no paños húmedos antibacteriales



Fuente: Elaboración propia

2. ¿Compraría una maleta tipo huacal para viajar con su mascota más cómoda?

Grafica 9. Porcentaje de personas que compra o no maleta tipo huacal



Fuente: Elaboración propia

3. ¿Compraría goma de mascar para el buen aliento de su mascota?

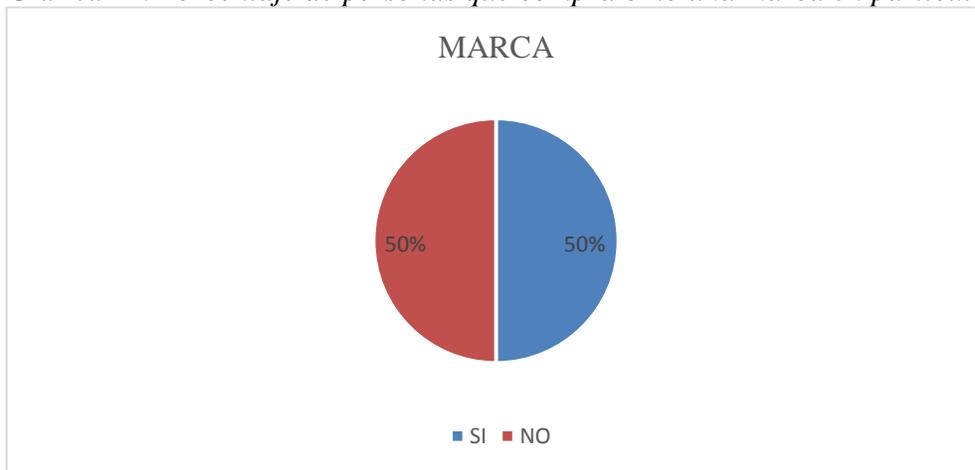
Grafica 10. *Porcentaje de personas que compra o no goma de mascar*



Fuente: Elaboración propia

4. ¿Compra de una marca en particular estos productos?

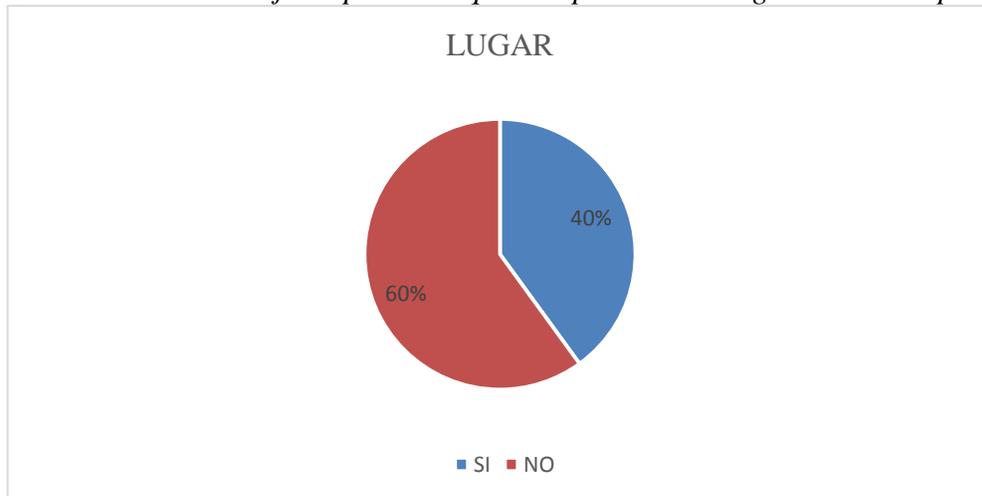
Grafica 11. *Porcentaje de personas que compra o no una marca en particular*



Fuente: Elaboración propia

5. ¿Compra en alguna tienda específica estos productos?

Grafica 12. Porcentaje de personas que compra o no en alguna tienda especifica



Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. Mercado Meta

DATO	PORTCENTAJE	CANTIDADES
CANTIDAD DE COLOMBIANOS		46.000.000
COLOMBIANOS CON MASCOTA	29%	13.340.000
PERSONAS EN MEDELLIN CON MASCOTA	27%	3.601.800
COMPRARIA PANOS ANTIBACTERIALES	100%	3.601.800
COMPRARIA MALETA HUACAL	70%	2.521.260
COMPRARIA CHICLETS PARA SU MASCOTA	90%	2.269.134
COMPRA DE ALGUNA MARCA ESPECIFICA	50%	1.134.567
COMPRA EN ALGUN LUGAR ESPECIFICO	60%	680.740

Fuente: Elaboración propia

4.2.2. Estudio del Mercado Consumidor

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor.

El estudio de mercado del consumidor se realizó con el fin de saber:

- Conocer con qué frecuencia son adquiridos los productos que vamos a importar.
- Saber que tan importante es para la gente el aseo y la comodidad de su mascota.
- Tener en cuenta el precio que está dispuesto a pagar el consumidor por adquirir estos productos.

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

Los medios que utilizamos a la hora de hacer el estudio del consumidor fue una investigación y en base a esto realizamos una encuesta que nos indicaba que productos compran las personas que tienen mascotas, también pudimos saber por medio de la encuesta con qué frecuencia compraban los productos, que marcas prefieren y si lo compran en un lugar específico.

c) Aplicación de los Medios

La aplicación de la encuesta se realizó a personas cercanas que tienen mascota, se trató de hacer la encuesta a posibles clientes ubicados en el sector de laureles y preguntando específicamente si utilizan los productos que vamos a importar.

d) Resultados del estudio de los consumidores

TIPO DE CONSUMIDOR: Directo

CRITERIOS DE COMPRA: Rango de precios del consumidor

- **Huacal:** 45.000 a 130.000
- **Pañitos húmedos antibacteriales:** 6.000 a 7.600
- **Gomas de mascar:** 7.000 a 12.000

El consumidor de estos productos normalmente los paga de contado y en efectivo.

Los productos son consumidos en cualquier temporada del año ya que hacen parte del aseo y la comodidad de la mascota, los clientes buscan calidad y durabilidad específicamente en los guacales ya que es un producto que no se compra constantemente.

PERFIL DEL CONSUMIDOR: Nuestro consumidor es directo y en un rango de edad de 18 a 29 años, ubicados entre los estratos 3,4 y 5 que consideran a su mascota una parte importante de su familia y quieren brindarle comodidad.

En cuanto a los pañitos húmedos antibacteriales son comprados mensualmente según la encuesta realizada anteriormente, los guacales son comprados anualmente ya que es un producto más costoso y que dura más.

UBICACIÓN DE LOS CONSUMIDORES: los consumidores están ubicados en Medellín - Colombia, el punto de venta estará ubicado en el barrio Laureles.

Determinación de la Demanda

1. Pañitos antibacteriales para mascota: 3.601.800 personas tienen mascotas en Medellín y todas están dispuestas a comprar este producto.

- El 40% de estas personas compran los productos en una tienda específica, lo que nos muestra que sería más complicado que sean posibles clientes para nuestra empresa.

- El 60% no tienen un lugar específico para la compra de los pañitos antibacteriales, lo que nos facilitaría atraerlo como posibles clientes.

2. Huacal: el 70% de la población de Medellín está dispuesta a adquirir este producto, aunque un 50% está fidelizado con algunas marcas del mercado existe la posibilidad de atraerlos como clientes por medio de precios, publicidad, servicio y garantías.

3. Goma de mascar: Con este producto no se tiene competencia ya que sería un producto nuevo en el mercado, según la encuesta realizada el 90% de las personas con mascota quisieran adquirir este producto debido a que no es tan complejo como cepillar los dientes a la mascota.

4.4 El Mercado Proveedor

4.4.1 Proveedores

Aseo:

- **Proveedor Papyser:**
- Ambientador en spray 300 ml. brizze fresca cítrica
- Basurera pedal 10 litros "no reciclable" estra
- Basurera pedal 10 litros "papel-carton" estra
- Blanqueador blanco x 500 ml.
- Bolsa basura 46x46 gris x12 c-1.4
- Bolsa basura 46x46 verde x12 c-1.4.
- Desinfectante líquido fabuloso.

PETS SWEETS S.A.S

- Escoba plastica.suavesemizulia
- Esponja fibra-espuma scotchbrite (doble uso)
- Jabón en crema axion x 235 g. Limón
- Jabón en polvo 1-a x 500 g.
- Jabón líquido para manos antibacterial.540 ml.
- Limpia vidrios.taktax/y'p x800 ml. Pistola
- Papel higiénico jumbo 137 x1 nat 400 m/1h kimb
- Recogedor de basura de plástico cabo madera
- Sacudidor 70 x 35 cm. Blanco
- Toalla mano 503 nat.x1 rollo-compac.2h/100 m
- Trapero pabilo cabo 1.50 x500 grs

Papelería:

- **Proveedor Papyser:**
- Bolígrafo kilométrico plus negro
- Bolígrafo kilométrico plus rojo
- Borrador nata (grande)
- Calculadora 12 dig.mx
- Clip sencillo x 100 leader
- Corrector líquido
- Cosedora tritón
- Folder colgante café
- Gancho legajador plast.x20 norma
- Grapa standar 26/6 x 5000 gema/wingocobrizada
- Lápiz negro norma no 2
- Pegante barra 22 g. Tesa-stick
- Perforadora 2 huecos triton/genmes metal
- Regla plástica 30 cm. Translucida
- Resaltador spektra amarillo ergonómico
- Sacagrapas sencillo triton 2600
- Tijera oficina genérica 6.5"
- Resma de papel tamaño carta
- Bolsas para empacar el producto
- Factureros
- Cartucho hp 662
- **Proveedor Lluvia de ideas:**
- Tarjetas de presentación

Botiquín:

- **Proveedor Papyser:**
- Alcohol x 350 cc.Plástico
- Algodon x 50 g.

Cafetería:

- **Proveedor Papyser:**
- Aromaticabamby x 20 manzanilla
- Azúcar cubos Medellín x 480 un.
- Café instantáneo bastiya x500 g.
- Servilletas x100 familia.
- Vaso cartón 4.0 oz. X50 blanco
- **Proveedor El éxito:**
- Cafetera Oster
- Nevera Haceb
- Horno microondas Samsung

Tecnológico:

- **Proveedor Papyser:**
- Teléfono alámbrico Panasonic negro
- **Proveedor El éxito:**
- Computador Lenovo
- Impresora HP
- Ventilador samurái
- Sillas de escritorio
- Escritorio
- Archivador
- **Homecenter:**
- Repisas

Lugar:

- **Proveedor Acrecer:**
- Arriendo
- **Proveedor EPM:**
- Servicios
- **Proveedor Guardianes:**
- Persona de seguridad
- **Proveedor UNO-A:**
- Persona de Aseo

Productos:

- **Proveedor Petsmart:**

- Huacal o maleta
- Paños húmedos
- Gomas de mascar

4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

- La calidad de los productos
- La confiabilidad de recibir el pedido tal y como se acordó
- Buen precio en los productos
- El tiempo de entrega que sea oportuno
- Buena variedad en los productos
- Oportuna comunicación entre la empresa y el proveedor
- La forma de pago; con el fin de obtener crédito después de varias negociaciones.

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

El medio por el cual investigamos a nuestros proveedores fue principalmente por un proveedor conocido con el que antes una compañera hacía los pedidos en otra empresa ya que era alguien confiable y más económico los productos que no encontramos con dicho proveedor los buscamos en las páginas web escribiendo cada uno de los productos y escogiendo los proveedores que cumplían con nuestras expectativas; ya que es la manera más adecuada para conocer más proveedores; tanto a nivel nacional como internacionalmente. Además se realizaron llamadas telefónicas para iniciar una comunicación y cotización de los productos

c) Aplicación de la Medios

No aplica para nuestro estudio.

d) Resultados del estudio de los proveedores

Tabla 13. Resultados del estudio de los proveedores mensuales

PROVEEDOR	PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
PAPYSER	ASEO			
	Ambientador en.spray 300 ml.frescura cítrica	1	\$ 5.663	\$ 5.663
	Blanqueador blanco x 500 ml.	1	\$ 3.500	\$ 3.500
	Bolsa basura 46x46 gris x12 c-1.4	1	\$ 1.688	\$ 1.688
	Bolsa basura 46x46 verde x12 c-1.4	1	\$ 1.688	\$ 1.688
	Desinfectante liquido fabuloso. 2L	1	\$ 8.500	\$ 8.500
	Escoba plástica suave semizulia	1	\$ 2.824	\$ 2.824
	España fibra-espuma scotch brite (doble uso)	1	\$ 696	\$ 696
	Jabón en crema axion x 235 g. Limón	1	\$ 1.866	\$ 1.866
	Jabón en polvo 1-a x 500 g.	1	\$ 2.101	\$ 2.101
	Jabón líquido para manos antibacterial.540 ml.	1	\$ 12.237	\$ 12.237
	Limpia vidrios.tak tax/y'p x800 ml. Pistola	1	\$ 4.305	\$ 4.305
	Papel higiénico jumbo 137 x1 nat 400 m/1h kimb	1	\$ 9.179	\$ 9.179
	Recogedor de basura de plástico cabo madera	1	\$ 1.882	\$ 1.882
	Sacudidor 70 x 35 cm. Blanco	2	\$ 1.923	\$ 3.846
	Toalla mano 503 nat.x1 rollo-compac.2h/100 m	1	\$ 11.885	\$ 11.885
	Trapero pabulo cabo 1.50 x500 grs	1	\$ 6.315	\$ 6.315
	Alcohol x 350 cc. Plástico	1	\$ 1.741	\$ 1.741
	Algodón x 50 g.	1	\$ 1.415	\$ 1.415
	TOTAL ASEO			\$ 81.331
PAPYSER	PAPELERIA			
	Bolígrafo kilométrico plus negro	5	\$ 236	\$ 1.180
	Bolígrafo kilométrico plus rojo	5	\$ 236	\$ 1.180
	Borrador nata (grande)	5	\$ 182	\$ 910

	Clip sencillo x 100 leader	4	\$	311	\$	1.244
	Corrector líquido	5	\$	1.595	\$	7.975
	Cosedora tritón	3	\$	8.426	\$	25.278
	Folder colgante café	5	\$	510	\$	2.550
	Gancho legajador plast.x20 norma	1	\$	1.802	\$	1.802
	Grapa standar x 5000 gema/wingo cobrizada	2	\$	1.466	\$	2.932
	Lápiz negro norma no 2	5	\$	256	\$	1.280
	Pegante barra 22 g. Tesa-stick	2	\$	1.660	\$	3.320
	Perforadora 2 huecos tritón/genmes metal	1	\$	7.427	\$	7.427
	Regla plástica 30 cm. Translucida	3	\$	279	\$	837
	Resaltador spektra amarillo ergonómico	3	\$	712	\$	2.136
	Saca grapas sencillo tritón 2600	2	\$	1.079	\$	2.158
	Tijera oficina genérica 6.5"	2	\$	1.238	\$	2.476
	Resma de papel tamaño carta	3	\$	6.800	\$	20.400
	Cartucho hp 662	3	\$	19.000	\$	57.000
	TOTAL PAPELERIA				\$	142.085
PAPYSER	ARTICULOS DE COMERCIALIZACION					
	Factureros	2	\$	40.000	\$	80.000
	Bolsas para los productos * 1000	1	\$	40.000	\$	40.000
LLUVIA DE IDEAS	Tarjetas de presentación * 1000	1	\$	60.000	\$	60.000
	TOTAL ART. COMERCIALIZACION				\$	240.000
PAPYSER	CAFETERIA					
	Aromática bamby x 20 manzanilla	2	\$	886	\$	1.772
	Azúcar cubos Medellín x 480 un.	1	\$	4.515	\$	4.515
	Café instantáneo bastiya x500 g.	1	\$	23.588	\$	23.588
	Servilletas x100 familia.	1	\$	1.212	\$	

					1.212
	Vaso cartón 4.0 oz. X50 blanco	2	\$	2.778	\$ 5.556
	TOTAL CAFETERIA				\$ 36.643
PAPYSER	MUEBLES Y ENCERES				
	Teléfono alámbrico Panasonic negro	5	\$	39.375	\$ 196.875
	Basurera pedal 10 litros "no reciclable" estra	3	\$	23.900	\$ 71.700
	Basurera pedal 10 litros "papel-cartón" estra	3	\$	23.900	\$ 71.700
	Calculadora 12 dig.mx	3	\$	12.202	\$ 36.606
EXITO	Cafetera Oster	1	\$	81.900	\$ 81.900
	Nevera Haceb	1	\$	919.900	\$ 919.900
	Horno Microondas Samsung	1	\$	166.320	\$ 166.320
	Computador Lenovo	2	\$	800.000	\$ 1.600.000
	Impresora HP	1	\$	129.000	\$ 129.000
	Sillas de escritorio	2	\$	199.900	\$ 399.800
	Ventilador samurái	1	\$	104.900	\$ 104.900
	Escritorio	2	\$	193.900	\$ 387.800
	Archivador	2	\$	99.900	\$ 199.800
HOMECENTER	Repisas	3	\$	99.900	\$ 299.700
	TOTAL MUEBLES Y ENCERES				\$4.666.001
PETSMART	Huacal o Maleta	35	\$	63.671	\$ 2.228.485
	Paños húmedos	85	\$	7.155	\$ 608.175
	Gomas de mascar	109	\$	4.580	\$ 499.220
ACRECER	Arriendo	1	\$	2.000.000	\$ 2.000.000
EPM	Servicios	1	\$	300.000	\$ 300.000
GUARDIANES	Persona de vigilancia	1	\$	800.000	\$ 800.000
UNO-A	Persona de Aseo	1	\$	700.000	\$

					700.000
PRO INTERNACIONAL	Webmaster	1	\$	700.000	\$ 700.000

Fuente: Elaboración propia

- **Papysier:** Es una empresa proveedora de insumos para empresas, los pedidos se harían en línea mensualmente, el pago sería a 30 días, es una empresa conocida por una de nosotras lo que implica que es confiable y tiene productos de calidad.
- **El éxito y Homecenter:** Son empresas muy grandes reconocidas por el buen servicio al cliente y por sus productos de calidad, son proveedores que tendrán pago inmediato ya que a este no se le harán pedidos periódicos ya que los productos que este nos provee son de larga duración para nuestra empresa, los pedidos se harán virtualmente.
- **Acrecer:** Es nuestro proveedor del local ubicado en Laureles, Nuestro contacto es Pedro Pablo Zabala Jaramillo ubicado en la sede del poblado de dicha empresa, con número de teléfono 444-00-41 Ext 113.
- **Lluvia de ideas:** Es una empresa a la cual se le hacen los pedidos virtualmente, es confiable y conocemos su capacidad para hacer un producto de alta calidad y excelente diseño. La forma de pago es a 30 días.
- **Petsmart:** Es una tienda muy famosa en Miami la cual nos proveerá nuestros productos terminados para la venta al cliente directo, es una empresa confiable de las más reconocidas a nivel mundial. La forma de pago es a 3 meses.

PETS SWEETS S.A.S

- **Guardianes, UNO-A y PRO INTERNACIONAL:** Son la tercerización de servicios de vigilancia, aseo y sistemas respectivamente, son empresas reconocidas en el mercado y confiables. La forma de pago es a 30 días.

4.5 El Mercado Competidor

4.5.1 Competidores



EMPRESA: LA CASA DEL GRANJERO S.A

DIRECCION: MALL LAURELES, CI 37 80 – 36 LOCAL 102

TELEFONO: 412 3041 – 416 3583

CONTACTO: HERNAN PUENTES

PRODUCTO: Huacal en tela

RANGO DE PRECIOS: 36.000 A 45.000

SURTEN EL PRODUCTO CADA 15 DIAS, DE A 2 GUACALES POR ESTILO.

PRODUCTO: Pañitos húmedos antibacteriales

RANGO DE PRECIOS: 6.000 a 7.600

Surten el producto cada 8 días, en cantidades de 6 a 12 unidades.



EMPRESA: KANÚ

DIRECCION: MALL LAURELES, CI 37 80-36 LOCAL 128

TELEFONO: 444 52688

PETS SWEETS S.A.S

CONTACTO: Maryori Correa

PRODUCTO: Huacal en tela

RANGO DE PRECIOS: 97.000 A 130.000

Surten el producto mensualmente, hacen pedido en base al inventario

Los pañitos húmedos antibacteriales no los manejan.



ALMACENES ÉXITO

DIRECCION: Carrera 81 No. 37 – 100

TELEFONO: 513 2424

PRODUCTO: Huacal en tela

RANGO DE PRECIOS: 40.000 A 68.000

PRODUCTO: Pañitos húmedos antibacteriales.

PRECIO: 6.300

4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

Para entrar a un nuevo mercado uno de los factores que debemos analizar e investigar muy bien seria contra que mercados estamos compitiendo y que se va hacer para poder alcanzarlos o superarlos, logrando captar un porcentaje de clientes que lleguen a cubrir todas la necesidades de la empresa y puedan generar una buena rentabilidad para sus propietarios, debido a esto encontramos una serie de variables que nos permitieron dar a conocer algunos aspectos positivos y negativos que nos ayudan a la mejora y eficiencia de nuestra empresa.

Variables

- Las Pets shop cuentan con un sistema informático y acceso a la tecnología que los hace eficientes y les da una mayor facilidad de procesar rápidamente los pedidos del cliente y brindar una rápida atención.
- Cuentan con una moderna infraestructura que ayuda a tener más productos de variación actuales por su capacidad en el stock.
- En el medio de la publicidad todas van al mismo nivel ya que cuentan con altos medios de comunicación como: página web, revistas, redes sociales y por páginas amarillas.
- La mayoría tienen una ventaja muy grande y es la ubicación ya que son junto a un centro veterinario o incluso dentro de estos; también cuentan con la gran ayuda que ya tienen un reconocimiento en el mercado con sus marcas o locales y visibilidad para los consumidores.
- Se puede observar que cada una de las tiendas cuentan con una gran variación y diferencia en sus precios lo que hace que cada una de ellas tenga sus propios clientes.
- Solo manejan la marca de pañitos húmedos para mascotas de la fábrica FAMILIA; entraríamos en el mercado siendo competencia solo con una fábrica de este producto.
- En ninguna Pets shop manejan una goma para el aliento de las mascotas, solo tienen el manejo de enjuagues bucales, o cremas dentales especiales para ellos; seríamos una marca innovadora en este producto y es más asequible este producto para los consumidores.

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

La estrategia que implementamos para estudiar la competencia, fue por medio de visitas que realizamos a cada una de estas tiendas, donde se nos facilitó la comunicación con cada uno de los vendedores de estas, brindándonos toda la información requerida por nosotros. Aparte de averiguarles la información de cada producto, hicimos la visita con el propósito de no solo llegar a saber sobre sus productos, sino también para conocer sobre sus instalaciones, publicidad y servicio al cliente, para así saber con qué lugares estamos compitiendo y debido a toda esta información poder llegar a superarlos.

c) Aplicación de los Medios

Para realizar el estudio del mercado competidor nos centramos en las tres tiendas más reconocidas en el sector del barrio Laureles donde estará ubicada nuestra empresa, llegamos a ella por medio de una visita que nos brindó la mayor información para poder llegar a competir con cada una de estas. Las visitas realizadas fueron un fin de semana en cual nos permitió llegar a saber qué factores podemos empezar a implementar y mejorar a la hora de crear una empresa, así también pudimos ver la gran cantidad de clientes que frecuentan estas tiendas y lo rentable que sería para nosotros.

d) Resultados del Estudio de la Competencia

Tabla 14. *Estudio de la competencia*

NOMBRE	DIRRECCION	CONTACTO	PRODUCTO	PRECIO	FORMA DE PA GO	FORTA LEZAS	DEBILIDA DES
La casa del Granjero	Mall Laureles	Hernán Puentes	. Huacal en tela	. 36000 a 45000	.Dinero en efectivo .Tarjetas débito y crédito	. Empresa reconocida en el mercado.	. Falta de innovación en los productos.
	Cl 37 80-36 Local 102		. Pañitos antibacteriales	.6000 a 7000		. ofrece también servicios de veterinaria,	.

						farmacia , etc.	
Kanu	Mall Laureles	Maryori Correa	. Huacal en tela	97.000 a 130.000	.Dinero en efectivo .Tarjetas débito y crédito	. gran variedad en los productos	. altos costos para atraer nuevos clientes
	CI 37 80-36 Local 128					.diferentes puntos de venta	. falta de ofertas en los productos
						. personal capacitado	
Almacenes Éxito	Carrera 81 No. 37 - 100	-----	.Huacal en tela	. 40.000 a 68.000	.Dinero en efectivo .Tarjetas débito, crédito y Éxito	. Ofrece una gran cantidad de productos.	. Débil imagen en el mercado. (en productos para macotas)
			. Pañitos antibacteriales	. 6.300		. Uso de la tarjeta puntos y la tarjeta Éxito	
						Para dar una seguridad y mayor comodidad a sus clientes.	. personal no capacitado
						. Ofertas especiales	

Fuente: Elaboración propia.

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1 Distribución.

La distribución de nuestro producto va a ser directa, llegando al consumidor final por medio de nuestra página web y un punto de venta ubicado en el barrio Laureles.

4.6.2 Distribución Directa (En caso de ser aplicable)

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

PETS SWEETS S.A.S mediante un punto de venta ubicado en el barrio Laureles hará la distribución de los productos llegando así al consumidor final, otra forma de captar más clientes será la web donde el consumidor podrá observar los productos y así adquirirlos sin tener que salir de la casa, este sería un servicio puerta a puerta (Domicilio).

b) Fuerza de ventas

PERFIL.

- **AUXILIAR DE VENTAS.**

Se requiere experiencia mínima de 3 años en cargos directivos en el área de Mercadeo y Comercial en las responsabilidades antes mencionadas, o amplia experiencia; preferiblemente en sector entretenimiento que participen en mercados públicos y privados demostrando resultados en desarrollo de productos exitosos y en la comercialización.

- **VENDEDOR.**

Hombre y mujeres mayores de 20 años. Bachiller, con seis meses de experiencia en ventas, excelente servicio al cliente, buena expresión oral, y presentación personal.

Tabla 15. *Pago por empleado de mercadeo.*

CARGO	BASICO	P. SOCIALES	A. PARAFISCALES	A.S SOCIAL	TOTAL
AUXILIAR DE VENTAS	\$ 1.000.000	\$ 288.333	\$ 90.000	\$ 210.222	
2 VENDEDORES	\$ 1.600.000	\$ 349.000	\$ 144.000	\$ 336.000	

Fuente: Elaboración propia.

4.6.3 Manejo de Inventarios

El inventario tiene como propósito fundamental tener en la empresa materiales o productos

PETS SWEETS S.A.S

terminados para permitir atender la demanda (los clientes) de manera oportuna en el tiempo que se necesita. Aunque el inventario es dinero que está almacenado, es necesario contar con él, y más en nuestro caso que los productos son importados de un país no muy cercano.

A partir de las ventas mensuales estimadas decidimos tener un stock de seguridad para cada producto de:

- 15 unidades para los huacales
- 20 unidades para los pañitos y las gomas de mascar

Tabla 16. *Cantidad de pedidos mensuales en unidades*

MES	HUACAL	PAÑITOS	GOMAS
0	290	630	800
1			
2			
3	320	680	780
4			
5			
6	325	580	695
7			
8			
9	330	720	810
10			
11			
12			

Fuente: Elaboración propia.

4.6.4 Comunicación

1. PRODUCTOS

- Huacal o maletas
- Toallas húmedas antibacteriales
- Gomas de mascar

2. Especificaciones de empaque

Toallas húmedas antibacteriales

Indicaciones: - solamente para limpieza externa de mascotas (perros y gatos)

- Limpian y desodorizan dejando entre baño y baño un olor suave y fresco.

Modo de uso: - seguros para uso alrededor de los ojos.

- No deben usarse directamente en los ojos de las mascotas.
- Para limpiar diariamente el contorno de ojo (lagañas) , orejas, patas, pliegues, pelo y cola de cachorros y adultos.

Composición: cada 100 ml (24 pañitos) contienen: disodiumcocoamphodiacetate 0.3% -
excipientes c.s.p 100 ml.

Precauciones: -después de cada uso, cerrar bien para que los paños se conserven húmedos y limpios.

- Para uso externo solamente
- Mantener fuera del alcance de los niños y de las mascotas para evitar accidentes por asfixia
- Si aparece algún signo de irritación, discontinuar el uso del producto y consultar al médico veterinario

PETS SWEETS S.A.S

- No aplicar sobre cortaduras, heridas o piel irritada.

Gomas de mascar

Composición: cuero digerible, azúcar, glucosa, jarabe, cítrico, sabor artificial.

Modo de uso: solo una goma por día.

3. PETS SWEETS S.A.S

4. Los colores que escogimos para la elaboración del logo de la empresa, son el verde y morado en tonos pasteles, ya que estos colores generan tranquilidad y confianza.

Grafico 13. *Logotipo de la empresa.*



Fuente: Elaboración propia.

4.6.5 Actividades de promoción y divulgación

Tabla 17. *Actividades de promoción mensuales*

MES	ACTIVIDAD	VALOR	
1	Volantes * 1000	\$ 170.000,00	
2			
3	Rompe tráfico	\$ 400.000,00	Mensual
4	Redes sociales		
5	Volantes * 1000	\$ 170.000,00	
6			
7	Rompe tráfico	\$ 400.000,00	Mensual

8	Redes sociales			
9	Volantes * 1000	\$	170.000,00	
10				
11	Rompe tráfico	\$	400.000,00	Mensual
12	Redes sociales			

Fuente: Elaboración propia.

4.7 Precios de los Productos

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

- Costo del producto
- Determinar la demanda
- Objetivos de la empresa
- Valor agregado (calidad)
- Costos de distribución física nacional e internacional
- Estrategias de marketing
- Facilidades de pago

4.7.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

Tabla 18. Precio del producto de importación

INCONTERM	HUACAL	PAÑITOS	GOMAS
EXW			
Costo USD/UND	15	1,5	1
Unidades	290	630	800
Total USD	4350	945	800
Embalaje USD	70	20	10
Total EXW USD	4420	965	810
FAS			
HUACAL		PAÑITOS	GOMAS
Transporte interno USD	102	25,64	22,36
Gastos adicionales 10%	452,20	99,06	83,24
Seguro Interno USD	14,92	3,27	2,75
Gastos de puerto USD:			
Document Fee	51	12,82	11,18
Forwarding Fee	23,8	5,98	5,22
In & Out	23,8	5,98	5,22
Sed	44,2	11,11	9,69
Emisión de B/L	27,2	6,84	5,96
Agente de aduana USD	136	34,18	29,82
Total FAS USD	5295,12	1169,88	985,43

PETS SWEETS S.A.S

FOB	HUACAL	PAÑITOS	GOMAS
Cargue al buque USD	136	34,18	29,82
Total FOB USD	5431,12	1204,06	1015,25
CFR	HUACAL	PAÑITOS	GOMAS
Peso Gramos/Und	400	40	75
Peso Gramos Total	116.000	25.200	60.000
Peso Toneladas	0,116	0,025	0,060
Flete internacional 80USD/TON	9,28	2,02	4,80
Min 225 USD	153	38,45	33,55
Total CFR USD	5584,12	1242,51	1048,80
CIF	HUACAL	PAÑITOS	GOMAS
Seguro Internacional 0,5%	16,75	3,73	3,15
Total CIF USD	5.600,87	1.246,24	1.051,95
Total CIF \$	\$ 11.089.732,44	\$ 2.467.556,49	\$ 2.082.859,41
DAT	HUACAL	PAÑITOS	GOMAS
Descargue	\$ 68.000,00	\$ 17.090,78	\$ 14.909,22
Total DAT \$	\$ 11.157.732,44	\$ 2.484.647,27	\$ 2.097.768,63
DAP	HUACAL	PAÑITOS	GOMAS
Transporte en destino	\$ 680.000,00	\$ 170.907,80	\$ 149.092,20
Seguro en destino	\$ 2.040,00	\$ 512,72	\$ 447,27
Gastos en destino:			
Manejo Planet Cargo	\$ 80.240,00	\$ 20.167,12	\$ 17.592,88
Radicación	\$ 95.200,00	\$ 23.927,10	\$ 20.872,90
Total DAP \$	\$ 12.015.212,44	\$ 2.700.162,01	\$ 2.285.773,88
DDP	HUACAL	PAÑITOS	GOMAS
Comisión	\$ 21,72	\$ 4,82	\$ 4,06
Mínima de puertos y frontera	\$ 272.000,00	\$ 68.363,12	\$ 59.636,88
Declaración de importación	\$ 20.400,00	\$ 5.127,23	\$ 4.472,77
Tramite Invima		\$ 50.000,00	\$ 50.000,00
Transmisión siglo XXI	\$ 14.960,00	\$ 3.759,97	\$ 3.280,03
Valor CIF \$	\$ 11.089.732,44	\$ 2.467.556,49	\$ 2.082.859,41
Arancel	0%	10%	17,50%
Total Arancel	\$ -	\$ 246.755,65	\$ 364.500,40
Base para el IVA	\$ 11.089.732,44	\$ 2.714.312,14	\$ 2.447.359,81
IVA	16%	16%	5%

PETS SWEETS S.A.S

Total IVA	\$ 1.774.357,19	\$ 434.289,94	\$ 122.367,99
Total DDP \$	\$ 14.096.951,35	\$ 3.508.462,74	\$ 2.890.036,01
	HUACAL	PAÑITOS	GOMAS
Descargue	\$ 20.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
Total Liquidación	\$ 14.116.951,35	\$ 3.518.462,74	\$ 2.900.036,01
TOTAL	\$ 14.116.951,35	\$ 3.518.462,74	\$ 2.900.036,01
Precio por producto	\$ 48.679,14	\$ 5.584,86	\$ 3.625,05

Fuente: Elaboración propia

Subpartidas arancelarias:

- **Huacal o Maleta:** 4202.12.90.00 – **Iva:** 16% - **Gravamen:** 0%
- **Paños Húmedos:** 4818.20.00.0000 – **Iva:** 16% - **Gravamen:** 10%
- **Gomas de mascar:** 2309.10.90.00 – **Iva:** 5% - **Gravamen:** 17.50%

Arancel accediendo a las preferencias del TLC con Estados Unidos.

Grafico 14. Cotización agente de carga con Planet Cargo S.A.S

COTIZACION MARITIMA LCL:			
ORIGEN: PUERTO DE MIAMI		DESTINO: PUERTO DE CARTAGENA	
Commodity: CARGA GENERAL NO PELIGROSA		Frecuencia: SEMANAL	
Equipment: LCL		Termino de negociación:	
Carrier: LCL		Validez: SEPTIEMBRE 30 DE 2014	
T/T: 5 DIAS APROX.			
GASTOS	CONCEPTO	TARIFA	MINIMA
ORIGEN	Doc fee	USD 75	
	Forwarding Fee	USD 35	
	In & Out	USD 35	
	SED	USD 65	
FLETE INTERNACIONAL	Ocean Freight LCL	USD 80 T/M3	USD 225
DESTINO	Manejo Planet Cargo	USD 60 + IVA	
	Emisión B/L	USD 40 / BL	
	Radicación	USD 70	
	Uso Inst. de puerto	USD 3.75	USD 60
	Collect Fee	USD 3%	USD 35
	Manejo Línea	USD 0.8	USD 52
OBSERVACIONES	TARIFA SUJETA A CAMBIO SIN PREVIO AVISO TARIFA SUJETA A DISPONIBILIDAD DE ESPACIO		

Fuente: Planet cargo S.A.S

Grafico 15. Cotización agente de aduana con Carlos E. Campuzano S.A.S

REF: ADUANA DE IMPORTACION

COMISION	0.4%
MINIMA PUERTOS Y FRONTERA	\$400.000
GASTOS TRAMITE	\$103.000
ELABORACION DECLARACION IMPORTACION	\$30.000
ELABORACION DECLARACION DE VALOR	\$30.000
ELABORACION REGISTRO IMPORTACION (POR CADA 1200 CARACTERES)	\$103.000
RECONOCIMIENTO PREVIO (HORA 15000 HORA HOMBRE MINIMA)	\$200.000
TRAMITE PRORROGA DE ALMACENAMIENTO	\$50.000
TRAMITE ICA	\$50.000
TRAMITE INVIMA POR REFERENCIA	\$50.000
TRAMITE DESALUD	\$50.000
TRANSMISION SIGLO XXI	\$22.000
DESPACHO DOCUMENTACION	\$11.500
CLASIFICACION ARANCELARIA POR REF	\$38.000
GASTOS BANCARIOS (LO COBRADO POR EL BANCO)	AL COSTO
FORMULARIOS	AL COSTO

NOTA IMPORTANTE

Gastos portuarios serán cargados al cliente con los costos netos y sus respectivos soportes (movimiento de contenedor en puerto, almacenamiento en puerto, revisión de carga etc.)

En caso de inspecciones los días Domingos o festivos tendremos un incremento en la tarifa por COP \$ 100.000

2. SEGURO:

Es indispensable que toda carga viaje Asegurada (Ya sea a través de nuestra compañía de Seguros LIBERTY SEGUROS con una Tarifa de 0.5 % Valor CFR + IMPUESTOS, con una Mínima de US\$ 100.00 + IVA) de otro modo, la responsabilidad de Planet Cargo S.A. se limita a lo estipulado en el pacto de VARSOVIA donde es de US\$ 9.05/ por Libra en el transporte Aéreo internacional y de US\$500, para paqueteo en el trayecto marítimo. Es indispensable que confirmen por escrito, si requieren asegurarla a través de nuestra compañía

Para nosotros será un privilegio manejar su carga, contar con su confianza y prestarle nuestros servicios de logística y de Intermediación Aduanera.

Fuente: Agencia de aduanas Carlos E. Campuzano S.A.S

4.7.3 Los Precios de los Productos propuestos

Tabla 19. Precio de venta de los productos

PRODUCTO	PRECIO
HUACAL	\$ 170.000,00
PAÑITOS	\$ 23.000,00
GOMAS	\$ 20.000,00

Fuente: Elaboración propia

4.7.4 Política de Precios

La política de precios que nuestra empresa ha definido para nuestros clientes está dada en un 10% de descuento para las compras por más de 12 unidades en cada producto y que paguen de contado la factura. También se harán descuentos para aquellos clientes que compren los 3 productos en nuestra tienda de un 15% de descuento y contaremos con una tarjeta para fidelizar a nuestros clientes que tendrá como objetivo dar un descuento del 20% en la 6ta compra que el cliente realice en nuestro punto de venta.

4.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización

Tabla 20. Costos asociados a las actividades de comercialización

RECURSOS	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
RECURSOS HUMANOS		
2 Vendedores	\$ 2.429.689,00	\$ 29.156.268,00
1 Auxiliar de ventas	\$ 1.518.555,00	\$ 18.222.660,00
TOTAL	\$ 3.948.244,00	\$ 47.378.928,00
MUEBLES Y ENCERES		
2 Computadores		\$ 1.600.000,00
2 Escritorios		\$ 387.800,00
1 Impresora		\$ 129.000,00
2 Sillas de escritorio		\$ 399.800,00
2 Archivador		\$ 199.800,00
1 Moto para domicilios (socio) Improvistos y mantenimiento para domicilios de los pedidos por las redes sociales	\$ 150.000,00	\$ 1.800.000,00
TOTAL	\$ 150.000,00	\$ 4.516.400,00
ACTIVIDADES PARA LA COMERCIALIZACION		
Volantes * 1000 por 3 mese	\$ 170.000,00	\$ 510.000,00
Rompe tráfico por 3 meses	\$ 600.000,00	\$ 1.800.000,00
Total 1		\$ 2.310.000,00
ese total 1 se divide por 12 meses	\$ 192.500,00	\$ 2.310.000,00
Artículos de aseo prorrateo 35% (81.331)	\$ 28.465,85	\$ 341.590,20

Arriendo por prorratio 35% (2.000.000)	\$ 700.000,00	\$ 8.400.000,00
Servicios por prorratio 35% (300.000)	\$ 105.000,00	\$ 1.260.000,00
Alimentos por prorratio 35% (36.643)	\$ 12.825,05	\$ 153.900,60
Productos de papelería 35% (142.085)	\$ 49.729,75	\$ 596.757,00
Servicios de vigilancia 35% (800.000)	\$ 280.000,00	\$ 3.360.000,00
Servicios de aseo 35% (700.000)	\$ 245.000,00	\$ 2.940.000,00
Servicios de Webmaster (700.000)	\$ 245.000,00	\$ 2.940.000,00
ARTICULOS NECESARIOS PARA COMERCIALIZAR		
Tarjetas personales cada 3 meses * 1000	\$ 60.000,00	\$ 180.000,00
2 Factureros mensuales	\$ 80.000,00	\$ 960.000,00
TOTAL	\$ 140.000,00	\$ 1.140.000,00
GRAN TOTAL	\$ 6.096.764,65	\$ 70.821.175,80

Fuente: Elaboración propia.

4.9 Riesgos y Oportunidades del mercado

Riesgos:

- La competencia cuenta con tecnología de alta gama
- Altos costos logísticos
- Gran variedad de productos en la competencia
- Gran cantidad de tiendas de mascotas en barrios
- Empresas posicionadas en el mercado
- Productos sustitutos de la competencia

Oportunidades:

- Porcentajes muy atractivos de personas con mascotas
- Acuerdos comerciales
- Aumento de la protección animal
- Aumento del consumo de productos para mascotas
- Gran cantidad de países produciendo productos para mascotas

4.10 Plan de ventas

Tabla 21. *Demanda potencial*

DATOS	PORCENTAJE	CANTIDADES
POBLACION DE LAURELES DE 15 A 44 AÑOS		46.155
PERSONAS EN MEDELLIN CON MASCOTA	27%	12.462
COMPRARIA PANOS ANTIBACTERIALES	100%	12.462
COMPRARIA MALETA HUACAL	70%	8.723

COMPRARIA CHICLETS PARA SU MASCOTA	90%	7.851
COMPRA DE ALGUNA MARCA ESPECIFICA	50%	3.925
COMPRA EN ALGUN LUGAR ESPECIFICO	60%	2.355
PARTICIPACION EN EL MERCADO	15%	353

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 22. *Demanda potencial On-Line*

DATOS	PORCENTAJE	CANTIDADES
PERSONAS EN COLOMBIA CON MASCOTA	29%	138.222.558
PERSONAS EN COLOMBIA CON ACCESO A INTERNET	5%	6.465.778
PARTICIPACION EN EL MERCADO	5%	323.289

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 23. *Guía de aproximaciones de porcentaje de participación de mercado*

	¿Qué tan grandes son tus competidores?	¿Qué tantos competidores tienes?	¿Qué tan similares son sus productos a los tuyos?	¿Cuál parece ser su porcentaje?
1	Grandes	Muchos	Similares	0-0.5%
2	Grandes	Algunos	Similares	0-0.5%
3	Grandes	Uno	Similares	0.5%-5%
4	Grandes	Muchos	Diferentes	0.5%-5%
5	Grandes	Algunos	Diferentes	0.5%-5%
6	Grandes	Uno	Diferentes	10%-15%
7	Pequeños	Muchos	Similares	5%-10%
8	Pequeños	Algunos	Similares	10%-15%
9	Pequeños	Muchos	Diferentes	10%-15%
10	Pequeños	Algunos	Diferentes	20%-30%
11	Pequeños	Uno	Similares	30%-50%
12	Pequeños	Uno	Diferentes	40%-80%
13	Sin competencia	Sin competencia	Sin competencia	80%-100%

Fuente: (Entrepreneur, 2011)

Tabla 24. *Cantidad de ventas directas mensuales en unidades*

MES	HUACAL	PAÑITOS	GOMAS
1	45	90	170
2	55	90	160
3	35	100	110
4	50	105	150
5	55	100	130
6	50	105	150
7	45	90	120
8	60	65	140
9	40	100	110
10	55	110	120
11	45	100	150
12	65	130	150

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 25. *Cantidad de ventas on-line mensuales en unidades*

MES	HUACAL	PAÑITOS	GOMAS
1	55	100	150
2	55	110	100
3	30	120	90
4	50	125	100
5	45	130	110
6	55	95	120
7	55	105	95
8	50	90	110
9	55	110	100
10	50	110	90
11	45	120	130
12	55	130	150

Fuente: Elaboración Propia

- **Ventas pesimistas:** Estas ventas fueron sacadas promediando los meses en que menos se vende.

Huacal: 65 Unidades

Pañitos: 155 Unidades

Gomas de mascar: 200 Unidades

- **Ventas optimistas:** Estas optimistas, son sacadas de acuerdo al promedio de las media, ya que se podría implementar nuevas estrategias para aumentar las ventas.
- **Huacal:** 120 Unidades
- **Pañitos:** 260 Unidades
- **Gomas de mascar:** 320 Unidades

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA IMPORTACIÓN)

5.1 Objetivos de Importación

OBJETIVOS DE IMPORTACIÓN A CORTO PLAZO

- Establecer un plan de compra, de acuerdo con las ventas de los productos para determinar la cantidad de unidades a importar de cada producto en el periodo de tiempo oportuno.
- Analizar los tiempos de transito de la mercancía y los lead time para las entregas por parte de los proveedores para que la mercancía llegue justo a tiempo a la empresa.
- Minimizar los costos en el proceso logístico de la importación como en el almacenamiento del producto, el flete internacional, el bodegaje de la mercancía y contratando debidamente los seguros, para que no se aumente el costo de los productos.
- Asegurar la calidad en el proceso de distribución para que el cliente cuente con los productos justo a tiempo, en condiciones óptimas y cumpliendo con todas las expectativas del cliente.

OBJETIVOS DE IMPORTACION A MEDIANO PLAZO.

- Contar con varios proveedores internacionales que me permita analizar las propuestas de estos en cuanto a precios, calidad y formas de pago para no depender de un solo proveedor.

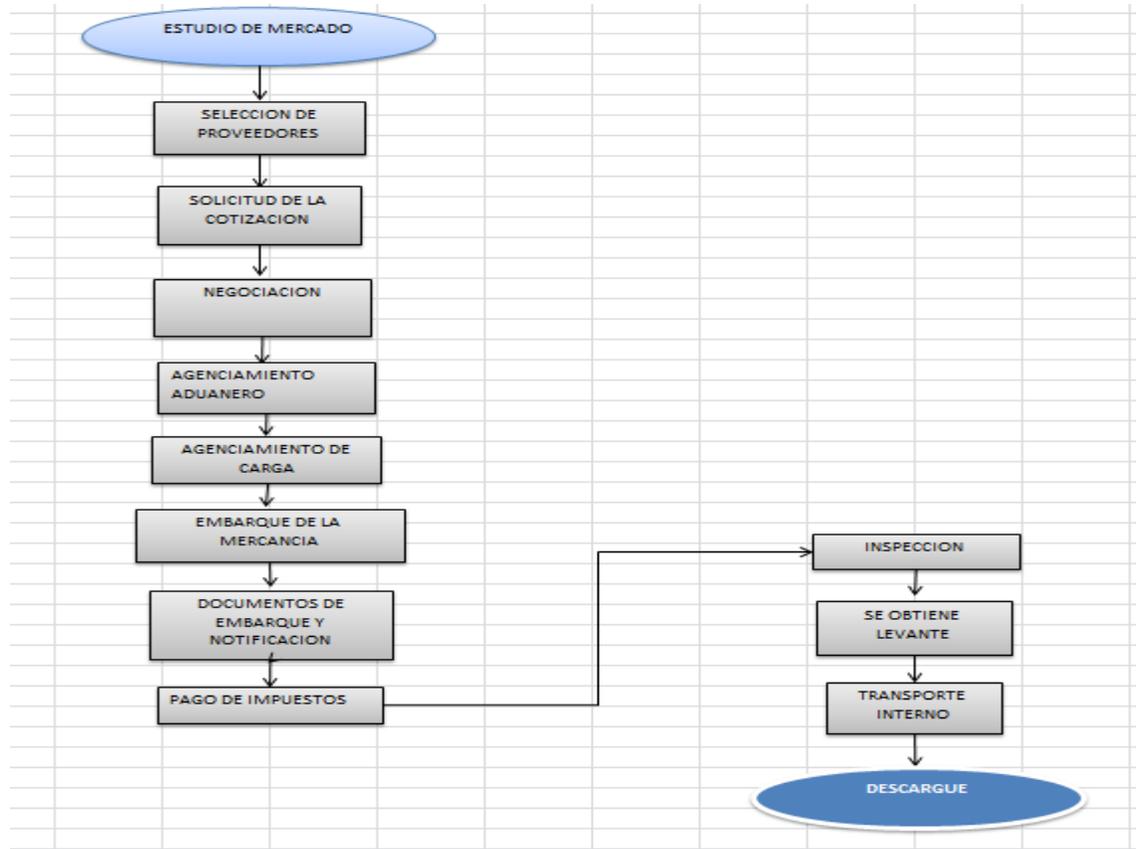
- Mantener un adecuado sistema de inventarios en la empresa que nos permitan saber con claridad y exactitud la cantidad de unidades que se tienen en la bodega de cada producto.

OBJETIVOS DE IMPORTACION A LARGO PLAZO

- Alcanzar la certificación de calidad como empresa para conseguir proveedores internacionales que también estén certificados y podamos minimizar los riesgos en cuanto al proceso de importación de las mercancías.
- Abrir mercados en Latinoamérica en países como Chile y Perú creando alianzas con empresas reconocidas en estos países para que nuestros productos tengan una buena acogida.

5.2 Descripción del proceso de Importación.

Grafica 16. Proceso de importación.



Fuente. Elaboración propia.

5.3 Capacidad de Importación

La empresa Pets Sweets S.A.S tiene una capacidad anual para la importación de sus diferentes productos, pero pensando en posibles sobre stock decidimos hacer importaciones parciales mensuales de la siguiente manera:

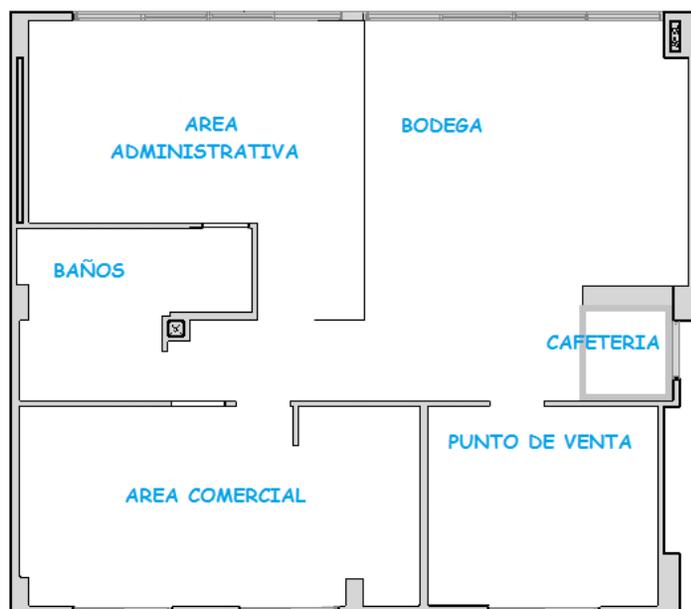
- Se cuenta con una capacidad de importación de 1265 guacales anuales, pero empezaremos importando 290 guacales, en marzo 320, junio 325 y en septiembre 330.
- Para los pañitos húmedos contamos con una capacidad de importación de 2610 pañitos anuales, pero se empezara importando 630 pañitos, en marzo 680, junio 580 y septiembre 720.
- Para las gomas de mascar se cuenta con una capacidad de importación de 3085 anuales, pero se va importar 800 empezando, 780 en marzo, 695 en junio y 810 en septiembre.

5.4 Plan de Importación

Tabla 26. *Importaciones mensuales por producto*

MES	HUACAL	PAÑITOS	GOMAS
0	290	630	800
1			
2			
3	320	680	780
4			
5			
6	325	580	695
7			
8			
9	330	720	810
10			
11			

Grafica 18: Distribución del local



Fuente: Elaboración propia.

5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

Tabla 27. Requerimientos de muebles y enseres para la importación.

PROVEEDOR	PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO
ÉXITO	Computador	1	\$ 800.000,00
	Impresora	1	\$ 129.000,00
	Escritorio	1	\$ 193.900,00
	Silla Escritorio	1	\$ 199.900,00
	Estantería	1	\$ 70.000,00
	Archivador	1	\$ 99.900,00
TOTAL			\$ 1.492.700,00

Fuente: Elaboración propia.

5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos.

Tabla 28. Insumos requeridos para la importación

PROVEEDOR	PRODUCTOS	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
PAPYSER	Productos de papelería por prorrato 30% (\$142.085)	\$ 42.626	\$ 511.506

PAPYSER	Alimentos por prorrateo 30% (\$ 36.643)	\$ 10.993	\$ 131.915
PAPYSER	Productos de aseo por prorrateo 30% (\$ 81.331)	\$ 24.399	\$ 292.792
VALOR UNITARIO DDP			
PETSMART	Goma de mascar \$ 63.371		
PETSMART	Pañitos húmedos \$ 7.155		
PETSMART	Huacal o maleta \$ 4.579		
TOTAL		\$ 78.018	\$ 936.212

Fuente: Elaboración propia

5.5.4 Requerimientos de servicios.

Tabla 29. *Servicios necesarios para la importación*

Proveedor	Servicio	Precio
Campuzano	Agenciamiento Aduanero	\$ 978.492,00
Planet Cargo	Agenciamiento de Carga	\$ 1.222.695,60
EPM	Servicios públicos 30% * \$300.000	\$ 90.000,00
Guardianes	Persona de seguridad 30% * \$800.000	\$ 240.000,00
Uno-A	Persona de Aseo 30% * \$700.000	\$ 210.000,00
Acrecer	Arriendo 30% * \$2.000.000	\$ 600.000,00
Total		\$ 3.341.187,60

Fuente: Elaboración propia.

5.5.5 Requerimientos de personal.

- **Perfil Tecnólogo en Comercio Internacional.**

Persona que se desempeñe en actividades de dirección, importación, consultoría, y coordinación de operaciones financieras en empresas y negocios nacionales e internacionales oficiales o privados.

Tabla 30. *Personal para la importación.*

CARGO	BASICO	P. SOCIALES	A. PARAFISCALES	A.S SOCIAL	TOTAL EMPRESA
TECNOLOGO EN COMERCIO INTERNACIONAL	\$ 1.374.860	\$ 300.178	\$ 123.737	\$ 289.026	\$ 2.087.801

Fuente. Elaboración propia.

5.6 Programa de Importación

Tabla 31. Programa de importación

Actividades	Enero /2015																														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Estudio de mercado	■																														
Selección de proveedores	■																														
Petición de cotización Internacional	■	■																													
Negociación		■																													
Agenciamiento aduanero			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Agenciamiento de carga			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Embarque de la mercancía								■																							
Transporte internacional								■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Documentos de embarque y notificación																						■									
Pago de impuestos																							■								
Inspección																								■	■						
Se obtiene levante																									■						
Transporte interno																									■	■					
Descargue																										■					

Fuente: Elaboración propia

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

Tabla 32. Funciones de cada área administrativa

AREA	FUNCIONES
GERENCIA GENERAL	La Gerencia General realiza todas las acciones especiales para implementar y llevar a cabo las políticas y directivas generales de la empresa.

RECURSOS HUMANOS	Planea, selecciona, contrata y forma el personal que requiere la empresa PETS SWEETS.
CONTABILIDAD	Se encarga de instrumentar y operar las políticas, normas, sistemas y procedimientos necesarios para garantizar la exactitud y seguridad en la captación y registro de las operaciones financieras, presupuestales y de consecución de metas de la entidad, a efecto de suministrar información que ayude a la toma de decisiones, a promover la eficiencia y eficacia del control de gestión.

Fuente: Elaboración propia.

6.1.2 Procesos administrativos externalizados

La empresa Pets Sweets S.A.S va a contratar el servicio de seguridad y aseo de manera externa. Cuenta con un proveedor llamado Guardianes para la parte de vigilancia y un proveedor llamado UNO-A para la parte de Aseo. Estos costos externos se van a prorratear en cada una de las áreas así: A la parte de mercadeo le corresponde un 35%, a la parte de importación un 30% y a la parte administrativa un 35%.

Tabla 33. *Servicios administrativos externalizados.*

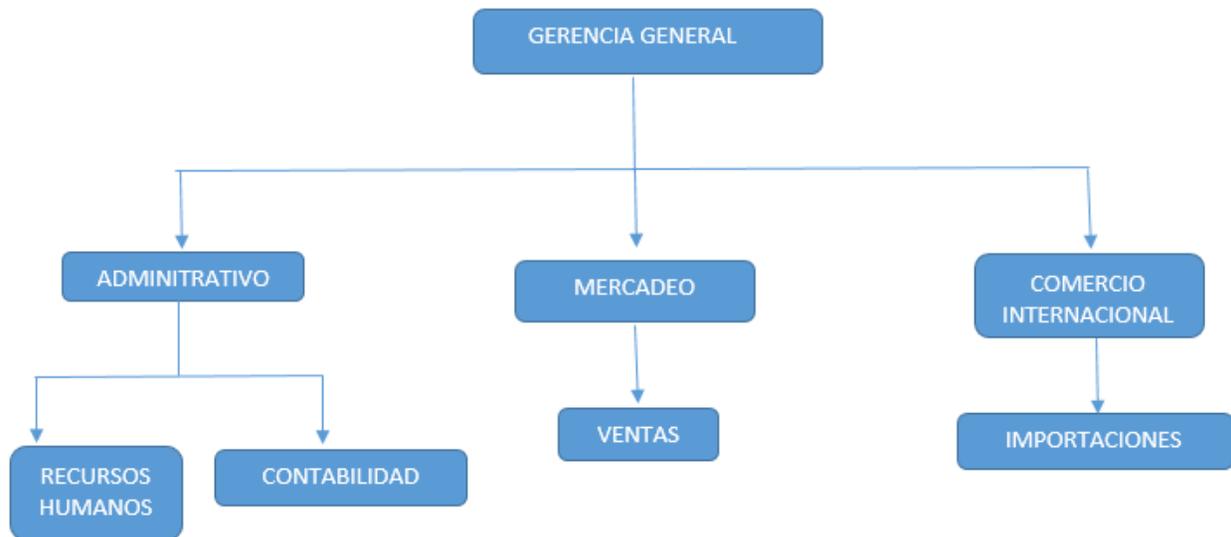
PROVEEDOR	SERVICIO	PRECIO
Guardianes	Persona de seguridad 35% * \$800.000	\$ 280.000,00
Uno-A	Persona de Aseo 35% * \$700.000	\$ 245.000,00
Total		\$ 525.000,00

Fuente: Elaboración propia.

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Organigrama

Grafica 19. *Organigrama*



Fuente: Elaboración propia

6.2.2 Descripción funcional de la Organización

- **Perfil Gerente General:** Dirigir, coordinar, vigilar y controlar el funcionamiento de la empresa, el desarrollo de programas, proyectos y el alcance de los objetivos estratégicos encaminados a la consecución de la misión. Ejecutar el plan estratégico, las políticas y objetivos que favorezcan la adecuada ejecución de los programas de la empresa.
- **Perfil Recursos Humanos:** Aportar estratégicamente al logro de los objetivos asistenciales y de gestión del establecimiento a través de una eficiente y efectiva entrega de servicios propios de la administración de recurso humano, potenciando el crecimiento de las personas y el desarrollo de los talentos en la empresa.
- **Perfil auxiliar Contable:** Dirigir, coordinar, actuar y participar en grupos de trabajo y asesoría en relación con la preparación, revisión, análisis y proyección de estados

contables y presupuestos, así como las tareas relacionadas con la función de control externo e interno en cuanto se requiere.

6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1 Locaciones

PETS SWEETS S.A.S estará ubicada en Medellín en el barrio Laureles en un local arrendado con un valor mensual de \$ 2.000.000 mensuales en el MALL LAURELES, ubicado en la dirección: CI 37 80-36 LOCAL 146.

En este lugar contaremos tanto con el punto de venta, como con la bodega, la parte administrativa y el área de mercadeo de la compañía. *(Ver grafica 15: Distribución del local)*

6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

Tabla 34. *Requerimiento de muebles y enseres para la administración*

PROVEEDOR	PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO
EXITO	Computador	3	\$ 2.400.000
	Impresora	1	\$ 129.000
	Escritorio	3	\$ 581.700
	Silla Escritorio	3	\$ 599.700
	Software contable	1	\$ 1.000.000

Fuente: Elaboración propia

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

Tabla 35. *Insumos requeridos para las actividades administrativas*

PROVEEDOR	PRODUCTOS	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
PAPYSER	Productos de papelería por prorratio 35% (\$142.085)	\$ 49.729,75	\$ 596.757
PAPYSER	Alimentos por prorratio 35% (\$ 36.643)	\$12.825.05	\$ 153.900,60
PAPYSER	Productos de aseo por prorratio 35% (\$ 81.331)	\$ 28.465,85	\$ 341.590,20
TOTAL		\$ 91.020,65	\$ 1.092.247,80

Fuente: Elaboración propia

6.3.4 Requerimientos de servicios.

Tabla 36. *Servicios necesarios para la administración*

PROVEEDOR	SERVICIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
EPM	Servicios públicos prorrateo 35% * \$300.000	\$ 105.000	\$ 1.260.000
Guardianes	Persona de seguridad prorrateo 35% * \$800.000	\$ 280.000	\$ 3.360.000
Uno-A	Persona de Aseo prorrateo 35% * \$700.000	\$ 245.000	\$ 2.940.000
Acrcer	Arriendo prorrateo 35% * \$2.000.000	\$ 700.000	\$ 8.400.000
Total		\$1.330.000	\$ 15.960.000

Fuente: Elaboración propia

6.3.5 Requerimientos de personal

Tabla 37. *Personal de la parte administrativa.*

CARGO	BASICO	P. SOCIALES	A. PARAFISCALES	A.S SOCIAL	TOTAL EMPRESA
GERENTE GENERAL	\$ 1.950.000	\$ 425.750	\$ 175.500	\$ 409.933	\$ 2.961.183
RECURSOS HUMANOS	\$ 1.100.000	\$ 240.167	\$ 99.000	\$ 231.244	\$ 1.670.411
AUXILIAR CONTABLE	\$ 900.000	\$ 196.500	\$ 81.000	\$ 189.200	\$ 1.366.700

Fuente: Elaboración propia

6.4 Programa de administración

Tabla 38. *Actividades pre operativas y operativas de la empresa*

Actividades pre operativas	ene-15																					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
Constitución de la empresa																						
Consultas virtuales																						
Tramites de formalización																						
Pago de los derechos de inscripción																						
Documento de constitución de																						

7. ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización empresarial

S.A.S. (Sociedad por Acciones Simplificada), es un tipo de sociedad que la puede realizar cualquier actividad empresarial, puede ser utilizada por grandes, medianas y pequeñas empresas, inclusive por empresarios informales (personas naturales).

Nosotras escogimos este tipo de organización porque es mucho más flexible para creación de nuestra empresa, nos ayuda a lograr un emprendimiento perfecto para nuestro negocio, las ventajas que S.A.S nos trae son:

- Ayuda a simplificar trámites, ahorrándonos tiempo y dinero.
- Al momento de su constitución no es necesario pagar, se puede pagar hasta en dos años, la totalidad suscrita.
- Se hace a través de un documento privado, mediante escritura pública ante un notario.
- El número de accionistas es mínimo 1 no tiene límite máximo.
- Se le da vida jurídica en un corto plazo de 24 horas.
- La responsabilidad de sus accionistas es responder hasta el monto de sus aportes por las obligaciones sociales.
- El revisor fiscal es voluntario, se necesita únicamente cuando los activos e ingresos lo exijan.

Capital:

Capital Autorizado: 40.000.000

Capital Suscrito: 40.000.000

Capital Pagado: 40.000.000

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

Tabla 39. Trámites legales para la constitución de la empresa

ENTIDAD	TRAMITE	V. ANUA L	V. MENSUA L	V.TRIMESTRA L	V. SEMESTRA L
Cámara de Comercio	Consulta de nombre	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cámara de Comercio	Consulta de clasificación por actividad económica - código CIU	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Dian	Inscripción en el RUT (Registro Único Tributario) y asignación del NIT.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cámara de Comercio	Inscripción en el registro público mercantil	\$ 336.000	\$ -	\$ -	\$ -
Cámara de Comercio	Impuesto de industria y comercio		\$ 103.000	\$ -	\$ -
Cámara de Comercio	Informar a la oficina de Planeación correspondiente el inicio de actividades	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
cámara de Comercio	Registro de los libros de comercio	\$ 42.700	\$ -	\$ -	\$ -
Dian	Solicitud de autorización para numeración de facturación	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Dian	Diligenciamiento y presentación de declaraciones tributarias.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
cámara de Comercio	Declaración de Industria y Comercio	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
ICA	Registro como importador de alimentos para animales	\$ -	\$ -	\$ 594.000	\$ -
Mincomercio	Registro de importación: Aplica para las gomas de mascar ya que tiene ICA como V/B	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 30.000
TOTAL REGISTRO	\$ 1.105.700	\$ 378.700	\$ 103.000	\$ 594.000	\$ 30.000
TOTAL DIFERIDO		\$ 31.558	\$ 103.000	\$ 198.000	\$ 5.000

Fuente: Elaboración propia

8. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 Estructura Financiera del proyecto

8.1.1 Recursos Propios

Tabla 40. *Aporte de socios.*

SOCIOS	CEDULA	APORTE	OTROS APORTES
Carolina Zabala	1017222973	\$ 10.000.000	MOTO
Natalia Ortiz	1036654997	\$ 10.000.000	
Karen Londoño	1152206096	\$ 10.000.000	
Johana Álzate	1216714948	\$ 10.000.000	

Fuente: Elaboración propia

8.1.2 Créditos y Préstamos Bancarios

El préstamo realizado a la entidad AVVILLAS se utilizó para iniciar las actividades comerciales de la empresa PETS SWEETS S.A.S, tales como adecuaciones de la planta y compra de insumos necesarias para el funcionamiento de la empresa.

El préstamo fue de \$ 24.982.838, que será pagado a 60 cuotas de \$ 741.504 el cual será pagado a un interés del 2.13% mensual. Con el pago de esta cuota se ira abonando a intereses y a capital, donde el abono a los intereses ira disminuyendo mientras que el abono a capital ira aumentando.

Grafico 20. Tasa de interes del prestamo de libre inversion

Tasas vigentes desde: 1 de Noviembre de 2014

Tasas Crédito de Libre Inversión	Plazo	E.A.	M.V.
Para montos entre \$1.500.000 y \$30.000.000	de 6 a 60 meses	28,76%	2,13%
Para montos superiores a \$30.000.000	de 6 a 60 meses	28,76%	2,13%
Segmento preferente tasas desde:*	de 6 a 60 meses	19,56%	1,50%
Segmento preferente tasas hasta:*	de 6 a 60 meses	28,76%	2,13%
Tasa de interés de mora		28,76%	2,13%
El segmento preferente es definido de acuerdo al perfil de riesgo del cliente. El beneficio en tasa aplica solamente para algunos destinos de crédito específicos. Para mayor información por favor comuníquese con su Asesor Comercial.			

Fuente: (Avvillas, 2014)

Tabla 41. Datos del crédito.

DATOS DEL PRESTAMO		1
ENTIDAD FINANCIERA	AVVILLAS	
PRESTAMO	LIBRE INVERSION	
VALOR DEL PRESTAMO	\$ 24.982.838	
PLAZO EN AÑOS	5	
PLAZO EN MESES	60	
INTERES	2,13%	
MODALIDAD DEL PRESTAMO	VENCIDA	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 42. Tabla de amortización.

1. Tabla de Amortización Préstamo (Mensual)				
Periodo	Cuota Préstamo	Intereses	Capital	Saldo
0				\$ 24.982.838
1	\$ 741.504	\$ 532.134	\$ 209.370	\$ 24.773.469

PETS SWEETS S.A.S

2	\$ 741.504	\$ 527.675	\$ 213.829	\$ 24.559.640
3	\$ 741.504	\$ 523.120	\$ 218.384	\$ 24.341.256
4	\$ 741.504	\$ 518.469	\$ 223.035	\$ 24.118.221
5	\$ 741.504	\$ 513.718	\$ 227.786	\$ 23.890.435
6	\$ 741.504	\$ 508.866	\$ 232.638	\$ 23.657.797
7	\$ 741.504	\$ 503.911	\$ 237.593	\$ 23.420.204
8	\$ 741.504	\$ 498.850	\$ 242.654	\$ 23.177.550
9	\$ 741.504	\$ 493.682	\$ 247.822	\$ 22.929.728
10	\$ 741.504	\$ 488.403	\$ 253.101	\$ 22.676.627
11	\$ 741.504	\$ 483.012	\$ 258.492	\$ 22.418.135
12	\$ 741.504	\$ 477.506	\$ 263.998	\$ 22.154.137
13	\$ 741.504	\$ 471.883	\$ 269.621	\$ 21.884.516
14	\$ 741.504	\$ 466.140	\$ 275.364	\$ 21.609.153
15	\$ 741.504	\$ 460.275	\$ 281.229	\$ 21.327.923
16	\$ 741.504	\$ 454.285	\$ 287.219	\$ 21.040.704
17	\$ 741.504	\$ 448.167	\$ 293.337	\$ 20.747.367
18	\$ 741.504	\$ 441.919	\$ 299.585	\$ 20.447.782
19	\$ 741.504	\$ 435.538	\$ 305.966	\$ 20.141.816
20	\$ 741.504	\$ 429.021	\$ 312.483	\$ 19.829.332
21	\$ 741.504	\$ 422.365	\$ 319.139	\$ 19.510.193
22	\$ 741.504	\$ 415.567	\$ 325.937	\$ 19.184.256
23	\$ 741.504	\$ 408.625	\$ 332.879	\$ 18.851.377
24	\$ 741.504	\$ 401.534	\$ 339.970	\$ 18.511.407
25	\$ 741.504	\$ 394.293	\$ 347.211	\$ 18.164.196
26	\$ 741.504	\$ 386.897	\$ 354.607	\$ 17.809.589
27	\$ 741.504	\$ 379.344	\$ 362.160	\$ 17.447.429
28	\$ 741.504	\$ 371.630	\$ 369.874	\$ 17.077.556
29	\$ 741.504	\$ 363.752	\$ 377.752	\$ 16.699.804
30	\$ 741.504	\$ 355.706	\$ 385.798	\$ 16.314.005
31	\$ 741.504	\$ 347.488	\$ 394.016	\$ 15.919.990
32	\$ 741.504	\$ 339.096	\$ 402.408	\$ 15.517.581
33	\$ 741.504	\$ 330.524	\$ 410.980	\$ 15.106.602
34	\$ 741.504	\$ 321.771	\$ 419.733	\$ 14.686.868
35	\$ 741.504	\$ 312.830	\$ 428.674	\$ 14.258.194
36	\$ 741.504	\$ 303.700	\$ 437.805	\$ 13.820.390
37	\$ 741.504	\$ 294.374	\$ 447.130	\$ 13.373.260
38	\$ 741.504	\$ 284.850	\$ 456.654	\$ 12.916.607
39	\$ 741.504	\$ 275.124	\$ 466.380	\$ 12.450.226
40	\$ 741.504	\$ 265.190	\$ 476.314	\$ 11.973.912
41	\$ 741.504	\$ 255.044	\$ 486.460	\$ 11.487.452
42	\$ 741.504	\$ 244.683	\$ 496.821	\$ 10.990.631

43	\$ 741.504	\$ 234.100	\$ 507.404	\$ 10.483.227
44	\$ 741.504	\$ 223.293	\$ 518.211	\$ 9.965.016
45	\$ 741.504	\$ 212.255	\$ 529.249	\$ 9.435.767
46	\$ 741.504	\$ 200.982	\$ 540.522	\$ 8.895.245
47	\$ 741.504	\$ 189.469	\$ 552.035	\$ 8.343.209
48	\$ 741.504	\$ 177.710	\$ 563.794	\$ 7.779.416
49	\$ 741.504	\$ 165.702	\$ 575.802	\$ 7.203.613
50	\$ 741.504	\$ 153.437	\$ 588.067	\$ 6.615.546
51	\$ 741.504	\$ 140.911	\$ 600.593	\$ 6.014.953
52	\$ 741.504	\$ 128.119	\$ 613.386	\$ 5.401.568
53	\$ 741.504	\$ 115.053	\$ 626.451	\$ 4.775.117
54	\$ 741.504	\$ 101.710	\$ 639.794	\$ 4.135.323
55	\$ 741.504	\$ 88.082	\$ 653.422	\$ 3.481.901
56	\$ 741.504	\$ 74.164	\$ 667.340	\$ 2.814.562
57	\$ 741.504	\$ 59.950	\$ 681.554	\$ 2.133.008
58	\$ 741.504	\$ 45.433	\$ 696.071	\$ 1.436.937
59	\$ 741.504	\$ 30.607	\$ 710.897	\$ 726.039
60	\$ 741.504	\$ 15.465	\$ 726.039	\$ 0

Fuente: Análisis financiero.

8.2 Ingresos y Egresos

8.2.1 Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

Tabla 43. *Ingresos por ventas.*

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO	
VENTAS	Participación del total Ventas
GUACAL	\$ 16.150.000 62,44%
PAÑITOS ANTIBACTERIALES	\$ 4.583.333 17,72%
GOMAS DE MASCAR	\$ 5.133.333 19,85%
VENTAS TOTALES (VT)	\$ 25.866.667 100%

Fuente: Análisis financiero.

Nuestras ventas están representadas por 3 productos, con un total mensual de \$ 25.866.667, tenemos una rentabilidad del 15% mensual, el producto que más participación tiene en ventas es el guacal con un 62.44%.

PETS SWEETS S.A.S

Se tienen proyectadas unas ventas pesimistas mensuales de:

Huacal: 65 Unidades

Pañitos: 155 Unidades

Gomas de marcar: 200 Unidades

Y unas ventas optimistas mensuales de:

- **Huacal:** 120 Unidades

- **Pañitos:** 260 Unidades

- **Gomas de marcar:** 320 Unidades

Superamos el punto de equilibrio del huacal en 7 unidades mensuales, los pañitos antibacteriales son superados en 24 unidades y las gomas de mascar en 51 unidades. Lo que quiere decir que el proyecto es viable y da para cubrir los costos fijos y variables, además de esto obtener una utilidad.

8.2.2 Egresos

8.2.2.1 Inversiones

Tabla 44. *Inversiones*

INVERSIONES (EXIGIBLES DISPONIBLES)				
Activos Fijos Exigibles (Vida Útil)	Valor	Deprecación Mensual	Activos Fijos Disponibles	Valor
Cafetera (T)	\$ 81.900	\$ 683	Moto (M)	\$ 3.000.000
Nevera (T)	\$ 919.900	\$ 7.666	Capital	\$ 5.000.000
Horno Microondas (T)	\$ 166.320	\$ 1.386		\$ -
2 Computadores (M) + 1 (I) + 3 (A)	\$ 4.800.000	\$ 133.333		\$ -
1 Impresoras (M) + 1 (I) + 1 (A)	\$ 387.000	\$ 6.450		\$ -
2 Sillas de escritorio (M)+ 1 (I) + 3 (A)	\$ 1.199.400	\$ 9.995		\$ -
1 Ventiladores (M)	\$ 104.900	\$ 1.748		\$ -

PETS SWEETS S.A.S

	\$			
2 Escritorios (M) + 1 (I) + 3 (A)	1.163.400	\$ 9.695		\$ -
2 Archivadores (M) + 1 (I) + 1 (A)	\$ 399.600	\$ 3.330	Otros (especifique)	\$ -
3 Repisas (M)	\$ 299.700	\$ 2.498	Otros (especifique)	\$ -
6 Basureras (T)	\$ 143.400	\$ 1.195	Otros (especifique)	\$ -
3 Calculadoras (T)	\$ 36.606	\$ 610	Otros (especifique)	\$ -
5 Teléfonos (T)	\$ 196.875	\$ 3.281	Otros (especifique)	\$ -
	\$			
vehículos (M)	3.000.000	\$ 50.000	Otros (especifique)	\$ -
2 Estanterías (I)	\$ 70.000	\$ 583	Otros (especifique)	\$ -
	\$			
Total Activos Fijos Exigibles	12.969.001		Total Activos Fijos Disponibles	\$ 8.000.000
Total Depreciación Mensual		\$ 232.453		

Fuente: Análisis financiero

Tenemos un total de activos fijos exigibles de \$ 12.969.001 con una depreciación mensual de \$ 232.453 y unos activos fijos disponibles de \$ 8.000.000.

Tabla 45. *Gastos pre operativos.*

GASTOS PREOPERATIVOS		
Gastos Pre operativos Exigibles	Valor	Amortización
Constitución y registro	\$ 1.105.700	\$ 18.428
Página Web	\$ 100.000	\$ 1.667
Capacitación del personal	\$ 150.000	\$ 2.500
Software Contable	\$ 2.000.000	\$ 33.333
Total Gasto Pre operativos Exigibles	\$ 3.355.700	
Total Amortización Mensual		\$ 55.928

Fuente: Análisis financiero.

Para la creación de nuestra empresa contamos con un total de gastos pre operativos de \$ 3.355.700, los cuales tendrán una amortización mensual de \$ 55.928.

Tabla 46. *Número de días que necesita cubrir sus costos variables y fijos.*

CUENTA	DIAS DE COBERTURA	VALOR
		\$
Costos Variables	30	6.740.860

PETS SWEETS S.A.S

Costos Fijos de Producción	30	\$ 3.305.759	
Costos Fijos de Administración	30	\$ 7.756.873	
Costos Fijos de Comercialización y Ventas	30	\$ 5.851.865	\$ 23.655.357

Fuente: Análisis financiero.

Para cubrir los costos fijos y variables necesitamos de 30 días.

Tabla 47. *Número de días que necesita cubrir sus VENTAS (Ventas a crédito) inventarios de productos y materia prima.*

CUENTA	DIAS DE COBERTURA	VALOR
Cuentas por Cobrar	0	\$ -
Inventarios productos	90	\$ 30.139.858
Inventario de Materia Prima	0	\$ - 30.139.858

Fuente: Análisis financiero.

Como somos importadores necesitamos 90 días para cubrir el inventario de productos y poder realizar una próxima importación.

Tabla 48. *Número de días que sus proveedores le dan para pagar*

CUENTA	DIAS DE COBERTURA	VALOR
Materia Prima	90	\$ 20.222.581
Fijos de Producción	30	\$ 3.305.759
Administrativos	30	\$ 7.756.873
Comercialización y Ventas	30	\$ 5.851.865 37.137.078

Fuente: Análisis financiero.

Nuestros proveedores nos dan 90 días para el pago de los productos importados,
Y los suministros para producción, administración y ventas nos dan 30 días de plazo.

Total Capital de trabajo Exigible	\$ 16.658.137	Total Capital de trabajo Disponible	
INVERSION TOTAL EXIGIBLE	\$ 32.982.838	INVERSIÓN TOTAL DISPONIBLE	\$ 8.000.000

El total de la inversión exigible es de \$ 32. 982.838, y la inversión total disponible es de \$ 8.000.000, lo que implica hacer un prestamos por \$24.982.838.

8.2.2.2 Costos.

Tabla 49. *Ficha técnica huacal.*

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
HUACAL	\$ 63.331	1,00	Unidad	\$ 48.679,14
BOLSA (EMPAQUE)	\$ 40,00	1,00	Unidad	\$ 40,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 48.719,14

Fuente: Análisis financiero.

Tabla 50. *Ficha técnica pañitos antibacteriales.*

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
PAÑITOS ANTIBACTERIALES	\$ 7.115	0,00	Unidades	\$ 5.584,86
BOLSA(EMPAQUE)	\$ 40,00	0,00	Unidades	\$ 40,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 5.624,86

Fuente: Análisis financiero

Tabla 51. *Ficha técnica goma de mascar*

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
GOMA DE MASCAR	\$ 4.538,63	0,00	Unidades	\$ 3.625,05
BOLSA (EMPAQUE)	\$ 40,00	0,00	Unidades	\$ 40,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 3.665,05

Fuente: Análisis financiero

Tabla 52. *Resumen de costos.*

RESUMEN COSTOS		
Cuenta	Valor	Participación
Total Costos Variables	\$ 6.740.860,30	28,50%
Total Costos fijos de producción	\$ 3.305.759,00	13,97%
Total Costos fijos de administración	\$ 7.756.873,00	32,79%
Total Costos fijos de Comercialización y Ventas	\$ 5.851.864,70	24,74%
Costos Totales	23.655.357,00	100,00%

Fuente: Análisis financiero

Los costos más representativos para nuestra empresa son los administrativos con un 32.79%, seguido de los costos variables con un 28.50%, después los costos fijos de Comercialización y Ventas con un 24.74% y por ultimo esta los costos fijos de producción con un 13.97%.

8.2.2.3 Gastos

Gastos Administrativos y legales

Tabla 53. *Costos fijos de administración mensuales.*

COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACION	
Salarios+ Prestaciones sociales+Apor. Parafiscales+ Apor. seguridad	\$ 5.998.294
Implementos de aseo por prorrateo 35%	\$ 28.466

PETS SWEETS S.A.S

Arriendo por prorrato 35%	\$ 700.000
Servicios de seguridad por prorrato 35%	\$ 280.000
Servicios públicos por prorrato 35%	\$ 105.000
Productos de papelería por prorrato 35%	\$ 49.730
Productos de alimentación por prorrato 35%	\$ 12.825
Servicios de aseo por prorrato 35%	\$ 245.000
Registro público mercantil y de los libros de comercio	\$ 31.558
Impuestos de industria de comercio	\$ 103.000
Registro ICA	\$ 198.000
Registro de importación	\$ 5.000
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 7.756.873

Fuente: Análisis financiero.

En el área administrativa se tiene un total de costos fijos mensuales de \$ 7.756.873.

Gastos Distribución y Ventas.

Tabla 54. *Gastos fijos de comercialización y ventas mensuales.*

COSTO FIJO DE COMERCIALIZACION Y VENTA	
Salarios + prestaciones+ aporte parafiscales+ aportes seguridad	\$ 3.948.344
Publicidad y Mercadeo	\$ 192.500
Mantenimiento de la moto (domicilios)	\$ 150.000
Implementos de papelería (Tarjetas y factureros)	\$ 140.000
Implementos de aseo por prorrato 35%	\$ 28.466
Arriendo por prorrato 35%	\$ 700.000
Servicio de seguridad por prorrato 35%	\$ 280.000
Servicios públicos por prorrato 35%	\$ 105.000
Productos de alimentación por prorrato 35%	\$ 12.825
Productos de papelería por prorrato 35%	\$ 49.730
Servicio de aseo por prorrato 35%	\$ 245.000
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 5.851.865

Fuente: Análisis financiero.

En los costos fijos de comercialización y ventas tenemos un total mensual de \$ 5.851.865.

Tabla 55. *Costos fijos de importación mensuales.*

COSTOS FIJOS DE IMPORTACION MENSUALES	
Salarios+prestaciones+A.parafiscales+A.seguridad	\$ 2.087.801
Implementos de aseo por prorrato 30%	\$ 24.339
Arriendo por prorrato 30%	\$ 600.000
Servicios de seguridad por prorrato 30%	\$ 240.000
Servicios públicos por prorrato 30%	\$ 90.000
Productos de papelería por prorrato 30%	\$ 42.626
Productos alimentación por prorrato 30%	\$ 10.993
Servicio de aseo por prorrato 30%	\$ 210.000
TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN	\$ 3.305.759

Fuente: Análisis financiero.

Para los costos fijos de importación tenemos un total mensual de \$3.305.759.

8.2.2.4 Gastos Financieros

Ver tabla 41. *Tabla de amortización.*

8.3 Estados Financieros Proyectados

8.3.1 Flujo de Caja

- **Variación porcentual anual de precios:** Para esta variación tuvimos en cuenta la inflación y la tendencia de la misma a subir durante este año, además del aumento anual de los costos fijos y variables. Como el aumento de los salarios, la devaluación y la revaluación, el aumento en los precios de nuestros proveedores tanto nacionales como internacionales, el aumento de la gasolina y los grandes costos logísticos.

- **Variación porcentual anual de ventas:** Durante el mes de junio de 2013, las ventas del comercio minorista aumentaron 4,1% respecto a las registradas en igual mes de 2012. Los grupos de mercancías que presentaron los mayores crecimientos fueron: equipo de informática, hogar; electrodomésticos y muebles para el hogar; calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero; y licores y cigarrillos. En contraste, la mayor reducción se registró en libros, periódicos y papelería. (DANE, 2013)

Grafico 21. *Aumento anual de las ventas por sector*



Fuente DANE – MMCM

*Otras mercancías, incluye: juguetes, bicicletas, artículos de deporte, piñatería, artículos para bebés, gas propano en cilindros, equipo fotográfico, revestimiento para pisos, etc.

Fuente: (DANE, 2013)

- **Variación porcentual anual de costos:** Para sacar este porcentaje promediamos varios valores como:

Salario mínimo: 4.5%

Arriendo: 1.94%

EPS: 4.5%

Pensiones: 1.94%

Salud: 4.4%

Gasolina: 1.31%

Telefonía: 4%

Promedio total: 3.23%

- **Inflación promedio estimada:** “En lo corrido de este año, la inflación va en 3,08 por ciento, cifra ajustada a los pronósticos del Banco de la República para el 2014”. (Portafolio, 2014).

Tabla 56. *Tabla de la variación porcentual proyectada a 5 años.*

Ingreso Variación Porcentual Anual de Precios	4,00%
Ingreso Variación Porcentual Anual de Ventas	6,60%
Ingreso Variación Porcentual Anual de Costos	3,23%
Ingreso Inflación promedio estimada	3,08%

Fuente: Análisis financiero

Tabla 57. *Flujo de caja proyectado a 5 años*

FLUJO DE CAJA (ANUAL - 5 AÑOS) y EVALUACIÓN FINANCIERA				
Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3
+ Ingresos por venta		\$ 310.400.002	\$ 344.121.858	\$ 381.507.257
- Costos variables		\$ 80.890.324	\$ 83.503.082	\$ 86.200.231
- Costos fijos		\$ 202.973.960	\$ 209.530.018	\$ 216.297.838
Costos fijos de Producción		\$ 39.669.108	\$ 40.950.420	\$

PETS SWEETS S.A.S

				42.273.119
Costos fijos de Administración		\$ 93.082.476	\$ 96.089.040	\$ 99.192.716
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 70.222.376	\$ 72.490.559	\$ 74.832.004
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 2.792.542	\$ 2.792.542	\$ 2.792.542
- Intereses Credito		\$ 6.069.348	\$ 5.255.318	\$ 4.207.032
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 17.673.829	\$ 43.040.898	\$ 72.009.614
- Impuestos	\$ 0	\$ 6.009.102	\$ 14.633.905	\$ 24.483.269
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 11.664.727	\$ 28.406.993	\$ 47.526.345
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 2.792.542	\$ 2.792.542	\$ 2.792.542
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 24.982.838	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Prestamos	\$ 24.982.838			
Recuperación Capital de trabajo				
Valor de Salvamento				
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 32.982.838	\$ 3.366.759	\$ 4.198.167	\$ 5.264.395
Activos Fijos	\$ 12.969.001			
Pago Credito (Capital)		\$ 2.828.701	\$ 3.642.730	\$ 4.691.017
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 3.355.700			
Capital de Trabajo	\$ 16.658.137	\$ 538.058	\$ 555.437	\$ 573.378
FLUJO DE CAJA	(\$ 8.000.000)	\$ 11.090.510	\$ 27.001.367	\$ 45.054.493

FLUJO DE CAJA (ANUAL - 5 AÑOS) y EVALUACIÓN FINANCIERA

Conceptos	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta	\$ 422.954.205	\$ 468.903.950
- Costos variables	\$ 88.984.499	\$ 91.858.698
- Costos fijos	\$ 223.284.258	\$ 230.496.340
Costos fijos de Producción	\$ 43.638.540	\$ 45.048.065
Costos fijos de Administración	\$ 102.396.640	\$ 105.704.052
Costos fijos de comercialización y ventas	\$ 77.249.077	\$ 79.744.222
- No Desembolsables	\$ 2.792.542	\$ 2.792.542
- Intereses Credito	\$ 2.857.074	\$ 1.118.633
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 105.035.832	\$ 142.637.738
- Impuestos	\$ 35.712.183	\$ 48.496.831
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 69.323.649	\$ 94.140.907
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 2.792.542	\$ 2.792.542
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 0	\$ 0
Prestamos		
Recuperación Capital de trabajo		
Valor de Salvamento		

PETS SWEETS S.A.S

- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 6.632.872	\$ 7.779.416
Activos Fijos		
Pago Credito (Capital)	\$ 6.040.974	\$ 7.779.416
Gastos PREOPERATIVOS		
Capital de Trabajo	\$ 591.898	
FLUJO DE CAJA	\$ 65.483.319	\$ 89.154.033
Tasa de rentabilidad	15,00%	
Valor Presente Neto	133.450.506	
Tasa Interna de Retorno	227,34%	

Fuente: Análisis financiero

Se identifica que con los cambios porcentuales aplicados y proyectados a 5 años el flujo de caja aumenta cada año. Lo que implica más acumulación neta de activos líquidos, el cual permite reconocer que la empresa es líquida, y que en un periodo de 5 años la empresa tendrá una tasa interna de retorno de 227,34% y un VPN positivo de 133.450.506.

8.3.2 Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

Tabla 58. *Estado de resultados a un año.*

	CUENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
+	Ingresos por concepto de Ventas	25.866.667	25.866.667	25.866.667	25.866.667	25.866.667	25.866.667
-	Costo Variables	6.740.860	6.740.860	6.740.860	6.740.860	6.740.860	6.740.860
-	Costos Fijos Producción	3.305.759	3.305.759	3.305.759	3.305.759	3.305.759	3.305.759
-	Gastos Depreciación	232.453	232.453	232.453	232.453	232.453	232.453
=	Utilidad Bruta en Ventas	15.587.594	15.587.594	15.587.594	15.587.594	15.587.594	15.587.594
-	Costos fijos de Administración	7.756.873	7.756.873	7.756.873	7.756.873	7.756.873	7.756.873
-	Costos Fijos de Ventas y Distribución	5.851.865	5.851.865	5.851.865	5.851.865	5.851.865	5.851.865

PETS SWEETS S.A.S

-	Amortización de diferidos	55.928	55.928	55.928	55.928	55.928	55.928
=	Utilidad Operativa	1.922.928	1.922.928	1.922.928	1.922.928	1.922.928	1.922.928
+	Otros Ingresos	0	0	0	0	0	0
-	Otros egresos	0	0	0	0	0	0
-	Costos de Financiación	0	0	0	0	0	0
=	Utilidad Antes de Impuestos	1.922.928	1.922.928	1.922.928	1.922.928	1.922.928	1.922.928
-	Impuestos	653.796	653.796	653.796	653.796	653.796	653.796
=	UTILIDAD NETA	1.269.133	1.269.133	1.269.133	1.269.133	1.269.133	1.269.133
-	Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0
=	Utilidades no Repartidas	1.269.133	1.269.133	1.269.133	1.269.133	1.269.133	1.269.133
	Utilidades no Repartidas Acumuladas	1.269.133	2.538.265	3.807.398	5.076.531	6.345.664	7.614.797

	CUENTAS	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+	Ingresos por concepto de Ventas	25.866.667	25.866.667	25.866.667	25.866.667	25.866.667	25.866.667
-	Costo Variables	6.740.860	6.740.860	6.740.860	6.740.860	6.740.860	6.740.860
-	Costos Fijos Producción	3.305.759	3.305.759	3.305.759	3.305.759	3.305.759	3.305.759
-	Gastos Depreciación	232.453	232.453	232.453	232.453	232.453	232.453
=	Utilidad Bruta en Ventas	15.587.594	15.587.594	15.587.594	15.587.594	15.587.594	15.587.594
-	Costos fijos de Administración	7.756.873	7.756.873	7.756.873	7.756.873	7.756.873	7.756.873

-	Costos Fijos de Ventas y Distribución	5.851.865	5.851.865	5.851.865	5.851.865	5.851.865	5.851.865
-	Amortización de diferidos	55.928	55.928	55.928	55.928	55.928	55.928
=	Utilidad Operativa	1.922.928	1.922.928	1.922.928	1.922.928	1.922.928	1.922.928
+	Otros Ingresos	0	0	0	0	0	0
-	Otros egresos	0	0	0	0	0	0
-	Costos de Financiación	0	0	0	0	0	0
=	Utilidad Antes de Impuestos	1.922.928	1.922.928	1.922.928	1.922.928	1.922.928	1.922.928
-	Impuestos	653.796	653.796	653.796	653.796	653.796	653.796
=	UTILIDAD NETA	1.269.133	1.269.133	1.269.133	1.269.133	1.269.133	1.269.133
-	Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0
=	Utilidades no Repartidas	1.269.133	1.269.133	1.269.133	1.269.133	1.269.133	1.269.133
	Utilidades no Repartidas Acumuladas	8.883.929	10.153.062	11.422.194	12.691.327	13.960.460	15.229.592

Fuente: Análisis financiero.

Se identifica que cada mes tenemos un aumento en la utilidad aproximada de \$ 1.269.132 hasta llegar en el mes 12 a una utilidad de \$ 15.229.592

Evaluación financiera del proyecto

8.3.3 Valor Presente Neto

Ver tabla 56. *Flujo de caja proyectado a 5 años*

Tabla 59. *Valor presente neto a 5 años*

Tasa de rentabilidad	15,00%
Valor Presente Neto	133.450.506

Tasa Interna de Retorno	227,34%
-------------------------	---------

Fuente: Análisis financiero.

Con los cambios porcentuales aplicados y proyectados a 5 años, se identifica que el valor presente neto estaría positivo, debido a que hay una TIR mayor a la tasa de rentabilidad esperada. Lo que implica que el negocio sería más rentable de lo esperan los socios.

8.3.4 Tasa Interna de Retorno

Ver tabla 56. *Flujo de caja proyectado a 5 años*

Tabla 60. *Tasa interna de retorno a 5 años*

Tasa de rentabilidad	15,00%
Valor Presente Neto	133.450.506
Tasa Interna de Retorno	227,34%

Fuente: Análisis financiero.

Con los cambios porcentuales aplicados y proyectados a 5 años, se identifica que la TIR aumenta a un 227,34%, lo que representa que el proyecto es viable ya que la TIR es mayor a la tasa de rentabilidad esperada por los inversionistas.

8.3.5 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

Tabla 61. *VPN y TIR original del proyecto*

Tasa de Rentabilidad	1,17%
Valor Presente Neto	28.674.325
Tasa Interna de Retorno	19,43%

Fuente: Análisis financiero.

Tabla 62. *Comportamiento de la TIR y el VPN con un Aumento del 10% en las ventas*

Cambio Porcentual en las Ventas	10,00%
---------------------------------	--------

Tasa de Rentabilidad	1,17%
Valor Presente Neto	42.640.982
Tasa Interna de Retorno	29,45%

Fuente: Análisis financiero.

Se identifica que con un aumento en las ventas del 10%, el valor presente neto sigue positivo generando un poco más de valor al proyecto, de igual manera se identifica un aumento en la TIR de 10.02%.

Tabla 63. *Comportamiento de la TIR y el VPN con una Disminución del 10% en las ventas*

Cambio Porcentual en las Ventas	-10,00%
Tasa de Rentabilidad	1,17%
Valor Presente Neto	12.829.566
Tasa Interna de Retorno	8,76%

Fuente: Análisis financiero.

Con una disminución del 10% en las ventas se puede analizar que el proyecto está generando las utilidades esperadas y un poco más, sin negar que disminuye la TIR y a la vez el VPN.

8.3.6 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

Tabla 64. *Comportamiento de la TIR y el VPN con un Aumento del 10% en el precio*

Cambio Porcentual en el Precio	10,00%
Tasa de Rentabilidad	1,17%
Valor Presente Neto	47.682.421
Tasa Interna de Retorno	36,20%

Fuente: Análisis financiero.

Con un aumento del 10% en el precio del producto aumenta la TIR en 16.77%, lo que genera más valor al negocio aumentando el VPN.

Tabla 65. *Comportamiento de la TIR y el VPN con una Disminución del 10% en el precio*

Cambio Porcentual en el Precio	-10,00%
Tasa de Rentabilidad	1,17%
Valor Presente Neto	5.236.316
Tasa Interna de Retorno	3,97%

Fuente: Análisis financiero.

Con una disminución del 10% en el precio, disminuye notoriamente la TIR y el VPN, sin embargo se puede obtener la rentabilidad esperada y un poco mas.

Tabla 66. *Comportamiento de la TIR y el VPN con un Aumento del 10% en los costos variables*

Cambio Porcentual Costos Variables	10,00%
Tasa de Rentabilidad	1,17%
Valor Presente Neto	23.632.886
Tasa Interna de Retorno	14,90%

Fuente: Análisis financiero.

Se identifica que con un aumento del 10% en los costos variables la TIR y el VPN disminuyen, sin embargo el proyecto sigue siendo viable ya que genera más de la rentabilidad esperada por los socios.

Tabla 67. *Comportamiento de la TIR y el VPN con una Disminución del 10% en los costos variables*

Cambio Porcentual Costos Variables	-10,00%
Tasa de Rentabilidad	1,17%
Valor Presente Neto	33.715.764
Tasa Interna de Retorno	25,02%

Fuente: Análisis financiero.

Al tener una disminución en los costos variables del 10% se puede observar que el proyecto tendría una rentabilidad mayor a la esperada, lo que implica que es viable.

Tabla 68. *Comportamiento de la TIR y el VPN con un Aumento del 10% en los costos fijos*

Cambio Porcentual Costos Fijos	10,00%
Tasa de Rentabilidad	1,17%
Valor Presente Neto	16.115.368
Tasa Interna de Retorno	9,87%

Fuente: Análisis financiero.

Con un aumento del 10% en los costos fijos se ve reflejado una disminución en la TIR, ya que a diferencia de los costos variables, los costos fijos son los más representativos en nuestro proyecto, viéndose afectada la rentabilidad y también el valor agregado del proyecto.

Tabla 69. *Comportamiento de la TIR y el VPN con una Disminución del 10% en los costos fijos*

Cambio Porcentual Costos Fijos	-10,00%
Tasa de Rentabilidad	1,17%
Valor Presente Neto	41.233.283
Tasa Interna de Retorno	33,42%

Fuente: Análisis financiero.

Con una disminución del 10% en los costos fijos se puede observar un aumento en la TIR y un VPN positivo lo que significa que el proyecto está generando más valor del esperado.

Tabla 70. *Comportamiento de la TIR y el VPN con una tasa de rentabilidad del 20%*

Tasa de Rentabilidad	20,00%
Valor Presente Neto	-288.077
Tasa Interna de Retorno	19,43%

Fuente: Análisis financiero.

Aumentando la tasa de rentabilidad a un 20% se identifica que la TIR no tiene ninguna variación a diferencia del VPN que se convierte a negativo. Sin embargo la diferencia es muy poca y el proyecto puede ser viable, ya sería decisión de los inversionistas si deciden acceder al proyecto.

Tabla 71. *Comportamiento de la TIR y el VPN con una tasa de rentabilidad del 12%*

Tasa de Rentabilidad	12,00%
Valor Presente Neto	5.711.137
Tasa Interna de Retorno	19,43%

Fuente: Análisis financiero.

Disminuyendo la tasa de rentabilidad a un 12% se identifica que la TIR no tiene ninguna variación, ya que al variar la tasa de rentabilidad solo cambiara el VPN, en este caso sigue siendo positiva y agrega más valor al proyecto.

CONSIDERACIONES FINALES

Con la realización de este trabajo se pudo observar como en los últimos años las mascotas se han convertido en un ser tan importante para las personas y debido a esto el comercio ha ido aumentando y esto hace que los propietarios de las mismas inviertan grandes sumas de dinero en productos para su cuidado.

Mediante las encuestas realizadas a diferentes personas identificamos que productos y con qué frecuencias compran a sus mascotas y al mismo tiempo analizamos qué tipo de marcas prefieren y si optan por comprar en un lugar específico. Por otro lado vimos que para entrar a un nuevo mercado uno de los factores que debemos analizar e investigar muy bien seria contra que mercados estamos compitiendo y que se va hacer para poder alcanzarlos o superarlos, para esto vimos la necesidad de implementar el servicio online, para captar más clientes.

Desde el punto de vista del análisis del entorno y del sector encontramos que Estados Unidos es uno de los países potenciales con preferencias arancelarias de un 0.0 %, lo que ayuda a importar nuestros productos a un menor costo, esto nos permitió tener una capacidad de importación de 90 días para cubrir el inventario de productos y poder realizar una próxima importación.

Después de analizar cada uno de los diferentes estudios se encontró que el proyecto es viable, ya que superamos el punto de equilibrio de cada uno de los productos a vender, e identificamos que da para cubrir los costos fijos y variables y además podemos obtener una utilidad, por otro

PETS SWEETS S.A.S

lado pudimos observar que aunque el proyecto es viable podemos dejar de ser competitivos por la gran cantidad de tiendas de mascotas que hay en Medellín, sin embargo en un futuro podemos tener más variedad en nuestro portafolio de productos, además aumentar nuestras ventas al vender al por mayor a nivel nacional y también expandirnos abriendo nuevos puntos de venta.

PETS SWEETS S.A.S

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDI - Asociación Nacional de Empresarios de Colombia. (2013). *Cámara Industria Alimentos Balanceados*. Recuperado de:

<http://www.andi.com.co/pages/comun/infogeneral.aspx?Id=14&Tipo=2>

ANDI - Asociación Nacional de Empresarios de Colombia. (2013). *Colombia: Balance 2013 y perspectivas 2014*. Medellín-Colombia. Recuperado de:

<http://www.andi.com.co/Archivos/file/ANDI%20-%20Balance%202013%20y%20perspectivas%202014.pdf>

Avvillas. (2014). *Crédito de libre inversión – credivillas personal*. Recuperado de:

<https://www.avvillas.com.co/wps/portal/avvillas/banca-personal/conoce-nuestros-productos/prestamo-tarjeta/credito-libre-inversion>

DANE. (2013). *Muestra mensual de comercio al por menor*. Recuperado de:

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/mmcm/bol_mmcm_jun13.pdf

Dataifx. (2014). *La tendencia de la inflación colombiana en 2014 sería alcista*. Recuperado de:

<http://www.dataifx.com/noticias/macroeconomia/articulo-16397-la-tendencia-de-la-inflacion-colombiana-en-2014-seria-alcista>

Dinero. (2010, julio 27). Alimentos para animales: engranaje exitoso en la cadena. *Dinero*.

Recuperado de: <http://www.dinero.com/edicion-impresas/negocios/articulo/alimentos-para-animales-engranaje-exitoso-cadena/99743>

Dinero. (2012, julio 10). En Colombia ¡Los prefieren perros!. *Dinero*. Recuperado de:

<http://www.dinero.com/pais/articulo/en-colombia-los-prefieren-perros/161464>

Entrepreneur. (2011, 28 de abril). Calcula tu participación de mercado y punto de equilibrio.

Entrepreneur. Recuperado de: <http://www.soyentrepreneur.com/como-desarrollar-tu-plan-paso-a-paso.html>

Fenalco Presidencia Nacional. (2014). *Mascotas: crecen las oportunidades de negocio*.

Recuperado de: <http://www.fenalco.com.co/contenido/934>

Galofre, R. (2012, septiembre 17). *Los mercados en crecimiento mas fuertes de*

Latinoamerica.Latin Link. Recuperado de:

<http://latinlink.usmediaconsulting.com/2012/09/los-mercados-en-crecimiento-mas-fuertes-de-latinoamerica/?lang=es>

Gobernación de Antioquia. (2014). *Antioquia tiene Animóvil*. Medellín-Colombia. Recuperado

de: <http://www.dssa.gov.co/index.php/historico-noticias/item/431-antioquia-tiene-animovil>

Giraldo, M.P. (2009, agosto 24). Alcaldía preocupada por perros y gatos. *El mundo*. Recuperado

de: <http://www.elmundo.com/porta/pagina.general.impression.php?idx=125483>

ICA Instituto Colombiano Agropecuario. (2012). *Colombia puede exportar a Chile alimentos*

balanceados para mascotas. Recuperado de:

<http://www.ica.gov.co/Noticias/Pecuaria/2012/Colombia-puede-exportar-a-Chile-alimentos-balancea.aspx>

Lopez, N. A. (2013, agosto 19). La danza millonaria alrededor de los artículos para mascotas .
Portafolio. Recuperado de: <http://www.portafolio.co/portafolio-plus/mercado-articulos-mascotas>

Portafolio. (2014, Junio 19). Crecimiento eleva las apuestas por la economía del 2014. *Portafolio*.
Recuperado de: <http://www.portafolio.co/economia/pib-colombia-junio-2014>

Portafolio. (2014, Octubre 4). La inflación este año va en 3,08%. *Portafolio*. Recuperado de:
<http://www.portafolio.co/economia/inflacion-colombia-septiembre-2014>

Restrepo, O. (2012, Septiembre 26). Medellín se la juega por los animales. *El mundo*.

Recuperado de:

http://www.elmundo.com/portal/noticias/gobierno/medellin_se_la_juega_por_los_animal es.php#.U_fdXPI5Ng9

Semana. (1999, octubre 25). Vida de perros. *Semana*. Recuperado de:

<http://www.semana.com/economia/articulo/vida-de-perros/52503-3>

