



INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER
FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES
TECNOLOGÍA EN COMERCIO INTERNACIONAL

MI MASCOTA SALUDABLE S.A.S

INFORME DE TRABAJO FINAL PARA OPTAR AL GRADO DE TECNÓLOGO
EN COMERCIO INTERNACIONAL

YESICA CORREA ISAZA

PROFESOR GUÍA: VICTOR SALDARRIAGA

2015

AGRADECIMIENTOS

Este proyecto es el resultado del esfuerzo, dedicación y apoyo de un grupo de personas que han sido fundamentales en el transcurso de toda mi carrera.

Agradezco a nuestros compañeros y amigos, en especial a María Camila Cano, Mateo Giraldo y Alexandra Ico, por brindarme apoyo desinteresadamente en los momentos más difíciles de este proyecto y al profesor Víctor Saldarriaga por brindarnos todos sus conocimientos, haciendo que este proyecto sea posible.

A mi familia que con esfuerzo y dedicación me han apoyado y motivado para alcanzar todas mis metas y culminar mis estudios como tecnóloga.

INDICE

AGRADECIMIENTOS	II
INDICE	III
LISTA DE FIGURAS	VII
LISTA DE SÍMBOLOS	XI
LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS	XII
GLOSARIO	XIII
ABSTRACT	XIV
RESUMEN EJECUTIVO	XV
INTRODUCCIÓN	XVI
1. CAPITULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA	1
1.1 Nombre De La Empresa Y Marca	1
1.1.1 Nombre De La Empresa	1
1.1.2 Marca	2
1.2 Tipo de Empresa	3
1.3 Descripción de la Empresa	4
1.4 Visión Y Misión De La Empresa	5
1.4.1 Visión	5
1.4.2 Misión	5
1.5 Relación Productos y/o Servicios	6
1.6 Ventajas Competitivas	9
1.7 Tramites y Costos	10
2. CAPITULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR	13
2.1 Entorno	13
2.1.1 Entorno Social	13
2.1.2 Entorno Político	14
2.1.3 Entorno Económico	15
2.1.4 Entorno Cultural	15
2.1.5 Entorno tecnológico	16
2.1.6 Entorno legal	17

2.1.7 Entorno ambiental.....	17
2.2 Sector o industria	18
2.2.1 Tamaño del sector	18
2.2.2 Rentabilidad del sector	20
2.2.3 Factores claves de éxito del negocio.....	21
2.2.4 Cadena de valor	22
2.2.5 Comercialización	22
2.2.6 Amenaza de nuevos productos sustitutos.....	23
3. CAPITULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO	24
3.1 Objetivos de Mercadeo	24
3.1.1 Objetivos a corto plazo.....	24
3.1.2 Objetivos a mediano plazo	24
3.1.3 Objetivos a largo plazo.....	24
3.2 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios	25
3.2.1 Bogotá.....	25
3.2.2 Medellín.....	26
3.3 Perfil del Mercado Potencial de Bienes y/o Servicios	29
3.4 Cuantificación de los Clientes Potencial de Bienes y/o Servicios.....	30
3.5 Mercado Competidor.....	31
3.5.1 Mercado de Medellín	31
3.5.1.1 Participación porcentual en el mercado de Medellín	34
3.5.2 Mercado Competidor Bogotá	36
3.5.2.1 Participación porcentual en el mercado Bogotá	39
3.5.3 Modelos de encuestas	41
3.6.1 Distribución Directa	43
3.7 Comunicación y Actividades de promoción y divulgación.....	44
3.7.1 Comunicación	44
3.7.2 Actividades de promoción y divulgación.....	45
3.8 Plan de Ventas	46
4. CAPITULO IV. ANÁLISIS COMERCIO INTERNACIONAL.....	47
4.1 Tratados Comerciales	47

4.2	Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios.....	47
4.2.1	Posición arancelaria leche para gatos.....	47
4.2.2	Posición arancelaria yogur para gatos.....	48
4.2.3	Posición arancelaria Alimentador programable	49
4.2.4	Posición arancelaria de los collares led.....	50
4.2.5	Posición arancelaria de las bolsas biodegradables	51
4.3	Requisitos y Vistos Buenos	52
4.4	Capacidad Importadora.....	54
4.4.1	Leche para gatos.....	54
4.4.2	Yogurt para gatos.....	54
4.4.3	Alimentador programable.....	55
4.4.4	Collares led.....	56
4.4.5	Bolsas Biodegradables.....	57
4.5	Participación en Ferias Especializadas	58
4.6	Rutas de Acceso.....	59
4.6.1	Holanda.....	59
4.6.2	China.....	60
4.7	Liquidación de Costos de Importación	60
5.1	Estructura Organizacional del Negocio	62
5.1.1	Organigrama Estructura Organizacional	62
5.1.2	Organigrama Estructura Personal	65
5.1.3	Costos Personal y Procesos Administrativos Tercerizados	70
5.2	Costos Estructura Organizacional del Negocio.....	72
5.2.1	Locaciones Empresa	72
5.2.2	Requerimientos de maquinaria, equipos, software, muebles y enseres 73	
5.2.3	Requerimientos de materiales e insumos por área	76
5.2.4	Requerimientos de Servicios por Área	79
6.	CAPITULO VI. ANÁLISIS LEGAL.....	80
6.1.	Certificaciones y gestiones ante entidades públicas.....	80
7.	CAPITULO VII. ANÁLISIS FINANCIERO	81
7.1.	Tasas Interés, Impuestos, Tasas de Rentabilidad	81

7.2. Aportes de Capital de los Socios	82
7.3 Créditos y Préstamos Bancarios	82
7.4 Precios de los Productos	83
7.4.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos	
84	
7.5 Ingresos y Egresos.....	85
7.5.1 Ingresos	85
7.5.1.1 Ingresos propios del negocio.....	85
7.5.2.2 Costos Fijos y Variables	88
7.5.4 Analisis Financiero Anual y Proyectado.....	92
7.5.4.1 Estado de Pérdidas y Ganancias	92
7.5.4.3 Flujo de Caja, VPN, TIR- Proyectado.....	96
7.5.4.4 PAYBACK DESCONTADO	97
CONCLUSIONES.....	98
BIBLIOGRAFÍA.....	99
ANEXOS	102

LISTA DE FIGURAS

Ilustración 1.1 Verificación nombre de la empresa	1
Ilustración 1.2 Verificación nombre de la marca.....	2
Ilustración 1.3 Logo	3
Ilustración 2.4. Incremento de ventas en el último año	19
Ilustración 2.5 Cadena de valor	22
Ilustración 3.6.Proporción de hogares en Bogotá	25
Ilustración 3.7 Estratificación socioeconómica de Medellín	27
Ilustración 3.8 Ventas en el sector Medellin.....	34
Ilustración 3.9 Canales de compras de productos para mascotas Medellín.....	36
Ilustración 3.10 Ventas en el sector Bogotá.....	39
Ilustración 3.11 Canales de compras de productos para mascotas Bogotá.....	40
Ilustración 3.12 Encuesta Medellín.....	41
Ilustración 3.13 Encuesta Bogotá	43
Ilustración 3.14 Logo de la empresa.....	45
Ilustración 4.15 Partida Arancelaria leche para gatos.....	48
Ilustración 4.16 Partida Arancelaria yogur para gatos.....	49
Ilustración 4.17 Partida Arancelaria del alimentador programable	50
Ilustración 4.18 Partida Arancelaria de los collares led.....	51
Ilustración 4.19 Partida Arancelaria de las bolsas biodegradables	52
Ilustración 4.20 Precio leche para gatos	54
Ilustración 4.21 Precio yogurt para gatos.....	55
Ilustración 4.22 Precio alimentador programable.....	55
Ilustración 4.23 Precio collares led.....	56
Ilustración 4.24 Precios bolsas biodegradables	57
Ilustración 4.25 Gastos de transporte	59
Ilustración 5.26 Organigrama Organizacional	62
Ilustración 5.27 Organigrama del personal.....	65

Ilustración 7.28 Tasas de interés BBVA81

LISTA DE TABLAS

Tabla 1.1 Aspectos más importantes de una SAS	4
Tabla 1.2 Productos	6
Tabla 1.3 Trámites y Costos.....	11
Tabla 2.4. Línea de producción alimentos para animales.....	20
Tabla 2.5 Comparativo de hijos según el estrato	21
Tabla 3.6 Perfil del mercado potencial	29
Tabla 3.7 Clientes Potenciales Medellín.....	30
Tabla 3.8 Clientes Potenciales Bogotá.....	31
Tabla 3.9 Competidores Medellín	31
Tabla 3.10 Respuesta de Encuestas Medellín	35
Tabla 3.11 Competidores Bogotá.....	37
Tabla 3.12 Respuesta de encuesta Bogotá.....	40
Tabla 3.13 Actividades de promoción	45
Tabla 4.14 Documentos soporte para la leche para gatos	53
Tabla 4.15 Documentos soporte para el yogur para gatos	53
Tabla 4.16 Documentos soporte para las bolsas biodegradables.....	53
Tabla 4.17 Costo de ferias especializadas	58
Tabla 4.18 Liquidación de las importaciones	60
Tabla 5.19 Funciones por áreas	63
Tabla 5.20 Funciones de las áreas tercerizadas.....	64
Tabla 5.21 Funciones del personal	66
Tabla 5.22 Tercerización de servicios	70
Tabla 5.23 Costos del personal del área administrativa.....	71
Tabla 5.24 Costos del personal del área comercial	71
Tabla 5.25 Costos del personal del área de Comercio Exterior.....	72
Tabla 5.26 Requerimientos del área administrativa.....	73
Tabla 5.27 Requerimientos del área comercial	74

Tabla 5.28	Requerimientos del área comercio exterior.....	75
Tabla 5.29	Requerimientos en general de toda la empresa.....	76
Tabla 5.30	Insumos y Papelería.....	77
Tabla 5.31	Costo De Cafetería.....	78
Tabla 7.32	Información del préstamo bancario.....	82
Tabla 7.33	Tabla de amortización del préstamo al año 1, 2, 3, 4 y 5.....	83
Tabla 7.34	Costos fijos.....	84
Tabla 7.35	Costos variables.....	85
Tabla 7.36	Total de ventas.....	86
Tabla 7.37	Activos Fijos.....	87
Tabla 7.38	Gastos pre-operativos.....	87
Tabla 7.39	Capital de trabajo.....	88
Tabla 7.40	Costos variables totales por producto.....	89
Tabla 7.41	Costos fijos por producción.....	89
Tabla 7.42	Gastos fijos por administración.....	90
Tabla 7.43	Gastos fijos por comercialización.....	90
Tabla 7.44	Punto de equilibrio.....	91
Tabla 7.45	Estado de pérdidas y ganancias mensual.....	92
Tabla 7.46	Flujo de caja mensual del primer año.....	95
Tabla 7.47	VPN Y TIR.....	95
Tabla 7.48	Flujo de caja proyectado 5 años.....	96
Tabla 7.49	VPN Y TIR 5 AÑOS.....	97
Tabla 7.50	Payback Descontado.....	97

LISTA DE SÍMBOLOS

LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS

CDT: certificado de depósito a término

CPT: Carriage Paid To (transporte pagado hasta)

CIF: Cost, Insurance and Freight (coste, seguro y flete)

DAT: Delivered At Terminal (entregado en terminal)

DAP: Delivered At Place (entregado en un punto)

DDP: Delivered Duty Paid (entregado con derechos pagados)

DANE: departamento administrativo nacional de estadística

DIAN: Dirección de impuestos y aduanas nacionales

EXW: Ex Works (en fábrica)

FCA: Free Carrier (Libre transportista)

MINCOMERCIO: ministerio de comercio industria y turismo.

RUT: Registro único tributario

RUES: Registro Único Empresarial y Social (Cámaras de Comercio)

ROE: Return on Equity (rentabilidad del capital invertido)

TIR: Tasa interna de retorno

SAS: Sociedad por Acciones Simplificada

VPN: Valor presente neto

GLOSARIO

PET BUDDY: mascota amigable

ABSTRACT

MI MASCOTA SALUDABLE is a company whose purpose is the import and marketing of products and pet supplies, with two locations; the headquarters is located in the city of Medellin and one in Bogota.

The goal of the company for 2020 is to be a leader in the commercialization of innovative pet products in the Colombian market with competitive and recognized for our commitment to our customers and the business environment prices.

To carry out this project we need for creating business seven stages, the first is in the context of the company as such, mission, vision, paperwork and costs constitution, the second stage talks about the environment and the sector where will develop.

The next stage consists of market research, segmentation of customers, end consumers, competition and sales force, the fifth can be demonstrated organizational structure, the sixth is based on legal analysis of the company as such and the financial analysis is one that shows me if the project is viable or not.

MI MASCOTA SALUDABLE S.A.S

RESUMEN EJECUTIVO

MI MASCOTA SALUDABLE SAS es una empresa cuyo propósito es la importación y comercialización de productos y artículos para mascotas, con dos sedes; la sede principal está ubicada en la ciudad de Medellín y otra en la ciudad de Bogotá.

El objetivo de esta empresa para el 2020 es ser una empresa líder en la comercialización de productos innovadores para las mascotas en el mercado colombiano, con precios competitivos y reconocidos por el compromiso con nuestros clientes y el medio ambiente.

Para llevar a cabo este proyecto requerimos de 7 etapas fundamentales para la creación del negocio, la primera consiste en el contexto de la empresa como tal, misión, visión, constitución, trámites y costos, la segunda etapa nos habla del entorno y el sector donde se va desarrollar.

La siguiente etapa consta de la investigación de mercados, la segmentación de los clientes, consumidores finales, competencia y fuerza en ventas, la cuarta se reflejan los acuerdos comerciales con los que la empresa cuenta, precios de compra de cada producto y los requisitos de importación, en el quinto se puede evidenciar la estructura organizacional, el sexto se basa en el análisis legal de la empresa como tal y por último el análisis financiero que es aquel que me demuestra si el proyecto es viable o no lo es.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo es un proyecto de practica e investigación, que consiste en la creación de un plan de negocio innovador, donde se implementan todos los conocimientos y experiencias obtenidas durante la tecnología de comercio internacional.

Este plan de negocio innovador consiste en crear una empresa llamada MI MASCOTA SALUDABLE SAS con una marca llamada PET BUDDY, que significa mascota amigable, se crea con el fin de satisfacer las necesidades de las mascotas al igual que la de sus amos, ya que actualmente basados en nuestros estudios existe una tendencia muy notoria en el aumento de mascotas por familias, teniendo lo anterior como una base, se utilizan herramientas orientadas para el desarrollo de un buen negocio, que contenga todos los aspectos de una empresa real.

Por lo tanto PET BUDDY ofrecerá productos innovadores ideales para el consumo y uso de cualquier tipo de mascota, ya sea un gato o un perro, ofreciendo siempre un buen servicio y mejorando cada vez más las experiencias de nuestros clientes, con un personal altamente capacitado.

CAPITULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

1.1 Nombre De La Empresa Y Marca

1.1.1 Nombre De La Empresa

Mi Mascota Saludable S.A.S fue creada con el fin de satisfacer las necesidades de sus consumidores, logrando mejorar la vida de sus mascotas. A continuación se puede observar en la (Ilustración 1.1) la disponibilidad de la razón social

Ilustración 1.1 Verificación nombre de la empresa

Contáctenos ¿Qué es el RUES? Cámaras de Comercio

RUES Registro Único Empresarial y Social
Cámaras de Comercio

Confecámaras
Red de Cámaras de Comercio

Inicio Consultas Veedurías Servicios Virtuales Acceso privado

➤ 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: **Consultar**

Advertencia:
La consulta por Nombre no ha retornado resultados

RM - Registro Mercantil RUP - Registro Único de Proponentes ESAL - Entidad Sin Animo de Lucro RNT - Registro Nacional de Turismo

CONFECAMARAS - Gerencia Registro Único Empresarial y Social Carrera 13 No 26A - 47 of 502 Bogotá, Colombia

Fuente: Confecamaras (2015)

1.1.2 Marca

La marca de nuestra empresa será Pet Buddy lo que significa Mascota Amiga. A continuación se puede observar la disponibilidad del nombre de la marca en la (Ilustración 1.2) y nuestro respectivo logo en la (Ilustración 1.3).

Ilustración 1.2 Verificación nombre de la marca

The screenshot shows the search interface for trademarks on the website of the Superintendencia de Industria y Comercio. The page header includes the logo of the Superintendencia de Industria y Comercio and the logo of the Ministry of Commerce, Industry and Tourism. The search criteria are as follows:

Criterio	Valor
Expediente	Año: [dropdown], Número: [input], Control: [input]
Certificado	Número: [input], Control: [input]
Denominación	Igual que: [dropdown], pet buddy
Clasificación de Niza	-- TODAS LAS CLASES --
Titular	Igual que: [dropdown], [input]

Buttons: Enviar consulta, Restaurar

Resultado: No se encontraron registros

Fuente: Superintendencia Industria y Comercio (2015)

Ilustración 1.3 Logo



Fuente: Creación propia (2015)

1.2 Tipo de Empresa

La empresa Mi Mascota Saludable será un tipo de Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S), por la facilidad que presenta al momento de la creación del documento privado, es necesario la participación de mínimo un accionista, y no tiene límite máximo, no es necesario un Revisor Fiscal, a diferencia de las Sociedades Anónimas (S.A) deben contar con un mínimo de cinco accionistas y es obligatorio un Revisor Fiscal, sin importar el patrimonio, de acuerdo con lo determinado en el artículo 203 del Código de Comercio (1971). A continuación en la Tabla 1.1 se mencionaran los aspectos más importantes de una SAS.

Tabla 1.1 Aspectos más importantes de una SAS

Tema	Según la ley
RÉGIMEN DE PLURIDADES	Mínimo un accionista Máximo: infinito
PROCESO DE CONSTITUCIÓN	Por el simple registro en la cámara de comercio, excepto cuando se aportan bienes inmuebles
DURACION DE LA SOCIEDAD	Puede ser indeterminado
RESPONSABILIDAD DE LOS SOCIOS	Limitación plena. Solo responden por el monto de sus aportes.
PLAZO PARA EL PAGO DE LOS APORTES	Se puede otorgar un plazo hasta por dos años

Fuente: (Sociedades sas, 2015)

1.3 Descripción de la Empresa

El concepto de MI MASCOTA SALUDABLE S.A.S tiene como objetivo comercializar alimentos y accesorios innovadores para mascotas que harán la diferencia frente a los demás competidores porque estos son traídos al país según las necesidades detectadas de los consumidores finales y sus mascotas, Esta es una microempresa del sector comercial que tiene una tienda como centro de distribución, ubicada en la calle 10 cerca al Parque del Poblado y parque lleras, este es un lugar estratégicamente seleccionado por tener un nivel socio económico medio alto, cuenta con una variada oferta de restaurantes, bares, cafés, tiendas innovadoras y de vanguardia y comercio de

óptima calidad por esto tiene alto flujo de personas locales y extranjeras que tienen dentro de su núcleo familiar una o más mascotas.

Código CIIU 4729 Comercio al por menor de otros productos alimenticios n.c.p., en establecimientos especializados.

1.4 Visión Y Misión De La Empresa

1.4.1 Visión

La Marca Pet Buddy en el año 2020 pretende ser reconocida a nivel nacional por la comercialización de productos innovadores que nos posicionará en el mercado como una empresa líder y comprometida con nuestros clientes, el medio ambiente y la sostenibilidad del mismo, mediante la continua renovación tecnológica y el recurso humano calificado.

1.4.2 Misión

La marca Pet Buddy ofrece un portafolio de productos, implementos y accesorios saludables, novedosos e innovadores para el consumo animal, que contribuyen con el cuidado del medio ambiente. Pet Buddy cumple con todos los estándares de calidad y las exigencias nuestros clientes, contamos con un personal altamente capacitado y calificado marcando gran diferencia en el mercado.

1.5 Relación Productos y/o Servicios

La empresa Mi Mascota Saludable S.A.S ofrece productos saludables e innovadores, los cuales se detallaran a continuación en la Tabla 1.2.

Tabla 1.2 Productos

Nombres delos productos	Características	Ventajas	Ilustraciones
Leche especial para gatos	La leche fue diseñada con menos lactosa especialmente para la fácil digestión de los gatos, es un alimento complementario ideal para felinos de más de seis semanas y gatos adultos. La leche es un alimento muy saludable que además encanta a	- Fortalece los huesos y dientes del animal - Facilita la digestión	

	<p>estos animales. Esta disponible en presentación de 200 ml.</p>		
<p>Yogur para gatos</p>	<p>Son croquetas rellenas de yogur, diseñadas especialmente para gatos con tendencias de obesidad, bajas en grasa, lo cual cuida la línea de tu mascota de manera saludable. Esta disponible en envases de 50 g</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Fácil digestión - Delicioso sabor - Bajo en grasa 	

<p>Alimentador programable</p>	<p>Es un recipiente para depositar el alimento de nuestra mascota, el cual se puede programar para girar en determinadas horas del día, alimentando tu mascota mientras no estas en casa.</p> <p>Dimensiones: 32. 4 x 12. 8 CM, se encuentra disponible en variados colores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Fácil manejo -Micrófono incorporado, altavoz e indicador de batería baja -Programable hasta por 4 veces al día 	
---------------------------------------	--	---	--

<p>Collares con iluminación led</p>	<p>Collar con diseño exclusivo de iluminación led, que embellecerá tu mascota, se encuentra disponible en variados colores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Diseño exclusivo -Fácil distinción de tu mascota 	
<p>Bolsas biodegradables</p>	<p>Es un material hecho a prueba de filtraciones y control de olores, es resistente y tiene un práctico empaque amigable con el medio ambiente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Fácil uso -Biodegradable -Presentación innovadora 	

Fuente: Creación propia (2015)

1.6 Ventajas Competitivas

Nuestros productos se distinguen de los demás, porque son el resultado investigativo de las necesidades que tienen las mascotas alrededor del mundo,

esto se pone a disposición del consumidor colombiano dado a que es importado desde países que han desarrollado grandes avances en este sector. El mercado nacional probablemente no cuenta con estos productos, por lo tanto es más atractivo para las personas que quieren consentir a sus mascotas.

Contamos con el respaldo de una gran marca reconocida mundialmente a la cual compraremos la leche y las croquetas de yogur, esto garantiza una excelente calidad y respaldo en los alimentos que comercializaremos. Se cuenta además con información de interés para la mascota, como dietas donde se pueden incluir los alimentos que ofrecemos y atención al cliente de una manera profesional y calificada.

La ubicación estratégica en varios sectores donde determinamos que los consumidores finales podrán obtener nuestros productos de una manera fácil y próxima, es una ventaja importante frente a los competidores.

1.7Tramites y Costos

Para la creación de una empresa se requiere de una serie de trámites y de documentos, que de igual manera generan unos costos. Como se puede observar en la (Tabla 1.3)

Tabla 1.3 Trámites y Costos

Descripción	Costo	Periodos	Establecimiento
Consulta de nombre	\$ 49.000	Única vez	Rues
Consulta de marca	\$ 0	Única vez	Superintendencia Industria y Comercio
Consulta código CIU	\$ 0	Única vez	Cámara y comercio
Consulta condigo de responsabilidad DIAN para el Rut	\$ 0	Única vez	Lo hace un contador preferiblemente
Consulta uso de suelos	\$ 49.000	Única vez	Curadurías
Documentos de constitución	Cada nombramiento \$89.000	Única vez	Renta departamental o web
Documentos de constitución generado (Matricula Mercantil)	\$34.000 Derechos (dependiendo de los activo) Valor Aprox. Por 5'000.000 se pagaría \$161.800 con formulario y certificado incluido	Renovación anual	Cámara y comercio
Legalización Rut	\$ 0	Única vez	Abrir cuenta en Bancolombia de la sociedad dirigirse a la DIAN (15 días hábiles después de generado la Matricula mercantil)
Bomberos	(el 5% del impuesto de industria y comercio; COP\$ 22.000 es la tarifa mínima)	Cada dos años	Bomberos

Licencia de ventas de alimentos para animales (ICA)	\$ 1'096.000 Aprox.	Única vez	Invima
---	---------------------	-----------	--------

Fuente: Creación propia (2015)

CAPITULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR

2.1 Entorno

La marca Pet Buddy desempeñara sus actividades comerciales en el país de Colombia, por lo que a continuación se observara un análisis de los entornos.

2.1.1 Entorno Social

El mercado de productos alimenticios y accesorios para las mascotas cada día es más grande y las góndolas de los supermercados vienen aumentando el espacio para albergar estos bienes.

Dado el `boom`, la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco):

“Contrató un estudio con la firma B&Optimos con el fin de cuantificar el negocio. El ejercicio consistió en preguntarle a los determinadores de compra de los hogares si tenían mascota, de qué tipo y en dónde adquirirían el alimento correspondiente. La primera sorpresa es que más de la tercera parte de los hogares colombianos tiene mascota, es decir, el 37% de ellos” (2014).

Sin duda, los gastos para la manutención, los servicios de salud y el entrenamiento de las pequeñas mascotas es un tema que va en aumento, pero también es un hecho que se ha convertido en parte de la canasta familiar y por ello no es raro que dentro de los productos de la misma se incluyan estos elementos para estos integrantes de la familia.

Es tan movido este negocio que cada vez aparecen en las ciudades más almacenes especializados en la venta de estos productos. Lo que se evidencia con estos son las

grandes posibilidades que surgen alrededor de las mascotas, es un mercado de gran tamaño y con altas posibilidades de segmentación. Son tan importantes estos consumidores que hasta tienen su propio canal de televisión.

2.1.2 Entorno Político

Colombia es un socio estratégico para la Unión Europea en América Latina con el que compartimos valores y vínculos muy estrechos. Nuestras relaciones comerciales se fundamentan en un marco más amplio de diálogo político y de cooperación, al respecto el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo ha dicho:

“El Acuerdo Comercial entre Colombia y la Unión Europea inaugurará un nuevo marco de relaciones bilaterales comerciales y de inversión entre la Unión Europea y los países andinos signatarios, al ser un acuerdo ambicioso que cubre distintos aspectos relacionados con el comercio e incluye compromisos que van más allá del marco multilateral de relaciones comerciales.

Un elemento esencial del Acuerdo es el compromiso de las partes al respeto de derechos humanos y al desarrollo de economías sostenibles basadas en la protección, la promoción del trabajo y de los derechos ambientales.

Colombia también se ha transformado en la última década convirtiéndose en una de las economías más atractivas de Latinoamérica.” (2014)

Es por esto que el Gobierno Colombiano ha tomado la decisión de integrar a Colombia con el mundo, a través de la implementación de una política de internacionalización que permita tener acceso preferencial a los mercados de mayor interés entre los que se encuentra el mercado de la Unión Europea.

2.1.3 Entorno Económico

Si bien Colombia en términos de crecimiento se encuentra por un camino rodeado de cifras alentadoras, hay asuntos que deben abordarse con serenidad y evaluarse con una mayor profundidad para evitar que lo que parece ser un buen momento de la economía se convierta en el comienzo de una recesión económica, o quizás, una crisis no sólo económica sino financiera; sin embargo, aunque el crecimiento de nuestro país sea fuerte no se puede desconocer que siempre habrán peligros amenazando no sólo el crecimiento de corto plazo sino también la sostenibilidad de la economía como tal.

Para el tema que nos concierne, Las embajadas y los consulados generales holandeses apoyan a las empresas en las relaciones comerciales entre los Países Bajos y el extranjero. Asimismo, las representaciones también contribuyen al desarrollo de un clima empresarial sano en países emergentes y países en desarrollo, Siendo Holanda el sexto exportador de bienes en el mundo.

De acuerdo con la OCDE (2015):

“las perspectivas de crecimiento económico para Colombia al 3,3 % en 2015 y el 3,7 % en 2016, por una reducción de la inversión y las exportaciones por una bajada en los precios de los productos básicos y a una ralentización del gasto público por un descenso de los ingresos mineros”

2.1.4 Entorno Cultural

En una sociedad donde el hombre cada vez tiene menos tiempo para relacionarse en sociedad, es necesario buscar alternativas de convivencia y acompañamiento; alternativa que se puede encontrar en una mascota, que bien domesticada cumple las

características de convivencia requeridas. Estas son algunas de las razones que tienen las personas para convivir con mascotas:

- * Necesidad de los humanos de comunicarse y sentirse acompañados
- * Dependencia, por ejemplo la que pueden desarrollar los discapacitados frente a sus perros guías o lazarillos.
- * Facilitar el proceso de acercamiento e integración de las personas con el medio ambiente. Cualquier animal mantenido como mascota representa un poco de la naturaleza dentro de la casa.
- * El propósito de las personas de satisfacer el deseo de llevar a cabo una afición que puede concretarse en la crianza, cuidado, educación, exposición de animales con fines de entretenimiento y recreación
- * El comportamiento afectivo de los seres humanos: el animal se convierte en un objeto de cariño y compañía en grado quizás igual o superior a una persona y al cual se le destina atención especial, cuidado y amor.

Las mascotas han estado con el hombre por miles de años, han sido parte de su entorno cambiante, acoplándose al mismo. A medida que va pasando el tiempo las culturas han cambiado y con ellas la relación hombre - animal; hoy en día es muy extraño ver a alguien que no haya tenido una mascota – propia o comunitaria – en algún momento de su vida.

2.1.5 Entorno tecnológico

Con las múltiples ocupaciones que actualmente se tienen a nivel laboral, familiar, social, cultural, entre otros, es necesario recurrir a ciertos elementos tecnológicos que faciliten la ejecución de las labores diarias de manera efectiva, práctica, sencilla y

empleando el mínimo tiempo posible. Pet Buddy llega al mercado con su nuevo e innovador producto “alimentador programable”, el cual permite balancear la cantidad de alimento en los intervalos de tiempo establecidos, según la dieta nutricional de cada una de las mascotas.

Pet Buddy conoce la importancia que tienen las mascotas en los hogares y lo dispendioso que en algunas ocasiones, es para sus propietarios darles los alimentos de manera oportuna. El alimentador programable será de gran utilidad porque almacena alimentos frescos, dosificados y en los intervalos de tiempo establecidos, evitando así el permanente acompañamiento de una persona que suministre estos alimentos a la mascota.

Las ventajas que ofrece el alimentador programable se traducen en: bienestar para la mascota, tranquilidad para el propietario y ahorro económico representado en salarios por cuidado permanente de la mascota.

2.1.6 Entorno legal

La empresa “MI MASCOTA SALUDABLE S.A.S” ofrece un portafolio de productos ingresados al país bajo la completa legalidad y cumpliendo con los estándares de calidad establecidos, previamente regulados por la DIAN, Superintendencia de Sociedades, Cámaras de Comercio y las Secretarías de Hacienda. Así estaremos cumpliendo con lo exigido y aportando al cuidado no solo de nuestras mascotas sino también a la economía de nuestro país. No existen normas específicas para nuestro sector.

2.1.7 Entorno ambiental

La actividad económica de la empresa “MI MASCOTA SALUDABLE S.A.S” es la comercialización de productos, los cuales se ofrecen desde un punto de venta

comercial. Como requisito ambiental no obligatorio, este tipo de empresas debe contar con un plan integral de residuos sólidos (PMIRS) establecido bajo los siguientes criterios

* Disponer recipientes debidamente marcados y diferenciados por color, que permitan hacer la respectiva separación en la fuente de cada uno de los residuos generados.

* Adecuar un espacio de almacenamiento de residuos reciclables y determinar mecanismos de aprovechamiento ya sea a nivel interno o comercializándolos con entidades encargadas de tales procesos.

* Adecuar espacio de almacenamiento interno para residuos ordinarios no reciclables mientras no sean entregados para disposición final.

* Se controlará el uso de papel impreso y el consumo de vasos desechables

* Se hará uso adecuado de los elementos electrónicos

2.2 Sector o industria

2.2.1 Tamaño del sector

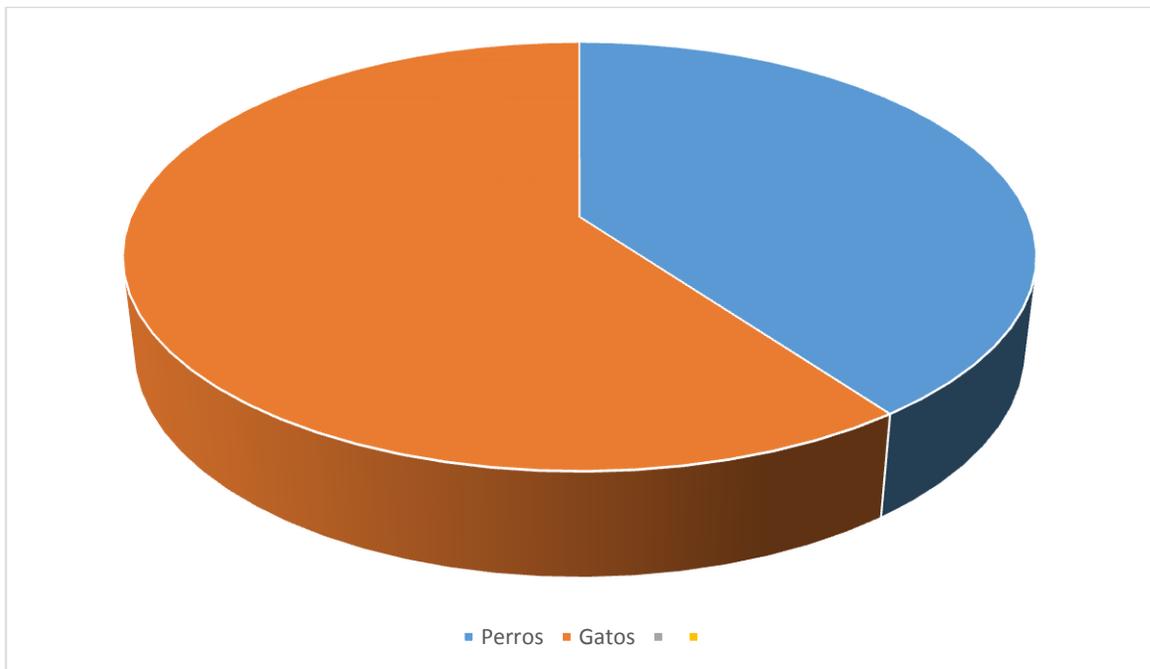
Sector o industria en el que se mueve “MI MASCOTA SALUDABLE S.A.S” sería el alimentos animales como actividad principal y accesorios para animales esencialmente para gatos y perros, según mediciones de www.losdatos.com un portal de información empresarial, indican que para el año pasado la producción en Colombia aumento en un 24,3 % a 259.302 toneladas, lo que es un resultado bastante favorable para nosotros el cual nos indica que el consumo de alimentos para perros y gatos está en crecimiento.

Según estudios realizados la población para perros y gatos está cerca en 4,3 millones de perros y 1,4 millones de gatos. En términos generales hablando de

ventas en Colombia se vende aproximadamente alrededor de unas 150.000 toneladas y más de 690.000 millones, el crecimiento en el último año ha sido superior a 8% según estudios por www.dinero.com. Otros estudios realizados por “Dinero” nos indican que una mascota promedio gasta al mes incluyendo accesorios más o menos 70.000 \$ y el costo de alimentación es de 100.000 \$ mensuales.

Aunque lo que más se vende en Colombia es comida de perros, la de gatos es la que más rápido viene creciendo, en 2014 frente al 2013 las ventas de comida para gatos crecieron casi un 30%, mientras que en perros el crecimiento fue de 20% como se puede observar en (Ilustración 2.4), esto debido a que en la medida en que las mascotas dejaron de ser un accesorio para las familia, se convirtieron en parte de estas mismas y empieza a desarrollarse un mercado que va ligado a los sentimientos que tienen las personas por sus mascotas.

Ilustración 2.4. Incremento de ventas en el último año



Fuente: Creación propia (2015)

2.2.2 Rentabilidad del sector

Como se puede observar en la Tabla 2.4 y si nos centramos en nuestra población que son los “menores” ha tenido un aumento considerable, el cual podemos deducir que la industria cada vez es más grande.

Tabla 2.4. Línea de producción alimentos para animales

Línea de producción	Toneladas									Var. 14/13
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	
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	4.555.258	5,6%
Porcicultura	700.000	700.000	660.100	660.100	685.844	757.172	830.000	849.920	913.664	7,5%
Ganadería	498.500	508.470	539.995	501.115	516.650	526.983	568.614	595.583	653.851	9,8%
Menores	223.000	228.129	244.098	256.546	278.352	300.621	345.714	402.991	453.515	12,5%
Piscicultura	88.700	106.440	108.249	116.368	133.823	120.441	142.120	177.416	202.145	13,9%
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	6.778.433	6,9%
Variación		6,1%	6,4%	1,8%	3,9%	4,3%	4,5%	4,7%	6,9%	

Fuente: Cámara de la Industria de Alimentos Balanceados - ANDI

Fuente: Cámara de la Industria de Alimentos Balanceados – ANDI (2015)

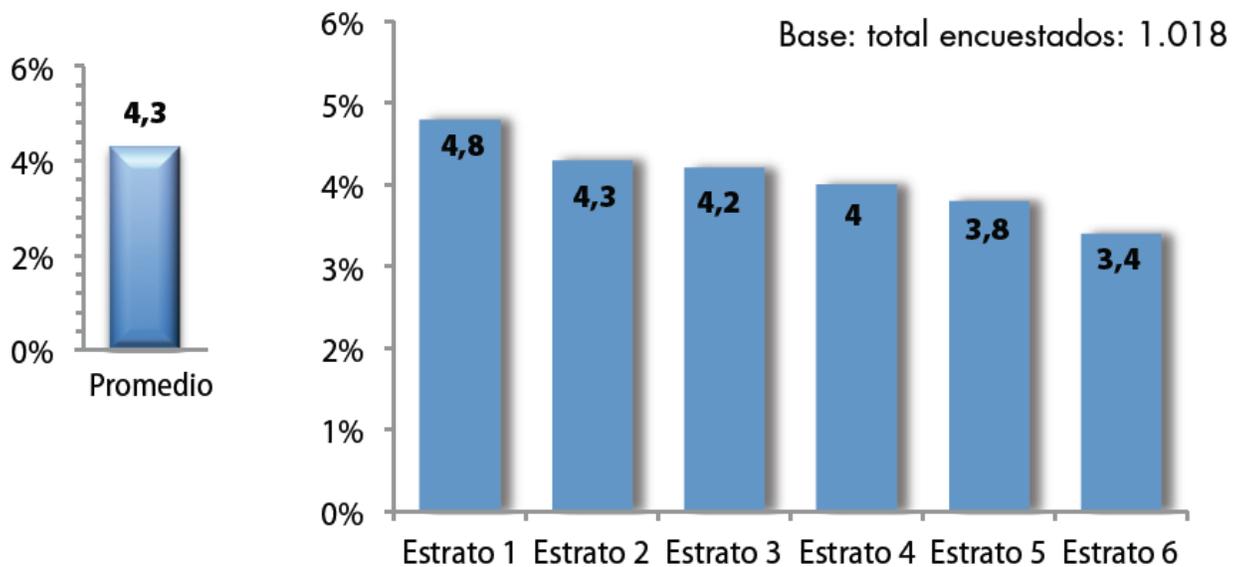
Hablando en materia de importaciones según estudios realizados por la empresa investigadora B&Optimos estas han aumentado un 9%, las cuales pasaron de \$101,2 millones en el 2013 (enero-noviembre) a \$110,1 millones en el mismo periodo del 2014. Los productos que dinamizaron estas importaciones fueron las premezclas, con una participación del 57% y con un crecimiento del 18% con respecto del 2013, así como los alimentos para perros o gatos, dispuestos para la venta al por menor, con una participación de 22% y con un incremento del 23%.

Dadas estas cifras se puede observar cómo hemos mencionado antes que el mercado cada vez es más fuerte.

2.2.3 Factores claves de éxito del negocio

Dentro de los factores claves para el éxito del negocio está el crecimiento de esta población cada vez más, los amos de las mascotas quieren consentir los integrantes de sus familias (perros-gatos) dado la tendencia de no tener hijos pero, si una mascota, esto cada vez es más habitual en los estratos socio-económicos altos, como se puede observar en la Tabla 2.5, los hijos son menos.

Tabla 2.5 Comparativo de hijos según el estrato



Fuente: Revista Credencial (2015)

Otro factor importante para el éxito del negocio, es el sector donde esta nuestra tienda, ya que está ubicado en un sector clave de alto flujo de gente y alto poder de adquisitivo donde la preferencia por las mascotas es alta.

2.2.4 Cadena de valor

Nuestra cadena realmente es muy sencilla nosotros compramos productos terminados los comercializamos y por ultimo llegaría a nuestros clientes, como lo muestra la Ilustración 2.5

Ilustración 2.5 Cadena de valor



Fuente: Creación propia (2015)

2.2.5 Comercialización

Nuestra comercialización es en tienda donde contamos con una excelente ubicación el cual el flujo de gente es bueno, y con un poder adquisitivo alto.

- Tenemos unos exhibidores en nuestra tienda

- Publicidad en el sitio.
- Asesoría personalizada
- Decoración amigable

2.2.6 Amenaza de nuevos productos sustitutos

Si bien es cierto que cada día el mercado exige nuevos productos con estándares de alta calidad y aplicables al mejoramiento de nuestra vida, facilitando así el cuidado de nuestras mascotas, en la actualidad los productos que estamos ofreciendo a nuestros clientes son pensados precisamente en ellos, tratando de aportarles y facilitarles el cuidado de nuestros perros y gatos. Estos son en estos momentos los productos con mayor tecnología y modernos en la actualidad, que muy seguramente vendrán productor con detalles más precisos, donde le aportaran más a la salud de nuestras mascotas y nos facilitara el cuidado, pero ahí estaremos nosotros siempre dispuesto a estar actualizados y buscar cada día lo mejor para nuestros clientes.

CAPITULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO

3.1 Objetivos de Mercadeo

3.1.1 Objetivos a corto plazo

- Mediante un proceso de promoción y venta estratégica, lograr un reconocimiento en el mercado local como proveedor de alimentos y accesorios para mascotas.
- Ser reconocidos por la calidad de nuestros productos y por la excelente atención al cliente

3.1.2 Objetivos a mediano plazo

- Participar en las diferentes ferias nacionales que se realicen en el sector de animales y mascotas
- Realizar convenios estratégicos con veterinarias para el aumento de nuestras ventas.

3.1.3 Objetivos a largo plazo

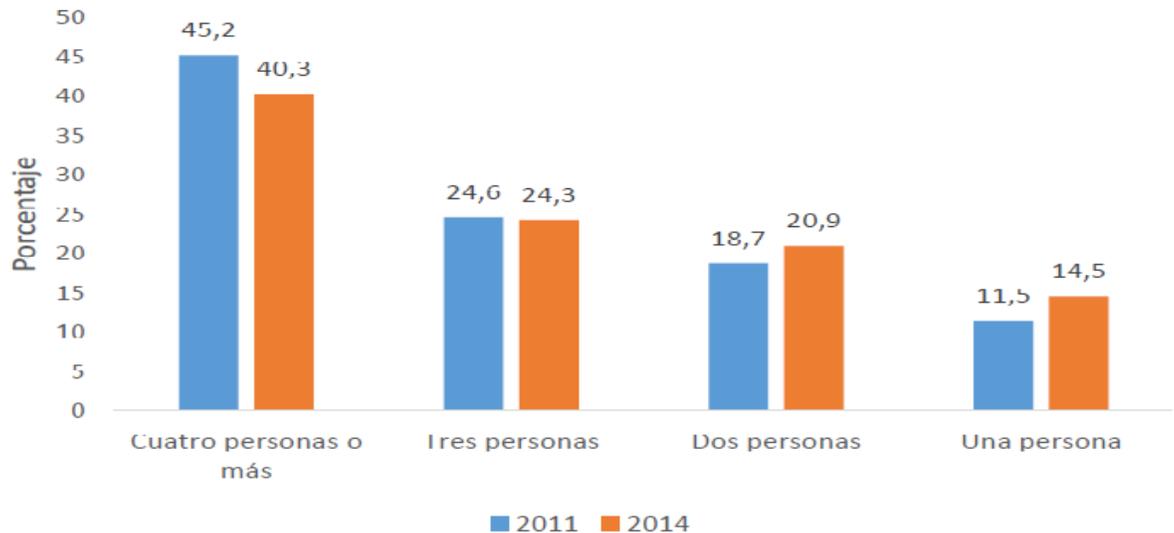
- Ser reconocidos en gran parte del territorio nacional, inicialmente en ciudades como: Medellín y Bogotá
- En el 2020 ser reconocida a nivel nacional por la comercialización de productos innovadores para mascotas.

3.2 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

3.2.1 Bogotá

Nuestro mercado meta serán los hogares pertenecientes al nivel socioeconómico 4,5 y 6 que vivan en la ciudad de Bogotá y Medellín, interesadas en mejorar la calidad de vida de sus mascotas. En la Ilustración 3.6 se puede observar la proporción de hogares en Bogotá por cantidad de integrantes.

Ilustración 3.6. Proporción de hogares en Bogotá



Fuente: DANE EMB 2011 - EM 2014 (2015)

Para el total la cabecera de Bogotá la proporción de hogares unipersonales en 2014 fue de 14,5%, el registrado en el año 2011 fue de 11,5%.

En el 2014, para la cabecera de Bogotá, la proporción de hogares con 4 personas o más fue de 40,3%, para el 2011 el 45,2% de los hogares tenía esta misma cantidad de integrantes.

Carlos Simancas, secretario de Desarrollo Económico manifestó que "el hecho de que la proporción de hogares que se percibe como pobre haya bajado sustancialmente, de 23,8% a 16,3%, entre 2012 y 2014, de la misma manera que lo hizo el porcentaje de pobres según la medición multidimensional (11,5% a 5,4%), evidencia que, además del ingreso, variables como el acceso a educación, salud, mercado de trabajo y condiciones habitacionales adecuadas, son fundamentales a la hora de definir los niveles de pobreza.(Bogota.gov.co).

3.2.2 Medellín

La proyección de la población total para el 2015 es de 2.464.322, total de la población que vive en el sector donde está ubicada la tienda Pet Buddy es de 42.910, comuna 14, donde los estratos predominantes son 4,5 6 como se puede observar en la Ilustración 3.7

Ilustración 3.7 Estratificación socioeconómica de Medellín

Codigo	Nombre del barrio, comuna y corregimiento	Estrato Socioeconómico						TOTAL	Estrato Predominante
		1	2	3	4	5	6		
COMUNA 13 SAN JAVIER									
1301	El Pesebre	2.201	714	16	35			2.966	1
1302	Bianquikal	1.087	887					1.974	1
1303	Santa Rosa de Lima	2	646	4	459			1.111	2
1304	Los Alcázares		37	1.968	660			2.665	3
1305	Metropolitano	175	679	159				1.013	2
1306	La Pradera	84	1.213	3.069	36			4.402	3
1307	Juan XXIII La Gulebra	2.207	1.490					3.697	2
1308	San Javier N° 2		37	951	470			1.458	3
1309	San Javier N° 1		17	1.694				1.711	3
1310	Veinte de Julio	347	2.807	523				3.677	2
1311	Belencito		145	413	876			1.434	4
1312	Betania	6	1.921	265				2.192	2
1313	El Corazón	43	1.416	15				1.474	2
1314	La Independencia	4.612	183					4.795	1
1315	Nuevos Conquistadores	3.030	41					3.071	1
1316	El Salado	2.601	726	1.059				4.386	1
1317	Eduardo Santos	148	616	329				1.093	2
1318	Antonio Nariño	704	3.570	391				4.665	2
1319	El Socorro	211	1.576	162				1.949	2
	Total Comuna 13	17.458	18.721	11.018	2.536	0	0	49.733	2
COMUNA 14 EL POBLADO									
1401	Barrio Colombia		3	42	1			46	3
1403	Villa Cariota				371	1.270		1.641	5
1404	Castropol		4		42	1.274	2.111	3.431	6
1405	Lalinde					155	832	987	6
1406	Las Lomas N° 1				5	320	1.194	1.519	6
1407	Las Lomas N° 2					49	938	987	6
1408	Altos del Poblado		3	9	3	359	799	1.173	6
1409	El Tesoro	1	163	58	49	610	3.031	3.912	6
1410	Los Naranjos	6	142	272	9	352	1.602	2.383	6
1411	Los Balsos N° 1	1	95	12		580	2.256	2.944	6
1412	San Lucas		9	110	151	648	2.080	2.998	6
1413	El Diamante N° 2				4	91	2.741	2.836	6
1414	El Castillo						721	721	6
1415	Los Balsos N° 2					331	2.281	2.612	6
1416	Alejandria		179	96		186	1.616	2.077	6
1417	La Florida	2	64	1	2	494	3.126	3.689	6
1418	El Poblado			15	257	131		403	4
1419	Manila			19	529	65	1	614	4
1420	Astorga			1	119	99	417	636	6
1421	Patio Bonito			1	2	497	2.170	2.670	6
1422	La Aguacatala					178	1.214	1.392	6
1423	Santa María de los Angeles		2			764	2.473	3.239	6
	Total Comuna 14	10	664	636	1.544	8.453	31.603	42.910	6

Fuente: Medellín.gov.co (2015)

En general la comida para mascotas y lo que hay entorno a su cuidado está en crecimiento, cerca de 4,3 millones de perros y 1,4 millones de gatos que son, respectivamente, las poblaciones de estos animales en Colombia según la firma Euromonitor International, tienen a los productores y comercializadores de alimentos balanceados ampliando afanosamente sus plantas.

El gerente de producto de Alimentos Polar de Colombia (APC), Carlos Romero Sánchez, dijo que están invirtiendo 10 millones de dólares, unos 19.500 millones de pesos, en expansiones, pues las ventas de estas líneas vienen creciendo a un ritmo de 5 por ciento anual.

Mauricio Campillo, presidente del Grupo Solla, afirma que también están copados en capacidad instalada e inyectando recursos para el crecimiento de las fábricas.

El industrial estima que el año pasado, el mercado de alimentos para mascotas creció en el país alrededor de 9 por ciento, y Solla lo hizo al doble.

También, solo un 35 por ciento de los latinoamericanos alimenta a su mascota con concentrado, por lo que multinacionales como Masterfoods, propietaria de marcas como Pedigree y Whiskas, tienen a la planta de Malambo en Colombia como plataforma clave de exportación regional y de ventas en el mercado local.

"La industria ha evolucionado en los últimos seis años de manera dinámica con crecimientos superiores a los dos dígitos, influenciado principalmente por la tendencia denominada 'Humanización de la Mascota', en donde la relación se transforma desde la simple tenencia en los niveles inferiores de pertenencia, hasta considerarla como un miembro más de su propio entorno de vida, con gustos, pertenencias, alimento y cuidados similares a la relación persona a persona", afirmó Mauricio Campillo, presidente del Grupo Solla.

Andrew Clark, presidente del negocio de cuidado de mascotas para Latinoamérica de Mars (propietaria de MasterFoods Colombia) dijo en una entrevista con 'Portafolio' que esperan que nuestro país sea uno de los mercados con mayor desarrollo de la compañía, con crecimientos a doble dígito tanto en las líneas de perros como de gatos.

Actualmente, Latinoamérica es el mercado de mayor crecimiento para el negocio de alimentos para mascotas de Mars, con un ritmo de 8 por ciento anual.

En la encuesta más reciente de Fenalco se dice que en las cuatro principales ciudades del país el 37 por ciento de los consultados tenía una mascota. Los perros llevan una notable delantera, pero los gatos empiezan a disminuir la distancia y los pájaros no se quedan atrás.

3.3 Perfil del Mercado Potencial de Bienes y/o Servicios

Buscamos que nuestros compradores se encuentren en las ciudades de Medellín y Bogotá, ya que estas ciudades existen un alto incremento de mascotas en las familias con estrato socioeconómico entre 4, 5 y 6, en la Tabla 3.6

Tabla 3.6 Perfil del mercado potencial

PAIS	COLOMBIA
CIUDAD	MEDELLÍN Y BOGOTA
POBLACIÓN META	HOGARES CON MASCOTAS
ESTRATO SOCIOECONOMICO	4, 5 Y 6
PERFIL DEL CONSUMIDOR	<p>PODER ADQUISITIVO: Nuestro mercado meta debe de tener un poder adquisitivo alto, debido a que los productos de nuestro portafolio son de alto costo, por lo tanto deben de ganar sueldos mayores al salario mínimo.</p> <p>BIENESTAR PARA LA MASCOTA: las familias que pretendan comprar en nuestra empresa deben de considerar los animales como parte de la familia o miembros muy importantes en su vida, debido que nuestro</p>

	<p>producto es para el bienestar, comodidad y salud de dichos animales.</p> <p>EXCLUSIVIDAD E INNOVACION: se brindara al cliente productos donde se facilite el cuidado y alimentación de su mascota</p>
--	--

Fuente: Creación propia (2015)

3.4 Cuantificación de los Clientes Potencial de Bienes y/o Servicios

En la Tabla 3.7 se puede observar la cuantificación de nuestros clientes potenciales en la ciudad de Medellín.

Tabla 3.7 Clientes Potenciales Medellín

Estadísticas	Cuantificación	Porcentaje	Fuente
Hogares Medellín estratos 4, 5 y 6	42.910	100%	Medellín.gov.co
Población Hogares con mascota Medellín	25.746	60%	Fenalco.com

Fuente: Creación Propia (2015)

En la Tabla 3.8 se puede observar la cuantificación de nuestros clientes potenciales en la ciudad de Bogotá.

Tabla 3.8 Clientes Potenciales Bogotá

Estadísticas	Cuantificación	Porcentaje	Fuente
Hogares Bogotá estratos 4, 5 y 6	883.654	100%	Medellín.gov.co
Hogares con mascota Bogotá	530.193	60%	Fenalco.com

Fuente: Creación Propia (2015)

3.5 Mercado Competidor

3.5.1 Mercado de Medellín

Nuestros principales competidores en Medellín serán mencionados en la Tabla 3.9

Tabla 3.9 Competidores Medellín

Tienda	Página web	Productos	precios	canales	Estrategia de promoción y venta
Aristogatos	www.criaderoaristogatos.com	Productos		Directa	Publicidad,

		para perros y gatos (collares, comederos, lácteos para gatos)	Dispensadores de alimentos para perros y gatos \$ 9.000 y \$ 37.000 Collares para perros y gatos Desde \$ 8.000 hasta \$ 35.000 Lácteos para gatos.		internet, domicilio, directo
EVI	www.evi.com.co	Productos para perros y gatos (collares, comederos)	Dispensadores de alimentos para perros y gatos Desde \$ 6.000 hasta \$ 34.000 Collares para perros y gatos Desde \$ 6.500 hasta \$ 36.000	Directa	Publicidad, internet, domicilio, directo
Max	www.maxpuppies.com	Productos	Dispensadores	Directa	Publicidad,

puppies		para perros y gatos (collares, comederos)	de alimentos para perros y gatos Desde \$ 7.000 hasta \$ 32.000 Collares para perros y gatos Desde \$ 6.000 hasta \$ 38.000		internet, domicilio, directo
Doctorpet	www.doctorpet.co	Productos para perros y gatos (collares, comederos)	Dispensadores de alimentos para perros y gatos Desde \$ 8.000 hasta \$ 27.800 Collares para perros y gatos Desde \$ 5.000 hasta \$ 36.000	Directa	Publicidad, internet, domicilio, directo
Club Mascotas.co	www.clubmascotas.co	Productos para perros y gatos (collares,	Dispensadores de alimentos para perros y gatos	Directa (medio electrónico)	Publicidad, internet, domicilio, directo

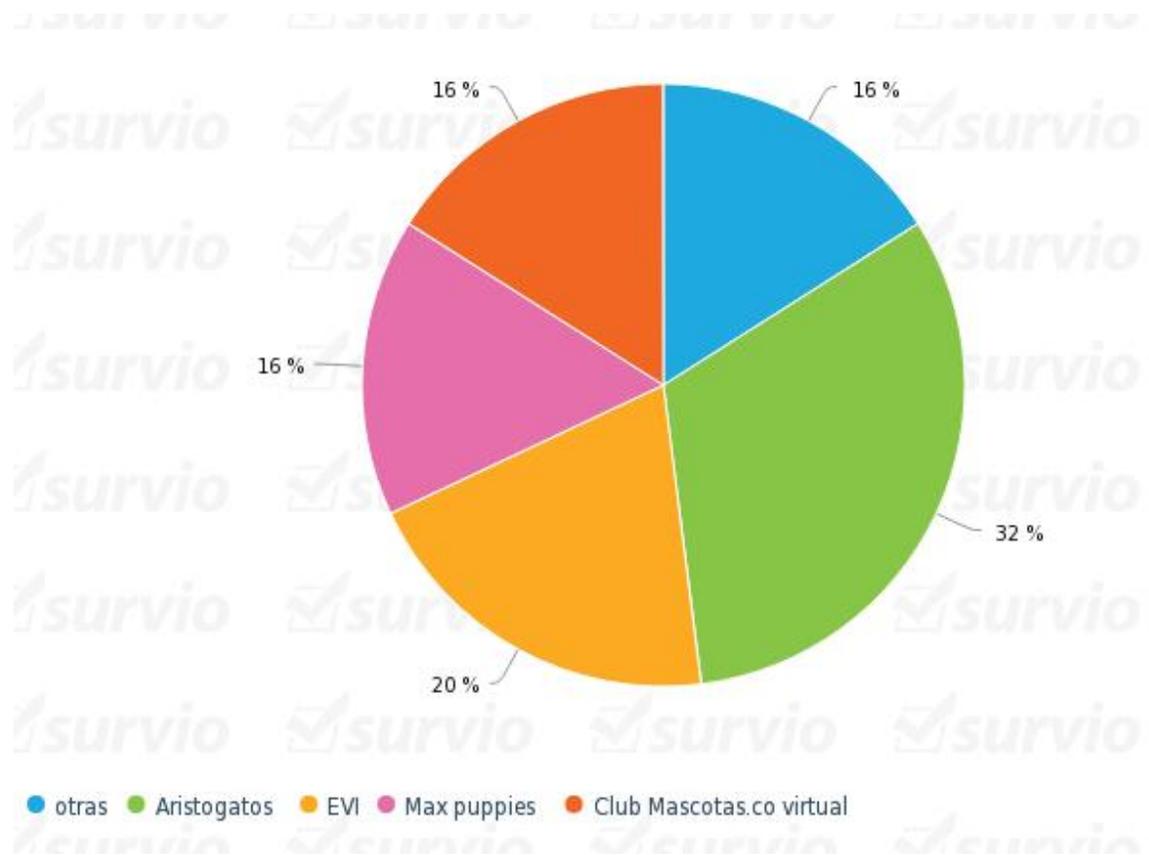
		comederos)	Desde \$ 5.000 hasta \$ 31.000 Collares para perros y gatos Desde \$ 5.600 hasta \$ 33.000		
--	--	------------	--	--	--

Fuente: Creación propia (2015)

3.5.1.1 Participación porcentual en el mercado de Medellín

En la Ilustración 3.8 estaremos observando cómo está repartido las ventas en el sector de Medellín tanto virtual como presencial, esto lo logramos por medio de los resultados en las encuestas realizadas, ver Tabla 3.10 donde podemos analizar que en el momento la tienda con mayor participación es Aristogatos.

Ilustración 3.8 Ventas en el sector Medellin



Fuente: Creación propia (2015)

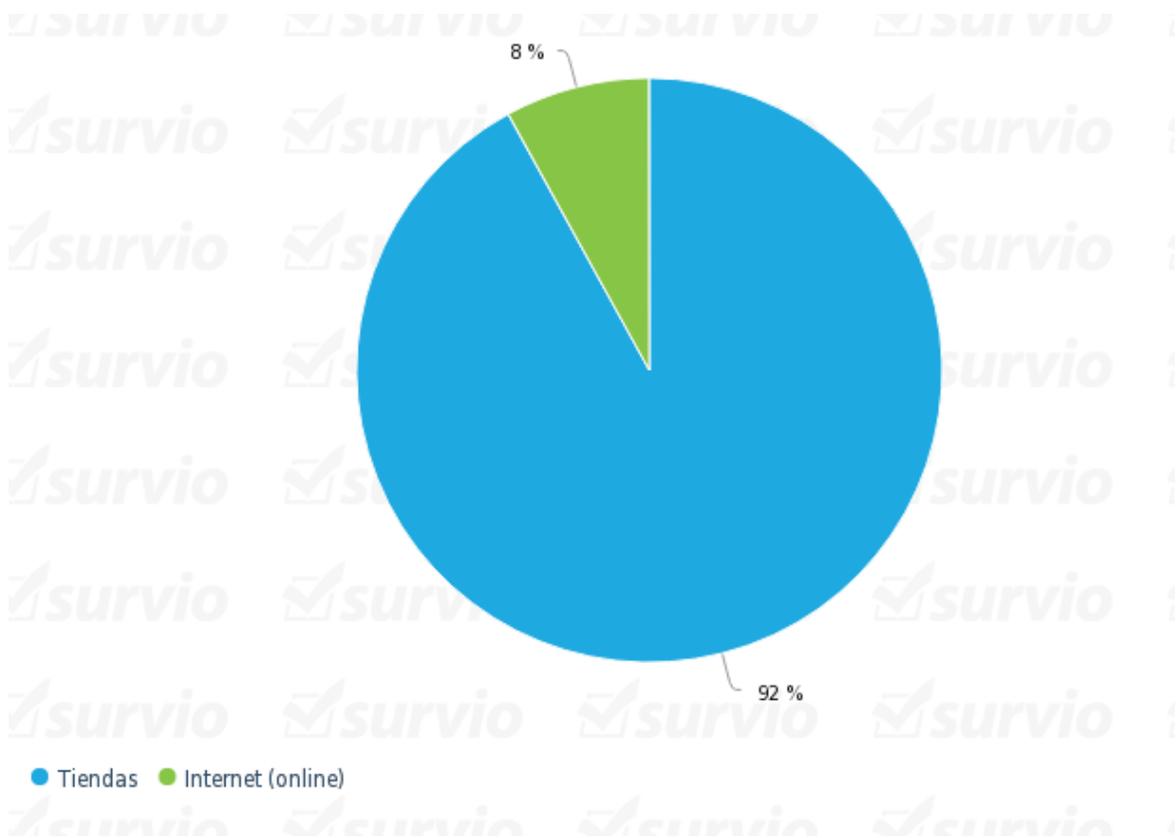
Tabla 3.10 Respuesta de Encuestas Medellín

Respuesta	Respuestas	Ratio
otras	4	16 %
Aristogatos	8	32 %
EVI	5	20 %
Max puppies	4	16 %
Club Mascotas.co virtual	4	16 %

Fuente: Creación propia (2015)

Existen dos canales de compras en Medellín para los productos de mascotas, que son las compras en tiendas y las compras online, a continuación podemos observar en la Ilustración 3.9 Canales de compras de productos para mascotas con su participación en el mercado.

Ilustración 3.9 Canales de compras de productos para mascotas Medellín



Fuente: Creación propia (2015)

3.5.2 Mercado Competidor Bogotá

Nuestros principales competidores en Bogotá serán mencionados en la Tabla 3.11

Tabla 3.11 Competidores Bogotá

Tienda	Página web	Productos	precios	canales	Estrategia de promoción y venta
Villa kanina	http://www.vkdog.com	Productos para perros y gatos (collares, comederos)	Dispensadores de alimentos para perros y gatos Desde \$ 16.000 hasta \$ 49.900 Collares para perros y gatos Desde \$ 11.000 hasta \$ 42.000	Directa	Publicidad, internet, domicilio, directo
Icono pet	http://iconopet.com	Productos para perros y gatos (collares, comederos)	Dispensadores de alimentos para perros y gatos Desde \$ 12.000 hasta \$ 35.000 Collares para perros y gatos	Directa	Publicidad, internet, domicilio, directo

			Desde \$ 9.000 hasta \$ 36.000		
Ocico	https://www.ocico.co/	Productos para perros y gatos (collares, comederos)	Dispensadores de alimentos para perros y gatos Desde \$ 13.000 hasta \$ 43.900 Collares para perros y gatos Desde \$ 10.000 hasta \$ 39.000	Directa	Publicidad, internet, domicilio, directo
Pet-mark	http://tiendapetmark.com/	Productos para perros y gatos (collares, comederos)	Dispensadores de alimentos para perros y gatos Desde \$ 12.000 hasta \$ 44.000 Collares para perros y gatos Desde \$ 10.500 hasta	Directa	Publicidad, internet,

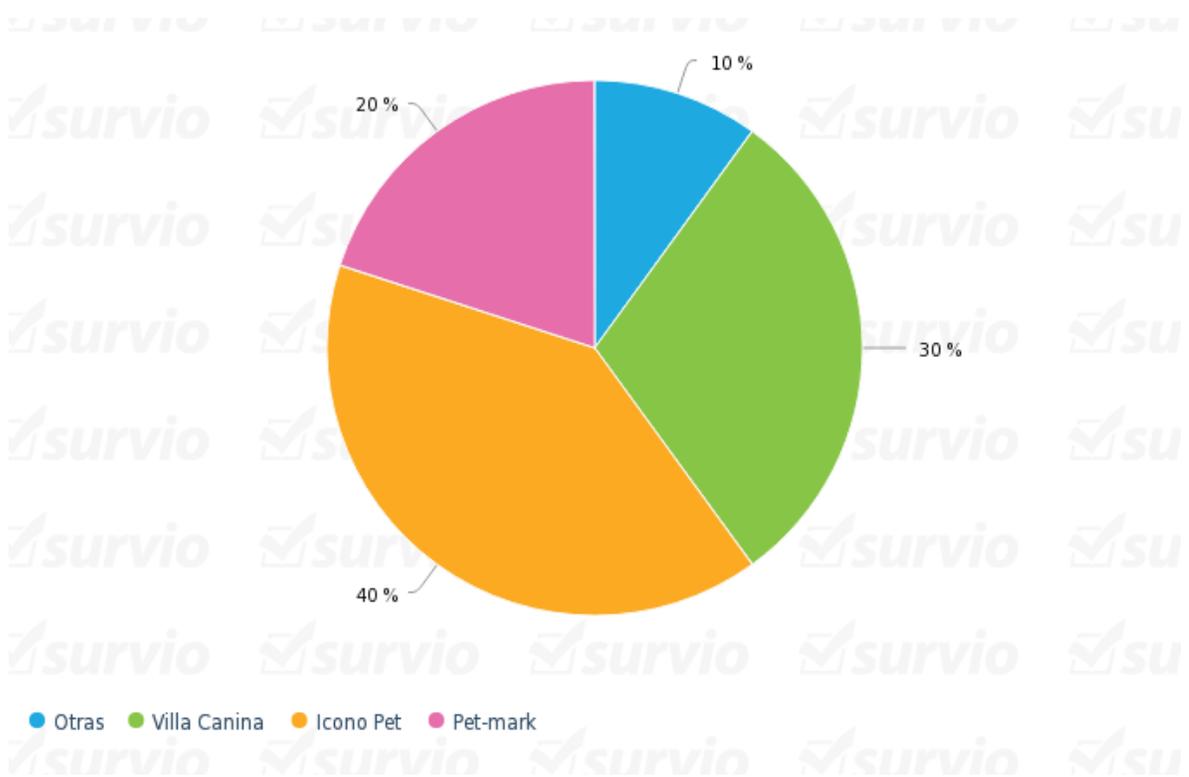
			\$ 36.000		
--	--	--	-----------	--	--

Fuente: Creación propia (2015)

3.5.2.1 Participación porcentual en el mercado Bogotá

En la Ilustración 3.10 estaremos observando cómo está repartido las ventas en el sector en Bogotá tanto presencial como virtual, esto lo logramos por medio de los resultados en las encuestas realizadas, ver Tabla 3.12 donde podemos analizar que en el momento la tienda con mayor participación es Icono Pet.

Ilustración 3.10 Ventas en el sector Bogotá



Fuente: Creación propia (2015)

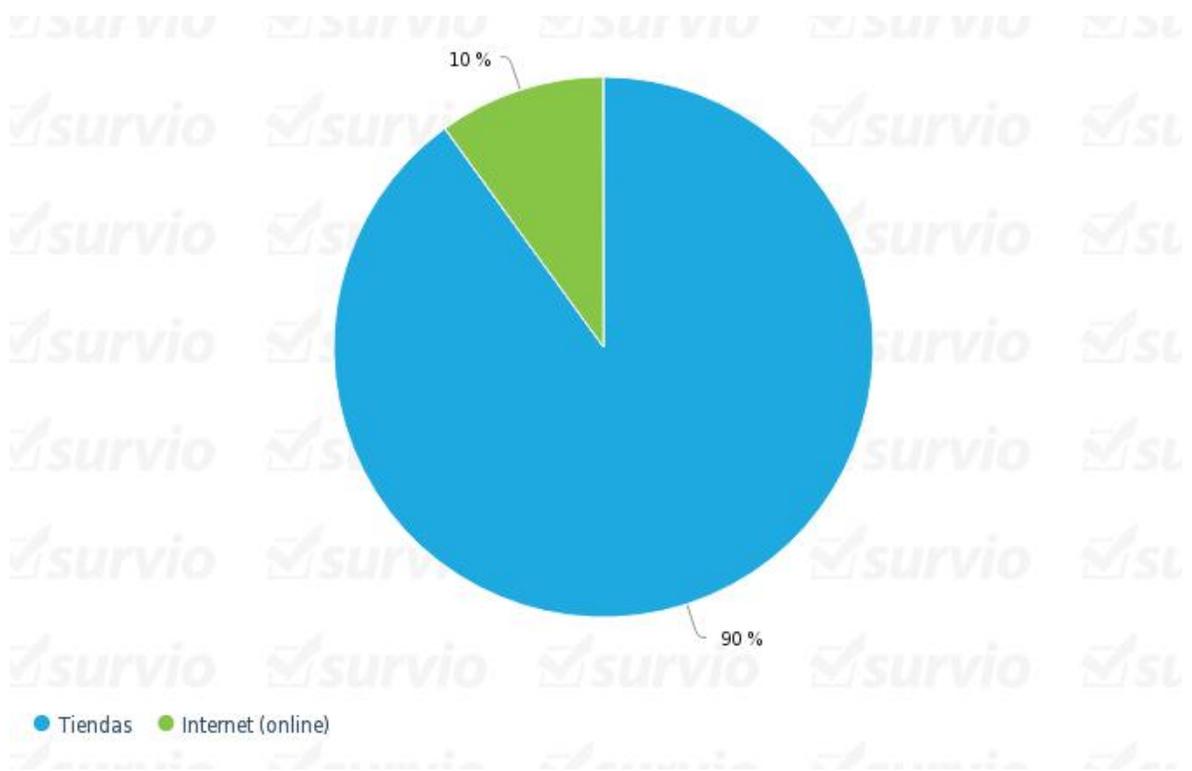
Tabla 3.12 Respuesta de encuesta Bogotá

Respuesta	Respuestas	Ratio
otras	1	10 %
Villa Canina	3	30 %
Icono Pet	4	40 %
Pet-mark	2	20 %

Fuente: Creación propia (2015)

Existen dos canales de compras en Bogotá para los productos de mascotas, que son las compras en tiendas y las compras online, a continuación podemos observar en la Ilustración 3.11 su participación en el mercado.

Ilustración 3.11 Canales de compras de productos para mascotas Bogotá



Fuente: Creación propia (2015)

3.5.3 Modelos de encuestas

A continuación en la Ilustración 3.12 se puede observar el esquema de encuesta realizada para determinar las tendencias del consumo en Medellín

Ilustración 3.12 Encuesta Medellín

Las tendencias del consumo

1

¿Dónde haces la mayoría de tus compras?

Tiendas

Internet (online)

2

cual de estas tiendas a visitado o a utilizado en sus compras?

otras

Aristogatos

EVI

Max puppies

Max puppies

Club Mascotas.co virtual

Fuente: Creación Propia (2015)

A continuación en la Ilustración 3.13 se puede observar el esquema de encuesta realizada para determinar las tendencias del consumo en Bogotá

Ilustración 3.13 Encuesta Bogotá

Las tendencias del consumo

1

¿Dónde haces la mayoría de tus compras?

Tiendas

Internet (online)

2

cual de estas tiendas a visitado o a utilizado en sus compras?

Otras

Villa Camino

Icono Pet

Pet-mark

Fuente: Creación propia (2015)

3.6 Mercado Distribuidor

Nuestro mercado de distribución va ser directo, ya que los productos se van a comercializar en nuestras tiendas. Así tendremos más control de nuestros productos y de esta manera estaremos completamente seguros que nuestros clientes van a tener la mejor atención y asesoría sobre el portafolio de productos ofrecidos.

3.6.1 Distribución Directa

La distribución que haremos es a través de nuestro local ubicado en la Comuna 14, Sector estratégico de alto poder adquisitivo cerca zonas residenciales centros comerciales y sitios de interés, entre los costos de instalación esta.

- Arrendamiento: valor aproximado según el sector \$ 3'500.000 costo mensual
- Servicios públicos y telecomunicaciones: Valor aproximado \$ 600.000 costo mensual
- Vigilancia: Instalación de cámaras por \$ 720.000 costo único
- Adecuaciones: Iluminación, letreros, publicidad, estantería, aire acondicionado, señalización, Punto ecológico, vitrinas \$ 20'000.000 costo único

3.7 Comunicación y Actividades de promoción y divulgación

3.7.1 Comunicación

En la siguiente Ilustración 3.14 se puede observar el logo elegido para la empresa. Los nombres comerciales de cada producto serán los siguientes:

- Leche para gatos
- Croquetas de yogur para gatos
- Alimentador programable
- Collares Led
- Bolsas biodegradables

Ilustración 3.14 Logo de la empresa



Fuente: Creación propia (2015)

3.7.2 Actividades de promoción y divulgación

La empresa Pet Buddy en determinados periodos del año desarrollará actividades de promociones, con el fin de aumentar nuestras ventas, en la siguiente Tabla 3.13 se puede observar, la planeación de los gastos en los que se incurrirán al desarrollar dichas actividades

Tabla 3.13 Actividades de promoción

Descripción	P.O.P (1 día)	Participación en Ferias Especiales para mascotas (Centros Comerciales, Plazas y Parques) (1 día)	Páginas Web (dominio)
Recurso Humano	160.000 Dos promotores	290.000 Dos promotores y un veterinario	200.000 Técnico
Inversiones en infraestructura	1.300.000	2.000.000	0
Equipos de los	0	3.400.000	0

puntos.			
Gastos de transporte	20.000	60.000	0
Costos de empaque y cualquier otro	Doble cara media carta 4 tintas (300 volantes), 200.000	0	-
Gastos únicos	-	3.400.000	-
Gastos mensuales	-	-	
Gastos anuales	-	-	-

Fuente: Creación propia (2015)

3.8 Plan de Ventas

Pet Buddy pretende vender 2.317 productos mensuales en el primer año, donde se esperan variaciones en las ventas según las temporadas bajas, buscaremos por medio de las promociones, que nuestras ventas no bajen a menos de 2.000 por mes y puedan llegar como máximo a 2.433 por mes, para así asegurar la sostenibilidad, reconocimiento y promoción de los productos, buscando el aumento de las ventas en los siguientes años, generando ventas entre 27.000 y 27.809 productos de nuestro portafolio anual, para así asegurar la rentabilidad del 10% de la empresa y prolongación en el mercado.

Por lo tanto en 5 años, se espera alcanzar unas ventas de 33.365 productos, con un incremento anual del 4%

CAPITULO IV. ANÁLISIS COMERCIO INTERNACIONAL

4.1 Tratados Comerciales

La empresa Mi Mascota Saludable S.A.S cuenta con dos proveedores internacionales, un proveedor es de Holanda; según MinCit (2015) actualmente Colombia tiene un acuerdo comercial vigente con Perú y la Unión Europea y sus Estados miembros, firmado el 26 de junio de 2012, en la ciudad de Bruselas, Bélgica, acuerdo del cual se pueden obtener beneficios arancelarios; por otra parte tenemos otro proveedor de China, con el cual Colombia no posee ningún acuerdo, por lo tanto no se obtienen beneficios.

4.2 Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios

La mercancía que se va a importar desde Holanda y China, según Santander Trade (2015) en la Unión Europea no existe restricciones de exportación y en China tampoco, pero existe un IVA 17% no reembolsable en caso de exportación de algunos productos que aplica para china, este se podría tomar como un impuesto a la exportación.

4.2.1 Posición arancelaria leche para gatos

En la **Ilustración 4.15** se puede observar la consulta de la partida arancelaria de este producto.

Ilustración 4.15 Partida Arancelaria leche para gatos

DATOS GENERALES						
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
ARIAN	2309.90.90.00			01-ene-2007	...	libre
Descripción	Residuos y desperdicios de las industrias alimentarias; alimentos preparados para animales Preparaciones de los tipos utilizados para la alimentación de los animales. - Las demás: - - Las demás			01-ene-2007	...	libre
Unidad física	kg - Kilogramo			01-ene-2007	...	libre

Fuente: DIAN (2015)

Este producto es de libre importación, tiene un Gravamen del 15% y un Iva del 5%

4.2.2 Posición arancelaria yogur para gatos

En la **Ilustración 4.16** se puede observar la consulta de la partida arancelaria de este producto.

Ilustración 4.16 Partida Arancelaria yogur para gatos



DATOS GENERALES						
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
ARIAN	2309.10.90.00			01-ene-2007	...	
Descripción	Residuos y desperdicios de las industrias alimentarias; alimentos preparados para animales Preparaciones de los tipos utilizados para la alimentación de los animales. - Alimentos para perros o gatos, acondicionados para la venta al por menor: - - Los demás			01-ene-2007	...	
Unidad física	kg - Kilogramo			01-ene-2007	...	

Fuente: DIAN (2015)

Este producto es de libre importación, tiene un Gravamen del 20% y un Iva del 5%

4.2.3 Posición arancelaria Alimentador programable

En la **Ilustración 4.17** se puede observar la consulta de la partida arancelaria del alimentador programable.

Ilustración 4.17 Partida Arancelaria del alimentador programable

REPÚBLICA DE COLOMBIA						
						
DIAN - MUISCA - ARANCEL						
<ul style="list-style-type: none"> Consultas Arancel General Por medidas Por código de nomenclatura Estructura nomenclatura Índice alfabético arancelario Reglas generales de la nomenclatura ▶ Por texto 						
Perfil de la mercancía						
DATOS GENERALES						
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
ARIAN	8436.29.10.00			01-ene-2007	...	
Descripción	Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; partes de estas máquinas o aparatos Las demás máquinas y aparatos para la agricultura, horticultura, silvicultura, avicultura o apicultura, incluidos los germinadores con dispositivos mecánicos o térmicos incorporados y las incubadoras y criadoras avícolas. - Máquinas y aparatos para la avicultura, incluidas las incubadoras y criadoras: - - Los demás: - - - Comederos y bebederos automáticos			01-ene-2007	...	
Unidad física	u - Unidades o artículos			01-ene-2007	...	

Fuente: DIAN (2015)

Este producto es de libre importación, tiene un Gravamen del 10% y un Iva del 5%

4.2.4 Posición arancelaria de los collares led

En la Ilustración 4.18 se puede observar la consulta de la partida arancelaria de los collares led.

Ilustración 4.18 Partida Arancelaria de los collares led

DATOS GENERALES						
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
ARIAN	4201.00.00.00			01-ene-2007	...	
Descripción	Manufacturas de cuero; artículos de talabartería o guarnicionería; artículos de viaje, bolsos de mano (carteras) y continentes similares; manufacturas de tripa Artículos de talabartería o guarnicionería para todos los animales (incluidos los tiros, traillas, rodilleras, bozales, sudaderos, alforjas, abrigos para perros y artículos similares), de cualquier materia.			01-ene-2007	...	
Unidad física	u - Unidades o artículos			01-ene-2007	...	

Fuente: DIAN (2015)

Este producto es de libre importación, tiene un Gravamen del 10% y un Iva del 16%.

4.2.5 Posición arancelaria de las bolsas biodegradables

En la Ilustración 4.19 se puede observar la consulta de la partida arancelaria de las bolsas biodegradables.

Ilustración 4.19 Partida Arancelaria de las bolsas biodegradables



DATOS GENERALES						
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
ARIAN	3923.29.90.00			01-ene-2007	...	
Descripción	Plástico y sus manufacturas Artículos para el transporte o envasado, de plástico; tapones, tapas, cápsulas y demás dispositivos de cierre, de plástico. - Sacos (bolsas), bolsitas y cucuruuchos: -- De los demás plásticos: --- Los demás			01-ene-2007	...	
Unidad física	u - Unidades o artículos			01-ene-2007	...	

Fuente: DIAN (2015)

Este producto es de libre importación, tiene un Gravamen del 10% y un Iva del 16%.

4.3 Requisitos y Vistos Buenos

Los productos como el alimentador programable y los collares led, no necesitan requisitos previos a la importación y tampoco vistos buenos, pero para la leche para gatos, el yogur para gatos y las bolsas biodegradables, como se puede observar en las siguientes tablas, Tabla 4.14, Tabla 4.15, Tabla 4.16 respectivamente, necesitan documentos soportes y vistos buenos previos a la importación.

Tabla 4.14 Documentos soporte para la leche para gatos

Documentos soporte para importaciones – 2309909000							Cerrar ventana
Documento - Entidad	Trámite	Requisito	Electrónico	Desde	Hasta	Países	
Certificado de Protección de la Capa de Ozono - Uae Autoridad Nacional De Licencias Ambientales - Anla -	PREVIO	OBLIGATORIO	NO	23-nov-2014	...		
Concepto de Insumos - Instituto Colombiano Agropecuario	PREVIO	OPCIONAL	NO	23-nov-2012	...		
Documento Zoonosanitario de Importación - Instituto Colombiano Agropecuario	EMBARQUE/DESEMB	OBLIGATORIO	NO	01-ene-2007	...		
Licencia o Registro de Venta - Instituto Colombiano Agropecuario	PREVIO	OPCIONAL	NO	23-nov-2012	...		
Resolucion de Autorizacion de Importacion -	PREVIO	OBLIGATORIO	NO	22-nov-2012	...		
Visto Bueno- Autoridad Nacional de Acuicultura y Pesca AUNAP -	PREVIO	OBLIGATORIO	NO	17-dic-2012	...		

Fuente: DIAN (2015)

Tabla 4.15 Documentos soporte para el yogur para gatos

Documentos soporte para importaciones – 2309109000							Cerrar ventana
Documento - Entidad	Trámite	Requisito	Electrónico	Desde	Hasta	Países	
Concepto de Insumos - Instituto Colombiano Agropecuario	PREVIO	OPCIONAL	NO	22-nov-2012	...		
Documento Zoonosanitario de Importación - Instituto Colombiano Agropecuario	EMBARQUE/DESEMB	OBLIGATORIO	NO	01-ene-2007	...		
Licencia o Registro de Venta - Instituto Colombiano Agropecuario	PREVIO	OBLIGATORIO	NO	01-ene-2007	...		

Fuente: DIAN (2015)

Tabla 4.16 Documentos soporte para las bolsas biodegradables

Documentos soporte para importaciones – 3923299000							Cerrar ventana
Documento - Entidad	Trámite	Requisito	Electrónico	Desde	Hasta	Países	
Certificado de Conformidad con Reglamento Técnico - Superintendencia De Industria Y Comercio	PREVIO	OBLIGATORIO	NO	10 oct 2008	...		

Fuente: DIAN (2015)

4.4 Capacidad Importadora

La capacidad de oferta de nuestros proveedores tanto en China como en Holanda depende de cada uno de los productos de nuestro portafolio.

4.4.1 Leche para gatos

La capacidad de oferta de nuestro proveedor de Holanda Mars Nederland mensual es de 1000 unidades por mes con un precio por unidad 2,5€ según la cotización que se puede observar en la Ilustración 4.20

Ilustración 4.20 Precio leche para gatos



Fuente: Tienda Animal (2015)

4.4.2 Yogurt para gatos

La capacidad de oferta de este producto del mismo proveedor de Holanda mensual es de 1000 unidades por mes con un precio por unidad 1,87 € según la cotización que se puede observar en la siguiente Ilustración 4.21

Ilustración 4.21 Precio yogurt para gatos



Fuente: Tienda Animal (2015)

4.4.3 Alimentador programable

La capacidad de oferta de este producto del proveedor China mensual es de 10000 unidades por mes con un precio por unidad 16 USD según la cotización que se puede observar en la siguiente Ilustración 4.22

Ilustración 4.22 Precio alimentador programable



Fuente: Alibaba (2015)

4.4.4 Collares led

La capacidad de oferta de este producto del proveedor China mensual es de 10000000 unidades por mes con un precio por unidad 0.6 USD según la cotización que se puede observar en la siguiente Ilustración 4.23

Ilustración 4.23 Precio collares led

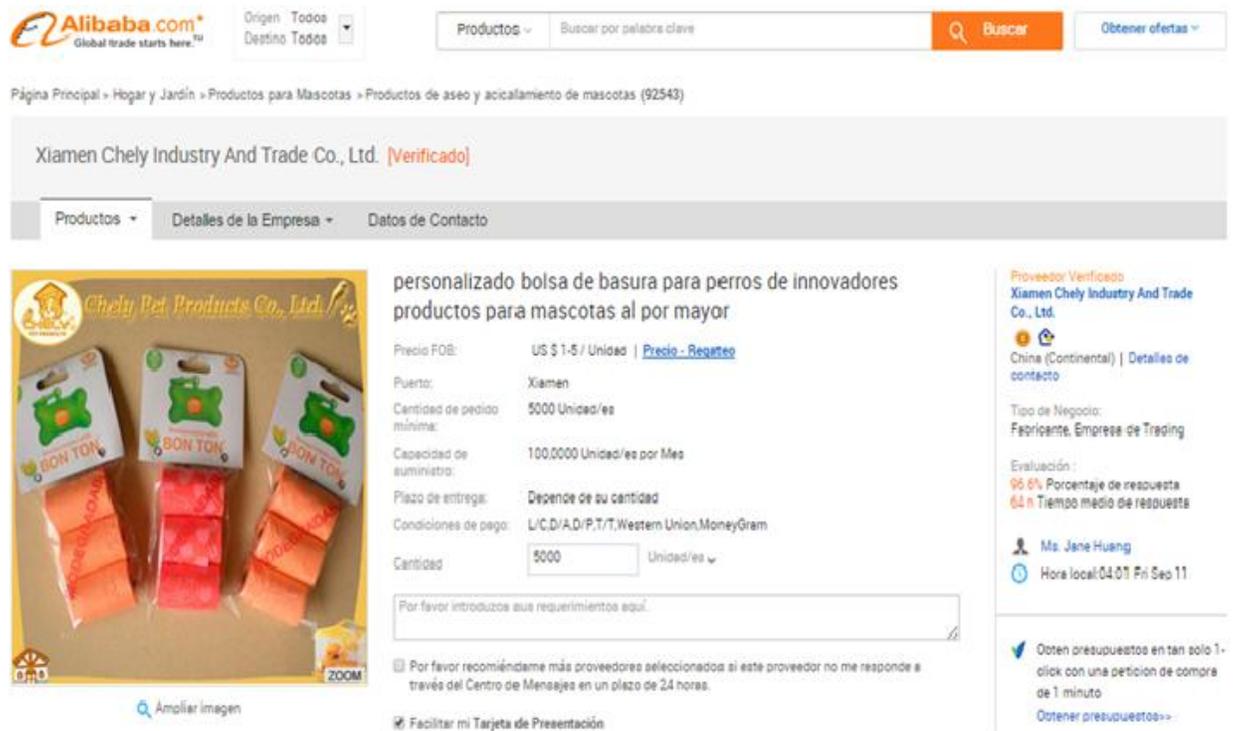
The screenshot shows the Alibaba.com interface for a product listing. At the top, there is the Alibaba.com logo and navigation options. The main header identifies the supplier as 'Shenzhen Shasha Pet Manufacturing Co., Limited' with a 'Verificado' (Verified) badge. Below this, there are tabs for 'Productos', 'Detalles de la Empresa', and 'Datos de Contacto'. The product details section features a large image of a glowing blue LED leash for a dog, with the title 'GZ-B-10-L Puppy LED Leash'. To the right of the image, the product title is 'Productos innovadores led correa del perro, para perros de plomo, led para mascotas plomo'. The price is listed as 'USD \$0.6-1.1 / Unidad' with a link to 'Precio - Negocio'. Other details include the location 'Shenzhen', a supply capacity of '10,000,000 Unidad/es por Mes', a delivery lead time of '2-3days después de pago', and payment conditions 'L/C,T/T,Western Union,MoneyGram,paypal'. A quantity input field is set to '1'. On the right side, there is a 'Proveedor Verificado' section for 'Shenzhen Shasha Pet Manufacturing Co., Limited' with a 97.6% response rate and a 3h response time. A 'Zoom' button is visible below the product image.

Fuente: Alibaba (2015)

4.4.5 Bolsas Biodegradables

La capacidad de oferta de este producto del proveedor China mensual es de 10000000 unidades por mes con un precio por unidad 0.6 USD según la cotización que se puede observar en la siguiente Ilustración 4.24

Ilustración 4.24 Precios bolsas biodegradables



The screenshot shows an Alibaba.com product page for 'personalizado bolsa de basura para perros de innovadores productos para mascotas al por mayor' (customized biodegradable dog waste bags). The page includes the Alibaba.com logo, search filters, and a navigation menu. The main product image shows three bags of 'BON TOK' brand waste bags. The product details are as follows:

Precio FOB:	US \$ 1-5 / Unidad Precio - Requeste
Puerto:	Xiamen
Cantidad de pedido mínima:	5000 Unidades/ea
Capacidad de suministro:	100,000 Unidades/ea por Mes
Plazo de entrega:	Depende de su cantidad
Condiciones de pago:	L/C,D/A,D/P,T/T,Western Union,MoneyGram
Cantidad:	<input type="text" value="5000"/> Unidades/ea

Additional information on the right side of the page includes the supplier's name 'Xiamen Chely Industry And Trade Co., Ltd.', their location 'China (Continental)', and their business type 'Fabricante, Empresa de Trading'. The supplier's evaluation is shown as 96.6% response rate and 64h average response time. The contact person is Ms. Jane Huang, and the local time is 04:07 Fri Sep 11.

Fuente: Alibaba (2015)

4.5 Participación en Ferias Especializadas

Expopet Colombia es una de las ferias internacionales de animales de compañía, que se celebra en Corferias, en la ciudad de Bogotá del 26 al 29 de Noviembre, los costos que se incurrirán para la asistencia a esta feria se detallaran en la siguiente Tabla 4.17 e Ilustración 4.25

Tabla 4.17 Costo de ferias especializadas

Costos	4 Días
Viáticos	30 000 x día, una persona. =120 000
Hospedaje	4 noches =551 722
Pasajes avión e internos en Bogotá	Una persona encargada del área en la empresa, ida y regreso avión desde Medellín. 3 pesonas de Bogotá 20 000 x persona =388 050+240 000= 628 050
Participación Feria 301.000 cop x mt2	8mt2 = 2 408 000
Montaje de la feria	2 000 000 stand, 3 400 000 equipos tecnología = 5 400 000
Material de promoción	600 000x día = 2 400 000
Salario personal	160 000 x día (dos promotores). Un veterinario 130 000 día. 290 000 *4=1 160 000

Fuente: Creación propia (2015)

Ilustración 4.25 Gastos de transporte

Moneda: COP = Pesos (Colombia)	
De Medellín a Bogotá	
Trayecto 1	miércoles, 25 noviembre de 2015
Salida:	20:26 Medellín, Colombia - José María Cordova
Llegada:	21:23 Bogotá, Colombia - Aeropuerto Internacional ElDorado, Terminal 1 El Dorado
Aerolínea:	Avianca AV9343 Avión: Airbus Industrie A320
Clase:	Promo /Turista con restricciones
De Bogotá a Medellín	
Trayecto 1	domingo, 29 noviembre de 2015
Salida:	20:45 Bogotá, Colombia - Aeropuerto Internacional ElDorado, Terminal 1 El Dorado
Llegada:	21:44 Medellín, Colombia - José María Cordova
Aerolínea:	Avianca AV9736 Avión: Airbus Industrie A320
Clase:	Super Promo /Turista con restricciones
Moneda: COP = Pesos (Colombia)	
Precio	
Pasajeros	Tarifa + Sobrecargo Tasas + Impuestos
1 adulto(s) x	(313.800 + 74.250) = 388.050 COP

Fuente: Avianca (2015)

4.6 Rutas de Acceso

4.6.1 Holanda

La mercancía es recogida en fábrica, ubicada en la ciudad de Ámsterdam, Holanda. Es llevada a su aeropuerto internacional Schiphol Amsterdam Airport, tiene como recorrido Vía Miami, con un tiempo de transito de 7 a 8 días, en Miami es embarcado para su siguiente destino Medellín, a su aeropuerto internacional José María Córdoba, ubicado en la ciudad de Rionegro cuando arriba la mercancía a este destino es transportado hasta el destino final por medio de un transporte terrestre el cual tiene un tiempo de transito de un día.

Este Medio de transporte vía aéreo es seleccionado por el tiempo de vida de los productos importados desde Holanda ya que es necesario transportarlo en el menor tiempo posible, además frente al costo de importación de otros medios de transporte, conserva el modo aéreo una mayor viabilidad tiempo/costo.

4.6.2 China

La mercancía es recogida en fábrica, ubicada en la ciudad de Xiamen, China. Es llevada a su aeropuerto internacional Xiamen Gaoqi International Airport, tiene como recorrido XMN-HKG-MIA-MDE, con un tiempo de tránsito de 8 a 10 días, llega desde Miami al país al aeropuerto internacional José María Córdoba, ubicado en la ciudad de Rionegro cuando arriba la mercancía a este destino es transportado hasta el destino final por medio de un transporte terrestre el cual tiene un tiempo de tránsito de un día.

4.7 Liquidación de Costos de Importación

A continuación se detallara en la Tabla 4.18 los valores totales de la liquidación por productos, ya que provienen de 2 proveedores diferentes.

Tabla 4.18 Liquidación de las importaciones

Producto/Incoterms	EXW	FCA	CFR	CIP	DAT	DAP	DDP
Leche para gatos	1032 €	1.088,8 7 €	1.979,3 0 USD	1.989,3 0 USD	1.989,3 0 USD	2.135,6 2 USD	2.250,0 0 USD
Yogur para gatos	735 €	992,75 €	2.635,7 3 USD	2.725,7 3 USD	1.989,3 0 USD	2.957,6 8 USD	3.114,4 1 USD
Alimentador Programable	4.500,0 0 USD	5.152,3 7 USD	7.910,8 8 USD	7.960,8 8 USD	7.960,8 8 USD	8.119,8 2 USD	9.584,6 2 USD
Collares led	360,00 USD	374,72 USD	602,16 USD	652,16 USD	652,16 USD	810,64 USD	930,64 USD
Bolsas biodegradables	174,80 USD	557,79 USD	929,38 USD	1.029,3 8 USD	1.029,3 8 USD	1.355,9 0 USD	1.545,3 0 USD

Fuente: Creación propia (2015)

CAPITULO V. ANÁLISIS ORGANIZACIONAL

5.1 Estructura Organizacional del Negocio

5.1.1 Organigrama Estructura Organizacional

La estructura organizacional de la empresa Mi Mascota Saludable SAS, se podrá observar en la Ilustración 5.26 , además se tercerizaran completamente los servicios de aseo, vigilancia y sistemas.

Ilustración 5.26 Organigrama Organizacional



Fuente: Creación Propia (2015)

A continuación en la Tabla 5.19 se detallaran las funciones de cada área de la empresa y en la Tabla 5.20 las áreas tercerizadas.

Tabla 5.19 Funciones por áreas

Áreas	Funciones
Gerencia General	Es el área principal de la empresa, en donde se establecen los objetivos y se planean las estrategias para dirigir, coordinar y controlar todas las áreas para cumplir dichos objetivos.
Contabilidad y Finanzas	En esta área se maneja toda la parte financiera, los registros contables, los impuestos y los recursos económicos de la empresa.
Tesorería	Esta área se encargará de administrar el dinero en efectivo, cuentas bancarias, ingresos y egresos de todos los movimientos de la empresa
Comercio Internacional	En esta área se realizarán todos los procesos de importación, incluyendo el transporte, la documentación, impuestos y toda la parte logística requerida para la compra e ingreso de los alimentos y accesorios para mascotas.
Administración	Esta área se encargará de la documentación general de la empresa, los contratos y dirigir las áreas de archivo y recursos humanos.
Archivo	Esta área se encargará de clasificar y archivar toda la documentación de la

	empresa por áreas.
Recursos Humanos	Esta área se encargara de todo el proceso de la selección, contratación, capacitación, pago de salarios y prestaciones sociales del personal de la empresa.
Logística	En esta área se realizara la contratación del transporte nacional y distribución, buscando la eficacia y rapidez en los tiempos de entrega de los productos.
Mercadeo y Ventas	En el área de Mercadeo se realizara toda la parte de promoción y publicidad para el reconocimiento de nuestros productos y marca. Además realizara el estudio de mercados y se encargara de la imagen del producto. En el área de Ventas se realizaran las ventas nacionales, las negociaciones con los clientes siempre orientados al excelente servicio logrando satisfacer sus necesidades.

Fuente: Creación propia (2015)

Tabla 5.20 Funciones de las áreas tercerizadas

Áreas	Funciones
Aseo	Esta área se encargará de supervisar y mantener las instalaciones de la empresa en buen estado (limpio).

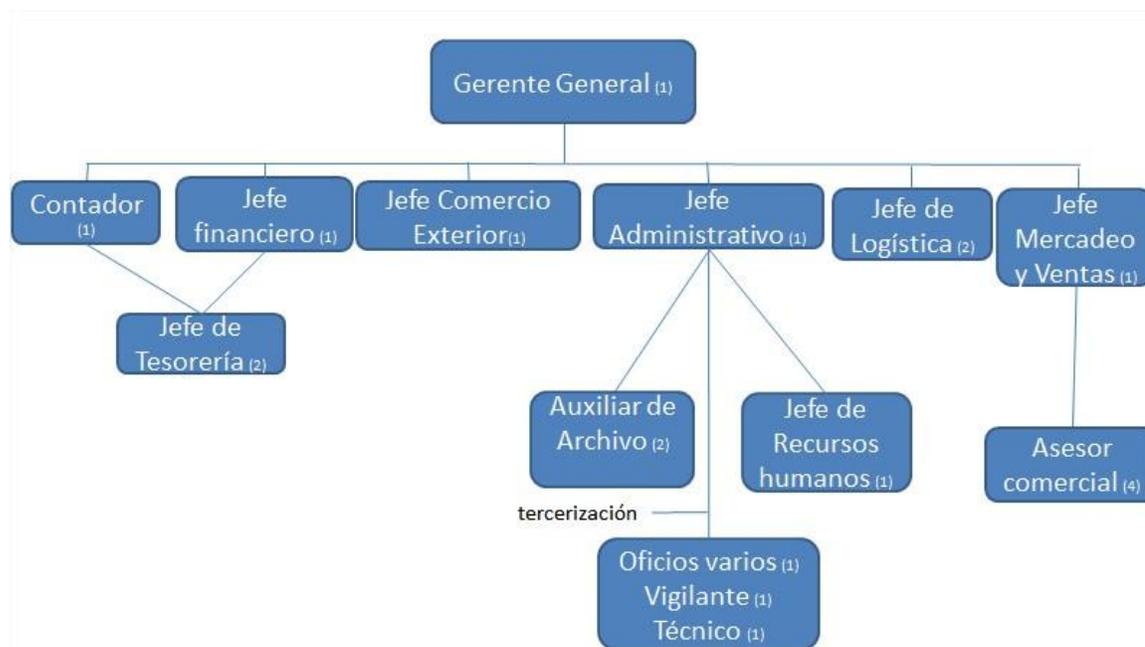
Vigilancia	Esta área se encargará de la seguridad y vigilancia de las instalaciones de la empresa.
Sistemas	Esta área se encargará de la reparación y mantenimiento de los equipos electrónicos de la empresa y del sistema A2.

Fuente: Creación propia (2015)

5.1.2 Organigrama Estructura Personal

La estructura del personal de la empresa Mi Mascota Saludable SAS, se podrá observar en la Ilustración 5.27.

Ilustración 5.27 Organigrama del personal



Fuente: Creación propia (2015)

A continuación en la Tabla 5.21 se detallaran las funciones del personal de cada área de la empresa y en la Tabla 5.22 la información de los proveedores de servicios tercerizados.

Tabla 5.21 Funciones del personal

Cargo	Funciones
Gerente	Líder que se encargará de dirigir y controlar los recursos financieros, físicos y humanos orientados a los objetivos estratégicos de la empresa, establecer lineamientos para mejorar la eficacia y presupuesto; y definir políticas de costos y gastos a nivel comercial.
Contador	Se encargará de organizar, presentar y firmar todos los impuestos ante la DIAN, además de llevar la contabilidad de la empresa, llevar libros contables (Diario, mayor e inventarios), generar balances y demás reportes financieros.
Jefe Financiero	Se encargara de la elaboración de la liquidación de venta de cartera, análisis y revisión documental de títulos de valores. Coordinación de créditos en las áreas de tesorería y comercial para la debida asignación de estos, elaboración de presupuestos y recaudos, revisión de pagos de créditos y la verificación de análisis de las operaciones financieras de la empresa.
Jefe de Tesorería	Se encargara de recaudar y desembolsar

	<p>por todos los conceptos que efectuó la empresa, llevar el registro individual de los movimientos anteriormente mencionados, diligenciar diariamente el libro auxiliar de caja y de bancos, generar diariamente el estado de flujo de efectivo y registrar las operaciones activas de los créditos tanto de compras como de ventas.</p>
Jefe Administrativo	<p>Se encargara de supervisar las actividades realizadas por las demás dependencias de la empresa, planea, ejecuta y dirige la gestión administrativa y operativa, controla administrativa y disciplinariamente a todo el personal y evalúa el rendimiento de todos los procesos de la empresa y del personal. Además se encargara de las comisiones del área comercial.</p>
Jefe de Gestión Humana	<p>Se encargara de contratar, generar la nómina y seguridad social, capacitación del personal idóneo para las distintas funciones, salud y bienestar en el trabajo, y el cumplimiento de la normatividad laboral vigente. Coordinar y supervisar el buen desarrollo de las actividades para el desarrollo de los empleados y el cumplimiento de los presupuestos de gastos de personal,</p>

	<p>coordinar el tema de Seguridad Social y velar por la adecuada conservación de la información relacionada con el personal de la empresa, tanto vigente como retirado.</p>
<p>Auxiliar de Archivo</p>	<p>Se encargara de recibir el material para archivar, identifica las carpetas donde va a ser archivado el material, archiva en los expedientes y/o carpetas correspondiente los documentos recibidos, elabora informes periódicos de las actividades realizadas y realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.</p>
<p>Jefe de Logística</p>	<p>Se encargara de coordinar las diferentes áreas del almacén (entradas, reposición, preparación de pedidos y transporte de los mismos), optimizar la política de aprovisionamiento y distribución de la empresa, optimizar, organizar y planificar la preparación y distribución de pedidos, gestionar y supervisar al personal a su cargo.</p>
<p>Jefe de Mercadeo y Ventas</p>	<p>Se encargara de diseñar e implementar estrategias comerciales y de mercadeo, inventarios, indicadores de gestión con la venta de productos, los precios, las exhibiciones, la promoción y la atención a clientes con el fin de garantizar el cumplimiento de los</p>

	presupuestos de ventas, establecer metas y objetivos, calcular la demanda y pronosticar las ventas, determinar el tamaño y la estructura de la fuerza de ventas, preparar planes y presupuestos de ventas.
Asesor Comercial	Se encargara de realizar prospecciones, organizar el tiempo, intentar descubrir nuevos sectores, establecer contacto previo con el cliente, preparar las rutas, preparar las visitas, cierre de las ventas, analizar el cumplimiento de objetivos, informe de gestión diario o report, atender reclamaciones e incidencias de los clientes, y además estar en los puntos de ventas.
Jefe de Comercio Exterior	Se encargara de realizar toda la parte de comercio internacional, importación de los productos para mascotas, evaluación y análisis de proveedores internacionales y negociación con los mismos y la liquidación de las importaciones.

Fuente: Creación propia (2015)

Tabla 5.22 Tercerización de servicios

AREA	PROVEEDOR	COSTO	PAGINA WEB
Seguridad y Vigilancia	Alarmar	\$1'738.840 mensuales por circuito cerrado de tv, DVR 4 canales.	http://www.alarmar.com.co/
Aseo	Aseo integrado S.A	\$1'300.000 mensuales por persona fija en el establecimiento incluyendo los implementos de aseo.	http://www.unoasa.com/
Técnico del sistema A2	A2 softway	\$1'500.000 mensuales por 4 horas diarias al mes.	http://www.a2.com.ve/

Fuente: Creación propia (2015)

5.1.3 Costos Personal y Procesos Administrativos Tercerizados

A continuación en la Tabla 5.23, Tabla 5.24, Tabla 5.25, se detallaran los salarios del personal de la empresa por área, el tipo de contrato y costos de cada una de las áreas tercerizadas.

Tabla 5.23 Costos del personal del área administrativa

AREA ADMINISTRATIVA											
CARGOS	Salario base	Transporte	PRESTACIONES SOCIALES			DESCANSO REMUNERADO	SEGURIDAD SOCIAL			PARAFISCALES	Tipo de contrato
			Cesantias	Prima	Intereses sobre las cesantias	Vacaciones	Pension	Salud	Riesgos Laborales	Parafiscales	
Gerente General	4.000.000	0	333.333	333.333	40.000	166.667	480.000	340.000	20.880	360.000	Termino indefinido
Contador	2.500.000	0	208.333	208.333	25.000	104.167	300.000	212.500	13.050	225.000	Termino indefinido
Jefe financiero	2.300.000	0	191.667	191.667	23.000	95.833	276.000	195.500	12.006	207.000	Termino indefinido
Jefe de Tesoreria 1	2.000.000	0	166.667	166.667	20.000	83.333	240.000	170.000	10.440	180.000	Termino indefinido
Jefe de Tesoreria 2	2.000.000	0	166.667	166.667	20.000	83.333	240.000	170.000	10.440	180.000	Termino indefinido
Jefe Administrativo	2.100.000	0	175.000	175.000	21.000	87.500	252.000	178.500	10.962	189.000	Termino indefinido
Auxiliar de Archivo 1	700.000	74.000	64.500	64.500	7.740	29.167	84.000	59.500	3.654	63.000	Termino Fijo
Auxiliar de Archivo 2	700.000	74.000	64.500	64.500	7.740	29.167	84.000	59.500	3.654	63.000	Termino Fijo
Jefe de Gestion Humana	2.500.000	0	208.333	208.333	25.000	104.167	300.000	212.500	13.050	225.000	Termino indefinido
Jefe de Logística 1	2.000.000	0	166.667	166.667	20.000	83.333	240.000	170.000	10.440	180.000	Termino Fijo
Jefe de Logística 2	2.000.000	0	166.667	166.667	20.000	83.333	240.000	170.000	10.440	180.000	Termino Fijo
Oficios varios	1.738.840	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Contrato civil por prestación de servicios
Seguridad y vigilancia	1.300.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Tecnico en sistemas	1.500.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Total	27.338.840	148.000	1.912.334	1.912.334	164.000	950.000	2.736.000	1.938.000	119.016	2.052.000	
		27.486.840		3.988.668				4.793.016			

Fuente: Creación propia (2015)

Tabla 5.24 Costos del personal del área comercial

AREA COMERCIAL											
CARGOS	Salario base	Transporte	PRESTACIONES SOCIALES			DESCANSO REMUNERADO	SEGURIDAD SOCIAL			PARAFISCALES	Tipo de contrato
			Cesantias	Prima	Intereses sobre las cesantias	Vacaciones	Pension	Salud	Riesgos Laborales	Parafiscales	
Jefe Mercadeo y Ventas	2.500.000	0	208.333	208.333	25.000	104.167	300.000	212.500	13.050	225.000	Termino indefinido
Asesor Comercial 1	644.350	74.000	59.863	59.863	7.184	26.848	77.322	54.770	3.364	57.992	Termino Fijo
Asesor Comercial 2	644.350	74.000	59.863	59.863	7.184	26.848	77.322	54.770	3.364	57.992	Termino Fijo
Asesor Comercial 3	644.350	74.000	59.863	59.863	7.184	26.848	77.322	54.770	3.364	57.992	Termino Fijo
Asesor Comercial 4	644.350	74.000	59.863	59.863	7.184	26.848	77.322	54.770	3.364	57.992	Termino Fijo
Total	5.077.400	296.000	447.785	447.785	28.736	211.559	609.288	431.580	26.506	456.968	
		5.373.400		924.306				1.067.374			

Fuente: Creación propia (2015)

Tabla 5.25 Costos del personal del área de Comercio Exterior

AREA COMERCIO EXTERIOR											
CARGOS	Salario base	Transporte	PRESTACIONES SOCIALES			DESCANSO REMUNERADO	SEGURIDAD SOCIAL			PARAFISCALES	Tipo de contrato
			Cesantias	Prima	Intereses sobre las cesantias	Vacaciones	Pension	Salud	Riesgos Laborales	Parafiscales	
Jefe Comercio Exterior	2.500.000	0	208.333	208.333	25.000	104.167	300.000	212.500	13.050	225.000	Termino indefinido
Total	2.500.000	0	208.333	208.333	25.000	104.167	300.000	212.500	13.050	225.000	
			441.666				525.550				

Fuente: Creación propia (2015)

5.2 Costos Estructura Organizacional del Negocio

5.2.1 Locaciones Empresa

La empresa va a tener dos sedes, la sede principal en Medellín y otra en Bogotá.

Sede principal Medellín:

Área necesaria para Medellín: 96 m²

El local va ser arrendado por un valor mensual \$4'000.000 en el barrio el Poblado.

(Icasas, 2015)

Sede Bogotá:

Área necesaria: 71 m²

El local va ser arrendado por un valor mensual \$4'200.000 en la zona de chapinero.

(Metro cuadrado, 2015)

5.2.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, software, muebles y enseres

A continuacion en la Tabla 5.26, Tabla 5.27, Tabla 5.28, Tabla 5.29 se detallaran todos los requerimientos de equipos,maquinaria muebles y enseres por areas de la empresa.

Tabla 5.26 Requerimientos del área administrativa

DESCRIPCIÓN BREVE	CANTIDAD	PROVEEDOR	PRECIO	PERIODO DE INVERSIÓN
Tv Led 32 Pulg hd SAMSUNG	2	CDISCOUNT	699.000	Inversión inicial
Escritorio, puesto de trabajo x 4	1	MERCADO LIBRE	550.000	Inversión inicial
Escritorio 3 cajones Wengue inval	7	CDISCOUNT	1.106.000	Inversión inicial
Silla Escritorio C Brazos En P IMPORTADO	11	MERCADO LIBRE	1.098.900	Inversión inicial
Archivador 5 Cajones	2	ÉXITO	244.900	Inversión inicial
Mesa de juntas-sala de reuniones, con 6 sillas	1	MERCADO LIBRE	700.000	Inversión inicial
Teléfono inalámbrico PANASONIC	1	HOMECENTER	139.900	Inversión inicial
Computador hp	11	COMPUTRONICA	3.300.000	Inversión

7900 sff				inicial
Porta lápices de escritorio	11	MERCADO LIBRE	84.700	Inversión inicial
Biblioteca Molduras Inval	1	EXITO	244.900	Inversión Inicial
TOTAL	36		8.168.300	

Fuente: Creación propia (2015)

Tabla 5.27 Requerimientos del área comercial

DESCRIPCIÓN BREVE	CANTIDAD	PROVEEDOR	PRECIO	PERIODO DE INVERSIÓN
Escritorio 3 cajones Wengue Inval	1	CDISCOUNT	158.000	Inversión inicial
Silla Escritorio C Brazos En P IMPORTADO	1	MERCADO LIBRE	99.000	Inversión inicial
Mueble puff	4	MERCADO LIBRE	200.000	Inversión Inicial
Teléfono inalámbrico PANASONIC	1	HOMECENTER	139.900	Inversión inicial
Computador hp 7900 sff	1	COMPUTRONICA	300.000	Inversión inicial
Tv Led 32 Plugs hd SAMSUNG	1	CDISCOUNT	699.000	Inversión inicial
Caja Registradora Casio pcr-t273	1	MERCADO LIBRE	329.000	Inversión Inicial
Vitrinas de	2	MOBILIARIO	1.600.000	Inversión

vidrio mobiliario		IDL		Inicial
Porta lápices	2	MERCADO LIBRE	15.400	Inversión Inicial
Biblioteca Molduras Inval	1	EXITO	244.900	Inversión Inicial
TOTAL	15		3.785.200	

Fuente: Creación propia (2015)

Tabla 5.28 Requerimientos del área comercio exterior

DESCRIPCIÓN BREVE	CANTIDAD	PROVEEDOR	PRECIO	PERIODO DE INVERSIÓN
Computador hp 7900 sff	1	COMPUTRONICA	300.000	Inversión inicial
Escritorio 3 cajones Wengue inval	1	CDISCOUNT	158.000	Inversión inicial
Silla Escritorio C Brazos En P IMPORTADO	1	MERCADO LIBRE	99.000	Inversión inicial
Teléfono inalámbrico PANASONIC	1	HOMECENTER	139.900	Inversión inicial
Porta lápices	2	MERCADO LIBRE	15.400	Inversión Inicial
Total	7		712.300	

Fuente: Creación propia (2015)

Tabla 5.29 Requerimientos en general de toda la empresa

DESCRIPCIÓN BREVE	CANTIDAD	PROVEEDOR	PRECIO	PERIODO DE INVERSIÓN
Impresora MULTIFUNCIONAL HP	2	MERCADO LIBRE	399.800	Inversión inicial
Horno Microondas Mabel	2	MERCADO LIBRE	296.000	Inversión inicial
Estuche 10 Puestos de café CORONA	2	ÉXITO	85.800	Inversión inicial
Set x 10 vasos	2	ÉXITO	60.000	Inversión inicial
TOTAL			8'230.155	

Fuente: Creación propia (2015)

5.2.3 Requerimientos de materiales e insumos por área

Se detallaran en la Tabla 5.30, Tabla 5.31 lo que va a requerir la empresa en general, que son los mismos insumos inicialmente, ya después cada área podrá hacer la solicitud de lo que necesita a medida que lo requiera. De acuerdo a esto el insumo de la inversión en papelería va a variar según las áreas.

Tabla 5.30 Insumos y Papelería

DESCRIPCIÓN BREVE	CANTIDAD	PROVEEDOR	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	INVERSIÓN
Lapiceros	20 Un	DISTRİKAYSE R	600	12.000	Trimestral
Borradores	20 Un	DISTRİKAYSE R	300	6.000	Trimestral
Sacapuntas	20 Un	DISTRİKAYSE R	500	10.000	Inicial
Resma de papel	20 Un	DISTRİKAYSE R	7.200	144.000	Mensual
Liqui-paper	20 Un	DISTRİKAYSE R	2.627	52.540	Semestral
Resaltadores	20 Un	DISTRİKAYSE R	600	12.000	Trimestral
Grapadoras	20 Un	DISTRİKAYSE R	6.500	130.000	Semestral
Lápiz	20 Un	DISTRİKAYSE R	600	12.000	Mensual
Perforadoras	20 Un	DISTRİKAYSE R	8.000	160.000	Inicial
Clips	20 Cajas	DISTRİKAYSE R	300	6.000	Trimestral
Saca grapas	20 Un	DISTRİKAYSE R	9.000	180.000	Inicial
Tijeras	20 Un	DISTRİKAYSE R	2.196	43.920	Inicial
Pegastic	20 Un	DISTRİKAYSE R	3.938	78.760	Semestral
Ganchos legajadores	20 Cajas	DISTRİKAYSE R	2.345	46.900	Trimestral
Total				894.120	

Fuente: Creación propia (2015)

Tabla 5.31 Costo De Cafetería

DESCRIPCION	CANTIDAD	PROVEEDOR	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	INVERSIÓN
Dispensador de agua	1	AVANTI	290.000	290.000	Inicial
Aromática 40 cubos panelita	5 cajas	DETOBONES	2.251	11.255	Mensual
Azúcar Riopaila	6 bolsas	DETOBONES	1.070	6.420	Mensual
Cafetera Oster	2	OSTER TIENDA	60.000	60.000	Inicial
Café la bastilla de 5 libras	5 bolsas	DETOBONES	26.000	130.000	Mensual
Esponjilla SABRA	10 Un	DETOBONES	200	2.000	Semestral
Papel Higiénico Familia Acolchado. 12 Un	1	DETOBONES	21.750	21.750	Mensual
Servilletas familia 60 Un	1	DETOBONES	4.270	4.270	Mensual
Trapera Pabilo	3	DETOBONES	8.490	25.470	Trimestral
Escoba TR Suave	3	DETOBONES	5.000	15.000	Trimestral
Recogedor De Basura 90 Cm.	1	DETOBONES	2.650	2.650	Semestral
Toalla Rollo Familia 7369. 6 Un	1	DETONONES	80.310	80.310	Bimensual

Total				649.125	
-------	--	--	--	---------	--

Fuente: Creación propia (2015)

5.2.4 Requerimientos de Servicios por Área

Los servicios que se requieren serian energía, agua y comunicaciones por sede; Sede Principal Medellín y Bogotá \$1'200.000 mensuales por concepto de agua, energía respectivamente, prestado por las Empresas Públicas y por concepto de comunicaciones \$141.056 en Medellín prestado por Une telecomunicaciones y \$ 116.000 en Bogotá prestado por ETB.

CAPITULO VI. ANÁLISIS LEGAL

6.1. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas.

Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

Certificado	Entidad que lo emite	Costo
registro de escritura pública	Notaría Pública	
RUT	DIAN	
NIT	DIAN	
Registro como contribuyente de industria y comercio	secretaría de hacienda área administrativa	
certificado de seguridad	cuerpo de bomberos	(el 5% del impuesto de industria y comercio, COP\$ 22.000 es la tarifa mínima)
Certificado de viabilidad de uso del suelo	secretaria de planeación e infraestructura	\$49.000
Certificado de protección a la capa de ozono	Autoridad Nacional de Licencias Ambientales	
Documento zosanitario de importación	Instituto colombiano agropecuario	
Licencia o registro de venta	Instituto colombiano agropecuario	

Fuente: Creación propia (2015)

CAPITULO VII. ANÁLISIS FINANCIERO

7.1. Tasas Interés, Impuestos, Tasas de Rentabilidad

La tasa de rentabilidad de la industria de alimentos para animales está en el 12,5%

La tasa libre de Riesgo en Colombia es del; 6% al 6,5%, en la siguiente Ilustración 7.28 se podrá observar las tasas de interés aplicadas por el banco BBVA a los CDT tradicionales.

Ilustración 7.28 Tasas de interés BBVA

Plazo en meses		Plazo en días	Rangos (En Millones de Pesos) /2			
			De \$1M a \$49,9 M	De \$50M a \$199,9 M	De \$200M a \$499,9 M	De \$500M e
2		60 a 89	0,25%	0,30%	0,35%	0,40%
3		90 a 119	4,00%	4,25%	4,50%	4,75%
4		120 a 149	4,05%	4,35%	4,60%	4,80%
5		150 a 179	4,20%	4,45%	4,70%	4,85%
6		180 A 209	4,35%	4,60%	4,90%	5,15%
8		240 A 269	4,45%	4,70%	5,00%	5,15%
9		270 A 299	4,55%	4,85%	5,10%	5,20%
10		300 A 329	4,60%	4,90%	5,20%	5,25%
11		330 a 364	4,70%	5,00%	5,25%	5,30%
12		NO APLICA	4,75%	5,10%	5,35%	5,60%
15		NO APLICA	4,80%	5,15%	5,40%	5,65%

BBVA TASAS DE INTERÉS APLICABLES A CDTs
Vigencia: Noviembre de 2015
CDT Tradicional / 1

Liquidación y pago de intereses

2 Meses	Mensual y al Vencimiento	8 Meses	Mensual, bimensual y al vencimiento
3 Meses	Mensual y al Vencimiento	9 Meses	Mensual, trimestral y al vencimiento
4 Meses	Mensual, bimensual y al vencimiento	10 Meses	Mensual, bimensual y al vencimiento
5 Meses	Mensual y al vencimiento	11 Meses	Mensual y al Vencimiento
6 Meses	Mensual, Bimensual, Trimestral y al vencimiento	12 Meses	Mensual, bimensual, trimestral, semestral y al Vencimiento
		15 Meses	Mensual, trimestral y al Vencimiento

1/ Tasas E.A.
2/ Aplica para CDT's con plazo en día y meses a partir de \$1, Millón
3/ Aplica para persona natural. Persona Jurídica y entes institucionales sujetos a verificación

Fuente: (BBVA, 2015)

La tasa de Rentabilidad esperada es del 10%, se determina a partir de la evaluación realizada, tomando como base el 12,5% de la Rentabilidad de la Industria de alimentos para animales.

El Impuesto sobre la Renta es del 25% y del CREE es del 9%

7.2. Aportes de Capital de los Socios

La empresa actualmente cuenta con un solo socio quien aportara inicialmente \$30'000.000 de pesos

- Yesica Correa Isaza

7.3 Créditos y Préstamos Bancarios

A continuación en la Tabla 7.32 se detallara la información del préstamo bancario y en la Tabla 7.33 la amortización de dicho préstamo a los 12, 24, 36, 48 y 60 meses.

Tabla 7.32 Información del préstamo bancario

Nombre de la entidad financiera	Banco Caja Social
Monto del Préstamo:	\$ 16.373.450
Intereses (efectivo Mensual):	2,20%
Plazo (meses):	60
Modalidad del Préstamo:	Libre inversión

Fuente: Análisis Financiero (2015)

Tabla 7.33 Tabla de amortización del préstamo al año 1, 2, 3, 4 y 5

Periodo	Cuota Préstamo	Intereses	Capital	Saldo
0				\$ 16.373.450
1	\$ 494.114	\$ 360.216	\$ 133.898	\$ 16.239.552
2	\$ 494.114	\$ 357.270	\$ 136.843	\$ 16.102.709
3	\$ 494.114	\$ 354.260	\$ 139.854	\$ 15.962.855
4	\$ 494.114	\$ 351.183	\$ 142.931	\$ 15.819.924
5	\$ 494.114	\$ 348.038	\$ 146.075	\$ 15.673.849
6	\$ 494.114	\$ 344.825	\$ 149.289	\$ 15.524.560
7	\$ 494.114	\$ 341.540	\$ 152.573	\$ 15.371.987
8	\$ 494.114	\$ 338.184	\$ 155.930	\$ 15.216.057
9	\$ 494.114	\$ 334.753	\$ 159.360	\$ 15.056.697
10	\$ 494.114	\$ 331.247	\$ 162.866	\$ 14.893.830
11	\$ 494.114	\$ 327.664	\$ 166.449	\$ 14.727.381
12	\$ 494.114	\$ 324.002	\$ 170.111	\$ 14.557.270
24	\$ 494.114	\$ 273.240	\$ 220.874	\$ 12.199.129
36	\$ 494.114	\$ 207.330	\$ 286.784	\$ 9.137.304
48	\$ 494.114	\$ 121.752	\$ 372.362	\$ 5.161.809
60	\$ 494.114	\$ 10.636	\$ 483.477	\$ 0

Fuente: Análisis Financiero (2015)

7.4 Precios de los Productos

A continuación se detallaran los precios de los productos para el cliente final:

- Leche para gatos \$ 39.451,48
- Yogur para gatos \$ 56.906,78
- Alimentador programable \$ 170.056,36
- Collares led \$ 11.482,54
- Bolsas biodegradables \$ 19.467,71

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

Los factores que influyen en la determinación de los precios de los productos, de mayor a menor importancia, son los siguientes:

- El dólar
- Los costos de importación
- La utilidad
- La competencia
- Los proveedores
- El mercado
- Promociones, eventos, festividades

7.4.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

Los costos fijos y variables de la empresa influyen mucho en la definición de precios de los productos, a continuación en las Tabla 7.34, Tabla 7.35 se detallaran estos costos mensuales.

Tabla 7.34 Costos fijos

COSTOS FIJOS	
TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN	\$ 7.415.402,0
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 44.432.855,0
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 11.652.693,0
COSTOS FIJOS TOTAL (CFT)	\$ 63.500.950,0

Fuente: Análisis Financiero (2015)

Tabla 7.35 Costos variables

Costos Variables por unidad de Productos	
Leche para gatos	\$ 16.200,0
Yogur para gatos	\$ 25.600,0
Alimentador programable	\$ 95.500,0
Collares Led	\$ 6.200,0
Bolsas Biodegradables	\$ 10.600,0

Fuente: Análisis Financiero (2015)

El precio de venta de cada producto se obtiene, multiplicando los costos fijos totales, por la participación de cada producto y dividiéndolo por la cantidad de ventas mensuales, a este total se le suma el costo variable y se le suma el 10% de rentabilidad que se espera tener mensual.

7.5 Ingresos y Egresos

7.5.1 Ingresos

7.5.1.1 Ingresos propios del negocio

Los ingresos propios de la empresa se definen en sus ventas, a continuación en la

Tabla **7.36** se detalla el total de ventas por productos y el total de ventas al mes

Tabla 7.36 Total de ventas

Ventas	
Leche para gatos	\$ 19.081.365,9
Yogur para gatos	\$ 24.052.599,1
Alimentador programable	\$ 51.810.504,4
Collares Led	\$ 5.201.590,6
Bolsas Biodegradables	\$ 11.421.056,5
VENTAS TOTALES (VT)	\$ 111.567.116,5

Fuente: Análisis Financiero (2015)

7.5.2 Egresos

7.5.2.1 Inversiones

Los egresos de la empresa se definen por el total de sus inversiones, a continuación en las Tabla 7.37,

Tabla 7.38, Tabla 7.39 se detallaran estas inversiones como activos fijos, gastos pre-operativos y capital de trabajo, el cual de todos tiene un valor más significativo para la empresa son las inversiones en capital de trabajo, porque son las personas que se requieren para las dos sucursales.

Tabla 7.37 Activos Fijos

Activos Fijos Exigibles (Vida Útil)	Valor	Depreciación Mensual	Activos Fijos Disponibles	Valor disponible
Terrenos	\$ 0,0	\$ 0,0	Terrenos	\$ 0,0
Edificios (20 años)	\$ 0,0	\$ 0,0	Edificios	\$ 0,0
Equipos (5 años)	\$ 329.000	\$ 5.483,3	Equipos	\$ 0,0
Equipos de Informática y Comunicaciones (3 años)	\$ 5.717.700,0	\$ 158.825,0	Equipos de Informática y Comunicaciones	\$ 600.000,0
Maquinaria (5 años)	\$ 0,0	\$ 0,0	Maquinaria	\$ 0,0
Herramienta (5 años)	\$ 0,0	\$ 0,0	Herramienta	\$ 0,0
Muebles y Enseres (10 años)	\$ 6.619.100,0	\$ 55.159,2	Muebles y Enseres	\$ 0,0
Vehículos (5 años)	\$ 1.500.000,0	\$ 25.000,0	Vehículos	\$ 1.500.000,0
Total Activos Fijos Exigibles	\$ 14.165.800,0		Total Activos Fijos Disponibles	\$ 2.100.000,0
Total Depreciación Mensual		\$ 244.467,5		

Fuente: Análisis Financiero (2015)

Tabla 7.38 Gastos pre-operativos

Gastos Pre-operativos Exigibles	Valor	Amortización	Gastos Pre-operativos Disponibles	Valor disponible
Constitución y registro	\$ 1.466.800,0	\$ 0,0	Constitución y registro	\$ 1.466.800,0
Diseño organizacional	\$ 0,0	\$ 0,0	Diseño organizacional	\$ 0,0
Presentación y Promoción	\$ 7.800.000,0	\$ 0,0	Presentación y Promoción	\$ 7.800.000,0

Estudios financieros	\$ 0,0	\$ 0,0	Estudios financieros	\$ 0,0
Investigación y estudios	\$ 0,0	\$ 0,0	Investigación y estudios	\$ 0,0
Salarios	\$ 2.479.050,0	\$ 0,0	Salarios	\$ 2.479.050,0
Costos financieros	\$ 0,0	\$ 0,0	Costos financieros	\$ 0,0
Viaje y representación	\$ 11.030.000,0	\$ 0,0	Viaje y representación	\$ 0,0
Costos de Capacitación	\$ 0,0	\$ 0,0	Costos de Capacitación	\$ 0,0
Honorarios de Asesores	\$ 0,0	\$ 0,0	Honorarios de Asesores	\$ 0,0
Publicidad y Promoción	\$ 0,0	\$ 0,0	Publicidad y Promoción	\$ 0,0
Puesta en Marcha	\$ 0,0	\$ 0,0	Puesta en Marcha	\$ 0,0
Total Gastos Pre-operativos Exigibles	\$ 22.775.850,0		Total Gastos Pre-operativos Disponible	\$ 11.745.850,0

Fuente: Análisis Financiero (2015)

Tabla 7.39 Capital de trabajo

Capital de trabajo	valor
Fijos de Producción	\$ 14.830.804
Administrativos	\$ 88.865.710
Comercialización y Ventas	\$ 23.305.386
Total de capital exigible	\$127.001.900

Fuente: Análisis Financiero (2015)

7.5.2.2 Costos Fijos y Variables

Los costos fijos y variables que incurren en cada movimiento de la empresa se detallaran en las siguientes Tabla 7.40, Tabla 7.41, Tabla 7.42, Tabla 7.43, los cuales incurren directa e indirectamente en los productos que la empresa ofrecerá a sus clientes.

Tabla 7.40 Costos variables totales por producto

Total Costos Variables por Producto		Ventas Unidades	Costo Variable total
Leche para gatos	\$ 16.200,0	484	\$ 7.835.400,0
Yogur para gatos	\$ 25.600,0	423	\$ 10.820.266,7
Alimentador programable	\$ 95.500,0	305	\$ 29.095.666,7
Collares Led	\$ 6.200,0	453	\$ 2.808.600,0
Bolsas Biodegradables	\$ 10.600,0	587	\$ 6.218.666,7
COSTO VARIABLE TOTAL (CVT)			\$ 56.778.600,1

Fuente: Análisis Financiero (2015)

Tabla 7.41 Costos fijos por producción

Salarios	\$ 2.500.000
Prestaciones Sociales(Cesantías,Prima,Intereses sobre las cesantías)	\$ 441.666
vacaciones	\$ 104.167
Seguridad Social(Pension,Salud,Riegos laborales)	\$ 525.550
Parafiscales	\$ 225.000
Servicios públicos(agua,energia,internet y telefonía)	\$ 885.686
arriendo	\$ 2.733.333
TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN	\$ 7.415.402

Fuente: Análisis Financiero (2015)

Tabla 7.42 Gastos fijos por administración

Salarios + Transporte	\$ 27.486.840
Prestaciones Sociales(Cesantías,Prima,Intereses sobre las cesantías)	\$ 3.988.668
vacaciones	\$ 950.000
Seguridad Social(Pension,Salud,Riegos laborales	\$ 4.793.016
Parafiscales	\$ 2.052.000
Servicios publicos(agua,energia,internet y telefonia)	\$ 885.686
Arriendo	\$ 2.733.400
Papeleria	\$ 1.543.245
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 44.432.855

Fuente: Análisis Financiero (2015)

Tabla 7.43 Gastos fijos por comercialización

Salarios + Transporte	\$ 5.373.400
Prestaciones Sociales(Cesantías,Prima,Intereses sobre las cesantías)	\$ 924.306
vacaciones	\$ 211.559
Seguridad Social(Pension,Salud,Riegos laborales	\$ 1.067.374
Parafiscales	\$ 456.968
Servicios públicos(agua,energia,internet y telefonía)	\$ 885.686
Arriendo	\$ 2.733.400
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 11.652.693

Fuente: Análisis Financiero (2015)

7.5.3. Analisis de Punto de Equilibrio

En el punto de equilibrio de la empresa se puede observar en la Tabla 7.44, se puede ver detalladamente el comportamiento de cada producto y el punto de equilibrio de estos, por lo que se puede concluir que para el yogur, el alimentador programable, los collares led y las bolsas biodegradables, se deben vender más unidades para poder alcanzar el punto de equilibrio requerido para que la empresa no pierda ni gane, pero teniendo en cuenta que los precios de ventas de estos productos son muy elevados y que su costo variable también, no se podrían elevar las ventas, por lo que su precio aumentaría más, haciendo que estos productos sobrepasen el nivel de precios dejando de ser competitivos y accesibles para nuestros clientes.

Tabla 7.44 Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO TOTAL						PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRODUCTO			
Producto o Servicio	Cantidad a Vender por Mes	Costo Variable Unitario/CMV	Precio de Venta Unitario	Costo Variable Total	Venta Total	Margen Contribucion Unitario	Participacion Ventas	Punto Equilibrio (Unidades)	Punto Equilibrio (Pesos)
Leche para gatos	484	\$ 16.200,00	\$ 39.451,48	\$ 7.835.400,02	\$ 19.081.365,87	\$ 23.251,48	17,10%	467,09	\$ 18.427.489,45
Yogur para gatos	423	\$ 25.600,00	\$ 56.906,78	\$ 10.820.266,69	\$ 24.052.599,07	\$ 31.306,78	21,56%	437,29	\$ 24.884.655,74
Alimentador programable	305	\$ 95.500,00	\$ 170.056,36	\$ 29.095.666,68	\$ 51.810.504,36	\$ 74.556,36	46,44%	395,53	\$ 67.262.037,11
Collares Led	453	\$ 6.200,00	\$ 11.482,54	\$ 2.808.600,01	\$ 5.201.590,63	\$ 5.282,54	4,66%	560,45	\$ 6.435.397,19
Bolsas Biodegradables	587	\$ 10.600,00	\$ 19.467,71	\$ 6.218.666,67	\$ 11.421.056,54	\$ 8.867,71	10,24%	733,06	\$ 14.270.976,19
VALORES TOTALES				\$ 56.778.600,06	\$ 111.567.116,47				
Costo Variable promedio =	50,89%	Punto de Equilibrio (%) =		115,90%					
Margen de contribución (\$) =	\$ 54.788.516,408	Punto de Equilibrio (\$) =		\$ 129.308.445,43					
Margen de contribución (%) =	49,11%								

Fuente: Análisis Financiero (2015)

El margen de contribución es de \$ 54.788.516,408, de este valor la empresa debe de descontar los costos fijos y la diferencia es la ganancia que obtiene, pero en este caso no se está obteniendo ganancia.

El punto de equilibrio total de la empresa en pesos es de \$ 129.308.445,43, este es el nivel de ventas que debe tener la empresa para no perder ni ganar, el cual está ligado a las ventas en esos porcentajes definidos, y en porcentaje es del 115,90%.

7.5.4 Analisis Financiero Anual y Proyectado

7.5.4.1 Estado de Pérdidas y Ganancias

El estado de resultados muestra financieramente como se encuentra la empresa y como ha sido su rendimiento, en la Tabla 7.45, se podrá observar detalladamente el estado de pérdidas y ganancias, mensual.

Tabla 7.45 Estado de pérdidas y ganancias mensual

	CUENTAS	Mes 1	Me s 2	Me s 3	Me s 4	Me s 5	Me s 6	Me s 7	Me s 8	Me s 9	Me s 10	Me s 11	Me s 12
+	Ingresos por concepto de Ventas	111.567.116	111.567.116	111.567.116	111.567.116	111.567.116	111.567.116	111.567.116	111.567.116	111.567.116	111.567.116	111.567.116	111.567.116
-	Costo Variables	56.778.600	56.778.600	56.778.600	56.778.600	56.778.600	56.778.600	56.778.600	56.778.600	56.778.600	56.778.600	56.778.600	56.778.600
-	Costos Fijos Producción	7.415.402	7.415.402	7.415.402	7.415.402	7.415.402	7.415.402	7.415.402	7.415.402	7.415.402	7.415.402	7.415.402	7.415.402
-	Gastos	244.4	244.4	244.4	244.4	244.4	244.4	244.4	244.4	244.4	244.4	244.4	244.4

	Depreciación	68	.468	.468	.468	.468	.468	.468	.468	.468	.468	.468	.468
=	Utilidad Bruta en Ventas	47.128.647	47.128.647	47.128.647	47.128.647	47.128.647	47.128.647	47.128.647	47.128.647	47.128.647	47.128.647	47.128.647	47.128.647
-	Costos fijos de Administración	44.432.855	44.432.855	44.432.855	44.432.855	44.432.855	44.432.855	44.432.855	44.432.855	44.432.855	44.432.855	44.432.855	44.432.855
-	Costos Fijos de Ventas y Distribución	11.652.693	11.652.693	11.652.693	11.652.693	11.652.693	11.652.693	11.652.693	11.652.693	11.652.693	11.652.693	11.652.693	11.652.693
-	Amortización de diferidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
=	Utilidad Operativa	-8.956.901	-8.956.901	-8.956.901	-8.956.901	-8.956.901	-8.956.901	-8.956.901	-8.956.901	-8.956.901	-8.956.901	-8.956.901	-8.956.901
+	Otros Ingresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
-	Otros egresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
-	Costos de Financiación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
=	Utilidad Antes de Impuestos	-8.956.901	-8.956.901	-8.956.901	-8.956.901	-8.956.901	-8.956.901	-8.956.901	-8.956.901	-8.956.901	-8.956.901	-8.956.901	-8.956.901
-	Impuestos	-2.239.225	-2.239.225	-2.239.225	-2.239.225	-2.239.225	-2.239.225	-2.239.225	-2.239.225	-2.239.225	-2.239.225	-2.239.225	-2.239.225
=	UTILIDAD NETA	-6.717.676	-6.717.676	-6.717.676	-6.717.676	-6.717.676	-6.717.676	-6.717.676	-6.717.676	-6.717.676	-6.717.676	-6.717.676	-6.717.676
-	Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

=	Utilidades no Repartidas	- 6.717 .676	- 6.7 17. 676	- 6.7 17. 676	- 6.7 17. 676	- 6.7 17. 676	- 6.7 17. 676	- 6.7 17. 676	- 6.7 17. 676	- 6.7 17. 676	- 6.7 17. 676	- 6.7 17. 676	- 6.7 17. 676
	Utilidades no Repartidas Acumuladas	- 6.717 .676	- 13. 435 .35 2	- 20. 153 .02 7	- 26. 870 .70 3	- 33. 588 .37 9	- 40. 306 .05 5	- 47. 023 .73 1	- 53. 741 .40 7	- 60. 459 .08 2	- 67. 176 .75 8	- 73. 894 .43 4	- 80. 612 .11 0

Fuente: Análisis Financiero (2015)

Basados en la anterior tabla, podemos observar que no se tienen unas utilidades mensuales porque da pérdida, por lo que la utilidad bruta en ventas da \$47.128.647 menos los Costos fijos de Administración y Costos Fijos de Ventas y Distribución son mayores a esta utilidad bruta antes de impuestos, por lo que se concluye que la empresa esta teniendo pérdidas mensuales de \$ 6.717.676.

7.5.4.2 Flujo de caja, VPN, TIR – Primer año

El flujo de caja de la empresa son las salidas y entradas de dinero que se tienen mensualmente durante un año, como se puede observar en la Tabla 7.46, la empresa obtiene buenos ingresos de \$111.567.116, pero no son lo suficientemente altos para sobrellevar los costos de la empresa, por lo que pierde utilidad antes de impuestos y falta inversión en el capital de trabajo. El VPN y la TIR se puede observar en la Tabla 7.47.

Tabla 7.46 Flujo de caja mensual del primer año

FLUJO DE CAJA	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 111.567.116	\$ 111.567.116	\$ 111.567.116	\$ 111.567.116	\$ 111.567.116	\$ 111.567.116	\$ 111.567.116	\$ 111.567.116	\$ 111.567.116	\$ 111.567.116	\$ 111.567.116	\$ 111.567.116
- Costos variables		\$ 56.778.600	\$ 56.778.600	\$ 56.778.600	\$ 56.778.600	\$ 56.778.600	\$ 56.778.600	\$ 56.778.600	\$ 56.778.600	\$ 56.778.600	\$ 56.778.600	\$ 56.778.600	\$ 56.778.600
- Costos fijos	\$ 0	\$ 63.500.950	\$ 63.500.950	\$ 63.500.950	\$ 63.500.950	\$ 63.500.950	\$ 63.500.950	\$ 63.500.950	\$ 63.500.950	\$ 63.500.950	\$ 63.500.950	\$ 63.500.950	\$ 63.500.950
Costos fijos de Producción		\$ 7.415.402	\$ 7.415.402	\$ 7.415.402	\$ 7.415.402	\$ 7.415.402	\$ 7.415.402	\$ 7.415.402	\$ 7.415.402	\$ 7.415.402	\$ 7.415.402	\$ 7.415.402	\$ 7.415.402
Costos fijos de Administración		\$ 44.432.855	\$ 44.432.855	\$ 44.432.855	\$ 44.432.855	\$ 44.432.855	\$ 44.432.855	\$ 44.432.855	\$ 44.432.855	\$ 44.432.855	\$ 44.432.855	\$ 44.432.855	\$ 44.432.855
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 11.652.693	\$ 11.652.693	\$ 11.652.693	\$ 11.652.693	\$ 11.652.693	\$ 11.652.693	\$ 11.652.693	\$ 11.652.693	\$ 11.652.693	\$ 11.652.693	\$ 11.652.693	\$ 11.652.693
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 244.468	\$ 244.468	\$ 244.468	\$ 244.468	\$ 244.468	\$ 244.468	\$ 244.468	\$ 244.468	\$ 244.468	\$ 244.468	\$ 244.468	\$ 244.468
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 360.216	\$ 357.270	\$ 354.260	\$ 351.183	\$ 348.038	\$ 344.825	\$ 341.540	\$ 338.184	\$ 334.753	\$ 331.247	\$ 327.664	\$ 324.002
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	-\$ 9.317.117	-\$ 9.314.171	-\$ 9.311.161	-\$ 9.308.084	-\$ 9.304.939	-\$ 9.301.726	-\$ 9.298.441	-\$ 9.295.095	-\$ 9.291.654	-\$ 9.288.149	-\$ 9.284.565	-\$ 9.280.903
- Impuestos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	-\$ 9.317.117	-\$ 9.314.171	-\$ 9.311.161	-\$ 9.308.084	-\$ 9.304.939	-\$ 9.301.726	-\$ 9.298.441	-\$ 9.295.095	-\$ 9.291.654	-\$ 9.288.149	-\$ 9.284.565	-\$ 9.280.903
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 244.468	\$ 244.468	\$ 244.468	\$ 244.468	\$ 244.468	\$ 244.468	\$ 244.468	\$ 244.468	\$ 244.468	\$ 244.468	\$ 244.468	\$ 244.468
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 16.373.450	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 27.285.690
Prestamos	\$ 16.373.450												
Recuperación Capital de trabajo													-\$ 6.722.350
Valor de Salvamento													\$ 34.008.040
- Otros Egresos no deducibles de impues	\$ 30.219.300	\$ 133.898	\$ 136.843	\$ 139.854	\$ 142.931	\$ 146.075	\$ 149.289	\$ 152.573	\$ 155.930	\$ 159.360	\$ 162.866	\$ 166.449	\$ 170.111
Activos Fijos	\$ 14.165.800												
Pago Credito (Capital)		\$ 133.898	\$ 136.843	\$ 139.854	\$ 142.931	\$ 146.075	\$ 149.289	\$ 152.573	\$ 155.930	\$ 159.360	\$ 162.866	\$ 166.449	\$ 170.111
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 22.775.850												
Capital de Trabajo	-\$ 6.722.350												
FLUJO DE CAJA	-\$ 13.845.850	-\$ 9.206.547	-\$ 9.206.547	-\$ 9.206.547	-\$ 9.206.547	-\$ 9.206.547	-\$ 9.206.547	-\$ 9.206.547	-\$ 9.206.547	-\$ 9.206.547	-\$ 9.206.547	-\$ 9.206.547	\$ 18.079.143
Tasa Interna de Retorno		0,80%											
Valor Presente Neto		- 93.990.196											
Tasa Interna de Retorno		#¡¡¡¡!											

[Volver al Menu Principal](#)

Fuente: Análisis Financiero (2015)

Por lo que se puede concluir, que la empresa tendría que cerrar en el primer año para obtener una ganancia y liquidez.

Tabla 7.47 VPN Y TIR

Tasa Interna de Retorno	0,80%
Valor Presente Neto	- 93.990.196
Tasa Interna de Retorno	#¡¡¡¡!

Fuente: Análisis Financiero (2015)

El VPN y la TIR son variables, con las cuales un inversionista determina si un proyecto es viable, como se puede observar en la Tabla 7.47 la tasa de rentabilidad esperada mensual es de 0,80%, el VPN es negativo de \$93.990.196 y la tasa interna de retorno da menor que cero, por lo que este proyecto no sería viable para el inversionista.

7.5.4.3 Flujo de Caja, VPN, TIR- Proyectado

A continuación en las Tabla 7.48, Tabla 7.49, se podrá observar el flujo de caja proyectado a 5 años y el VPN y la TIR.

Tabla 7.48 Flujo de caja proyectado 5 años

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 1.338.805.398	\$ 1.338.805.398	\$ 1.338.805.398	\$ 1.338.805.398	\$ 1.338.805.398
- Costos variables		\$ 681.343.201	\$ 681.343.201	\$ 681.343.201	\$ 681.343.201	\$ 681.343.201
- Costos fijos		\$ 762.011.400	\$ 762.011.400	\$ 762.011.400	\$ 762.011.400	\$ 762.011.400
Costos fijos de Producción		\$ 88.984.824	\$ 88.984.824	\$ 88.984.824	\$ 88.984.824	\$ 88.984.824
Costos fijos de Administración		\$ 533.194.260	\$ 533.194.260	\$ 533.194.260	\$ 533.194.260	\$ 533.194.260
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 139.832.316	\$ 139.832.316	\$ 139.832.316	\$ 139.832.316	\$ 139.832.316
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 2.933.610	\$ 2.933.610	\$ 2.933.610	\$ 2.933.610	\$ 2.933.610
- Intereses Credito		\$ 4.113.183	\$ 3.571.222	\$ 2.867.537	\$ 1.953.868	\$ 767.554
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	-\$ 111.595.996	-\$ 111.054.035	-\$ 110.350.351	-\$ 109.436.681	-\$ 108.250.367
- Impuestos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= Utilidad despues de impuestos	\$ 0	-\$ 111.595.996	-\$ 111.054.035	-\$ 110.350.351	-\$ 109.436.681	-\$ 108.250.367
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 2.933.610	\$ 2.933.610	\$ 2.933.610	\$ 2.933.610	\$ 2.933.610
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 16.373.450	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 15.551.250
Préstamos	\$ 16.373.450					
Recuperación Capital de trabajo						-\$ 6.722.350
Valor de Salvamento						\$ 22.273.600
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 30.219.300	\$ 1.816.180	\$ 2.358.141	\$ 3.061.826	\$ 3.975.495	\$ 5.161.809
Activos Fijos	\$ 14.165.800					
Pago Credito (Capital)		\$ 1.816.180	\$ 2.358.141	\$ 3.061.826	\$ 3.975.495	\$ 5.161.809
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 22.775.850					
Capital de Trabajo	-\$ 6.722.350	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	
FLUJO DE CAJA	-\$ 13.845.850	-\$ 110.478.566	-\$ 110.478.566	-\$ 110.478.566	-\$ 110.478.566	-\$ 94.927.316

Fuente: Análisis Financiero (2015)

En la anterior tabla se observan las mismas tendencias del primer año, solo que con valores de pérdidas más altos

Tabla 7.49 VPN Y TIR 5 AÑOS

Tasa Interna de Retorno	10,03%
Valor Presente Neto	- 422.643.171
Tasa Interna de Retorno	#¡NUM!

En la anterior tabla, se puede observar que la tasa de rentabilidad anual esperada de la empresa es de 10.03%, pero tanto el VPN como la TIR son negativos, por lo que el proyecto no es viable.

7.5.4.4 PAYBACK DESCONTADO

A continuación en la Tabla 7.50, se podrá observar el Payback Descontado.

Tabla 7.50 Payback Descontado

Payback Descontado			
periodo	inversión	flujo	saldo
0	-\$13.845.850		-\$13.845.850
1	0	(\$ 9.133.479,17)	(\$ 22.979.329,17)
2	0	(\$ 9.133.479,17)	(\$ 32.112.808,33)
3	0	(\$ 9.133.479,17)	(\$ 41.246.287,50)
4	0	(\$ 9.133.479,17)	(\$ 50.379.766,67)

Fuente: Creación propia (2015)

Como se puede observar en la anterior tabla, la inversión que se hace en el proyecto nunca se recupera, por lo que no se hizo la proyección a más meses, al contrario los saldos aumentan en pérdidas de más dinero.

CONCLUSIONES

El presente trabajo se realizó con el fin de aplicar todos los conceptos adquiridos durante la tecnología de comercio internacional, se desarrollaron todos los aspectos principales que se deben tener en cuenta para la creación de la empresa llamada MI MASCOTA SALUDABLE SAS, como lo son la creación de la empresa, el estudio de mercados, el estudio del sector e industria al que pertenece la empresa, por su actividad económica principal, y todos los requerimientos legales para su constitución.

Por último se hizo el análisis financiero, que a partir de variables como los costos, gastos, inversiones, prestamos, ventas, impuestos, rentabilidad, VPN y TIR, se podía definir si el negocio es financieramente viable, por lo que se concluye que el proyecto no es viable, por los altos costos variables de la materia prima afectados principalmente por el entorno económico colombiano, como la tasa de cambio y los altos costos de producción, influyendo principalmente sobre los precios de nuestros productos, haciéndolos poco competitivos frente a los precios de nuestros competidores, además de los altos costos fijos mensuales, los cuales no se alcanzan a cubrir en su totalidad, generando pérdidas desde el primer mes de existencia de la empresa, que según el estudio, para recuperar una parte de la inversión, la empresa se debería cerrar al año. Pero a pesar de lo anteriormente mencionado, la idea de negocio es innovadora por los productos que se ofrecerán a nuestros clientes y porque existe un mercado potencial en crecimiento, se necesitaría una mayor inversión de capital para que este negocio se pudiera poner en marcha.

BIBLIOGRAFÍA

- Actualicese.com (2015). Recuperado el 08 de agosto 2015 de:<http://actualicese.com/actualidad/2015/04/27/tipos-de-sociedades-y-sus-diferencias-ltda-s-a-comanditas-s-a-s-colectivas/>
- ANDI (2015). Recuperado de: <http://www.andi.com.co/>
- BBVA. (2015). Recuperado el 2015, de BBVA:
<https://www.bbva.com.co/personas/ahorro-inversion/cdt/cdt-tradicional.jsp>
- Cámara de Comercio de Medellín (2015). Recuperado el 10 de agosto 2015 de: <http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/guias/Guia--13---2012.pdf>
- Cámara de Comercio de Medellín (2015). Recuperado el 10 de agosto 2015 de:
<http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/2015/Tarifas%20Registros%20Publicos%202015.pdf>
- Confecamaras (2015) “*Consulta del nombre de la razón social*”. Recuperado el 10 de agosto 2015 de: <http://www.rues.org.co>
- DANE (2015). Recuperado de :
http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/multi/Boletin_EM_2014.pdf
- Decreto 410 (1971). Recuperado el 12 de agosto 2015 de:<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=41102>
- Dinero (2015). Recuperado de:<http://www.dinero.com/empresas/articulo/mercado-comida-para-perros-colombia/205854>;
- Dinero (2015). Recuperado de: <http://www.dinero.com/pais/articulo/en-colombia-los-prefieren-perros/161464>
- Diosa, A. Quintero, E. “El entorno económico colombiano tras el cambiante panorama mundial”. (2014). Recuperado el 10 de agosto 2015 de:

<http://www.eafit.edu.co/investigacion/comunidad-investigativa/semilleros/bufete-financiero/Documents/est1.pdf>

- El Tiempo (2014). Recuperado de:
<http://www.eltiempo.com/economia/sectores/produccion-de-alimentos-para-mascotas-en-colombia/14508336>
- Google maps (2015). Tiendas para mascotas poblado. Recuperado de
<https://www.google.com.co/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=tiendas+para+mascotas+poblado&rflfq=1&tbm=lcl&rlha>
- Icasas. (2015). Obtenido de Icasas: http://www.icasas.com.co/arriendo/locales-comerciales-antioquia-medellin-comuna-14:-poblado/local-arriendo-ubicado-medellin-codigo-10351_47153
- La republica (2014) “*Mascotas: crecen las oportunidades de negocio*”. Recuperado el 10 de agosto 2015 de:
<http://www.fenalco.com.co/contenido/934>
- Lead Legal Advisors (2013). Recuperado el 12 de agosto 2015 de:
<http://www.leadlegaladvisors.com/noticias/item/2-10-beneficios-de-las-sociedades-por-acciones-simplificadas>
- Medina, B Claudia, R (2011) *Trabajo de grado para optar por el título de Magister en Bioética, Universidad el Bosque. LA ETICA DE LA RESPONSABILIDAD Y EL RESPETO A LAS MASCOTAS-COMO FORMAS DE VIDA, COMO SOLUCION AL MALTRATO Y ABANDONOS DE LAS MISMAS*. Bogotá.
- Metro cuadrado. (2015). Obtenido de Metro cuadrado:
[http://www.metrocuadrado.com/venta-arriendo/localcomercial-en-bogota-chapinero-chapinero-central-con-estrato-3-area-71-mts-\\$549.000.000-\\$4.200.000-id-4137-1231453](http://www.metrocuadrado.com/venta-arriendo/localcomercial-en-bogota-chapinero-chapinero-central-con-estrato-3-area-71-mts-$549.000.000-$4.200.000-id-4137-1231453)
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2015). Recuperado el 10 de agosto de 2015.
de:http://eeas.europa.eu/delegations/colombia/documents/page_content/colombia_unio_n_europea_acuerdo_comercial_jul_11_heavy_es.pdf

- Netherlands Foreign Investment Agency (NFIA). Recuperado el 10 de agosto 2015 de: <http://colombia.nlembajada.org/servicios/comercio/importaciones-e-inversiones.html>
- OCDE en El Espectador (2015). Recuperado el 09 de agosto 2015 de: <http://www.elespectador.com/noticias/economia/ocde-rebaja-sus-perspectivas-economicas-de-colombia-201-articulo-564252>
- Sociedades sas. (2015). Recuperado el 2015, de Sociedades sas: <http://sociedadsas.blogspot.com.co/>
- Superintendencia de Industria y Comercio (2015) “*Consulta nombre de la marca*”. Recuperado el 12 de agosto 2015 de: <http://www.sic.gov.co>

ANEXOS