



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

VICTOR GUTIERREZ OLARTE

JULIAN ZAPATA SOTO

PROFESOR GUÍA: VICTOR SALDARRIAGA

2015

AGRADECIMIENTOS

INDICE

AGRADECIMIENTOS	II
INDICE	III
LISTA DE FIGURAS	VII
LISTA DE SÍMBOLOS	IX
LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS	X
GLOSARIO	XI
ABSTRACT	XII
RESUMEN EJECUTIVO	XIII
INTRODUCCIÓN	XIV
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	3
1.4 Visión Y Misión De La Empresa	4
1.4.1 Visión	4
1.4.2 Misión	4
1.5 Relación Productos y/o Servicios	5
1.6 Ventajas Competitivas	8
1.7 Tramites y Costos	9
2. CAPITULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR	11
2.1 Entorno	11
2.1.1 Entorno Social	11
2.1.2 Entorno Político	12
2.1.3 Entorno Económico	13
2.1.4 Entorno Cultural	13
2.1.5 Entorno tecnológico	14
2.1.6 Entorno legal	15

2.1.7 Entorno ambiental	15
2.2 Sector o industria	16
2.2.1 Tamaño del sector	16
2.2.2 Rentabilidad del sector	18
2.2.3 Factores claves de éxito del negocio	19
2.2.4 Cadena de valor	20
2.2.5 Comercialización	20
2.2.6 Amenaza de nuevos productos sustitutos	21
3. CAPITULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO	22
3.1 Objetivos de Mercadeo	22
3.2 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios	22
3.2.1 Bogotá	22
3.2.2 Medellín	23
3.3 Perfil del Mercado Potencial de Bienes y/o Servicios	26
3.4 Cuantificación de los Clientes Potencial de Bienes y/o Servicios	27
3.5 Mercado Competidor	28
3.5.1 Mercado de Medellín	28
3.5.1.1 Participación porcentual en el mercado de Medellín	31
3.5.2 Mercado Competidor Bogotá	33
3.5.2.1 Participación porcentual en el mercado Bogotá	35
3.5.3 Modelos de encuestas	38
3.6.1 Distribución Directa	41
3.7 Comunicación y Actividades de promoción y divulgación	41
3.7.2 Actividades de promoción y divulgación	41
3.8 Plan de Ventas	43
4. CAPITULO IV. ANÁLISIS COMERCIO INTERNACIONAL	44
4.1 Tratados Comerciales	44
4.2 Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios	44
4.2.1 Posición arancelaria leche para gatos	44
4.2.2 Posición arancelaria yogur para gatos	45
4.2.3 Posición arancelaria Alimentador programable	46
4.2.4 Posición arancelaria de los collares led	47

4.3	Requisitos y Vistos Buenos	49
4.4	Capacidad Importadora	51
4.4.1	Leche para gatos	51
4.4.2	Yogurt para gatos	51
4.4.3	Alimentador programable	52
4.4.4	Collares led.....	53
4.4.5	Bolsas Biodegradables.....	54
4.5	Participación en Ferias Especializadas	55
4.6	Rutas de Acceso	57
4.6.1	Holanda.....	57
4.6.2	China.....	57
4.7	Liquidación de Costos de Importación	58
5.1	Estructura Organizacional del Negocio	61
5.1.1	Organigrama Estructura Organizacional	61
5.1.2	Organigrama Estructura Personal	63
5.1.3	Costos Personal y Procesos Administrativos Tercerizados	65
5.2	Costo estructura organizacional del negocio	67
5.2.1	Locaciones empresa	67
5.2.2	Requerimiento de maquinarias, equipos, software, muebles y enseres	67
5.2.3	requerimiento de materiales e insumos por área	68
5.2.4	requerimientos de servicios por área	69
6.1.	Certificaciones y gestiones ante entidades públicas	70
7.1.	Tasas Interés, Impuestos, Tasas de Rentabilidad	72
7.2.	Aportes de Capital de los Socios	72
7.3	Créditos y Préstamos Bancarios	73
7.4	Precios de los Productos	73
7.4.1	Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos	73
7.4.2	Los Precios de los productos tomando como base los Costos	74
7.5	Análisis Financiero	74
7.5.1	Ingresos	74
7.5.1.1	Ingresos Propios del Negocio	74
7.5.2	Egresos	75

7.5.2.1 Inversiones	75
7.5.2.2 Costos Fijos y Variables	79
7.5.3. Análisis de Punto de Equilibrio	80
7.5.4 Analisis Financiero Anual y Proyectado	81
7.5.4.1 Estado de Perdida y Ganancias	81
7.5.4.2 Flujo de Caja, VPN, TIR – Primer Año.....	81
7.5.4.3 Flujo de Caja, VPN, TIR – Proyectado.....	83
7.5.4.4. PAYBACK DESCONTADO.....	85
CONCLUSIONES.....	86
BIBLIOGRAFÍA.....	87
ANEXOS.....	91

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.....	17
Ilustración 2.5Cadena de valor.....	20
Ilustración 3.6.Proporción de hogares en Bogotá	22
Ilustración 3.7 Estratificación socioeconómica de Medellín	24
Ilustración 3.8 Ventas en el sector Medellin.....	31
Ilustración 3.9 Canales de compras de productos para mascotas Medellín	33
Ilustración 3.10 Ventas en el sector Bogotá.....	36
Ilustración 3.11Canales de compras de productos para mascotas Bogotá	38
Ilustración 3.12 Encueta Medellín	39
Ilustración 3.13 Encueta Bogotá	40
Ilustración 4.14 Partida Arancelaria leche para gatos	45
Ilustración 4.15 Partida Arancelaria yogur para gatos	46
Ilustración 4.16 Partida Arancelaria del alimentador programable.....	47
Ilustración 4.17 Partida Arancelaria de los collares led.....	48
Ilustración 4.18 Partida Arancelaria de las bolsas biodegradables	49
Ilustración 4.19 Precio leche para gatos.....	51
Ilustración 4.20 Precio yogurt para gatos.....	52
Ilustración 4.21 Precio alimentador programable	52
Ilustración 4.22 Precio collares led.....	54
Ilustración 4.23 Precios bolsas biodegradables.....	55
Ilustración 4.24 Gastos de transporte.....	56

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Productos	5
Tabla 2 Trámites y Costos	9
Tabla 3 Línea de producción alimentos para animales	18
Tabla 4 Comparativo de hijos según el estrato	19
Tabla 5 Perfil del mercado potencial	26
Tabla 6 Clientes Potenciales Medellín.....	27
Tabla 7 Clientes Potenciales Bogotá.....	28
Tabla 8 Competidores Medellín.....	28
Tabla 9 Respuesta de Encuestas Medellín	32
Tabla 10 Competidores Bogotá.....	34
Tabla 11 Respuesta de encuesta Bogotá	37
Tabla 12 Actividades de promoción	42
Tabla 13 Documentos soporte para la leche para gatos	50
Tabla 14 Documentos soporte para el yogur para gatos	50
Tabla 15 Documentos soporte para las bolsas biodegradables	50
Tabla 16 Costo de ferias especializadas.....	55
Tabla 17 Liquidación de las importaciones	58
Tabla 18 Funciones por área	61
Tabla 19 Funciones por cargo	64
Tabla 20 Salarios devengados.....	65
Tabla 21 Maquinarias, equipos, software, muebles y enseres	67
Tabla 22 Maquinarias Requerimiento de materiales e insumos por área.....	68
Tabla 23 Requerimientos de servicios por área	69
Tabla 24 Certificaciones y gestiones ante entidades públicas.....	70

LISTA DE SÍMBOLOS

LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS

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

SAS: Sociedad por Acciones Simplificada

GLOSARIO

EXPOPET: Ferias internacionales de animales de compañía que se celebra en Corferias, Bogotá.

PET BUDDY: Mascota Amiga

ABSTRACT

The concept of MY MASCOTA SALUDABLE S.A.S has as aim commercialize food and innovative accessories for pets will do the difference opposite to other competitors because these are brought to the country according to the needs detected of the final consumers and his pets. Our market puts they will be the homes belonging to the socioeconomic level 4,5 and 6, they live in the city of Bogota and Medellin, interested in improving the quality of life of their pets. Our market of distribution goes to be direct, since the products are going to be commercialized in our shops and we will have our own page of Internet. This way we will have more control of our product and hereby we are completely sure that our clients are going to have the best attention and advising.

Inside our products we have an special Milk for cats, Yogurt for cats, programmable Feeder, Necklaces with lighting led, biodegradable Stock exchanges. Using a rate of profitability expected from 15 % E.A. (1.17 % EM), in COP (Colombian money) Present a Clear Value 277 ' 206.284, which means, for being a positive, which excels itself the rate of awaited profitability and on having calculated the Internal Rate of Return (it appraises to that the present value is equal to 0) obtains 68.45 %, Which is a rate widely superior to the awaited one, by what it is considered to be a business highly profitably. After realizing and to analyze the different financial pertinent indexes, We can conclude that the project My mascota saludable s.a.s is viable, on rates having observed Rates of profitability bigger than the awaited ones and investment is able to recover in the space of prudent time for this one type of companies. With a rate of profitability expected from 15 % E.A., there obtains in COP VPN 826 ' 471.755, which means, that there excels itself the rate of profitability waited with a TIR 816.82 %, which is a widely top rate the awaited one.

RESUMEN EJECUTIVO

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.

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.

Nuestro mercado de distribución va ser directo, ya que los productos se van a comercializar en nuestras tiendas y tendremos nuestra propia página de internet. Así tendremos más control de nuestro producto y de esta manera estaremos completamente seguros que nuestros clientes van a tener la mejor atención y asesoría sobre el portafolio de productos ofrecidos, dentro de nuestro portafolio esta la Leche especial para gatos, Yogur para gatos, Alimentador programable, Collares con iluminación led, Bolsas biodegradables.

Utilizando una tasa de rentabilidad esperada del 15% E.A. (1.17% EM), se obtiene un Valor Presente Neto de COP 277'206.284, lo cual significa, por ser positivo, que se supera la tasa de rentabilidad esperada y al calcular la Tasa Interna de Retorno (tasa a la que el valor presente es igual a 0) se obtiene un 68.45%, la cual es una tasa ampliamente superior a la esperada, por lo que se considera un negocio áltamente rentable.

Despues de realizar y analizar los distintos indices financieros pertinentes, puede concluirse que el proyecto Mi mascota saludable s.a.s es viable, al observarse tasas de rentabilidad mayores a las esperadas y poder recuperar inversión en un plazo de tiempo prudente para esta tipo de empresas. Con una tasa de rentabilidad esperada del 15% E.A., se obtiene un VPN de COP 826'471.755, lo cual significa, que se supera la tasa de rentabilidad esperada con una TIR el 816.82%, la cual es una tasa ampliamente superior la esperada.

INTRODUCCIÓN

En el estudio realizado para constituir una empresa comercializadora de productos innovadores como alimentos para mascotas, tecnología para uso de las mascotas y bolsas biodegradable para facilitar la deposición de los desechos de los mismos traídos de Holanda y china respectivamente.

Para el desarrollo de este estudio se realizó un estudio de mercado en Colombia comprobando la demanda o la necesidad de los productos que se importaran, se realizó un plan de ejecución del mismo determinado logística y cadenas de costo que influirán en los precios finales para el mercado local teniendo en cuenta tasas y aranceles a los productos, acuerdos y beneficios de este, se llevó a cabo un presupuesto organizacional para constituir la empresa con buenos resultados y ganancias que hacen este plan de negocio viable.

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 Veedurias 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 header includes the logos for 'Industria y Comercio SUPERINTENDENCIA', 'MINCOMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO', and 'TODOS POR UN NUEVO PAÍS'. The main navigation bar is labeled 'Signos distintivos' and 'Criterios de consulta'. The search form contains the following fields:

- Expediente:** Año (dropdown), Número (text), Control (text)
- Certificado:** Número (text), Control (text)
- Denominación:** Igual que (dropdown), pet buddy (text)
- Clasificación de Niza:** -- TODAS LAS CLASES -- (dropdown)
- Titular:** Igual que (dropdown), (text)

Buttons: Enviar consulta, Restaurar

Result: No se encontraron registros

Fuente: Superintendencia Industria y Comercio (2015)

Ilustración 1.3 Logo



Fuente: Creación propia

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).

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 CIU 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 1.1).

Tabla 1 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	<ul style="list-style-type: none"> - Fortalece los huesos y dientes del animal - Facilita la digestión 	

	<p>un alimento muy saludable que además encanta a 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

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 2)

Tabla 2 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

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

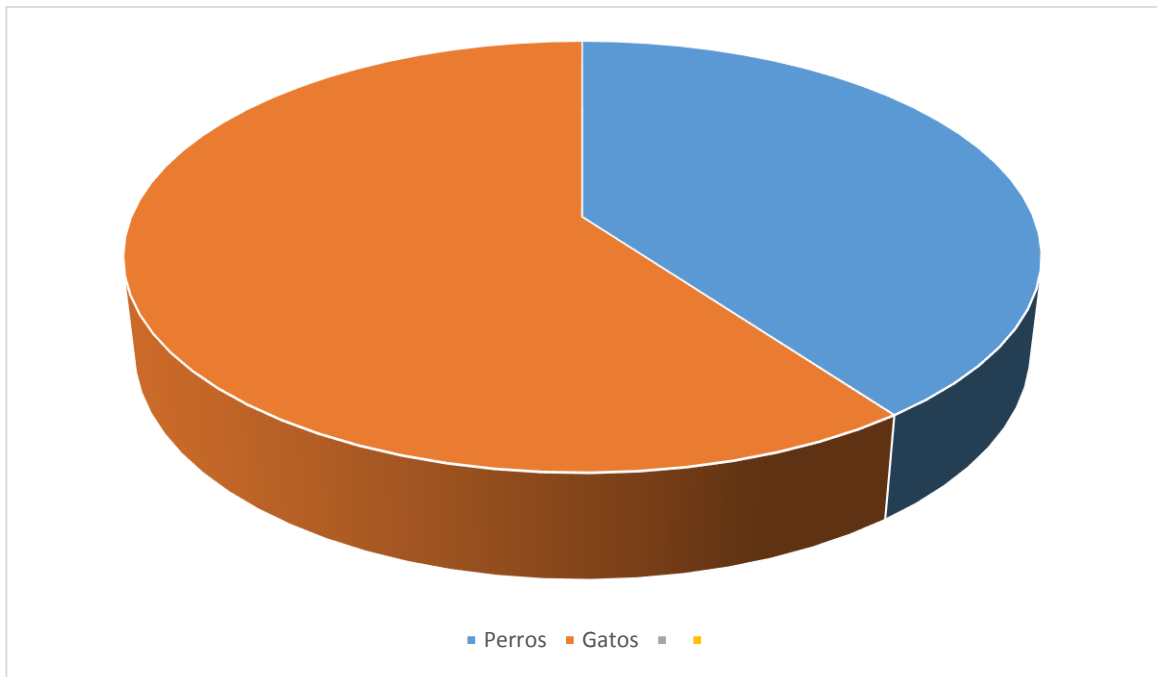
Sector o industria en el que se mueve “MI MASCOTA SALUDABLE S.A.S” sería el alimentos animales como actividad principal y accesorios para animales esencialmente para gatos y perros, según mediciones de www.losdatos.com un portal de información empresarial, indican que para el año pasado la producción 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 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

2.2.2 Rentabilidad del sector

Como se puede observar en la Tabla 3 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 3 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)

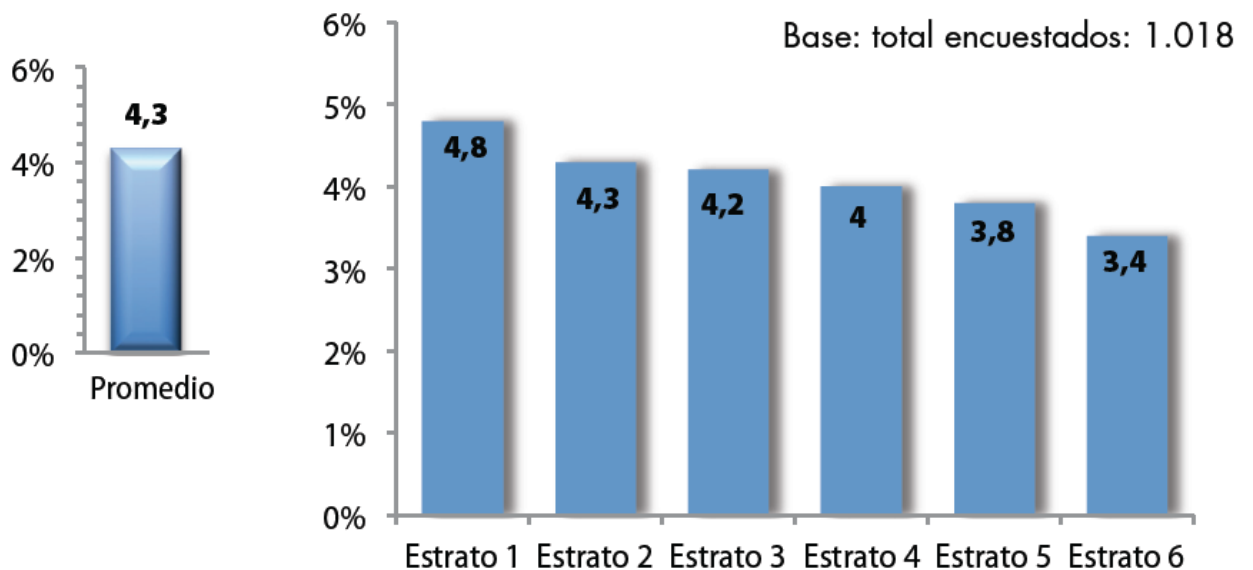
Hablando en materia de importaciones según estudios realizados por la empresa investigadora B&Optimos estas han aumentado un 9%, las cuales pasaron de \$101,2 millones en el 2013 (enero-noviembre) a \$110,1 millones en el mismo periodo del 2014. Los productos que dinamizaron estas importaciones fueron 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.

.2.3 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 4, los hijos son menos.

Tabla 4 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

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
- Espacio web
- 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

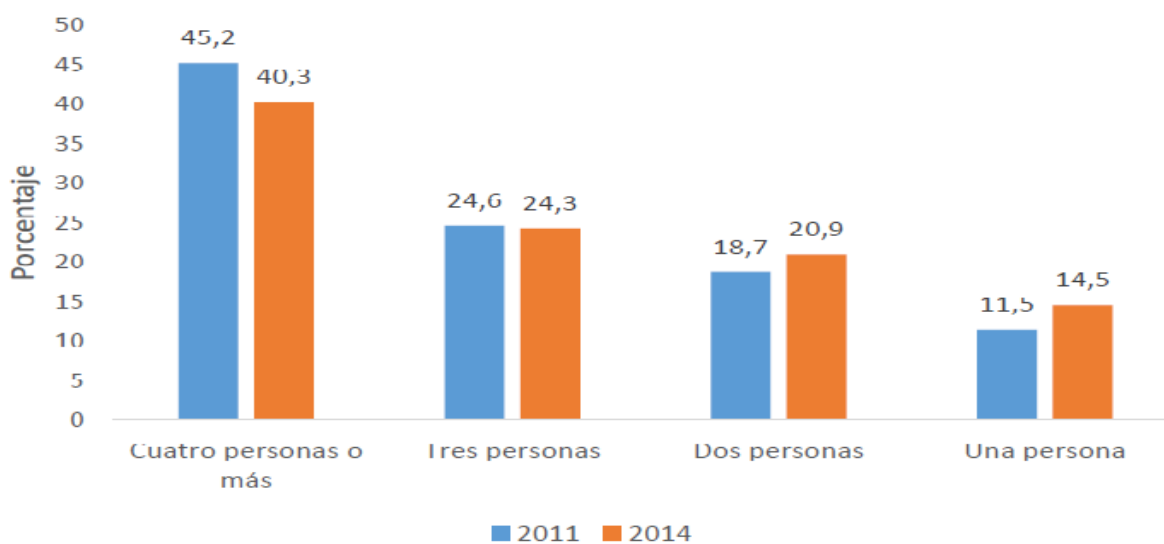
3.1 Objetivos de Mercadeo

3.2 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 5

Tabla 5 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 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</p>

	cuidado y alimentación de su mascota.
--	---------------------------------------

Fuente: Creación propia

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

En la Tabla 6 se puede observar la cuantificación de nuestros clientes potenciales en la ciudad de Medellín.

Tabla 6 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

En la Tabla 7 se puede observar la cuantificación de nuestros clientes potenciales en la ciudad de Bogotá.

Tabla 7 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

3.5 Mercado Competidor

3.5.1 Mercado de Medellín

Nuestros principales competidores en Medellín eran mencionados en la Tabla 8

Tabla 8 Competidores Medellín

Tienda	Página web	Productos	precios	canales	Estrategia de promoción y venta
Aristogatos	www.criaderoaristogatos.com	Productos para perros y gatos (collares, comederos,	Dispensadores de alimentos para perros y gatos	Directa	Publicidad, internet, domicilio, directo

		lácteos para gatos)	\$ 9.000 y \$ 37.000 Collares para perros y gatos Desde \$ 8.000 hasta \$ 35.000 Lácteos para gatos.		
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 puppies	www.maxpuppies.com	Productos para perros y gatos (collares, comederos)	Dispensadores de alimentos para perros y gatos Desde \$ 7.000 hasta \$	Directa	Publicidad, internet, domicilio, directo

			32.000 Collares para perros y gatos Desde \$ 6.000 hasta \$ 38.000		
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, comederos)	Dispensadores de alimentos para perros y gatos Desde \$ 5.000 hasta \$ 31.000 Collares para perros y gatos	Directa (medio electrónico)	Publicidad, internet, domicilio, directo

			Desde \$		
			5.600 hasta \$		
			33.000		

Fuente: Creación propia

3.5.1.1 Participación porcentual en el mercado de Medellín

En la Ilustración 3.8 Ventas en el sector Medellín

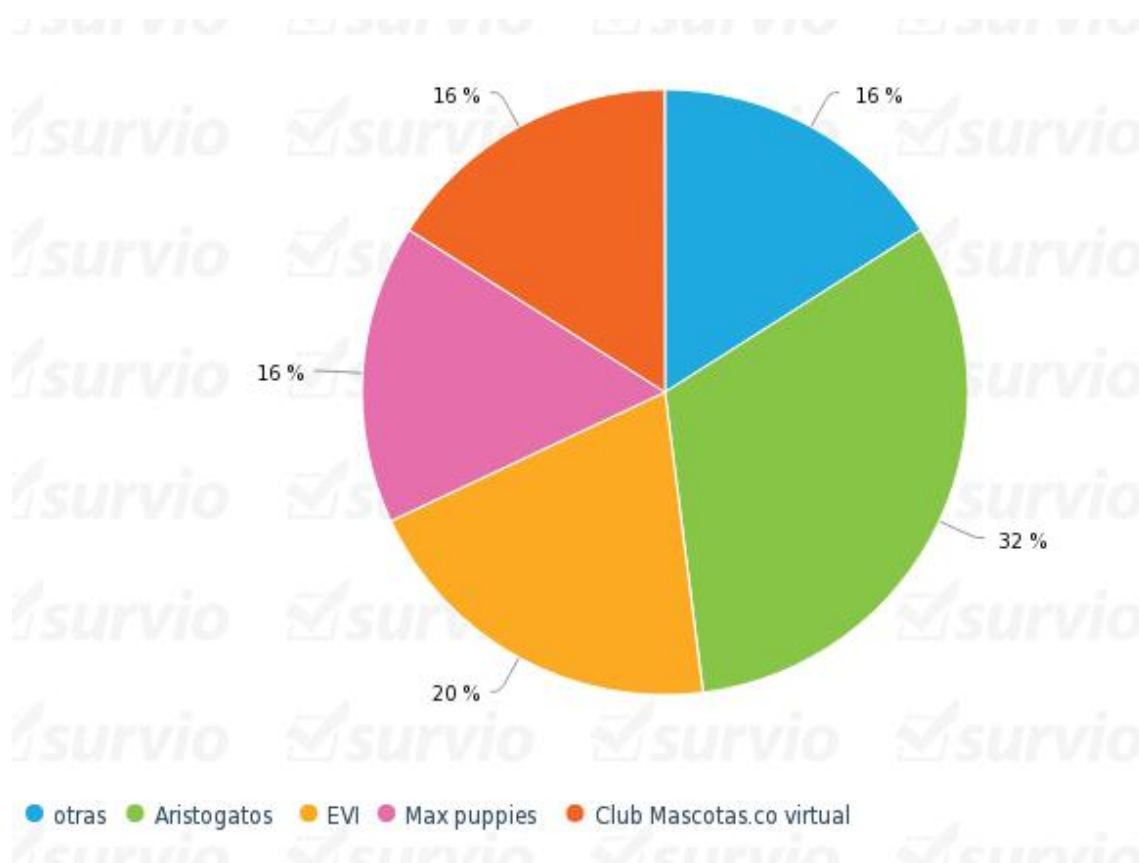
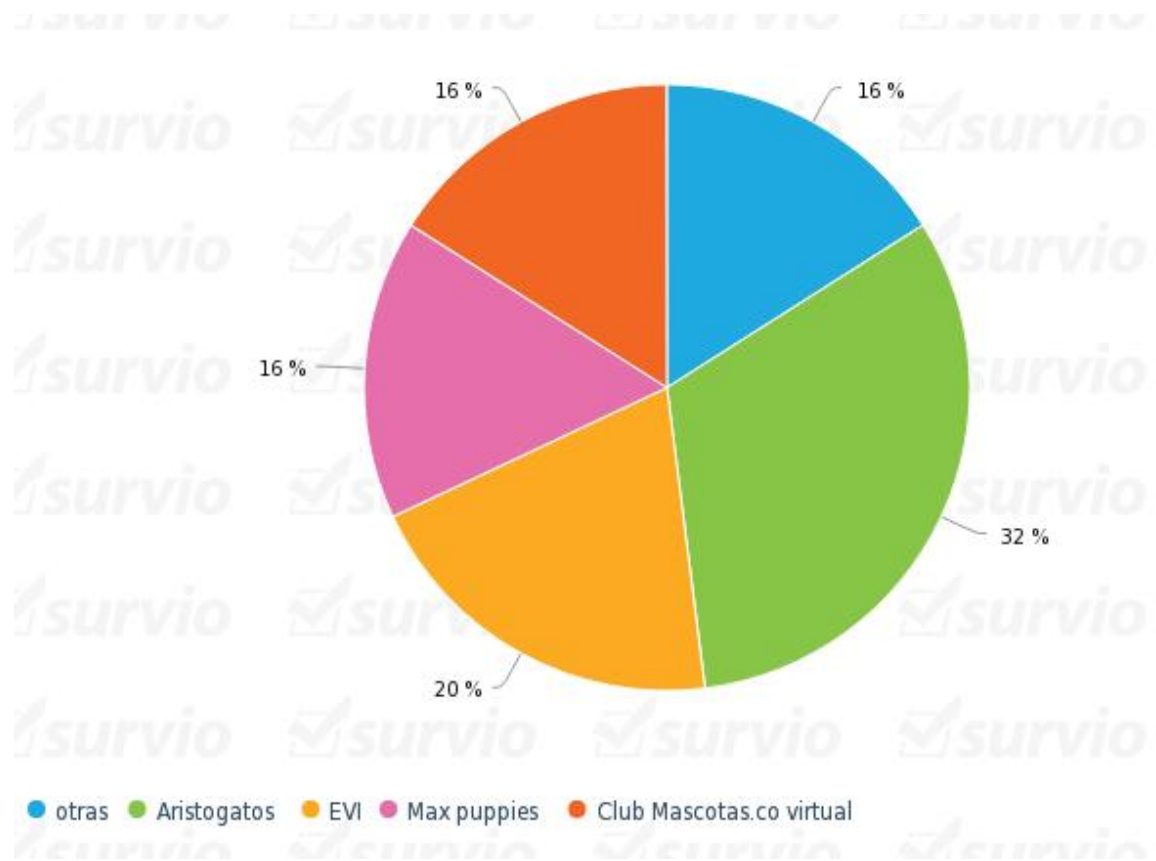


Ilustración 3.8 estaremos observando cómo está repartido las ventas en el sector de Medellín tanto virtual como presencial, esto lo logramos por medio de los resultados en las encuestas realizadas, ver Tabla 9 donde podemos analizar que en el momento la tienda con mayor participación es aristogatos.

Ilustración 3.8 Ventas en el sector Medellín



Fuente: Creación propia

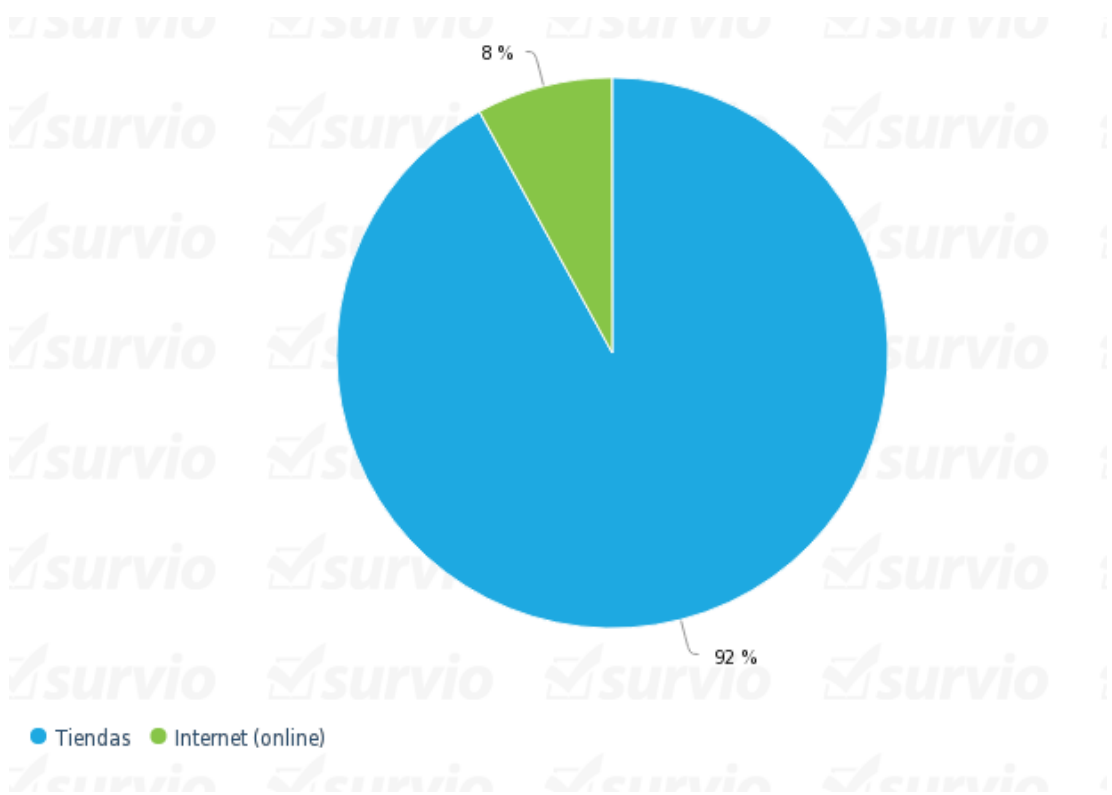
Tabla 9 Respuesta de Encuestas Medellín

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

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 Ilustración 3.9 su participación en el mercado.

Ilustración 3.9 Canales de compras de productos para mascotas Medellín



Fuente: Creación propia

3.5.2 Mercado Competidor Bogotá

Nuestros principales competidores en Bogotá serán mencionados en la Tabla 10

Tabla 10 Competidores Bogotá

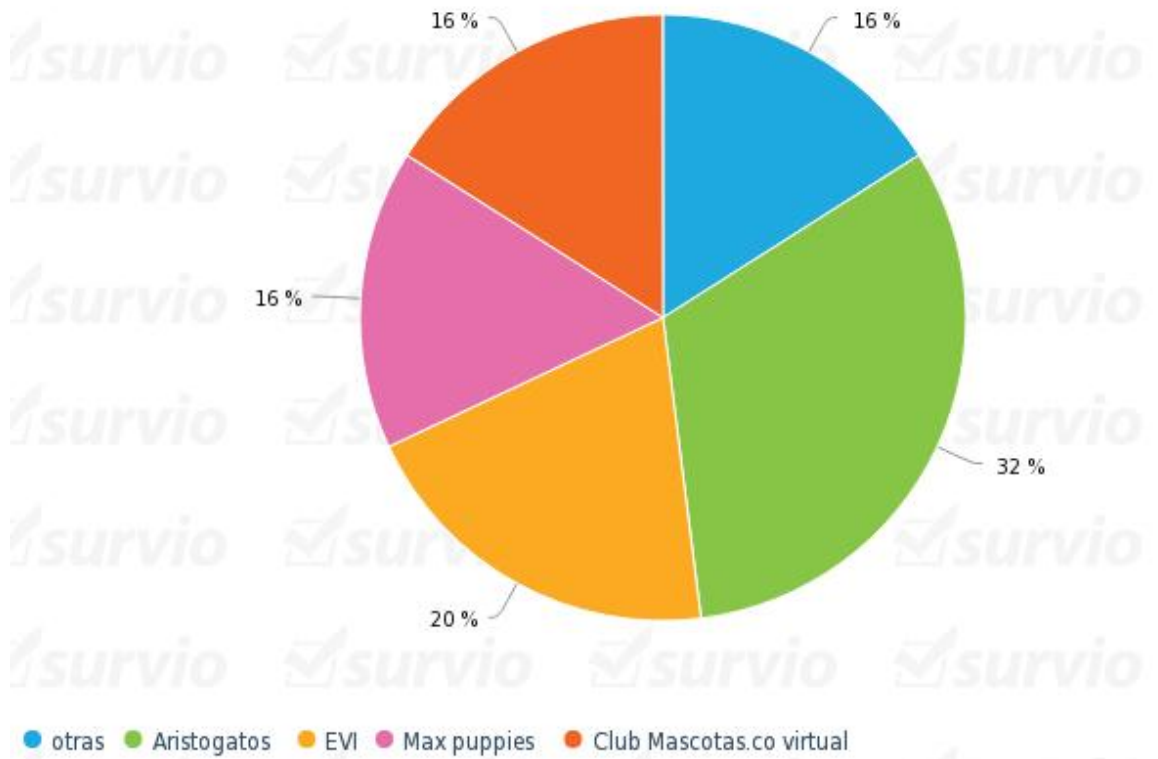
Tienda	Página web	Productos	Precios	canales	Estrategia de promoción y venta
Villa kanina	http://www.vkdog.com	Productos para perros y gatos (collares, comederos)	Dispensadores de alimentos para perros y gatos Desde \$ 16.000 hasta \$ 49.900 Collares para perros y gatos Desde \$ 11.000 hasta \$ 42.000	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 Desde \$ 9.000 hasta \$ 36.000	Directa	Publicidad, internet, domicilio, directo

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 \$ 36.000	Directa	Publicidad, internet,

Fuente: Creación propia

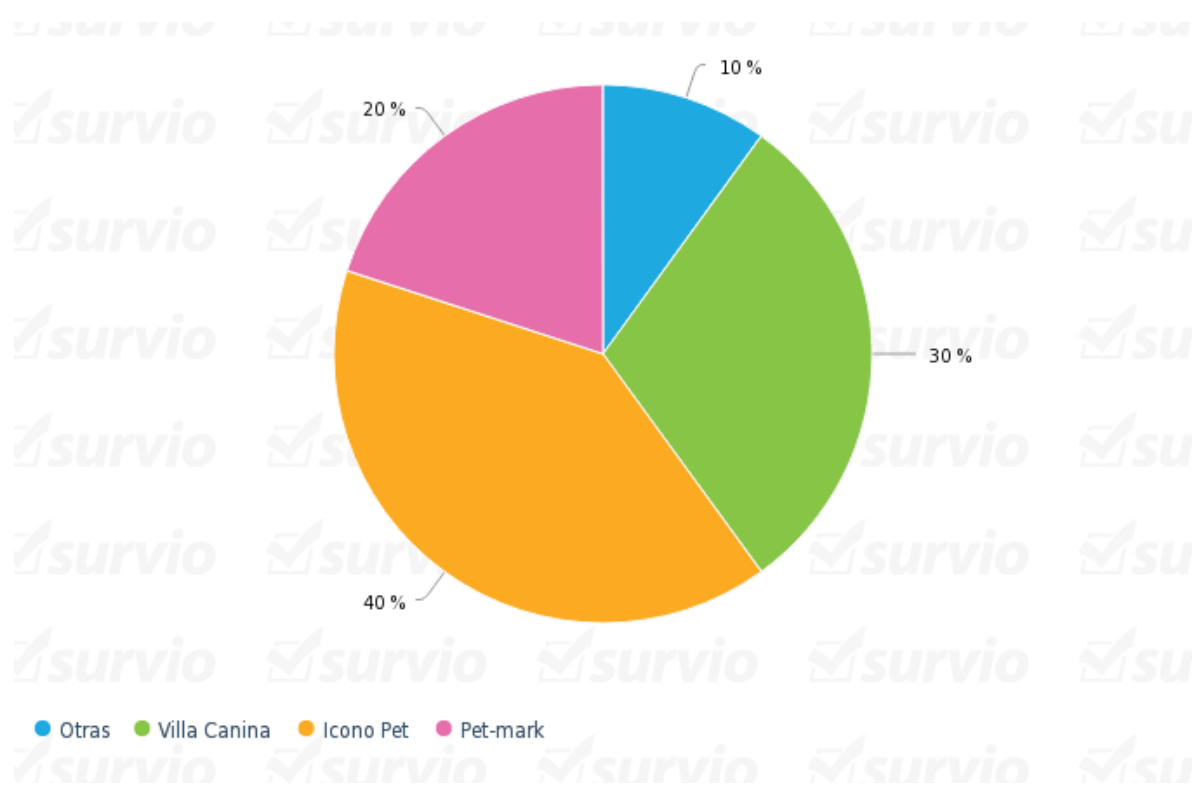
3.5.2.1 Participación porcentual en el mercado Bogotá

En la Tabla 10 Ilustración 3.8 Ventas en el sector Medellín



estaremos observando cómo está repartido las ventas en el sectores Bogotá tanto presencial como virtual, esto lo logramos por medio de los resultados en las encuestas realizadas, ver Tabla 11 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

Tabla 11 Respuesta de encuesta Bogotá

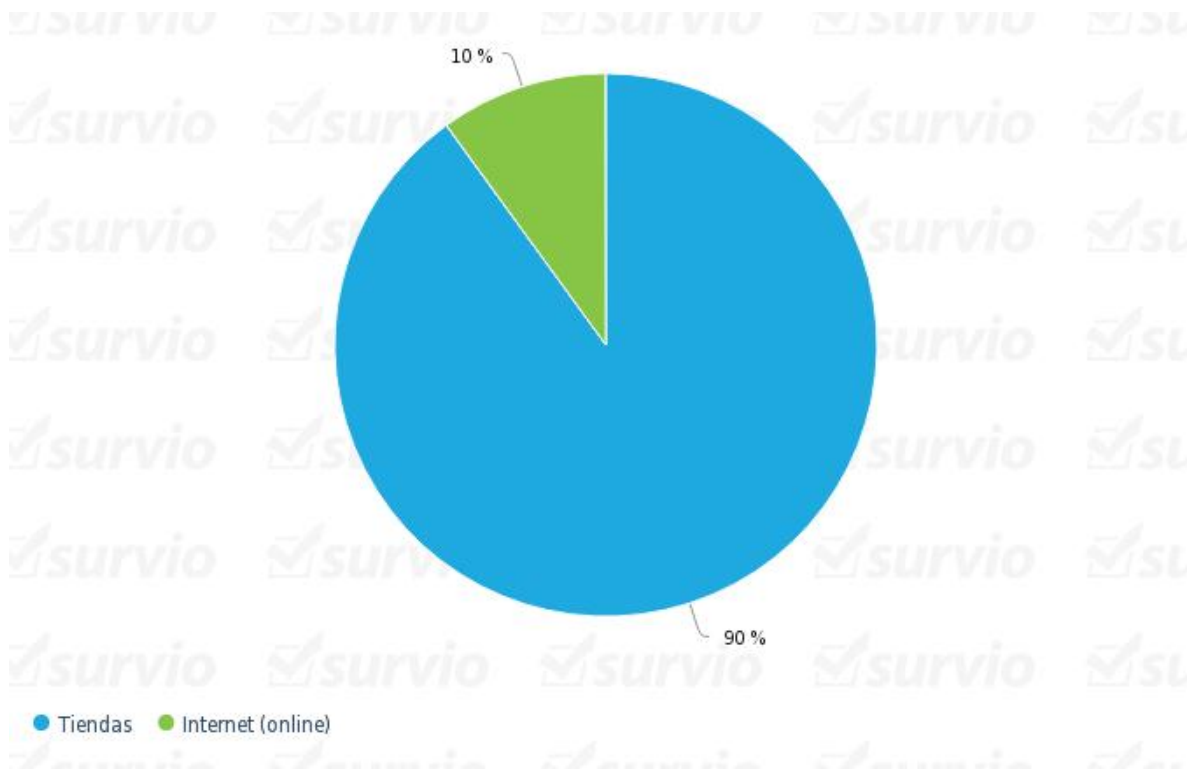
Respuesta	Respuestas	Ratio
otras	1	10 %
Villa Canina	3	30 %
Icono Pet	4	40 %
Pet-mark	2	20 %

Fuente: Creación propia

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 Ilustración 3.9 Canales de compras de productos para mascotas su participación en el mercado.

Ilustración 3.11 Canales de compras de productos para mascotas Bogotá



Fuente: Creación Propia

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

¿Cuál de estas tiendas a visitado o a utilizado en sus compras?

otras

Aristogatos

EVI

Max puppies

Max puppies

Club Mesrotas.co virtual

Fuente: Creación Propia

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

3.6 Mercado Distribuidor

Nuestro mercado de distribución va ser directo, ya que los productos se van a comercializar en nuestras tiendas y tendremos nuestra propia página de internet. Así tendremos más control de nuestro producto 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

3.7.2 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 12 se puede observar, la planeación de los gastos en los que se incurrirán al desarrollar dichas actividades

Tabla 12 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 puntos.	0	3.400.000	0
Gastos de transporte	20.000	60.000	0
Costos de empaquetado y cualquier otro	Doble cara media carta 4 tintas (300 volantes), 200.000	0	-
Gastos únicos	-	3.400.000	-
Gastos mensuales	-	-	Google art Word 1.000.000
Gastos anuales	-	-	-

Fuente: Creación propia

3.8 Plan de Ventas

Pet Buddy pretende vender 23.787 productos que vamos a importar trimestralmente y se planean vender mensualmente 7.826 productos 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 7.122 productos 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 259.754 y 285.444 productos de nuestro portafolio anual, para así asegurar la rentabilidad de la empresa y prolongación en el mercado.

Por lo tanto en 5 años, se espera alcanzar unas ventas de 1.427.220 productos, con un incremento anual del 4%, es decir, 1.484.312 productos.

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 4.14** se puede observar la consulta de la partida arancelaria de este producto.

Ilustración 4.14 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	...	
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	...	
Unidad física	kg - Kilogramo			01-ene-2007	...	

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

Ilustración 4.15 Partida Arancelaria yogur para gatos



REPÚBLICA DE COLOMBIA
DIAN
 Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales

DIAN - MUISCA - ARANCEL

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	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 4.16** se puede observar la consulta de la partida arancelaria del alimentador programable.

Ilustración 4.16 Partida Arancelaria del alimentador programable

REPÚBLICA DE COLOMBIA		Perfil de la mercancía				
DIAN - MUISCA - ARANCEL						
Consultas Arancel						
General						
Por medidas						
Por código de nomenclatura						
Estructura nomenclatura						
Índice alfabético o arancelario						
Reglas generales de la nomenclatura						
▶ Por texto						
		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 4.17 se puede observar la consulta de la partida arancelaria de los collares led.

Ilustración 4.17 Partida Arancelaria de los collares led

DIAN - MUISCA - ARANCEL						
Perfil de la mercancía						
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 4.18 se puede observar la consulta de la partida arancelaria de las bolsas biodegradables.

Ilustración 4.18 Partida Arancelaria de las bolsas biodegradables

						
DIAN - MUISCA - ARANCEL						
Consultas Arancel						
General						
Por medidas						
Por código de nomenclatura						
Estructura nomenclatura						
Índice alfabético o 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	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 cucuruchos: -- 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 13, Tabla 14, Tabla 15 respectivamente, necesitan documentos soportes y vistos buenos previos a la importación.

Tabla 13 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 Zoosanitario 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 14 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 Zoosanitario 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 15 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 4.19

Ilustración 4.19 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 4.20

Ilustración 4.20 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 4.21

Ilustración 4.21 Precio alimentador programable

Alibaba.com® Global trade starts here.™


Origen: Todos
Destino: Todos

Productos ▾ Buscar por palabra clave

Página Principal > Hogar y Jardín > Productos para Mascotas > Bolsa y Comederos de Mascotas (79763) Multi language Sites ▾

Shenzhen Petwant Pet Products Co., Ltd. [Verificado]

Productos ▾ Detalles de la Empresa ▾ Datos de Contacto



Pf-05a innovadores productos para mascotas con ce, Rohs

1 Últimas consultas

Precio FOB: US \$ 16-17 / Unidad | [Precio - Regateo](#)

Puerto: Shenzhen

Cantidad de pedido mínima: 100 Unidad/es Negociable

Capacidad de suministro: 10000 Unidad/es por Mes Otros

Plazo de entrega: 55 a 60 días laborables

Condiciones de pago: L/C, T/T, Western Union, Paypal, Escrow

Cantidad: Unidad/es ▾


Por favor recomiéndame más proveedores seleccionados si este proveedor no me responde a través del Centro de Mensajes en un plazo de 24 horas.


Proveedor Verificado
Shenzhen Petwant Pet Products Co., Ltd.


China (Continental) | [Detalles de contacto](#)

Tipo de Negocio:
Fabricante

Evaluación:
87.4% Porcentaje de respuesta
49 h Tiempo medio de respuesta

 Ms. Binky Wang

 Hora local 03:56 Fri Sep 11

 Obten presupuestos en tan solo 1-click con una petición de compra de 1 minuto

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 4.22

Ilustración 4.22 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 content area displays the product 'GZ-B-10-L Puppy LED Leash' with a glowing blue LED collar on a black dog. The product details include:

- Producto innovador led correa del perro, para perros de plomo, led para mascotas plomo**
- Precio FOB:** US \$ 0.6-1.1 / Unidad | [Precio - Regateo](#)
- Puerto:** Shenzhen
- Capacidad de suministro:** 10,000,000 Unidad/es por Mes
- Plazo de entrega:** 2-3days después de pago
- Condiciones de pago:** L/C,T/T,Western Union,MoneyGram,paypal
- Cantidad:** 1 [Activa](#)

On the right side, the supplier information is shown:

- Proveedor Verificado:** Shenzhen Shasha Pet Manufacturing Co., Limited
- China (Continental) | Detalles de contacto**
- Tipo de Negocio:** Fabricante
- Evaluación:** 97.6% Porcentaje de respuesta, 3h Tiempo medio de respuesta
- Ms. Emma Xiao**
- Hora local: 05:47 Fri Sep 11**

At the bottom right, there is a note: 'Obten presuuestos en tan solo 1-click con una petición de compra de 1 minuto'.

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 4.23 Precios bolsas biodegradables

The screenshot shows a product listing on Alibaba.com for 'personalizado bolsa de basura para perros de innovadores productos para mascotas al por mayor' (personalized biodegradable dog waste bags). The product is offered by Xiamen Chely Industry And Trade Co., Ltd. The listing includes the following details:

- Producto:** personalizado bolsa de basura para perros de innovadores productos para mascotas al por mayor
- Precio FOB:** US \$ 1-5 / Unidad | [Precio - Reseñas](#)
- Puerto:** Xiamen
- Cantidad de pedido mínima:** 5000 Unidad/ea
- Capacidad de suministro:** 100,000 Unidad/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:** 5000 Unidad/ea

The sidebar on the right provides additional information:

- Proveedor Verificado:** Xiamen Chely Industry And Trade Co., Ltd.
- China (Continental) | Detalles de contacto**
- Tipo de Negocio:** Fabricante, Empresa de Trading
- Evaluación:** 96.6% Porcentaje de respuesta, 64 h Tiempo medio de respuesta
- Ms. Jane Huang**
- Hora local: 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 16

Tabla 16 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 personas 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

Ilustración 4.24 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:	Operado por AVIANCA 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:	Operado por AVIANCA 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 tránsito de 7 a 8 días, en Miami es embarcado para su siguiente destino Medellín, a su aeropuerto internacional Jose Maria Cordoba, 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.

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 los valores totales de la liquidación por productos, ya que provienen de 2 proveedores diferentes.

Tabla 17 Liquidación de las importaciones

			Collar Led		Alimentador		Bolsas biodegradables	
			Total	Unitario	Total	Unitario	Total	Unitario
Exw			2 794	120	1 457,15	15,00	253,97	10,00
Euros								
		MIN						
exworks charge	0,532255	150	\$ 148,70	\$ 6,3871	\$ 88,89	\$ 0,9150	\$ 88,89	\$ 3,4999
handling	80		\$ 36,44	\$ 1,5651	\$ 21,78	\$ 0,2242	\$ 21,78	\$ 0,8576
Security fee	0,2		\$ 55,88	\$ 2,4000	\$ 33,40	\$ 0,3438	\$ 33,40	\$ 1,3151
Terminal fee	0,1	22	\$ 27,94	\$ 1,2000	\$ 16,70	\$ 0,1719	\$ 16,70	\$ 0,6576
gastos en origen		124	\$ 56,48	\$ 2,4259	\$ 33,76	\$ 0,3475	\$ 33,76	\$ 1,3293
Fca			\$ 325,43	\$ 13,98	\$ 194,53	\$ 2,00	\$ 194,53	\$ 7,66
flete	4,04		\$ 1 128,70	\$ 48,4800	\$ 674,68	\$ 6,9452	\$ 674,68	\$ 26,5655
fuel surcharge	2		\$ 558,76	\$ 24,0000	\$ 334,00	\$ 3,4382	\$ 334,00	\$ 13,1513
Collect fee	5%	35	\$ 15,94	\$ 0,6847	\$ 9,53	\$ 0,0981	\$ 9,53	\$ 0,3752
CFR		Euros	\$ 2 028,84	\$ 87,14	\$ 1 212,74	\$ 12,48	\$ 1 212,74	\$ 47,75
		usd	\$ 2 028,84	\$ 87,14	\$ 1 212,74	\$ 12,48	\$ -	\$ 47,75
seguro	0,35%	100	\$ 100,00	\$ 4,2952	\$ 100,00	\$ 1,0294	\$ 100,00	\$ 3,9375
CIP		USD	\$ 2 128,84	\$ 91,44	\$ 1 312,74	\$ 13,51	\$ 100,00	\$ 51,69
CIP		COP	\$ 6 533 924	\$ 280 645	\$ 4 029 105	\$ 41 476	\$ 306 924	\$ 158 646
transporte interno		155000	\$ 70 599	\$ 3 032,37	\$ 42 200	\$ 434,41	\$ 42 200	\$ 1 661,64
comision agenci	0,35%	250000	\$ 22 869	\$ 982,26	\$ 14 102	\$ 145,17	\$ 1 074	\$ 42,30
clasificación arancelaria		50000	\$ 50 000	\$ 2 147,60	\$ 50 000	\$ 514,70	\$ 50 000	\$ 1 968,75
elaboracion registro VUCE		70000	\$ 70 000	\$ 3 006,64	\$ 70 000	\$ 720,58	\$ 70 000	\$ 2 756,25
liberacion y seg	138 115,80	45 x embarque	\$ 62 909	\$ 2 702,05	\$ 37 604	\$ 387,09	\$ 37 604	\$ 1 480,64
traslado zona ac	1 227,70	45 USD MIN	\$ 376 523	\$ 16 172,42	\$ 376 523	\$ 3 875,95	\$ -	\$ -
elaboracion declaracion de v		18000	\$ 36 000	\$ 1 546,27	\$ 36 000	\$ 370,59	\$ 36 000	\$ 1 417,50
gastos varios		60000	\$ 30 000	\$ 1 288,56	\$ 30 000	\$ 308,82	\$ 30 000	\$ 1 181,25
preinspección		70000	\$ 35 000	\$ 1 503,32	\$ 35 000	\$ 360,29	\$ 35 000	\$ 1 378,13
elaboración declaracion imp		18000	\$ 54 000	\$ 2 319,41	\$ 54 000	\$ 555,88	\$ 54 000	\$ 2 126,25
certificado fitosanitario		46000	\$ 138 000	\$ 5 927,38	\$ 138 000	\$ 1 420,58	\$ 138 000	\$ 5 433,75
			\$ 945 900	\$ 40 628,28	\$ 883 429	\$ 9 094,08	\$ 493 878	\$ 19 446,46
DAP			7 479 823		4 912 534		800 802	
arancel	10%		\$ 857 489	\$ 36 830,88	\$ 447 234	\$ 4 604	\$ 77 949	\$ 3 069
	total		\$ 9 432 382	#####	\$ 4 919 577	\$ 50 642	\$ 857 438	\$ 33 762
iva	15%		\$ 1 414 857	\$ 60 770,95	\$ 737 937	\$ 7 596	\$ 128 615,77	\$ 5 064
DDP			\$ 9 752 170	\$ 418 875	\$ 6 097 705	\$ 62 770	\$ 1 007 367	\$ 39 665
Unidad			\$ 418 875		\$ 62 770		\$ 39 665	
		Por unidad	2 793		\$ 62 770		397	
		Mas fijo	4 498		\$ 84 637		1698	
		Precio venta	7000		95000		5000	
		Margen	2 502	-	10 363	-	3 302	
		%	89,60%		16,51%		832,47%	
		Utilidad	8 737 661		1 006 696		8 386 032	
			Collar Led		Alimentador		Bolsas biodegradables	

			Total	Unitario	Total	Unitario	
Exw			10 750	2,15	23 670,89	1,87	
Euros							
		MIN					
P/u	0,35	150	\$ 367,50	\$ 0,0735	\$ 301,27	\$ 0,0238	
handling	67,5		\$ 37,09	\$ 0,0074	\$ 30,41	\$ 0,0024	
Security fee	0,15		\$ 157,50	\$ 0,0315	\$ 129,11	\$ 0,0102	
x ray	0,06	40	\$ 63,00	\$ 0,0126	\$ 51,65	\$ 0,0041	
Fca			\$ 11 375,09	\$ 2,28	\$ 24 183,32	\$ 1,91	
flete	1,5		\$ 1 575,00	\$ 0,3150	\$ 1 291,14	\$ 0,1020	
fuel surcharge	1		\$ 1 050,00	\$ 0,2100	\$ 860,76	\$ 0,0680	
Collect fee	5%	35	\$ 312,54	\$ 0,0625	\$ 256,21	\$ 0,0202	
CFR		Euros	\$ 14 312,63	\$ 2,86	\$ 26 591,43	\$ 2,10	
		usd	\$ 15 235,94	\$ 3,05	\$ 28 306,84	\$ 2,24	
seguro	0,35%	100	\$ 100,00	\$ 0,0200	\$ 100,00	\$ 0,0079	
CIP		USD	\$ 15 335,94	\$ 3,07	\$ 28 406,84	\$ 2,24	
CIP		COP	\$ 47 069 688	\$ 9 414	\$ 87 187 420	\$ 6 888	
transporte interno		155000	\$ 77 500	\$ 15,50	\$ 77 500	\$ 6,12	
comision agenci	0,35%	250000	\$ 164 744	\$ 32,95	\$ 305 156	\$ 24,11	
clasificación arancelaria		50000	\$ 50 000	\$ 10,00	\$ 50 000	\$ 3,95	
elaboracion registro VUCE		70000	\$ 70 000	\$ 14,00	\$ 70 000	\$ 5,53	
liberacion y seg	138 115,80	45 x embarque	\$ 69 058	\$ 13,81	\$ 69 058	\$ 5,46	
traslado zona ac	1 227,70	45 USD MIN	\$ 1 172 916	\$ 234,58	\$ 1 172 916	\$ 92,66	
elaboracion declaración de v		18000	\$ 36 000	\$ 7,20	\$ 36 000	\$ 2,84	
gastos varios		60000	\$ 30 000	\$ 6,00	\$ 30 000	\$ 2,37	
preinspección		70000	\$ 35 000	\$ 7,00	\$ 35 000	\$ 2,77	
elaboración declaracion imp		18000	\$ 54 000	\$ 10,80	\$ 54 000	\$ 4,27	
certificado fitosanitario		46000	\$ 138 000	\$ 27,60	\$ 138 000	\$ 10,90	
			\$ 1 897 218	\$ 379,44	\$ 2 037 630	\$ 160,97	
DAP			48 966 906		89 225 050		
arancel	15%	20%	\$ 5 268 419	\$ 1 053,68	\$ 15 467 677	\$ 1 222	
		total	\$ 40 391 213	\$ 8 078,24	\$ 92 806 064	\$ 7 332	
iva	5%		\$ 2 019 561	\$ 403,91	\$ 4 640 303	\$ 367	
DDP			\$ 56 254 886	\$ 11 251	\$ 109 333 031	\$ 8 637	\$165 587 916
Unidad			\$ 11 251		\$ 8 637		
Más costo fijo			\$ 15 092		\$ 12 158		
		Precio venta	18000		16000		
		Margen	2 908		3 842		
		%	25,85%		44,48%		
		Utilidad	14 540 000		48 632 911		
			LECHE		YOGURT		

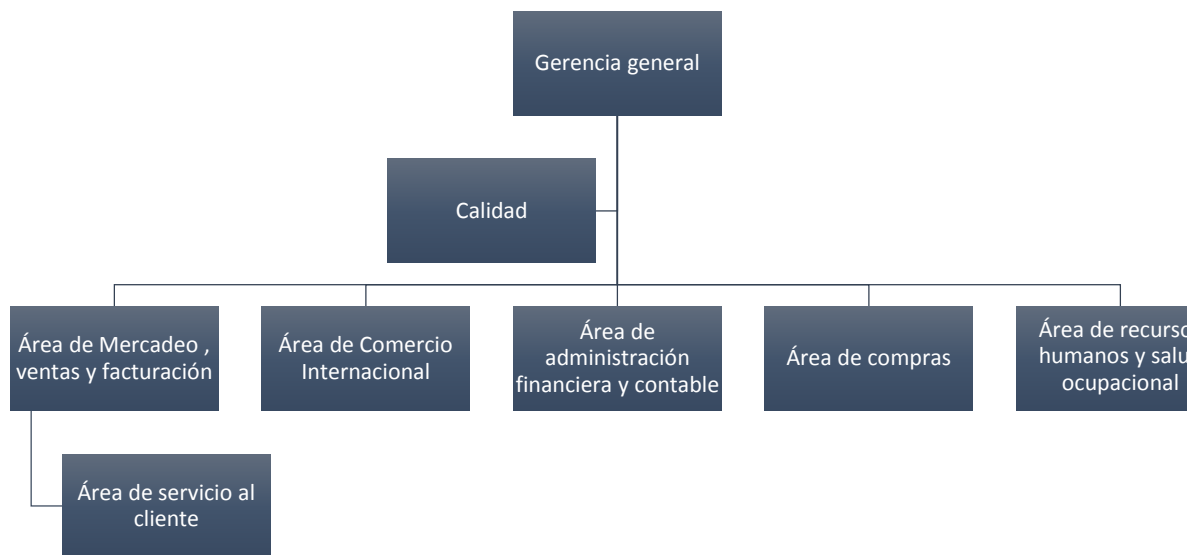
Fuente: Creación Propia

CAPITULO V. ANÁLISIS ORGANIZACIONAL

5.1 Estructura Organizacional del Negocio

5.1.1 Organigrama Estructura Organizacional

Ilustración 5.1 Organigrama de la empresa.



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 188 Funciones por área

Área	Funciones
Gerencia general	<ul style="list-style-type: none"> -Realiza evaluaciones periódicas de las demás áreas para mantener un buen desempeño de las mismas -Planea y desarrolla metas a corto, mediano o largo plazo según los informes que hayan de cada área para mejorar lo regular y mantener lo bueno. -Crea y mantiene buenas relaciones con

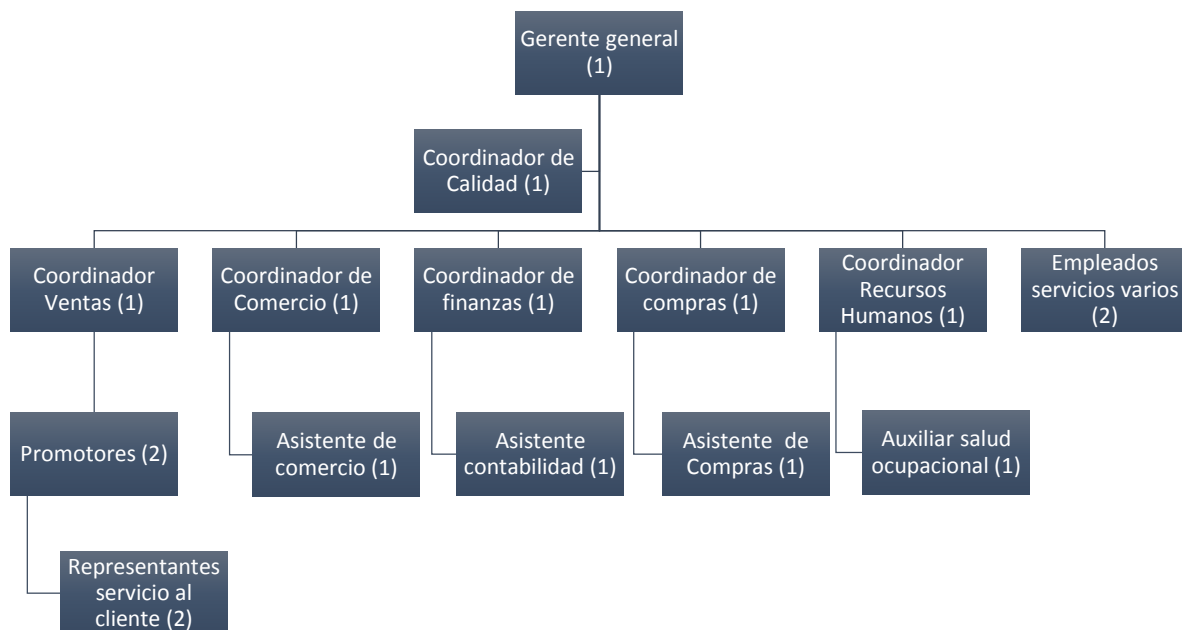
	<p>los proveedores, clientes y empleados para así tener un buen funcionamiento de la empresa.</p> <p>-Coordina a su vez los recursos de la empresa junto con el área encargada de esto.</p>
Calidad	<p>-Tiene como enfoque la satisfacción del cliente.</p> <p>-Se tienen labores para mejorar el liderazgo de los trabajadores de la empresa y así generar mayor compromiso de los mismos.</p> <p>-Identifica y mantiene procesos establecidos por áreas que se interconectan para lograr objetivos comunes así llegar a tener mayor eficacia y eficiencia.</p> <p>-En busca de una mejora continua basado en datos reales de la empresa para tener mejores decisiones y por consiguiente buenos resultados.</p>
Área de recursos humanos y salud ocupacional.	<p>-Recluta nuevas personas mediante elección, pruebas o exámenes a la empresa o promueve los que ya están a un cargo superior.</p> <p>-Contrata y se encarga de la parte legal, es decir, de los derechos y deberes de las dos partes involucradas, empleados y empresa.</p> <p>-Se encarga de capacitar a los empleados según se necesite.</p>
Área de comercio internacional	<p>-Localiza ferias, exposiciones, rondas de negocios y demás para crear contactos y futuras relaciones.</p> <p>-Se responsabiliza de las comunicaciones con los clientes y proveedores.</p> <p>-Se hace cargo de las cadenas de distribución de la mercancía internacionalmente y local.</p> <p>-Gestiona documentación y datos ante las entidades financieras.</p>
Área de Administración financiera y contable	<p>-Se encarga de llevar un registro monetario de la empresa, utilizando herramientas como balance general, estado de resultados y demás.</p> <p>-Llevar control de todas las obligaciones tributarias y legales dentro de la empresa para su perfecta auditoría fiscal.</p> <p>-Llevar la custodia de los ingresos y egresos de la empresa, también de las inversiones,</p>

	costos y control del dinero.
Área de ventas, mercadeo y facturación	-Se encarga de pronosticar el número de ventas, investigar mercados y segmentarlos para obtener datos y llevar a cabo una mejor publicidad y promoción, así facilitar el intercambio de información manteniendo al tanto al cliente del producto y por tanto llevarlo al máximo de satisfacción frente a este. -Se encarga de materializar y documentar los ingresos de la empresa.
Área de servicio al cliente	-facilita el manejo de la información de los clientes a nivel interno como externo de la empresa, es decir, es la cara de la empresa al cliente.
Área de aseo (tercerizada)	-Esta área se encarga de velar por el buen funcionamiento y aseo general en la empresa, es decir, tiene como función principal mantener los establecimientos donde está ubicada la compañía estéticamente agradable a la vista.

Fuente: Elaboración propia

5.1.2 Organigrama Estructura Personal

Ilustración 4.2 Organigrama estructura del personal.



Fuente: Elaboración propia

Tabla 199 Funciones por cargo

Cargo	Funciones
Gerente general	Fijar los lineamientos de cada departamento dentro de la empresa, velar por el cumplimiento de todos los parámetros de calidad en cada uno de los procesos tanto financieros, contables y tributarios.
Coordinador de Calidad	Mide la eficiencia en cada proceso a través de indicadores para poder tomar decisiones, realizar auditorías internas periódicas para detectar cualquier tipo de falencia dentro de cada proceso.
Coordinador de mercadeo y ventas	Hacer un constante estudio de los distintos canales de distribución y venta para un cumplimiento de ventas que permita estabilidad económica dentro de la empresa, Tener su personal a cargo y asesores de ventas motivados para cumplir el rendimiento deseado contribuyendo así con la satisfacción del cliente.
Representantes servicio al cliente	Resolver las inquietudes y necesidades de los clientes

	<p>externos e internos de la empresa.</p> <p>Recibir y canalizar las quejas y reclamos.</p>
Coordinador de Comercio internacional	<p>Coordinar y hacer seguimiento a la cadena de distribución de la mercancía local e internacional.</p> <p>Crear vínculos con socios estratégicos en ruedas de negocios o ferias con el fin de tener futuros negocios exitosos.</p>
Asistente Comercio	<p>Llenar formularios y documentación que sean necesarios para llevar a cabo una importación.</p> <p>Ser el apoyo logístico del coordinador del área con el fin de hacer un seguimiento continuo a la cadena de distribución.</p>
Coordinador de compras	<p>Cotizar, buscar mejor precio y calidad de los proveedores según los parámetros de la gerencia.</p>
Asistente de compras	<p>Ser el apoyo del coordinador del área para facilitar procesos.</p>
Coordinador de Recursos H	<p>Reclutar personal que cumpla con las necesidades de la empresa y contratación del mismo.</p> <p>Velar por el bienestar del personal de la empresa.</p> <p>Reportar novedades de los empleados y calcular la nómina según lo acordado en el contrato y según las leyes constitucionales.</p>
Auxiliar salud ocupación	<p>Ser el apoyo del área de recursos humanos pero enfocado más en el bienestar de cada trabajador tanto físico como mentalmente.</p>
Tercerización Aseo	<p>Mantener los espacios laborales adecuados y limpios para generar bienestar entre los trabajadores.</p>

Fuente: Elaboración propia.

5.1.3 Costos Personal y Procesos Administrativos Tercerizados

Tabla 20 Salarios devengados

Cargo	Salario Base	Prestaciones	Parafiscales	Aportes y otros	Total a pagar por salario incluida la exoneracion de la ley 1607 de 2012 para empresas beneficiarias de el.
Gerente general	4.500.000	795.000	180.000	1.133.490	6.225.990
Coordinador calidad	850.000	163.240	34.000	288.104	1.263.094
Coordinador ventas y mercadeo	900.000	172.074	36.000	300.698	1.336.969
Representante Servicio al Cliente	700.000	136.740	28.000	250.321	1.059.215
Coordinador comercio internacional	900.000	172.074	36.000	300.698	1.336.969
Asistente comercio	700.000	136.740	28.000	250.321	1.059.215
Coordinador de compras	900.000	172.074	36.000	300.698	1.336.969
Asistente de compras	700.000.	136.740.	28.000	250.321	1.059.215
Coordinador de recursos humanos	900.000	172.074	36.000	300.698	1.336.969
Auxiliar salud ocupacional	850.000	163.240	34.000	288.104	1.263.094
Aseo x2	1.400.000	273.480	56.000	500.642	2.118.430
Total	13.300.000	2.321.402	532.000	3.875.991	15.999.945

Fuente: Calculadora Laboral Mintrabajo.gov.co

5.2 Costo estructura organizacional del negocio

5.2.1 Locaciones empresa

- Área requerida: teniendo en cuenta que la administración general de la empresa va a estar ubicada en la sede de Medellín, es necesario contar con un espacio que tenga un área entre 500 y 700 metros cuadrados; para la sede de Bogotá se requiere un espacio que tenga un área entre 300 y 500 metros cuadrados.
- Tipo de adquisición de los locales: serán adquiridos en calidad de arrendamiento con una duración de un año renovable, se estima un arrendamiento mensual en Medellín de \$1.500.000 y en Bogotá \$2.000.000.
- Puntos de ventas: los puntos de venta estarán ubicados en las ciudades de Medellín y Bogotá, en sectores comerciales, de fácil acceso y bien ubicados.

5.2.2 Requerimiento de maquinarias, equipos, software, muebles y enseres

Tabla 21 Maquinarias, equipos, software, muebles y enseres

Elemento	Valor unitario	Cantidad	Valor total	Cotizado en
Computador portátil marca HP	\$1.699.900	2	\$3.399.800	Falabella
Computador de escritorio	\$899.900	7	\$6.299.300	Almacenes Éxito
Impresora térmica	\$320.000	2	\$640.000	Centro comercial Monterrey
Impresora multifuncional marca Epson	\$454.300	2	\$908.600	Falabella
Escritorios y sillas ejecutivas para 7 puestos de trabajo	\$287.625	7	\$2.013.375	Almacenes Éxito
Sillas interlocutor	\$80.000	2	\$160.000	Almacenes Éxito
Carretilla	\$420.000	2	\$840.000	Pisende
Aire acondicionado marca Haceb	\$1.878.999	2	\$3.757.998	Falabella

Teléfonos alámbrico	\$70.900	9	\$141.800	Almacenes Éxito
Pesa tipo gramera	\$120.000	2	\$240.000	Pisende
Microondas marca Haceb	\$250.000	2	\$500.000	Falabella
Cafetera marca Recco	\$79.900	2	\$159.800	Falabella
Dispensadores de agua fría marca Indurama	\$349.000	2	\$698.000	Almacenes Exito
Estanterías 3 niveles	\$273.000	6	\$1.638.000	Almacenes Éxito
Archivo	\$150.000	2	\$300.000	Almacenes Exito
Vitrinas o mostradores	\$340.000	2	\$680.000	Falabella
Punto ecológico	\$150.000	2	\$300.000	Extra de Colombia
Escalera de acero	\$91.800	2	\$183.600	Almacenes Éxito
TOTAL			\$22.860.273	

Fuente: La información recolectada se sustrajo de almacenes de cande del are metropolitana de Medellín.

Este valor se lleva a la inversión inicial.

5.2.3 requerimiento de materiales e insumos por área

Tabla 22 Maquinarias Requerimiento de materiales e insumos por área

Relación de materiales e insumos por área (cantidad por mes)				
Elemento	Unidad de medida	Valor unitario	Cantidad	Valor total
Lapiceros	unidad	\$500	10	\$5.000
Resmas de papel tamaño carta	unidad	\$8.500	4	\$34.000
Clics	caja	\$500	4	\$2.000
gancho de cosedora	caja	\$650	2	\$1.300
Nescafé	frasco	\$8.200	4	\$32.800
Elementos de aseo	unidad	\$15.000	2	\$30.000
vasos desechables	paquete	\$1.500	10	\$15.000
TOTAL MES				\$120.100
TOTAL AÑO				\$1.441.200

Fuente: Elaboración propia.

5.2.4 requerimientos de servicios por área

Tabla 23 Requerimientos de servicios por área

Relación de servicios área (valores mensuales)	
Elemento	Valor mensual estimado
Servicios públicos	\$ 1.000.000
Servicios de internet y telefonía	\$ 400.000
Mantenimiento aire acondicionado	\$ 200.000
Viáticos y transporte del gerente a la sede Bogotá	\$ 500.000
Mensajería para envío de materiales a Bogotá	\$ 1.000.000
TOTAL MES	\$ 3.100.000
TOTAL AÑO	\$ 37.200.000

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO VI. ANÁLISIS LEGAL

6.1. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

Tabla 24 Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

Descripción	Costo	Periodos	Establecimiento
Certificado uso de suelos	\$ 49.000	Única vez	Departamento Administrativo de Planeación Municipal (Subdirección Ordenamiento Urbanístico)
Obtener el concepto sanitario (Certifica que se cumplan las normas básicas de salubridad)	\$ 1'096.000 Aprox.	Se renueva cada 10 años	Secretaría de Salud Municipal
Certificado de Seguridad. (Éste certifica que se cumplen con las condiciones mínimas de seguridad, como: sistema de protección contra incendios, vías de evacuación y salidas de emergencia, señalización adecuada, etc.)	(el 5% del impuesto de industria y comercio; COP\$ 22.000 es la tarifa mínima)	Cada dos años	Bomberos

Registro 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
Cámara y comercio	Según activo (valor aprox mínimo 120.000)	Anual	Cámara y comercio
Industria y comercio	El valor depende de los activos	Se paga mensual	Alcaldía de Medellín
Declaración industria y comercio	Depende de los ingresos anuales	Anual	Alcaldía de Medellín

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO VII. ANÁLISIS FINANCIERO

7.1. Tasas Interés, Impuestos, Tasas de Rentabilidad

La tasa de rentabilidad del sector alimentos balanceados para animales es de aproximadamente 12,25%

La tasa de rentabilidad esperada es de 15% EA.

Impuesto de renta es del 25%

Margen de contribución por producto para fijar precio

Collar Led	Alimentador	Bolsas	Leche	Yogurt
2,502	10,363	3,302	2,908	3,842
84.47%	15.71%	790.28%	25.85%	46.20%

7.2. Aportes de Capital de los Socios

Las necesidades de recursos de la empresa son de COP 126'636.284, de los cuales cada socio aportará el 50% COP 12'663.628, para un total de COP 25'327.257 (20% de recursos propios) como aportes de capital y un crédito de COP 101'309.027, correspondiente al 80% de la inversión. Una vez desembolsados los recursos, se utilizarán en principio para financiar el capital de trabajo que se requiere para la consecución de los locales, la contratación de la gente y para pagar los gastos de importación en la medida que estos vayan causándose. Los demás recursos que no se inviertan inmediatamente serán depositados en cuentas de inversión de alta liquidez y bajo riesgo.

Relacione los aportes que realizara cada socio y en que serán destinados. Recuerde que no todos los aportes tienen que ser invertidos inmediatamente.

7.3 Créditos y Préstamos Bancarios

- Nombre de la entidad financiera: SENA, crédito emprendedores
- Monto total del préstamo necesario para el proyecto: COP 101'309.027
- Tasa de Interés: 10% E.A.
- Plazo del préstamo: 60 meses
- Resumen de Tabla Amortización: Capital Pagado, Intereses y Saldo Capital cada año:

Tabla 1 Amortización de préstamo (Anual)

Tabla de Amortización Préstamo (Anual)				
Periodo	Cuota Préstamo	Intereses	Capital	Saldo
Total Año 1	\$ 31,966,415	\$ 8,978,968	\$ 16,594,163	\$ 110,042,121
Total Año 2	\$ 31,966,415	\$ 7,319,552	\$ 18,253,580	\$ 91,788,541
Total Año 3	\$ 31,966,415	\$ 5,494,194	\$ 20,078,938	\$ 71,709,603
Total Año 4	\$ 31,966,415	\$ 3,486,300	\$ 22,086,832	\$ 49,622,772
Total Año 5	\$ 31,966,415	\$ 1,277,617	\$ 24,295,515	\$ 25,327,257

Fuente: Elaboración Propia

7.4 Precios de los Productos

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

Uno de los factores que determinaron los precios de los productos fue ponderando los precios del mercado y/o competencia, tal como se puede observar en la tabla 3.8 para Medellín y 3.10 para Bogotá, de estas empresas se tomó precios máximos y mínimos para así determinar un precio competitivo frente a ellos y además acorde con las demandas económicas de la empresa nuestra.

El valor agregado de nuestros productos tal como los lacteos para gatos, estos son alimentos para las mascotas únicos en el mercado local por ser el resultado de la investigación y desarrollo de Whiskas Holanda, se comercializa en los países con mayor nivel de vida y por consiguiente ahora se hará en Colombia, esto supone un buen margen para la empresa y la determinación del precio en pro de la misma.

7.4.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

Tabla 2 Precios productos en base los costos.

	Collar Led	Alimentador	Bolsas	Leche	Yogurt
Costo Variable y fijo	4,498	84,637	1,698	15,092	12,158
Precio venta (estudio mercado)	7,000	95,000	5,000	18,000	16,000
Margen	2,502	10,363	3,302	2,908	3,842
%	84.47%	15.71%	790.28%	25.85%	46.20%

Fuente: Elaboración propia

7.5 Análisis Financiero

7.5.1 Ingresos

7.5.1.1 Ingresos Propios del Negocio

Los ingresos por ventas mensuales se presentan en la tabla a continuación:

Tabla 3 Ingresos Propios del Negocio

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO

Ventas		Participación del Total Ventas
Leche para Gatos	\$ 48,984,000.0	43.96%
Croquetas de yogur	\$ 43,541,333.3	39.07%
Collar led para mascotas	\$ 9,524,666.7	8.55%
Alimentador Programable	\$ 2,585,266.7	2.32%
Bolsas Biodegradables	\$ 6,803,333.3	6.11%
VENTAS TOTALES (VT)	\$ 111,438,600.0	100.00%

Fuente: Elaboración Propia

7.5.2 Egresos

7.5.2.1 Inversiones

A continuación se presentan las Inversiones en Activos Fijos, así como su depreciación mensual:

Tabla 4 Inversiones

Activos Fijos Exigibles (Vida Util)	Valor	Depreciación Mensual
Equipos (5 años)	\$ 6,664,398.0	\$ 111,073.3
Equipos de Informatica y Comunicaciones (3 años)	\$ 12,049,300.0	\$ 334,702.8
Muebles y Enseres (10 años)	\$ 6,354,975.0	\$ 52,958.1
Total Activos Fijos Exigibles	\$ 25,068,673.0	
Total Depreciación Mensual		\$ 498,734.2

Fuente: Elaboración propia

La Inversión en Gastos Pre-operativos exigibles en tabla 7.5 y así como la de los disponibles en tabla 7.6 , se presenta a continuación:

Tabla 5 Inversión gastos pre operativos exigibles

Gastos Preoperativos Exigibles	Valor	Amortización
Consulta de nombre RUES	\$ 49,000.00	\$ 816.7
Documentos de constitución (matricula mercantil)	\$ 161,800.0	\$ 2,696.7
Presentación y promoción	\$ 1,400,000.0	\$ 23,333.3
Documentacion de constitución	\$ 89,000.0	\$ 1,483.3
Consulta de suelos	\$ 49,000.0	\$ 816.7
Licencia ventas para alimentos animales (ICA)	\$ 1,096,000.0	\$ 18,266.7
Bomberos	\$ 22,000.0	\$ 366.7
Renta de los locales	\$ 3,500,000.0	\$ 58,333.3
Vigilancia cámaras de seguridad	\$ 720,000.0	\$ 12,000.0
Adecuaciones locativas	\$ 20,000,000.0	\$ 333,333.3
Papelería inicial	\$ 120,100.0	\$ 2,001.7
Servicios públicos mes	\$ 1,400,000.0	\$ 23,333.3
Total Gasto Preoperativos Exigibles	\$ 28,606,900.0	
Toatal Amortización Mensual		\$ 476,781.7

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 6 Gastos pre operativos disponibles

Gastos Preoperativos Disponibles	Valor
Constitución y registro	\$ 49,000.0
Diseño organizacional	\$ 161,800.0
Presentación y Promoción	\$ 0.0
Estudios financieros	\$ 89,000.0
Investigación y estudios	\$ 49,000.0
Salarios	\$ 1,096,000.0
Costos financieros	\$ 22,000.0
Total Gasto Preoperativos Disponible	\$ 1,466,800.0

Fuente: Elaboración Propia

Las Inversiones en Capital de trabajo se presentan a continuación:

Tabla 7 Inversiones en capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
Requerimientos de Efectivo	CUENTA	VALOR
	Costos Variables	\$ 29,822,371
	Costos Fijos de Producción	\$ 7,597,239
	Costos Fijos de Administración	\$ 4,584,049
	Costos Fijos de Comercialización y Ventas	\$ 440,417
Activo Corriente	CUENTA	VALOR
	Cuentas por Cobrar	\$ 19,807,235
	Inventarios productos	\$ 37,419,610
	Inventario de Materia Prima	\$ 0
Pasivo Corriente	CUENTA	VALOR
	Materia Prima	\$ 0
	Fijos de Producción	\$ 15,194,478
	Administrativos	\$ 9,168,098
	Comercialización y Ventas	\$ 880,833

	INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO	\$ 74,427,511

Fuente: Elaboración Propia

7.5.2.2 Costos Fijos y Variables

Tabla 8 Costos fijos y variables

Total costos variables por producto		Ventas unidades	Costo variable total	Participación ventas	Costos unitarios totales ponderado por producto
Leche para Gatos	\$ 11,251	\$ 2,721	\$ 30,617,721	41.40%	\$ 15,091.51
Croquetas de yogur	\$ 8,317	\$ 2,721	\$ 22,633,329	41.40%	\$ 12,157.51
Collar led para mascotas	\$ 2,962	\$ 1,361	\$ 4,030,295	8.28%	\$ 4,498.21
Alimentador Programable	\$ 65,947	\$ 27	\$ 1,794,638	2.01%	\$ 84,637.49
Bolsas Biodegradables	\$ 418	\$ 1,361	\$ 568,759	6.90%	\$ 1,698.17

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 9 Resumen costos

RESUMEN COSTOS		
Cuenta	Valor	Participación
Total Costos Variables	\$ 59,644,742	70.26%
Total Costos fijos de producción	\$ 15,194,478	17.90%
Total Costos fijos de administración	\$ 9,168,098	10.80%
Total Costos fijos de Comercialización y Ventas	\$ 880,833	1.04%
Costos Totales	\$ 84,888,151	100.00%

Fuente: Elaboración Propia

7.5.3. Análisis de Punto de Equilibrio

A continuación se presenta el análisis del punto de equilibrio por cada producto, por tratarse de productos de alta rentabilidad, no se requirieron hacer ajustes al cálculo, ya que los valores obtenidos y que se presentan a continuación, eran superiores a los requeridos en el punto de equilibrio obtenido.

Tabla 10 Punto de Equilibrio

Producto o Servicio	PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRODUCTO			
	Margen Contribucion Unitario	Participacion Ventas	Punto Equilibrio (Unidades)	Punto Equilibrio (Pesos)
Leche para Gatos	\$ 6,749.00	43.96%	1644.10	\$ 29,593,729
Croquetas de yogur	\$ 7,683.00	39.07%	1283.76	\$ 20,540,132
Collar led para mascotas	\$ 4,038.00	8.55%	534.31	\$ 3,740,192
Alimentador Programable	\$ 29,053.00	2.32%	20.16	\$ 1,914,919
Bolsas Biodegradables	\$ 4,582.00	6.11%	336.34	\$ 1,681,702

Fuente: Elaboración Propia

Desde el punto de vista de la empresa, a continuación se presenta el punto de equilibrio general en porcentaje y en COP.

Tabla 11 Punto de equilibrio general en % y COP

Costo Variable promedio =	53.52%	Punto de Equilibrio (%) =	48.74%
Margen de contribución (\$) =	\$ 51,793,858	Punto de Equilibrio (\$) =	\$ 54,313,200
Margen de contribución (%) =	46.48%		

Fuente: Elaboración Propia

7.5.4 Análisis Financiero Anual y Proyectado

7.5.4.1 Estado de Pérdida y Ganancias

Tabla 12 Estado de perdidas y ganancias

ESTADO DE RESULTADOS -CIFRAS MENSUALES (MILLONES DE PESOS)														
CUENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	%	indicador
Ingresos por concepto de + Ventas	\$ 111.44	\$111.44	\$111.44	\$111.44	\$111.44	\$111.44	\$111.44	\$111.44	\$111.44	\$111.44	\$111.44	\$111.44		
- Costo Variables	\$ 59.64	\$ 59.64	\$ 59.64	\$ 59.64	\$ 59.64	\$ 59.64	\$ 59.64	\$ 59.64	\$ 59.64	\$ 59.64	\$ 59.64	\$ 59.64	53.5%	de ventas
- Costos Fijos Producción	\$ 15.19	\$ 15.19	\$ 15.19	\$ 15.19	\$ 15.19	\$ 15.19	\$ 15.19	\$ 15.19	\$ 15.19	\$ 15.19	\$ 15.19	\$ 15.19	13.6%	de ventas
- Gastos Depreciación	\$ 0.50	\$ 0.50	\$ 0.50	\$ 0.50	\$ 0.50	\$ 0.50	\$ 0.50	\$ 0.50	\$ 0.50	\$ 0.50	\$ 0.50	\$ 0.50	0.4%	de ventas
= Utilidad Bruta en Ventas	\$ 36.10	\$ 36.10	\$ 36.10	\$ 36.10	\$ 36.10	\$ 36.10	\$ 36.10	\$ 36.10	\$ 36.10	\$ 36.10	\$ 36.10	\$ 36.10	32.4%	margen bruto en ventas
- Costos fijos de Administración	\$ 9.17	\$ 9.17	\$ 9.17	\$ 9.17	\$ 9.17	\$ 9.17	\$ 9.17	\$ 9.17	\$ 9.17	\$ 9.17	\$ 9.17	\$ 9.17	8.2%	de ventas
Costos Fijos de Ventas y - Distribución	\$ 0.88	\$ 0.88	\$ 0.88	\$ 0.88	\$ 0.88	\$ 0.88	\$ 0.88	\$ 0.88	\$ 0.88	\$ 0.88	\$ 0.88	\$ 0.88		de ventas 0.8%
- Amortización de diferidos	\$ 0.48	\$ 0.48	\$ 0.48	\$ 0.48	\$ 0.48	\$ 0.48	\$ 0.48	\$ 0.48	\$ 0.48	\$ 0.48	\$ 0.48	\$ 0.48	0.4%	de ventas
= Utilidad Operativa	\$ 25.57	\$ 25.57	\$ 25.57	\$ 25.57	\$ 25.57	\$ 25.57	\$ 25.57	\$ 25.57	\$ 25.57	\$ 25.57	\$ 25.57	\$ 25.57	22.9%	margen operativo
+ Otros Ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		
- Otros egresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		
- Costos de Financiación	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		
Utilidad Antes de Impuestos =	\$ 25.57	\$ 25.57	\$ 25.57	\$ 25.57	\$ 25.57	\$ 25.57	\$ 25.57	\$ 25.57	\$ 25.57	\$ 25.57	\$ 25.57	\$ 25.57		margen antes de impuestos 22.9%
- Impuestos	\$ 6.39	\$ 6.39	\$ 6.39	\$ 6.39	\$ 6.39	\$ 6.39	\$ 6.39	\$ 6.39	\$ 6.39	\$ 6.39	\$ 6.39	\$ 6.39		
= UTILIDAD NETA	\$ 19.18	\$ 19.18	\$ 19.18	\$ 19.18	\$ 19.18	\$ 19.18	\$ 19.18	\$ 19.18	\$ 19.18	\$ 19.18	\$ 19.18	\$ 19.18		margen neto
Utilidades Repartidas - (Dividendos)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		
= Utilidades no Repartidas	\$ 19.18	\$ 19.18	\$ 19.18	\$ 19.18	\$ 19.18	\$ 19.18	\$ 19.18	\$ 19.18	\$ 19.18	\$ 19.18	\$ 19.18	\$ 19.18		
Utilidades no Repartidas Acumuladas	\$ 19.18	\$ 38.36	\$ 57.54	\$ 76.72	\$ 95.91	\$115.09	\$134.27	\$153.45	\$172.63	\$191.81	\$210.99	\$230.17		

Fuente: Archivo analisis financiero estado de resultados

7.5.4.2 Flujo de Caja, VPN, TIR – Primer Año

Tabla 13 Flujo de caja, VPN,TIR-Primer año

FLUJO DE CAJA	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
+ Ingresos por venta		\$ 111,438,600	\$ 111,438,600	\$ 111,438,600	\$ 111,438,600	\$ 111,438,600	\$ 111,438,600
- Costos variables		\$ 59,644,742	\$ 59,644,742	\$ 59,644,742	\$ 59,644,742	\$ 59,644,742	\$ 59,644,742
- Costos fijos	\$ 0	\$ 25,243,409	\$ 25,243,409	\$ 25,243,409	\$ 25,243,409	\$ 25,243,409	\$ 25,243,409
Costos fijos de Producción		\$ 15,194,478	\$ 15,194,478	\$ 15,194,478	\$ 15,194,478	\$ 15,194,478	\$ 15,194,478
Costos fijos de Administración		\$ 9,168,098	\$ 9,168,098	\$ 9,168,098	\$ 9,168,098	\$ 9,168,098	\$ 9,168,098
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 880,833	\$ 880,833	\$ 880,833	\$ 880,833	\$ 880,833	\$ 880,833
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 975,516	\$ 975,516	\$ 975,516	\$ 975,516	\$ 975,516	\$ 975,516
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 807,852	\$ 797,301	\$ 786,665	\$ 775,944	\$ 765,138	\$ 754,246
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 24,767,081	\$ 24,777,632	\$ 24,788,268	\$ 24,798,989	\$ 24,809,795	\$ 24,820,687
- Impuestos	\$ 0	\$ 6,191,770	\$ 6,194,408	\$ 6,197,067	\$ 6,199,747	\$ 6,202,449	\$ 6,205,172
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 18,575,311	\$ 18,583,224	\$ 18,591,201	\$ 18,599,242	\$ 18,607,346	\$ 18,615,516
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 975,516	\$ 975,516	\$ 975,516	\$ 975,516	\$ 975,516	\$ 975,516
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 101,309,027	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Prestamos	\$ 101,309,027						
Recuperación Capital de trabajo							
Valor de Salvamento							
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 128,103,084	\$ 1,323,242	\$ 1,333,794	\$ 1,344,429	\$ 1,355,150	\$ 1,365,956	\$ 1,376,849
Activos Fijos	\$ 25,068,673						
Pago Credito (Capital)		\$ 1,323,242	\$ 1,333,794	\$ 1,344,429	\$ 1,355,150	\$ 1,365,956	\$ 1,376,849
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 28,606,900						
Capital de Trabajo	\$ 74,427,511						
FLUJO DE CAJA	-\$ 26,794,057	\$ 18,227,584	\$ 18,224,947	\$ 18,222,288	\$ 18,219,607	\$ 18,216,906	\$ 18,214,183

FLUJO DE CAJA	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Año 1 (millones)	Indicador
+ Ingresos por venta	\$ 111,438,600	\$ 111,438,600	\$ 111,438,600	\$ 111,438,600	\$ 111,438,600	\$ 111,438,600	\$ 1,337.26	
- Costos variables	\$ 59,644,742	\$ 59,644,742	\$ 59,644,742	\$ 59,644,742	\$ 59,644,742	\$ 59,644,742	\$ 715.74	53.52% de los ingresos
- Costos fijos	\$ 25,243,409	\$ 25,243,409	\$ 25,243,409	\$ 25,243,409	\$ 25,243,409	\$ 25,243,409	\$ 302.92	22.65% de los ingresos
Costos fijos de Producción	\$ 15,194,478	\$ 15,194,478	\$ 15,194,478	\$ 15,194,478	\$ 15,194,478	\$ 15,194,478	\$ 182.33	
Costos fijos de Administración	\$ 9,168,098	\$ 9,168,098	\$ 9,168,098	\$ 9,168,098	\$ 9,168,098	\$ 9,168,098	\$ 110.02	
Costos fijos de comercialización y ventas	\$ 880,833	\$ 880,833	\$ 880,833	\$ 880,833	\$ 880,833	\$ 880,833	\$ 10.57	
- No Desembolsables	\$ 975,516	\$ 975,516	\$ 975,516	\$ 975,516	\$ 975,516	\$ 975,516	\$ 11.71	0.88% de los ingresos
- Intereses Credito	\$ 743,266	\$ 732,200	\$ 721,045	\$ 709,801	\$ 698,467	\$ 687,043	\$ 8.98	0.67% de los ingresos
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 24,831,667	\$ 24,842,733	\$ 24,853,888	\$ 24,865,132	\$ 24,876,466	\$ 24,887,890	\$ 297.92	22.28% de los ingresos
- Impuestos	\$ 6,207,917	\$ 6,210,683	\$ 6,213,472	\$ 6,216,283	\$ 6,219,116	\$ 6,221,972	\$ 74.48	5.57% de los ingresos
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 18,623,750	\$ 18,632,050	\$ 18,640,416	\$ 18,648,849	\$ 18,657,349	\$ 18,665,917	\$ 223.44	16.71% de los ingresos
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 975,516	\$ 975,516	\$ 975,516	\$ 975,516	\$ 975,516	\$ 975,516	\$ 11.71	
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 116,396,894	\$ 116.40	8.70% de los ingresos
Prestamos							\$ 0.00	
Recuperación Capital de trabajo						\$ 74,427,511	\$ 74.43	
Valor de Salvamento						\$ 41,969,383	\$ 41.97	
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 1,387,828	\$ 1,398,895	\$ 1,410,050	\$ 1,421,293	\$ 1,432,627	\$ 1,444,051	\$ 16.59	1.24% de los ingresos
Activos Fijos							\$ 0.00	
Pago Credito (Capital)	\$ 1,387,828	\$ 1,398,895	\$ 1,410,050	\$ 1,421,293	\$ 1,432,627	\$ 1,444,051	\$ 16.59	
Gastos PREOPERATIVOS							\$ 0.00	
Capital de Trabajo							\$ 0.00	
FLUJO DE CAJA	\$ 18,211,438	\$ 18,208,671	\$ 18,205,883	\$ 18,203,072	\$ 18,200,238	\$ 134,594,276	\$ 334.95	25.05% de los ingresos

Fuente: Archivo Analisis financiero, Flujo de caja

A continuación se presenta el resultado del análisis de la TIR y VPN para el primer año.

Tabla 14 Analisis TIR Y VPN

Tasa de Rentabilidad Esperada (E.M)	1.17%
Valor Presente Neto	277,206,284
Tasa Interna de Retorno (E.M)	68.45%

Fuente: Elaboración Propia

Como puede observarse, al traer a valor presente el flujo de caja, utilizando una tasa de rentabilidad esperada del 15% E.A. (1.17% EM), se obtiene un Valor Presente Neto de COP 277'206.284, lo cual significa, por ser positivo, que se supera la tasa de rentabilidad esperada y al calcular la Tasa Interna de Retorno (tasa a la que el valor presente es igual a 0) se obtiene un 68.45%, la cual es una tasa ampliamente superior la esperada, por lo que se considera un negocio áltamente rentable.

7.5.4.3 Flujo de Caja, VPN, TIR – Proyectado

A continuación se presentan los supuestos utilizados para la proyección del flujo de caja a 5 años, así como el resultado del mismo:

Supuestos:

Tabla 15 Flujo de Caja, VPN, TIR – Proyectado

Variacion Porcentual Anual de Precios	2.00%
Variacion Porcentual Anual de Ventas	1.00%
Variacion Porcentual Anual de Costos	2.00%
Inflación promedio estimada	4.00%

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 16 Flujo de caja (5 años)

FLUJO DE CAJA (ANUAL - 5 AÑOS) y EVALUACIÓN FINANCIERA						
Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 1,337,263,200	\$ 1,377,648,549	\$ 1,419,253,535	\$ 1,462,114,992	\$ 1,506,270,865
- Costos variables		\$ 715,736,900	\$ 730,051,638	\$ 744,652,671	\$ 759,545,725	\$ 774,736,639
- Costos fijos		\$ 302,920,912	\$ 308,979,330	\$ 315,158,917	\$ 321,462,095	\$ 327,891,337
Costos fijos de Producción		\$ 182,333,736	\$ 185,980,411	\$ 189,700,019	\$ 193,494,019	\$ 197,363,900
Costos fijos de Administración		\$ 110,017,176	\$ 112,217,520	\$ 114,461,870	\$ 116,751,107	\$ 119,086,129
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 10,570,000	\$ 10,781,400	\$ 10,997,028	\$ 11,216,969	\$ 11,441,308
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 11,706,190	\$ 11,706,190	\$ 11,706,190	\$ 11,706,190	\$ 11,706,190
- Intereses Credito		\$ 8,978,968	\$ 7,319,552	\$ 5,494,194	\$ 3,486,300	\$ 1,277,617
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 297,920,229	\$ 319,591,838	\$ 342,241,563	\$ 365,914,681	\$ 390,659,081
- Impuestos	\$ 0	\$ 74,480,057	\$ 79,897,959	\$ 85,560,391	\$ 91,478,670	\$ 97,664,770
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 223,440,172	\$ 239,693,878	\$ 256,681,172	\$ 274,436,011	\$ 292,994,311
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 11,706,190	\$ 11,706,190	\$ 11,706,190	\$ 11,706,190	\$ 11,706,190
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 101,309,027	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 75,707,353
Préstamos	\$ 101,309,027					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 80,562,732
Valor de Salvamento						-\$ 4,855,379
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 128,103,084	\$ 18,082,714	\$ 19,771,901	\$ 21,627,625	\$ 23,666,493	\$ 24,295,515
Activos Fijos	\$ 25,068,673					
Pago Credito (Capital)		\$ 16,594,163	\$ 18,253,580	\$ 20,078,938	\$ 22,086,832	\$ 24,295,515
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 28,606,900					
Capital de Trabajo	\$ 74,427,511	\$ 1,488,550	\$ 1,518,321	\$ 1,548,688	\$ 1,579,661	
FLUJO DE CAJA	-\$ 26,794,057	\$ 217,063,649	\$ 231,628,168	\$ 246,759,737	\$ 262,475,709	\$ 356,112,339

Fuente: Analisis financiero Flujo de caja 5 años

Así mismo, a continuación se presentan los resultados del VPN y la TIR frente a la tasa de rentabilidad esperada:

Tabla 17 VPN y TIR frente tasa rentabilidad esperada

Tasa Interna de Retorno	15.00%
Valor Presente Neto	826,471,755
Tasa Interna de Retorno	816.82%

Fuente: Elaboración propia

Tal como se explico para el flujo de caja del primer año, al traer a valor presente el flujo de caja de los 5 primeros años, utilizando una tasa de rentabilidad esperada del 15%

E.A., se obtiene un Valor Presente Neto de COP 826'471.755, lo cual significa, por ser positivo, que se supera la tasa de rentabilidad esperada y al calcular la Tasa Interna de Retorno (tasa a la que el valor presente es igual a 0) se obtiene una tasa del 816.82%, la cual es una tasa ampliamente superior la esperada, por lo que se considera un negocio áltamente rentable, lo cual puede explicarse por el hecho de los altos márgenes que presenta este sector, el alto endeudamiento que se traduce en menor inversión inicial y los bajos intereses.

7.5.4.4. PAYBACK DESCONTADO

Tabla 18. Payback descontado

Periodo	Flujo de caja	Factor de descuento	Valor presente	Flujos de caja acumulado
0	-\$826 471 755,00	1,00000	-\$ 826 471 755,00	-\$ 826 471 755,00
1	\$217 063 648,56	0,86957	\$ 188 750 998,75	-\$ 637 720 756
2	\$231 628 167,77	0,75614	\$ 175 144 172,23	-\$ 462 576 584
3	\$246 759 736,95	0,65752	\$ 162 248 532,56	-\$300 328 051
4	\$262 475 708,50	0,57175	\$ 150 071 338,23	-\$150 256 713
5	\$356 112 339,02	0,49718	\$ 177 050 770,11	\$26 794 057

Fuente: Elaboración propia

Con un factor de descuento equivalente al 15%, correspondiente a la TIR, la inversión se recuperaría en 4,85 años, lo que es igual a 4 años y 310 días.

Despues de realizar y analizar los distintos indices financieros pertinentes, puede concluirse que el proyecto Mi mascota saludable s.a.s es viable, al observarse tasas de rentabilidad mayores a las esperadas y poder recupera inversión en un plazo de tiempo prudente para esta tipo de empresas. Con una tasa de rentabilidad esperada del 15% E.A., se obtiene un VPN de COP 826'471.755, lo cual significa, que se supera la tasa de rentabilidad esperada con una TIR el 816.82%, la cual es una tasa ampliamente superior la esperada.

CONCLUSIONES

En este plan de negocios se estudió, analizo, desarrollo una idea de cómo formar un negocio a partir de la importación de productos alimenticios y tecnológicos como resultado del desarrollo de países industrializados como Holanda y china con productos innovadores que en nuestro mercado podrían ser muy llamativos y generar grandes utilidades dado a la particularidad de estos.

Lo que se llevó a cabo con este estudio fue la viabilidad del negocio de manera económica y estructural como se mostró en la parte financiera y teórica con muy buenos resultados en un sector que claramente tiende a subir en su rentabilidad y desarrollo de industria.

BIBLIOGRAFÍA

- Confecamaras (2015) “*Consulta del nombre de la razón social*”. Recuperado el 10 de agosto 2015 de: <http://www.rues.org.co>
- Superintendencia de Industria y Comercio (2015) “*Consulta nombre de la marca*”. Recuperado el 12 de agosto 2015 de: <http://www.sic.gov.co>
- Decreto 410 (1971). Recuperado el 12 de agosto 2015 de: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=41102>
- 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>
- 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/>
- 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>

- La republica (2014) “*Mascotas: crecen las oportunidades de negocio*”. Recuperado el 10 de agosto 2015 de:
<http://www.fenalco.com.co/contenido/934>

- 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

- 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>

- 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.

- 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>

- Netherlands Foreign Investment Agency (NFIA). Recuperado el 10 de agosto 2015 de:
<http://colombia.nlembajada.org/servicios/comercio/importaciones-e-inversiones.html>

- 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>
- La republica (2014). Mascotas: “*Crece las oportunidades de negocio*”. Recuperado de <http://www.fenalco.com.co/contenido/934>
- El Tiempo (2014). Recuperado de: <http://www.eltiempo.com/economia/sectores/produccion-de-alimentos-para-mascotas-en-colombia/14508336>
-
- Dinero (2015). Recuperado de: <http://www.dinero.com/empresas/articulo/mercado-comida-para-perros-colombia/205854>;
- <http://www.dinero.com/pais/articulo/en-colombia-los-prefieren-perros/161464>
- ANDI (2015). Recuperado de: <http://www.andi.com.co/>
- DANE (2015). Recuperado de : http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/multi/Boletin_EM_2014.pdf
- MINTRABAJO (2015). Recuperado de: <http://www.mintrabajo.gov.co/calculadora-laboral.html>
- MIPYMES (2015). Recuperado de: <http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=3681>
- SUPERFINANCIERA (2015). Recuperado de: <https://www.superfinanciera.gov.co/jsp/loader.jsf?lServicio=Glosario&lTipo=user&lFuncion=main&letra=T>

ANEXOS