



INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER
FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES
NEGOCIOS INTERNACIONALES

MASCOTIENDA DE CLIFFORD

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

MARIA CAMILA ESCOBAR GÓMEZ

LAURA ZAPA CAÑAVERAL

MILTON CESAR TORO CADAVID

2016

TABLA DE CONTENIDO

<i>PORTADA</i>	
<i>LISTA DE IMÁGENES</i>	<i>vii</i>
<i>LISTA DE TABLAS</i>	<i>viii</i>
<i>LISTA DE GRÁFICAS</i>	<i>ix</i>
<i>LISTA DE ANEXOS</i>	<i>x</i>
<i>ABSTRACT</i>	<i>xi</i>
<i>RESUMEN EJECUTIVO</i>	<i>xiv</i>
<i>INTRODUCCIÓN</i>	<i>14</i>
1.1. Nombres de la empresa y marca	15
1.1.1. Nombre de la empresa.....	15
1.1.2. Marca	15
1.1.3. Consulta de nombre y marca.....	15
1.2. Tipo de empresa	16
1.2.1. Tipo de persona jurídica.....	16
1.2.2. Clasificación industrial internacional Uniforme - CIU	17
1.3. Descripción de la empresa	18
1.4. Visión y misión	18
1.4.1. Misión	18
1.4.2. Visión.....	18
1.5. Relación productos	19
1.5.1. Descripción del producto	19
1.5.2. Modo de uso.....	19
1.5.3. Ficha técnica	20
1.6. Ventajas distinciones competitivas	20
1.6.1. Ventajas competitivas	20
1.6.2. Distinciones competitivas	21
<i>CAPÍTULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR</i>	<i>22</i>
2.1. Análisis del entorno	22
2.1.1. Análisis económico	22
2.1.1.1. Inflación	22
2.1.1.2. Tasa de interés	23
2.1.1.3. PIB Colombia.....	23
2.1.1.4. PIB Per Cápita Colombia	24

2.1.1.5. Tasa de cambio.....	25
2.1.2. Análisis de política comercial.....	25
2.1.2.1. Arancel.....	25
2.1.2.2. Desgravación.....	26
2.1.3. Análisis tributario.....	26
2.1.4. Análisis Sociocultural.....	27
2.1.5. Análisis legal.....	28
2.1.6. Análisis tecnológico.....	28
2.2. Análisis del sector o industria.....	29
2.2.1 Cadena de valor.....	31
2.2.2. Fuerzas de Porter.....	32
2.2.2.1. Barreras de entrada.....	32
2.2.2.2. Amenaza de productos sustitutos.....	32
2.2.2.3. Poder de negociación de los proveedores.....	32
2.2.2.4. Poder de negociación de los clientes.....	33
2.2.2.5. Rivalidad entre los competidores ya existentes.....	33
2.2.3. Matriz DOFA.....	34
<i>CAPÍTULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO.....</i>	36
3.1. OBJETIVOS DE MERCADEO.....	36
3.2. PERFIL DEL MERCADO POTENCIAL.....	36
3.3. CUANTIFICACIÓN DE LOS CLIENTES POTENCIALES.....	36
3.4. MERCADO META.....	38
3.5. MERCADO COMPETIDOR.....	39
3.5.1. KANÚ.....	39
3.5.2. La Casa del Granjero.....	41
3.5.3. Almacenes Éxito.....	42
3.5.4. Tierragro.....	44
3.6. MERCADO DISTRIBUIDOR.....	46
3.7. COMUNICACIÓN Y ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN.....	46
3.7.1. Comunicación.....	46
3.7.1.1. Logo.....	46
3.7.1.2. Slogan.....	47
3.7.1.3. Nombre comercial del producto.....	47
3.7.1.4. Especificaciones del empaque.....	48
3.7.2. Actividades de promoción y divulgación.....	49
3.8. PLAN DE VENTAS.....	50
3.8.1. Cuantificación de la muestra.....	50

3.8.2.	Proyección de ventas.....	55
<i>CAPÍTULO IV. ANALISIS COMERCIO INTERNACIONAL.....</i>		58
4.1.	TRATADOS COMERCIALES	58
4.2.	POSICIÓN ARANCELARIA Y BENEFICIOS ARANCELARIOS	58
4.3.	REQUISITOS Y VISTOS BUENOS	60
4.4.	CAPACIDAD IMPORTADORA.....	60
4.5.	PARTICIPACIÓN EN FERIAS ESPECIALIZADAS	60
4.6.	RUTAS DE ACCESO	61
4.7.	LIQUIDACIÓN DE COSTOS DE IMPORTACIÓN Y PRECIOS DE EXPORTACIÓN	63
<i>CAPÍTULO V. ANÁLISIS TÉCNICO.....</i>		66
5.1.	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN.....	66
5.2.	CAPACIDAD DE COMERCIALIZACIÓN	67
5.3.	PLAN DE IMPORTACIÓN.....	68
5.4.	RECURSOS MATERIALES Y HUMANOS PARA LA PRODUCCIÓN ..	68
5.4.1.	Locaciones	68
5.4.2.	Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres	69
5.4.3.	Requerimientos de materiales e insumos	78
5.4.4.	Requerimientos de servicios	80
<i>CAPÍTULO VI. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO</i>		82
6.1.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL NEGOCIO	82
6.1.1.	Organigrama estructural organizacional	82
6.1.2.	Costo personal y accesos administrativos tercerizados	85
<i>CAPÍTULO VII. ANÁLISIS LEGAL</i>		88
7.1.	TIPO DE ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.....	88
7.2.	CERTIFICACIONES Y GESTIONES ANTE ENTIDADES PÚBLICAS ..	88
<i>CAPÍTULO VIII. ANÁLISIS FINANCIERO</i>		92
8.1.	TASAS INTERÉS, IMPUESTOS, TASAS DE RENTABILIDAD	92
8.1.1.	Tasa de Rentabilidad esperada como inversionista	92
8.1.2.	Impuesto sobre la Renta	92
8.1.3.	CREE	92
8.1.4.	Margen de contribución.	92
8.2.	APORTES DE CAPITAL DE LOS SOCIOS.....	93

8.3. CRÉDITOS Y PRÉSTAMOS BANCARIOS	93
8.4. PRECIOS DE LOS PRODUCTOS	95
8.4.1. Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos	95
8.4.2. Los precios de los productos tomando como base los costos	95
8.5. INGRESOS Y EGRESOS	95
8.5.1. Ingresos	95
8.5.1.1. Ingresos propios del negocio	95
8.5.2. Egresos	96
8.5.2.1 Inversiones	96
8.5.2.2 Costos fijos y variables	97
8.5.3. Estados financieros	98
8.5.3.1. Estado de pérdida y ganancias.....	98
8.5.3.2. Flujo de caja	99
8.6. EVALUACIÓN FINANCIERA	99
8.6.1. VAN (Valor Actual Neto) \$350.845.285.....	99
8.6.2. TIR (Tasa Interna de Retorno) 57,48%.....	100
8.6.3. PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión) 1,35.....	100
8.7. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	101
8.7.1. Escenario 1	101
8.7.2. Escenario 2.....	101
8.7.3. Escenario 3.....	102
8.7.4. Escenario 4.....	103
CONCLUSIONES.....	104

LISTA DE IMÁGENES

Imagen 1: Consulta del nombre	15
Imagen 2: Marca	16
Imagen 3: Consulta marca internacional.....	16
Imagen 4: Comedero automático PetnetIO Smartfeeder	19
Imagen 5: Comederos convencionales 1, Kanú	40
Imagen 6: Comederos convencionales 2, Kanú	40
Imagen 7: Comederos convencionales 3, Kanú	40
Imagen 8: Comederos convencionales, La casa del granjero	41
Imagen 9: Comedero programable, La casa del granjero	42
Imagen 10: Comederos convencionales, Éxito	43
Imagen 11: Comederos inteligentes, Éxito	43
Imagen 12: Comederos convencionales 1, Tierragro.....	45
Imagen 13: Comederos convencionales 2, Tierragro.....	45
Imagen 14: Logo	47
Imagen 15: Slogan	47
Imagen 16: Empaque del comedero automático	48
Imagen 17: Colores del comedero automático.....	48
Imagen 18: Cuantificación de la muestra.....	50
Imagen 19: Posición arancelaria Colombia	59
Imagen 20: Posición arancelaria Estados Unidos	59
Imagen 21: Información suministrada Mundo Mascotas.....	60
Imagen 22: Tránsito de carga.....	62
Imagen 23: Distribución de la carga	62
Imagen 24: Cotización tránsito nacional.....	65
Imagen 25: Planos de la Mascotienda de Clifford	69
Imagen 26: Estantería Bricol metálica	71
Imagen 27: Tablero blanco exhibición	72
Imagen 28: Gancho exhibidor.....	72
Imagen 29: Góndola central.....	73
Imagen 30: Silla escritorio	73
Imagen 31: Impresora multifuncional.....	74
Imagen 32: Computador de mesa	74
Imagen 33: Lector scanner	75
Imagen 34: Silla escalera	75
Imagen 35: Teléfono inalámbrico	76
Imagen 36: Módulo de recepción.....	76
Imagen 37: Dispensador de agua	77
Imagen 38: Datafono.....	77
Imagen 39: Organigrama empresarial.....	82

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Inflación de Estados Unidos, 2016	22
Tabla 2: Inflación de Colombia, 2016	23
Tabla 3: Variación PIB de Colombia, primer trimestre de 2016	24
Tabla 4: Gravamen Arancelario según el acuerdo general 096	26
Tabla 5: Matriz DOFA.....	34
Tabla 6: Hogares por estrato socioeconómico de la vivienda según tenencia de perros ...	37
Tabla 7: Hogares por estrato socioeconómico de la vivienda según tenencia de gatos.....	38
Tabla 8: Costos de estrategia de comunicación anual.....	49
Tabla 9: Proyección de ventas	56
Tabla 10: Costos de participación Mundo mascotas Medellín	61
Tabla 11: Costos de importación	63
Tabla 12: Capacidad de comercialización	67
Tabla 13: Requerimientos de maquinaria, muebles y enseres	70
Tabla 14: Requerimiento de materiales e insumos	78
Tabla 15: Requerimiento de servicios.....	80
Tabla 16: Costo personal y procesos tercerizados	86
Tabla 17: Certificaciones y gestiones ante entidades públicas	88
Tabla 18: Tabla de amortización año 1	93
Tabla 19: Tabla de amortización año 2.....	94
Tabla 20: Tabla de amortización año 3.....	94
Tabla 21: Proyección de ingresos	96
Tabla 22: Inversiones en activos fijos.....	97
Tabla 23: Inversión en gastos pre-operativos	97
Tabla 24: Costos variables	97
Tabla 25: Costos fijos	98
Tabla 26: Estado de resultados.....	98
Tabla 27: Flujo de caja.....	99
Tabla 28: Criterios de decisión	100
Tabla 29: Escenario 1 del análisis de sensibilidad.....	101
Tabla 30: Escenario 2 del análisis de sensibilidad.....	102
Tabla 31: Escenario 3 del análisis de sensibilidad.....	102
Tabla 32: Escenario 4 del análisis de sensibilidad.....	103

LISTA DE GRÁFICAS

Gráfico 1: Tasa de cambio representativa del Mercado (Peso/Dólar)	25
Gráfico 2: Cantidad de perros y gatos en Medellín	30
Gráfico 3: Crecimiento del mercado de mascotas, 2008 -2013	31
Gráfico 4: Hogares por estrato socioeconómico de la vivienda según tenencia de perros	37
Gráfico 5: Hogares por estrato socioeconómico de la vivienda según tenencia de gatos..	38
Gráfico 6: Pregunta número uno	51
Gráfico 7: Pregunta número dos	51
Gráfico 8: Pregunta número tres	52
Gráfico 9: Pregunta número cuatro	52
Gráfico 10: Pregunta número cinco	53
Gráfico 11: Pregunta número seis	54
Gráfico 12: Pregunta número siete	54
Gráfico 13: Pregunta número ocho	55

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1: Cotización de importación.	105
Anexo 2: Cotización arriendo en Centro Comercial Santafé	105
Anexo 3: Salario Gerente general y Gerente de marketing.....	105
Anexo 4: Salario vendedores	105
Anexo 5: Cotización contador.....	105
Anexo 6: Cotización mensajero	105

ABSTRACT

The present business plan demonstrates that it is viable to create the Clifford Mascot, a shop dedicated to the marketing of pet products which is born from the idea of wanting to offer the owners of dogs and / or cats a solution that will allow them to manage in an adequate way the feeding of their pets to avoid generating digestive disorders that affect their health because of a feeding to disorderly times. This will be through PetnetIO Smartfeeder that are planned to be imported from the United States, which through an App can be programmed to automatically serve the appropriate portion of animal's food every period of time, providing at the same time nutrition advice according to the breed, age and weight of the pet, additionally the feeders have a camera that will allow the owner to verify the feeding of your pet.

A market study was carried out where it was determined that the target consumer profile of the Clifford Mascot is comprised of the segment of family groups, women and / or men between 19 and 65 years of age who have one or more dogs and / or cats belonging to the socioeconomic levels 3, 4, 5 and 6 of the communes Poblado, Laureles, Guayabal, La Candelaria, Envigado and other neighborhoods near the Santafé Shopping Center in Medellín, Antioquia for which the price is not important at the time to give care to their pet, but the welfare of this is their priority, seeing them as one more member of your family and have purchasing power of products that improve the attention to the pet due to lack of time. The potential market for feline and canine population belonging to households in these strata is 191,926, of which the target market of the Mascot Clifford will be 20% with a total of 38,385 pets.

The strategy of the Clifford Mascot to achieve the positioning of the product in the market will be through participation in events referred to pets as the canine walk and the fair world pet in which will promote the product with demonstrations of its operation, will also be presented in the first month of launch and on the international day of the pet every

year a necklace for these and will maintain a constant interaction in social networks sharing tips and other news related to pets seeking thus the fidelization of the clients.

The estimated sales projection for the first year will be 100 monthly feeders for a total of 1,200 a year which represents 0.2% of the target market; for the next three years it is expected to grow 5% each year compared to the previous year, while in year five is expected to grow 10% over the previous year to achieve a total of 1,527 feeders sold in the year. The initial distribution strategy will be through the store in direct contact with the customer and the address, and in the long term as the product is positioned in the market will be developed online sales through the website.

For the start of operations of the Clifford Mascot will require an initial investment of \$ 290,000,000 of which \$ 190,000,000 will be contributed by members of the company, derived from savings and family capital, while the remaining \$ 100,000,000 will be acquired through the free-lending line of Bancolombia, and in case of additional capital will required, a larger loan will be used with the bank or the search for external investors.

According to financial projections, it is expected that the initial investment will be recovered after a year and three and a half months of operations, with an IRR of 57.48% and a NPV of \$ 350,845,285 at a discount rate of 18%

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocios demuestra que es viable la creación de la Mascotienda de Clifford, una tienda dedicada a la comercialización de productos para mascotas la cual nace de la idea de querer ofrecer a los dueños de perros y/o gatos una solución que les permitirá manejar de una forma adecuada la alimentación de sus mascotas para evitar generarles trastornos digestivos que afectan su salud a causa de una alimentación a tiempos desordenados. Esto será a través de los comederos automáticos PetnetIO Smartfeeder que se planean importar desde Estados Unidos, los cuales a través de una App se podrán programar para que automáticamente sirvan la porción adecuada de cuidado cada cierto periodo de tiempo sin necesidad de que el amo esté en casa y lo haga manualmente, proporcionando a la vez consejos de nutrición según la raza, edad y peso de la mascota para que estos estén en sus óptimas condiciones, adicionalmente los comederos cuentan con una cámara que le permitirá al amo verificar la alimentación de su mascota.

Se realizó un estudio de mercados donde se determinó que el perfil del consumidor objetivo de la Mascotienda de Clifford está conformado por el segmento de grupos familiares, mujeres y/o hombres entre 19 y 65 años de edad que tengan uno o más perros y/o gatos pertenecientes a los niveles socioeconómicos 3, 4, 5 y 6 de las comunas Poblado, Laureles, Guayabal, La Candelaria, Envigado y demás barrios aledaños cercanos al Centro Comercial Santafé en Medellín, Antioquia para los cuales el precio no sea importante a la hora de brindarle cuidado a su mascota, sino que el bienestar de esta sea su prioridad, viéndolos como un miembro más de su familia y que tengan capacidad adquisitiva de productos que mejoren la atención a la mascota debido a la falta de tiempo. El mercado potencial de población felina y canina perteneciente a hogares de estos estratos es de 191.926, de los cuales el mercado meta de la Mascotienda de Clifford será el 20 % con un total de 38.385 mascotas.

La estrategia de la Mascotienda de Clifford para lograr el posicionamiento del producto en el mercado se hará a través de la participación en eventos referidos a

mascotas como la caminata canina y la feria mundo mascotas en la cual se hará promoción al producto con demostraciones de su funcionamiento, igualmente se obsequiará en el primer mes de lanzamiento y en el día internacional de la mascota cada año un collar para estos y se mantendrá una alta interacción en las redes sociales compartiendo consejos, tips y demás noticias relacionadas con las mascotas buscando así la fidelización de los clientes.

La proyección de ventas estimada para el primer año será de 100 comederos mensuales para un total de 1.200 al año lo que representa el 0,2 % del mercado meta; para los siguientes tres años se espera un crecimiento del 5 % cada año con respecto al año anterior, mientras que en el año cinco se espera un crecimiento del 10 % con respecto al año anterior para lograr un total de 1.527 comederos vendidos en el año. La estrategia de distribución inicial será a través de la tienda en contacto directo con el cliente y el domicilio, y a largo plazo conforme el producto se posiciona en el mercado se desarrollarán las ventas online a través de la página web.

Para el inicio de las operaciones de la Mascotienda de Clifford se requerirá un inversión inicial de \$290.000.000 de los cuales \$190.000.000 serán aportados por las socias de la empresa, derivados de los ahorros y capital familiar, mientras que los \$100.000.000 restantes serán adquiridos a través de la línea de préstamo de libre inversión de la entidad bancaria Bancolombia y en caso de que se requiera un capital adicional se recurrirá a un mayor préstamo con el banco o a la búsqueda de inversores externos.

Según las proyecciones financieras, se espera que al año y tres meses y medio de iniciadas las operaciones se recupere la inversión inicial contándose con una TIR de 57,48% y un VAN de \$350.845.285 a una tasa de descuento de 18%.

INTRODUCCIÓN

Cada vez son muchos más los amos de mascotas en Colombia que causan trastornos digestivos a estos por no darle la comida a tiempo debido a sus trabajos, problemas de tráfico o salidas inesperadas que les impide llegar a casa a tiempo para alimentar a sus peludos.

A partir de esto nace la idea de crear la Mascotienda de Clifford, una tienda dedicada a la comercialización de productos para mascotas, destacando como producto principal los comederos automáticos para perros y gatos, los cuales serán importados desde Estados Unidos y su manejo será a través de una App que se programará para servir la porción adecuada de cuidado sin necesidad de que el amo esté en casa, proporcionando a la vez consejos de nutrición según la raza, edad y peso de la mascota; adicional a esto cuenta con una cámara que le permitirá a este llevar el seguimiento de la alimentación de su mascota.

Debido a que las mascotas se han convertido en un miembro de la familia, los gastos generados por la manutención de estos, han pasado de ser gastos innecesarios a considerarse gastos de la canasta familiar haciendo que esta sea la clave del éxito de este negocio.

En este trabajo se dará a conocer un estudio de mercados donde se justificará la existencia de un mercado potencial en Medellín, Colombia determinando la aceptación del comedero automático en esta ciudad, en el cual se encontró a través de la realización de encuestas que la población sufre de estas problemáticas por lo que estarían dispuestos a comprarlo. También se encontrará la descripción del mercado meta y perfil de los posibles clientes, se mencionarán los principales competidores junto con las ventajas y desventajas que tendría la Mascotienda de Clifford frente a estos. La situación de la entrada al mercado de mascotas a través de las fuerzas de Porter donde se determinó que es factible entrar a competir en este. Y por último se dará a conocer el análisis financiero en el cual se describen los factores económicos que muestran la viabilidad de la realización de este plan de negocios.

CAPITULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

1.1. Nombres de la empresa y marca

1.1.1. Nombre de la empresa

LA MASCOTIENDA DE CLIFFORD S.A.S

Este nombre nace de una serie de televisión para niños llamada “Clifford, el gran perro rojo”, el cual se caracterizaba por ser más grande de lo normal, por lo que al principio todos le tenían miedo, pero luego se acostumbraron a él y empezaron a amarlo hasta convertirse en su mejor amigo; por lo cual cuando nos referimos a Mascotienda se incluye a todos los animales y con Clifford se pretende representar el producto, ya que las mascotas al principio serán tímidas con este hasta que se acostumbren.

1.1.2. Marca

Petnet Inc. es la empresa fabricante y comercializadora de los comederos automáticos para gatos y perros PetnetIO Smartfeeder que cumple con las expectativas que se buscan para comercializar en Colombia.

1.1.3. Consulta de nombre y marca

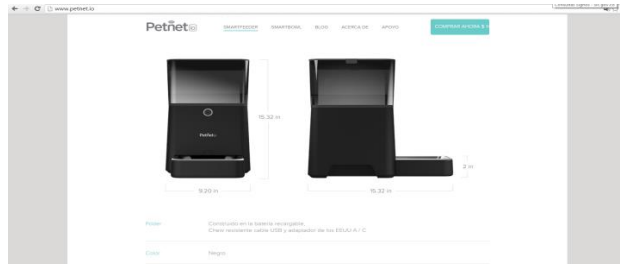
A continuación se mostrará que tanto el nombre de la empresa como la marca están disponibles para ser usados.

Imagen 1: Consulta del nombre



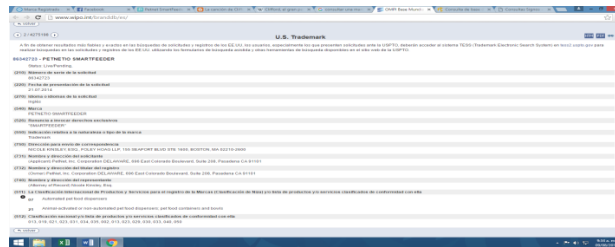
Fuente: Cámara de Comercio de Medellín, 2016

Imagen 2: Marca



Fuente: PetnetIO

Imagen 3: Consulta marca internacional



Fuente: World Intellectual Property Organization, 2016

1.2. Tipo de empresa

1.2.1. Tipo de persona jurídica

La Sociedad por Acciones Simplificadas distinguida por sus siglas S.A.S, es una de las sociedades más comunes en Colombia, debido a que puede constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas que desarrollen actividades comerciales y civiles, sin importar que sean nacionales o extranjeras, pequeños, medianos o grandes empresarios.

La constitución y funcionamiento de una S.A.S posee facilidad y flexibilidad, debido a que los mismos accionistas o empresarios podrán fijar las reglas por las cuales se va a regir el funcionamiento de la sociedad. Con respecto a la constitución de la empresa esta podrá ser mediante documento privado, lo que generara un ahorro de tiempo y dinero a la empresa ya que el documento público requiere de más tramitología y dinero.

El tipo de acciones que se pueden emitir con esta sociedad pueden ser de distinta clase como: acciones privilegiadas, acciones ordinarias, acciones con dividendos preferencial y sin derecho al voto, acciones con dividendo fijo anual, acciones de pago, o acciones con voto múltiple; por lo cual sus accionistas se podrán acomodar según sus objetivos, aunque es importante aclarar que estos tipos de acciones no pueden negociarse en bolsa.

A la hora de su creación no es necesario establecer una duración determinada, lo que reduce costos, debido a que no se tendrán que hacer reformas estatutarias cada vez que este próximo a caducar el termino de duración societaria.

La sociedad puede establecer libremente las condiciones en las que se realizara el pago de capital a los socios, el cual puede posponerse hasta por dos años, dando el tiempo para obtener los recursos o capital necesario para el pago de estas.

Una sociedad por acciones simplificada no está obligada a tener revisor fiscal a menos de que los activos brutos sean mayores a tres mil salarios mínimos al 31 de diciembre del año anterior.

En las operaciones administrativas, esta sociedad genera facilidad, ya que los accionistas pueden renunciar a su derecho a ser convocados a una reunión de socios e incluso a reunirse por fuera de la empresa. Una S.A.S no está obligada a tener junta directiva, por lo que las funciones administrativas y de representación legal serán realizadas por un representante legal designado por la asamblea.

Por todas estas ventajas y beneficios es que este tipo sociedad es la mejor opción para que la **Mascotienda de Clifford** legalice su actividad comercial.

1.2.2. Clasificación industrial internacional Uniforme - CIIU

Código CIIU: 4759 Comercio al por menor de otros artículos domésticos en establecimientos especializados.

El comercio al por menor de animales domésticos y alimentos concentrados para los mismos, en establecimientos especializados. Además, incluye las actividades propias de

las tiendas que comercializan accesorios y suministros para mascotas. (Camara de comercio de Medellín , 2016)

1.3. Descripción de la empresa

Cada vez son muchos más los amos de mascotas en Colombia que causan trastornos digestivos a estos por no darle la comida a tiempo debido a sus trabajos, problemas de tráfico o salidas inesperadas que les impide llegar a casa a tiempo para alimentar a sus peludos.

A partir de esto nace la idea de crear la **Mascotienda de Clifford**, una tienda dedicada a la comercialización de productos para mascotas, destacando como producto principal los comederos automáticos para perros y gatos, los cuales, a través de una App se programarán para servir la porción adecuada de cuidado, sin necesidad de que el amo este en casa; además cuenta con una cámara que le permitirá a este, llevar el seguimiento de la alimentación de su mascota.

La **Mascotienda de Clifford** será una microempresa ubicada el Centro Comercial Santafé, el cual es uno de los principales centros comerciales de Medellín al que acude gran parte de la población debido a su ubicación, tamaño y actividades realizables en este. Los estratos posibles a abarcar son el 3, 4, 5 y 6, los cuales, tienen mayor capacidad adquisitiva para invertir en sus mascotas.

1.4. Visión y misión

1.4.1. Misión

La **Mascotienda de Clifford** es una empresa dedicada a la comercialización de productos para mascotas e importación de comederos automáticos para perros y gatos con el cual se pretende brindar una mejora a la atención de las mascotas a través de un producto y servicio de alta calidad acompañada con el mejor talento humano.

1.4.2. Visión

En el año 2020, la **Mascotienda de Clifford** será una empresa reconocida y líder en la comercialización de productos para mascotas a nivel Nacional por nuestra imagen y

calidad. Se tendrá presencia en varias ciudades del país y contaremos con un equipo de trabajo de alto desempeño, brindando un servicio integral para satisfacer las necesidades de nuestros clientes con un valor diferencial.

1.5. Relación productos

Imagen 4: Comedero automático PetnetIO Smartfeeder



Fuente: PetnetIO

1.5.1. Descripción del producto

El comedero automático PetnetIO Smartfeeder permite alimentar a tus mascotas de una manera más fácil y cómoda, en las cantidades y horas adecuadas, estés donde estés; el innovador diseño de este producto almacena la comida de manera vertical en una tolva que impide los atascos por acumulación de comida. El comedero se maneja desde un App compatible con sistema IOS y Android, a través de la cual es posible medir con precisión la porción adecuada para la mascota, además de manejar los tiempos de alimentación y recomendar las mejores recetas de acuerdo a la edad, peso y nivel de actividad física.

1.5.2. Modo de uso

El comedero automático PetnetIO Smartfeeder es de fácil uso e instalación. El usuario introduce el alimento en la tolva, luego desde la tienda de aplicaciones de su IOS o Android descarga la App “PetnetIO”, la cual se configura con los datos de tu mascota (edad, peso,

raza, entre otros), al tener esta información se debe acercar el Smartphone al comedero para que este sincronice la información y desde ese momento el amo tiene la posibilidad de mandarle comandos al comedero y que este no solo le sirva la comida a tu peludo, sino que también te lo muestre en tiempo real, gracias a su sistema de cámara integrado.

1.5.3. Ficha técnica

- Partida arancelaria

84.36 - 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.

8436.29.10.00 - Comederos y bebederos automáticos

- Descripción del producto

- Fácil instalación y programación.
- Funcionamiento con batería recargable
- Es inalámbrica
- Programador hasta 5 veces al día
- Regulador de cantidad de alimento a suministrar
- Se maneja con un App compatible con sistema Android y IOS por la cual el Smartfeeder mide con precisión de acuerdo a la edad, peso y nivel de actividad física la porción adecuada para la mascota, maneja los tiempos de alimentación y recomienda recetas de comida ideal
- Sistema integrado de cámara
- Tiene 2 años de garantía desde la compra del producto. Esta garantía es únicamente válida para defectos de materiales y fabricación, no es aplicable para aquellos defectos provocados por un mal uso del mismo.

1.6. Ventajas distinciones competitivas

1.6.1. Ventajas competitivas

El comedero automático PetnetIO Smartfeeder se distingue de la competencia por su nivel de tecnología e innovación a la hora de programar y regular la cantidad de alimento

necesario para las mascotas desde cualquier lugar, además de contar con una aplicación que le brinda al amo información sobre el cuidado y manejo del peludo en el cual, también podrá verlo en tiempo real gracias a su sistema de cámara integrado, convirtiéndolo así en un producto único e innovador en Colombia

El comedero automático será importado desde Estados Unidos, aprovechando el TLC firmado entre ambos países, para lograr una importación con un arancel del 7.50%, según el acuerdo general “096 TLC con EEUU”; lo que genera beneficios a la hora de poner un precio para la venta nacional. (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN, 2016)

1.6.2. Distinciones competitivas

La **Mascotienda de Clifford** tendrá personal capacitado directamente desde PetnetInc en instalación y asesoramiento del producto, para así poder brindar a cada cliente el mejor servicio y atención posible, además de una garantía extensa.

La **Mascotienda de Clifford** estará ubicada en uno de los principales Centros Comerciales de la ciudad de Medellín siendo así de fácil ubicación y acceso.

CAPÍTULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR

2.1. Análisis del entorno

2.1.1. Análisis económico

A continuación se describirán las variables de análisis del entorno económico que influyen dentro de la realización del plan de negocios de la **Mascotienda de Clifford**.

2.1.1.1 Inflación

- Estados Unidos

En el 2015 la inflación de Estados Unidos cerró en 0,7 %, un valor alejado de la meta propuesta por la Federal Reserve System - FED, que es de un 2 % (EFE, 2016). Esta situación para importadores colombianos es beneficiosa porque los precios de los productos americanos dispuestos a ser importados no van a tener un alza significativa en su país de origen, por lo que a la hora de comprar serán más asequibles.

En lo que va del 2016 la inflación se localiza en un 0,33 %, según el reporte del mes de junio, lo que también demuestra que no está próximo a llegar a la meta del 2 %. (Ver tabla 1) Lo cual es beneficioso para este plan de negocios ya que al haber una inflación baja los precios del producto no aumentarán, lo que a su defecto hará a la importación de este rentable para la empresa.

Tabla 1: Inflación de Estados Unidos, 2016

inflación mensual	inflación	inflación anual	inflación
enero 2016 - diciembre 2015	0,17 %	enero 2016 - enero 2015	1,37 %
febrero 2016 - enero 2016	0,08 %	febrero 2016 - febrero 2015	1,02 %
marzo 2016 - febrero 2016	0,43 %	marzo 2016 - marzo 2015	0,85 %
abril 2016 - marzo 2016	0,47 %	abril 2016 - abril 2015	1,13 %
mayo 2016 - abril 2016	0,41 %	mayo 2016 - mayo 2015	1,02 %
junio 2016 - mayo 2016	0,33 %	junio 2016 - junio 2015	1,01 %

Fuente: World wide Inflation Data

- Colombia

En el 2015 la inflación en Colombia según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE cerró en 6,77% registrándose como la más alta en los últimos siete años, provocando una gran alza en los precios para los consumidores sobre todo en los alimentos, vivienda y transporte (El País, 2016).

En lo corrido del 2016, la inflación se sitúa en 5,65% (Ver tabla 2), por lo que se prevé que el año va a cerrar con una inflación alta, lo que a su vez generará un incremento en algunos costos fijos para el año siguiente como lo son los arriendos, servicios públicos y salarios, haciendo cada vez más costoso la adquisición de productos, siendo esto, un factor que incremente los costos y gastos de la empresa.

Tabla 2: Inflación de Colombia, 2016

Mes	IPC	Variación mensual (%)	Variación año corrido (%)	Variación anual (%)
Enero	127,77754	1,29%	1,29%	7,45%
Febrero	129,41261	1,28%	2,59%	7,59%
Marzo	130,63385	0,94%	3,55%	7,98%
Abril	131,28192	0,50%	4,07%	7,93%
Mayo	131,95119	0,51%	4,60%	8,20%
Junio	132,58412	0,48%	5,10%	8,60%
Julio	133,27352	0,52%	5,65%	8,97%

Fuente: Banco de la República vía DANE

2.1.1.2. Tasa de interés

La tasa de intervención del Banco de la República se sitúa en 7,75% desde 1 de Agosto de este año, por lo que se deduce que hay un menor ritmo de la economía en lo llevado del año, donde los préstamos realizados por los bancos se encarecen por ofrecerle al consumidor una tasa de interés alta generando que las personas decidan no endeudarse a la hora de consumir.

2.1.1.3. PIB Colombia

Según el informe revelado por el DANE la economía colombiana creció en el 2015 en un 3,1%, siendo impulsada por los sectores financiero, comercial, y construcción, superando los pronósticos de algunos analistas. Sin embargo para el año 2016 el Banco

de la República junto con la Comisión Económica para América Latina y el Caribe - CEPAL anuncia un pronóstico de sólo un crecimiento del 2,7% del PIB (Portafolio, 2016).

Según el informe revelado por el DANE del primer trimestre del año (Ver tabla 3) el PIB en Colombia ha crecido un 2,5%, pero si se observa cada una de las áreas que lo conforman, especialmente la del sector comercio que es la que importa en este plan de negocio, se ve que hay una recesión, que el sector se está debilitando en comparación al año anterior que fue uno de los sectores que más creció.

Tabla 3: Variación PIB de Colombia, primer trimestre de 2016

Ramaz de actividad	Variación porcentual (%)	
	Anual	Trimestral
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	0,7	-3,1
Explotación de minas y canteras	-4,6	-0,9
Industria manufacturera	5,3	0,5
Suministro de electricidad, gas y agua	2,9	-0,2
Construcción	5,2	2,7
Comercio, reparación, restaurantes y hoteles	2,7	0,0
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	1,8	1,7
Establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas	3,8	0,8
Actividades de servicios sociales, comunales y personales	1,7	-1,3
Subtotal valor agregado	2,5	0,1
Impuestos menos subvenciones sobre al producción e importaciones	2,3	0,1
PRODUCTO INTERNO BRUTO	2,5	0,2

Fuente: DANE

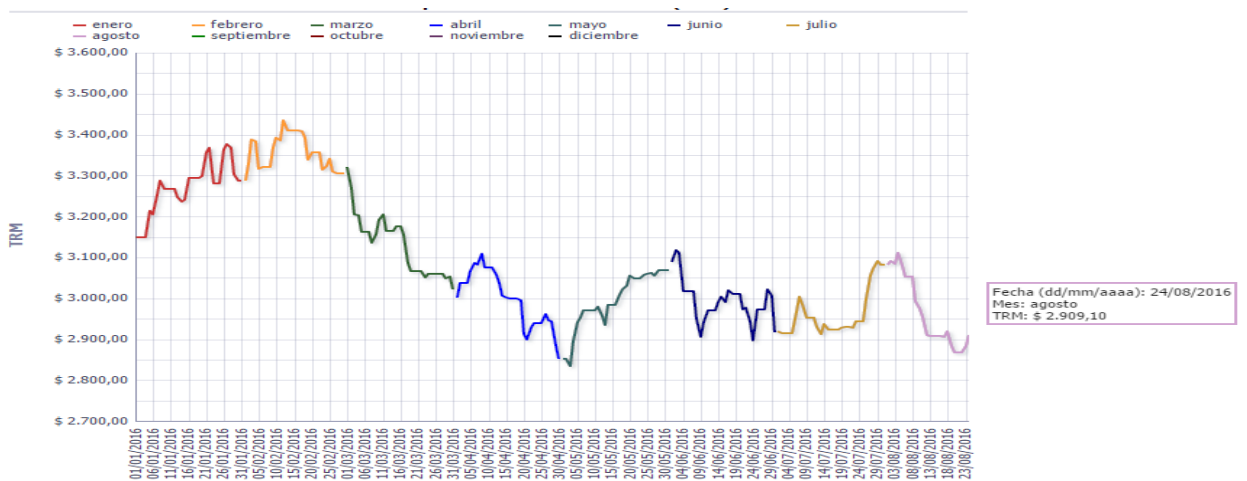
2.1.1.4. PIB Per Cápita Colombia

Según los datos de las cuentas de Banco Mundial para Colombia el PIB per cápita en el 2015 cerró en US\$6.056,1, mostrando que la riqueza de la población es relativamente fuerte, sin embargo según el coeficiente de Gini, medidor de la desigualdad en los ingresos de un país, la desigualdad registrada para Colombia en el 2015 fue de 0,522 (DANE, 2016), lo que se entiende como una distribución inequitativa de la riqueza.

2.1.1.5. Tasa de cambio

La fuerte revaluación que el dólar ha venido teniendo frente al peso, se debe al comportamiento negativo del precio del petróleo en las bolsas de Nueva York y Londres, el cual ha registrado los niveles más bajos de la década. Para Colombia un país donde su economía depende en gran parte de las exportaciones de este crudo, todo esto genera grandes preocupaciones debido a que con esta fuerte devaluación del peso colombiano (\$2.909,10, agosto 24, 2016), el costo de vida de la población se ve afectado por el incremento del costo de la importación de materias primas y productos al país, haciendo más costoso el consumo diario.

Gráfico 1: Tasa de cambio representativa del Mercado (Peso/Dólar)



Fuente: Banco de la República

2.1.2. Análisis de política comercial

A continuación se describirán las variables de análisis de política comercial que influyen en la importación del comedero automático.

2.1.2.1. Arancel

Los comederos automáticos contemplados en la partida arancelaria 8436.29.10.00, dispuestos a ser importados con este plan de negocio, a través del acuerdo general 096 que corresponde al Tratado de Libre Comercio - TLC entre Estados Unidos y Colombia,

cuentan con un gravamen arancelario del 7,50% obligatorio para su comercialización en Colombia al año 2016.

Tabla 4: Gravamen Arancelario según el acuerdo general 096

090-ALC. con Suiza y Liechtenstein - cód acuerdo 090	LIECHTENSTEIN	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %		01-jul-2015	...	
090-ALC. con Suiza y Liechtenstein - cód acuerdo 090	SUIZA	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %		01-jul-2015	...	
093-TLC. con Canadá - cód acuerdo 093	CANADA	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %		01-ene-2015	...	
96-TLC. con EEUU - cód acuerdo 096- general	ESTADOS UNIDOS	GRAVAMEN ARANCELARIO	7.50 %		01-ene-2016	...	
096-TLC. con EEUU - cód acuerdo 096- general	PUERTO RICO	GRAVAMEN ARANCELARIO	7.50 %		01-ene-2016	...	
124-AC. con UE - cód acuerdo 124 - general	ALEMANIA	GRAVAMEN ARANCELARIO	7.50 %		01-ene-2016	...	
124-AC. con UE - cód acuerdo 124 - general	AUSTRIA	GRAVAMEN ARANCELARIO	7.50 %		01-ene-2016	...	

Fuente: DIAN – Modelo Único de Ingresos y Servicios de Control Automatizado - MUISCA

2.1.2.2.Desgravación

Esta partida según el decreto 730 del 13 de abril de 2012 se encuentra especificada en la categoría de desgravación C, “a las cuales se les eliminará en 10 etapas anuales iguales, comenzando en la fecha en que este acuerdo entra en vigor, y dichas mercancías quedarán libres de aranceles a partir del 1 de enero del año diez. “ En el momento de firmado el acuerdo la tasa base fue del 15%, pasados ya 5 años está en 7,5% (Mincit, 2012).

2.1.3. Análisis tributario

A continuación se describirán los impuestos que rigen para la implementación de este plan de negocios.

- El Impuesto de Renta es el impuesto de carácter anual, que grava las utilidades generadas por una empresa cada año desde el primero de enero hasta el treinta y uno de Diciembre del mismo con un porcentaje del 25%.
- El Impuesto al Valor Agregado (IVA) es un impuesto nacional que grava la venta de bienes muebles, la prestación de servicios, las importaciones y la circulación, venta u operación de juegos de suerte y azar con un porcentaje del 16%.

- El Impuesto de Industria, Avisos y Tableros (ICA) es un impuesto de carácter municipal que grava toda actividad industrial, comercial y de servicios con una tarifa del 15% sobre el impuesto mensual de Industria y Comercio en Medellín.
- Impuesto CREE es el impuesto de la equidad, para garantizar programas sociales, con un porcentaje del 8%.

2.1.4. Análisis Sociocultural

Colombia una nación con 48'821.783 de habitantes y una tasa de crecimiento de 1,04% (2015) dividida en 49,2% masculina y 50,8% femenina, cuenta con un gasto aproximado del 4,7% del PIB en educación y un alfabetismos del 94,7% de la población (2015). (CIA)

Debido a los cambios que se están presentando en la sociedad por la idea de independencia y globalización, el concepto de familia actual es cambiante en muchos aspectos por ejemplo, en los matrimonios actuales no se tiene como prioridad el hecho de tener hijos, además el concepto de la mujer como solo ama de casa ha ido desapareciendo gracias a que estas son incluidas cada vez más en el sector laboral con altos rangos y salarios, dejando a un lado la dependencia económica de los hombres y entrando a compartir las obligaciones financieras del hogar. Esto se ha convertido en un factor del aumento de la tasa de divorcio debido a la búsqueda de la autonomía de cada uno para tomar sus propias decisiones con respecto al manejo del dinero y del tiempo libre. (SNR, 2016)

Según el psicólogo José Alonso Peña, en la actualidad existen cinco razones de peso por la cual las personas prefieren tener una mascota a ser padres:

- Miedo a asumir responsabilidades.
- Darle mayor importancia al compromiso profesional para alcanzar el éxito en sus carreras.
- Las mascotas (Perros y Gatos) cubren las necesidades de una pareja.
- A pesar de que su mantenimiento es costoso, no es mayor a la responsabilidad de un hijo.

- Más tranquilidad para la pareja en el momento de salir, debido a que las mascotas pueden estar solos en casa.

2.1.5. Análisis legal

A continuación se describirán las principales normas que se van a implementar en este plan de negocios.

- Ley 1450 de 2011: Conocida también como ley MYPIME, es un instrumento de apoyo a la creación y desarrollo de las pequeñas y medianas empresas en el país, la cual establece regímenes tributarios especiales con el fin de estimular la creación y subsistencia de las mismas.
- La Ley 1014 de 2006 o “Ley para el fomento a la cultura de emprendimiento empresarial en Colombia” tiene la función de promover la cultura del emprendimiento en el país, generando desarrollo productivo de las MYPIME innovadoras y apoyando los procesos de emprendimiento sostenibles desde lo social, cultural, ambiental y regional.
- La Ley 1429 de 2010, “Por la cual se expide la Ley de formalización y generación de empleo”, le ofrece beneficios e incentivos a las pequeñas empresas, tales como el no pago de la Matrícula Mercantil el primer año y subsidios para las renovaciones en el segundo y tercer año.
- La constitución jurídica de la empresa será a través de una sociedad por acciones simplificada, una sociedad de capitales constituida por una o varias personas cuya naturaleza será siempre comercial, además de que permite escoger las normas societarias que convenga a sus intereses.

2.1.6. Análisis tecnológico

Los grandes avances tecnológicos se han convertido en un aliado para las empresas a la hora de manejar y llevar un control de sus operaciones administrativas y operativas, al igual que facilita la comunicación con los clientes, proveedores y colaboradores, sin importar el lugar del mundo en el que se encuentren gracias al internet.

Todas estas oportunidades que ofrece la tecnología, aplicadas a la hora de creación de la empresa son las que van a generar a la misma un gran factor diferencial de competitividad para hacer crecer el negocio. Algunos de los sistemas de información integrados con los que se pretende apoyar la idea de negocio de la **Mascotienda de Clifford**, para automatizar, manejar y controlar todos los procesos de logística, ventas y contabilidad serán:

- **Hacer uso de la nube:** Esta herramienta brinda la facilidad de acceder a la información y demás datos que se tengan referentes de la empresa, desde cualquier lugar y dispositivo móvil, sin la necesidad de estar directamente en la empresa ni hacer uso de los dispositivos de esta.
- **Big Data:** Es un Software que facilita el rastreo de información actual a través de los datos que se almacenan en esta, de los cuales arroja un análisis con datos de los movimientos y hábitos de las personas en la vida cotidiana, los cuales puede llegar a ser oportunidades para el gran uso de las empresas.
- **Slack:** Es una herramienta de comunicación que permite enlazar otras aplicaciones (drive, dropbox) para facilitar el envío de archivos y notificaciones mediante chats entre el personal de la compañía, e incluso sucursales de la misma empresa.

El uso de estas herramientas le permitirá a la **Mascotienda de Clifford** crecer en el mercado siendo una empresa competitiva y posicionando su marca, además de expandir sus mercados para darle soporte y mejor servicio al cliente.

2.2. Análisis del sector o industria

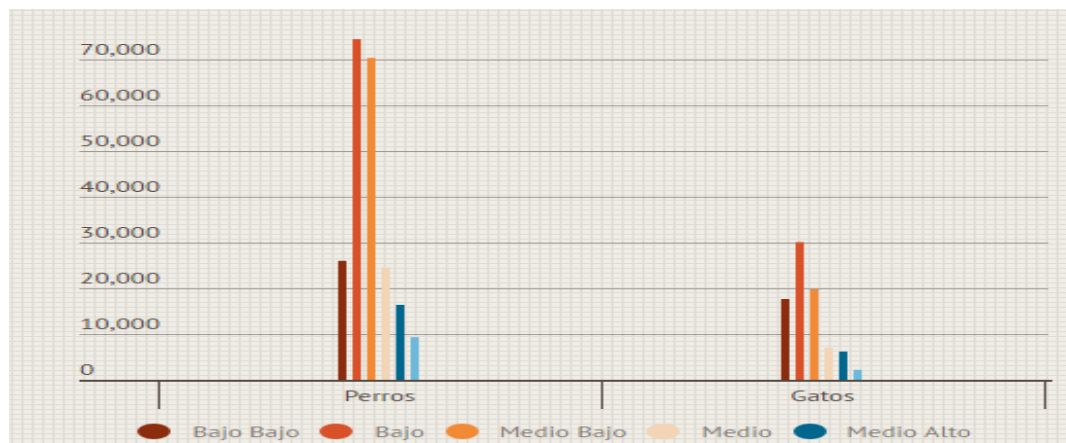
El plan de negocio de la **Mascotienda de Clifford**, está catalogada dentro del sector comercial, específicamente en el subsector de mascotas, el cual está presentando un crecimiento potencial gracias al aumento de mascotas, diversidad de alimentos y servicios y la variedad de accesorios para estos.

Según encuesta realizada por la Federación Nacional de Comerciantes - Fenalco (2012) en Colombia alrededor de la tercera parte de los hogares (37%) tienen mascotas, donde el 36% de estos son de personas divorciadas; los perros son los favoritos con un

porcentaje del 70% siendo el más común en las familias de clase alta, seguido de los gatos con un 15%. Además de que en el país existen aproximadamente 2.700 tiendas dirigidas a satisfacer las necesidades de las mascotas, generando tendencia al crecimiento económico del sector.

Según La Encuesta Calidad de Vida del Departamento Administrativo de Planeación de la Alcaldía de Medellín (2013), realizada en 75.107 hogares, se dio a conocer que 173.949 de los hogares tienen perro, mientras que 62.879 tienen gatos.

Gráfico 2: Cantidad de perros y gatos en Medellín



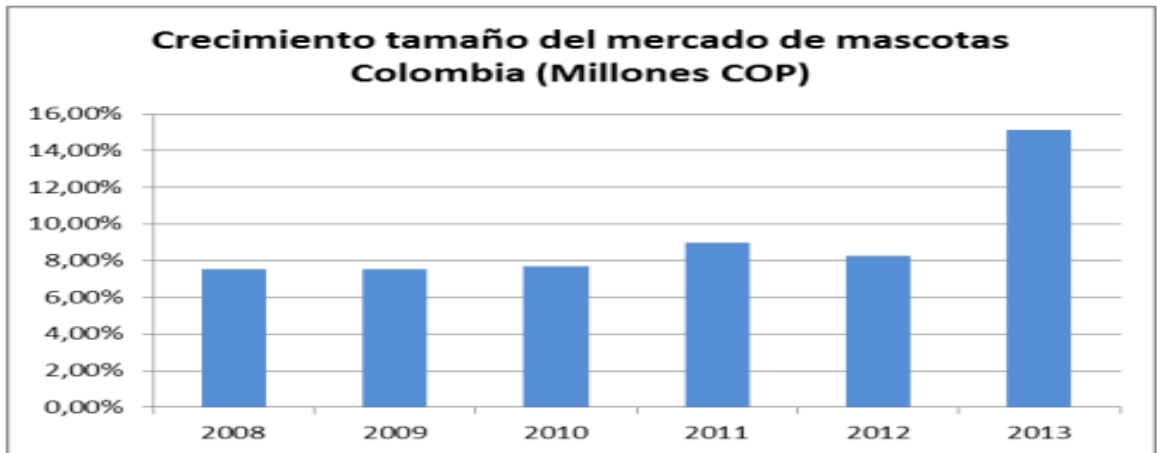
Fuente: Alcaldía de Medellín, Encuesta Calidad de Vida del Departamento Administrativo de Planeación, 2013.

Últimamente las personas solteras están optando por el gato debido a que no permanecen mucho tiempo en la casa, y el felino no requiere tanta atención y cuidado como un perro. (Country Manager del Marketplace de Descuentos, s.f)

Debido a que las mascotas se han convertido en un miembro de la familia, los gastos generados por la manutención de estos, han pasado de ser gastos innecesarios a considerarse gastos de la canasta familiar. Según Juan Carlos Martínez, gerente de la tienda virtual Ciudad de Mascotas, en promedio una persona se gasta en su mascota entre 200.000 y 250.000 pesos mensuales, siendo la alimentación lo que más se compra.

Evidentemente, el mercado de mascotas ha comenzado a tener un crecimiento importante con una mayor aceleración con respecto al crecimiento de la economía de Colombia, ha ido creciendo a un ritmo promedio de 9,8% anual del 2008 hasta el 2013 (Diario Portafolio, 2013). (Ver gráfico 3)

Gráfico 3: Crecimiento del mercado de mascotas, 2008 -2013



Fuente: Euromonitor, 2014

El aumento de la tendencia a que las familias tengan una o más mascotas y estén dispuestas a invertir en su cuidado es la clave del éxito de este negocio, donde la sostenibilidad en el tiempo dependerá del portafolio ofrecido y factores diferenciales en los productos o servicios que harán que los clientes prefieran a la **Mascotienda de Clifford** frente a otras tiendas de mascotas.

2.2.1 Cadena de valor

El proveedor (PetnetIO) de la **Mascotienda de Clifford** está ubicado en Los Ángeles, California, Estados Unidos, el cual distribuye su producto al detal a través de tiendas online como Petco, BestBuy y Amazon. PetnetIO se encargará de enviar el producto a Colombia a través de una empresa que haga logística y en el momento en que el producto llegue a Medellín, la distribución estará a cargo de la **Mascotienda de Clifford** a través de su tienda donde las ventas serán directamente con el cliente.

2.2.2. Fuerzas de Porter

2.2.2.1. Barreras de entrada

En el sector comercial de mascotas las barreras de entrada al mercado no son muy fuertes, por lo que la amenaza de nuevos competidores es alta debido a la viabilidad de este tipo de negocios. Los productos que se manejan en estas tiendas (cuido, accesorios, productos de higiene) no son exclusivos por lo que se trabajan con las mismas empresas y marcas, por ello hay que ofrecer un producto diferencial que ofrezca nuevos servicios para así marcar la diferencia ante los demás negocios. Algunas otras barreras son: la alta inversión inicial que se requiere para abrir un establecimiento de este tipo, la dependencia de un mismo proveedor en el producto diferenciador y la economía de escala, que hace referencia a que entre más produzca una empresa, sus costos de producción se reducirán.

2.2.2.2. Amenaza de productos sustitutos

Para la **Mascotienda de Clifford** la amenaza de los productos sustitutos del comedero automático para mascotas es muy alta debido a que existen los métodos tradicionales de alimentación a mascotas como los comederos metálicos o plásticos comunes que se encuentran en el mercado; incluso otro sustituto puede llegar a ser las cocas o baldes de las casas utilizadas por los dueños como instrumento de alimentación a su mascota. El motivo que lleve a un amo de mascota a reemplazar estos métodos tradicionales de alimentación por un comedero automático, es el de tener algo novedoso que facilite la alimentación de su mascota.

2.2.2.3. Poder de negociación de los proveedores

Los proveedores en este tipo de negocios cuentan con nivel medio de poder de negociación debido a que los productos que se manejan tienden a tener una oferta regulada porque son de las mismas empresas y marcas, por lo tanto, ninguna podrá exigir precios.

Para la **Mascotienda de Clifford** el producto diferenciador va a ser el comedero automático, del cual, el proveedor escogido va a tener un alto poder de negociación debido a que el producto es importado y depende solo de esa empresa, lo cual trae como

consecuencia que este maneje el precio a su favor poniendo las condiciones de venta. A mediano plazo se rastrearán nuevos mercados en búsqueda de nuevos proveedores que desarrollen este producto para así, disminuir su poder de negociación y no depender de uno solo.

2.2.2.4. Poder de negociación de los clientes

Los clientes en este tipo de negocio tienen un bajo poder de negociación debido a que no tienen el poder de influir o negociar el precio de los productos debido a que son clientes individualizados. Por la misma razón, para la **Mascotienda de Clifford** en el producto principal (comedero automático), el poder va a ser nulo porque es un producto innovador y con características únicas que lo diferencian de los ya existentes en el mercado, por lo que, si el cliente no se acomoda al precio, este tendrá la posibilidad de sustituirlo por un comedero convencional.

2.2.2.5. Rivalidad entre los competidores ya existentes

La competencia de la **Mascotienda de Clifford** son todos aquellos negocios que comercialicen productos para mascotas, siendo los fuertes Kanú, La casa del granjero, Tierragro y los almacenes de cadena, los cuales cuentan con la fortaleza de posicionamiento en el mercado y fidelización de público objetivo en dichos establecimientos. A pesar de esto, el poder de los competidores es bajo porque al haber tanta existencia de estos, la rivalidad es poca, dejando abierta la entrada de nuevos competidores en el sector de mascotas con facilidad.

En conclusión la **Mascotienda de Clifford** puede entrar a competir en el mercado de mascotas en la ciudad de Medellín porque según el análisis de las fuerzas es viable.

2.2.3. Matriz DOFA

Tabla 5: Matriz DOFA

	FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
	<ul style="list-style-type: none"> -Producto diferencial e innovador. - Personal capacitado. - Calidad y garantía de los productos. -Sistema avanzado de Software. 	<ul style="list-style-type: none"> - Alta inversión inicial - Concepto nuevo, un reto para el posicionamiento. - Dependencia de un solo proveedor en el producto diferencial.
OPORTUNIDADES (O)	ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS (DO)
<ul style="list-style-type: none"> - Crecimiento del sector comercial de mascotas. - La humanización de las mascotas. - Solución para las personas ocupadas. - Firma del TLC con Estados Unidos de América. - Firma del TLC con Corea. 	<ul style="list-style-type: none"> - La Mascotienda de Clifford les dará solución a las personas ocupadas con su producto diferencial e innovador. - A través de la firma del TLC con Estados Unidos se garantizará la calidad del producto y la capacitación del personal. 	<ul style="list-style-type: none"> - Debido al crecimiento del sector comercial de mascotas es factible hacer la alta inversión inicial. - A largo plazo salir de la dependencia de un solo proveedor y aprovechar el TLC para tener varios. - La humanización de las mascotas será la clave para la viabilidad del proyecto y posicionamiento en el mercado.

AMENAZAS (A)	ESTRATEGIAS (FA)	ESTRATEGIAS (DA)
<ul style="list-style-type: none"> - Alta inflación - Competencia por productos sustitutos - Vulnerabilidad frente a los competidores principales - Volatilidad de la tasa de cambio 	<ul style="list-style-type: none"> -Mediante el producto diferencial e innovador y el personal capacitado, La Mascotienda de Clifford se destacará frente a la competencia existente. -La calidad y la garantía competirán contra los productos sustitutos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Enfatizar en la estrategia de marketing para darnos a conocer como una oferta innovadora en el mercado diferenciándonos de la competencia. - Realizar un seguimiento constante a las variables económicas, para anticiparse a los posibles riesgos.

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO

3.1. OBJETIVOS DE MERCADEO

Analizar las estrategias para satisfacer la demanda de un comedero automático para mascotas comercializado por la **Mascotienda de Clifford**, el cual brindará facilidad a las personas de cuándo alimentar a su mascota se trate. Este plan de negocios está centrado en las personas que tienen mascotas específicamente perros o gatos que no dispongan de tiempo suficiente para estar pendiente de su alimentación, ubicados en la ciudad de Medellín entre los estratos 3, 4, 5 y 6.

Incrementar las ventas en un 5 % a mediano plazo con respecto al primer año, al mismo tiempo se espera tener un mejor reconocimiento de marca logrando un posicionamiento entre las 5 mejores tiendas de mascotas de Medellín.

Posicionar a largo plazo la **Mascotienda de Clifford** entre las tres mejores tiendas de la industria de mascotas de Medellín, al igual que un amplio reconocimiento a nivel nacional.

3.2. PERFIL DEL MERCADO POTENCIAL

Grupos familiares en Medellín, Antioquia (Colombia) ubicados en las comunas Poblado, Laureles, Guayabal, La Candelaria, Envigado y demás barrios aledaños cercanos al Centro Comercial Santafé, que estén situados entre los estratos 3, 4, 5 y 6, que tengan uno o más perros y/o gatos. Mujeres y hombres entre 19 y 65 años de edad aproximadamente, para las cuales el precio no sea importante a la hora de brindarle cuidado a su mascota, sino que el bienestar de esta sea su prioridad, viéndolos como un miembro más de su familia y que tengan capacidad adquisitiva de productos que mejoren la atención a la mascota debido a la falta de tiempo.

3.3. CUANTIFICACIÓN DE LOS CLIENTES POTENCIALES

El mercado potencial que la **Mascotienda de Clifford** pretende abarcar los hogares de estratos socioeconómico 3, 4, 5 y 6 que tengan perro y/o gato ubicados en las comunas

mencionadas anteriormente, las cuales según el estrato están repartidas de la siguiente manera, según Planeación Ambiental de Medellín 2012-2019:

- Poblado: Estrato 3 - 1,62 %, Estrato 4 - 4,14 %, Estrato 5 - 17,82 %, Estrato 6 - 74,67%
- La América: Estrato 3 - 28,77 %, Estrato 4 - 40,98 %, Estrato 5 - 26,27 %
- Guayabal: Estrato 3 - 36,11 %, Estrato 4 - 23,02 %, Estrato 5 - 20,38 %
- La Candelaria: Estrato 3 - 34,49 %, Estrato 4 - 53,53 %, Estrato 5 - 3,40 %

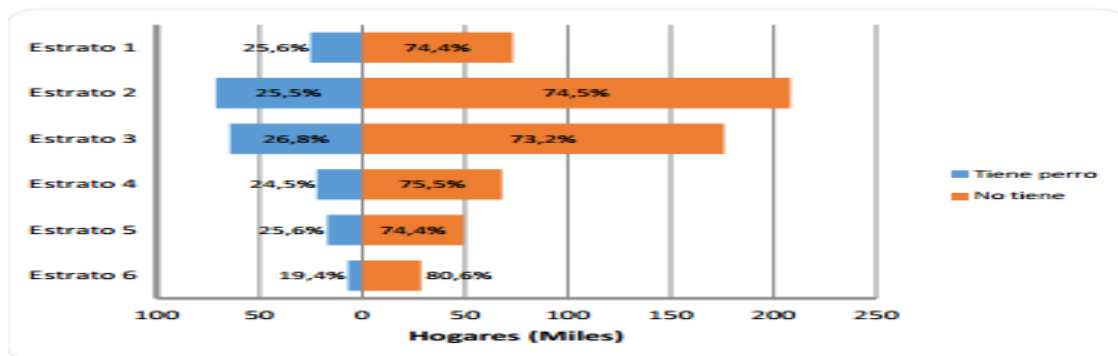
Según la encuesta de Calidad de Vida de Medellín 2015, el 26,8 % de los hogares pertenecientes al estrato 3 tienen perros, en el estrato 4 el 24,5 %, en el estrato 5 el 25,6 % y en el estrato 6 el 19,4 %. Lo que muestra una población total de 110.170 perros en los hogares de estos estratos. (Ver tabla 6, gráfico 4)

Tabla 6: Hogares por estrato socioeconómico de la vivienda según tenencia de perros

Estrato	Hogares		Hogares		Hogares con perros			
	Total	%	Tiene perro	No tiene	Total perros	promedio por hogar	Total Vacunados	% vacunados
Estrato 1	98.310	12,14	25.157	73.153	32.468	1,29	29.097	89,6
Estrato 2	279.456	34,51	71.186	208.269	92.754	1,30	88.814	95,8
Estrato 3	240.311	29,67	64.284	176.027	81.406	1,27	79.409	97,5
Estrato 4	90.077	11,12	22.031	68.046	28.778	1,31	28.155	97,8
Estrato 5	66.313	8,19	16.996	49.317	21.367	1,26	21.125	98,9
Estrato 6	35.367	4,37	6.859	28.508	8.255	1,20	8.255	100,0
Total	809.833	100%	206.513	603.321	265.029	1,27	254.855	96,2%

Fuente: Encuesta de Calidad de Vida Medellín 2015

Gráfico 4: Hogares por estrato socioeconómico de la vivienda según tenencia de perros



Fuente: Encuesta de Calidad de Vida Medellín 2015

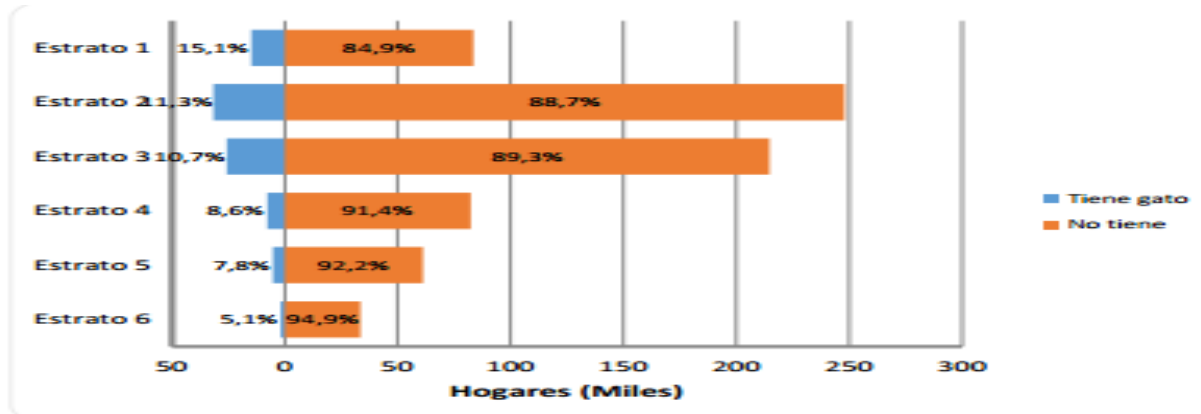
Según la encuesta de Calidad de Vida de Medellín 2015, el 10,7 % de los hogares pertenecientes al estrato 3 tienen gato, en el estrato 4 el 8,6 %, en el estrato 5 el 7,8 % y en el estrato 6 el 5,1 %. Lo que muestra una población total de 40.311 gatos pertenecientes a hogares de estos estratos. (Véase tabla 7, gráfico 5)

Tabla 7: Hogares por estrato socioeconómico de la vivienda según tenencia de gatos

Estrato	Hogares		Hogares		Hogares con gatos			
	Total	%	Tiene gato	No tiene	Total gatos	promedio por hogar	Total Vacunados	% vacunados
Estrato 1	98.310	12,14	14.798	83.512	19.417	1,31	14.874	76,6
Estrato 2	279.456	34,51	31.511	247.945	40.839	1,30	36.112	88,4
Estrato 3	240.311	29,67	25.616	214.696	31.963	1,25	29.845	93,4
Estrato 4	90.077	11,12	7.722	82.355	10.577	1,37	10.089	95,4
Estrato 5	66.313	8,19	5.157	61.156	7.159	1,39	7.038	98,3
Estrato 6	35.367	4,37	1.816	33.551	2.421	1,33	2.361	97,5
Total	809.833	100%	86.619	723.214	112.375	1,32	100.318	89,3%

Fuente: Encuesta de Calidad de Vida Medellín 2015

Gráfico 5: Hogares por estrato socioeconómico de la vivienda según tenencia de gatos



Fuente: Encuesta de Calidad de Vida Medellín 2015

3.4. MERCADO META

El mercado meta de la **Mascotienda de Clifford** son los hogares con o sin hijos, que tengan perro y/o gato, con ingresos medios o altos para las cuales el precio no sea importante a la hora de brindarle cuidado a su mascota, sino que el bienestar de esta sea su prioridad, viéndolos como un miembro más de su familia y que tengan capacidad

adquisitiva de productos que mejoren la atención a la mascota debido a la falta de tiempo por sus trabajos o rutina de vida, pertenecientes a los estratos 3, 4, 5 y 6 ubicados en las comunas Poblado, La América, Guayabal, La Candelaria, Envigado y barrios aledaños al centro comercial Santafé. Del cual se pretende abarcar el 20 % de la población canina y felina perteneciente a hogares de estos estratos (191.926), arrojando un total de 38.385 mascotas.

3.5. MERCADO COMPETIDOR

A continuación se hablara sobre los principales competidores del proyecto de la **Mascotienda de Clifford** al momento de entrar al mercado.

3.5.1. KANÚ

<http://kanu.pet/>

Es una empresa dedicada a la comercialización de productos para el cuidado, diversión y alimentación para las mascotas, cuenta con 15 puntos de venta ubicados en La Villa, Florida, Laureles, Unicentro, Nuevo Mundo, Premium Plaza, Éxito Poblado, Palma Grande, Puerta del Norte, Santafé, El Tesoro, Llano grande, Viva Palma, San Lucas y Suramericana de los cuales tres tienen centro de atención veterinario y quirófano, además cuenta con Hotel para perros y gatos en el Centro Comercial El Tesoro.

Cuenta con dos tipos de canales de distribución: puntos de venta y servicio a domicilio. Las estrategias de comunicación de Kanú son por medio de su página web y redes sociales (Facebook, Instagram), además cuenta con estrategias de promoción tales como: ofrecer descuentos para “Amigos Kanú” el cual consiste en inscribirse en la página para obtener beneficios en algunos productos de las tiendas y en el hotel, y ofrecen clases gratis para los propietarios acerca de la tenencia y cuidado de sus mascotas, todos los sábados en su Hotel.

Con respecto a los comederos automáticos, Kanú no comercializa comederos de este tipo, sino que comercializa comederos convencionales (Ver imagen 5, 6, 7), los cuales varían en estilos, tamaños y precios que van desde \$8.100 el más barato, \$24.000 y \$190.000 los más costosos.

Imagen 5: Comederos convencionales 1, Kanú



Fuente: Propia

Imagen 6: Comederos convencionales 2, Kanú



Fuente: Propia

Imagen 7: Comederos convencionales 3, Kanú



Fuente: Propia

3.5.2. La Casa del Granjero

<http://192.185.29.79/~lacasade/>

Es una empresa dedicada a satisfacer las necesidades de los dueños de mascotas y amantes a las plantas y todo lo que tiene que ver con lo agropecuario, cuentan con 12 puntos de venta, los cuales están ubicados en: Llano grande, La Ceja, Pakita, La Fe, El Campestre, Éxito Envigado, Mall Laureles, Florida, Bello, City Plaza y San Lucas, en los cuales se comercializan productos para la alimentación, cuidado y diversión de las mascotas, y una clínica veterinaria ubicada en el Poblado.

Con respecto al comedero automático, la casa del granjero comercializa un comedero con funciones similares al PetnetIO Smartfeeder con respecto a la programación de auto vertimiento (Véase imagen 9), sin embargo es mucho más pequeño y sencillo además de que se maneja manualmente y no a través de un App como el comedero automático PetnetIO Smartfeeder, con un precio de \$294.000; también comercializan comederos convencionales en diferentes estilos (Véase imagen 8,) con unos precios que varían entre \$16.000 y \$90.000; los cual son un sustituto del comedero automático. Además cuenta con una alianza estratégica con el Éxito para comercializar sus productos, lo que les ayuda a abarcar más mercado.

Imagen 8: Comederos convencionales, La casa del granjero



Fuente: La casa del granjero

Imagen 9: Comedero programable, La casa del granjero



Fuente: Propia

Otra debilidad que la **Mascotienda de Clifford** presenta frente a la casa del granjero es que llevan mucho tiempo en el mercado logrando abarcar gran parte de la ciudad, consiguiendo un gran reconocimiento y posicionamiento de marca entre los consumidores, además de que ofrecen todo tipo de servicio dirigido hacia las mascotas, tales como guardería, día de sol, servicios veterinarios, adiestramiento, peluquería y asesoría.

Cuentan con tres tipos de canales de distribución: puntos de venta, ventas online y domicilios. Las estrategias de comunicación que estos utilizan son a través de la página web y redes sociales (Instagram, YouTube, Facebook), en las cuales interactúan con los usuarios a diario.











3.5.3. Almacenes Éxito

www.exito.com

Es un almacén de cadena dedicada al comercio al detal de productos y servicios. Cuenta con 35 puntos de venta en la ciudad de Medellín.

Con respecto al comedero automático, el Éxito es una competencia fuerte ya que comercializa comederos convencionales (Ver imagen 10) que cuestan entre \$4.000 y \$30.000 y un comedero inteligente manejado a través de una App, aunque no es automático (Ver imagen 11), el cual cuesta alrededor de \$170.000.

Imagen 10: Comederos convencionales, Éxito

			
Comedero Doble Mediano Exit - U EXITO MARCA PROPIA	Comedero Redondo Mediano Exit - U EXITO MARCA PROPIA	Comedero Doble Grande Exit - U EXITO MARCA PROPIA	comedero Aluminio Mediano - U EXITO MARCA PROPIA
\$6.990	\$6.010	\$7.000	\$25.900
1 und. 	1 und. 	1 und. 	1 und. 
			
Comedero Redondo Grande Exit - U EXITO MARCA PROPIA	Comedero Redondo Pequeno Exit - U EXITO MARCA PROPIA		
		\$4.350	

Fuente: Tienda online Éxito

Imagen 11: Comederos inteligentes, Éxito

			
Comedero inteligente y antibacterial FRESH MONDRIAN PETKIT	Comedero inteligente y antibacterial FRESH MILKCOW - PETKIT	Comedero inteligente y antibacterial FRESH BLANCO - PETKIT	Comedero inteligente y antibacterial FRESH POLKA - PETKIT

Fuente: Tienda online Éxito

Una gran debilidad de la **Mascotienda de Clifford** frente al éxito, es que este lleva mucho tiempo en el mercado y a su vez abarca mucha parte de la ciudad, logrando gran fidelización por parte de los clientes. Una fortaleza que se tendrá, es que el comedero automático PetnetIO Smartfeeder almacena y vierte el concentrado de manera automática, además de que por su manejo a través de la App calcula y recomienda la cantidad, alimentación y cuidado, mientras que el comedero inteligente del Éxito a pesar de que también cuenta con una App, solo calcula y recomienda la cantidad de concentrado de acuerdo al tamaño de la mascota, por lo tanto el vertimiento del cuidado es de forma manual.

Cuenta con tres tipos de canales de distribución: Puntos de venta, tienda online y domicilios.

Las estrategias de comunicación del Éxito son a través de vallas publicitarias, publicidad a través de televisión y radio, patrocinio en eventos, página web. Las de promoción son a través de ofertas semanales, puntos Éxito, crédito sin cuota inicial y aniversario éxito.

3.5.4. Tierragro

www.tierragro.com.co

Es una empresa dedicada a la comercialización de productos agropecuarios, fertilizantes, agroquímicos, maquinaria agrícola, ferretería, marroquinería, nutrición para grandes y pequeñas especies, farmacia veterinaria, accesorios para mascotas, entre otros. Cuenta con siete puntos de venta ubicados en: Medellín, Itagüí, Bello, Llano grande, dos en La Unión y San Pedro.

Con respecto al comedero automático Tierragro no es un competidor directo, ya que no comercializa este tipo de productos sino comederos convencionales (Ver imagen 12, 13) en diferentes estilos, tamaños y precios que varían entre \$19.000 y \$108.000.

Imagen 12: Comederos convencionales 1, Tierragro



Fuente: Propia

Imagen 13: Comederos convencionales 2, Tierragro



Fuente: Propia

Cuenta con tres tipos de canales de distribución: puntos de venta, tienda online y domicilios. Las estrategias de comunicación de Tierragro son a través de la página web, Twitter y Facebook. Las de promoción son: Caminata canina y de mascotas, misa para mascotas, jornada de vacunación y desparasitación, curso de jardinería y charlas técnicas del sector agropecuario, con el fin de ampliar su exhibición y atención al cliente.

Las tiendas mencionadas anteriormente son la competencia potencial de la **Mascotienda de Clifford**, sin embargo, también se competirá con pequeñas tiendas dirigidas a las mascotas que aunque no tienen gran reconocimiento están ubicadas en puntos estratégicos, cubriendo gran parte de la población, como Venus tienda, Güau

tienda para mascotas, Mascotas Style, Mundo mascotas, Mascotodo, Doctor pet, Pa´mascotas, y muchas más.

3.6. MERCADO DISTRIBUIDOR

El principal canal de distribución será directa a través de la **Mascotienda de Clifford**, en la cual se tendrá un contacto directo con el cliente y a través del uso del internet con página web en la que se tendrá tienda online, domicilio puerta a puerta, Facebook e Instagram para tener una constante interacción con los clientes.

En cuanto a los costos referentes al local, serán: el costo fijo del arrendamiento mensual del local en el centro comercial, los servicios públicos y la adecuación del local para el momento de la apertura.

3.7. COMUNICACIÓN Y ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN

3.7.1. Comunicación

3.7.1.1. Logo

El logo está conformado por: el nombre de Mascotienda en negro ya que es un color neutro con el que se pretende abarcar cualquier tipo de mascotas, la imagen del perro y el nombre Clifford en rojo porque estos hacen alusión al significado del nombre, el cual sale de la serie de televisión para niños llamada “Clifford, el gran perro rojo”. (Ver imagen 14)

Imagen 14: Logo



Fuente: Elaboración propia

3.7.1.2. Slogan

“Una más en la familia” - Este hace referencia a que así como las mascotas son importantes en el hogar y son un miembro más de la familia, la **Mascotienda de Clifford** se unirá a esta siendo un aliado en el cuidado de la mascota. (Véase imagen 15)

Imagen 15: Slogan



Fuente: Elaboración propia

3.7.1.3. Nombre comercial del producto

Comedero automático PetnetIO Smartfeeder: Smartfeeder es el nombre originario de su productor el cual en español significa comedero inteligente y PetnetIO es la aplicación con la cual se maneja el comedero y nombre de la empresa creadora.

3.7.1.4. Especificaciones del empaque

Comedero automático PetnetIO Smartfeeder será comercializado en su caja originaria, la cual en su cara principal da muestra de lo que es el producto y sus funciones principales. El comedero puede ser de cuatro tipos de colores: verde, azul, rosado y negro (Ver imagen 16, 17). Debido a que la caja del comedero viene con las especificaciones del producto en inglés, se añadirá a esta una etiqueta con dichas especificaciones en español para hacer más fácil su uso, las cuales tendrán un costo de \$200 cada una.

Imagen 16: Empaque del comedero automático



Fuente: Twitter PetnetIO

Imagen 17: Colores del comedero automático



Fuente: PetnetIO

3.7.2. Actividades de promoción y divulgación

La estrategia de promoción y divulgación de la **Mascotienda de Clifford** para dar a conocer el comedero automático será a través de la repartición de volantes informativos en el centro comercial en que estará ubicada la tienda y en las zonas aledañas a este, con una interacción constante en las redes sociales (Facebook, Instagram y la página web) y por último a través de eventos promocionales relacionados con animales como la caminata canina, la feria mundo mascotas y participación en bazares de pequeñas empresas, como el bazar multimarca en Tiki bar, para así, darse a conocer a más público.

Tabla 8: Costos de estrategia de comunicación anual

Actividad	Cantidad	Precio	Total
Volantes	3.000	\$172,33	\$517.000
Repartidor	3	\$65.000	\$195.000
Diseño y elaboración página web	1	\$450.000	\$450.000
Actualización y mantenimiento página web	4	\$35.000	\$140.000
Caminata canina	1	\$400.000	\$400.000
Bazar Tiki bar	1	\$150.000	\$150.000
Feria Mundo Mascotas	1	\$2'274.962	\$2'274.962
		TOTAL	\$4'126.962

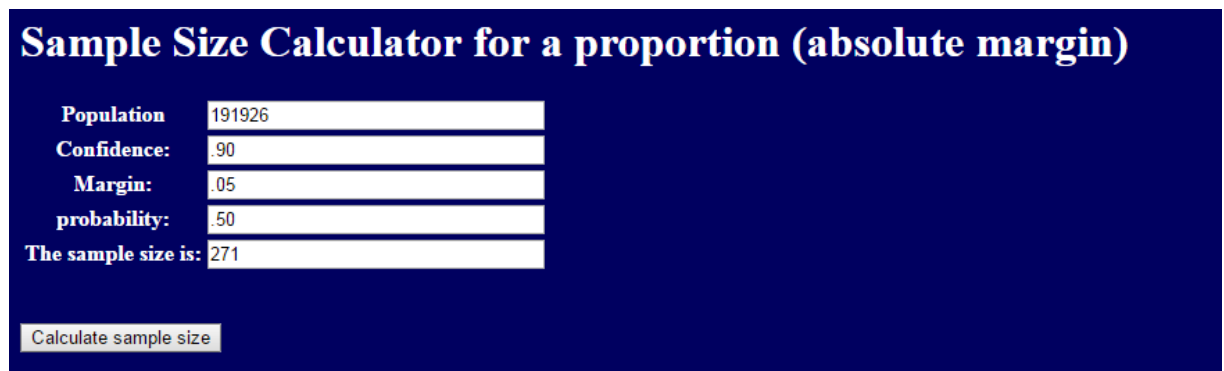
Fuente: Elaboración propia

La estrategia de promoción para incrementar las ventas del comedero automático sería durante el mes de lanzamiento y el día internacional de la mascota, obsequiar por cada comedero vendido un collar sencillo para la mascota, el cual tiene un costo comercial de \$11.000.

3.8. PLAN DE VENTAS

3.8.1. Cuantificación de la muestra

Imagen 18: Cuantificación de la muestra



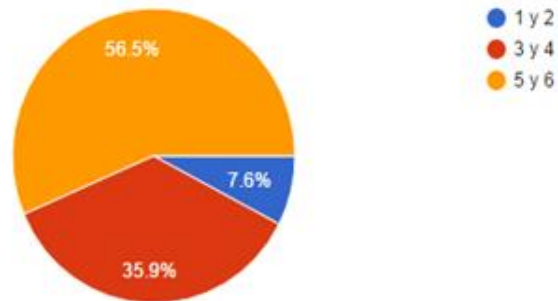
Sample Size Calculator for a proportion (absolute margin)	
Population	191926
Confidence:	.90
Margin:	.05
probability:	.50
The sample size is:	271
<input type="button" value="Calculate sample size"/>	

Fuente: Sample Size Calculator

La población potencial escogida para el desarrollo de este proyecto parte de la cantidad de perros y gatos pertenecientes a estratos 3, 4, 5 y 6 en la ciudad de Medellín, los cuales según la encuesta de Calidad de Vida de Medellín 2015 corresponden a un total de 191.926. Teniendo en cuenta un coeficiente de confiabilidad del 90 %, un margen de error del 5 % y una probabilidad del 50 %, el mínimo de muestra estaría en 271 encuestas para poder sacar conclusiones sobre la aceptación de este producto en el mercado; sin embargo se lograron obtener 340 respuestas por parte del público.

Gráfico 6: Pregunta número uno

¿Entre qué estratos socioeconómico esta ubicada su vivienda? (340 respuestas)

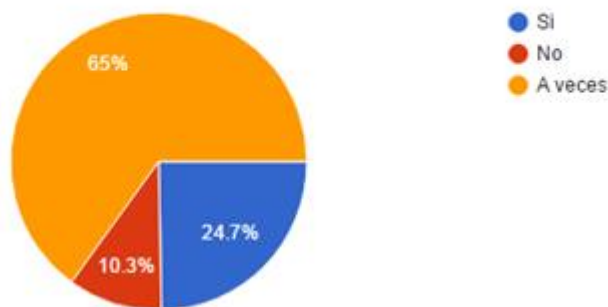


Fuente: Elaboración propia

Según las encuestas, 177.339 hogares con perros y/o gatos pertenecen a los estratos a los cuales va dirigido el comedero automático, abarcando un 92,4 % de la población.

Gráfico 7: Pregunta número dos

¿Le dificulta dar de comer a su mascota a la hora indicada? (340 respuestas)



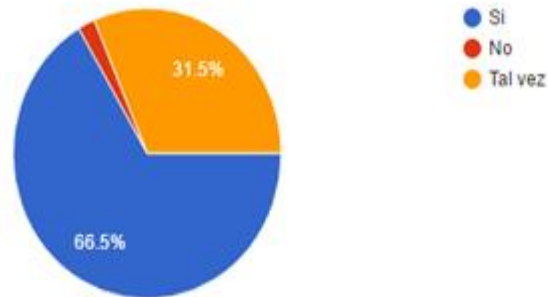
Fuente: Elaboración propia

A raíz de esta pregunta se definirá la cantidad de personas que tienen la problemática de dar de comer a una hora indicada a su mascota, siendo estas el público al que será dirigido el comedero automático. Se pudo determinar que 47.405 personas tienen esta problemática, por lo que este será el mercado meta.

Gráfico 8: Pregunta número tres

¿Le gustaría que exista un comedero automático que le facilite alimentar a su mascota?

(340 respuestas)



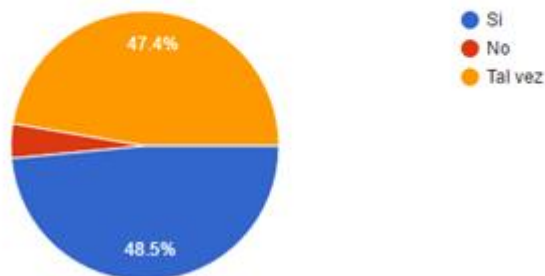
Fuente: Elaboración propia

Al 66,5 % de las personas encuestadas les gustaría que existiera un producto como el Smartfeeder que les facilite el momento de alimentar a su mascota, de lo cual se puede derivar que el producto tendría una buena aceptación en el mercado.

Gráfico 9: Pregunta número cuatro

Si el comedero automático estuviera disponible en el mercado de Medellín ¿Estaría dispuesto a comprarlo?

(340 respuestas)



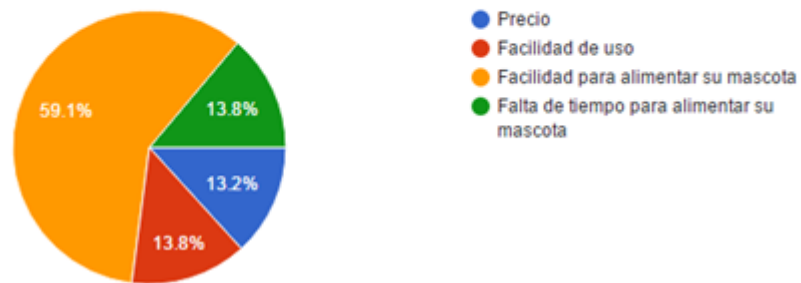
Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a esta pregunta se puede concluir que 93.084 personas estarían dispuestas a comprar el comedero automático si estuviera disponible en el mercado de Medellín. Lo

que demuestra la gran aceptación que el producto tendría debido a que supera las expectativas del mercado meta (47.405) que se pretende abarcar.

Gráfico 10: Pregunta número cinco

¿Cuál sería el principal factor a la hora de decidirse por comprar un comedero automático?
(340 respuestas)

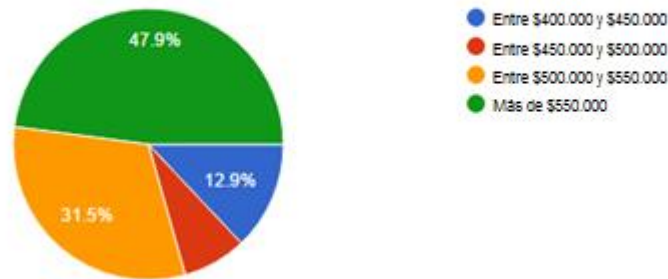


Fuente: Elaboración propia

Según las encuestas, 113.428 personas respondieron que el principal factor a la hora de decidirse por comprar un comedero automático es por la facilidad para alimentar a su mascota, en segundo lugar, 26.485 personas lo comprarían por la facilidad de uso, 26.485 por la falta de tiempo para alimentar a su mascota y por último, 25.334 personas dejan como conclusión que el precio sería el factor menos importante a la hora de decidirse por comprar el Smartfeeder. Con esto se puede analizar que las personas buscan solucionar la problemática que a veces tienen a la hora de alimentar a la mascota.

Gráfico 11: Pregunta número seis

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el comedero automático? (340 respuestas)

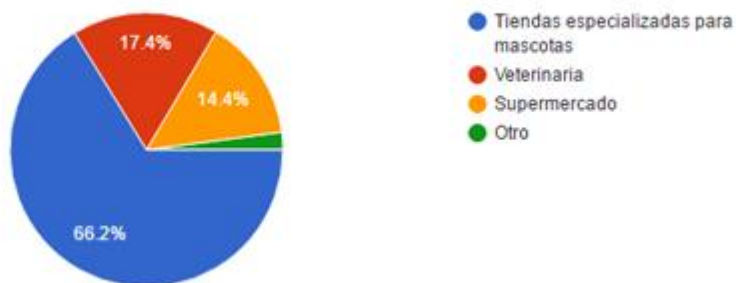


Fuente: Elaboración propia

Con esta pregunta se pretende analizar si el público estaría dispuesto a aceptar el precio al cual se va a comercializar el Smartfeeder. Las encuestas arrojan que 91.932 personas están dispuestas a pagar más de \$550.000 por el producto, lo que demuestra que el precio de comercialización va a ser aceptado por una cantidad de público mayor al que se pretende llegar.

Gráfico 12: Pregunta número siete

¿En qué lugar preferiría comprar el comedero automático? (340 respuestas)

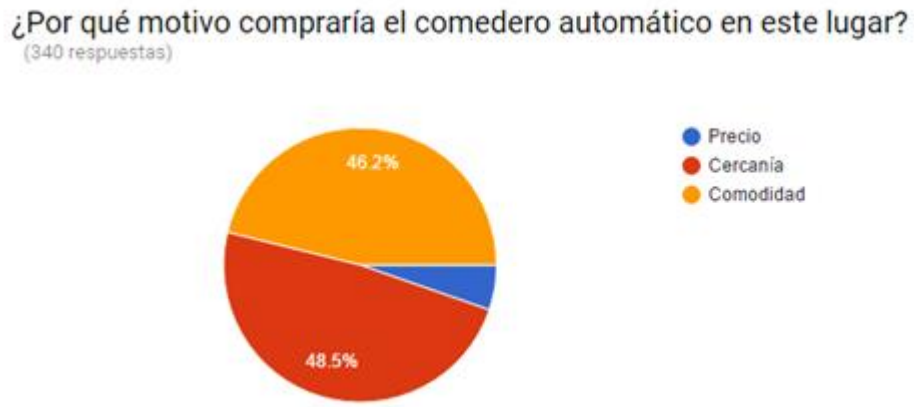


Fuente: Elaboración propia

El 66,2 % de la población encuestada, es decir, 127.055 personas preferirían comprar el comedero automático en tiendas especializadas para mascota, lo cual es de gran

importancia para este plan de proyecto debido a que la **Mascotienda de Clifford**, comercializadora del comedero automático, está catalogada en este tipo.

Gráfico 13: Pregunta número ocho



Fuente: Elaboración propia

El 48,5 % de la población encuestada, es decir 93.084 personas comprarían el comedero automático en una tienda especializada para mascotas por cercanía.

Como conclusión se puede decir que el comedero automático PetnetIO Smartfeeder es un producto viable para comercializar en la ciudad de Medellín debido a que tanto su canal de comercialización y el precio con los cuales se pretenden llegar al público será aceptado por una población mayor al mercado meta al que se pretende abarcar.

3.8.2. Proyección de ventas

La proyección de ventas está basada en los datos arrojados por las encuestas donde el mercado meta fue analizado a partir de las personas que tienen el problema para alimentar a sus mascotas, es decir el 24,7 % lo cual corresponde a 47.405 personas del mercado potencial que es de 191.926, a las que estarían dispuestas a pagar más de \$550.000 por el comedero y a comprarlo en una tienda especializada.

Para un cálculo aproximado de sostenimiento de la empresa teniendo en cuenta los servicios públicos, sueldos y arriendos, se necesitarían unas ventas de 87 comederos

mensuales con un precio al público de \$720.000 para cubrir a la vez todos los gastos de la importación de estos; por lo que para garantizar la sostenibilidad del negocio y a la vez obtener ganancia alguna, la proyección de venta estimada debido a la buena aceptación es de 100 comederos mensuales en el primer año, lo que representa el 0,2 % del mercado meta.

A partir del segundo año se espera un crecimiento en las ventas de un 5 % cada año con respecto al año anterior hasta el año cuatro, donde se espera un crecimiento de 10 % para el año cinco.

Tabla 9: Proyección de ventas

Mes/Año	Proyección de venta	Ventas (\$)
Mes 1	100	72'000.000
Mes 2	100	72'000.000
Mes 3	100	72'000.000
Mes 4	100	72'000.000
Mes 5	100	72'000.000
Mes 6	100	72'000.000
Mes 7	100	72'000.000
Mes 8	100	72'000.000
Mes 9	100	72'000.000

Mes 10	100	72'000.000
Mes 11	100	72'000.000
Mes 12	100	72'000.000
Año 2	1.260	907'200.000
Año 3	1.323	952'560.000
Año 4	1.389	1'000'080.000
Año 5	1.527	1'099'440.000
	6.699	4'823'280.000

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO IV. ANALISIS COMERCIO INTERNACIONAL

4.1. TRATADOS COMERCIALES

La relación comercial entre Colombia y Estados Unidos pasó en el año 2011 de un escenario unilateral a una relación estable y permanente a través de tratado de libre comercio; permitiendo a los exportadores proyectar negocios a largo plazo y así generar empleo en Colombia.

Según el decreto 730 del 13 de abril de 2012 en el cual se da cumplimiento a los compromisos adquiridos en virtud del Acuerdo de Promoción Comercial entre la República de Colombia y los Estados Unidos de América, la partida arancelaria 8436.29.10.00 correspondiente a los comederos automáticos dispuestos a importar en este proyecto, se encuentran especificada en la categoría de desgravación C, la cual dice que el arancel se le eliminará en 10 etapas anuales iguales, comenzando en la fecha en que este acuerdo entra en vigor, y dichas mercancías quedarán libres de aranceles a partir del 1 de enero del año diez. En el momento de firmado el acuerdo la tasa base fue del 15 %, actualmente en el 2016 es de 7,5 % y para el 2017 tendrá un arancel de 6 %.

4.2. POSICIÓN ARANCELARIA Y BENEFICIOS ARANCELARIOS

A continuación se mostrarán las partidas arancelarias correspondientes a los comederos automáticos en los países de Colombia y Estados Unidos.

- Posición arancelaria general: 8436.29 - Los demás
- Posición arancelaria nacional (Colombia): 8436.29.10.00 - Comederos y bebederos automáticos

Imagen 19: Posición arancelaria Colombia

DATOS GENERALES						
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complém.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
ARIAN	8436.29.10.00			01-ene-2007	...	IN
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	...	IN
Unidad física	u - Unidades o artículos			01-ene-2007	...	IN

Fuente: Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales

- Posición arancelaria norteamericana: 8436.29.00.00 - Others

Imagen 20: Posición arancelaria Estados Unidos

Heading/ Subheading	Stat Suf fix	Article Description	Unit of Quantity	Rates of Duty		
				1 General	Special	2
8436		Other agricultural, horticultural, forestry, poultry-keeping or bee-keeping machinery, including germination plant fitted with mechanical or thermal equipment, poultry incubators and brooders; parts thereof.				
8436.10.00	00	Machinery for preparing animal feeds	No.	Free		Free
		Poultry-keeping machinery, poultry incubators and brooders.				
8436.21.00	00	Poultry incubators and brooders	No.	Free		Free
8436.29.00	00	Other	No.	Free		Free
8436.80.00		Other machinery		Free		Free
	20	Forestry machinery	No.			
		Other:				

Fuente: Harmonized Tariff Schedule

4.3. REQUISITOS Y VISTOS BUENOS

Según la resolución 0025 del 21 de febrero de 2013 en la cual se señalan las descripciones mínimas de las mercancías objeto de importación, las partidas y subpartidas clasificadas en el capítulo 84 deben indicar descripción del producto, marca y referencia y en específico la subpartida 8436.29 deben indicar capacidad y sistema de accionamiento.

4.4. CAPACIDAD IMPORTADORA


La capacidad de almacenamiento de la bodega de la **Mascotienda de Clifford** es de 400 comederos, por lo que debido a la proyección de ventas mensuales estimada en 100 comederos se harán importaciones cuatrimestrales de 400 comederos, para así mantener buen stock de mercancía y no tener costos de importaciones frecuentes.

4.5. PARTICIPACIÓN EN FERIAS ESPECIALIZADAS

Mundo mascotas es una feria realizada en Plaza Mayor en la ciudad de Medellín los días 26 y 27 de noviembre, la cual reúne a las empresas y personas amantes de las mascotas para promover el buen trato, cuidado y la interacción con estas, además de promocionar productos y servicios relacionados con las mascotas.

Con la participación en esta, la **Mascotienda de Clifford** obtendrá beneficios, tales como: posicionamiento de marca, búsqueda de nuevos canales de distribución y activaciones de marcas.

Imagen 21: Información suministrada Mundo Mascotas



VALOR MT2- STAND

MUNDO MASCOTAS						
CAJA DE MADERA Y PLAZOLETA						
NOVIEMBRE 26 Y 27						
STAND MT2	VR MT	VR STAND	IVA	SEGURO	IVA	TOTAL STAND
6	\$ 190.000	\$ 1.140.000	\$ 182.400	\$ 73.760	\$ 11.802	\$ 1.407.962
8	\$ 185.000	\$ 1.480.000	\$ 236.800	\$ 73.760	\$ 11.802	\$ 1.802.362
9	\$ 182.000	\$ 1.638.000	\$ 262.080	\$ 73.760	\$ 11.802	\$ 1.985.642
10	\$ 175.000	\$ 1.750.000	\$ 280.000	\$ 73.760	\$ 11.802	\$ 2.115.562
12	\$ 172.000	\$ 2.064.000	\$ 330.240	\$ 73.760	\$ 11.802	\$ 2.479.802
15	\$ 168.000	\$ 2.520.000	\$ 403.200	\$ 73.760	\$ 11.802	\$ 3.008.762
CARPAS 16MT2	\$ 165.000	\$ 2.640.000	\$ 422.400	\$ 73.760	\$ 11.802	\$ 3.147.962
RESTAURANTES 9MT2	\$ 180.000	\$ 2.880.000	\$ 460.800	\$ 73.760	\$ 11.802	\$ 3.426.362

TODO STAND SE RESERVA CON EL 30% DE SU VALOR Y DEBE ESTAR CANCELADO EN SU TOTALIDAD AL 30 DE OCTUBRE DE 2016

Consignar a nombre de Plaza Mayor en la cuenta corriente Bancolombia No 527-28407540, escribir nombre de la persona o empresa que realiza la consignación, número del stand, número del NIT y pasar copia de la consignación vía fax al (574) 2320330 o al email gustavo.cardenas@plazamayor.com.co

Fuente: Vía e-mail por Mundo mascotas

Tabla 10: Costos de participación Mundo mascotas Medellín

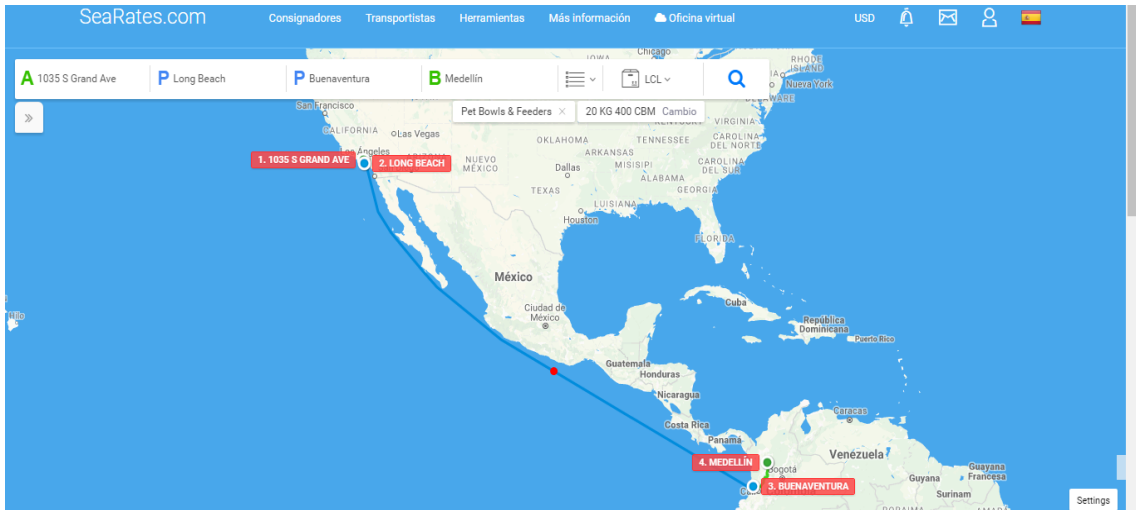
Descripción	Cantidad	Valor
Participación feria	1	\$1'407.962
Decoración del stand		\$150.000
Promoción	3.000	\$517.000
Alimentación		\$200.000
	TOTAL	\$2'274.962

Fuente: Elaboración propia

4.6. RUTAS DE ACCESO

La empresa exportadora PetnetIO está ubicada en 1035 South Grand Avenue, Los Ángeles, California, de donde saldrá la mercancía en un transporte de carga con un contenedor de 20' hacia el Puerto de Los Ángeles donde se embarcará hacia el puerto de Buenaventura, Colombia y allí se transportará a Medellín, Antioquia hacia la bodega de la **Mascotienda de Clifford** ubicada en el Centro Comercial Santafé. El transporte interno en origen y el internacional serán realizados por la empresa FIDAS'S AMERICA SAS al igual que el agenciamiento aduanero, mientras que el transporte en destino de Buenaventura a Medellín será realizado por la empresa Road Haulage Association (RHA), con un costo total de 464 USD equivalentes a 1'352.077,44, con una tasa de cambio 2.913,96 (11 de oct. /2016)

Imagen 22: Tránsito de carga



Fuente: Sea Rates

A continuación se mostrará la distribución de la carga en un contenedor de 20' donde debido a las medidas de la caja y la cantidad el volumen total es de 21,31mt³, ocupando un 64 % del volumen del contenedor.

Imagen 23: Distribución de la carga



Fuente: Sea Rates

4.7. LIQUIDACIÓN DE COSTOS DE IMPORTACIÓN Y PRECIOS DE EXPORTACIÓN

Los lotes estándares de compra de la **Mascotienda de Clifford** serían de 400 comederos cuatrimestralmente para así manejar un stock adecuado donde el precio de compra a PetnetIO sería de 104,3 USD por cada comedero con un total de 41.720 USD Ex-Works (EXW).

A continuación se darán a conocer todos los costos del proceso de importación del comedero automático desde la compra en fábrica hasta la llegada a la bodega de la **Mascotienda de Clifford** en Medellín.

El proceso de importación hasta la llegada al Puerto de Buenaventura y los trámites aduaneros serán realizados por la empresa FIDAS´S AMERICA SAS la cual cotizó estos procesos vía e-mail (Véase anexo 1)

El transporte de Buenaventura a Medellín será realizado por la empresa Road Haulage Association - RHA (Véase imagen 23)

Nota: La tasa de cambio utilizada para la conversión es de 2.913,96 (martes 11 octubre)

Tabla 11: Costos de importación

	TOTAL	
DESCRIPCIÓN	USD	COP
Valor factura comercial EXW	\$41,720.00	\$121,570,411
GASTOS DE ORIGEN		
BL Fee	\$80.00	\$233,117
Sed	\$60.00	\$174,838

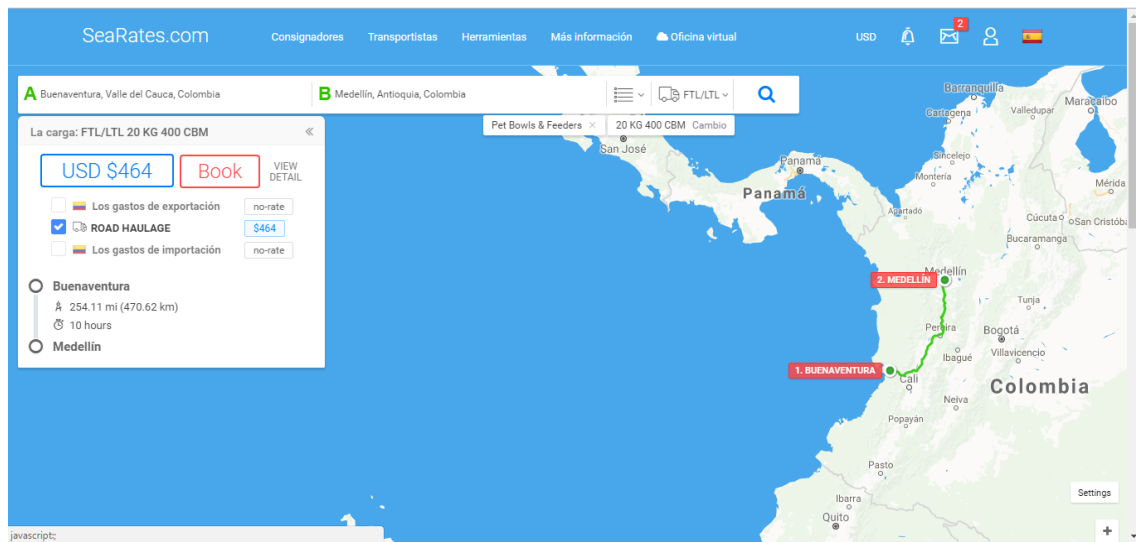
Handling	\$150.00	\$437,094
Transfer fee	\$60.00	\$174,838
Inland	\$420.00	\$1,223,863
Valor FOB, Los Ángeles	\$42,490.00	\$123,814,160
Transporte Internacional	\$1,500.00	\$4,370,940
Valor CFR, Buenaventura	\$43,990.00	\$128,185,100
Seguro Internacional (0,65% Valor Factura MIN USD 100,00)	\$262.84	\$765,894
Valor CIF, Buenaventura	\$44,252.84	\$128,950,994
Arancel 7.5%	\$3,318.96	\$9,671,325
IVA 16%		\$22,255,990
GASTOS EN DESTINO		
THC	\$140.00	\$407,954
Liberación	\$60.00	\$174,838
Collect Fee (4% Sobre el flete Min USD 45,00)	\$60.00	\$174,838
Radicación	\$110.00	\$320,536
Emisión	\$60.00	\$174,838

AGENCIAMIENTO DE ADUANA		
Outsourcing (0.35% Sobre el valor CIF Min 410.000,00)		\$451,328
Gastos operativos		\$110,000
Elaboración declaración de importación		\$20,000
Gastos portuarios	\$800.00	\$2,331,168
Transporte Buenaventura – Medellín	\$464.00	\$1,352,077
Valor DDP, Medellín	\$57,103.01	\$166,395,885

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la liquidación de costos se determinará un precio de venta al consumidor de cada comedero automático de \$720.000 con un margen de utilidad del 30 % sobre cada uno, obteniendo una ganancia de \$125.000 por cada venta.

Imagen 24: Cotización tránsito nacional



Fuente: Sea Rates

CAPÍTULO V. ANÁLISIS TÉCNICO

5.1.DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN.

A continuación se describirán los pasos a realizar en el proceso de compra del comedero automático desde el momento en que se contacta al proveedor hasta que el producto llega al cliente final.

1. Se contactará a la empresa PetnetIO con la intención de solicitar cotizaciones e información completa sobre el comedero automático, este proceso será realizado por la gerente general de la **Mascotienda de Clifford** el cual tendrá una duración aproximada de tres días.
2. Después de analizar la cotización se procederá a negociar con PetnetIO las condiciones de compra, requisitos, forma de pago, incoterms y tiempo de entrega. Este proceso será realizado por la gerente general de la **Mascotienda de Clifford** el cual tendrá una duración de dos días.
3. Después de acordar las condiciones se procede a elaborar una orden de compra de una cantidad estipulada de 400 comederos. Este proceso será realizado por la gerente general de la **Mascotienda de Clifford** la cual se realizará en un día.
4. Realizada la orden de compra se hace un seguimiento de la mercancía desde que sale de la fábrica del proveedor hasta su llegada a las bodegas de la **Mascotienda de Clifford**. El proceso de traslado internacional es realizado por FIDAS'S AMERICA SAS y el tránsito nacional será realizado por Road Haulage Association, las cuales, a través de una plataforma satelital informan a la gerente de la **Mascotienda de Clifford** sobre la ubicación y condición de la mercancía. Este proceso tendrá una duración de aproximadamente 20 días.
5. Cuando Road Haulage Association llega a la bodega de la **Mascotienda de Clifford**, se hace la recepción de la mercancía comprobando esta con la orden de compra expedida anteriormente. El proceso de comprobación de la mercancía será realizado por la gerente general y/o gerente de marketing de la **Mascotienda de Clifford** con ayuda de

dos coteros contratados para el descargue y almacenamiento, lo cual se realizará en un día.

6. Abastecer de comederos el almacén, manteniendo un stock adecuado para las ventas. Este proceso será realizado por el vendedor.

7. Abastecido el almacén de la **Mascotienda de Clifford** se comenzará el proceso de venta al cliente final a través de publicidad y demostración. El proceso de publicidad y planteamiento de estrategias de ventas será realizado por la gerente de marketing, mientras que el proceso de venta al cliente será realizado por los vendedores de la **Mascotienda de Clifford**.

5.2.CAPACIDAD DE COMERCIALIZACIÓN

La proyección de venta estimada debido a la buena aceptación por parte del público según la encuesta es de 100 comederos mensuales en el primer año. A partir del segundo año se espera un crecimiento en las ventas de un 5 % cada año con respecto al año anterior hasta el año cuatro, donde se espera un crecimiento de 10 % para el año cinco.

Tabla 12: Capacidad de comercialización

Mes/Año	Proyección de venta
Mes 1	100
Mes 2	100
Mes 3	100
Mes 4	100
Mes 5	100
Mes 6	100
Mes 7	100

Mes 8	100
Mes 9	100
Mes 10	100
Mes 11	100
Mes 12	100
Año 2	1.260
Año 3	1.323
Año 4	1.389
Año 5	1.527
TOTAL	6.699

Fuente: Elaboración propia

5.3.PLAN DE IMPORTACIÓN

Según la proyección de ventas y la capacidad de almacenamiento el plan de importación para la **Mascotienda de Clifford** es de 400 comederos cuatrimestralmente durante el primer año, durante el segundo año 420, durante el tercer año 441, durante el cuarto año 463 y 509 en el quinto año.

5.4. RECURSOS MATERIALES Y HUMANOS PARA LA PRODUCCIÓN

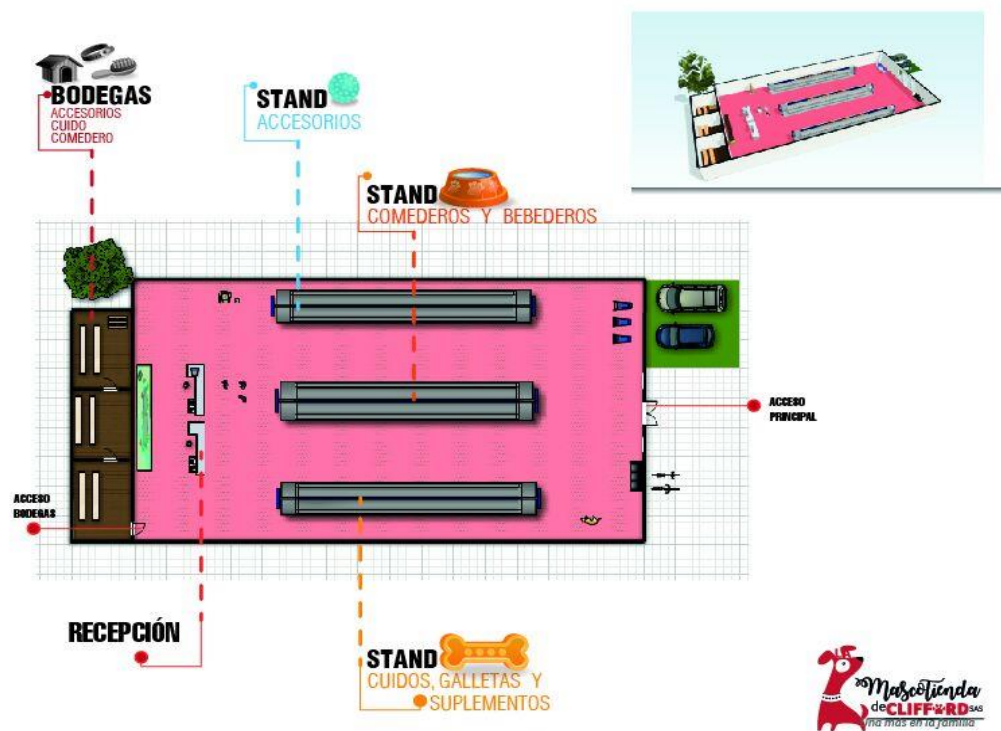
5.4.1.Locaciones

La **Mascotienda de Clifford** tendrá un local ubicado en el Centro Comercial Santafé, el cual cuenta con un área de 55m² y un costo por arrendamiento de \$10'500.000 mensual con administración incluido. (Ver anexo 2)

Al local se le harán adecuaciones eléctricas las cuales tendrán un costo aproximado de \$1'200.000, adecuaciones locativas para la creación de una bodega interna dentro del mismo local con el uso de una pared de drywall, la cual tendrá un costo de \$129.990 cada hoja en Homecenter siendo un costo total aproximado con instalación de \$720.000, adecuaciones de la presentación del local en cuanto a pintura, la cual tiene un costo en Homecenter de \$377.200 por 5 galones y la hecha e instalación del aviso con el nombre de la tienda tendrá un valor aproximado de \$800.000.

A continuación se mostrará un plano de cómo estaría dividida la tienda en su interior.

Imagen 25: Planos de la **Mascotienda de Clifford**



Fuente: Elaboración propia

5.4.2. Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres

A continuación se hará una lista de la maquinaria, equipos, muebles y enseres en los que se tendrán que invertir para la apertura de la tienda de la **Mascotienda de Clifford**.

Tabla 13: Requerimientos de maquinaria, muebles y enseres

Objeto	Cantidad	Proveedor	Precio unitario	Precio total
Estantería bricol metálica	6	Homecenter	\$229.900	\$1'379.400
Tablero blanco ranurado	6	Homecenter	\$149.900	\$899.400
Gancho exhibidor x 10	67	Homecenter	\$36.900	\$2'472.300
Estantería góndola central	1	Estanterías Medellín	\$560.000	\$560.000
Silla escritorio	2	Homecenter	\$59.900	\$119.800
Impresora multifuncional	1	Almacenes Éxito	\$120.000	\$120.000
Computador de mesa	1	Almacenes Éxito	\$899.900	\$899.000
Lector Scanner	1	Almacenes Éxito	\$199.900	\$199.900
Silla escalera	1	Homecenter	\$119.900	\$119.900
Teléfono inalámbrico	1	Almacenes Éxito	\$89.900	\$89.900
Módulo de recepción	1	Mercado Libre	\$2'200.000	\$2'200.000
Dispensador de	1	Homecenter	\$299.900	\$299.900

agua				
Datafono	1	Mini Datafono Redaban	\$49.900 (1er mes)	
			TOTAL	\$9'239.600

Fuente: Elaboración propia

- La estantería será utilizada para la exhibición de los diferentes tipos de cuidados para las mascotas, además del almacenamiento en bodega de los comederos automáticos y los accesorios.

Imagen 26: Estantería Bricol metálica



Fuente: Homecenter

- El tablero con ranuras será utilizado para la exhibición de todo lo relacionado con accesorios, juguetes y demás ocio para las mascotas.

Imagen 27: Tablero blanco exhibición

Tablero blanco 1,52 x 2,44 metros x 18 mm exhibición, Arauco Trupan Ranurado
116 Unidades disponibles
SKU:45679   



Precio corresponde a la ubicación de **ANTIOQUIA**
El precio puede cambiar al modificar la zona de envío o retiro.

\$ 149.900 UND
Acumulas: 149 CMR Puntos

Cantidad: 1 [Agregar al carro](#) [Agregar a mi lista](#)

Calcula el valor de tu cuota CMR

N° de cuotas	Valor de la cuota
1	\$ 149.900

[Chatea para comprar](#)

Fuente: Homecenter

- Los ganchos serán el sostén de los accesorios ubicados en el tablero con ranuras.

Imagen 28: Gancho exhibidor

Gancho exhibidor galvanizado 20 cm 10 unidades hogar Fixser
89 Unidades disponibles
SKU:113999   



Precio corresponde a la ubicación de **CUNDINAMARCA**
El precio puede cambiar al modificar la zona de envío o retiro.

\$ 36.900
Acumulas: 36 CMR Puntos

Cantidad: 1 [Agregar al carro](#) [Agregar a mi lista](#)

Calcula el valor de tu cuota CMR

N° de cuotas	Valor de la cuota
1	\$ 36.900

MÉTODOS DE ENVÍO Y RETIRO

-  Envío a domicilio [Ver opciones](#)
-  Retira tu compra en tienda [Ver opciones](#)
-  Disponibilidad en tiendas [Ver disponibilidad](#)

Fuente: Homecenter

- La góndola central será utilizada para la exhibición de los comederos, bebederos y camas para las mascotas.

Imagen 29: Góndola central



Fuente: Estanterías Medellín

- Las sillas serán el medio de reposo para los vendedores en la zona de recepción.

Imagen 30: Silla escritorio



Fuente: Homecenter

- La impresora es un instrumento por el cual se obtendrán copias e impresiones de documentos almacenados en el equipo.

Imagen 31: Impresora multifuncional

marketplace > nacionales > tecnología > computadores e impresoras > Impresoras

Nuevo

Impresora Multifuncional Wi-Fi HP 3635 Blanca
HEWLETT PACKARD
REF: HP335 PLU: IHP3635

\$120.000
Antes: \$180.000

Vendido Por: Comercializadora la pipa
Tiempo de entrega: **de 2 a 5 días hábiles**

1 und. [Añadir](#)

Información del vendedor
[Comercializadora la pipa](#)

[Ver políticas de Cambios y devoluciones](#)

Este producto es exclusivo en internet y será entregado en la puerta de tu casa. Puedes realizar el pago en cualquiera de las cajas de nuestros almacenes Éxito, Carulla, Surtimax o Super Inter.

Fuente: Tienda Éxito online

- El computador de mesa será la herramienta utilizada para llevar seguimiento de inventarios, compras, ventas y facturas de la **Mascotienda de Clifford**.

Imagen 32: Computador de mesa

tecnología > computadores, impresoras y tablets > Computadores de escritorio all in one

All in One Lenovo 19.5 Pulgadas C20-00 Intel Celeron
LENOVO
REF: All in One C20-00 PLU: All in One Lenovo C20-00 Intel 4g Ram

\$899.900
Antes: \$1.390.000

Vendido Por: MI PC EQUIPOS Y ACCESORIOS SAS
Tiempo de entrega: **de 2 a 6 días hábiles**

1 und. [Añadir](#)

Información del vendedor
[MI PC EQUIPOS Y ACCESORIOS SAS](#)

[Ver políticas de Cambios y devoluciones](#)

Este producto es exclusivo en internet y será entregado en la puerta de tu casa. Puedes realizar el pago en cualquiera de las cajas de nuestros almacenes Éxito, Carulla, Surtimax o Super Inter.

Fuente: Tienda Éxito online

- El lector scanner es el dispositivo electrónico por medio del cual se leerá el código de barras de cada artículo vendido con el fin de generar una factura instantánea.

Imagen 33: Lector scanner

tecnología > computadores, impresoras y tablets > accesorios de computador > Accesorios apple



uido

Lector Scanner deCodigo de Barras Ref Toosd-La11 GENERICO

REF: PLU.ACPCS164

\$199.900

Antes: \$260.000

Vendido Por: **Tienda Imtecnologia**
Tiempo de entrega: **de 3 a 5 días hábiles**

1 und. **Añadir**

Información del vendedor
[Tienda Imtecnologia](#)

Ver políticas de Cambios y devoluciones

Este producto es exclusivo en internet y será entregado en la puerta de tu casa. Puedes realizar el pago en cualquiera de las cajas de nuestros almacenes Éxito, Carulla, Surtimax o Super Inter.


Fuente: Tienda Éxito online

- La silla escalera es una herramienta que se utilizará con el fin de alcanzar estanterías altas.

Imagen 34: Silla escalera

Silla escalera 3 peldaños tuv/gs blanca Lite

146 Unidades disponibles
SKU: 110496



Imagen

Precio corresponde a la ubicación de **ANTIOQUIA**. El precio puede cambiar al modificar la zona de envío o retiro.

\$ 119.900

Acumulas: 119 CMR Puntos

Cantidad: 1 **Agregar al carro** Agregar a mi lista

Calcula el valor de tu cuota CMR

N° de cuotas	Valor de la cuota
1	\$ 119.900

MÉTODOS DE ENVÍO Y RETIRO

- Envío a domicilio Ver opciones
- Retira tu compra en tienda Ver opciones
- Disponibilidad en tiendas Ver disponibilidad

Chatea para comprar

Fuente: Homecenter

- El teléfono es el dispositivo de telecomunicación utilizado para la comunicación entre el local y los clientes.

Imagen 35: Teléfono inalámbrico



Fuente: Tienda Éxito online

- El módulo de recepción será utilizado como separación del espacio de solo personal, en el cual se llevará el control de ventas y lo relacionado con el manejo de la tienda.

Imagen 36: Módulo de recepción



Fuente: Mercado Libre

- El dispensador de agua será utilizado por los vendedores en el transcurso del día para hidratarse.

Imagen 37: Dispensador de agua



Fuente: Homecenter

- El Datafono es la herramienta por la cual la **Mascotienda de Clifford** podrá recibir pagos con tarjetas débito o crédito de sus clientes.

Imagen 38: Datafono



Fuente: Mini datafono Redeban

5.4.3. Requerimientos de materiales e insumos

A continuación se discriminan los insumos básicos necesarios por el personal para el funcionamiento normal de la tienda de la **Mascotienda de Clifford** en un periodo anual, el precio y su proveedor.

Tabla 14: Requerimiento de materiales e insumos

OBJETO	CANTIDAD	PROVEEDOR	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL ANUAL
Caja de lapiceros	1	Panamericana	\$9.450	\$9.450
Resma	6	Almacenes éxito	\$10.500	\$63.000
Caja de portaminas	1	Panamericana	\$2.400	\$2.400
Caja de borrador	1	Panamericana	\$6.900	\$6.900
Minas	2	Panamericana	\$1.750	\$3.500
Corrector	2	Panamericana	\$3.700	\$7.400
Tinta	8	Almacenes éxito	\$39.700	\$317.600
Caja de clips	2	Panamericana	\$850	\$1.700
Kit	2	Panamericana	\$5.900	\$11.800

cosedora, sacaganchos y grapas				
Perforadora	1	Panamericana	\$4.500	\$4.500
Cuaderno de notas	4	Panamericana	\$5.100	\$20.400
Papel higiénico familia	5	Almacenes éxito	\$17.400	\$87.000
Sellos	2	Panamericana	\$26.200	\$52.400
Papel para facturas	12	Panamericana	\$17.500	\$210.000
Escoba	1	Almacenes éxito	\$11.810	\$23.620
Trapeadora	2	Almacenes éxito	\$15.800	\$31.600
Recogedor	1	Almacenes éxito	\$6.530	\$6.530
Kit limpiador	6	Panamericana	\$10.900	\$65.400
Etiquetadora	1	Panamericana	\$234.000	\$234.000
Carpeta archivadora	12	Panamericana	\$20.900	\$250.800
Rollo para	6	Panamericana	\$12.300	\$73.800

etiquetadora				
Paquete de bolsas	6	Almacenes éxito	\$7.670	\$46.120
Basurero	1	Panamericana	\$15.900	\$15.900
Paquete de vasos desechables	6	Almacenes éxito	\$8.200	\$49.200
Pack botellón de agua	8	Manantial	\$12.000	\$96.000
			TOTAL	\$1'691.020

Fuente: Elaboración propia

5.4.4. Requerimientos de servicios

A continuación se describirán los servicios requeridos para el funcionamiento del local de la **Mascotienda de Clifford**.

Nota: Los precios están basados en los servicios públicos en un local del Mall del Este ubicado al lado del Parque Comercial el Tesoro

Tabla 15: Requerimiento de servicios

Servicio	Proveedor	Tiempo	Precio aproximado
Energía	Empresas Públicas de Medellín - EPM	Mensual	\$189.000

Teléfono	UNE	Mensual	\$99.000
Internet	UNE	Mensual	\$99.000

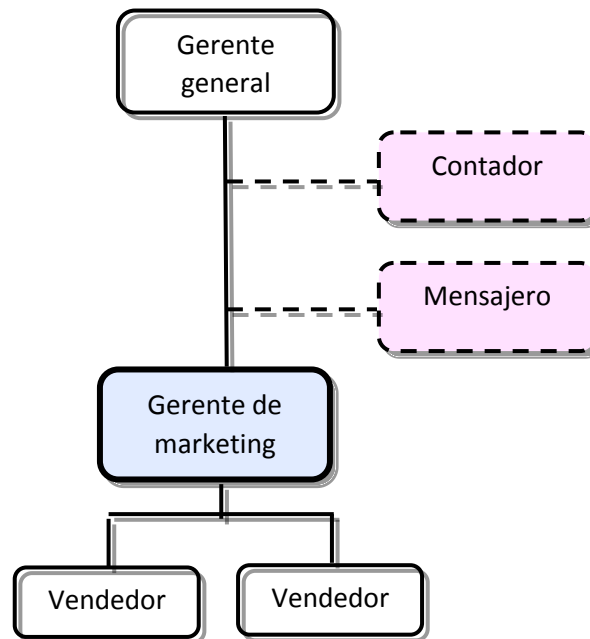
Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO VI. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

6.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL NEGOCIO

6.1.1. Organigrama estructural organizacional

Imagen 39: Organigrama empresarial



Fuente: Elaboración propia

Cargo:

Gerente

Profesión:

Negociador Internacional

Estudios mínimos:

Curso en administración de empresas

Formación:

Competencia en lengua extranjera inglés (con nivel alto en lectura, escritura y conversación).

Habilidades informáticas y tecnológicas:	Manejo de Excel, presentación con diapositivas, bases de datos, correo electrónico, internet.
Habilidades técnicas y metodológicas:	Fundamentos en liderazgo, comunicación, gestión del tiempo, toma de decisiones.
Nivel:	Directivo
Experiencia:	Un año de experiencia profesional relacionada con empresas de ventas o comercio internacional.
Funciones:	Representar legalmente a la Mascotienda de Clifford ante entidades gubernamentales, proveedores, entidades financieras, entre otros. Organizar, dirigir y controlar todos los procesos de compras y los relacionados con el comercio exterior. Evaluar y tratar los posibles problemas a los que se pueda enfrentar la empresa. Verificar el correcto funcionamiento de los procesos administrativos. Determinar el perfil del personal necesario para su correcta elección. Presentar informes con una periodicidad trimestral sobre resultados.
Tipo de contrato:	Término indefinido
Jornada laboral:	Lunes a domingo en jornada completa, con un día de descanso semanal.
Salario:	\$2'093.948 incluidas prestaciones sociales (Ver anexo 3)

Cargo:	Gerente de Marketing
Profesión:	Negociador Internacional y Administración comercial y de mercadeo.
Estudios mínimos:	Curso de Marketing y ventas
Formación:	Competencia en lengua extranjera inglés (con nivel alto en lectura, escritura y conversación).
Habilidades informáticas y tecnológicas:	Manejo de Excel, presentación con diapositivas, bases de datos, correo electrónico, internet.
Habilidades técnicas y metodológicas:	Fundamentos en liderazgo, comunicación, gestión del tiempo, toma de decisiones.
Nivel:	Directivo
Experiencia:	Un año de experiencia profesional relacionada con empresas de ventas o comercio internacional.
Funciones:	Apoyar al gerente en sus funciones y en la toma de decisiones. Reemplazar al gerente en caso de ausencia permanente. Elegir y administrar el equipo de trabajo. Crear estrategias comerciales y promocionales.
Tipo de contrato:	Término indefinido
Jornada laboral:	Lunes a domingo en jornada completa, con un día de descanso semanal.

Salarios:	\$2'093.948 incluidas prestaciones sociales (Ver anexo 3)
Cargo:	Vendedor
Estudios mínimos:	Técnica en ventas
Habilidades:	Habilidad para interactuar con los clientes, determinar las necesidades y deseos de los clientes, cerrar la venta y brindar servicio pos-venta. Tener autodisciplina, facilidad de palabra, tacto y empatía.
Nivel:	Operativo
Experiencia:	Un año de experiencia en el área ventas
Funciones:	Establecer nexos entre el cliente y la Mascotienda de Clifford . Conocer la empresa. Conocer los productos y servicios ofrecidos. Verificar que se mantenga buen stock. Conocer el mercado. Vender los productos.
Tipo de contrato:	Término indefinido
Jornada laboral:	Lunes a domingo en jornada completa, con un día de descanso semanal.
Salario:	\$1'046.974 incluidas prestaciones sociales (Ver anexo 4)

6.1.2. Costo personal y accesos administrativos tercerizados

A continuación, se detallarán los costos y los salarios mensuales del personal y contrataciones necesarias para el funcionamiento de la **Mascotienda de Clifford**.

Tabla 16: Costo personal y procesos tercerizados

Cargo	Cantidad	Tipo de contrato	Salario / Costo	Salario total / Costo total
Gerente	1	Indefinido	\$2'093.948	\$2'093.948
Gerente de Marketing	1	Indefinido	\$2'093.948	\$2'093.948
Vendedores	2	Indefinido	\$1'046.974	\$2'093.948
Contador	1	Tercerizado por prestación de servicios	\$417.500	\$417.500
Mensajero	1	Tercerizado por prestación de servicios	\$7.000	\$70.000
			TOTAL	\$6'769.344

Fuente: Elaboración propia

- Contador: El proceso del manejo de la contabilidad de la **Mascotienda de Clifford** será llevado por la empresa Akio Administrar SAS, prestando los servicios de manejo de contabilidad mensual y la presentación anual de la declaración de renta e información exógena. (Ver anexo 5 valores discriminados)

- Mensajero: El servicio de mensajería será prestado por la empresa Duo Express, la cual tiene diferentes tarifas según el destino. El cálculo de este costo sale de la estimación de que el 10 % de las ventas anuales sean domicilios, es decir 10 por mes. (Ver anexo 6 valores discriminados)

CAPÍTULO VII. ANÁLISIS LEGAL

7.1. TIPO DE ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

La **Mascotienda de Clifford** será una Sociedad por Acciones Simplificadas debido a que esta puede constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas que desarrollen actividades comerciales y civiles, sin importar que sean nacionales o extranjeras, pequeños, medianos o grandes empresarios. La constitución de una S.A.S podrá ser mediante documento privado, lo que generará un ahorro de tiempo y dinero a los accionistas ya que el documento público requiere de más tramitología y dinero. Al momento de su creación no es necesario establecer una duración determinada, lo que reduce costos, debido a que no se tendrán que hacer reformas estatutarias cada vez que este próximo a caducar el término de duración societaria.

La sociedad puede establecer libremente las condiciones en las que se realizará el pago de capital a los socios, el cual puede posponerse hasta por dos años, dando el tiempo para obtener los recursos o capital necesario para el pago de estas. Una S.A.S no está obligada a tener junta directiva, por lo que las funciones administrativas y de representación legal serán realizadas por un representante legal designado por la asamblea o accionistas.

7.2. CERTIFICACIONES Y GESTIONES ANTE ENTIDADES PÚBLICAS

A continuación se mencionarán las certificaciones y trámites obligatorios previos a la apertura de la **Mascotienda de Clifford**.

Tabla 17: Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

Trámite	Entidad	Costo	Tiempo	Descripción
Consulta de nombre	Cámara de comercio	Gratuito	1 día	Por medio de este se verifica si el nombre y el slogan

				están disponibles.
Constitución de sociedad	Cámara de comercio	\$34.000	1 día	En este, se define el tipo de sociedad por el que estará regida la empresa.
Pre-RUT	Cámara de comercio	Gratuito	1 día	Formulario borrador del RUT
Apertura cuenta bancaria	Entidad bancaria	Gratuito	1 día	Es necesaria para la solicitud del RUT
Registro Único Tributario (RUT)	Cámara de comercio	Gratuito	1 día	Registro Único Tributario con el cual se identifica a la empresa a la hora de la declaración de impuestos sobre la renta.
Certificado de existencia y representación legal	Cámara de comercio	\$4.800	1 día	Es el documento en el cual se plasman los aspectos relevantes de una sociedad comercial.
Industria y comercio (ICA)	Alcaldía de Medellín	\$284.907	1 día	Impuesto que grava el desarrollo de actividades industriales, comerciales y de servicios.

Registro Mercantil	Cámara de comercio	\$313.000	1 día	Inscripción de contratos y actos comercial de la empresa.
Inscripción de libros	Cámara de comercio	\$12.000	1 día	Registro de los libros financieros ante la cámara de comercio
Licencia de Bomberos	Cuerpo Oficial de Bombero de Medellín	Gratis	1 día	Apreciación técnica emitida por los bomberos que revisa las condiciones de seguridad humana y sistemas de protección del establecimiento comercial
Resolución de facturación	DIAN	Gratis	1 día	Autorización para emitir facturas
Impuesto de avisos y tableros	Alcaldía de Medellín	\$46.950	1 día	Impuesto que grava la colocación de avisos en los establecimientos públicos.
Administración de Riesgos Laborales (ARL)	SURA	Gratis	1 día	Afiliación de la empresa y sus empleados al Sistema de Seguridad Social y a la Administración de Riesgos Laborales

Entidad Promotora de Salud (EPS)	SURA	Gratis	1 día	Afiliación de la empresa y sus empleados al Sistema de Seguridad Social en Salud
Caja de compensación	Comfama	Gratis	1 día	Afiliación de los trabajadores para el bienestar de la familia
Fondo de pensiones	Porvenir	Gratis	1 día	Afiliación de la empresa para el ahorro de los empleados.

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO VIII. ANÁLISIS FINANCIERO

8.1. TASAS INTERÉS, IMPUESTOS, TASAS DE RENTABILIDAD

8.1.1. Tasa de Rentabilidad esperada como inversionista

La tasa de descuento o costo de capital se puede definir como el precio que se debe pagar por aquellos fondos que son requeridos para realizar la inversión, es decir, representa una medida de la rentabilidad mínima que se espera que genere el proyecto de acuerdo con el riesgo de la inversión, de forma tal que el retorno esperado permita cubrir la totalidad de la inversión inicial, los egresos de la operación, los intereses pagados y la rentabilidad que el inversionista le exige a su propio capital invertido. Para el caso del Plan de Negocios de la **Mascotienda de Clifford** se evaluará el proyecto con una tasa de descuento del 18%.

8.1.2. Impuesto sobre la Renta

Es un impuesto de carácter anual que grava las utilidades generadas por una empresa cada año desde el primero de enero hasta el treinta y uno de Diciembre del mismo con un porcentaje del 25%.

8.1.3. CREE

Es el impuesto de la equidad para garantizar programas sociales, con un porcentaje del 8% sobre las utilidades brutas de la empresa.

8.1.4. Margen de contribución.

Es el resultado de la diferencia entre el precio de venta unitario y los costos variables unitarios, lo que permite determinar que tanto aporta cada producto a la empresa logrando cubrir los costos fijos y la utilidad.

Margen de Contribución = Precio de venta - Costos variables ÷ Precio de venta.

% Margen de Contribución = $\$720.000 - \$304.000 \div \$720.000 = 0,5777 = 57,77\%$

El margen de contribución de la **Mascotienda de Clifford** es de 57,77 % el cual alcanza a absorber los costos fijos y dejar un margen de rentabilidad.

8.2. APORTES DE CAPITAL DE LOS SOCIOS

La constitución de la **Mascotienda de la Clifford** necesitará de un capital de \$290.000.000 de los cuales las socias aportarán \$95.000.0000 en efectivo cada una derivados de los ahorros y capital familiar, para un total de \$190.000.000.

8.3. CRÉDITOS Y PRÉSTAMOS BANCARIOS

Los \$100.000.000 restantes necesarios para la constitución de la **Mascotienda de Clifford** serán financiados a través de la línea de crédito de libre inversión de Bancolombia, el cual tiene una tasa de interés mensual de 1,36 % equivalente a un 17,6 % efectivo anual a un plazo de 36 meses.

Según la tabla de amortización, los intereses pagados en el primer año serán de \$13.267593 y el abono al capital será de \$28.098.550. (Ver tabla 18)

Tabla 18: Tabla de amortización año 1

Cuota #	Abono a intereses	Abono a capital	Cuota mensual sin seguros	Valor del seguro de vida asociado a la Deuda	Cuota mensual mas seguros	Saldo
0	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$115,000.00	\$0.00	\$100,000,000.00
1	\$1,360,000.00	\$2,171,522.19	\$3,531,522.19	\$115,000.00	\$3,646,522.19	\$97,828,477.81
2	\$1,330,467.30	\$2,201,054.90	\$3,531,522.19	\$115,000.00	\$3,646,522.19	\$95,627,422.91
3	\$1,300,532.95	\$2,230,989.24	\$3,531,522.19	\$115,000.00	\$3,646,522.19	\$93,396,433.67
4	\$1,270,191.50	\$2,261,330.70	\$3,531,522.19	\$115,000.00	\$3,646,522.19	\$91,135,102.97
5	\$1,239,437.40	\$2,292,084.79	\$3,531,522.19	\$115,000.00	\$3,646,522.19	\$88,843,018.18
6	\$1,208,265.05	\$2,323,257.15	\$3,531,522.19	\$115,000.00	\$3,646,522.19	\$86,519,761.03
7	\$1,176,668.75	\$2,354,853.44	\$3,531,522.19	\$115,000.00	\$3,646,522.19	\$84,164,907.59
8	\$1,144,642.74	\$2,386,879.45	\$3,531,522.19	\$115,000.00	\$3,646,522.19	\$81,778,028.14
9	\$1,112,181.18	\$2,419,341.01	\$3,531,522.19	\$115,000.00	\$3,646,522.19	\$79,358,687.12
10	\$1,079,278.14	\$2,452,244.05	\$3,531,522.19	\$115,000.00	\$3,646,522.19	\$76,906,443.08
11	\$1,045,927.63	\$2,485,594.57	\$3,531,522.19	\$115,000.00	\$3,646,522.19	\$74,420,848.51
12	\$1,012,123.54	\$2,519,398.65	\$3,531,522.19	\$115,000.00	\$3,646,522.19	\$71,901,449.85

Fuente: Simula tu crédito Bancolombia

En el segundo año los intereses pagados serán de \$9.334.988 y el abono al capital será de \$33.043.279. (Ver tabla 19)

Tabla 19: Tabla de amortización año 2

Cuota #	Abono a intereses	Abono a capital	Cuota mensual sin seguros	Valor del seguro de vida asociado a la Deuda	Cuota mensual mas seguros	Saldo
13	\$977,859.72	\$2,553,662.48	\$3,531,522.19	\$115,000.00	\$3,646,522.19	\$69,347,787.38
14	\$943,129.91	\$2,588,392.29	\$3,531,522.19	\$115,000.00	\$3,646,522.19	\$66,759,395.09
15	\$907,927.77	\$2,623,594.42	\$3,531,522.19	\$115,000.00	\$3,646,522.19	\$64,135,800.67
16	\$872,246.89	\$2,659,275.30	\$3,531,522.19	\$115,000.00	\$3,646,522.19	\$61,476,525.37
17	\$836,080.74	\$2,695,441.45	\$3,531,522.19	\$115,000.00	\$3,646,522.19	\$58,781,083.92
18	\$799,422.74	\$2,732,099.45	\$3,531,522.19	\$115,000.00	\$3,646,522.19	\$56,048,984.46
19	\$762,266.19	\$2,769,256.01	\$3,531,522.19	\$115,000.00	\$3,646,522.19	\$53,279,728.46
20	\$724,604.31	\$2,806,917.89	\$3,531,522.19	\$115,000.00	\$3,646,522.19	\$50,472,810.57
21	\$686,430.22	\$2,845,091.97	\$3,531,522.19	\$115,000.00	\$3,646,522.19	\$47,627,718.60
22	\$647,736.97	\$2,883,785.22	\$3,531,522.19	\$115,000.00	\$3,646,522.19	\$44,743,933.38
23	\$608,517.49	\$2,923,004.70	\$3,531,522.19	\$115,000.00	\$3,646,522.19	\$41,820,928.68
24	\$568,764.63	\$2,962,757.56	\$3,531,522.19	\$115,000.00	\$3,646,522.19	\$38,858,171.12

Fuente: Simula tu crédito Bancolombia

En el tercer año los intereses pagados serán de \$3.520.095 y el abono al capital será de \$38.858.171. (Ver tabla 20)

Tabla 20: Tabla de amortización año 3

Cuota #	Abono a intereses	Abono a capital	Cuota mensual sin seguros	Valor del seguro de vida asociado a la Deuda	Cuota mensual mas seguros	Saldo
25	\$528,471.13	\$3,003,051.07	\$3,531,522.19	\$115,000.00	\$3,646,522.19	\$35,855,120.05
26	\$487,629.63	\$3,043,892.56	\$3,531,522.19	\$115,000.00	\$3,646,522.19	\$32,811,227.49
27	\$446,232.69	\$3,085,289.50	\$3,531,522.19	\$115,000.00	\$3,646,522.19	\$29,725,937.99
28	\$404,272.76	\$3,127,249.44	\$3,531,522.19	\$115,000.00	\$3,646,522.19	\$26,598,688.55
29	\$361,742.16	\$3,169,780.03	\$3,531,522.19	\$115,000.00	\$3,646,522.19	\$23,428,908.52
30	\$318,633.16	\$3,212,889.04	\$3,531,522.19	\$115,000.00	\$3,646,522.19	\$20,216,019.48
31	\$274,937.86	\$3,256,584.33	\$3,531,522.19	\$115,000.00	\$3,646,522.19	\$16,959,435.15
32	\$230,648.32	\$3,300,873.88	\$3,531,522.19	\$115,000.00	\$3,646,522.19	\$13,658,561.28
33	\$185,756.43	\$3,345,765.76	\$3,531,522.19	\$115,000.00	\$3,646,522.19	\$10,312,795.52
34	\$140,254.02	\$3,391,268.18	\$3,531,522.19	\$115,000.00	\$3,646,522.19	\$6,921,527.34
35	\$94,132.77	\$3,437,389.42	\$3,531,522.19	\$115,000.00	\$3,646,522.19	\$3,484,137.92
36	\$47,384.28	\$3,484,137.92	\$3,531,522.19	\$0.00	\$3,531,522.19	\$0.00

Fuente: Simula tu crédito Bancolombia

8.4. PRECIOS DE LOS PRODUCTOS

8.4.1. Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos

Los factores tenidos en cuenta para determinar el precio de venta de los comederos automáticos son los siguientes:

- Valor del producto: Valor de compra al proveedor.
- Costos variables: Costos de importación.
- Gastos administrativos: Costos que la empresa debe pagar obligatoriamente cada cierto periodo de tiempo.
- Gastos de publicidad: Costos relacionados con la promoción y venta del producto.
- Valor agregado: Característica adicional del producto que lo diferencia de los demás.
- Porcentaje de utilidad: Ganancia mínima que se desea obtener por producto.

8.4.2. Los precios de los productos tomando como base los costos

De acuerdo a los costos variables unitarios (\$415.990) y los costos fijos unitarios (\$178.124) se determinaría que el precio de dichos costos para la **Mascotienda de Clifford** sería de \$594.114

Costos = Costos variables unitarios + Costos fijos unitarios

Costos = \$415.990 + \$178.124 = **\$594.114**

8.5. INGRESOS Y EGRESOS

8.5.1. Ingresos

8.5.1.1. Ingresos propios del negocio

Las ventas en el primer año serán de 1.200 comederos para un total de \$864.000.000 de ingresos, en el segundo año se espera un crecimiento en las ventas de un 5 % con respecto al año anterior para un total de 1.260 comederos y \$1.144.886.400 de ingresos, en el tercer año se espera un crecimiento en las ventas de un 5 % con respecto al año anterior para un total de 1.323 comederos y \$1.230.981.381 de ingresos, en el cuarto año se espera un crecimiento en las ventas de un 5 % con respecto al año anterior para un total

de 1.389 comederos y \$1.231.648.524 de ingresos y en el año quinto se espera un crecimiento en las ventas de un 10 % con respecto al año anterior para un total de 1.527 comederos y \$1.299.855.696 de ingresos. (Ver tabla 21)

Tabla 21: Proyección de ingresos

Mes/Año	Proyección de venta	Precio unitario	Ingresos (\$)
Año 1	1.200	\$720.000	\$864.000.000
Año 2	1.260	\$908.640	\$1.144.886.400
Año 3	1.323	\$930.447	\$1.230.981.381
Año 4	1.389	\$886.716	\$1.231.448.524
Año 5	1.527	\$851.248	\$1.299.855.696
	6.699		\$5.771.172.001

Fuente: Elaboración propia

8.5.2. Egresos

8.5.2.1 Inversiones

A continuación se discriminarán las inversiones a realizar para la constitución de la **Mascotienda de Clifford**.

La inversión en activos fijos hace referencia a todos los activos tangibles necesarios para la apertura del local de la **Mascotienda de Clifford**, como lo son las adecuaciones al local, estanterías, muebles, enseres y equipos de oficina.

Tabla 22: Inversiones en activos fijos

Inversiones (Inicio Período)		
Terrenos	\$	0
Construcciones y Edificios	\$	2,537,200
Maquinaria y Equipo	\$	0
Muebles y Enseres	\$	8,066,600
Equipo de Transporte	\$	0
Equipos de Oficina	\$	1,531,500
Total Inversiones	\$	12,135,300

Fuente: Fuente propia

La inversión en gastos pre-operativos hace referencia a los requisitos legales obligatorios a realizar antes de la apertura de la **Mascotienda de Clifford**, como lo son: la constitución de la sociedad, certificado de existencia y representación legal, ICA, entre otros.

Tabla 23: Inversión en gastos pre-operativos

Gastos Anticipados							
Gastos Anticipados	\$	536,657	0	0	0	0	0
Acreedores Gastos Anticipados(Var.)	\$		536,657	0	0	0	0

Fuente: Fuente propia

8.5.2.2 Costos fijos y variables

Los costos variables hacen referencia a los costos de producción que en el caso de la **Mascotienda de Clifford** es el costo de compra al proveedor.

Tabla 24: Costos variables

Costos Unitarios Materia Prima						
Costo Materia Prima Comederos Automaticos	\$ / unid.	304,000	383,648	392,856	374,391	359,416
Costo Materia Prima Producto	\$ / unid.	0	0	0	0	0
Costo Materia Prima Producto	\$ / unid.	0	0	0	0	0
Costo Materia Prima Producto	\$ / unid.	0	0	0	0	0
Costo Materia Prima Producto	\$ / unid.	0	0	0	0	0

Fuente: Fuente propia

Los costos fijos hacen referencia a los gastos que la **Mascotienda de Clifford** debe pagar independientemente de sus ventas, como salarios y servicios públicos.

Tabla 25: Costos fijos

Gastos Operacionales						
Gastos de Publicidad y Ventas	\$	31.157.338	29.916.261	30.843.665	31.799.819	32.753.813
Gastos Administración	\$	188.621.072	196.920.399	203.024.932	209.318.704	215.598.266
Total Gastos	\$	219.778.410	226.836.660	233.868.597	241.118.523	248.352.079

Fuente: Fuente propia

8.5.3. Estados financieros

8.5.3.1. Estado de pérdida y ganancias

Es el informe financiero que da muestra del estado de pérdida y ganancias de la empresa en un tiempo determinado que suele ser un mes, un trimestre o un año. Para la **Mascotienda de Clifford** las utilidades netas obtenidas anualmente serán en el primer año de \$78.737.938, en segundo año de \$175.263.111, en el tercer año de \$217.322.014, en el cuarto año de \$227.279.161 y en el quinto año de \$256.458.956.

Tabla 26: Estado de resultados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ESTADO DE RESULTADOS					
Ventas	864.000.000	1.135.800.000	1.230.981.857	1.231.648.988	1.299.855.208
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	364.800.000	479.560.000	519.747.895	520.029.573	548.827.755
Depreciación	2.250.680	2.250.680	2.250.680	1.740.180	1.740.180
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	134.476.422	169.709.245	173.782.266	165.614.500	158.989.920
Utilidad Bruta	362.472.898	484.280.075	535.201.016	544.264.735	590.297.354
Gasto de Ventas	31.157.338	29.916.261	30.843.665	31.799.819	32.753.813
Gastos de Administración	188.621.072	196.920.399	203.024.932	209.318.704	215.598.266
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	107.331	107.331	107.331	107.331	0
Utilidad Operativa	142.587.157	257.336.084	301.225.088	303.038.881	341.945.275
Otros ingresos					
Intereses	37.603.239	23.651.936	11.462.403	0	0
Otros ingresos y egresos	-37.603.239	-23.651.936	-11.462.403	0	0
Utilidad antes de impuestos	104.983.917	233.684.148	289.762.685	303.038.881	341.945.275
Impuestos (25%)	26.245.979	58.421.037	72.440.671	75.759.720	85.486.319
Utilidad Neta Final	78.737.938	175.263.111	217.322.014	227.279.161	256.458.956

Fuente: Fuente propia

8.5.3.2. Flujo de caja

Es el informe financiero en el que se registran los ingresos y egresos de dinero que tiene la empresa en un lapso determinado, el cual sirve para determinar la solvencia y liquidez.

Tabla 27: Flujo de caja

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA						
Flujo de Caja Operativo						
Utilidad Operacional		142.687.157	257.336.084	301.225.088	303.038.881	341.945.275
Depreciaciones		2.250.680	2.250.680	2.250.680	1.740.180	1.740.180
Amortización Gastos		107.331	107.331	107.331	107.331	0
Agotamiento		0	0	0	0	0
Provisiones		0	0	0	0	0
Impuestos		0	-28.245.979	-58.421.037	-72.440.671	-75.759.720
Neto Flujo de Caja Operativo		144.945.168	233.448.116	245.162.062	232.445.721	267.925.735
Flujo de Caja Inversión						
Variación Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Variación Inv. Materias Primas e insumos3		0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. En Proceso		0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. Terminados		-30.587.527	-9.563.333	-3.348.991	19.069	-2.399.948
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Otros Activos		0	0	0	0	0
Variación Cuentas por Pagar		0	0	0	0	0
Variación Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Variación Otros Pasivos		0	0	0	0	0
Variación del Capital de Trabajo	0	-30.587.527	-9.563.333	-3.348.991	19.069	-2.399.948
Inversión en Maquinaria y Equipo	0	0	0	0	0	0
Inversión en Muebles	-8.066.600	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	-1.531.500	0	0	0	0	0
Inversión Otros Activos	0	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-12.135.300	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	-12.135.300	-30.587.527	-9.563.333	-3.348.991	19.069	-2.399.848
Flujo de Caja Financiamiento						
Desembolsos Capital Semilla	0	0	0	0	0	0
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	100.000.000	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		-33.333.333	-33.333.333	-33.333.333	0	0
Intereses Pagados		-37.603.239	-23.651.938	-11.482.403	0	0
Dividendos Pagados		0	-70.864.144	-157.736.800	-195.589.812	-204.551.245
Capital	190.000.000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	290.000.000	-70.936.573	-127.849.414	-202.532.536	-195.589.812	-204.551.245
Neto Periodo	277.864.700	43.421.069	96.035.369	39.280.535	36.874.977	60.974.642
Saldo anterior		277.435.344	320.856.413	416.891.782	456.172.317	493.047.295
Saldo siguiente	277.864.700	320.856.413	416.891.782	456.172.317	493.047.295	554.021.936

Fuente: Fuente propia

8.6.EVALUACIÓN FINANCIERA

8.6.1. VAN (Valor Actual Neto) \$350.845.285

El VAN, descontando los flujos de caja a una tasa del 30% que es la rentabilidad esperada por las emprendedoras, es mayor que cero (positivo) lo que indica que el proyecto es viable desde el punto de vista financiero. Este criterio de decisión indica que la empresa aumentará su valor en el tiempo y que el plan de negocios de la **Mascotienda de Clifford** se acepta desde el punto de vista financiero. (Ver tabla 28)

8.6.2. TIR (Tasa Interna de Retorno) 57,48%

La TIR del proyecto es superior a la rentabilidad esperada por el emprendedor la cual es de 30% esto significa que es conveniente invertir en el plan de negocios de la **Mascotienda de Clifford** debido a que la rentabilidad que generará supera los rendimientos que se obtendrían si se destinara la misma inversión en otro tipo de proyecto con la tasa de rentabilidad mencionada. Adicionalmente la TIR es aquella tasa que hace el VAN igual a cero. (Ver tabla 28)

8.6.3. PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión) 1,35

Este indicador muestra que los recursos invertidos en el proyecto, se recuperan aproximadamente en un año y tres meses y medio de operación lo que ratifica la viabilidad financiera del plan de negocios si se contempla un escenario temporal de 5 años de evaluación del proyecto. Este indicador nos demuestra que las inversiones efectuadas son fácilmente recuperables si se cumplen con los supuestos de operaciones del mismo. (Ver tabla 28)

Tabla 28: Criterios de decisión

Criterios de Decisión	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	18%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	57,48%
VAN (Valor actual neto)	350.845.285
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	1,35
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses	2 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT)	34,43%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	60 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)	72 mes

Fuente: Fuente propia

8.7. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Se tendrán en cuenta cuatro escenarios en los que se evaluará el precio del producto y las cantidades vendidas para determinar si el plan de negocio de la **Mascotienda de Clifford** sigue siendo viable.

8.7.1. Escenario 1

En este, el precio de los comederos automáticos rebajará en un 10 % pasando de \$720.000 a \$648.000. Lo que hace que la TIR pase del 57,48 % al 25,55 % y el VAN de \$350.845.285 a \$62.914.403 generando que el plan de negocios de la **Mascotienda de Clifford** continúe siendo viable aunque con menos rentabilidad.

Tabla 29: Escenario 1 del análisis de sensibilidad

Criterios de Decisión	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	18%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	25,55%
VAN (Valor actual neto)	62.914.403
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	2,36
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses	2 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT)	34,48%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	60 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)	72 mes

Fuente: Fuente propia

8.7.2. Escenario 2

En este, el precio del producto rebajará en un 20 % pasando de \$720.000 a \$576.000. Lo que hace que la TIR pase del 57,48 % al (-15,06 %) y el VAN de \$350.845.285a (-\$238.216.006) generando que la viabilidad del plan de negocios de la **Mascotienda de Clifford** sea negativa y no rentable.

Tabla 30: Escenario 2 del análisis de sensibilidad

Criterios de Decisión	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	18%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	-15,08%
VAN (Valor actual neto)	-238.216.008
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	11,13
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses	2 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT)	34,48%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	60 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)	72 mes

Fuente: Fuente propia

8.7.3. Escenario 3

En este, se hará una variación del 10 % en las cantidades vendidas cada año. Lo que hace que la TIR pase del 57,48 % al 39,91 % y el VAN de \$350.845.285 a \$188.053.557 generando que el plan de negocios de la **Mascotienda de Clifford** continúe siendo viable.

Tabla 31: Escenario 3 del análisis de sensibilidad

Criterios de Decisión	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	18%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	39,91%
VAN (Valor actual neto)	188.053.557
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	1,78
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses	2 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT)	34,48%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	60 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)	72 mes

Fuente: Fuente propia

8.7.4. Escenario 4

En este, se hará una variación del 20 % en las cantidades vendidas cada año. Lo que hace que la TIR pase del 57,48 % al 21.08 % y el VAN de \$350.845.285 a \$25.109.043 generando que el plan de negocios de la **Mascotienda de Clifford** continúe siendo viable.

Tabla 32: Escenario 4 del análisis de sensibilidad

Criterios de Decisión	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	18%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	21,08%
VAN (Valor actual neto)	25.109.043
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	2,64
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses	2 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT)	34,48%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	60 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)	72 mes

Fuente: Fuente propia

En conclusión, se determinó que el plan de negocios de la **Mascotienda de Clifford** continúa siendo viable en los escenarios en los que hay una variación en las cantidades de comederos vendidos sea del 10% o 20% y en una variación del 10% en el precio de estos, ya que la TIR continúa siendo más alta que la tasa de rentabilidad esperada, generando rentabilidad.

CONCLUSIONES

En este plan de negocio se estudió la viabilidad de abrir una tienda de comercialización de productos para mascotas en Medellín, Antioquia la cual tendría como producto principal e innovador comederos automáticos para perros y gatos.

Teniendo en cuenta el crecimiento del sector mascotas se llevó a cabo un estudio donde se realizaron encuestas a 340 personas dueñas de mascotas, de las cuales se pudo concluir que el 24 % sufren de la problemática de alimentar a su mascota en la hora indicada, que el 48,5 % estaría dispuesto a comprar el comedero y que el principal factor para decidirse a comprarlo es la facilidad para alimentar a su mascota y que el 47,9 % estaría dispuesto a pagar más de \$550.000 por su adquisición.

Según el estudio realizado se hizo una proyección de venta de 1.200 comederos anuales a un precio de \$720.000 al cual se le estudiaron posibles escenarios donde se rebajó el precio y las cantidades vendidas para analizar si seguiría siendo rentable o no, en los cuales se determinó que el plan de negocios de la **Mascotienda de Clifford** continúa siendo viable en los escenarios en los que hay una variación en las cantidades de comederos vendidos sea del 10% o 20% y en una variación del 10% en el precio de estos, ya que la TIR continúa siendo más alta que la tasa de rentabilidad esperada.

Después de realizada la investigación de mercados, determinado los clientes potenciales y analizado los indicadores del proyecto, se puede concluir que el plan de negocios de la **Mascotienda de Clifford** es viable desde el punto de vista financiero presentando unos indicadores que demuestran una tasa interna de retorno (57,48 %) que cumple la condición de ser mayor a la rentabilidad esperada por los inversionistas (18 %) y sostenible en el tiempo como empresa respaldando los pasivos generados por esta, la cual necesitaría una inversión inicial correspondiente a \$290.000.000.

BIBLIOGRAFIA

- Banco de la Republica.* (2016). Recuperado el 8 de Agosto de 2016, de índice del precio al consumidor: <http://www.banrep.gov.co/es/ipc>
- Alcaldía de Bogotá. (s.f.). *Alcaldía Mayor de Bogotá* . Recuperado el 24 de Agosto de 2016, de Ley 590 de 2000:
<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=12672>
- Alcaldía de Medellín . (s.f.). *Alcaldía de Medellín* . Recuperado el 31 de Agosto de 2016, de Estatuto Tributario del municipio de Medellín:
<https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/wpcontent/Sites/Subportal%20del%20Ciudadano/Hacienda/Secciones/Normas/Documentos/2009/11-Noviembre/Estatuto%20Tributario%20del%20Municipio%20de%20Medell%C3%A9n.pdf>
- Alcaldía de Medellín. (2012). *ALcaldía de Medellín*. Recuperado el 7 de Septiembre de 2016, de Plan Ambiental de Medellín:
<https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/wpcontent/Sites/Subportal%20del%20Ciudadano/Medio%20Ambiente/Secciones/Plantillas%20Gen%C3%A9ricas/Documentos/2013/SIGAM/pam/componentesociocultural.html>
- Alcaldía de Medellín. (2016). *Alcaldía de Medellín*. Recuperado el 26 de Agosto de 2016, de Encuesta de calidad de vida 2015:
<https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/pccdesign/medellin/Temas/PlaneacionMunicipal/IndicadoresEstadisticas/2016/PaginasECV/Shared%20Content/Documentos/Encuesta%20Calidad%20de%20vida%202015/Resultados%20generales%20ECV%202015.pdf>
- Alcaldía de Medellín. (16 de Noviembre de 2016). *Alcaldía de Medellín*. Recuperado el 26 de Octubre de 2016, de Actividades y tarifas Impuesto de Industria y Comercio:
<https://www.medellin.gov.co/irj/portal/medellin?NavigationTarget=navurl://830793ca12bebc15ac631fd193db5a13>
- ARL SURA.* (s.f.). Recuperado el 12 de Octubre de 2016, de Generalidades :
https://www.arlsura.com/afiliacion/inscripciones3/contenido_capacitacion.php
- Banco de la República. (2016). *Banco de la República*. Recuperado el 24 de Agosto de 2016, de Tasa de cambio representativa del mercado (TRM):
http://obiebr.banrep.gov.co/analytics/saw.dll?Go&path=%2Fshared%2FSeries+Estad%C3%ADsticas%2F1.+Tasa+de+Cambio+Peso+Colombiano%2F1.1+TRM+-+Disponibile+desde+el+27+de+noviembre+de+1991%2F1.1.1.TCM_Serie+hist%C3%B3rica&Options=rdf&lang=es&NQUser=publico&NQP

- Banco de la República. (s.f.). *Banco de la República*. Recuperado el 24 de Agosto de 2016, de Tasa de intervención de política monetaria del Banco de la República: <http://www.banrep.gov.co/es/tasa-intervencion-politica-monetaria>
- Banco Mundial. (2016). *Banco Mundial*. Recuperado el 24 de Agosto de 2016, de PIB per cápita, Colombia: <http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.CD?end=2015&locations=CO&start=2015&view=bar>
- Camara de comercio de Medellín . (2016). *Camara de comercio de Medellín* . Recuperado el 26 de Octubre de 2016, de Tarifas de los Registros Públicos: <http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/2016/Tarifas%20de%20los%20Registros%20Publicos%202016.pdf>
- Camara de comercio de Medellín. (s.f.). *Camara de comercio de Medellín* . Recuperado el 24 de Agosto de 2016, de Consulta de actividades económicas: <http://virtuales.camaramedellin.com.co/consultas/ciiu.html>
- CIA. (s.f.). *Central Intelligence Agency*. Recuperado el 2 de Septiembre de 2016, de Colombia: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/co.html>
- Comfama. (s.f.). Recuperado el 7 de Octubre de 2016, de Afiliación de nuevos empleadores: <http://www.comfama.com/contenidos/servicios/Empresas/Af%C3%ADiese%20a%20Comfama/C%C3%B3mo%20afiliarse/Empresas/afiliacionnuevosempleadores.asp>
- Contables. (s.f.). *Contables*. Recuperado el 7 de Octubre de 2016, de Qué es el impuesto de industria y comercio : <http://contables.mizancudito.com/2015/06/que-es-el-impuesto-de-industria-y.html>
- DANE. (2 de Marzo de 2016). *Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas*. Recuperado el 6 de Agosto de 2016, de Boletín Técnico - Pobreza monetaria y desigualdad: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/pobreza/bol_pobreza_15_.pdf
- DANE. (10 de Junio de 2016). *Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas*. Recuperado el 24 de Agosto de 2016, de Boletín Técnico PIB Demanda I trimestre 2016: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_Itrim16_oferta_demanda.pdf
- DANE. (2 de Marzo de 2016). *Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas*. Recuperado el 24 de Agosto de 2016, de Comunicado de prensa:

http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/pobreza/cp_pobreza_15.pdf

DANE. (s.f.). *Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas*. Recuperado el 6 de Septiembre de 2016, de Reloj de población: <http://www.dane.gov.co/reloj/>

DIAN. (s.f.). *Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales*. Recuperado el 31 de Agosto de 2016, de Impuesto sobre la renta para la equidad: http://www.dian.gov.co/contenidos/otros/preguntas_frecuentes_cree.html

DIAN. (s.f.). *Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2016, de Consulta general de la nomenclatura: <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaGeneralNomenclaturas.faces>

Dinero. (10 de Febrero de 2009). *Dinero*. Recuperado el 24 de Agosto de 2016, de SAS es el tipo de sociedad más usado en Colombia: <http://www.dinero.com/negocios/articulo/sas-tipo-sociedad-usado-colombia/84554>

Dinero. (2 de Marzo de 2015). *Dinero*. Recuperado el 24 de Agosto de 2016, de Cinco razones para que las pymes inviertan en tecnología: <http://www.dinero.com/empresas/articulo/que-importante-pymes-inviertan-tecnologia/205353>

Echeverry , V. (s.f.). *Infogr.am*. Recuperado el 26 de Agosto de 2016, de Mercado de mascotas en Colombia: <https://infogr.am/Mercado-de-mascotas-en-Colombia>

EFE. (16 de Enero de 2016). *Agencia EFE*. Recuperado el 24 de Agosto de 2016, de Economía: <http://www.efe.com/efe/america/economia/la-inflacion-en-ee-uu-cerro-2015-0-7-por-ciento-el-segundo-nivel-mas-bajo-50-anos/20000011-2815920>

El País. (5 de Enero de 2016). *El País*. Recuperado el 6 de Agosto de 2016, de Inflación en Colombia en 2015 fue de 6,77%: <http://www.elpais.com.co/elpais/economia/noticias/inflacion-colombia-2015-fue-677>

El universal. (18 de Abril de 2016). *El universal* . Recuperado el 26 de Agosto de 2016, de Slack, las comunicaciones de tu organización unificadas en una aplicación: <http://www.eluniversal.com.co/tecnologia/aplicaciones/slack-las-comunicaciones-de-tu-organizacion-unificadas-en-una-aplicacion>

EPS SURA. (s.f.). Recuperado el 7 de Octubre de 2016, de Afiliación al Sistema General de Seguridad Social en Salud: <https://www.epssura.com/afiliados/2013-formulario-de-afiliacion-y-reporte-de-novedades-al-sistema-general-de-seguridad-social-en-salud>

- Estanterías Medellín.* (s.f.). Recuperado el 22 de Septiembre de 2016, de Estantería Góndola Central: <http://www.estanteriasmedellin.com/products/gondola-central-en-lamina/>
- Exito.* (s.f.). Recuperado el 16 de Septiembre de 2016, de Teléfono Inalambrico: <http://www.exito.com/products/MP00750000000106/Telefono+Inalambrico+Philips+D120?nocity>
- Exito.* (s.f.). Recuperado el 30 de Septiembre de 2016, de Impresora multifuncional: <http://www.exito.com/products/MP01510000000019/Impresora+Multifuncional+Wi-Fi+HP+3635+Blanca?nocity>
- Exito.* (s.f.). Recuperado el 5 de Octubre de 2016, de Computador Lenovo: <http://www.exito.com/products/MP01860000000003/All+in+One+Lenovo+19.5+Pulgadas+C20-00+Intel+Celeron+?nocity>
- Exito.* (s.f.). Recuperado el 5 de Octubre de 2016, de Lector Scanner de código de barras: <http://www.exito.com/products/MP00300000000096/Lector+Scanner+de+Código+de+Barras+Ref+Toosd-La11?nocity>
- Exito.* (s.f.). *Exito.* Recuperado el 7 de Septiembre de 2016, de Comederos: http://www.exito.com/browse/PETKIT/EXITO_MARCA_PROPIA/_N-1z0z8igZ1z141v5?Ntt=comederos
- Fauna.* (24 de Agosto de 2009). *Fauna Colombia.* Recuperado el 2 de Septiembre de 2016, de Alcaldía preocupada por perros y gatos: <http://www.faunacolombia.org/index.php/actualidad/5-actualidadnacional/33-alcaldiapreocupada>
- Fenalco.* (s.f.). *Fenalco Presidencia Nacional.* Recuperado el 26 de Agosto de 2016, de En seis de cada 10 hogares colombianos hay mascotas: <http://www.fenalco.com.co/contenido/5868>
- Fenalco.* (s.f.). *Fenalco Presidencia Nacional.* Recuperado el 26 de Agosto de 2016, de Mascotas: crecen las oportunidades de negocio: <http://www.fenalco.com.co/contenido/934>
- Fenalco.* (s.f.). *Fenalco Presidencia Nacional.* Recuperado el 26 de Agosto de 2016, de Tiendas de barrio, siguen siendo las favoritas de los colombianos: <http://www.fenalco.com.co/contenido/2095>
- Finanzas personales.* (s.f.). *Finanzas personales.* Recuperado el 24 de Agosto de 2016, de El modelo SAS en Colombia: <http://www.finanzaspersonales.com.co/lacifra/articulo/el-modelo-sas-en-colombia/37918>
- Finanzas personales.* (s.f.). *Finanzas personales.* Recuperado el 24 de Agosto de 2016, de ¿Por qué vale la pena constituir una SAS?:

<http://www.finanzaspersonales.com.co/impuestos/articulo/por-que-vale-pena-constituir-sas/37888>

Gerencie. (11 de Febrero de 2016). *Gerencie*. Recuperado el 10 de Agosto de 2016, de Principales características de una Sociedad por Acciones Simplificada (SAS): <http://www.gerencie.com/principales-caracteristicas-de-una-sociedad-por-acciones-simplificada-sas.html>

Gestion Legal Colombia. (8 de Diciembre de 2015). *Revista*. Recuperado el 12 de Octubre de 2016, de Cuánto me cuesta crear una empresa en Colombia: <http://mprende.co/gesti%C3%B3n/%C2%BFcu%C3%A1nto-me-cuesta-crear-una-empresa-en-colombia>

Gestión legal Colombia. (s.f.). *Gestión legal Colombia Abogados*. Recuperado el 31 de Agosto de 2016, de Qué impuestos pagan las empresas en Colombia: <http://www.gestionlegalcolombia.com/impuestos-empresas-colombia.html>

Gestion Legal Colombiana. (20 de Mayo de 2016). *Revista*. Recuperado el 23 de Octubre de 2016, de Por qué ahora es un poco más fácil crear empresa en Colombia: <http://mprende.co/legal/%C2%BFpor-qu%C3%A9-ahora-es-un-poco-m%C3%A1s-f%C3%A1cil-crear-empresa-en-colombia>

Grupo Bancolombia. (s.f.). Recuperado el 7 de Noviembre de 2016, de Crédito de Libre Inversión: <http://www.grupobancolombia.com/wps/portal/personas/productos-servicios/creditos/consumo/libre-inversion/>

Grupo Bancolombia. (s.f.). Recuperado el 7 de Noviembre de 2016, de Simula tu crédito: <http://www.grupobancolombia.com/wps/portal/personas/productos-servicios/creditos/consumo/libre-inversion/simulador-credito-consumo##sim-results>

Homecenter. (s.f.). Recuperado el 22 de Septiembre de 2016, de Gancho exhibidor galvanizado: <http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/113999/Gancho-exhibidor-galvanizado-20-cm-10-unidades-hogar>

Homecenter. (s.f.). Recuperado el 22 de Septiembre de 2016, de Tablero blanco: <http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/45679/Tablero-blanco-1,52-x-2,44-metros-x-18-mm-exhibicion,-Arauco/45679>

Homecenter. (s.f.). Recuperado el 30 de Septiembre de 2016, de Estantería bricol metálica: <http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/298028/Estanteria-Bricol-Metalica-Gris-5-Niveles/298028>

Homecenter. (s.f.). Recuperado el 30 de Septiembre de 2016, de Dispensador de agua : <http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/275134/Dispensador-de-agua,-de-piso,-BD106-2/275134>

Homecenter. (s.f.). Recuperado el 5 de Octubre de 2016, de Pintura antibacterial:
<http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/202802/Pintura-antibacterial-blanco-5-gl/202802>

Homecenter. (s.f.). Recuperado el 16 de Septiembre de 2016, de Silla escalera:
<http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/110496/Silla-escalera-3-peldanos-tuv-gs-blanca/110496>

Homecenter. (s.f.). Recuperado el 16 de Septiembre de 2016, de Silla escritorio:
<http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/258551/Silla-Escritorio-Juvenil-Neumatica-Sin-Brazos-Pano-Negro/258551>

Homecenter. (s.f.). Recuperado el 16 de Septiembre de 2016, de Superboard:
<http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/63970/Superboard-20mm-244x122cm-84.83k-aprox/63970>

HTS. (s.f.). *Harmonized Tariff Schedule.* Recuperado el 14 de Septiembre de 2016, de
<https://hts.usitc.gov/>

Información proporcionada vía e-mail por Mundo Mascotas Medellín.

Información suministrada vía e-mail por FIDAS´S AMERICA SAS

López López, J. C. (27 de Febrero de 2014). *El Economista.* Recuperado el 24 de Agosto de 2016, de La moda del Big Data: ¿En qué consiste en realidad?:
<http://www.eleconomista.es/tecnologia/noticias/5578707/02/14/La-moda-del-Big-Data-En-que-consiste-en-realidad.html>

López, M. E. (9 de Marzo de 2016). *El Tiempo.* Recuperado el 31 de Agosto de 2016, de Lo que no muestran las estadísticas de divorcios: www.publicidadseverino.com

Mercado libre. (s.f.). Recuperado el 5 de Octubre de 2016, de Counter de recepción :
http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-430413744-counter-de-recepcion-_JM#redirectedFromParent

Mercado, D. A. (21 de Septiembre de 2015). *El Tiempo.* Recuperado el 26 de Agosto de 2016, de Una de cada seis familias tiene mascota en Medellín:
<http://www.eltiempo.com/colombia/medellin/mascota-en-medellin/16382684>

Mincit. (2012). *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.* Recuperado el 14 de Septiembre de 2016, de Decreto 0730 :
<http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=3562&name=Decreto-730-2012.pdf>

Mincit. (2013). *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.* Recuperado el 14 de Septiembre de 2016, de Resolución 0025:

<http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=3970&name=Resolucion-25-2013.pdf>

Mincit. (s.f.). *Ministerio de comercio, industria y turismo*. Recuperado el 24 de Agosto de 2016, de Ley MYPIME: <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=13639>

Mincit. (s.f.). *Ministerio de Comercio, Industria y Turismos*. Recuperado el 31 de Agosto de 2016, de Ley 1014:
<http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=2331&name=Ley1014de2006.pdf>

MiniDatáfono de Redeban. (s.f.). Recuperado el 5 de Octubre de 2016, de MiniDatáfono:
<http://www.minidatafono.com.co/RBMovil/>

Ortiz Castaño, D. (6 de Enero de 2016). *El Colombiano*. Recuperado el 24 de Agosto de 2016, de Con un aumento de 6,77%, inflación de 2015 es la más alta en siete años:
<http://www.elcolombiano.com/colombia/inflacion-de-6-77-en-2015-la-mas-alta-en-siete-anos-1-LN3395782>

Petnet io. (s.f.). *Petnet io*. Recuperado el 5 de Agosto de 2016, de Tech Specs:
<http://www.petnet.io/>

Petnet io. (s.f.). *Twitter Petnet io*. Recuperado el 9 de Septiembre de 2016, de
<https://twitter.com/petnetio>

Portafolio. (10 de Marzo de 2016). *Portafolio*. Recuperado el 24 de Agosto de 2016, de PIB: el 2015 no fue malo, pero la previsión del 2016 luce pesimista:
<http://www.portafolio.co/economia/gobierno/pib-analisis-2015-previsiones-2016-492325>

Procolombia. (s.f.). *Procolombia*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2016, de Tratado de libre comercio Colombia - EEUU: <http://tlc-eeuu.procolombia.co/abc-del-tlc>

Pymes. (12 de Diciembre de 2015). *BBVA*. Recuperado el 24 de Agosto de 2016, de Tecnologías que las pymes deben implementar en 2016:
<http://www.bbvacontuempresa.es/a/8-tecnologias-que-las-pymes-deben-implementar-2016>

Rojas T., J. F. (27 de Julio de 2016). *El Colombiano*. Recuperado el 24 de Agosto de 2016, de Este año economía colombiana no crecerá 3 %, sino 2,7 %: Cepal:
<http://www.elcolombiano.com/negocios/colombia-no-crecera-3-0-sino-2-7-en-2016-cepal-HL4638339>

Ruiz Ramírez, C., Manchego Quiroz, S. L., Mirando Lazo, C., & Mercado Martínez, L. (10 de Diciembre de 2011). *Family Pet Supermacado para mascotas*. Recuperado el 15 de Octubre de 2016, de
<https://docs.google.com/viewer?url=http%3A%2F%2Ftesis.pucp.edu.pe%2Frepos>

itorio%2Fbitstream%2Fhandle%2F123456789%2F1362%2FRUIZ_MANCHEGO
_MIRANDA_MERCADO_FAMILY_PET.pdf%3Fsequence%3D1

Sea Rates. (s.f.). Recuperado el 14 de Septiembre de 2016, de Calculador de carga:
<https://www.searates.com/es/reference/stuffing/>

Sea Rates. (s.f.). *Sea Rates*. Recuperado el 16 de Septiembre de 2016, de Tiempo de
Transito:
https://www.searates.com/es/reference/portdistance/?K=ChIJBa0PuN8oRI4RVju1x_x8E0I&A=ChIJ164ALsjHwoARH0l_xY5u0r4&D=15786&G=20992&shipment=2&weight=20&volume=400&weight_unit=KG&volume_unit=CBM&

Severino Publicidad . (s.f.). Recuperado el 9 de Septiembre de 2016, de
<http://www.publicidadseverino.com/>

Sguerra M., P. (s.f.). *4 Patas*. Recuperado el 2 de Septiembre de 2016, de Por qué las
parejas tienen un perro y no un hijo:
<http://www.4patas.com.co/perros/historias/articulo/por-que-un-perro-y-no-un-hijo/2272>

Skyfunders. (1 de Marzo de 2016). *Skyfunders*. Recuperado el 22 de Octubre de 2016, de
Cómo crear empresa paso a paso en Colombia: <https://skyfunders.com/como-crear-empresa-paso-a-paso-en-colombia/>

SNR. (23 de Febrero de 2016). *Superintendencia de Notariado y Registro*. Recuperado el
2 de Septiembre de 2016, de Más divorcios y menos matrimonios en 2015:
<https://www.supernotariado.gov.co/PortalSNR/ShowProperty?nodeId=%2FSNRContent%2FWLSWCCPORTAL01108251%2F%2FidcPrimaryFile&revision=latestreleased>

Sputnik Mundo . (7 de Enero de 2016). *Sputnik Mundo* . Recuperado el 24 de Agosto de
2016, de Peso colombiano registra fuerte devaluación por la bajada de los precios
del petróleo:
<https://mundo.sputniknews.com/americalatina/201601071055533040-peso-colombia-devaluacion/>

Tierragro. (s.f.). *Tierragro*. Recuperado el 7 de Septiembre de 2016, de Nosotros:
<http://www.tierragro.com.co/nosotros>

Urna de cristal. (s.f.). *Urna de cristal*. Recuperado el 31 de Agosto de 2016, de Ley de
primer empleo: <http://www.urnadecristal.gov.co/gestion-gobierno/ley-primer-empleo>

WIPO. (s.f.). *World Intellectual property organization*. Recuperado el 6 de Agosto de
2016, de PETNETIO SMARTFEEDER: <http://www.wipo.int/portal/en/index.html>

Worldwide inflation data. (2016). *Worldwide inflation data*. Recuperado el 24 de Agosto de 2016, de Estados Unidos: <http://es.inflation.eu/tasas-de-inflacion/estados-unidos/inflacion-historica/ipc-inflacion-estados-unidos-2016.aspx>



Bogota D.C. October 11, 2016

Señores : SOJA ESUMER
 Atn : Sra. SOJA ESUMER
 Cargo : Independiente
 Ciudad : COLOMBIA

Cordial Saludo

No. COTIZACION 0356-16-01

En atención a su amable solicitud, ponemos a su consideración la presente oferta de servicios:

PAIS ORIGEN	USA	DIRECCION RECOGIDA	Los Angeles, California, el zip code es 90015 LA	AEROPUERTO CARGUE	Los Angeles
PAIS DESTINO	COLOMBIA	DIRECCION ENTREGA	Valle del cauca	AEROPUERTO DESCARGUE	Buenaventura
MODALIDAD	Maritima			TIPO DE CARGA	FCL/FCL
INCOTERM	EXW	VALOR MERCANCIA	USD 0,00	TIPO DE NEGOCIO	IMPORTACION
				RUTA	DIRECTO
FRECUENCIA	SEMANAL	TIEMPO DE TRANSITO	15 dias Aprox.	FECHA DE VIGENCIA	30/10/2016
NOMBRE DEL PRODUCTO	Carga General		CANTIDAD	1	VOLUMEN 1 PESO 18
DESCRIPCION DE LA CARGA	Carga General - NO IMO - NO EXTRADIMENSIONADA				

1) FLETE MARITIMO INTERNACIONAL

CONCEPTO	DETALLE	COSTO TOTAL - EUR
FLETE INTERNACIONAL	20SD USD 1.500,00 ALL IN	USD 1.500,00
SUBTOTAL USD		USD 1.500,0

2) GASTOS DE ORIGEN

CONCEPTO	DETALLE	COSTO TOTAL -USD
BL FEE	USD 80,00	USD 80,00
SED	USD 60,00	USD 60,00
HANDLING	USD 150,00	USD 150,00
TRANSFER FEE	USD 60,00	USD 60,00
INLAND	USD 420,00	USD 420,00
COURIER* SI APLICA USD 80,00		
SUBTOTAL USD		USD 770,0

COSTO DEL FLETE INTERNACIONAL + GASTOS DE ORIGEN	TOTAL USD	USD 2.270,0
---	------------------	--------------------

3) GASTOS DE DESTINO

CONCEPTO	DETALLE	COSTO TOTAL -USD
THC	POR CONTENEDOR	USD 140,00
LIBERACION	POR BL	USD 60,00
COLLECT FEE	4% SOBRE EL FLETE MINIMO USD 45,00	USD 45,00
RADICACION	POR BL	USD 110,00
EMISION	POR BL	USD 60,00
SUBTOTAL USD		USD 415,00

4) AGENCIAMIENTO DE IMPORTACION

CONCEPTO	DETALLE	COSTO TOTAL - COP
OUTSOURCING	0,35% SOBRE EL VALOR CIF MINIMO 410.000,00 + IVA	475.600,00
GASTOS OPERATIVOS	110.000,00	110.000,00
ELABORACION DECLARACION IMPORTACION Y DE VALOR	CADA UNA 20.000,00	20.000,00
GASTOS PORTUARIOS	AL COSTO	AL COSTO
SUBTOTAL COP		605.600
SUBTOTAL USD		USD 242,24

TRANSPORTE TOTAL SIN SEGURO	TOTAL USD	USD 2.927,24
	TOTAL COP	8.529.860

5) SEGURO INTERNACIONAL

CONCEPTO	DETALLE	COSTO TOTAL -USD
SEGURO INTERNACIONAL	0,65% SOBRE EL VALOR DE LA FACTURA MIN USD 100,00	USD 100,00
SUBTOTAL USD		USD 100,00

TRANSPORTE TOTAL CON SEGURO	TOTAL USD	USD 3.027,24
	TOTAL COP	8.821.256

NO INCLUYE IMPUESTOS NI ARANCELES

*PRINT ORIGINAL BL * SI APLICA usd 120,00

TRM	2913,96
-----	---------

AGENCIAMIENTO DE IMPORTACION:

Si es necesario Realizar estos tramites:

PRE INSPECCION COP 80,000

CLASIFICACION ARANCELARIA COP 60,000

SI REQUIERE ** TRANSPORTE INTERNO **

CONCEPTO	DETALLE	COSTO TOTAL - COP
BUENAVENTURA - VALLE DEL CAUCA	EXPRESO MAX 8 TON Y 22 M3	3.000.000,00
SUBTOTAL COP		3.000.000

CONDICIONES GENERALES

Trabajamos bajo las condiciones generales estipulados en los documentos de transporte. Precios basados en las tarifas y tasas de cambio actuales vigentes, serán ajustados sin previo aviso según las trasportadoras que intervengan en el. La responsabilidad de FIDAS'S AMERICA SAS, se limita a las cláusulas legales limite de responsabilidad estipuladas por las empresas de transporte (en el dorso del documento). Las tarifas excluyen cargas peligrosa, perecederos, extra dimensionales, carga pesada, menajes domésticos, textiles, repuestos y electrodomésticos.

Después de recibida la documentación se darán por aceptados los términos de la cotización

La liquidación de la tarifa y la declaración de la mercancía se basan en la información y datos obtenidos del proveedor y la factura comercial.

Nuestra oferta no incluye gastos en origen que no estén asumidos por el exportador, ni 'InlandFreight', ni costos por retorno a puerto o demora de contenedores en Colombia.

Nuestras facturas se emiten en Dólares de Estados Unidos y se convierten al cambio ASONAV y ALAICO vigente el día de su cancelación siempre y cuando no sea inferior a la tasa de cambio utilizada en la emisión de la misma.

Todos los gastos locales están sujetos a la liquidación de IVA según la legislación vigente. (SI NO ESTA ESPECIFICADO, EL PAGO ES DE CONTADO)

Para garantizar que la tarifa ofrecida sea aplicada correctamente por FIDAS'S AMERICA SAS, es necesario que nos envíen copia de la factura.

Los gastos ocasionados por demoras de contenedores, devolución o depósitos serán facturados al importador según costo.

Tarifas sujetas a restricciones de emarque de largo x ancho x alto y peso bruto según tipo de línea aérea a utilizar según indica en esta cotización.

Tarifas basadas en servicio regular por parte de la línea aérea, disponibilidad de espacio y vuelo de la reserva, según condiciones de la línea aérea al momento del embarque.

Precio final a cobrar tanto de la tarifa como de combustible (fuel), es el que este vigente al momento de la fecha de embarque de la línea aérea o marítima

Forma de pago contado contra entrega de AWB/BL. Cualquier excepción requiere de la evaluación y aprobación de nuestro departamento de crédito

Cargas no aseguradas por FIDAS'S AMERICA SAS,. Cualquier seguro de la carga necesita de la solicitud y aceptación por parte de FIDAS'S AMERICA SAS con previa cotización. Nuestra responsabilidad no podrá exceder a las que respondan frente a nosotros la línea aérea, marítima y/o cualquier otro intermediario que haya actuado durante el proceso del embarque.

Las frecuencias de salidas y tiempos de tránsito son solo estimados y los mismos dependen directamente de la línea aérea o marítima según sus itinerarios, independiente que la carga haya sido entregada en tiempo.

Las cargas deben estar correctamente embarcadas y fumigadas en casode tener pallet de madera.

Cordial Saludo

*Tatiana Barreto Chiquiza
Ejecutiva de Cuenta*

Calle 24C No. 80C - 42. Piso 3. Teléfonos: 4103640 - Fax: 5 493374 Cel. 3209485566
E-MAIL: comercial@fidassamerica.com www.FIDASSAMERICA.COM Bogotá - Colombia



Centro Comercial Santafé, Poblado.

Características Principales

Dirección: Cra, 43A No. 7 Sur-170. Av. el Poblado

Tipo Unidad: Centro Comercial

Área Total: 55m2

Val Canon: \$10.500.000,00

Admon.: Incluida (\$1.100.000)

Parqueadero: 0

Estrato: 6

Características Local

Tipo Puerta:	No Aplica	Tipo Piso:	Baldosa
Tipo Cocina:	No Aplica	Tipo Parq.:	No Aplica
Tipo Gas:	No Aplica		

\$10.500.000 (\$190.000 x mt2)



55 m2 Área





La Calculadora del Empleador

El presente cálculo de costos laborales no constituye un documento válido para efecto de reclamaciones judiciales y/o administrativas, y sus valores son estimados toda vez que se efectúan con la información suministrada por el consultante, razón por la cual no vincula de ningún modo al Ministerio del Trabajo.

Salario	\$ 1.378.910	COP
---------	--------------	-----

Transporte	\$ 0	COP
------------	------	-----

PRESTACIONES SOCIALES

Cesantías	\$ 114.909	COP
-----------	------------	-----

Primas	\$ 114.909	COP
--------	------------	-----

Intereses sobre cesantías	\$ 13.789	COP
---------------------------	-----------	-----

DESCANSO REMUNERADO

Vacaciones	\$ 57.455	COP
------------	-----------	-----

APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL

Pensiones (AFP)	\$ 165.469	COP
-----------------	------------	-----

Salud (EPS)	\$ 117.207	COP
-------------	------------	-----

Riesgos Laborales (ARL)	\$ 7.198	COP
-------------------------	----------	-----

PARAFISCALES

Parafiscales	\$ 124.102	COP
--------------	------------	-----

TOTAL	\$ 2.093.948	COP
--------------	---------------------	------------

PARA EMPRESAS BENEFICIARIAS DE LA LEY 1607 DEL 2012 (EXONERACIÓN DEL PAGO DE PARAFISCALES)

Parafiscales	\$ 55.156	COP
--------------	-----------	-----

Salud	\$ -117.207	COP
-------	-------------	-----

TOTAL	\$ 1.907.796	COP
--------------	---------------------	------------





MinTrabajo
República de Colombia

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**



**CALCULADORA
LABORAL**

La calculadora del trabajador Colombiano



La Calculadora del Empleador

El presente cálculo de costos laborales no constituye un documento válido para efecto de reclamaciones judiciales y/o administrativas, y sus valores son estimados toda vez que se efectúan con la información suministrada por el consultante, razón por la cual no vincula de ningún modo al Ministerio del Trabajo.

Salario	\$ 689.455	COP
---------	------------	-----

Transporte	\$ 77.700	COP
------------	-----------	-----

PRESTACIONES SOCIALES

Cesantías	\$ 63.930	COP
-----------	-----------	-----

Primas	\$ 63.930	COP
--------	-----------	-----

Intereses sobre cesantías	\$ 7.672	COP
---------------------------	----------	-----

DESCANSO REMUNERADO

Vacaciones	\$ 28.727	COP
------------	-----------	-----

APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL

Pensiones (AFP)	\$ 82.735	COP
-----------------	-----------	-----

Salud (EPS)	\$ 58.604	COP
-------------	-----------	-----

Riesgos Laborales (ARL)	\$ 3.599	COP
-------------------------	----------	-----

PARAFISCALES

Parafiscales	\$ 62.051	COP
--------------	-----------	-----

TOTAL	\$ 1.046.974	COP
--------------	---------------------	------------

PARA EMPRESAS BENEFICIARIAS DE LA LEY 1607 DEL 2012 (EXONERACIÓN DEL PAGO DE PARAFISCALES)

Parafiscales	\$ 27.578	COP
--------------	-----------	-----

Salud	\$ -58.604	COP
-------	------------	-----

TOTAL	\$ 860.822	COP
--------------	-------------------	------------



Conéctese en **@MinTrabajoCol**
www.mintrabajo.gov.co



Medellín, 15 de diciembre del 2015

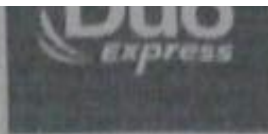
Señores
DUPLA LEGAL SAS
 Medellín

Asunto: Tarifas 2016

Cordial Saludo,

La presente es con el fin de darles a conocer las nuevas tarifas del 2016 para los servicios prestados por List Administrar SAS.

SERVICIOS DUPLA LEGAL SAS	VALOR
CONTABILIDAD	\$ 380,000.00
DECLARACION DE RENTA	\$ 250,000.00
INFORMACIÓN EXOGENA	\$ 200,000.00
RENOVACIÓN MATRICULA MERCANTIL	\$ 100,000.00
CARTA LEY 1429	\$ 160,000.00
ADMINISTRACIÓN DE PERSONAL	\$ 28,000.00



MEDELLIN 28 de mayo de 2015

SEÑORES

Dupla Legal S.A.S

ASUNTO: cotización servicio de mensajería

Cualquier destino en la ciudad de medellin	\$ 6.000
Cualquier destino en el municipio de itagüi	\$ 7.000
Cualquier destino en el municipio de bello	\$ 7.000
Para el municipio de envigado	\$ 7.000
Para la periferia del municipio de envigado se tomara otros valores	
Cualquier destino en el municipio de bello	\$ 7.000
Para el sector de niquia	\$ 8.000
Cualquier destino en el municipio de sabaneta	\$ 8.000
Cuando las diligencias se tarden una hora	\$ 9.000

NOTA:

- No transportamos grandes cantidades de dinero, alimentos y objetos de difícil manipulación.
- Procure solicitar el servicio de mensajería con anticipación y al momento de llegada del mensajero se recomienda tener los documentos a enviar listos para su respectivo transporte.