

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE DISPENSADORES PARA LA
ALIMENTACIÓN DE PERROS Y GATOS EN EL MUNICIPIO DE SAN MARTIN
CESAR**

**YEISY CAROLINA GUZMÁN JAIMES
NATALIA HERAZO DELGADO**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2022**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE DISPENSADORES PARA LA
ALIMENTACIÓN DE PERROS Y GATOS EN EL MUNICIPIO DE SAN MARTIN
CESAR**

**YEISY CAROLINA GUZMÁN JAIMES
NATALIA HERAZO DELGADO**

**Trabajo de grado para optar por el título de Profesional en Gestión
Empresarial**

**Director
Querubín Sánchez Martínez
Profesional en Gestión empresarial**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2022**

DEDICATORIA

Primeramente, a Dios, nuestras familias, hermanos y parejas por apoyarnos durante nuestra carrera universitaria.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por permitirnos llegar hasta aquí, a nuestras familias, nuestros profesores y amigos durante toda nuestra carrera universitaria hasta el día de hoy; en especial a Querubín Sánchez nuestro profesor y coordinador de trabajo de grado por su dedicación en todo momento.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
1. ANÁLISIS GENERAL DEL SECTOR	18
1.1 DESCRIPCIÓN DEL SECTOR	18
1.2 EVOLUCIÓN DEL SECTOR.....	19
1.3 TENDENCIAS DEL SECTOR	19
1.4 OPORTUNIDADES Y/O AMENAZAS	20
1.5 MODIFICACIONES DEMOGRÁFICAS (DESCENSO DE HABITANTES) MARCO LEGAL	21
1.6 CONTEXTO GEOGRÁFICO.....	22
2 ESTUDIO DE MERCADOS	25
2.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	25
2.1.1 Descripción, Usos y especificaciones del producto/servicio.	25
2.1.2 Atributos Diferenciadores.....	26
2.2 SEGMENTO DE MERCADO	26
2.2.1 Mercado Potencial	26
2.2.2. Mercado Objetivo.....	27
2.3 ESTUDIO DE LA DEMANDA.....	27
2.3.1 Necesidad de información.....	27
2.3.2 Tipo de Estudio	27
2.3.3 Enfoque.....	27
2.3.4 Fuentes de información.....	28
2.3.5. Técnica de investigación.....	28
2.3.6 Instrumento para la recolección de información.....	28

2.3.7 Modo de aplicación.	28
2.3.8. Cálculo de la Muestra.	28
2.3.9 Alcance	29
2.3.10 Tiempo de aplicación.	29
2.3.11 Tabulación, presentación y análisis de resultados de la prueba piloto.....	30
2.3.12 Estimación de la demanda actual.	43
2.3.13 Estimación de la demanda efectiva.....	43
2.3.14 Proyección de la demanda.....	44
2.4 ANÁLISIS DE LA OFERTA	45
2.5. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO MÍNIMO VIABLE	46
2.5.1 Descripción, usos y especificaciones del producto o del servicio	47
2.5.2 Atributos diferenciadores del producto o del servicio con respecto a la competencia.....	47
2.6. ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN.....	47
2.7. ESTRATEGIAS PARA FIJACIÓN DE PRECIOS.....	47
2.8. RELACIONAMIENTO CON LOS CLIENTES.....	48
2.8.1. Estrategias de comunicación	48
2.8.2. Presupuesto de comunicación.....	48
2.8.3 Presupuesto de operación.	49
3. ESTUDIO TÉCNICO	50
3.1. TIPO DE PROYECTO.....	50
3.2. DESARROLLO OPERATIVO DEL PROYECTO.....	50
3.2.1. Ficha técnica del producto mínimo viable.	50
3.2.2. Descripción y diagrama de actividades claves.....	51

3.2.3. Características del sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST)	53
3.2.4. Análisis Ambiental.....	53
3.2.5. Recursos claves.....	54
3.2.6. Localización	57
3.2.7 Control de Calidad	58
3.3. CAPACIDAD DEL PROYECTO	59
3.3.1 Capacidad total diseñada por línea de servicio.....	59
3.3.2 Capacidad instalada.....	60
3.3.3 Capacidad utilizada y proyectada	61
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	62
4.1. FORMA DE CONSTITUCIÓN.....	62
4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	62
4.2.1 Misión.....	62
4.2.2 Visión..	62
4.2.3 Valores Corporativos.....	63
4.2.4 Organigrama.	63
4.2.5 Asignación salarial	64
5. ESTUDIO FINANCIERO	66
5.1 INVERSION FIJA Y DIFERIDA.....	66
5.1.1 Inversión Fija.....	66
5.1.2 Inversión diferida.....	69
5.2 COSTOS Y GASTOS.....	70
5.2.1 Costos de comercialización.	70

5.3 CAPITAL DE TRABAJO.....	75
5.3.1 Periodo de capital de trabajo	75
5.3.2 Estructura del crédito.	75
5.3.3 Cuadro resumen del capital de trabajo.	76
5.4 INVERSIÓN TOTAL.....	77
5.5 ESTRUCTURA DE CAPITAL.....	77
5.5.1 Recursos propios	78
5.5.2 Recursos de financiación	78
5.6 PRECIO DE VENTA	78
5.7 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	79
5.7.1 Estado de Resultados proyectado.	79
5.7.2 Flujo de Fondos proyectado.....	80
5.7.3 Estado de Situación Financiera inicial y proyectado	82
5.8 EVALUACIÓN FINANCIERA	84
5.8.1 Razones financieras.....	84
5.8.2 Indicadores de viabilidad.....	87
5.9 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	90
6. CONCLUSIONES	91
7. RECOMENDACIONES.....	93
BIBLIOGRAFÍA	94
ANEXOS	96

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Características del Dispensador.....	25
Cuadro 2. Prueba piloto	29
Cuadro 3. Hogares con perros y/o gatos.	30
Cuadro 4. Número de perros y/o gatos que tienen en el hogar.	31
Cuadro 5. Tipo de alimento que consume el perro o gato.	32
Cuadro 6. Sitio de compra de alimento	33
Cuadro 7. Lugar de compra de productos para su perro y/o gato.....	34
Cuadro 8. Inversión mensual de productos para su perro y/o gato.....	35
Cuadro 9. Lugar donde comen los perros y gatos	36
Cuadro 10. Hogares que conocen los dispensadores.	37
Cuadro 11. Tipos de dispensador de alimento.....	38
Cuadro 12. Razón para comprar dispensadores.	39
Cuadro 13. Disponibilidad para comprar dispensadores.	40
Cuadro 14. Monto por el cual estaría dispuesto a pagar por un dispensador	41
Cuadro 15. Medios para conocer el producto.	42
Cuadro 16. Proyección de la demanda actual	44
Cuadro 17. Proyección de la demanda efectiva.....	45
Cuadro 18. Análisis de oferta.....	46
Cuadro 19. Presupuesto de lanzamiento	48
Cuadro 20. presupuesto de operaciones	49
Cuadro 21. Ficha técnica	50
Cuadro 22. Talento humano	54
Cuadro 23. equipo de oficina	54
Cuadro 24. Equipo de computación y comunicación	55
Cuadro 25. Maquinaria y equipos	55
Cuadro 26. Muebles y enseres	55
Cuadro 27. Materiales, repuestos y accesorios	56

Cuadro 28. Materiales e insumos	56
Cuadro 29. Micro localización - Método Cualitativo por puntos	58
Cuadro 30. Capacidad diseñada.....	60
Cuadro 31. Capacidad instalada.....	60
Cuadro 32. Capacidad utilizada y proyectada.....	61
Cuadro 33. Asignación salarial	64
Cuadro 34. Carga Prestacional.....	64
Cuadro 35. Equipos de oficina	66
Cuadro 36. Equipo de computación y comunicación	66
Cuadro 37. Maquinaria y equipo	67
Cuadro 38. Muebles y enseres operativos o de producción	67
Cuadro 39. Herramientas.....	68
Cuadro 40. Inversión fija	68
Cuadro 41. Inversión diferida	69
Cuadro 42. Insumos y/o materias primas.....	70
Cuadro 43. Materiales indirectos	70
Cuadro 44. Prorrateso entre costos y gastos.....	71
Cuadro 45. Costo Fijos	71
Cuadro 46. Costos Variables	72
Cuadro 47. Costos totales.....	72
Cuadro 48. Nomina administrativa.....	72
Cuadro 49. Gastos fijos de administración y ventas	73
Cuadro 50. Gastos variables de administración y ventas	74
Cuadro 51. Gastos totales	74
Cuadro 52. Amortización del crédito	75
Cuadro 53. Resumen capital de trabajo.....	76
Cuadro 54. Inversión total	77
Cuadro 55. Estructura de capital.....	77
Cuadro 56. Precio de venta	78
Cuadro 57. Estado de resultado	79

Cuadro 58. Flujo de fondos proyectado	80
Cuadro 59. Estado de Situación Financiera inicial y proyectado	82
Cuadro 60. Razón de liquidez.....	84
Cuadro 61. Razón de operaciones	85
Cuadro 62. Razón de endeudamiento.	86
Cuadro 63. Razón de rentabilidad.	87
Cuadro 64. Indicadores de viabilidad.....	87
Cuadro 65. Periodo de recuperación	88
Cuadro 66. Punto de equilibrio.....	89
Cuadro 67. Costos	89
Cuadro 68. Punto de equilibrio.....	89

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Contexto Geográfico San Martin Cesar	22
Figura 2. Contexto Geográfico Barranquilla Atlántico	23
Figura 3. Dispensador Dosificador 2 en 1	25
Figura 4. Hogares con perros y/o gatos.....	30
Figura 5. Número de perros y/o gatos que tienen en el hogar.....	31
Figura 6. Tipo de alimento que consume el perro o gato.....	32
Figura 7. Sitio de compra de alimento	33
Figura 8. Lugar de compra de productos para su perro y/o gato.....	34
Figura 9. Inversión mensual de productos para su perro y/o gato	35
Figura 10. Lugar donde Comen los Perros y gatos.....	36
Figura 11. Hogares que conocen los dispensadores.....	37
Figura 12. Tipo de dispensadores para alimento	38
Figura 13. Razón para comprar dispensadores.....	39
Figura 14. Disponibilidad para comprar dispensadores.....	40
Figura 15. Monto por el cual estaría dispuesto a pagar por un dispensador.....	41
Figura 16. Medio para Conocer el Producto.....	42
Figura 17. Diagrama de actividades clave	52
Figura 18. Distribución de planta.....	57
Figura 19. Organigrama	64
Figura 20. punto de equilibrio.....	90

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Encuesta dirigida a las personas que cuentan con animales domésticos	
.....	96

GLOSARIO

COMERCIO ELECTRÓNICO: Sistema de compra y venta de productos o servicios que se realiza exclusivamente a través de internet. Se refiere a las transacciones entre compradores y vendedores mediante una plataforma online que gestiona los cobros y los pagos de manera completamente electrónica.

DEMANDA: Puede ser definida como la cantidad de bienes y servicios que son adquiridos por consumidores a diferentes precios, a de una unidad de tiempo específica (un día, un mes, un año, etc.) Ya que sin un parámetro temporal no podemos decir si de una cantidad de demanda crece o decrece.

ESTUDIOS DE MERCADO: Es una revisión hecha por las empresas de un nicho de mercado, para determinar qué tan viable es y qué tan conveniente, por ende, sería invertir su dinero en desarrollarlo.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD: Es el que hace una empresa para determinar la posibilidad de poder desarrollar un negocio o un proyecto que espera implementar. No obstante, este tipo de estudio le permite a la empresa conocer si el negocio o proyecto que espera emprender le pueda resultar favorable o desfavorable.

MERCADO: Está formado por todos los consumidores o compradores potenciales de un producto. El tamaño de este, desde una perspectiva, guarda una estrecha relación con el número de compradores que existirían para una oferta

PRODUCTO: Es una opción elegible, viable y repetible que la oferta pone a disposición de la demanda, para satisfacer una necesidad o atender un deseo a través de su uso o consumo.

RESUMEN

Título: “FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA FÍSICA DE DISPENSADORES DE ALIMENTO PARA MASCOTAS, PRINCIPALMENTE PERROS Y GATOS, UBICADA EN EL MUNICIPIO DE SAN MARTIN, CESAR.” *

Autores: –Herazo Natalia, Guzmán Yeisy. **

Palabras claves: Comercio electrónico, producto, mascotas, mercado, dispensadores.

Descripción:

El presente plan de trabajo consiste en la comercialización de dispensadores programables y no programables de comida para perros y gatos; cuyo nombre comercial se ha denominado Paraíso Animal. Este negocio tendrá como objetivo público los amantes de las mascotas en especial perros y gatos pertenecientes a distintos niveles socio económicos, además se busca la viabilidad económica del presente proyecto, esto se debe a que se necesita de un equilibrio entre los ingresos y gastos generados, asimismo se conocen los costos, ingresos, beneficios y la rentabilidad de la empresa.

Los animales de compañía en especial perros y gatos son actualmente un miembro más de la familia, razón por la cual las personas se preocupan de que estos tengan también las comodidades necesarias para su vida; ya sea para dormir, para su entretenimiento o en el caso del producto que va a ser producto de estudio para su alimentación. Este producto tiene como beneficio que, si te encuentras ausente de casa durante todo el día, no hay problema, tu mascota siempre tendrá su comida a tiempo y con las cantidades adecuadas.

Al ser una organización nueva se empezará distribuyendo el producto en línea, en donde se logrará un alcance más grande y se tendrá la posibilidad de posicionar el producto en la mente del nombrado petlover, con relación a la venta del producto solo se tendrá presencia en una tienda física, online y redes sociales, en donde se ofrecerá información y orientación sobre la alimentación de su mascota. Referente al canal de repartición, se tendrá contrato con los servicios tercerizado a lo largo del primer año, mediante los diferentes aplicativos que hay en el mercado.

Para el futuro montaje y puesta en marcha de la comercializadora, se requiere de una inversión total de \$ 347.099.238 los indicadores de viabilidad determinan que la TIR es de 31.72%, el VPN es de \$122.455.463 y el punto de equilibrio se necesitan vender 7.281 dispensadores al año, lo cual está en un rango aceptable de venta. Finalmente, se presentan las conclusiones que demuestran la factibilidad del proyecto y las recomendaciones.

* Trabajo de Grado

** Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia, Gestión Empresarial. Director: Prof. Querubín Sánchez Martínez.

ABSTRACT

Title: “FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA FÍSICA DE DISPENSADORES DE ALIMENTO PARA MASCOTAS, PRINCIPALMENTE PERROS Y GATOS, UBICADA EN EL MUNICIPIO DE SAN MARTIN, CESAR” *

Authors: – Herazo Natalia, Jaimes Yeisy **

Keywords: E-commerce, product, pets, market, dispensers.

Description:

This work plan consists of the commercialization of programmable and non-programmable food dispensers for dogs and cats; whose trade name has been called Animal Paradise. This business will have as its public objective pet lovers, especially dogs and cats belonging to different socio-economic levels, in addition, the economic viability of this project is sought, this is because a balance is needed between the income and expenses generated, Likewise, the costs, income, benefits and profitability of the company are known.

Companion animals, especially dogs and cats, are currently one more member of the family, which is why people worry that they also have the necessary comforts for their lives; either to sleep, for your entertainment or in the case of the product that is going to be a study product for your food. This product has the benefit that if you are away from home all day, there is no problem; your pet will always have its food on time and in the right amounts.

Being a new organization, it will start distributing the product online, where it will achieve a greater reach and will have the possibility of positioning the product in the mind of the named petlover, in relation to the sale of the product, it will only have a presence in one physical store, online and social networks, where information and guidance on feeding your pet will be offered. Regarding the distribution channel, there will be a contract with outsourced services throughout the first year, through the different applications on the market.

For the future assembly and start-up of the marketer, a total investment of \$347,099,238 is required. The feasibility indicators determine that the IRR is 31.72%, the NPV is \$122,455,463 and the balance point is needed sell 7,281 dispensers per year, which is within an acceptable sales range. Finally, the conclusions that demonstrate the feasibility of the project and the recommendations are presented.

* Grade Work

** Institute of Regional Projection and Education Distantly, Business Management. Director: Prof. Querubín Sánchez Martínez.

INTRODUCCION

La presente idea de proyecto se enfoca en crear una empresa dedicada a la comercialización de comederos automatizados de alimento para mascotas, demostrando la factibilidad de este tipo de proyecto que se ubica en el sector terciario de la economía colombiana.

La elección del producto a comercializar se basa principalmente en un alimentador automático para mascotas, de gatos o perros de razas pequeñas y medianas. Este producto se puede configurar el tiempo de alimentación de 24 horas o más definido por el usuario, contando con un diseño innovador, estos productos están diseñados con protección para las patitas de las mascotas, es decir, la bandeja de comida dejara de girar para proteger a las mascotas al momento que se encuentren cerca y manipulando la máquina.

La idea de este proyecto empresarial se realiza debido al interés que nace de brindar solución a la problemática de la mala alimentación que sufren las mascotas al momento en que sus dueños se ausentan de casa durante horas o días, y se ha notado la gran preocupación por parte de los dueños al momento de salir de sus hogares, es una gran oportunidad de brindar una opción favorable para estos compañeros de vida y un alivio para sus cuidadores.

Finalmente, se presentan las conclusiones, que demuestran la factibilidad del proyecto; y las recomendaciones.

1. ANÁLISIS GENERAL DEL SECTOR.

1.1 DESCRIPCIÓN DEL SECTOR

De acuerdo con datos de Euromonitor International¹, la industria para mascotas en Latinoamérica ha tenido un crecimiento sostenido durante los últimos años y se proyecta que siga creciendo hasta el 2021, EE. UU., continúa liderando el sector en el continente, seguido de Brasil, México, Chile y en el cuarto lugar Colombia con un crecimiento anual promedio del 13%, en donde las categorías que lo han impulsado son: alimento para perros y gatos y cuidado para mascota.

Las razones del crecimiento de las diferentes categorías en Colombia han sido: el cambio en la percepción de las mascotas, los cuales dejaron de ser animales y se convirtieron gradualmente en un miembro más de la familia, acompañado de un fenómeno social denominado el “síndrome del nido vacío”, el cual está relacionado a las parejas jóvenes que no tienen hijos y llenan la necesidad de dar afecto y protección con una mascota.

Colombia cuenta con una feria llamada Expopet Colombia 2016, que se llevó a cabo del 20 al 23 de octubre que constituye una plataforma especializada de actualización para los profesionales del sector de los animales de compañía, donde se presentaron diversos productos y servicios para la industria.

Según Andrés Vargas, jefe de proyecto de ExpoPet Colombia 2016, una persona puede estar gastando en promedio al mes USD100 en la comida, USD34 en el médico, USD100 en peluquería – spa y en otros productos USD50.

¹ LEGISCOMEX. El sector de productos para mascotas creció en Colombia. [En línea] Disponible en <https://www.legiscomex.com/Documentos/sector-productos-mascotas-crecio-colombia-oct-26-16-15not>

1.2 EVOLUCIÓN DEL SECTOR.

El sector de productos para mascotas creció en Colombia, se pueden encontrar diferentes tipos de clientes: desde la persona que tiene alguna mascota y trata de suplir sus necesidades básicas hasta aquellas que la tratan como a un hijo. Entre más se acerque a un perfil de altos ingresos, la persona gasta más dinero mensual por la manutención de la mascota.

El diario portafolio citando un informe de Statista y Merca 2.0, informó que se prevé que en el presente año las ventas de comida para perros y gatos superarán las de alimentos para bebés en el mundo. Un hecho diciente sobre el lugar de las mascotas en los hogares y las tendencias poblacionales en el mundo.

Según el diario El Colombiano; en 2018 el gasto anual promedio en Colombia de alimentos para mascotas es de \$166.551 y el consumo se ubica en 34 kilos. Estos datos muestran la importancia que están alcanzando las mascotas en el gasto mensual de las familias.

Para Fenalco, el mercado de las mascotas se ha multiplicado por cinco en los últimos años, pasando de US\$60 millones en el 2000 a US\$300 millones en el 2018².

1.3 TENDENCIAS DEL SECTOR

El mercado de las mascotas se ha diversificado principalmente en segmentos relacionados con alimentos, servicios y accesorios. El análisis de las proyecciones

² ODEB. La economía alrededor de las mascotas en Bogotá. [En línea] Disponible en: <https://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/comercio-al-por-menor-industria-servicios/la-economia-alrededor-de-las-mascotas-en-bogota>

de crecimiento indica que el sector cuenta con un amplio campo para su desarrollo y puede ser fuente de oportunidades para las empresas nacionales.

Según Euromonitor, pese a que otras categorías como los alimentos saludables y nutritivos, los servicios dedicados a la salud y el bienestar de la mascota y los productos complementarios como ropa y accesorios están presentando crecimiento y ventas significativas a nivel mundial; estas tendencias se están imponiendo a un ritmo más lento en Colombia.

El segmento de alimentos es el de mayor relevancia en el gasto destinado por los hogares para el cuidado de sus animales de compañía. Poco a poco se ha remplazado el hábito de alimentarlos con las sobras. La especialización de los productos alimenticios ha llevado a que en la actualidad encontremos productos diferenciados para razas, edades y tamaños.

1.4 OPORTUNIDADES Y/O AMENAZAS

Se lograron detectar para el momento en que se encuentre en funcionamiento la organización las siguientes oportunidades:

- Incursión en el mundo tecnológico
- Producto y servicio innovador en el mercado existente.
- Mejor captación y preferencia de los clientes.
- Competencia en el mercado como un competidor no tan débil.

Son estas las oportunidades que beneficiaran a la empresa para su sostenibilidad, ya que al ser nueva en un mercado que ya existe, se destacará por su enfoque en cuanto a los productos que ofrece y exclusividad para sus clientes.

Las oportunidades anteriormente mencionadas son las que beneficiarán a la empresa para su rentabilidad, obteniendo una mayor demanda e ingreso, al igual que a los consumidores finales, ya que se verán reflejados en la calidad del producto y servicio con precios asequibles y razonables para la venta.

Las amenazas detectadas para este proyecto fueron:

- Nuevos competidores en el mercado.
- Productos sustitutos que afecten las ventas.
- Que pase de moda la venta de los dispensadores.
- Estancamiento en el mercado.

1.5 MODIFICACIONES DEMOGRÁFICAS (DESCENSO DE HABITANTES)

MARCO LEGAL

Para el desarrollo del presente proyecto se debe tener en cuenta normas y leyes para la correcta puesta en marcha de la empresa, como lo son:

Ley 232 de 1995. Cámara de comercio y el establecimiento de la obligatoriedad de contar con matrícula mercantil para ejercer el comercio en el país.

Código de Comercio. Reglamentación de la actividad comercial en Colombia; artículos 98 al 444 que dictan las condiciones exigibles a cada tipo de sociedad.

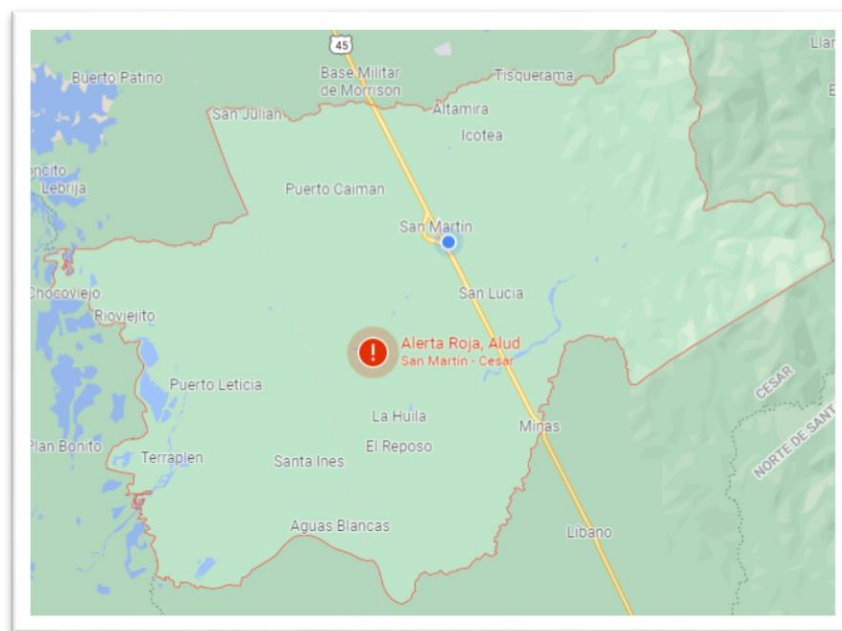
Decreto 410 de 1971. Reglamenta la actividad mercantil, y establece que la capacidad de la sociedad está limitada de acuerdo con el desarrollo de la empresa y/o actividad prevista en su objeto. La constitución de una sociedad comercial requiere de una escritura pública en la que se exprese objeto social, representación de la sociedad y administración de sus bienes y negocio.

Ley 84 de 1989. Por la cual se adopta el Estatuto Nacional de Protección de los Animales y se crean unas contravenciones y se regula lo referente a su procedimiento y competencia.

1.6 CONTEXTO GEOGRÁFICO

San Martín es un municipio de Colombia, situado en el sur del Cesar. Limita al oeste con el departamento de Santander, al este con el de Norte de Santander, al norte con los municipios de Río de Oro y Aguachica y al sur con San Alberto.

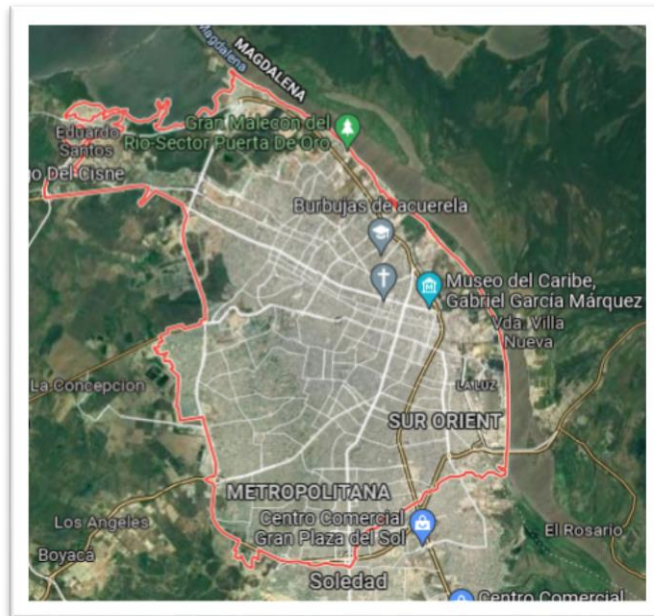
Figura 1. Contexto Geográfico San Martín Cesar



Fuente: Google Maps.

El municipio cuenta con una población de 20.452 habitantes, del cual está conformado por 6.386 hogares, la economía se basa en el petróleo, agricultura, ganadería y palma, el municipio realiza actividades comerciales con los municipios de San Alberto y Aguachica, por razones de cercanía.

Figura 2. Contexto Geográfico Barranquilla Atlántico



Fuente: Google Maps.

Barranquilla se encuentra localizada en el nororiente del departamento del atlántico, limita al oriente con el departamento de la magdalena, al norte con el municipio de puerto Colombia, y con el mar caribe, al occidente con los municipios de puerto Colombia, Galapa y Tubará y al sur con el municipio de soledad, también es conocida como la Puerta de Oro de Colombia por haber sido el punto de entrada al país de adelantos como la aviación y el teléfono, de miles de extranjeros y de deportes como el fútbol y el béisbol. Así mismo, se le conoce como La Arenosa, la Capital de Vida y Curramba, la bella.³

Gracias a su geografía privilegiada, Barranquilla, capital del departamento del Atlántico, cuenta con uno de los puertos de mayor importancia para el país. Por

³ CUL. Conoce a Barranquilla. [En línea] Disponible en: <https://ul.edu.co/uleduco/internacionalizacion/conoce-a-barranquilla.html#:~:text=Ubicaci%C3%B3n%20geogr%C3%A1fica&text=Barranquilla%20est%C3%A1%20ubicada%20sobre%20la,mar%C3%ADtimo%2C%20fluvial%20y%20de%20comunicaciones.>

ello, la ciudad también es conocida como la ‘Puerta de Oro’ de Colombia. Esto le ha permitido posicionarse como una ciudad con un alto potencial para el desarrollo económico e industrial. ⁴

La ciudad cuenta con una población de 1'102.103 de habitantes, de cual está conformada por 304.411 hogares, es conocida por su enorme Carnaval, que reúne a artistas con extravagantes disfraces, carros elaborados y música cumbia. En el elegante vecindario El Prado, el Museo Romántico exhibe artefactos de festivales y exhibiciones anteriores de famosos colombianos, como el escritor Gabriel García Márquez.

⁴ COLOMBIA.CO. Barranquilla. [En línea] Disponible en:
<https://colombia.travel/es/barranquilla>

2 ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

2.1.1 Descripción, Usos y especificaciones del producto/servicio. Los productos que se quieren comercializar son dispensadores para la comida de animales domésticos como lo son perros y gatos, estos productos son utilizados especialmente cuando la mascota debe quedarse mucho tiempo sola en casa o cuando por alguna razón los dueños salen de viaje, es ideal usar el dosificador para su alimentación, cabe resaltar que los productos a comercializar son de diferentes precios, marcas y estilos, a continuación, se relacionan algunos de ellos:

Figura 3. Dispensador Dosificador



Fuente: Petwan.com

Sobre la base de F3-LCD, se agrega un panel de operación visual, que es conveniente y rápido para que los usuarios configuren, adopta un diseño hermético, hogar inteligente, especialmente diseñado para perros y gatos.

Cubo de comida de 2,8 l, adecuado para alimentos secos para mascotas de 5 a 15 mm de diámetro, suficiente para que la mayoría de las mascotas coman durante

una semana, con indicación de voz fija de 10 segundos, bandeja de comida plegable, extraíble para facilitar la limpieza.

La toma USB se puede conectar a un tesoro de carga externo, y la duración de la batería puede continuar cuando se corta la energía.

Cuadro 1. Características del Dispensador

Marca	Petwan
Modelo	LED F3
Capacidad de volumen	2,8 l
Capacidad de peso	1,8 kg.
Material	ABS
Largo x ancho x altura	22*34*28 cm (la bandeja de comida sobresale)

Fuente: Elaboración propia.

2.1.2 Atributos Diferenciadores. Los dispensadores por comercializar algunos son muy comunes a los que se comercializan en los municipios que son los de bajo precio, los que si presentan atributos diferenciadores son lo que se pueden programar, dosificar, trabajan por medio de Wifi o se pueden grabar estos son algunos atributos diferenciadores a los que normalmente se comercializan y si son un poco más costosos.

2.2 SEGMENTO DE MERCADO

2.2.1 Mercado Potencial. El mercado potencial al que va dirigido el producto es a los hogares del municipio de san Martin, cesar que tengan mascotas como perros y gatos que deseen adquirir este producto cuenta con 6.386 hogares samartinenses según estableció el DANE, los cuales podrían ser los posibles demandantes que tengan la necesidad de adquirirlo u ofrecerlos con fines comerciales.

2.2.2. Mercado Objetivo. Este producto está planteado para darse a conocer en el municipio de San Martín, Cesar cuenta con 6.386 hogares y en la ciudad de Barranquilla Atlántico; cuenta con 304.411 hogares según lo establecido por el DANE de los cuales podrían ser los posibles demandantes que tengan la necesidad de adquirirlo u ofrecerlos con fines comerciales.⁵

2.3 ESTUDIO DE LA DEMANDA

2.3.1 Necesidad de información. De acuerdo con las variables del mercado y con la validación de la propuesta de valor se emplea una encuesta que está conformada de 13 preguntas dirigida a los hogares cuyo producto está dirigido, con el fin de conocer y obtener datos y conocimiento sobre cuáles son las necesidades que más podrían tener nuestros clientes, para de esta manera tener un poco más ilustrado el desarrollo del producto y así diseñarlo para suplir sus necesidades.

2.3.2 Tipo de Estudio. Será de tipo descriptivo y será información suministrada por los hogares que cuentan con animales domésticos como los son perros y gatos, buscando precisar el perfil de los productos requeridos, las cantidades a necesitar y los lugares donde comúnmente los requieren, esta información es muy importante porque permite dar una adecuada dimensión a las próximas etapas de la investigación.

2.3.3 Enfoque. El enfoque que se va a utilizar es mixto, ya que la encuestas y análisis de documentos son los métodos que nos permitirán obtener información objeto de la investigación, para realizar un estudio basado en la realidad y así conocer la verdadera situación actual de la empresa a crear.

⁵ DANE. Censo, información técnica. [En línea] Disponible en: <https://www.dane.gov.co/files/censo2018/informacion-tecnica/CNPV-2018-VIHOPE-v2.xls>

2.3.4 Fuentes de información. Se basará en una fuente primaria, porque para obtener la información deseada será aplicada una encuesta a la población de interés y se tendrá de manera exclusiva toda la información necesaria para el desarrollo del proyecto.

Además, se consultarán fuentes secundarias, tales como textos, normas, documentos de instituciones privadas y registros del DANE y cámara de comercio de San Martín Cesar, sus alrededores y Barranquilla, Atlántico, para determinar la muestra de la población de las personas que cuentan con animales domésticos.

2.3.5. Técnica de investigación. La técnica que se empleará será la encuesta, ya que se quiere pedir información concreta y conocer mejor al público objetivo, con los resultados se hará una tabulación con métodos estadísticos, para luego realizar los análisis y tomar decisiones que permita mejorar el servicio de comercialización.

2.3.6 Instrumento para la recolección de información. La herramienta para la recolección de información es el cuestionario estructurado, la cual estará conformada por 13 preguntas relacionadas con el tema de interés para la investigación; las cuales ayudarán a realizar un análisis y determinar las soluciones necesarias para la determinación de la empresa.

2.3.7 Modo de aplicación. La encuesta es realizada por internet, el enlace será difundido con las personas cercanas y que cuenten con animales domésticos en el municipio de San Martín Cesar y Barranquilla, Atlántico.

2.3.8. Cálculo de la Muestra. El producto va destinado a los hogares del municipio de San Martín, Cesar y Barranquilla Atlántico, los cuales son los hogares que comprarían los dispensadores.

$$n = \frac{z^2 * N * p * q}{(N - 1)e^2 + Z^2 * p * q}$$

Donde:

- n=muestra
- N= población
- P=probabilidad de ocurrencia
- Q=probabilidad de fracaso
- E= error máximo permitido
- Z= Nivel de confianza

$$P=0,5 \quad q= 0,5 \quad e= 8\% \quad z=0,95 =1,96$$

- San Martin= 6.386
- Barranquilla= 304.411
- N= 310.797

$$n = \frac{(1,96)^2 * 310.797 * 0,5 * 0,5}{(310.797 - 1)(0,08)^2 + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5} = \frac{298489}{199005} = 149.99 = 150$$

Cuadro 2. Prueba piloto

Municipios	Hogares	Participación	Distribución de las encuestas
San Martin	6.386	2%	3
Barranquilla	304.411	98%	147
Totales	310.797	100%	150

Fuente: Elaboración propia

2.3.9 Alcance. Será designada a la Zona urbana del municipio de San Martin, Cesar y la ciudad de Barranquilla, Atlántico.

2.3.10 Tiempo de aplicación. Se tiene predestinado llevar a cabo la aplicación de la encuesta en un tiempo de dos semanas, es decir del 14 al 25 de marzo de 2022.

2.3.11 Tabulación, presentación y análisis de resultados de la prueba piloto.

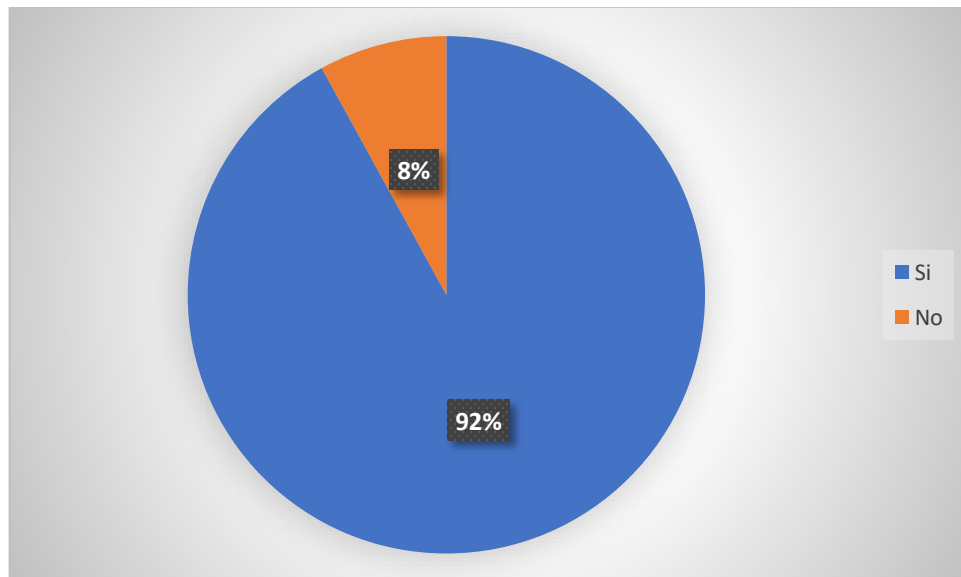
Pregunta 1. ¿Tiene usted perros y/o gatos en su hogar?

Cuadro 3. Hogares con perros y/o gatos.

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Si	138	92.00%
No	12	8.00%
TOTAL	150	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 4. Hogares con perros y/o gatos.



Fuente: Elaboración propia.

El 92% de los hogares del municipio de San Martín y Barranquilla que tienen animales domésticos como perros y gatos; solo una pequeña parte del 8% no tienen animales, pero esto no quiere decir que más adelante no los incluyan en sus hogares, el valor 92% se convierte en una variable de gran importancia para estimar la demanda actual de hogares con perros y gatos del municipio.

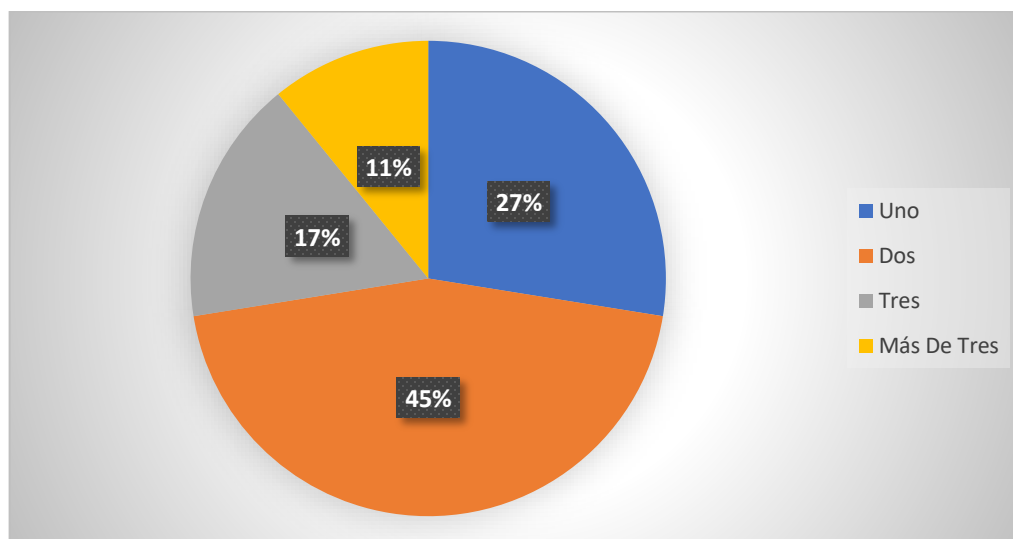
Pregunta 2. ¿Cuántos perros y gatos tienen en su hogar?

Cuadro 4. Número de perros y/o gatos que tienen en el hogar.

RESPUESTA	FRECUENCIA	%	CANTIDAD	PONDERACIÓN
Uno	38	27.54%	1	0.28
Dos	62	44.93%	2	0.90
Tres	23	16.67%	3	0.50
Más De Tres	15	10.87%	4	0.43
TOTAL	138	100%		2.11

Fuente: Elaboración propia.

Figura 5. Número de perros y/o gatos que tienen en el hogar.



Fuente: Elaboración propia.

El 45% de los hogares samartinenses y barranquilleros tienen por lo menos dos mascotas en su hogar, el 27% tiene al menos una mascota y con un 28% aquellos hogares que tienen tres o más de tres mascotas, lo cual se convierte en una variable de gran importancia para estimar la demanda actual de mascotas en San Martín y Barranquilla, el promedio ponderado de mascotas en los hogares es 2,11.

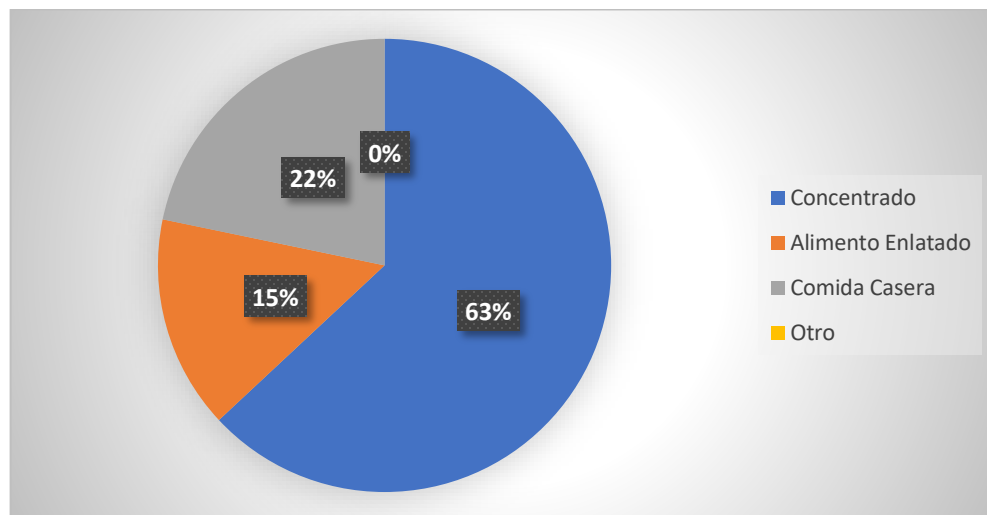
Pregunta 3. ¿Qué tipo de alimento consume su perro o gato?

Cuadro 5. Tipo de alimento que consume el perro o gato.

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Concentrado	87	63.04%
Alimento Enlatado	21	15.22%
Comida Casera	30	21.74%
Otro	0	0.00%
TOTAL	138	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 6. Tipo de alimento que consume el perro o gato.



Fuente: Elaboración propia.

La encuesta revela que el 63% de los hogares del municipio de San Martín y Barranquilla les dan concentrado a las mascotas y es un dato que es muy alentador, ya que los utensilios de la comida se pueden reemplazar por el dispensador, el otro 37% no le dan concentrado, pero esto no implica que no puedan comprar los dispensadores.

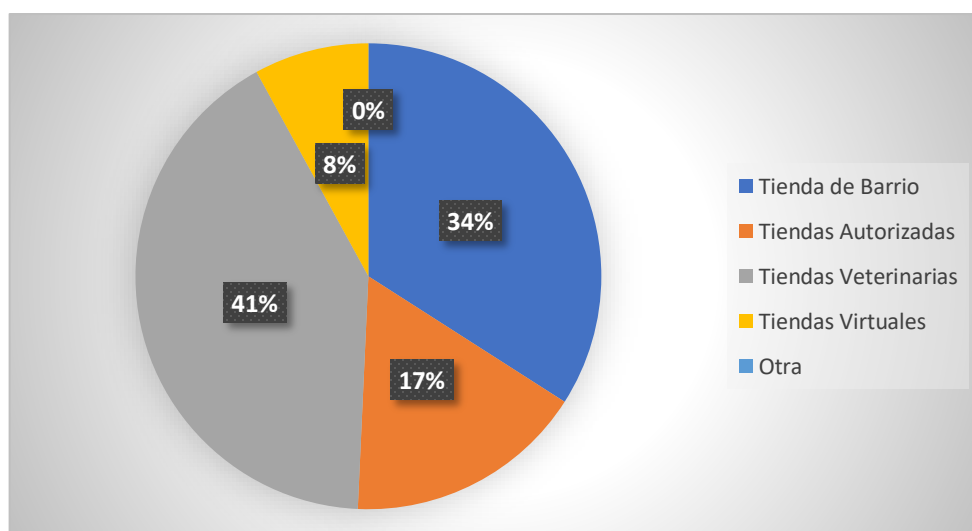
Pregunta 4: ¿Dónde compra el alimento para su perro o gato?

Cuadro 6. Sitio de compra de alimento

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Tienda de Barrio	47	34.06%
Tiendas Autorizadas	23	16.67%
Tiendas Veterinarias	57	41.30%
Tiendas Virtuales	11	7.97%
Otra	0	0.00%
TOTAL	138	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 7. Sitio de compra de alimento



Fuente: Elaboración propia.

El 41% de los hogares Samartinenses y barranquilleros que tienen mascotas compran el alimento en tiendas veterinarias, otro porcentaje representativo es el 34% y lo compran en tiendas de barrio, una pequeña parte del 17% compra en tiendas autorizadas, lo cual da una opción de productos complementarios para la comercialización de dispensadores.

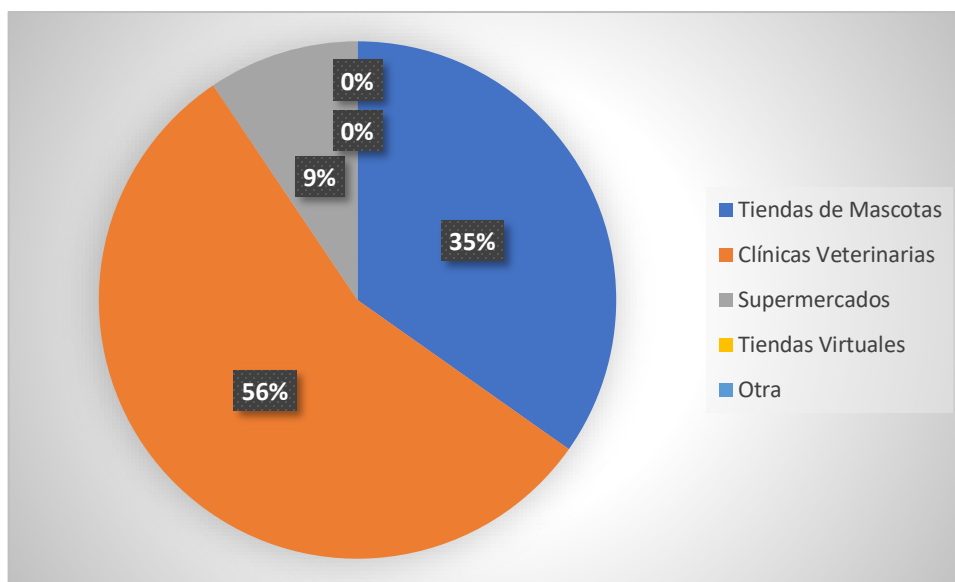
Pregunta 5: ¿Por lo general donde compra productos para sus perros o gatos?

Cuadro 7. Lugar de compra de productos para su perro y/o gato.

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Tiendas de Mascotas	48	34.78%
Clínicas Veterinarias	77	55.80%
Supermercados	13	9.42%
Tiendas Virtuales	0	0.00%
Otra	0	0.00%
TOTAL	138	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 8. Lugar de compra de productos para su perro y/o gato.



Fuente: Elaboración propia.

Los datos obtenidos mediante la encuesta muestran que el 56% de los hogares del municipio de San Martín, Cesar y Barranquilla que tienen mascotas compran en clínicas veterinarias, otra parte representativa es el 35% que corresponde a tiendas

de mascotas, lo cual arroja otra opción de productos que se pueden comercializar en la tienda de Paraíso Animal para ampliar su portafolio de servicios.

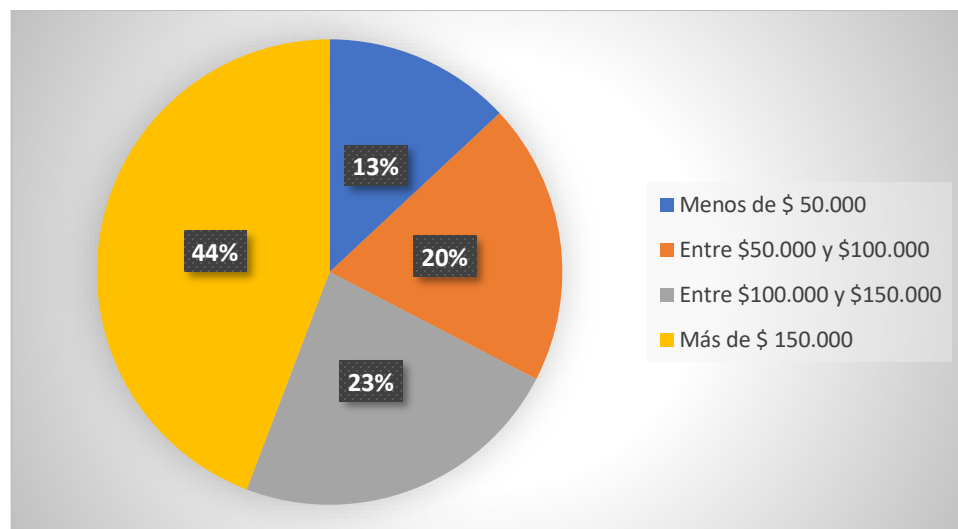
Pregunta 6: ¿Cuánto invierte mensualmente en productos para sus perros o gatos?

Cuadro 8. Inversión mensual de productos para su perro y/o gato.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	MEDIA DE CLASE	PONDERACIÓN
Menos de \$ 50.000	18	13.04%	\$ 25,000.00	\$ 3,260.87
Entre \$50.000 y \$100.000	27	19.57%	\$ 75,000.00	\$ 14,673.91
Entre \$100.000 y \$150.000	32	23.19%	\$ 125,000.00	\$ 28,985.51
Más de \$ 150.000	61	44.20%	\$ 175,000.00	\$ 77,355.07
TOTAL	138	100%		\$ 124,275.36

Fuente: Elaboración propia.

Figura 9. Inversión mensual de productos para su perro y/o gato



Fuente: Elaboración propia.

Los datos obtenidos de la encuesta muestran que el 44% invierte más de 150.000, mientras que el 13% gasta menos de 50.000, el 23% entre 100.000 y 150.000 y el 20% entre 50.000 y 100.000; de lo cual se halla un promedio de \$124.275 pesos que es lo que invierte los hogares encuestados en productos para perros y gatos mensualmente.

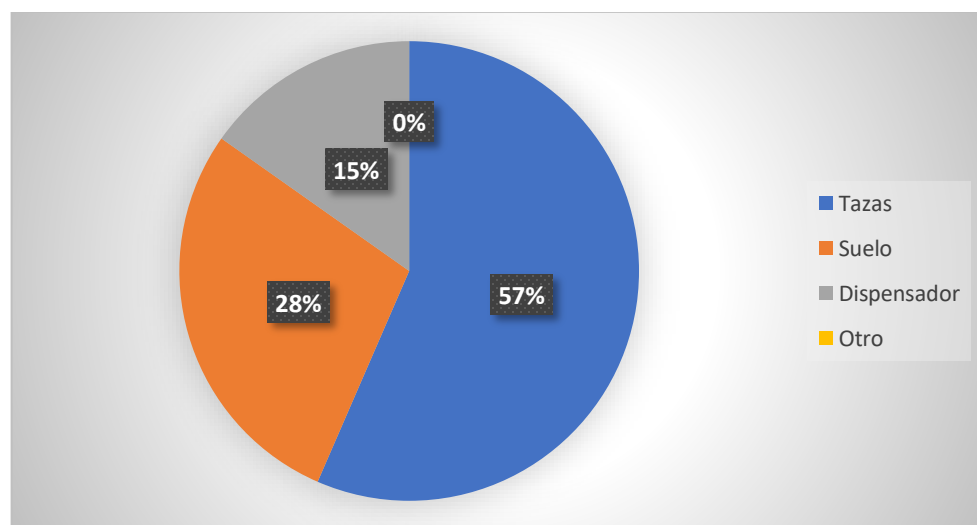
Pregunta 7: ¿Dónde sirve el alimento a su perro o gato?

Cuadro 9. Lugar donde comen los perros y gatos

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Tazas	78	56.52%
Suelo	39	28.26%
Dispensador	21	15.22%
Otro	0	0.00%
TOTAL	138	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 10. Lugar donde Comen los Perros y gatos.



Fuente: Elaboración propia.

El 85% de los hogares samartinenses y barranquilleros utilizan entre tazas y suelo para darle el alimento a las mascotas, lo cual el dispensador es una buena opción para el alimento, con esta pregunta se puede observar la viabilidad de la empresa, pues esta pregunta permite identificar si los futuros clientes aceptan la idea emprendedora que se quiere poner en marcha en el municipio de San Martín y Barranquilla.

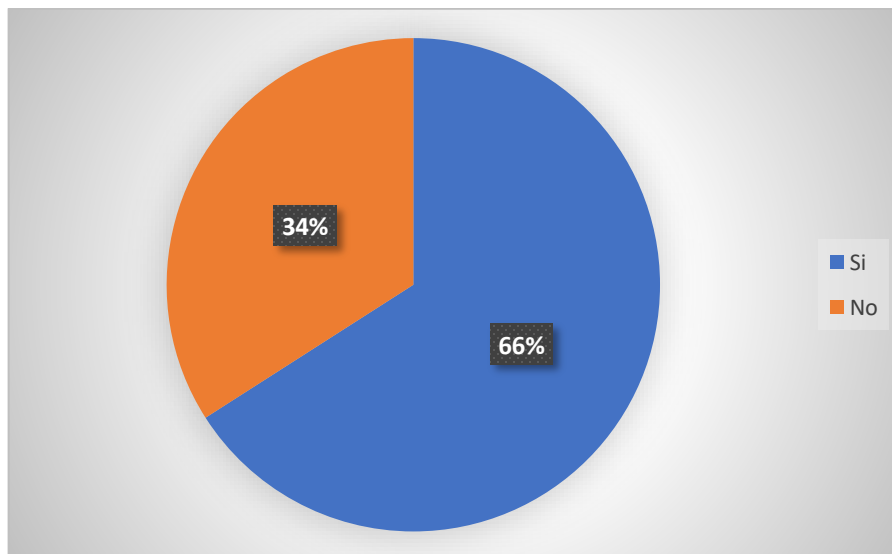
Pregunta 8 ¿Conoce usted los dispensadores de alimento para mascota?

Cuadro 10. Hogares que conocen los dispensadores.

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Si	91	65.94%
No	47	34.06%
TOTAL	138	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 11. Hogares que conocen los dispensadores.



Fuente: Elaboración propia.

En los hogares de la zona urbana del municipio de San Martín y Barranquilla el 66% de los hogares que tienen mascotas conocen los dispensadores y el otro 34% de los encuestados no lo conocen, lo cual es una buena opción para dar a conocer mucho más el producto que se quiere comercializar y así hacer una mejor captación del mercado objetivo una vez se conozca el producto.

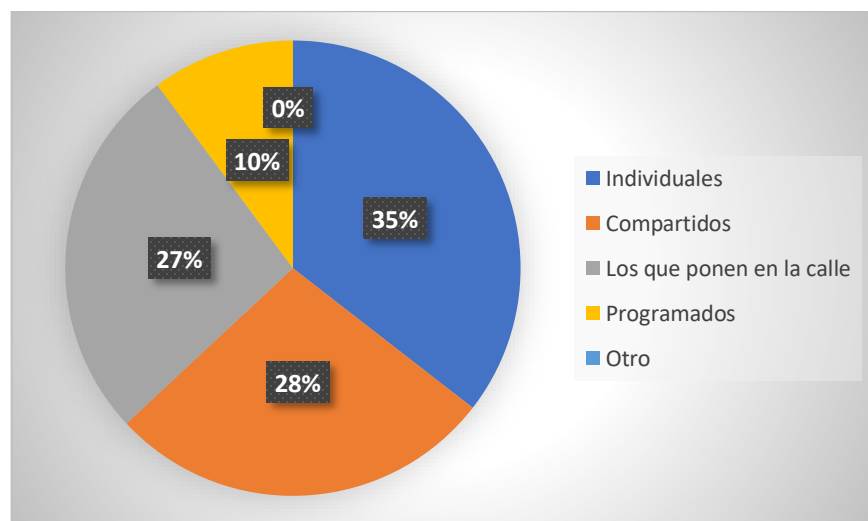
Pregunta 9: Indíquenos qué tipo de dispensadores conoce

Cuadro 11. Tipos de dispensador de alimento.

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Individuales	49	35.51%
Compartidos	38	27.54%
Los que ponen en la calle	37	26.81%
Programados	14	10.14%
Otro	0	0.00%
TOTAL	138	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 12. Tipo de dispensadores para alimento



Fuente: Elaboración propia.

Se puede observar que el 35% y 28% de los hogares encuestados del mercado objetivo indican conocer dos tipos de dispensadores lo cual es de gran importancia para la empresa, ya que se puede basar en estos resultados para obtener un impacto favorable a la hora comercializar los dispensadores y de esta manera ofrecer productos innovadores al mercado.

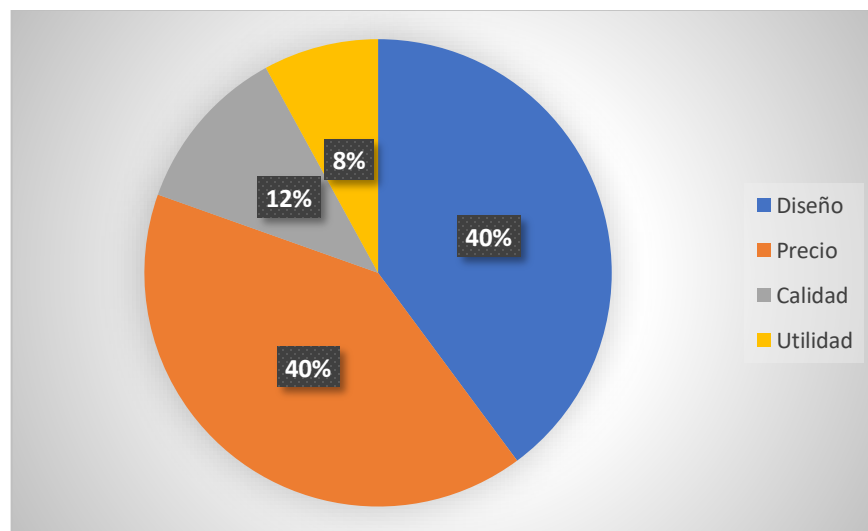
Pregunta 10 ¿Cuál sería la razón más importante a la hora de adquirir un dispensador?

Cuadro 12. Razón para comprar dispensadores.

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Diseño	55	39.86%
Precio	56	40.58%
Calidad	16	11.59%
Utilidad	11	7.97%
Total	138	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 13. Razón para comprar dispensadores.



Fuente: Elaboración propia.

Con lo anterior se puede concluir que el 40% de los hogares encuestados del mercado objetivo manifiesta que la principal razón por la cual adquirirían los dispensadores es por el diseño y precio, es un dato de total relevancia para la empresa comercializadora, ya que con esto se puede identificar mejor cuales son los puntos que llamaría la atención de los clientes y poder ofrecer un buen servicio.

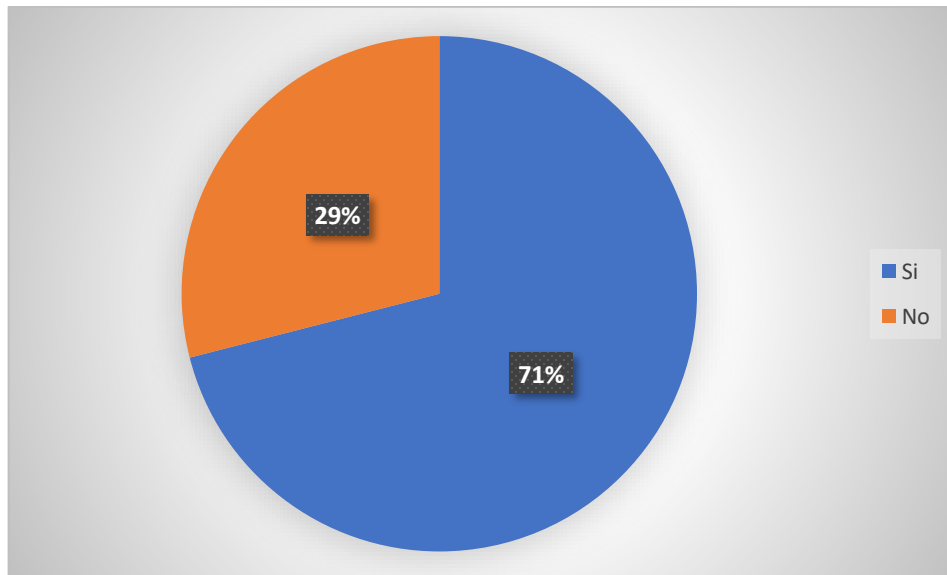
Pregunta 11 ¿Estaría dispuesto a comprar dispensadores de alimento para perro y gato?

Cuadro 13. Disponibilidad para comprar dispensadores.

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Si	98	71.01%
No	40	28.99%
TOTAL	138	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 14. Disponibilidad para comprar dispensadores.



Fuente: Elaboración propia.

El 71% de los hogares samartinenses y barranquilleros estarían dispuestos a comprar un dispensador para sus mascotas, el otro 29% no lo comprarían, pero al conocer sobre este proyecto los podía motivar a comprar uno, ya que con este producto la comida de sus animales cuenta con higiene y solubilidad y se puede ahorrar concentrado.

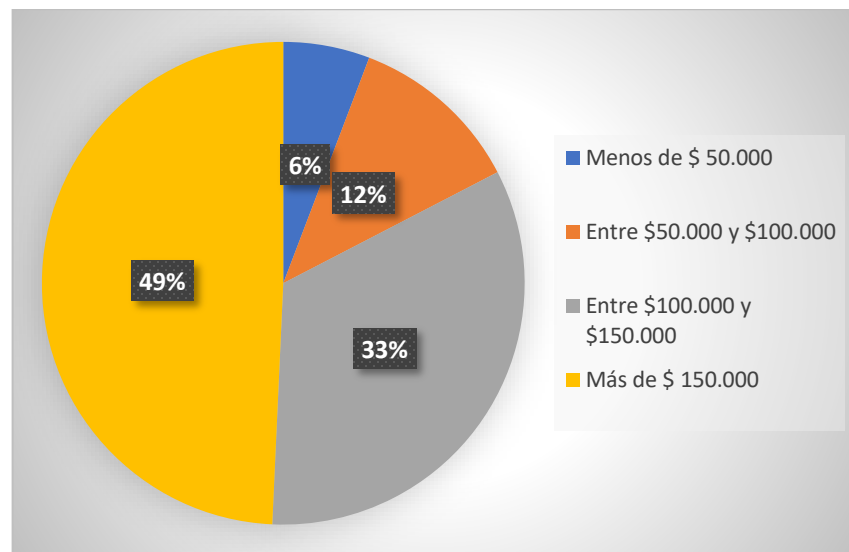
Pregunta 12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un dispensador de alimento para sus mascotas?

Cuadro 14. Monto por el cual estaría dispuesto a pagar por un dispensador

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	MEDIA DE CLASE	PONDERACIÓN
Menos de \$ 50.000	8	5.80%	\$ 25,000.00	\$ 1,449.28
Entre \$50.000 y \$100.000	16	11.59%	\$ 75,000.00	\$ 8,695.65
Entre \$100.000 y \$150.000	46	33.33%	\$ 125,000.00	\$ 41,666.67
Más de \$ 150.000	68	49.28%	\$ 175,000.00	\$ 86,231.88
TOTAL	138	100%		\$ 138,043.48

Fuente: Elaboración propia.

Figura 15. Monto por el cual estaría dispuesto a pagar por un dispensador



Fuente: Elaboración propia.

Con lo anterior los hogares encuestados del mercado objetivo manifiestan en un 49% que estarían dispuestos a pagar por un dispensador de alimento para sus mascotas más de \$150.000 pesos, se halla un precio promedio ponderado de \$138.043 pesos para la venta del dispensador para comida de animales domésticos como lo son perros y gatos del municipio de San Martín y Barranquilla, este valor sirve de referencia para la fijación de precios por parte de la nueva comercializadora

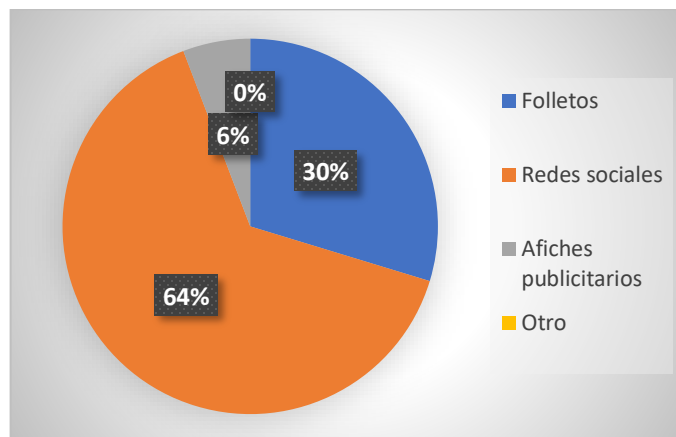
Pregunta 13 ¿Cuál sería el medio de su preferencia para conocer sobre el dispensador?

Cuadro 15. Medios para conocer el producto.

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
Folleto	41	29.71%
Redes sociales	89	64.49%
Afiches publicitarios	8	5.80%
Otro	0	0.00%
Total	138	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 16. Medio para Conocer el Producto.



Fuente: Elaboración propia.

Siendo de gran importancia este dato se puede evidenciar que los hogares del mercado objetivo a los cuales se les practico la encuesta dan a conocer en un 64% que les interesa conocer sobre los productos a comercializar por medio de redes sociales y le sigue con una considerable diferencia por medio folletos con un 30%, arrojando índices que son de importancia para la empresa ya que la orienta en cuanto a las estrategias de publicidad, promoción del producto para el mercado objetivo.

2.3.12 Estimación de la demanda actual. Para la estimación de la demanda actual se espera ofrecer 600.460 unidades del dispensador producto que equivale a una mascota por hogar, siendo así se espera comercializar dicho producto para que cumpla con las características que los usuarios desean, en términos de volumen, precio, embalaje, calidad, oferta estacional, entre otros factores. Si esto se consigue, el producto se vende y el dinero generado se emplea para continuar con las operaciones y para cubrir los costos de la inversión, para hallar la demanda se tiene en cuenta el mercado objetivo y la pregunta 1 y 2 de la cuesta.

La pregunta uno hace referencia a los hogares que tienen mascotas y en la pregunta dos hace referencia a la cantidad de mascotas que hay los hogares, lo cual se hayo una ponderación del 2.11, arrojando así un total de 600.400 mascotas en los hogares de San Martin Cesar y Barranquilla Atlántico, lo cual equivale a una mascota por hogar.

$$\textit{Demanda Actual} = 310.797 * 92\% * 2.1\% = \mathbf{600.46\textit{ mascotas}}$$

2.3.13 Estimación de la demanda efectiva. La demanda efectiva de la empresa será la suma de todos los bienes y servicios producidos en un periodo determinado, para este caso será de un año, lo cual se estima en aproximadamente en 426.387 dispensadores, para hallar la demanda efectiva se tiene en cuenta la demanda actual y la pregunta 11 de la encuesta.

Para la demanda efectiva se debe escoger la demanda actual y se multiplica por la pregunta 11 que hace referencia si estaría dispuesto a comprar el dispensador para la comida de animales domésticos, lo cual nos arroja una demanda de 426.387 dispensadores para el año 1.

$$\text{Demanda Efectiva} = 600.460 * 71.01\% = 426.38 \text{ mascotas}$$

2.3.14 Proyección de la demanda. Para hacer la proyección se hizo con las fórmulas anexas en el cuadro, dando como resultado la proyección que se tiene planeada para los próximos 5 años de la empresa PARAÍSO ANIMAL S.A.S.

De acuerdo con el análisis del numeral 1.1. para el sector de mascota en Colombia se estima un crecimiento anual promedio del 13%⁶ en donde las categorías que lo han impulsado son: alimento para perros y gatos y cuidado para mascota.

Cuadro 16. Proyección de la demanda actual

DEMANDA ESTIMADA		
AÑOS	FÓRMULA	DEMANDA PROYECTADA
1	$F=600.460(1+13\%)^1$	678,520
2	$F=600.460(1+13\%)^2$	766,727
3	$F=600.460(1+13\%)^3$	866,402
4	$F=600.460(1+13\%)^4$	979,034
5	$F=600.460(1+13\%)^5$	1,106,308

Fuente: Elaboración propia.

⁶ LEGISCOMEX. El sector de productos para mascotas creció en Colombia. [En línea] Disponible en: <https://www.legiscomex.com/Documentos/sector-productos-mascotas-crecio-colombia-oct-26-16-15not>

Cuadro 17. Proyección de la demanda efectiva

DEMANDA EFECTIVA		
AÑOS	FÓRMULA	DEMANDA PROYECTADA
1	$F=426.387*(1+13\%)^1$	481,817
2	$F=426.387*(1+13\%)^2$	544,453
3	$F=426.387*(1+13\%)^3$	615,232
4	$F=426.387*(1+13\%)^4$	695,212
5	$F=426.387*(1+13\%)^5$	785,590

Fuente: Elaboración propia

2.4 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Para cualquier empresa es necesario identificar cuáles son sus principales competidores directos, en este caso es necesario identificar las organizaciones que venden dispensadores para la comida de animales domésticos en el país.

El competidor que se ha podido identificar a nivel nacional es una empresa llamada *PLANETA PERRUNO*, es una empresa que ya que está constituida, y se encuentra laborando actualmente en el país, se dedica a la comercialización de productos para los perros; desde comederos automáticos, camas, limpiadores, cajas, casetas, puertas, vallas, entre otros productos, es una empresa que está muy sólida, cuenta con una gran variedad de productos lo cual la hace que sea el principal competidor para esta organización.

A continuación, se empleará un cuadro el que comparará los siguientes factores: Productos Ofrecidos, Precio, Canal De Distribución, Estrategia Publicitaria, Empaque, Estrategia Promocional Y Valor Agregado, entre ambas empresas.

Cuadro 18. Análisis de oferta

Factores	Planeta perruno	Propuesta ante la competencia
Producto o Servicio	Esta comercializa productos similares al proyecto; como son los dispensadores y comederos para perros y gatos.	Entrar a competir con ellos, con nuestra idea del dispensador, ya que este dispensador estará hecho con plástico reciclable.
Precio	El precio puede variar, ya que hay diferentes diseños de dispensadores.	Mantener un precio similar al dispensador que este más relacionado al del proyecto.
Canales de distribución	El canal de distribución de planeta perruno es el canal largo, ya que el canal consta de tres niveles; fabricante, mayorista y consumidor.	El canal de distribución que se maneja en este proyecto es el canal corto, ya que consta de 3 niveles: fabricante, minorista y consumidor.
Estrategias publicitarias	Las estrategias que utiliza esta página son las redes sociales, internet y paginas online.	Las estrategias publicitarias utilizadas serán las redes sociales y afiches publicitarios en San Martin Cesar.
Valor Agregado	No dan a conocer su valor agregado.	El valor agregado de este proyecto será entregar el dispensador marcado con el nombre del animal.
Empaques	El empaque utiliza planeta perruno a la hora de hacer los envíos; es el envase o envoltura, empaque y embalaje secundario.	El empaque que se utilizará en el municipio será la envoltura y a nivel nacional será utilizado envase o envoltura, empaque y embalaje secundario.
Estrategias promocionales	Sus estrategias pueden ser; que a medida que más personas empiezan a vender el producto a un precio más bajo, todos empiezan hacer promociones para así poder competir.	La estrategia promocional que se tendrá en cuenta será premiar a los clientes por su fidelidad, a través de concursos, bonos o regalo.

Fuente: Elaboración propia.

2.5. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO MÍNIMO VIABLE

2.5.1 Descripción, usos y especificaciones del producto o del servicio. Al momento de haber realizado la encuesta se pudo detectar que no se experimentan cambios en el tipo de servicio que se tiene fijado prestar y que los potenciales clientes se encuentran en total acuerdo con lo que este proyecto propone, por tanto, el servicio mínimo viable sigue siendo el que anteriormente se describió en el punto 2.1.1.

2.5.2 Atributos diferenciadores del producto o del servicio con respecto a la competencia. Al momento de realizar encuesta, se puede ver que los atributos diferenciadores del servicio que se quiere prestar siguen siendo los mismos que ya se mencionaron anteriormente en el punto 2.1.2 por lo tanto se concluye que son unos atributos diferenciadores fuertes en cuanto a la competencia.

2.6. ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Se maneja el canal de comercialización directo, es decir se vende directamente al consumidor final sin necesidad de intermediarios, así la empresa tiene un contacto personal con el cliente, esto ayuda a entenderlo mejor, puesto que se da una retroalimentación de información de forma inmediata, si el consumidor queda satisfecho la empresa sabe que lo está haciendo bien y si el cliente manifiesta inconformidad la empresa puede tomar medidas para corregir y mejorar.

Además, el costo es bajo debido a que no existen intermediarios, este es un beneficio importante porque permite obtener mayor margen de utilidad para la empresa; los costos se pueden reducir aumentando la eficiencia de la empresa, frente a esto el consumidor obtiene un precio más bajo, puesto que cuando hay intermediarios, cada eslabón de la cadena quiere ganar en cada paso del proceso.

2.7. ESTRATEGIAS PARA FIJACIÓN DE PRECIOS

Para la fijación de los precios de la empresa Paraíso Animal S.A.S se tendrá en cuenta los costos de comercialización, gastos administrativos, más un margen de utilidad; se toma como referencia los precios de la competencia.

2.8. RELACIONAMIENTO CON LOS CLIENTES

2.8.1. Estrategias de comunicación. Tomando como base que en la actualidad la preferencia de las personas en utilizar y conocer productos o servicios por medio de medios tecnológicos se decide utilizar estas herramientas para tener una mejor comunicación con los clientes.

- WhatsApp, Telegram, MSM y Correo electrónico
- Redes sociales (Facebook e Instagram)
- Canal cuatro, La Red televisión y Radio RAMAR.

Se tiene planeado invertir en publicidad de manera periódica durante el lanzamiento y ejecución de proyecto, se tomarán de manera más eficaz y se contratarán pautas de perifoneo e invitaciones digitales enviadas por los medios antes mencionados a la comunidad, al momento de la inauguración del local, se llevará a cabo con ambientación musical, obsequios y concursos para los clientes.

2.8.2. Presupuesto de comunicación. Presupuesto estimado para lanzamiento e inauguración del local.

Cuadro 19. Presupuesto de lanzamiento

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR
Evento de inauguración local	1	\$ 800.000	\$ 800.000
DJ en vivo	1	\$ 700.000	\$ 700.000
Premios para mascotas (galletas)	500	\$ 1.000	\$ 500.000
Perifoneo	7	\$ 20.000	\$ 140.000

Folletos	2000	\$ 300	\$ 600.000
Publicidad en el canal local	20	\$ 10.000	\$ 200.000
Publicidad en redes sociales	2	\$ 250.000	\$ 500.000
TOTAL			\$ 3.440.000

Fuente: Elaboración propia.

2.8.3 Presupuesto de operación. Se tendrá un cubrimiento de publicidad en los siguientes medios:

- **Anuncios de televisión:** El municipio cuenta con dos canales locales, EN LA RED y CANAL CUATRO, los cuales tienen una proyección en este medio lo cual ofrecen en la zona urbana y rural.
- **Publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram):** se trabajará con estas dos redes sociales ya que son las más usadas por las personas, con ellas busca establecer comunicación con los usuarios, porque por medio de ellas pueden compartir imágenes, videos, opiniones e información de la empresa y dispensadores.

Cuadro 20. presupuesto de operaciones

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Cuñas De Televisión (30 Veces Al Mes)	\$ 1,000,000	\$ 12,000,000
Publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram)	\$ 1,400,000	\$ 16,800,000
Pago de Internet 20mbps (WhatsApp, Telegram, MSM y Correo electrónico)	\$ 120,000	\$ 1,440,000
TOTAL	\$ 2,520,000	\$ 30,240,000

Fuente: Elaboración propia.

3. ESTUDIO TÉCNICO


3.1. TIPO DE PROYECTO

Este proyecto está basado en la comercialización de dispensadores para la comida de animales domésticos, donde se buscará ampliar el portafolio de productos y cumplir con los objetivos propuestos.

3.2. DESARROLLO OPERATIVO DEL PROYECTO

3.2.1. Ficha técnica del producto mínimo viable.

Cuadro 21. Ficha técnica

 Dispensador dosificador Led.	
Marca	Petwan
Modelo	LED F3
Color	Blanco
Capacidad de volumen	2,8 l
Capacidad de peso	1,8 kg.
Material	ABS
Largo x ancho x altura	22*34*28 cm (la bandeja de comida sobresale)
Medio de Pago	Transferencias bancarias, tarjetas de crédito o efectivo.
Tiempo de entrega	3 a 5 días hábiles
Garantía del producto	3 meses
Condición física del producto	Nuevo

Fuente: Elaboración propia.

3.2.2. Descripción y diagrama de actividades claves.

- El cliente se comunica por medio de los canales de comunicación como lo son WhatsApp, chat privado, página web y tienda virtual.
- El vendedor procede a identificar la necesidad del cliente para así poder mostrar el producto que se ajuste y cumpla con lo que necesita.
- El cliente analiza cuál de los productos ofrecidos y explicados por el vendedor cumple con satisfacer sus necesidades.
- El vendedor luego de que es escogido el producto envía el pedido a bodega para que sea empacado.
- En bodega se envuelve el producto con un empaque diseñado para poderlo movilizar sin que sufra daños.
- El cliente toma el producto empacado y se dispone a facturar y cancelar el valor de compra.

Figura 17. Diagrama de actividades clave



Fuente: Elaboración propia

3.2.3. Características del sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST). Tomando en cuenta que las empresas dedicadas a la comercialización de artículos para uso doméstico se encuentran con una calificación de riesgo de I y que no se tendrá un número de personal mayor a 10 trabajadores, el sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo que se llevará a cabo serán los siete estándares mínimos exigidos por la resolución 0312 del 2019, que se muestran a continuación:

- Asignación de persona que diseña el sistema de Gestión SST.
- Afiliación al sistema de Seguridad Social Integral.
- Capacitación en SST.
- Plan Anual de Trabajo.
- Evaluaciones médicas ocupacionales.
- Identificación de peligros; evaluación y valoración de riesgos.
- Medidas de prevención y control frente a peligros/riesgos identificados.

Para el diseño y la ejecución de estos estándares se ha hecho una cotización con la empresa TOTAL INGENIERIA SOLUCIONES INDUSTRIALES SAS, el cual tiene un valor de \$4.165.000, el será el responsable de este sistema con el cual se buscará poder mejorar en los aspectos que ponen en riesgo a los trabajadores. El mantenimiento del sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST) tiene un costo mensual de \$560.000 pesos.

3.2.4. Análisis Ambiental. Para el análisis ambiental también se ha hecho la cotización con la empresa TOTAL INGENIERIA SOLUCIONES INDUSTRIALES SAS, ya que es una empresa que brinda varios servicios, este análisis se realizará con el objetivo de contribuir a prevenir, mejorar y mitigar Intervenciones del ser humano sobre el medio ambiente debido a ejecución del proyecto, lo cual tiene un valor de \$1.164.900, además se debe aportar \$300.000 para mitigar el impacto ambiental mensualmente, lo que anualmente equivale a \$3.360.000.

3.2.5. Recursos claves.

Talento humano. Para lograr el éxito de la empresa se contará con un talento humano altamente calificado y comprometido con está, un personal que garantice la adecuada comercialización y distribución del producto, a continuación, se presentará el personal de la empresa.

Cuadro 22. Talento humano

Cargo	Área	N.º puestos
Gerente	Administrativa	1
Auxiliar administrativo	Administrativa	1
Vendedor	Comercial	2

Fuente: Elaboración propia.

En la parte de talento humano se cuenta con 2 vendedores los cuales uno es el encargado del área de ventas y atención al cliente en la tienda física que se encuentra ubicada en el municipio de San Martín, Cesar y el otro vendedor es dedicado a la administración de la tienda virtual monitoreando constantemente las ventas especialmente en la ciudad de Barranquilla, también desempeñando labores como el manejo de las redes sociales y el mantenimiento de estas mismas.

Infraestructura. Estos son los equipos de oficina, equipo de computación y comunicación, muebles y enseres de operación y herramientas que se emplearán en todas las áreas funcionales de la empresa.

Cuadro 23. equipo de oficina

ACTIVO	CANT	ESPECIFICACIONES GENERALES
Escritorios	1	En madera
Detector de billetes falsos	1	Luz uv y lupa ad-2138
Aire acondicionado	1	Invertir 18000btu

ACTIVO	CANT	ESPECIFICACIONES GENERALES
Cafetera	1	Cafetera imusa
Sillas ergonómicas	2	Diseño adaptable a la forma del cuerpo
Silla sala de espera	4	Metálico juego por 4 sillas
Punto ecológico	1	Plástico
Botiquín	1	Metálico
Dispensador de agua	1	Agua fría y agua caliente
Extintores multipropósito	1	Compuesto de fosfato mono amoniaco (nh4h2po4)

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 24. Equipo de computación y comunicación

ACTIVO	CANT	ESPECIFICACIONES GENERALES
Computador	3	Todo en uno y portátil 1000gb
Impresora	2	Multifuncionales tintas recargables Epson
Teléfono	1	Capacidad de 128gb Xiaomi

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 25. Maquinaria y equipos

ACTIVO	CANT	ESPECIFICACIONES
Ventiladores	3	Industriales de 122cm3 aspa 5 velocidades
Carro cargas	1	Manual al 3posi
Extractores de aire	2	12 pulgadas industrial aspa
Cámaras de seguridad	1	Kit de seguridad full hd de 1080 app acceso remoto
Extintores multipropósito	1	Compuesto de fosfato Mono amónico (nh4h2po4)

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 26. Muebles y enseres

ACTIVO	CANT	ESPECIFICACIONES
Estantes	10	Estantes metálicos y de madera
Estibas	10	Madera de 1mts por 1mts
Silla	2	Plásticas
Canastillas	10	Plásticas

ACTIVO	CANT	ESPECIFICACIONES
Botiquín	1	Metálico
Punto Ecológico	1	Plástico
Extintores Multipropósito	1	Compuesto de fosfato mono amoniaco (nh4h2po4)

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 27. Materiales, repuestos y accesorios

ACTIVO	CANT	ESPECIFICACIONES
Juego de herramientas básicas	1	(Martillo, destornilladores, alicate, corta frio, metro, taladro.)

Fuente: Elaboración propia.

Materiales, insumos o mercancías: La comercializadora, considerará 10.088 dispensadores para vender entre el municipio de San Martin, Cesar Y Barranquilla, Atlántico anualmente.

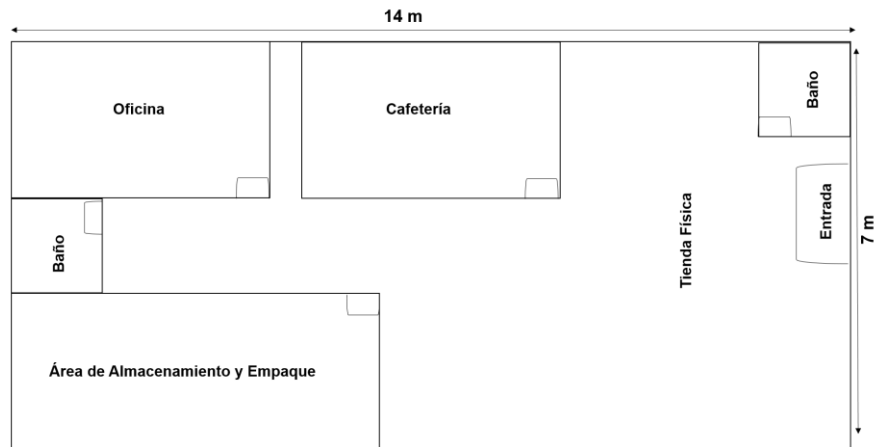
Cuadro 28. Materiales e insumos

Material	Unidad de medida	Cantidad por unidad	Cantidad año 1
Cat Dog Dispenser.	Unidad	1,0000	10.088

Fuente: Elaboración propia.

Distribución de planta. En el siguiente grafico se podrá observar cómo estará distribuida la infraestructura de la empresa.

Figura 18. Distribución de planta.



Fuente: Elaboración propia.

3.2.6. Localización

Macro localización. Las autoras del proyecto estiman que la empresa debe operar en el municipio de San Martín Cesar, ya que sus actividades laborales y residenciales están en el municipio y como es una empresa que apenas va a comenzar lo que se busca es minimizar gastos, por eso opta por fijar la sede acá en el municipio y no en Barranquilla, tomando como referencia de ventas en la ciudad de Barranquilla se implementará una tienda virtual que se mantendrá al día en cuanto a la actualización de productos.

Micro localización. Consiste en determinar la ubicación más adecuada para el funcionamiento de la nueva empresa en el municipio de San Martín, Cesar donde se establecieron tres zonas específicas para su implementación, para ello se utilizó el método cualitativo dando un valor a cada factor de 1 a 10, donde 1 es desfavorable y 10 es favorable y se escogió la zona más comercial.

Según la calificación dada la zona con mucha más influencia y con menos gastos para la implementación es la ubicación 1 (Cra 15 5-17, barrio El Centro), ya que es

el área comercial del municipio, además los objetivos de venta aumentarían, ya que es la principal fuente de ingresos de la empresa, lo cual es un punto a favor.

Cuadro 29. Micro localización - Método Cualitativo por puntos

Factor	Peso	Calificación		
		Cra 15-71, el Centro	Cl. 18 11-24, el Porvenir	Cra 11 Mz E casa 1, Villa Lucy
Necesidad de remodelación	15 %	8.00	3.00	5.00
Área disponible	25 %	5.00	1.00	2.00
Zona de parqueo	20 %	7.00	6.00	2.00
Canon de arrendamiento	10 %	9.00	6.00	5.00
Facilidad de acceso para clientes	30 %	10.00	4.00	3.00
Totales	100 %	7.75	3.70	3.05

Fuente: Elaboración propia

3.2.7 Control de Calidad. La empresa implementa los siguientes pasos para tener un control de calidad al momento de realizar la compra de los dispensadores:

- Seleccionar proveedores y negociar con ellos las condiciones de compra tomando en cuenta factores favorables para la empresa (económicas y de servicio).
- Aprovisionar las necesidades, de tal manera que se realice la compra que cumpla con la cantidad, características y comodidad para la empresa.
- Definir las especificaciones de los productos a comprar, teniendo en cuenta que tipo de producto se requiere para satisfacer las necesidades de los clientes.

- Seguimiento del pedido, estando en conexión con la guía de compra y pendientes de que la compra no se desvíe y llegué al destino correcto.
- Brindar seguridad por la tienda virtual de ventas en la ciudad de Barranquilla, mantener conexión constante con los movimientos de la cuenta, los pedidos y asegurarse de ofrecer un servicio óptimo.

La atención a los clientes. Para llevar un control sobre la calidad del servicio de atención al cliente Paraíso Animal implementa tácticas para conocer a sus potenciales clientes por medio de encuestas de preferencia entre otras, y de esta manera capacita a su personal de ventas para que cuiden en lo máximo el trato con los clientes, de igual manera se estarán monitoreando de manera constante la atención con encuestas de satisfacción y estar al día con las preferencias de estos.

3.3. CAPACIDAD DEL PROYECTO

3.3.1 Capacidad total diseñada por línea de servicio. Para determinar la capacidad diseñada del servicio de la empresa, se establece primeramente el tiempo en días de prestación del servicio el cual es de 365 días del año, se maneja una atención de 24 horas , contando con la participación de 2 vendedores encargados de recibir y realizar las respectivas ventas a los clientes con supervisión del gerente serán los encargados de comercializar, vender y empacar los dispensadores, se toma el tiempo de atención al cliente en horas el cual se estima será de 0,1 y por último se calcula el total de clientes serán atendidos en el años, y se infiere que por cada cliente se realizara mínimo una compra de un dispensador. Teniendo estos datos se determina el nivel máximo de producción de ventas de los dispensadores.

Cuadro 30. Capacidad diseñada

CAPACIDAD DISEÑADA	
Días/año	365
Horas/día	24
Horas/año	8.760
Vendedores	2
Tiempo de atención al cliente (horas)	0,1
Total de clientes atendidos/año	210.240
Número de dispensadores vendidos al año	210.240

Fuente: Elaboración propia.

Si el total de clientes que se atienden al año es de 210.240 se hace la inferencia que cada cliente compra un dispensador por tanto la capacidad diseñada se calcula en 210.240 unidades de dispensadores para vender en el año

3.3.2 Capacidad instalada. Teniendo en cuenta el tiempo real de prestación del servicio de la empresa es de 296 días laborales al año, quitando 52 días dominicales y 17 días festivos, horas al día (8), horas al año (2.368), el número de vendedores (2), tiempo de atención al cliente (0,1) y el total de clientes atendidos al año (28.416).

Cuadro 31. Capacidad instalada

CAPACIDAD INSTALADA	
Días/año	296
Horas/día	8
Horas/año	2.368
Vendedores	2
Tiempo de atención al cliente (horas)	0,1
Total de clientes atendidos/año	28.416
Número de dispensadores vendidos al año	28.416

Fuente: Elaboración propia.

Se infiere que cada cliente representa por lo menos la venta de un dispensador, es decir la cantidad de dispensadores a vender anualmente es de 28.416

3.3.3 Capacidad utilizada y proyectada. La utilización de la empresa en las diferentes jornadas de atención da como resultado la capacidad instalada que va de acuerdo con las instalaciones de la empresa. Por lo tanto, se estima que la empresa paraíso animal tendrá una capacidad utilizada del 35.5% la cual cada año aumentará un 2 % hasta llegar al quinto año.

Pronóstico de ventas del 35.5%

Tasa de conversión de clientes en unidades de dispensadores que se pueden vender al año.

Cuadro 32. Capacidad utilizada y proyectada

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad diseñada	210,240				
Capacidad instalada	28,416	28,416	28,416	28,416	28,416
Porcentaje de utilización de la Capacidad instalada	35.5%	36.5%	37.5%	38.6%	39.6%
Capacidad utilizada y proyectada	10,088	10,378	10,667	10,957	11,247
Porcentaje de Participación en el mercado	2.09%	1.91%	1.73%	1.58%	1.43%

Fuente: Elaboración propia.

En el primer año de operación se realizará la venta de 10.088 dispensadores y la participación en el mercado al 2,09%.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.

4.1. FORMA DE CONSTITUCIÓN

La empresa que se va a constituir es una sociedad por acciones simplificadas (SAS) es una sociedad de capitales que siempre tendrá naturaleza comercial, sin importar las actividades que se prevean en su objeto social, se escoge este tipo de Sociedad ya que al momento de constituir una empresa es mucho más rápida, se ajusta a las necesidades de los constituyentes y cuenta con mayor flexibilidad en cuanto a su funcionamiento, además con este tipo de sociedad es muy rápida para adaptarse a las particularidades de cada negocio. Su proceso de formación es muy ágil y sus accionistas tienen amplia libertad para establecer las reglas de su funcionamiento en el estatuto social.

Finalmente, este tipo de sociedad es la que mejor se acoge a la empresa ya que es una organización que puede tener tantos accionistas como lo necesite, ayudando así al proyecto de manera en que se pueda dividir el monto de capital.

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.2.1 Misión. Paraíso animal S.A.S es una empresa dedicada a la comercialización de productos y servicios para animales domésticos, buscando satisfacer las necesidades de los clientes al momento de brindarle cuidados a sus mascotas, siendo una alternativa de solución para los hogares con animales ayudando a amar y proteger a sus mascotas.

4.2.2 Visión. Para el 2025 Paraíso Animal S.A.S será una empresa reconocida en San Martín, Cesar y la ciudad de Barranquilla, Atlántico, por la comercialización de dispensadores para la comida de animales domésticos; como lo son los perros y

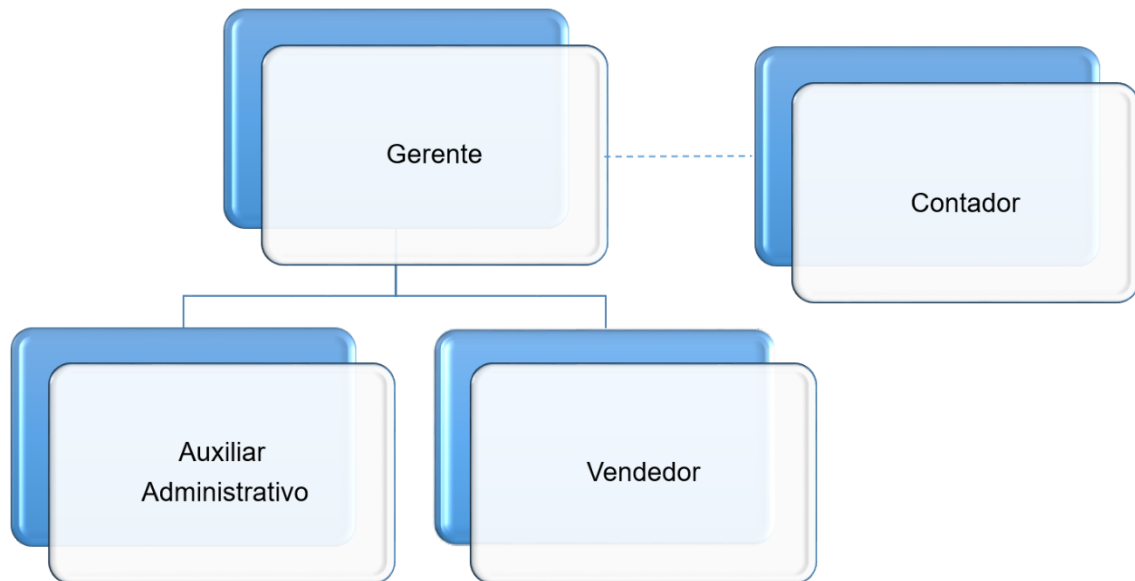
gatos; siendo esta una organización responsable y brindando productos de excelente calidad, buscando siempre el crecimiento en diferentes ámbitos, para ello contará con un personal altamente calificado e innovación del producto.

4.2.3 Valores Corporativos. Los valores corporativos de Paraíso Animal S.A.S, buscara:

- **Transparencia:** Nuestra gestión es justa, clara y veraz, se construye sobre la base de la confianza e integridad para cumplir los compromisos con el estado, los clientes, los empleados y la comunidad.
- **Cooperación:** Reconocemos la importancia del trabajo en equipo con productividad, innovación y puntualidad para garantizar el cumplimiento de los compromisos y metas comunes.
- **Excelencia:** Nuestra gestión y servicios están enmarcados con estándares de excelencia y calidad.
- **Compromiso:** Estamos comprometidos con el cumplimiento de nuestros deberes, atendiendo los requerimientos internos y externos de manera oportuna y eficaz.
- **Responsabilidad:** Obramos con perseverancia para lograr nuestros compromisos.
- **Calidad:** Es nuestro compromiso, ofrecer a los clientes un producto conforme a sus requerimientos y expectativas para poder satisfacer las necesidades de los clientes.
- **Ética:** La empresa Paraíso Animal S.A.S, actuará con independencia y bajo criterios de rigor, respeto, honestidad y equidad.

4.2.4 Organigrama.

Figura 19. Organigrama



Fuente: Elaboración propia.

4.2.5 Asignación salarial. La remuneración que recibirá el personal que labora para la empresa PARAISO ANIMAL, será con base en el salario mínimo legal vigente, teniendo en cuenta el cargo que cada persona desempeñe y hacer ajustes dependiendo de sus funciones y responsabilidades.

Cuadro 33. Asignación salarial

Cargo	Sueldo	Subsidio transporte	Área	Tipo de contrato
Gerente	\$ 2.000.000	\$ 0	Administrativa	Indefinido
Auxiliar administrativo	\$ 1.300.000	\$ 117.172	Administrativa	Fijo
Vendedor	\$ 1.000.000	\$ 117.172	Comercial	Indefinido

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 34. Carga Prestacional

Cesantías	8,333%
Intereses a las Cesantías	1,000%
Prima de servicios	8,333%

Vacaciones	4,167%
Salud	8,500%
Pensión	12,000%
ARL	0,500%
SENA	0,000%
ICBF	0,000%
Caja de compensación	4,000%
Dotación	5,000%

Fuente: Elaboración propia.

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 INVERSION FIJA Y DIFERIDA.

5.1.1 Inversión Fija. Es aquella que se encuentra compuesta por los bienes tangibles e intangibles utilizados en la empresa tales como: maquinaria y equipo, muebles y enseres, equipos de oficina.

Cuadro 35. Equipos de oficina

Activo	Can t.	Valor unitario	Valor total	Depreciación anual	Valor de salvamento
Escritorios	1	\$ 480.000	\$ 480.000	\$ 96.000	\$ 0
Detector de billetes falsos	1	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 24.000	\$ 0
Aire acondicionado	1	\$ 2.879.900	\$2.879.900	\$ 475.980	\$ 500.000
Cafetera	1	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 20.000	\$ 0
Sillas ergonómicas	2	\$ 200.000	\$ 400.000	\$ 62.000	\$ 90.000
Silla sala de espera	4	\$ 240.000	\$ 960.000	\$ 132.000	\$ 300.000
Punto ecológico	1	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 36.000	\$ 0
Botiquín	1	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 24.000	\$ 0
Dispensador de agua	1	\$ 789.900	\$ 789.900	\$ 157.980	\$ 0
Extintores multipropósito	1	\$ 89.900	\$ 89.900	\$ 17.980	\$ 0
Totales			\$ 6.119.700	\$ 1.045.940	\$ 890.000

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 36. Equipo de computación y comunicación

Activo	Can t	Valor unitario	Valor total	Depreciación anual	Valor de salvamento
--------	----------	-------------------	-------------	-----------------------	------------------------

Computador	3	\$ 1.800.000	\$ 5.400.000	\$ 1.080.000	\$ 0
Impresora	2	\$ 300.000	\$ 600.000	\$ 120.000	\$ 0
Teléfono	1	\$ 720.000	\$ 720.000	\$ 144.000	\$ 0
Totales			\$ 6.720.000	\$ 1.344.000	\$ 0

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 37. Maquinaria y equipo

ACTIVO	CANT I	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Ventiladores	3	\$ 230,000	\$ 690,000	\$ 138,000	\$ 0
Carro cargas	1	\$ 599,900	\$ 599,900	\$ 99,980	\$ 100,000
Extractores de aire	2	\$ 220,000	\$ 440,000	\$ 68,000	\$ 100,000
Extintor multipropósito	1	\$ 89,000	\$ 89,000	\$ 17,980	
Cámaras de seguridad	1	\$ 1,840,000	\$ 1,840,000	\$ 368,000	
TOTALES			\$ 3,658,900	\$ 691,960	\$ 200,000

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 38. Muebles y enseres operativos o de producción

Activo	Can t	Valor unitario	Valor total	Depreciación anual	Valor de salvamento
Estantes	10	\$ 240.000	\$2.400.000	\$ 460.000	\$ 100.000
Estibas	10	\$ 30.000	\$ 300.000	\$ 60.000	\$ 0
Silla	2	\$ 25.000	\$ 50.000	\$ 10.000	\$ 0

Canastillas	10	\$ 22.500	\$ 225.000	\$ 43.000	\$ 10.000
Botiquín	1	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 24.000	\$ 0
Punto ecológico	1	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 36.000	\$ 0
Extintores multipropósito	1	\$ 89.900	\$ 89.900	\$ 17.980	\$ 0
Totales			\$3.364.900	\$ 650.980	\$ 110.000

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 39. Herramientas

Activo	Cant	Valor unitario	Valor total	Depreciación anual	Valor de salvamento
Juego de herramientas técnicas	1	\$ 199.900	\$199.900	\$ 29.980	\$ 50.000
Totales			\$199.900	\$ 29.980	\$ 50.000

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 40. Inversión fija

ACTIVO	VALOR TOTAL
Equipo de oficina	\$ 6,119,700
Equipo de computación y comunicación	\$ 6,720,000
Maquinaria y equipo	\$ 3,658,900
Terreno	\$ 0
Construcciones y edificaciones	\$ 0
Muebles y enseres operativos	\$ 3,364,900

Herramientas, repuestos y accesorios	\$ 199,900
Inventario de mercancía	\$ 0
TOTAL INVERSIÓN FIJA	\$ 20,063,400

Fuente: Elaboración propia

5.1.2 Inversión diferida. En la inversión diferida se estima un total de \$ 53.540.190, que hace referencia a los desembolsos pre operativos de la comercializadora de dispensadores para cumplir con los requisitos de ley, adecuaciones locativas de la comercialización, posicionamiento inicial de la empresa, publicidad de lanzamiento entre otros.

Cuadro 41. Inversión diferida

CONCEPTO	VALOR
Estudio de Factibilidad	\$ 5,000,000
Licencia de funcionamiento	\$ 600,000
Registro sanitario	\$ 2,066,290
Escritura de Constitución	\$ 48,000
Registro de libros y documentos	\$ 106,000
Estudio impacto ambiental	\$ 1,164,900
Diseño del SG-SST	\$ 4,165,000
Otro software	\$ 0
Software contable	\$ 1,800,000
Adecuaciones-Remodelaciones	\$ 32,000,000
Publicidad Lanzamiento	\$ 3,440,000
Diseño de identidad corporativa	\$ 1,550,000
Diseño del sitio web o tienda virtual	\$ 1,000,000
Patentes	\$ 0

CONCEPTO	VALOR
Registro de marca	\$ 600,000
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA	\$ 53,540,190
Amortización anual	\$ 10,708,038
Amortización mensual	\$ 892,337

Fuente: Elaboración propia

5.2 COSTOS Y GASTOS

5.2.1 Costos de comercialización.

Costos fijos. Son aquellos que siempre se deberán pagar, independiente del nivel de comercialización de los dispensadores, se pueden tener meses que no se vendan, pero en los que de todas formas se deberán pagar.

Cuadro 42. Insumos y/o materias primas

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD AÑO 1	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
CAT - DOG DISPENSER	UNIDAD	10,088	\$ 90,000	\$ 907,891,200
COSTO TOTAL ISNUMOS O MATERIA PRIMA				\$ 907,891,200

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 43. Materiales indirectos

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD AÑO 1	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Bolsa ecológicas	Unidad	10,088	\$ 50	\$ 504,384
Cajas de cartón	Unidad	10,088	\$ 50	\$ 504,384
COSTO TOTAL MATERIALES INDIRECTOS				\$ 1,008,768

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 44. Prorrateo entre costos y gastos

RUBRO	PORCENTAJE COSTO	PORCENTAJE GAV	VALOR MES
Arriendo	70%	30%	\$ 1,800,000
Acueducto	30%	70%	\$ 80,000
Energía	50%	50%	\$ 600,000
Gas		100%	
Teléfono	30%	70%	\$ 120,000
Depreciación Construcciones y edificaciones		100%	\$ 0
Mitigación impacto ambiental	40%	60%	\$ 300,000
Internet	60%	40%	\$ 180,000
Seguros	50%	50%	\$ 200,000

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 45. Costo Fijos

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
Arriendo	\$ 1,260,000	\$ 15,120,000
Seguros	\$ 100,000	\$ 1,200,000
Teléfono	\$ 36,000	\$ 432,000
Internet	\$ 108,000	\$ 1,296,000
Jefe de producción (MOI)	\$ 0	\$ 0
Mitigación impacto ambiental	\$ 120,000	\$ 1,440,000
Depreciación operativa	\$ 114,410	\$ 1,372,920
Otro	\$ 0	\$ 0
TOTALES	\$ 1,738,410	\$ 20,860,920

Fuente: Elaboración propia

Costos variables. Los costos variables son aquellos que se presentan de vez en cuando y de manera inesperada, para la empresa se estiman los relacionados en el cuadro 37.

Cuadro 46. Costos Variables

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
MOD	\$ 0	\$ 0
Materiales directos	\$ 75,657,600	\$ 907,891,200
Materiales indirectos	\$ 84,064	\$ 1,008,768
Acueducto	\$ 24,000	\$ 288,000
Energía	\$ 300,000	\$ 3,600,000
Gas	\$ 0	\$ 0
Asesor técnico		\$ 0
Mantenimiento de maquinaria y equipo	\$ 30,099	\$ 361,185
Otro		\$ 0
TOTALES	\$ 76,095,763	\$ 913,149,153

Fuente: Elaboración propia

Costos totales.

Cuadro 47. Costos totales

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
Costos Fijos	\$ 1,738,410	\$ 20,860,920
Costos Variables	\$ 76,095,763	\$ 913,149,153
TOTALES	\$ 77,834,173	\$ 934,010,073

Fuente: Elaboración propia

Gastos de administración y ventas.

Cuadro 48. Nomina administrativa

CARGO	PORCENTAJE	GERENTE	AUX. ADMINISTRATIVO
Sueldo		\$ 2,000,000	\$ 1,000,000
Subsidio de transporte		\$ 0	\$ 117,172
Cesantías	8.333%	\$ 166,660	\$ 93,094
Intereses a las Cesantías	1.000%	\$ 20,000	\$ 11,172
Prima de servicios	8.333%	\$ 166,660	\$ 93,094

Vacaciones	4.167%	\$ 83,330	\$ 46,547
Salud	8.500%	\$ 170,000	\$ 85,000
Pensión	12.000%	\$ 240,000	\$ 120,000
ARL	0.500%	\$ 10,000	\$ 5,000
SENA	0.000%	\$ 0	\$ 0
ICBF	0.000%	\$ 0	\$ 0
Caja de compensación	4.000%	\$ 80,000	\$ 40,000
Dotación	5.000%	\$ 100,000	\$ 50,000
Salario real		\$ 3,036,650	\$ 1,661,079
Nº de puestos		1	1
COSTO TOTAL NÓMINA	\$ 56,372,743	\$ 36,439,800	\$ 19,932,943

Fuente: Elaboración propia

Gastos fijos de administración y ventas.

Cuadro 49. Gastos fijos de administración y ventas

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Nómina administrativa	\$ 4,697,729	\$ 56,372,743
Jefe de ventas	\$ 0	\$ 0
Arriendo	\$ 540,000	\$ 6,480,000
Acueducto	\$ 56,000	\$ 672,000
Energía	\$ 300,000	\$ 3,600,000
Gas	\$ 0	\$ 0
Teléfono	\$ 84,000	\$ 1,008,000
Internet	\$ 72,000	\$ 864,000
Administración redes sociales	\$ 0	\$ 0
Mantenimiento del sitio web o tienda virtual	\$ 0	\$ 0
Nombre de dominio	\$ 7,500	\$ 90,000
Hosting o servidor	\$ 74,167	\$ 890,000
Certificado de seguridad (SSL)	\$ 24,167	\$ 290,000
Licencias tecnológicas	\$ 0	
Seguros	\$ 100,000	\$ 1,200,000
Publicidad operativa	\$ 2,520,000	\$ 30,240,000

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Contador	\$ 600,000	\$ 7,200,000
Asesoría sg-sst	\$ 560,000	\$ 6,720,000
Papelería	\$ 45,000	\$ 540,000
Cafetería	\$ 80,000	\$ 960,000
Mitigación impacto ambiental	\$ 180,000	\$ 2,160,000
Matrícula mercantil	\$ 8,833	\$ 106,000
Amortización de diferidos	\$ 892,337	\$ 10,708,038
Depreciaciones administrativas	\$ 199,162	\$ 2,389,940
TOTALES	\$ 11,040,893	\$ 132,490,721

Fuente: Elaboración propia

Gastos variables de administración y ventas.

Cuadro 50. Gastos variables de administración y ventas

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gastos de representación	\$ 0	\$ 0
Nómina de ventas	\$ 3,322,157	\$ 39,865,886
Comisiones de ventas	\$ 0	\$ 0
TOTALES	\$ 3,322,157	\$ 39,865,886

Fuente: Elaboración propia

Gastos totales.

Cuadro 51. Gastos totales

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gastos fijos	\$ 11,040,893	\$ 132,490,721
Gastos variables	\$ 3,322,157	\$ 39,865,886
TOTAL	\$ 14,363,051	\$ 172,356,607

Fuente: Elaboración propia

5.3 CAPITAL DE TRABAJO

5.3.1 Periodo de capital de trabajo. El capital de trabajo necesario para cubrir ciclo de comercialización se planteó un periodo de tres meses, porque las ventas se empiezan a realizar desde el primer día de la apertura de la empresa, las ventas son de contado y el flujo de caja desde el primer día empieza a generar ingresos.

5.3.2 Estructura del crédito.

Amortización del crédito

Cuadro 52. Amortización del crédito

Préstamo	\$ 10,000,000	Interés mensual		1.80%
Periodo	24	Valor cuota mensual		516,808
PERIODO	CAPITAL	INTERESES	CUOTA MENSUAL	SALDO
1	\$ 336,808	\$ 180,000	\$ 516,808	\$ 9,663,192
2	\$ 342,871	\$ 173,937	\$ 516,808	\$ 9,320,321
3	\$ 349,042	\$ 167,766	\$ 516,808	\$ 8,971,279
4	\$ 355,325	\$ 161,483	\$ 516,808	\$ 8,615,954
5	\$ 361,721	\$ 155,087	\$ 516,808	\$ 8,254,233
6	\$ 368,232	\$ 148,576	\$ 516,808	\$ 7,886,001
7	\$ 374,860	\$ 141,948	\$ 516,808	\$ 7,511,141
8	\$ 381,607	\$ 135,201	\$ 516,808	\$ 7,129,534
9	\$ 388,476	\$ 128,332	\$ 516,808	\$ 6,741,058
10	\$ 395,469	\$ 121,339	\$ 516,808	\$ 6,345,589
11	\$ 402,587	\$ 114,221	\$ 516,808	\$ 5,943,002
12	\$ 409,834	\$ 106,974	\$ 516,808	\$ 5,533,168
	\$ 4,466,832	\$ 1,734,864	\$6,201,696	
13	\$ 417,211	\$ 99,597	\$ 516,808	\$ 5,115,957
14	\$ 424,721	\$ 92,087	\$ 516,808	\$ 4,691,236
15	\$ 432,366	\$ 84,442	\$ 516,808	\$ 4,258,870

16	\$ 440,148	\$ 76,660	\$ 516,808	\$ 3,818,722
17	\$ 448,071	\$ 68,737	\$ 516,808	\$ 3,370,651
18	\$ 456,136	\$ 60,672	\$ 516,808	\$ 2,914,515
19	\$ 464,347	\$ 52,461	\$ 516,808	\$ 2,450,168
20	\$ 472,705	\$ 44,103	\$ 516,808	\$ 1,977,463
21	\$ 481,214	\$ 35,594	\$ 516,808	\$ 1,496,249
22	\$ 489,876	\$ 26,932	\$ 516,808	\$ 1,006,373
23	\$ 498,693	\$ 18,115	\$ 516,808	\$ 507,680
24	\$ 507,670	\$ 9,138	\$ 516,808	\$ 0
	\$ 5,533,168	\$ 668,538	\$ 6,201,696	
	10,000,000			

Fuente: Elaboración propia

Gastos financieros. Los gastos financieros son de \$10.000.000 el cual se financiará en el Banco de Bogotá con un interés del 1,8% para un crédito de cartera ordinaria diferido a 2 años.

5.3.3 Cuadro resumen del capital de trabajo.

Cuadro 53. Resumen capital de trabajo

CONCEPTO	VALOR
Costos totales de producción	\$ 233,502,518
Gastos de administración y ventas	\$ 43,089,152
Gastos financieros	\$ 521,703
Menos Depreciaciones	-\$ 940,715
Menos Amortización diferidos	-\$ 2,677,010
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 273,495,648

Fuente: Elaboración propia

La depreciación y la amortización no se tiene en cuenta en el capital de trabajo porque no representan egresos o salidas de dinero de la empresa.

5.4 INVERSIÓN TOTAL

Cuadro 54. Inversión total

CONCEPTO	VALOR
Inversión fija	\$ 20,063,400
Inversión diferida	\$ 53,540,190
Inversión capital de trabajo	\$ 273,495,648
INVERSIÓN TOTAL	\$ 347,099,238

Fuente: Elaboración propia

La inversión requerida para crear la empresa comercializadora de dispensadores para la comida de animales domésticos en el municipio de San Martín Cesar, con sede virtual en Barranquilla, Atlántico es de \$347.099.238.

5.5 ESTRUCTURA DE CAPITAL

Cuadro 55. Estructura de capital

CONCEPTO	VALOR	PORCENTAJE
Socios fundadores	\$ 150,055,995	43.23%
Nuevos socios	\$ 187,043,243	53.89%
Crédito bancario	\$ 10,000,000	2.88%
TOTAL	\$ 347,099,238	100.00%

Fuente: Elaboración propia

5.5.1 Recursos propios. Se invertirán el 43.23% de los recursos propios por un valor de \$150.055.995 de pesos y por parte de los nuevos socios invertirán el 53.89% lo que equivale a un valor de \$ 187.043.243 pesos.

5.5.2 Recursos de financiación. Para la puesta en marcha del proyecto se financiará el 2.88% que equivalen a \$10.000.000 de pesos que hace falta para la inversión total, este crédito se realizará en el Banco de Bogotá con un interés del 1,8% bajo el crédito de cartera ordinaria.

5.6 PRECIO DE VENTA

Cuadro 56. Precio de venta

Costos totales de producción	\$ 934,010,073
Gastos de administración y ventas totales	\$ 172,356,607
Costos y gastos totales	\$ 1,106,366,680
Capacidad utilizada año 1	10,088
Costos y gastos totales unitarios	\$ 109,675
Margen de utilidad	13%
Precio de venta	\$ 126,064
Margen para el intermediario	0%
Precio al intermediario antes de IVA	\$ 126,064
Tasa de IVA o Impu consumo	19%
Precio al consumidor	\$ 155,635

Fuente: Elaboración propia

El precio al consumidor por el producto será de \$ 155.635 luego de pagar el impuesto al consumo del 19% por la compra del dispensador para la comida de animales domésticos.

5.7 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

5.7.1 Estado de Resultados proyectado.

Cuadro 57. Estado de resultado

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos operacionales	\$1,271,693, 292	\$ 1,308,232,0 85	\$ 1,344,770,8 78	\$ 1,381,309,6 71	\$ 1,417,848,4 64
Ingresos no operacionales					
TOTAL INGRESOS	\$1,271,693, 292	\$ 1,308,232,0 85	\$ 1,344,770,8 78	\$ 1,381,309,6 71	\$ 1,417,848,4 64
MENOS COSTOS DE PRODUCCIÓN					
Materiales	\$ 907,891,20 0	\$ 933,977,08 8	\$ 960,062,97 6	\$ 986,148,86 4	\$ 1,012,234,7 52
MOD	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
CIF	\$ 26,118,873	\$ 26,269,947	\$ 26,421,020	\$ 26,572,094	\$ 26,723,167
UTILIDAD BRUTA	\$ 337,683,21 9	\$ 347,985,05 0	\$ 358,286,88 2	\$ 368,588,71 3	\$ 378,890,54 5
MENOS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS					
Nómina administrativa	\$ 56,372,743	\$ 56,372,743	\$ 56,372,743	\$ 56,372,743	\$ 56,372,743
Gastos generales	\$ 115,983,86 4	\$ 117,129,30 6	\$ 118,274,74 9	\$ 119,420,19 1	\$ 120,565,63 3
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 165,326,61 2	\$ 174,483,00 1	\$ 183,639,39 0	\$ 192,795,77 9	\$ 201,952,16 9
Menos gastos financieros (Intereses)	-\$ 1,734,864	-\$ 668,538	\$ 0	\$ 0	\$ 0

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Menos 4x1000	-\$ 5,086,773	-\$ 5,232,928	-\$ 5,379,084	-\$ 5,525,239	-\$ 5,671,394
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 158,504,97 5	\$ 168,581,53 5	\$ 178,260,30 7	\$ 187,270,54 1	\$ 196,280,77 5
Menos Impuesto de Renta	-\$ 55,476,741	-\$ 59,003,537	-\$ 62,391,107	-\$ 65,544,689	-\$ 68,698,271
Menos Impuesto de Ind y Cio	-\$ 1,780,371	-\$ 1,831,525	-\$ 1,882,679	-\$ 1,933,834	-\$ 1,984,988
UTILIDAD NETA	\$ 101,247,86 3	\$ 107,746,47 3	\$ 113,986,52 0	\$ 119,792,01 8	\$ 125,597,51 6
Menos Reserva Legal	-\$ 10,124,786	-\$ 10,774,647	-\$ 11,398,652	-\$ 11,979,202	-\$ 12,559,752
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 91,123,077	\$ 96,971,825	\$ 102,587,86 8	\$ 107,812,81 6	\$ 113,037,76 4

Fuente: Elaboración propia

5.7.2 Flujo de Fondos proyectado.

Cuadro 58. Flujo de fondos proyectado

CONCEPTO	AÑO 5
Saldo de caja anterior	\$ 831,630,637
Flujos de efectivo de actividad de operación	
+INGRESOS	\$ 1,417,848,464
Operacionales	\$ 1,417,848,464
Ingresos no operacionales	\$ 0
- EGRESOS	-\$ 1,274,575,314
Materiales	\$ 1,012,234,752
MOD	\$ 0
CIF	\$ 26,723,167
Nómina administrativa	\$ 56,372,743

CONCEPTO	AÑO 5
Gastos generales	\$ 120,565,633
Menos depreciaciones	-\$ 3,762,860
Menos amortizaciones	-\$ 10,708,038
Impuesto de renta	\$ 65,544,689
Impuesto de Ind y Cio	\$ 1,933,834
4 x 1000	\$ 5,671,394
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDAD DE OPERACIÓN	\$ 143,273,150
Flujos efectivo actividades inversión	
+INGRESOS	\$ 1,250,000
Capital social	
Valor de salvamento	\$ 1,250,000
-EGRESOS	\$ 0
Compra de Equipo de oficina	
Compra de Equipo de computación y comunicación	
Compra de Maquinaria y equipo	
Compra de Terreno	
Compra de Construcciones y edificaciones	
Compra de Muebles y enseres	
Compra de Materiales, repuestos y accesorios	
Compra de Inventario de materia prima	
Inversión activos diferidos	
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO ACTIVIDADES INVERSIÓN	\$ 1,250,000
Flujos de efectivo de actividad de financiación	
+INGRESOS	
Préstamo bancario	
-EGRESOS	\$ 0
Abono a capital	\$ 0
Gastos financieros	\$ 0
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDAD DE FINANCIACIÓN	\$ 0
FLUJO DE EFECTIVO NETO (AUMENTO O DISMINUCIÓN)	\$ 144,523,150

Fuente: Elaboración propia

5.7.3 Estado de Situación Financiera inicial y proyectado. Este estado de situación financiera refleja el activo que se encuentra disponible en la empresa, de donde proviene y se puede notar el flujo efectivo, también se reflejan los activos fijos los cuales son el valor de la compra de la maquinaria, equipo de oficina, muebles, y enseres y herramientas necesarias para el buen funcionamiento de la empresa paraíso animal.

Cuadro 59. Estado de Situación Financiera inicial y proyectado

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo de caja anterior	\$ 0	\$ 273,495,648	\$ 442,004,689	\$ 562,266,842	\$ 694,162,985	\$ 831,630,637
Flujos de efectivo de actividad de operación						
+INGRESOS		\$ 1,271,693,292	\$ 1,308,232,085	\$ 1,344,770,878	\$ 1,381,309,671	\$ 1,417,848,464
Operacionales		\$ 1,271,693,292	\$ 1,308,232,085	\$ 1,344,770,878	\$ 1,381,309,671	\$ 1,417,848,464
Ingresos no operacionales		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
- EGRESOS		-\$ 1,096,982,555	-\$ 1,181,768,226	-\$ 1,212,874,735	-\$ 1,243,842,019	-\$ 1,274,575,314
Materiales		\$ 907,891,200	\$ 933,977,088	\$ 960,062,976	\$ 986,148,864	\$ 1,012,234,752
MOD		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
CIF		\$ 26,118,873	\$ 26,269,947	\$ 26,421,020	\$ 26,572,094	\$ 26,723,167
Nómina administrativa		\$ 56,372,743	\$ 56,372,743	\$ 56,372,743	\$ 56,372,743	\$ 56,372,743
Gastos generales		\$ 115,983,864	\$ 117,129,306	\$ 118,274,749	\$ 119,420,191	\$ 120,565,633
Menos depreciaciones		-\$ 3,762,860	-\$ 3,762,860	-\$ 3,762,860	-\$ 3,762,860	-\$ 3,762,860
Menos amortizaciones		-\$ 10,708,038	-\$ 10,708,038	-\$ 10,708,038	-\$ 10,708,038	-\$ 10,708,038
Impuesto de renta		\$ 0	\$ 55,476,741	\$ 59,003,537	\$ 62,391,107	\$ 65,544,689

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Impuesto de Ind y Cio		\$ 0	\$ 1,780,371	\$ 1,831,525	\$ 1,882,679	\$ 1,933,834
4 x 1000		\$ 5,086,773	\$ 5,232,928	\$ 5,379,084	\$ 5,525,239	\$ 5,671,394
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDAD DE OPERACIÓN	\$ 0	\$ 174,710,737	\$ 126,463,859	\$ 131,896,143	\$ 137,467,652	\$ 143,273,150
Flujos efectivo actividades inversión						
+INGRESOS	\$ 337,099,238	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 1,250,000
Capital social	\$ 337,099,238					
Valor de salvamento						\$ 1,250,000
-EGRESOS	-\$ 73,603,590	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Compra de Equipo de oficina	\$ 6,119,700					
Compra de Equipo de computación y comunicación	\$ 6,720,000					
Compra de Maquinaria y equipo	\$ 3,658,900					
Compra de Terreno	\$ 0					
Compra de Construcciones y edificaciones	\$ 0					
Compra de Muebles y enseres	\$ 3,364,900					
Compra de Materiales, repuestos y accesorios	\$ 199,900					
Compra de Inventario de materia prima	\$ 0					
Inversión activos diferidos	\$ 53,540,190					
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO ACTIVIDADES INVERSIÓN	\$ 263,495,648	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 1,250,000
Flujos de efectivo de actividad de financiación						

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
+INGRESOS	\$ 10,000,000					
Préstamo bancario	\$ 10,000,000					
-EGRESOS		-\$ 6,201,696	-\$ 6,201,706	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Abono a capital		\$ 4,466,832	\$ 5,533,168	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Gastos financieros		\$ 1,734,864	\$ 668,538	\$ 0	\$ 0	\$ 0
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDAD DE FINANCIACIÓN	\$ 10,000,000	-\$ 6,201,696	-\$ 6,201,706	\$ 0	\$ 0	\$ 0
FLUJO DE EFECTIVO NETO (AUMENTO O DISMINUCIÓN)	\$273,495,648	\$ 168,509,041	\$ 120,262,153	\$ 131,896,143	\$ 137,467,652	\$ 144,523,150

Fuente: Elaboración propia

5.8 EVALUACIÓN FINANCIERA

5.8.1 Razones financieras.

Razones de liquidez. Mide la capacidad de la organización para generar recursos y cumplir con sus compromisos operativos y financieros a corto y largo plazo.

Cuadro 60. Razón de liquidez

RAZONES DE LIQUIDEZ	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5

Razón corriente	activo corriente / pasivo corriente	No veces	7.04	9.24	10.80	12.32	13.79
Prueba acida**	activo corriente - inventarios / pasivo corriente	No veces	7.04	9.24	10.80	12.32	13.79
Capital de trabajo neto	activo corriente - pasivo corriente	unidades \$\$	\$ 379,214,409	\$ 501,431,780	\$ 629,889,198	\$ 764,152,114	\$ 904,220,528

Fuente: Elaboración propia

El capital de trabajo disponible para el primer año de operación de la comercializadora es de \$904.421.157 valor positivo para el proyecto, ya que, no es un monto elevado para la puesta en marcha de la empresa, los pasivos corrientes son el número de veces que son cubiertos con los activos corrientes es decir 13.79 pesos que se tienen para cubrir la deuda a corto plazo.

Razones de operación. Es la efectividad con que se están utilizando los recursos, para esto se tiene en cuenta la rotación de los activos corrientes, la rotación del activo fijo y el activo total.

Cuadro 61. Razón de operaciones

RAZONES DE OPERACIÓN	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rotación activo corriente	ventas/activo corriente	No veces	2.88	2.33	1.94	1.66	1.45
Rotación activo fijo	ventas / activo fijo neto	No veces	78.02	104.34	153.25	275.60	1,135.10
Rotación activo total	ventas / activo total	No veces	2.54	2.16	1.86	1.63	1.45

Fuente: Elaboración propia

La rotación del activo total es el número de veces que los activos rotan dentro de la empresa, en este caso son 1.45 veces rotan dentro del movimiento financiero de la empresa, por cada peso que se tiene invertido en el activo se está produciendo 1.45 pesos en ventas.

Razones de endeudamiento. Teniendo en cuenta que no se cuentan con todos los recursos suficientes, es necesario financiar algunos con el fin de producir lo esperado y así poder obtener la utilidad pronosticada. En la empresa paraíso animal para el primer año se tiene un endeudamiento total de 12.53%.

Cuadro 62. Razón de endeudamiento.

RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	RELACION	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Endeudamiento total	pasivo total / activo total	%	12.53 %	10.02 %	8.87%	7.96%	7.24%
Cobertura intereses	utilidad operacional / intereses	No veces	95.30	260.99	22.00	22.00	22.00
Índice participación patrimonial	patrimonio / activo total	%	87.47 %	89.98 %	91.13 %	92.04 %	92.76 %

Fuente: Elaboración propia

Razones de rentabilidad. La rentabilidad va de la mano con las ventas, su utilidad, los activos y el capital, es necesario tener el control sobre los costos y gastos para poder tener el margen de utilidad esperado.

Cuadro 63. Razón de rentabilidad.

RAZONES RENTABILIDAD	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Margen bruto utilidad	utilidad bruta/ ventas	%	26.55%	26.60%	26.64%	26.68%	26.72%
Margen utilidad neta	utilidad neta/ventas	%	7.96%	8.24%	8.48%	8.67%	8.86%
Rendimiento activos	utilidad neta/ activos totales	%	20.20%	17.75%	15.74%	14.14%	12.87%

Fuente: Elaboración propia

El margen bruto de utilidad para el primer año es del 26.55% valor aceptable y muy conveniente para poner en marcha el proyecto, el margen de utilidad neta es del 7,96%, es decir que por cada \$100 pesos en venta hay una utilidad bruta del 26.55% y se está produciendo una utilidad neta de \$7,96% centavos que va de forma creciente durante el horizonte del proyecto, se generan utilidad neta durante el primer año de operaciones.

5.8.2 Indicadores de viabilidad. Para determinar los indicadores de viabilidad se hayo la tasa mínima atractiva mixta refractada con el 16,43% aplicando una prima de riesgo del 15% y con una tasa de inflación de 5,62% con que cerró el año 2021.

Cuadro 64. Indicadores de viabilidad

Prima de riesgo al riesgo	15%
Inflación	5.62%
TMAR recursos propios	21.46%
Recursos crédito	23.87%
TMAR Banco	30.83%
Porcentaje aportación recursos propios	97.12%

Porcentaje aportación Banco	2.88%
TMAR MIXTA	21.73%
TMAR MIXTA DEFLACTADA	16.41%

Fuente: Elaboración propia

Tasa Interna Retorno (TIR). Es la rentabilidad que se obtiene en la inversión, que es del 31.72% se compara con la tasa de interés relevante, por cada peso invertido en la empresa se está generando una rentabilidad de 4036 pesos, lo cual es un valor positivo ya que, este valor es superior al 16.41% lo que representa la TMAR MIXTA DEFLACTADA.

Valor Presente Neto (VPN). Con este valor se puede evaluar el proyecto y determinar si la inversión cumple con el objetivo financiero. El valor presente neto es de \$ 122.455.463 valor superior a cero (0), con lo que se concluye que el proyecto es rentable y que se puede poner en marcha.

Período de recuperación. El periodo de recuperación en que la empresa se estaría recuperando de manera mayoritaria sería en el año 3 obteniendo un valor de \$ 292.694.791 recuperado.

Cuadro 65. Periodo de recuperación

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-\$ 337,099,23 8	\$ 168,509,0 41	\$ 120,262,1 53	\$ 131,896,1 43	\$ 137,467,6 52	\$ 144,523,1 50
VNA	-\$ 337,099,23 8	\$ 138,425,1 44	\$ 81,154,48 6	\$ 73,115,16 0	\$ 62,599,03 4	\$ 54,062,52 4
VALOR RECUPERADO		\$ 138,425,1 44	\$ 219,579,6 31	\$ 292,694,7 91	\$ 355,293,8 25	\$ 409,356,3 49

Fuente: Elaboración propia

Punto de equilibrio. Es el punto muerto donde la empresa ni pierde ni gana dinero, se determina los niveles bajos de ventas con los cuales pueden funcionar el proyecto.

Cuadro 66. Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	FÓRMULA	RESULTADO
En función de la capacidad instalada (%)	$PE = CF/(IT-CV)$	48.12%
En función de cantidades producidas (Q)	$PE = CF/(Pu-CVu)$	4,854
En función de volumen de ventas (\$)	$PE^* = CF / 1 - CV/IT$	\$ 611,953,440
En función del número de días año	$PE = PE^* / (VT/N)$	142

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 67. Costos

CF: costos fijos	\$ 153,351,641
CV: costo variable	\$ 953,015,039
CT: costos totales	\$ 1,106,366,680
IT: ingreso total	\$ 1,271,693,292
Pu: precio unitario	\$ 126,064
Cvu: costo variable unitario	\$ 94,473
VT: ventas totales	\$ 1,271,693,292
N: número días año	296
Capacidad utilizada año 1	10,088

Fuente: Elaboración propia

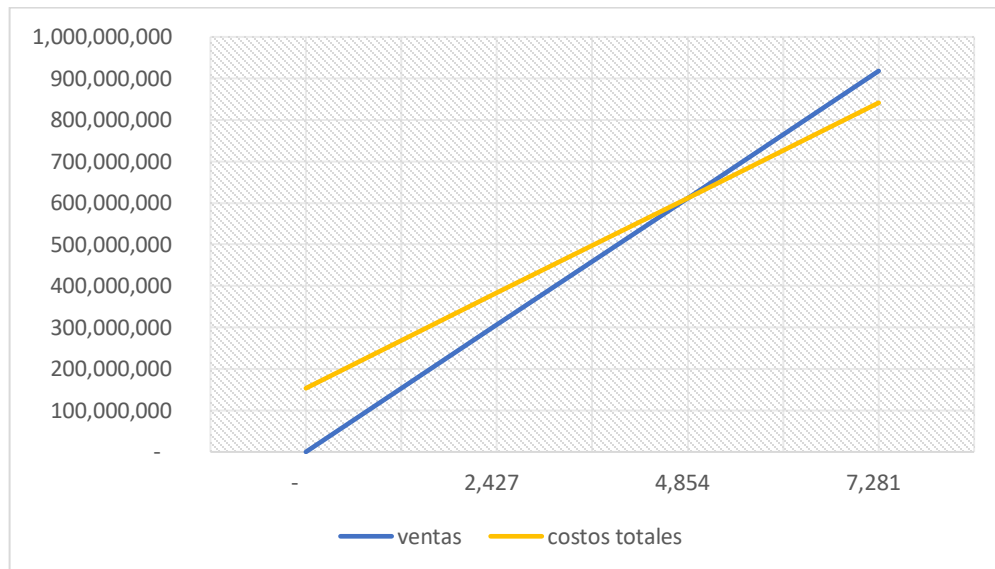
Cuadro 68. Punto de equilibrio

Punto de equilibrio	-	2,427	4,854	7,281
ventas	-	305,976,720	611,953,440	917,930,160
costos fijos	153,351,641	153,351,641	153,351,641	153,351,641
costos variables	-	229,300,900	458,601,799	687,902,699
costos totales	153,351,641	382,652,541	611,953,440	841,254,340
utilidad	- 153,351,641	- 76,675,820	-	76,675,820

Fuente: Elaboración propia

El punto de equilibrio se logra en el 48.12% de la capacidad utilizada o a los 142 días del año.

Figura 20. punto de equilibrio



Fuente: Elaboración propia

5.9 TAMAÑO DEL PROYECTO

La empresa se clasifica en el sector de comercio, se clasifica como una empresa pequeña porque sus ingresos operacionales para el año 1 está entre 1.534,1 millones a \$14.700 millones, que es la clasificación para las empresas del sector comercio, además cuenta con 5 colaboradores y según la clasificación anterior las microempresas no superaban los 10 empleados.⁷

⁷PORTAFOLIO. Desde el 2020 las empresas se clasificarán por sus ingresos. [En línea] [13 de diciembre de 2022] Disponible en: <https://www.portafolio.co/economia/desde-2020-las-empresas-se-clasificaran-por-sus-ingresos-530424>

6. CONCLUSIONES

Se concluye que el proyecto de la comercializadora de dispensadores para la comida de animales domésticos es viable desde el punto de vista de mercados al precisar la existencia de un mercado potencial insatisfecho con intención de compra y adquisición del servicio que cuenta como valor agregado.

El servicio que prestará la comercializadora se basa directamente en la venta de dispensadores para la comida de animales domésticos en el municipio de San Martín, Cesar que cuenta con una gran variedad de diseños del producto y que sea asequible a la comunidad en general.

La demanda total y efectiva del proyecto arrojó que el 65.94% de la población urbana del municipio de San Martín, Cesar conoce y compraría los productos que se van a comercializar en la empresa paraíso animal, ya sea para dormir, entretenimiento o alimentación.

El proyecto de la comercializadora de Dispensadores para comida de animales domésticos es factible desde el punto técnico e ingeniería, por contar con todos los recursos técnicos, humanos y proveedores para la comercialización del producto, para así brindar un excelente servicio e innovador para la comunidad en general del Municipio de San Martín, Cesar.

Para el buen funcionamiento de la empresa, se debe legalizar y constituir tanto administrativo como fiscal y legal de la misma, también se determinan las áreas funcionales y los respectivos cargos, por lo que se puede concluir que desde esta óptica es viable.

Para la empresa Paraíso Animal el precio de venta es de \$155.635, es decir, que está en un rango de precio moderado para el público y es aceptable para competir entre las otras empresas existentes.

Para el futuro montaje y puesta en marcha de la comercializadora, se requiere de una inversión total de \$ 347.099.238 los indicadores de viabilidad determinan que la TIR es de 31.72%, el VPN es de \$122.455.463 y el punto de equilibrio se necesitan vender 4.854 dispensadores al año, lo cual está en un rango aceptable de venta.

7. RECOMENDACIONES

Es conveniente que la empresa paraíso animal diseñe e implemente estrategias de publicidad y promoción, que serán planteadas en el proyecto de forma agresiva que generen competencia y que el cliente quede 100% satisfecho con su compra, según lo anteriormente mencionado es de gran importancia para lograr la participación e inclusión en el mercado y se convierte en una ventaja competitiva frente a la competencia.

También se debe implementar un sistema que asegure y promueva la calidad en cada uno de los procesos a realizar, para así lograr los certificados de calidad, mejor posicionamiento de la empresa a nivel local y nacional.

Por último, se debe recordar que el mundo de los negocios está en constante evolución, lo que hoy es tendencia mañana puede dejar de ser y es por eso que debes mantener una mente abierta al cambio.

BIBLIOGRAFÍA

ALCALDIA MUNICIPAL SAN MARTIN CESAR. Nuestro Municipio. [En línea]. Disponible en: <http://www.sanmartin-cesar.gov.co/municipio/nuestro-municipio>

CENSO NACIONAL DE POBLACION Y VIVIENDAS. DANE. [En línea]. Disponible en: <https://www.dane.gov.co/files/censo2018/informacion-tecnica/CNPV-2018-VIHOPE-v2.xls>

CLUB DE MASCOTAS. Dispensadores para Animales Domésticos. [En línea]. Disponible en: [Https://elclubmascotas.com/blog/dispensador-de-comida-para-perros-una-solucion](https://elclubmascotas.com/blog/dispensador-de-comida-para-perros-una-solucion)

COLL MORALES, Francisco. Teoría del océano azul. [En línea]. Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/estrategia-del-oceano-azul.html>

FUNCION PUBLICA. Gestor normativo. [En línea]. Disponible en: <https://acortar.link/9L34nr>

LEGIS COMER. El Sector de Productos para Mascotas Creció en Colombia. [En línea]. Disponible en: <https://www.legiscomex.com/Documentos/sector-productos-mascotas-crecio-colombia-oct-26-16-15not#:~:text=El%20sector%20de%20productos%20para%20mascotas%20creci%C3%B3%20en%20Colombia&text=De%20acuerdo%20con%20datos%20de,siga%20creciendo%20hasta%20el%202021>

MARTINEZ BAQUERO, Jorge Arbey. La Economía alrededor de las mascotas en Bogotá. [En línea]. Disponible en: <https://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/comercio-al-por-menor-industria-servicios/la-economia-alrededor-de-las-mascotas-en-bogota>

NORMA TÉCNICA NTC - ISOCOLOMBIANA. ICONTEC. [En línea]. Disponible en:
https://informacion.unad.edu.co/images/control_interno/NTC_ISO_14001_2015.pdf

ANEXOS

Anexo A. Encuesta dirigida a las personas que cuentan con animales domésticos

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL

Encuesta dirigida a las personas que cuentan con animales domésticos en el municipio de San Martín, Cesar y La Ciudad De Barranquilla, Atlántico.

Buenos días (tardes). Somos estudiantes de la Universidad Industrial de Santander, actualmente estamos desarrollando un estudio de factibilidad para la creación de una empresa Comercializadora de dispensadores para la comida de animales domésticos, como lo son perros y gatos, quisiéramos que, por favor nos conteste algunas preguntas. Sus respuestas serán de gran importancia para nosotros. ¡Gracias!

1. ¿Tiene usted perros y gatos en su hogar?
 - a. Si ___
 - b. No ___

2. ¿Cuántos perros y gatos tienen en su hogar?
 - a. Unos ___
 - b. Dos ___
 - c. Tres ___
 - d. Más de Tres ___

3. ¿Qué tipo de alimento consume su perro o gato?
 - a. Concentrado ___

- b.** Alimento Enlatado ____
 - c.** Comida Casera ____
 - d.** Otro ____

- 4.** ¿Dónde compra el alimento para su perro o gato?
 - a.** Tiendas de Barrio ____
 - b.** Tiendas Autorizadas ____
 - c.** Tiendas Veterinarias ____
 - d.** Tiendas Virtuales ____
 - e.** Otra ____

- 5.** ¿Por lo general donde compra productos para sus perros o gatos?
 - a.** Tiendas de Mascotas ____
 - b.** Clínicas Veterinarias ____
 - c.** Supermercados ____
 - d.** Tiendas Virtuales ____
 - e.** Otra ____

- 6.** ¿Cuánto invierte mensualmente en productos para sus perros o gatos?
 - a.** Entre \$ 50.000 _____
 - b.** Entre \$50.001 y \$100.000 _____
 - c.** Entre \$100.001 y \$150.000 _____
 - d.** Más de \$ 200.000 _____

- 7.** ¿Dónde sirve el alimento a su perro o gato?
 - a.** Tazas ____
 - b.** Suelo ____
 - c.** Dispensador ____
 - d.** Otro ____

8. ¿Conoce usted los dispensadores de alimento para mascota?
- Si ____
 - No ____
9. Indique que tipo de dispensadores conoce
- Individuales ____
 - Compartidos ____
 - Los que ponen en la calle ____
 - Programados ____
 - Otro _____
10. ¿Cuál sería la razón más importante a la hora de adquirir un dispensador?
- Diseño____
 - Precio ____
 - Calidad ____
 - Utilidad_____
11. ¿Estaría dispuesto a comprar dispensadores de alimento para perro y gato?
- Si ____
 - No_____
12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un dispensador de alimento para sus mascotas?
- Menos de \$ 50.000____
 - Entre \$50.000 y \$100.000____
 - Entre \$100.000 y \$150.000_____
 - Más de \$ 150.000_____
13. ¿Cuál sería el medio de su preferencia para conocer sobre el dispensador?
- Folletos____

- b.** Redes Sociales__
- c.** Afiches Publicitarios __
- d.** Otro ____
- e.** Otra ____