

ESTUDIO SOBRE LA VIABILIDAD ECONÓMICA – FINANCIERA DE LA
CREACIÓN DE LA EMPRESA “MASCOTTS S.A.S” COMERCIALIZADORA DE
PRODUCTOS PARA MASCOTAS EN EL ÁREA METROPOLITANA DE
PEREIRA EN EL PERIODO 2013 - 2014



Universidad
Tecnológica
de Pereira

KAREN DANIELA ESCALANTE GOMEZ
KAREM TRINIDAD TENORIO GOMEZ

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD INGENIERIA INDUSTRIAL
PEREIRA, RISARALDA
2015

ESTUDIO SOBRE LA VIABILIDAD ECONÓMICA – FINANCIERA DE LA
CREACIÓN DE LA EMPRESA “MASCOTTS S.A.S” COMERCIALIZADORA DE
PRODUCTOS PARA MASCOTAS EN EL ÁREA METROPOLITANA DE PEREIRA
EN EL PERIODO 2013 - 2014

**KAREN DANIELA ESCALANTE GOMEZ
KAREM TRINIDAD TENORIO GOMEZ**

TRABAJO DE GRADO PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OPTAR EL
TITULO DE INGENIERIA INDUSTRIAL

JHONIER CARDONA SALAZAR
DIRECTOR

UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE PEREIRA
FACULTAD INGENIERIA INDUSTRIAL
PEREIRA, RISARALDA
2015

NOTA DE ACEPTACION

FIRMA DIRECTOR

FIRMA JURADO

FIRMA JURADO

Pereira, 3 de febrero del 2015.

AGRADECIMIENTOS

Dedicamos este trabajo principalmente a Dios por regalarnos la vida y dotarnos de dones tan maravillosos. A nuestros padres y abuelos por el esmero para hacernos las personas que somos en este momento y por el apoyo para lograr este sueño que hoy se hace realidad.

Agradecemos a nuestro director Jhonier Cardona y a los diferentes profesores que colaboraron con este proyecto, por su paciencia, por creer en nosotras y por darnos cada una de los instrumentos para que este trabajo fuera un éxito.

DEDICATORIA

Agradezco y dedico este trabajo a mi madre Francy Yaneth Gómez Zuluaga y a mis abuelos por su lucha perseverancia para lograr que hoy mi sueño se haga realidad y por el apoyo constante en mi formación personal y profesional.

Karen Daniela Escalante Gómez

Dedico esta tesis principalmente a Dios quien fue mi guía durante este largo proceso para convertirme en Ingeniera industrial; de igual manera, a mi madre Olga Lucia Gómez, quien entrego su vida para hacerme la mujer que soy, gracias a su dedicación y apoyo incondicional. Finalmente a todos los que aportaron a labrar mi camino, con sus manos dispuestas a colaborar.

Karem Trinidad Tenorio Gómez

RESUMEN EJECUTIVO

El siguiente proyecto se desarrolló con el objetivo de evaluar la factibilidad de la creación de la empresa “MASCOTTTS S.A.S” dedicada a la venta de productos para mascotas por medio de catálogos, de tal modo que estos productos sean más accesibles para la comunidad y así contribuir al mejoramiento del bienestar de las mascotas del área metropolitana de Pereira.

El proyecto enfoco su desarrollo con la siguiente secuencia: inicialmente se realizó la identificación de las necesidades de los consumidores por medio de encuestas, estableciendo la demanda potencial y las estrategias de ventas, construyendo así un prototipo de catálogo de venta que muestra los productos que la empresa “MASCOTTTS S.A.S” ofrece a el mercado.

Posteriormente se diseñó la estrategia organizacional encargada de direccionar el funcionamiento de la empresa y a la vez identificar los recursos necesarios para dar marcha a la creación de dicha empresa.

Finalmente, se realizó un estudio profundo de los indicadores financieros los cuales determinaron la factibilidad de la empresa mediante presupuestos de inversión, ventas, costos de operación, balance general, nomina entre otros. Lo anterior con el fin de determinar la rentabilidad y los posibles riesgos que pueden afectar la ejecución de este proyecto.

Contenido

INTRODUCCION.....	16
ANTECEDENTES.....	17
1. ASPECTOS GENERALES.....	19
1.1 TÍTULO DEL PROYECTO.....	19
1.2 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	19
1.3 DELIMITACION DE LA INVESTIGACION.....	20
1.3.1 Cobertura.....	20
1.3.2 Académica.....	20
2. JUSTIFICACION.....	22
3. OBJETIVOS.....	23
3.1 OBJETIVO GENERAL.....	23
3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	23
4. MARCO DE REFERENCIA.....	24
4.1 MARCO TEORICO.....	24
4.2 MARCO CONCEPTUAL.....	25
4.2.1 Mascota.....	25
4.2.2 Bienestar animal.....	25
4.2.3 Catalogo.....	25
4.2.4 Empresa Comercializadora.....	26
4.2.5 Intermediario.....	26
4.3 MARCO LEGAL.....	26
5. DISEÑO METODOLOGICO.....	28
5.1 TIPO DE INVESTIGACION.....	28
5.2 METODO.....	28
5.3 FUENTES PARA RECOLECCION DE INFORMACION.....	28
5.4 TECNICAS DE LA RECOLECCION DE LA INFORMACION.....	29
5.4.1 Población.....	29
5.4.2 Muestra.....	29
5.4.2 Recursos.....	30
5.5 PRESENTACION E INTERPRETACION DE LA INFORMACION.....	31

5.6 CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA	44
6. ESTUDIO DEL MERCADO	45
6.1 DESCRIPCIÓN, NATURALEZA Y USO DEL PRODUCTO	45
6.2 DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL SECTOR	45
6.3 CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO:.....	47
6.4 CARACTERÍSTICAS DEL SEGMENTO	48
6.5 PERFIL DEL CONSUMIDOR	48
6.6 FLUJOGRAMA DE OPERACIONES	49
6.7 PORTAFOLIO DE PRODUCTOS.....	52
6.8 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	81
6.9 ANÁLISIS DE LA OFERTA	83
6.10 PRECIOS.....	84
6.11 CANALES.....	85
6.12 COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD	85
6.13 ESTUDIO TECNICO	86
6.13.1 Macro localización.....	86
6.13.2 Micro localización.....	87
6.13.3 Distribución de planta.	88
7. PROTOTIPO FUNCIONAL DEL CATÁLOGO “MASCOTTS S.A.S”	89
7.1 DISEÑO DEL PROTOTIPO.	89
7.2 EMPAQUE.....	89
7.4 LOGOTIPO	90
8. ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	91
8.1 ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL	91
8.2 ANÁLISIS DOFA.....	94
8.3 NATURALEZA JURIDICA	96
8.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	97
8.5 MAPA DE PROCESOS.	97
8.6 MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS.....	98
8.7 DESCRIPCIÓN, ANÁLISIS Y DISEÑO DE CARGOS	115

9	ESTRUCTURA FINANCIERO	122
9.1	PLAN DE INVERSIONES	122
9.2	PROYECCIÓN DE PRECIO DE VENTAS Y UNIDADES A VENDER	124
9.3	PROYECCIÓN GASTOS.....	125
9.4	PUNTO DE EQUILIBRIO	125
9.5	ESTADO DE RESULTADOS	126
9.6	BALANCE GENERAL.....	127
9.6.1	Balance de iniciación.....	127
9.6.1	Balance proyectado.....	129
9.7	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	129
9.7.1	Indicadores de liquidez.....	131
9.7.2	Indicadores de endeudamiento	131
9.7.3	Indicadores de Actividad	132
9.7.4	Indicadores de rendimiento	132
9.8	CONCLUSIÓN ESTUDIO FINANCIERO	133
10	CONCLUSIONES	134
11	RECOMENDACIONES	135
11.	BIBLIOGRAFIA.....	136

LISTA DE TABLAS

	Pagina
Tabla 1. Numero de encuestas a realizar por estrato.	30
Tabla 2. Recursos financieros.	31
Tabla 3. ¿Tiene usted mascotas?	31
Tabla 4. ¿Qué tipo de mascota tiene usted?	32
Tabla 5. ¿Cuál (es) de estos productos suele comprarle a su(s) mascota (s)?	33
Tabla 6. ¿Dónde adquieren esos productos?	35
Tabla 7. ¿Por qué realiza las compras en estos lugares?	36
Tabla 8. ¿Con que frecuencia compra en estos lugares?	37
Tabla 9. ¿Utiliza usted los servicios veterinarios?	37
Tabla 10. ¿Con que frecuencia utiliza los servicios veterinarios?	39
Tabla 11. ¿Le gusta hacer uso del servicio de venta por catálogo?	40
Tabla 12. ¿Por qué prefiere utilizar el servicio de venta por catálogo?	41
Tabla 13. ¿Le gustaría a usted que existiera un catálogo de productos para mascotas?	42
Tabla 14. ¿Estaría dispuesto usted a comprar los productos de su mascota por catálogo?	43
Tabla 15. Comida para perros Dog Chow.	52
Tabla 16. Comida para perros Ringo.	58
Tabla 17. Comida para perros Nutrecan.	60
Tabla 18. Enlatados para perros.	63
Tabla 19. Comida para gatos.	65
Tabla 20. Enlatados para gatos.	70
Tabla 21. Medicamentos.	72

Tabla 22. Elementos de aseo.	74
Tabla 23. Accesorios.	79
Tabla 24. Estudio de la demanda.	82
Tabla 25. Estudio de la oferta.	83
Tabla 26. Análisis DOFA.	94
Tabla 27. Manual de procesos y procedimientos Mercadeo y ventas.	98
Tabla 28. Identificación del procedimiento “Analizar la oferta y la demanda de la empresa”.	99
Tabla 29. Identificación del procedimiento “Definir estrategias de marketing MIX”.	99
Tabla 30. Identificación del procedimiento “Incentivar las ventas”.	101
Tabla31. Identificación del procedimiento “Recepción y despacho de productos”.	102
Tabla 32. Manual de procesos y procedimientos finanzas.	103
Tabla 33. Identificación del procedimiento “Registro de cuentas por cobrar y pagar”.	104
Tabla 34. Identificación del procedimiento “Contabilización de movimientos contables”.	105
Tabla 35. Identificación del procedimiento “Rendición de informes contables y financieros.	106
Tabla 36. Manual de procesos y procedimientos Abastecimiento y transporte.	108
Tabla 37. Identificación del procedimiento “Recepción y despacho de productos”.	109
Tabla 38. Identificación del procedimiento “Actualizar el inventario de la empresa”.	110
Tabla 39. Manual de procesos y procedimientos Talento humano.	111
Tabla 40. Identificación del procedimiento “Reclutamiento, inducción, capacitación y evaluación del desempeño”.	112

Tabla 41. Identificación del procedimiento “Elaboración de la nómina y planes incentivos”.	114
Tabla 42. Cargos, funciones, responsabilidades, requisitos para el gerente general.	115
Tabla 43. Cargos, funciones, responsabilidades, requisitos para el Auxiliar Administrativo.	116
Tabla 44. Cargos, funciones, responsabilidades, requisitos para el Vendedor.	118
Tabla 45. Cargos, funciones, responsabilidades, requisitos para el Contador.	119
Tabla 46. Cargos, funciones, responsabilidades, requisitos para el Almacenista.	120
Tabla 47. Presupuesto de activos.	122
Tabla 48. Tabla de amortización.	123
Tabla 49. Proyección de ventas anuales.	124
Tabla 50. Proyección de gastos.	125
Tabla 51. Punto de Equilibrio.	125
Tabla 52. Estado de Resultados.	127
Tabla 53. Balance de iniciación.	128
Tabla 54. Balance proyectado.	129
Tabla 55. Flujo de ingresos y egresos	130
Tabla 56. Evaluación financiera.	130
Tabla 57. Indicador de liquidez	131
Tabla 58: Indicador de endeudamiento.	131
Tabla 59: Indicador de actividad.	132
Tabla 60: Indicador de rendimiento.	132

LISTA DE GRÁFICOS

	Pagina
Gráfico N° 1 ¿Tiene usted mascotas?	32
Gráfico N° 2 ¿Qué tipo de mascota tiene usted?	33
Gráfico N° 3 ¿Cuál (es) de estos productos suele comprarle a su(s) mascota (s)?	34
Gráfico N° 4 ¿Dónde adquieren esos productos?	35
Gráfico N° 5 ¿Por qué realiza las compras en estos lugares?	36
Gráfico N° 6 ¿Con que frecuencia compra en estos lugares?	37
Gráfico N° 7 ¿Utiliza usted los servicios veterinarios?	38
Gráfico N° 8 ¿Con que frecuencia utiliza los servicios veterinarios?	39
Gráfico N° 9 ¿Le gusta hacer uso del servicio de venta por catálogo?	40
Gráfico N° 10 ¿Por qué prefiere utilizar el servicio de venta por catálogo?	41
Gráfico N° 11 ¿Le gustaría a usted que existiera un catálogo de productos para mascotas?	42
Gráfico N° 12 ¿Estaría dispuesto usted a comprar los productos de su mascota por catálogo?	43
Gráfico N° 13 Flujograma de operaciones.	48
Gráfico N° 14 Mapa de Pereira, Risaralda.	87
Gráfico N° 15 Ubicación de la empresa en la ciudad de Pereira.	87
Gráfico N° 16 Distribución de planta	88
Gráfico N° 17 Logotipo MASCOTTTS	90
Gráfico N° 18 Organigrama	97
Gráfico N° 19 Mapa de procesos	97

LISTA DE ANEXOS

	Pagina
Anexo A: Encuesta “Diagnostico intención de compra de productos para mascotas por catálogo”.	139
Anexo B: “Declaración Universal de los Derechos de los Animales.”	140
Anexo C: Información solicitada a la Secretaria de salud del departamento de Risaralda.	142
Anexo D: Información solicitada al departamento de planeación de la ciudad de Pereira acerca del número de hogares por estrato.	146
Anexo E: Información suministrada por la doctora Lina Arango, Cámara de comercio de Pereira.	148
Anexo F: Tabla de amortización	148
Anexo G: Nomina de la empresa “MASCOTTS S.A.S”.	149
Anexo H: Proyecciones punto de equilibrio	150
Anexo I: Flujo de caja	155
Anexo J: Flujo de ingresos y egresos.	156
Anexo K: Publicidad	156

INTRODUCCION

Actualmente, los animales domésticos se consideran un miembro importante dentro de las familias colombianas, debido a la fidelidad, protección, compañía, aporte al aprendizaje de niños y adultos, y a la ayuda importante en labores de rescate, lo cual genera un vínculo emocional innegable y perdurable con sus tenedores.

Sin embargo estos animales requieren de un cuidado físico y emocional especial, como resultado de su adaptación al hábitat del hombre, quien se convierte en el responsable directo de su bienestar; y es por esta razón, que se ha pensado en la creación de una empresa llamada "MASCOTTS S.A.S" que publicará, comercializará y venderá productos para el cuidado general de las mascotas por medio de un catálogo físico, cuyo fin primordial es facilitarle a los clientes el proceso de compra, de acuerdo a sus gustos y necesidades, desde cualquier lugar.

Este catálogo, se convertirá en el intermediario ideal, con fotos, teléfonos, correo electrónico, sitio web, asesoría medica veterinaria, empoderamiento de la fuerza de ventas quienes entregaran personalmente los productos, para que el consumidor se sienta seguro y pueda familiarizarse más con estos artículos indispensables para conservar la salud de las mascotas.

No obstante, para cristalizar esta idea, se hace necesario presentar en el contenido de este trabajo un análisis económico-financiero apoyado en un organizacional, de marketing y financiero, que permita conocer y justificar su viabilidad.

ANTECEDENTES

Según Catalina Sierra Pulido en el plan de negocios en el que desarrolla su idea de una clínica veterinaria llamada Mi mascota MIMA S.A.S presentado como tesis para optar por el título en especialización en gerencia humana, concluye “con este trabajo se pudo demostrar que en Colombia, los propietarios de mascotas invierten grandes sumas de dinero en la manutención diaria de sus animales, lo que lleva a que cada día su economía se vea más y más afectada” ¹ y esto se evidencio en la encuesta realizada a 50 individuos quienes , en su totalidad reconocieron que el servicio médico él es más utilizado para sus mascotas.

El estudio realizado por la encuesta Gfk, expresa que:

“Entre otras cosas, el estudio permitió concluir que de ese 29% de los colombianos que tienen una mascota, es Cali la ciudad que registra mayor número de mascotas con un 41 %, sigue Bogotá con un 27% y Medellín y Barranquilla igualan en un 24%. Otros datos de interés que fueron revelados por la investigación en Latinoamérica, aseguran que en Colombia el 36% de las personas divorciadas tienen mascotas y que el 32% de las personas que practican algún deporte también tienen una. Además, el espacio resulta ser un factor clave al momento de decidir adquirir una mascota, ya que del total de personas que tienen mascota, el 80% vive en casa y tan solo el 20% vive en apartamento.

Y curiosamente el hecho de vivir en arriendo disminuye la posibilidad de tener un animalito como un miembro más del hogar, pues tan solo el 34% de quienes viven en arriendo, reportan una mascota, comparado con el 66% de quienes son propietarios del inmueble. Así mismo, las personas que cuentan con una mascota dijeron “ser felices” en mayor número que quienes no tienen mascota”. ²

Esta información es relevante para el proyecto puesto que permite identificar características de los tenedores en Colombia.

Conforme al estudio que hizo la firma B&O options en junio de 2011 para la federación nacional de comerciantes (FENALCO) con el fin de cuantificar el negocio, más de la tercera parte de los hogares colombianos tiene mascota, es

¹ Sierra Pulido Catalina. Plan de negocio mi mascota MIMA S.A.S. Trabajo de grado especialización en gerencia del talento humano. Bogotá D.C. Institución universitaria CEIPA. 2011, 94p.

². Revista Dinero; 10 de julio del 2012. Disponible desde internet en:

<http://www.dinero.com/pais/articulo/en-colombia-los-prefieren-perros/161464> Acceso el 17-9-2013.

decir, el 37% de ellos. Al respecto concluyeron “Sin duda, los gastos para la manutención, los servicios de salud y el entrenamiento de las pequeñas mascotas es un tema que va en aumento, pero también es un hecho que se ha convertido en parte de la canasta familiar y por ello no es raro que dentro de los productos de la misma se incluyan estos elementos para estos integrantes de la familia”³, lo que demuestra que es un mercado atractivo y rentable.

Según el director operativo de salud pública del departamento de Risaralda “a la fecha (con corte a primer semestre de 2012) en el departamento de Risaralda se cuenta con 98.339 animales, entre caninos 76% y felinos 24%....en Pereira hay 39.595 caninos y 12.542 felinos”⁴, estas cifras son importantes para cuantificar esta población.

³ Mascotas: crecen las oportunidades de negocio. [Internet] Disponible desde: <http://www.fenalco.com.co/contenido/934>. Citado el 17 de Septiembre de 2013.

⁴ Colombia. Secretaria de salud del departamento de Risaralda Estudio de la dirección operativa de salud Pulica secretaria de salud departamental. Censo canino y felino de Risaralda. 2013

1. ASPECTOS GENERALES

1.1 TÍTULO DEL PROYECTO.

Estudio sobre la viabilidad económica – financiera de la creación de la empresa “MASCOTTS S.A.S” comercializadora de productos para mascotas en el área metropolitana de Pereira en el periodo 2013 – 2015.

1.2 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

1.2.1 Planteamiento del problema.

Durante los últimos años la relación hombre-mascota se ha intensificado hasta convertirse en un auténtico vínculo filial evidenciado en la constante preocupación de los dueños por brindarle una mejor calidad de vida a sus mascotas, con cuidados especiales semejantes a los que les ofrecen a sus hijos, convirtiéndose esto en una situación altamente cuestionada por el entorno social.

Por consiguiente, es notorio el incremento de la demanda de productos veterinarios en la ciudad, con base a la cantidad de animales existentes que según el programa de zoonosis del departamento de Risaralda, **(Ver anexo c)** alcanzan los 98.339 entre caninos (76%) y felinos (24%), lo que manifiesta un mercado altamente atractivo para penetrar con, accesorios, juguetes, elementos de aseo, medicamentos, alimentos entre otros.

Por otra parte, el aumento de campañas como vacunación antirrábica, esterilización de caninos y felinos, capacitación y trabajo intersectorial e interinstitucional, adelantadas por la secretaría de salud del departamento **(Ver anexo c)** han tenido gran impacto en el bienestar de los animales callejeros lo que ha incentivando la adopción o apadrinamiento para minimizar la población de estos en las calles, y mejorar las condiciones de vida de los que cuentan ya con un hogar.

En consecuencia, la inversión que hacen entes públicos y privados en el mantenimiento de estos animales, es una oportunidad para los productores y distribuidores de productos veterinarios de reportar rentabilidad en sus operaciones, obligando a que la producción de estos insumos sea a mayor escala y con más oferta, ya que aún no han logrado satisfacer plenamente a sus clientes, quizás por los estigmas sociales en el país de que un animal no merezca un trato digno por el poco tiempo que lleva en el mercado esta tendencia de compra.

Por lo tanto, se plantea el diseño de un catálogo con los principales productos que los tenedores usan para mantener a sus mascotas en óptimas condiciones, que

les permita recibir los productos en la puerta de su casa, atendiendo las principales necesidades que estos manifiesten durante el estudio de mercados, con productos de alta calidad que contribuyan al bienestar de las mascotas de la ciudad de Pereira, que representan para el año 2013, 39.595 caninos y 12.442 felinos.

1.2.2 Formulación del problema.

¿Cuál es la viabilidad económica-financiera que tendrá la creación de la empresa “MASCOTTS S.A.S” dedicada a la venta y comercialización de productos para el cuidado de mascotas por medio de un catálogo físico?

1.2.3 Sistematización del problema.

¿Cuáles son las necesidades y preferencias del consumidor que se van a identificar para tomar decisiones de marketing?

¿Cómo será el prototipo funcional del catálogo con todas sus especificaciones técnicas?

¿Cuáles serán los aspectos organizacionales de la empresa?

¿Con qué herramientas financieras se evaluará la viabilidad del proyecto para conocer su rentabilidad?

1.3 DELIMITACION DE LA INVESTIGACION

1.3.1 Cobertura

El desarrollo de la investigación se realiza durante septiembre del 2013 y noviembre del 2014.

El estudio se dirige a los estratos tres, cuatro, cinco y seis del área metropolitana de la ciudad de Pereira, Risaralda.

1.3.2 Académica

Para la elaboración del presente proyecto se consideran las siguientes materias pertenecientes al pensum del programa de Ingeniería Industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira.

- Estadística III
- Seminario de investigación
- Legislación laboral y comercial
- Mercados I y II
- Administración de personal
- Formulación y Evaluación de Proyectos
- Economía
- Análisis financiero
- Sistema de costeo
- Contabilidad de empresas

2. JUSTIFICACION

Al observar la necesidad de las personas por mantener a sus mascotas en las mejores condiciones adquiriendo diversos productos para su cuidado en corto tiempo, sin recorrer largas distancias, con asesoría clara, veraz y oportuna, se plantea la creación de un catálogo físico en donde se publicaran artículos utilizados para el bienestar de perros, gatos, aves, roedores y peces, como alimentos, medicamentos, accesorios, elementos de aseo ,e información útil con asesoría medica veterinaria con el fin de facilitarle a los consumidores la compra de todo lo que necesita su animal de compañía , desde la comodidad de su hogar sin que tengan que hacer mayor esfuerzo.

Por tal motivo, este proyecto no solo busca satisfacer las expectativas de los clientes con rapidez y exclusividad, sino tambien motivarlos e informarlos sobre una tenencia responsable que implique su participación consiente y activa en la buena salud de sus animales para la toma de decisiones oportunas.

Lo anterior se justifica en la desinformación y desinterés de los tendedores acerca de un control veterinario adecuado para la prevención de las enfermedades de sus mascotas, causadas por diversas bacterias, virus o parásitos conocidas por médicos y veterinarios como zoonosis. Esta apatía genera un deterioro en el bienestar de estos animales y un riesgo para sus dueños.

En efecto, es necesario que las personas mejoren la convivencia con sus animales de compañía sin desatender su vida profesional, social o familiar, para que puedan disfrutar de estos, cuidándolos con productos de calidad y exclusivos de acuerdo a sus necesidades.

Además, las empresas de la ciudad dedicadas a la fabricación y/o distribución de los productos para animales domésticos, tendrán la oportunidad de comunicarlos públicamente en el catálogo que les permita realizar un programa de comercialización directa para su producto con estrategias que incrementen el consumo y mejoren las utilidades de sus negocios.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL.

Determinar la viabilidad económica – financiera para la creación de la empresa “MASCOTTS S.A.S” comercializadora de productos de mascotas en el área metropolitana de Pereira.

3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- Realizar una investigación de mercados donde se establezca las preferencias de los propietarios de las mascotas (Consumidores).
- Diseñar el prototipo funcional del catálogo físico donde se muestren los productos ofrecidos por la empresa “MASCOTTS S.A.S”.
- Definir la estructura organizacional de la empresa.
- Realizar un estudio financiero para determinar la rentabilidad del proyecto.

4. MARCO DE REFERENCIA

4.1 MARCO TEORICO

En la actualidad el vínculo existente entre los seres humanos y las personas se ha ligado estrechamente, donde los dueños buscan ofrecer un bienestar a estas especies que se encuentran vulnerables, según la investigación realizada por el gobierno británico en 1965 en la cual “*se constituyó el Comité Brambell que revisó el bienestar animal en sistemas de cría intensiva y estableció unos estándares mínimos.*”⁵ Publicado en el libro de resúmenes “*bienestar animal: experimentación, producción compañía y zoológicos*”, en el cual se sustenta que en los últimos años las prácticas para el cuidado animal se han intensificado haciendo claridad en la fomentación de los buenos tratos para los animales.

Lo anterior, apoya la postulación que defiende la “*Declaración universal de los derechos de los animales*”, instada por corrientes de pensamientos que buscaban defender estas especies considerándolas parte esencial del equilibrio de la vida en el planeta tierra, aunque esta declaración no es conocida por muchas personas la biblia también afirma que el ser humano es responsable del cuidado de las especies que lo rodean y que debe velar por el bienestar y la existencia de estos.

Por esta razón, se demuestra que la acción de proteger a los animales viene desde hace muchos años y es deber de cada persona velar por esto; No obstante algunas personas ignoran dichos deberes y los pasan por alto, haciendo daño a estos animales que se encuentran desprotegidos por falta de leyes que regulen y apoyen su cuidado.

Con el paso de los años las prácticas en pro de la defensa de los animales ha tomado fuerza dando inicio a la fundación de organismos dedicados exclusivamente a la protección de estos, como lo son clínicas veterinarias, fundaciones y/o asociaciones protectoras de animales, o simplemente grupos de personas que día a día realizan labores en busca de la conservación de la vida animal sobre el planeta.

Sin embargo, debieron pasar muchos años para que el ser humano se concientizara de su papel en la conservación de la naturaleza, en este periodo existieron varios representantes que influenciaron en la historia con grandes aportes como lo son el filósofo Jeremy Bentham quien postuló que “*los animales por su capacidad de sentir agonía y sufrimiento, independientemente de que tuviesen la capacidad de diferenciar entre "bien" y "mal" deben tener unos*

⁵ Curso de Extensión Universitaria Córdoba, febrero de 2003; Bienestar animal: Experimentación, producción, compañía y zoológicos; Disponible desde internet en: http://www.uco.es/grupos/etologia/INVESTIGACION/Publicaciones/libro_bienestar_animal.pdf [Con acceso el 19-9-2013].

derechos fundamentales como el derecho a la vida y a su seguridad, y a estar libres de la tortura y de la esclavitud” y el filósofo Peter Albert David Singer con su libro *“Animal Liberation”* en el cual defiende a los animales argumentando que deben ser tratados por su capacidad de sentir dolor, este personaje con sus argumentos da pie a el inicio de la liberación de los derechos animales, y a un gran cuestionamiento acerca de las diferentes prácticas que rodean el trato que se les da a estos.

Así, con la concientización de las personas los animales entran a ser parte de nuestras familias, con necesidades claras de alimentación, medicamentos, y otros elementos que garanticen sus bienestar, esto obliga a que la sociedad acepte a los animales como un miembro más de esta y que el mercado haga parte de su portafolio los productos que sean necesarios para el cuidado de los animales, por esto es que desde este trabajo de grado se propone la creación de un catálogo que facilite la compra de diferentes elementos que puedan facilitar el cuidado de nuestras mascotas en nuestros hogares defendiendo y cumpliendo con los derechos de los animales establecidos en la *“Declaración universal de los derechos de los animales”*.

4.2 MARCO CONCEPTUAL.

4.2.1 Mascota. Según la ley de castilla y León de protección de los animales, “Son animales de compañía los animales domésticos o domesticados a excepción de los de renta y de los criados para el aprovechamiento de sus producciones, siempre y cuando a lo largo de su vida se les destine única y exclusivamente a este fin.”⁶

4.2.2 Bienestar animal. Según el artículo Bienestar animal y su impacto económico, “El bienestar animal se entiende como el factor más importante para que los animales alcancen el mejor estado de salud posible y es esencial para que manifiesten en forma racional un máximo beneficio económico”⁷.

4.2.3 Catalogo. “Publicación empresarial cuyo fin es la promoción de productos o servicios que una compañía ofrece. En éste una compañía, encuentra la manera

⁶ Ley de castilla y León de protección de los animales. [Internet] Disponible en: <http://www.voraus.com/ley/es/000011.html> Acceso: 9 de Septiembre del 2013.

⁷ Bienestar animal y su impacto económico. [Internet] Disponible en: http://www.produccion-animal.com.ar/etologia_y_bienestar/bienestar_en_general/86-bienestar_e_impacto_economico.pdf Acceso: 13 de Septiembre del 2013.

más ordenada de exponer sus productos o servicios, al público consumidor y generalmente, está compuesto por varias imágenes que presentan visualmente, los productos o los servicios que en él se ofrecen. El catálogo, es principalmente visual”.⁸

4.2.4 Empresa Comercializadora. Según Anthony Jay las empresas son “Instituciones para el empleo eficaz de los recursos mediante un gobierno (junta directiva), para mantener y aumentar la riqueza de los accionistas y proporcionarles seguridad y prosperidad a los empleados.... Comerciales: Estas empresas se dedican a la compra y venta de productos terminados y sus canales de distribución son los mercados mayoristas, minoristas o detallistas y los comisionistas”⁹

4.2.5 Intermediario. “Persona o Empresa que interviene en el proceso de Comercialización ya sea entre el productor primario y el industrial o entre éste y el Consumidor. Los intermediarios cumplen la Función especializada de unir al productor con los demandantes finales de lo que éste produce, y su Función se hace más importante, hasta llegar a ser indispensable, a medida que se complejizan los intercambios en las sociedades modernas y los mercados se extienden en el Tiempo y en el espacio”.¹⁰

4.3 MARCO LEGAL

“Declaración Universal de los Derechos de los Animales Considerando que todo animal posee derechos y que el desconocimiento y desprecio de dichos derechos han conducido y siguen conduciendo al hombre a cometer crímenes contra la naturaleza y los animales”¹¹. **(Ver anexo B)**

Leyes de la nación de Colombia aportadas por la secretaria de salud del departamento.

⁸ Catalogo.us. [Internet] Disponible en: <http://www.catalogo.us/> Acceso: 13 de Septiembre del 2013.

⁹Concepto de la empresa. [Internet] Disponible en: [http://www.elprisma.com/apuntes/administracion de empresas/empresa/](http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/empresa/) Acceso: 13 de Septiembre del 2013.

¹⁰ Concepto de Intermediario. [Internet] Disponible en: <http://www.eco-finanzas.com/diccionario//INTERMEDIARIO.htm> Acceso: 13 de Septiembre del 2013.

¹¹Declaración universal de los derechos humanos. [Internet] Disponible en: <http://www.me.gov.ar/efeme/diaanimal/derecho.html> Acceso: 6 de Septiembre del 2011

Ley 9 de 1979: Congreso de la república de Colombia, Por la cual se dictan medidas sanitarias.

Ley 746 de 2002: Congreso de Colombia, Por la cual se regula la tenencia y registro de perros potencialmente peligrosos.

Ley 84 de 1989: Congreso de la república de Colombia, Estatuto nacional de protección de los animales.

Ley 5ª de 1972: Congreso de la república de Colombia, Por lo cual se provee a la fundación y funcionamiento de las juntas protectoras de animales

Decreto 2257 de 1986: Ministerio de salud y protección social, Por la cual se reglamentan parcialmente los títulos VII y XI de la ley 9ª de 1979, en cuanto a investigación, prevención, y control de la zoonosis.

Decreto 2676 de 2000: Ministerio del medio ambiente y ministerio de salud y protección social, Por el cual se reglamenta la gestión integral de los residuos hospitalarios y similares¹²

RESOLUCION 3761 de 2009: Por medio de la cual se dictan disposiciones sanitarias y de control para la comercialización a granel de alimentos para perros y gatos.¹³

¹² Decreto 2676 de 2000. [Internet] Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=11531> Acceso: 6 de Septiembre del 2011

¹³ COLOMBIA. ICA. Resolución 003761 del 6 de Octubre de 2009. [Internet] disponible en: <http://www.ica.gov.co/Normatividad/Normas-Ica/Resoluciones.aspx?page=20>. Acceso 17 de septiembre de 2013

5. DISEÑO METODOLOGICO

5.1 TIPO DE INVESTIGACION

La investigación del proyecto será de tipo cuantitativo apoyado en estudios descriptivos, dado que se utilizarán rigores estadísticos con la información recolectada por medio de encuestas para caracterizar la población que presenta la necesidad de brindar a sus mascotas un mejor bienestar.

5.2 METODO.

El estudio se realizará en las siguientes fases:

1. **Fase de investigación de mercados.** En esta etapa se realizará un análisis de demanda, oferta y precios, determinando las tendencias del mercado objetivo.
2. **Fase organizacional.** Definir la estructura y estrategia organizacional y los aspectos legales de la empresa "MASCOTTS S.A.S" de acuerdo al direccionamiento estratégico.
3. **Fase de análisis financiero.** Analizar las fuentes de financiación, el capital de trabajo, costos y gastos del proyecto, acompañado de un análisis con los estados financieros básicos proyectados.
4. **Fase de concluyente.** Determinar la rentabilidad de la implementación del proyecto.

5.3 FUENTES PARA RECOLECCION DE INFORMACION

- 5.3.1 **Información primaria.** Se utilizará la encuesta como instrumento de investigación, con el fin de identificar la percepción, los gustos, los estilos de vida y las tendencias que tiene el mercado objetivo.

5.3.2 Información secundaria.

- Información solicitada a la secretaria de salud de la gobernación de Risaralda, oficina zoonosis, con número de radicación: 23718-R.
- Fuentes de Internet
- Bases de datos.

5.4 TECNICAS DE LA RECOLECCION DE LA INFORMACION

5.4.1 Población.

La población objetivo para el presente proyecto son los ciudadanos de Pereira que tengan mascotas en sus hogares y se medirá con una muestra representativa y aleatoria la aceptación de nuestro producto en este mercado.

El tipo de muestreo será aleatorio simple y se utilizara un la información suministrada por parte del departamento de planeación de la ciudad de Pereira. **(Ver anexo D).**

5.4.2 Muestra.

Se toma como muestra de la población de Pereira 385 hogares, con el fin de realizar la recolección de la información.

n= Número de hogares-muestra pertenecientes a los estratos 3, 4, 5 y 6 de la ciudad de Pereira, Risaralda.

P= Proporción de la población que posee las características de interés.

q = 1- P: Proporción de rechazo.

e= error o máxima diferencia entre la proporción muestral y la proporción de la población=0,05

Z= Nivel de confianza correspondiente del 95% con un Z de 1,96 de confiabilidad en los resultados

$$n = \frac{pq}{\left(\frac{e}{Z}\right)^2} \quad n = \frac{(0,5)(0,5)}{\left(\frac{0,05}{1,96}\right)^2} = 384.16 \approx 385$$

Tabla 1. Numero de encuestas a realizar por estrato.

POBLACION	CANTIDAD DE HOGARES	MUESTRA	NUMERO DE ENCUESTAS A REALIZAR
Estrato 3	18094	0,34579368	133
Estrato 4	15487	0,29597141	114
Estrato 5	11831	0,22610175	87
Estrato 6	6914	0,13213317	51
Total	52326	1	385

Fuente. Trabajo de campo

5.4.2 Recursos

La realización de las 385 encuestas y la ejecución como tal de proyecto de grado tuvo en cuenta los siguientes recursos:

5.4.2.1 Recursos técnicos

- Computadora con conexión a internet
- Papelería
- Transporte
- Impresora
- Fotocopiadora
- Celular
- Biblioteca Universidad Tecnológica de Pereira
- Biblioteca del Banco de la Republica de Pereira
- Biblioteca virtual

5.4.2.2 Recursos humanos

La realización de las 384 encuestas y del proyecto de grado se encuentra a cargo de los estudiantes de ingeniería industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira, Karem Trinidad Tenorio Gómez y Karen Daniela Escalante Gómez.

5.4.2.3 Recursos Financieros

Tabla 2. Recursos financieros

CONCEPTO	VALOR
Internet	100.000
Resma de papel	11.000
Fotocopias	30.000
Viáticos	100.000
Cartuchos	55.000
Empastado	50.000
Catalogo	60.000
Otros	20.000
Total	426.000

Fuente. Trabajo de campo

5.4.2.4 Recolección de la información

La información fue recolectada mediante entrevistas personales, según la encuesta diseñada previamente. **(Ver anexo A).**

5.5 PRESENTACION E INTERPRETACION DE LA INFORMACION.

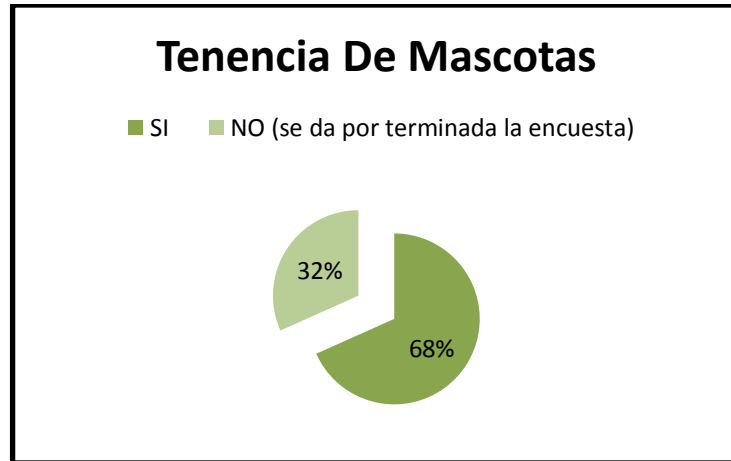
1. ¿Tiene usted mascotas?

Tabla 3. ¿Tiene usted mascotas?

ITEM	CANTIDAD	PARTICIPACION
SI	263	68%
NO	122	32%
TOTAL	385	100%

Fuente. Trabajo de campo.

Gráfico N° 1 ¿Tiene usted mascotas?



Fuente. Trabajo de campo.

- **CONCLUSION**

El 68% de la población de Pereira correspondiente a 263 hogares tienen mascotas, y un 32% no cuentan con ellas. Lo anterior contribuye a la hipótesis de que cada día son más los hogares que cuentan con mascotas, y evidencia el potencial del mercado de animales de compañía.

2. ¿Qué tipo de mascota tiene usted?

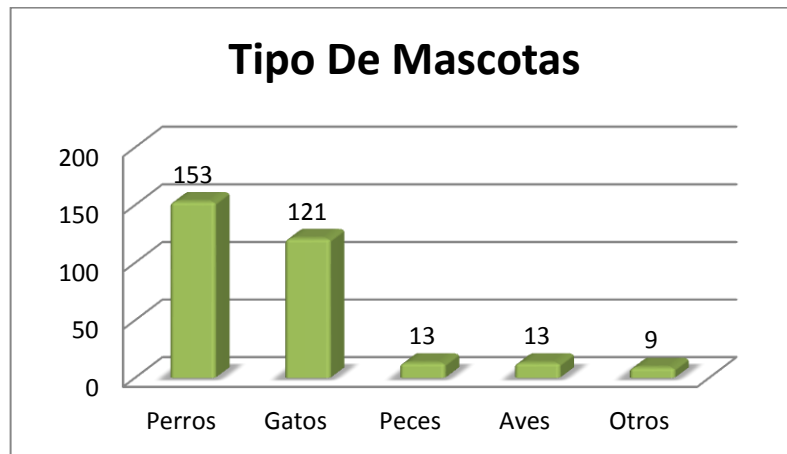
Tabla 4. ¿Qué tipo de mascota tiene usted?

ITEM	CANTIDAD	PARTICIPACION
Perros	153	50%
Gatos	121	39%
Peces	13	4%
Aves	13	4%
Otros	9	3%
TOTAL	-	100%

Fuente. Trabajo de campo.

Pregunta de selección múltiple en la que los encuestados tenían la posibilidad de elegir una o más opciones por lo que el total de respuestas es diferente a 385.

Gráfico N° 2 ¿Qué tipo de mascota tiene usted?



Fuente. Trabajo de campo.

- **CONCLUSION**

El 50% y el 39% de los hogares tienen perros y gatos respectivamente, siendo estas cifras las más representativas dentro de este estudio; en un porcentaje menor al 11% se tienen, peces, aves y otros animales mencionados por los encuestados como son hámster, conejos y caballos.

3. ¿Cuál o cuáles de estos productos suele comprarle a su (s) mascota (s)?

Tabla 5. ¿Cuál (es) de estos productos suele comprarle a su(s) mascota (s)?

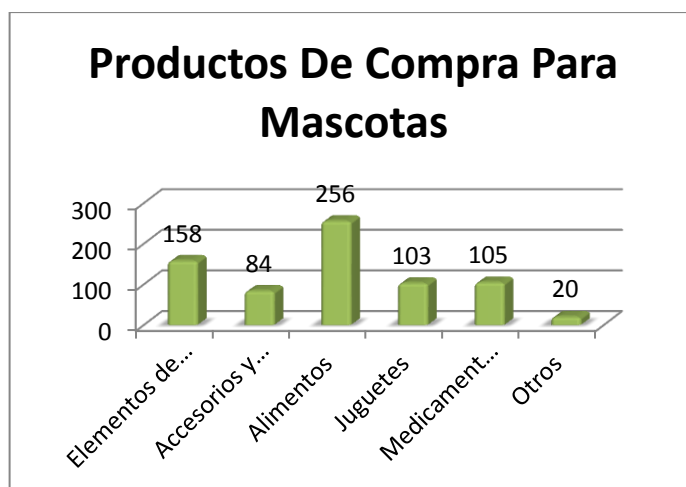
ITEM	CANTIDAD	PARTICIPACION
Elementos de aseo	158	22%
Accesorios y ropa	84	12%
Alimentos	256	35%
Juguetes	103	14%

Medicamentos/ vitaminas	105	14%
Otros	20	3%
TOTAL	-	100%

Fuente. Trabajo de campo.

Pregunta de selección múltiple en la que los encuestados tenían la posibilidad de elegir una o más opciones por lo que el total de respuestas es diferente a 385.

Gráfico N° 3 ¿Cuál (es) de estos productos suele comprarle a su(s) mascota (s)?



Fuente. Trabajo de campo.

- **CONCLUSION**

Los productos más buscados en el mercado para animales según los encuestados son los alimentos con un 35% de participación en la encuesta, seguido de los elementos de aseo con un 22%, lo que indica que se deberá incluir con mayor cantidad y variedad, alimentos en el catálogo “MASCOTTSS SAS”

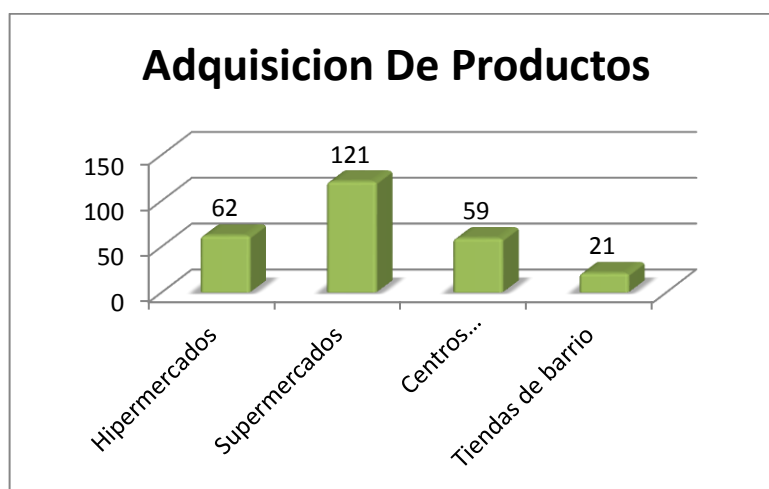
4. ¿Dónde adquieren estos productos?

Tabla 6. ¿Dónde adquieren esos productos?

ITEM	CANTIDAD	PARTICIPACION
Hipermercados	62	24%
Supermercados	121	46%
Centros veterinarios	59	22%
Tiendas de barrio	21	8%
TOTAL	263	100%

Fuente. Trabajo de campo.

Gráfico N° 4 ¿Dónde adquieren esos productos?



Fuente. Trabajo de campo.

• CONCLUSION

Los elementos necesarios para el cuidado de las mascotas, según los hogares pereiranos encuestados, suelen ser adquiridos principalmente en supermercados con un porcentaje de aceptación del 46% correspondiente a 121 hogares, lo que indica, que serán ellos la principal competencia de este proyecto.

5. ¿Por qué realiza sus compras en estos lugares?

Tabla 7. ¿Por qué realiza las compras en estos lugares?

ITEM	CANTIDAD	PARTICIPACION
Precios	144	55%
Cercanía	71	27%
Tradición	48	18%
TOTAL	263	100%

Fuente. Trabajo de campo.

Gráfico N° 5 ¿Por qué realiza las compras en estos lugares?



Fuente. Trabajo de campo.

- **CONCLUSION**

Los hogares manifiestan que los lugares elegidos para realizar sus compras son elegidos por los precios que estos ofrecen según el 55% de los encuestados, es decir que “MASCOTTS”, deberá vender a precios justos y competitivos, según la estrategia de precios establecidos en la mezcla de mercadeo, ya que se debe satisfacer el cliente, y cubrir los costos y gastos de la empresa.

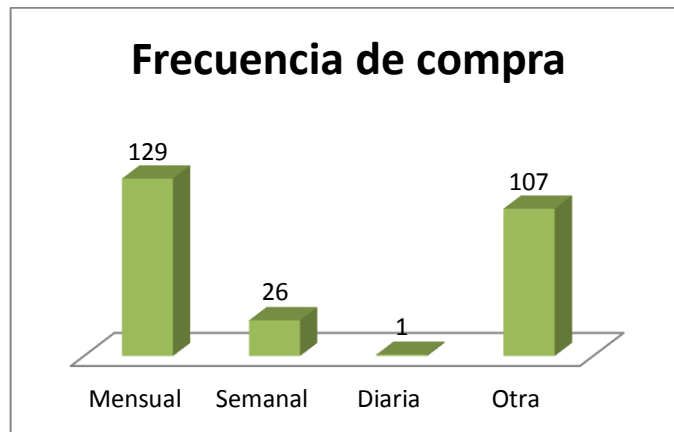
6. ¿Con que frecuencia compra en estos lugares?

Tabla 8. ¿Con que frecuencia compra en estos lugares?

ITEM	CANTIDAD	PARTICIPACION
Mensual	129	49%
Semanal	26	10%
Diaria	1	0%
Otra	107	41%
TOTAL	263	100%

Fuente. Trabajo de campo.

Gráfico N° 6 ¿Con que frecuencia compra en estos lugares?



Fuente. Trabajo de campo.

- **CONCLUSION**

Las compras de los elementos para mascotas son realizadas en su mayoría según 129 hogares, de 263 encuestados, de manera mensual, aprovechando el tiempo de pago de nómina de sus empresas; de igual manera 107 hogares realizan sus compras en periodos diferentes a mensual, semanal o diaria, ya que esta decisión depende de la necesidad inmediata de adquirir el producto; De acuerdo a estos resultados, se puede inferir que la frecuencia de comercialización del catálogo será mensual.

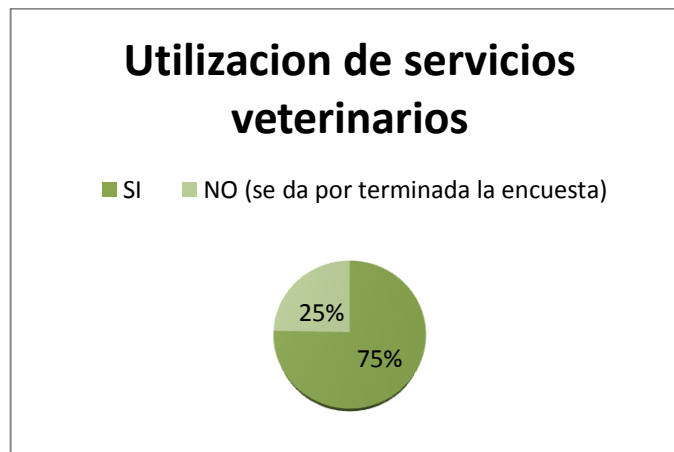
7. ¿Utiliza usted los servicios veterinarios?

Tabla 9. ¿Utiliza usted los servicios veterinarios?

ITEM	CANTIDAD	PARTICIPACION
SI	198	75%
NO	65	25%
TOTAL	263	100%

Fuente. Trabajo de campo.

Gráfico N° 7 ¿Utiliza usted los servicios veterinarios?



Fuente. Trabajo de campo.

• **CONCLUSION**

El 75% de los hogares de Pereira encuestados, que corresponden a 198, hacen uso de los servicios veterinarios en busca de un mejor bienestar para sus mascotas, lo que permite concluir, que es importante ofrecer un servicio de asesoría y atención veterinaria dentro del catálogo “MASCOTTS SAS”; Para ratificar esta conclusión , se hace necesario evaluar los estados financieros, para saber, si es posible prestar un asesoría veterinaria a los clientes.

8. ¿Con que frecuencia utiliza los servicios veterinarios?

Tabla 10. ¿Con que frecuencia utiliza los servicios veterinarios?

ITEM	CANTIDAD	PARTICIPACION
Mensual	78	39%
Semanal	2	1%
Diaria	0	0%
Otra	118	60%
TOTAL	-	100%

Fuente. Trabajo de campo.

Gráfico N° 8 ¿Con que frecuencia utiliza los servicios veterinarios?



Fuente. Trabajo de campo.

- **CONCLUSION**

El 60% de los hogares encuestados llevan a sus mascotas a centros veterinarios Pereiranos, con frecuencias diferentes a mensuales, es decir, generalmente lo hacen de manera semanal o diaria (otras); la asistencia depende del estado de salud del animal, cronograma de vacunas o control preventivo, por lo cual, el servicio veterinario será prestado por una empresa externa a “MASCOTTSSAS”, de acuerdo a las necesidades del cliente.

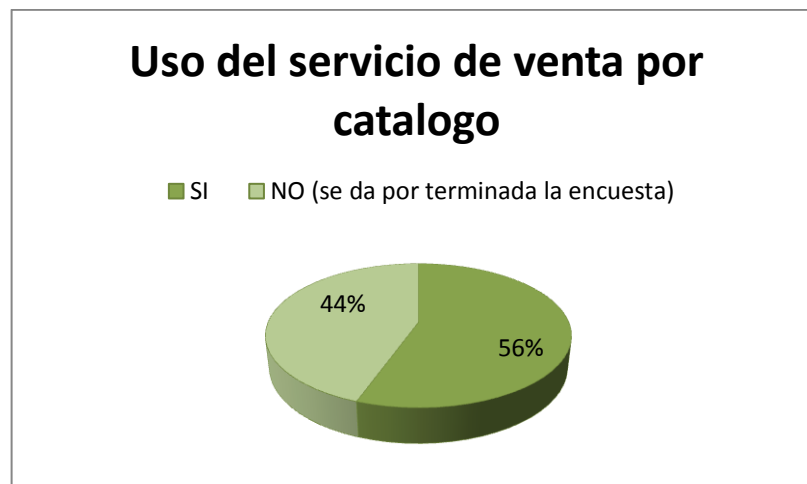
9. ¿Le gusta hacer uso del servicio de venta por catálogo?

Tabla 11. ¿Le gusta hacer uso del servicio de venta por catálogo?

ITEM	CANTIDAD	PARTICIPACION
SI	146	56%
NO	117	44%
TOTAL	263	100%

Fuente. Trabajo de campo.

Gráfico N° 9 ¿Le gusta hacer uso del servicio de venta por catálogo?



Fuente. Trabajo de campo.

• CONCLUSION

El 56% correspondiente a 146 hogares Pereiranos encuestados, manifiestan la aceptación en el uso de los catálogos para realizar sus compras para las mascotas, motivo por el cual, se deberán fidelizar, e incrementar la fuerza de ventas para captar más mercado; La viabilidad de este proyecto se definirá en el estudio financiero.

10. ¿Por qué prefiere utilizar el servicio de venta por catálogo?

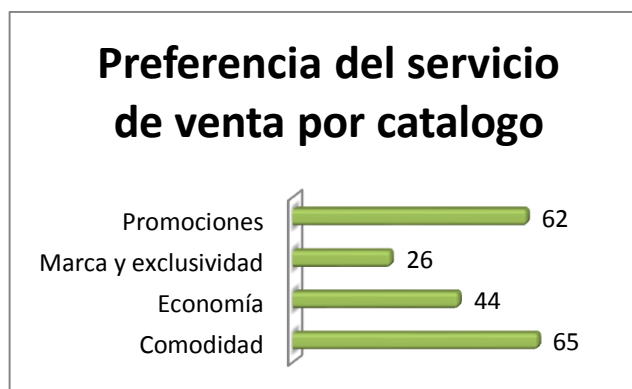
Tabla 12. ¿Por qué prefiere utilizar el servicio de venta por catálogo?

ITEM	CANTIDAD	PARTICIPACION
Comodidad	65	33%
Economía	44	22%
Marca y exclusividad	26	13%
Promociones	62	32%
TOTAL	-	100%

Fuente. Trabajo de campo.

Pregunta de selección múltiple en la que los encuestados tenían la posibilidad de elegir una o más opciones por lo que el total de respuestas es diferente a 385.

Gráfico N° 10 ¿Por qué prefiere utilizar el servicio de venta por catálogo?



Fuente. Trabajo de campo.

- **CONCLUSION**

Los hogares Pereiranos en su mayoría usan la venta por catálogo buscando promociones y comodidad de compra con un porcentaje respectivo del 62% y del 65%, y es precisamente, lo que se les piensa ofrecer, el beneficio de lugar y de precio

11. ¿Le gustaría a usted que existiera un catálogo de productos para mascotas?

Tabla 13. ¿Le gustaría a usted que existiera un catálogo de productos para mascotas?

ITEM	CANTIDAD	PARTICIPACION
SI	146	100%
NO	0	0%
TOTAL	146	100%

Fuente. Trabajo de campo.

Gráfico N° 11 ¿Le gustaría a usted que existiera un catálogo de productos para mascotas?



Fuente. Trabajo de campo.

• CONCLUSION

El 100% de los hogares que realizan compras por medio de catálogos aceptarían que existiera uno exclusivo para la venta de productos para mascotas, a pesar de que solo el 54% de ellos está acostumbrado a usarlo, es un buen indicador, de que se puede captar más mercado y crear confianza, con calidad en el servicio y productos, precios justos, y mejor asesoría en el cuidado de los animales de compañía.

12. ¿Estaría dispuesto usted a comprar los productos de su mascota por catálogo?

Tabla 14. ¿Estaría dispuesto usted a comprar los productos de su mascota por catálogo?

ITEM	CANTIDAD	PARTICIPACION
SI	144	99%
NO	2	1%
TOTAL	146	100%

Fuente. Trabajo de campo.

Gráfico N° 12 ¿Estaría dispuesto usted a comprar los productos de su mascota por catálogo?



Fuente. Trabajo de campo.

- **CONCLUSION**

De los hogares encuestados que utilizan como medio de compra los catálogos 144 hogares estarían dispuestos a adquirir sus elementos para mascotas por medio de este sistema de compra, lo que indica que el catálogo será un medio aceptado para la venta y comercialización de productos para mascota

5.6 CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA

Las encuestas realizadas a los hogares de la ciudad de Pereira con el fin de evaluar la viabilidad, en cuanto a gustos, preferencias y necesidades , para la creación y puesta en marcha de la empresa “MASCOTTTS SAS” dedicada a la venta de productos para mascotas por medio de un catálogo físico, arrojó como resultado una aceptación relevante y significativa para este estudio, ya que permite concluir que debido a que el 54% de los encuestados, usaría un catálogo para mascotas para realizar sus ventas buscando comodidad, promociones y precios justos, se hace necesario potencializar la fuerza de ventas para fidelizar y captar más clientes.

De igual manera, se evidencia una gran iniciativa por parte de los encuestados, de darle importancia al bienestar de sus animales con el uso frecuente de servicios veterinarios para elevar sus índices de bienestar, al igual, que la compra de alimentos en su mayoría, los cuales tendrán una gran participación dentro del total del portafolio de productos ofrecidos en catalogo

En conclusión, se encuentra poco viable, crear un catálogo para la venta de elementos de aseo, alimentos, medicamentos y accesorios para las mascotas, apoyados con la opinión de un profesional en veterinaria que realice consejos y consultas por medio de la empresa “MASCOTTTS S.A.S” ; Esta conclusión se ratificara con el estudio financiero.

6. ESTUDIO DEL MERCADO

6.1 DESCRIPCIÓN, NATURALEZA Y USO DEL PRODUCTO

La empresa “MASCOTTS S.A.S” tiene como objetivo principal, además de ser rentable, contribuir al bienestar de los animales de compañía, por medio de su actividad económica, con un modelo de catálogo que dará solución a las principales necesidades de sus clientes.

MASCOTTS S.A.S funcionará como empresa intermediaria entre los grandes distribuidores de la ciudad de elementos para el cuidado de las mascotas y los consumidores finales, facilitando su accesibilidad, con la visita puerta a puerta de los vendedores, quienes ofrecerán el portafolio de productos de la empresa contenidos dentro un catálogo físico.

La empresa funcionará como centro de distribución, que almacenara dichos productos, y estará dotado de un sistema logístico estructurado que permitirá la máxima satisfacción del cliente final luego de solicitarse el pedido a los agentes de ventas.

6.2 DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL SECTOR

El programa de Zoonosis de la secretaria de salud de Risaralda registró 98339 animales entre caninos y felinos en este departamento (anexo 1) y en Pereira 52137 en el último censo anual de 2013; Se estimó que el 18% son animales callejeros pero con algún doliente, lo que comprobó el periódico la tarde en su publicación virtual:

Entre el 2006 y 2012 el número de esta población se duplicó, ya que de acuerdo con el censo realizado en 2006 por la Secretaría de Salud, había 22 mil perros y gatos en la ciudad siendo Villasantana, una de las zonas donde hay más caninos, con mil en total....según Reinaldo Melo, coordinador de Zoonosis en la Secretaría de Salud, Pereira es la única ciudad del país que está adelantando un censo exhaustivo de la población felina y canina,

con el fin de reducir el riesgo de enfermedades transmitidas al ser humano a través de sus mascotas.¹⁴

Esto evidencia la preocupación no solo los tenedores sino de los entes públicos que reconocen la necesidad de controlar el crecimiento de estos animales, para evitar que los abandonen y sufran en las calles debido a la irresponsabilidad o desinformación de sus amos.

Estas acciones han convertido a Pereira en una ciudad consiente del mejoramiento de la calidad ambiental, evidenciado en el programa de la alcaldía llamado Entornos Familiares Saludables y Solidarios ENFASYS¹⁵, el cual está enmarcado en la línea estratégica Pereira Humana del Plan de Desarrollo “Pereira, Región de Oportunidades”, que incluye en sus actividades de prevención y promoción el levantamiento de censos para cuantificar perros y gatos en la ciudad. Esta información es necesaria no solo para la prevención de enfermedades por parte de la dirección de zoonosis, la cual además tiene campañas de vacunación, esterilización y capacitación, si no para los empresarios que necesitan conocer el mercado.

Por consiguiente, actualmente el país cuenta con varias empresas veterinarias que comercializan todo tipo de productos para el cuidado de mascotas y ofrecen sus servicios clínicos, pues encontraron en esta actividad una oportunidad de negocio que conforme al estudio que hizo la firma B&O optimus en junio de 2011 para la federación nacional de comerciantes (FENALCO) con el fin de cuantificar el negocio, más de la tercera parte de los hogares colombianos tiene mascota, es decir, el 37% de ellos, y que el 44% de los hogares que tienen perros son de clase alta, es decir que en Pereira hay 17422 animales que convierten a sus dueños en nuestro mercado meta; Al respecto concluyeron:

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

¹⁴En 6 años la población de perros y gatos se duplicó, Disponible en internet: <http://www.latarde.com/noticias/pereira/108768-en-6-anos-la-poblacion-de-perros-y-gatos-se-duplico?quicktabs_3=0> Acceso: 11 de Abril de 2013

¹⁵ Disponible en internet: <<http://www.dlspereira.gov.co/intranet/web/es/enfasys2>> Acceso 30 de Octubre De 2013

473.000 millones de pesos, y el gasto per cápita alcanzó los 61.000 pesos.¹⁶

Lo anterior demuestra que es un mercado atractivo y rentable.

Sin embargo, a pesar de que el mercado de las mascotas crezca cada día más debido a su agradable compañía y fidelidad, las empresas han tenido que cambiar la forma de contactar al cliente para satisfacer sus necesidades de forma rápida y eficiente, y es por esto que no solo han pensado en la venta directa sino en el comercio electrónico, que según Dajibis Martínez reportero del periódico la republica, cada día gana más adeptos ,situación que aclaro Juan Carlos Martínez, gerente general de Ciudaddemascotas.com :“La idea nació en agosto del 2012 por la suma de dos pasiones: el comercio electrónico y hacer empresa. Sabía que este negocio en Colombia estaba en su etapa inicial y que había más problemas que soluciones, pero esto también significa oportunidades”.¹⁷

Razón por la cual, varias empresas venden sus producto a todas las ciudades del país, incluido a Pereira , que es una ciudad que genera confianza y rentabilidad a los inversionistas especialmente del sector terciario al que pertenece la empresa Mascotts, el cual genera el 73% del PIB en la ciudad puesto que a pesar del desempleo y la crisis económica los Pereiranos aprovechan las promociones y variedades del mercado para satisfacer sus necesidad y sus antojo según un sondeo realizado por el periódico la tarde¹⁸ con 100 personas en al año 2012; Por lo anterior se puede concluir que el mercado de mascotas en la ciudad es prometedor lo que favorece a la empresa Mascotts en cuanto a que están personas tienen deseos de verse bien y esto se refleja finalmente en su entorno y manera de vivir incluyendo a sus mascotas.

6.3 CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO:

El producto actualmente se encuentra en sus etapas del ciclo del desarrollo, debido a que no se ha cristalizado ni puesto en funcionamiento la idea de negocio. Se espera, entrar en una etapa de crecimiento, que no generará muchas utilidades

¹⁶ Mascotas: crecen las oportunidades de negocio Disponible en: <http://www.fenalco.com.co/contenido/934>. Acceso. 30 Octubre de 2013

¹⁷ Crece el comercio online de mascotas en el mercado, Disponible en http://www.larepublica.co/agronegocios/crece-el-comercio-online-de-mascotas-en-el-mercado_53591. Acceso. 30 Octubre de 2013

¹⁸ Antojo y necesidad, por eso consumen los pereiranos. Disponible en :<http://www.latarde.com/noticias/economica/102754-antojo-y-necesidad-por-eso-consumen-los-pereiranos> Acceso. 30 Octubre de 2013

a la empresa, según el estudio financiero (**Ver tabla 52**), pero aumentarán si se potencializa la fuerza de ventas y se capta más mercado; en efecto se necesitan recursos económicos para desarrollar totalmente el catálogo y la adquisición de los productos necesarios para el cuidado de las mascotas contenidas en él, por lo cual se deberá financiar el 35% de la inversión inicial con la entidad Bancoldex. Se implementará la estrategia de diversificación, es decir incursionar en el mercado de mascotas con algo innovador, y con una distribución selectiva, debido a que se llegará a los clientes de estrato 3 al 6, con productos de diferentes precios y marcas, pero con mejor calidad en el servicio de entrega .

6.4 CARACTERÍSTICAS DEL SEGMENTO

Mercado objetivo: Personas que tengan perros y gatos como animales de compañía en la ciudad de Pereira.

Mesurable: En Pereira, según el último censo de la Oficina de Zoonosis de la Secretaría de Salud departamental, hay 38495 animales de compañía entre caninos y felinos en la ciudad de Pereira, de los cuales el 18% son callejeros pero tiene un dueño

Identificable: Se establece con claridad a quienes se dirige este proyecto, es decir a los dueños que conviven con perros y gatos mascotas, con capacidad adquisitiva para el mantenimiento de estos, que les guste el diseño, la calidad y estética de los productos que utilizan.

6.5 PERFIL DEL CONSUMIDOR

Características geográficas:

Región: Pereira

Densidad: Urbano

Características demográficas:

Edad: 20 a 70 años

Sexo: M y F

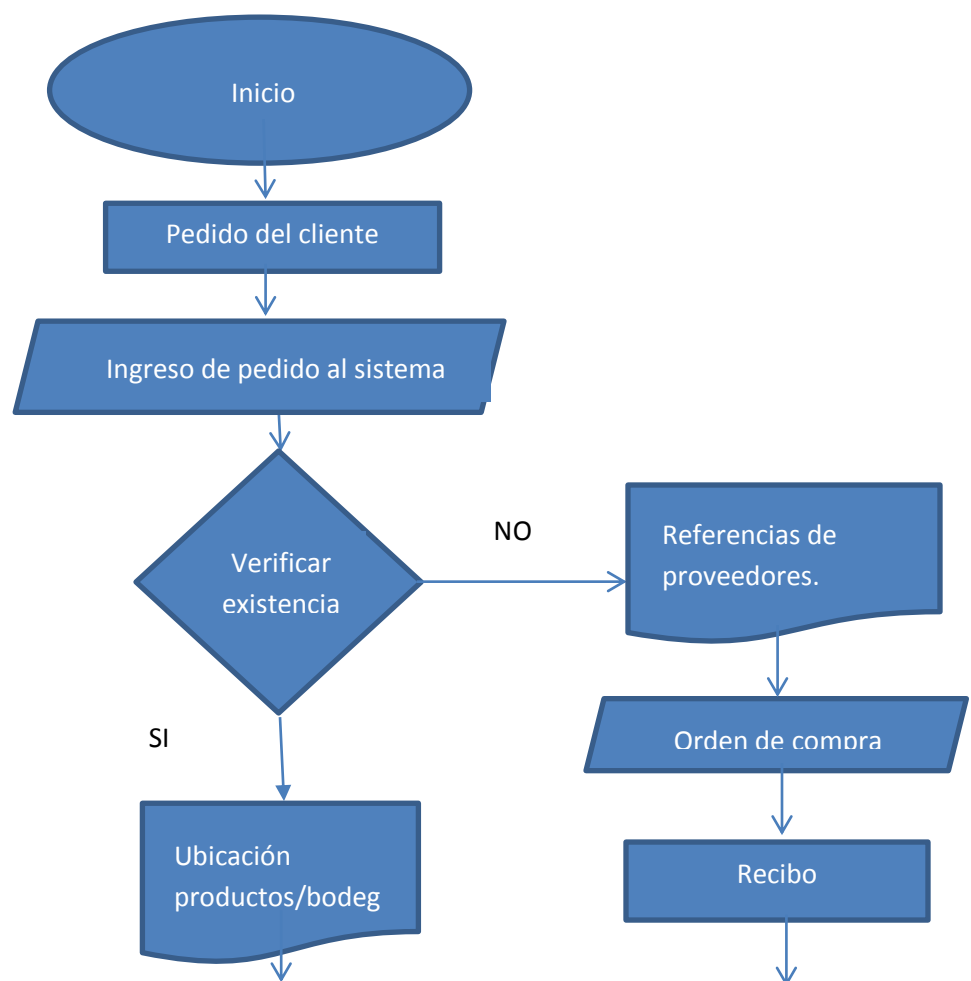
Psicográficas:

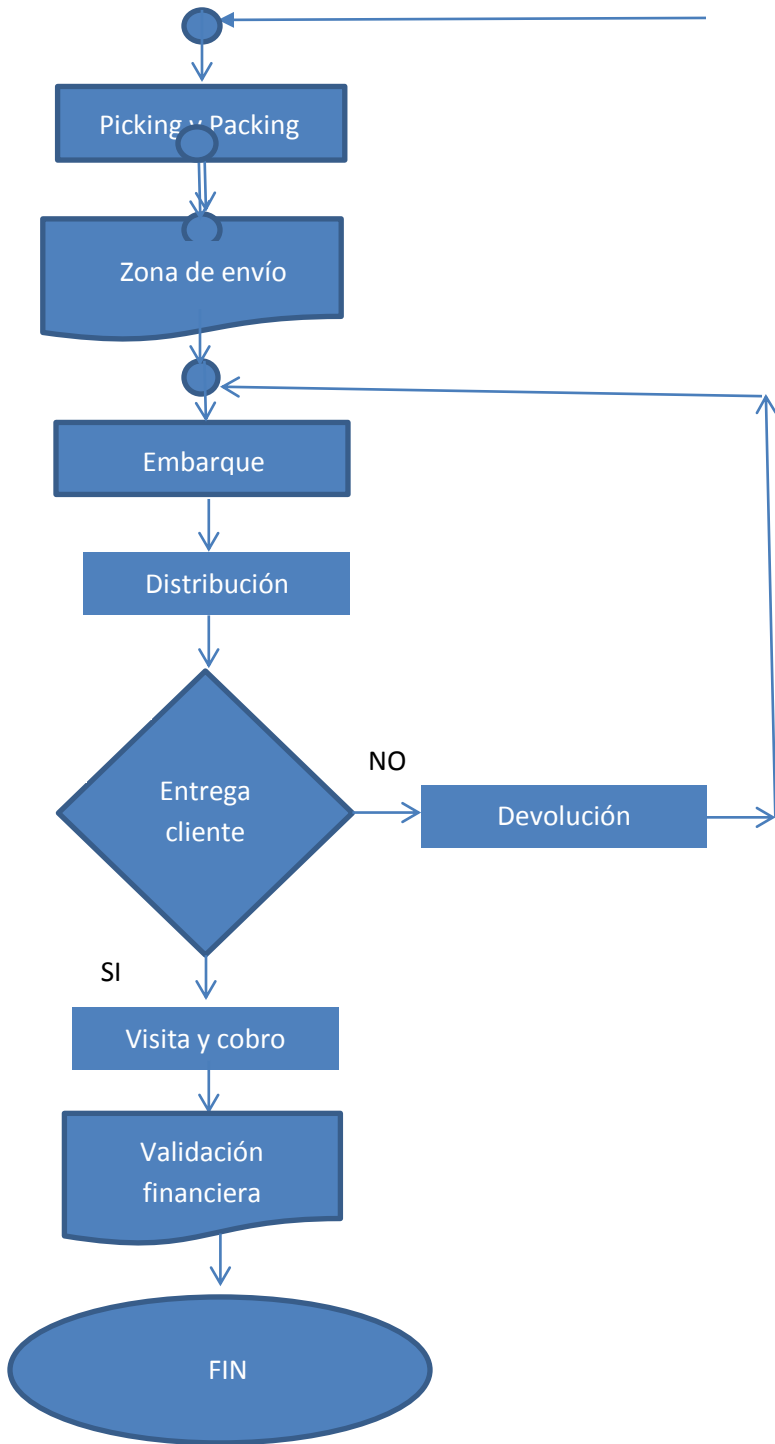
Estrato: 3, 4,5,6

6.6 FLUJOGRAMA DE OPERACIONES

EL siguiente diagrama representa gráficamente las actividades que se desarrollarán dentro de la empresa “MASCOTTS S.A.S”, desde el momento en el que se recibe el pedido hasta su entrega al cliente final.

Gráfico N° 13 Flujograma de operaciones.





Fuente: Los autores. Simbología ANSI

Pedido del cliente: Los vendedores tomarán la información de sus pedidos en cada campaña, es decir, el nombre, la dirección y el teléfono de sus clientes, al igual que las referencias y cantidad de sus pedidos.

Ingreso del pedido en el sistema: Los vendedores después de recoger la información de sus pedidos, la ingresarán a una plataforma electrónica de la empresa.

Verificar existencias: El software del centro de distribución de la empresa analizará si el inventario del almacén es suficiente para satisfacer el pedido.

Ubicación productos bodega: Si en el almacén hay suficiente inventario, mostrará al almacenista la ubicación de los productos requeridos en el pedido por el vendedor.

Referencias proveedores: Si no hay suficiente inventario, el software arrojará la información de los productos faltantes, la cantidad, la ubicación y nombre del proveedor.

Orden de compra: El almacenista generará una orden de compra para los proveedores con los productos faltantes más la reserva presupuestada o tope de pedido en el almacén, para satisfacer la demanda.

Recibo de productos: El almacenista recibirá los nuevos productos que vienen de los proveedores para completar los pedidos y organizar el resto en el área adecuada.

Picking y Packing: El almacenista recogerá las cajas que contienen las unidades requeridas en el pedido usando el montacargas para llevarlas al área de empaque y embalaje.

Zonas de envío: Cuando el pedido esté listo, el almacenista ingresará al sistema la información de la carga y aprobará la salida de esta del almacén de acuerdo a la zona desde donde hicieron el requerimiento.

Embarque: Se embarcarán los productos en el vehículo de la empresa después de registrarlas con los lectores ópticos de código de barras.

Entrega al cliente: Se le entregarán los productos a los clientes de acuerdo a sus pedidos

Cobro: El almacenista recogerá el dinero de la compra; después de entregar el pedido

Validación financiera: Esta área recibirá la información de forma electrónica del dinero entregado por el almacenista

Comisiones: Los vendedores recibirán la comisión de sus ventas, al finalizar cada campaña


Devolución: Si el vendedor es contactado por el cliente y si este no quiere la mercancía, el vendedor deberá preparar las devoluciones y pagar el costo del envío a la empresa, es decir de dicha devolución

6.7 PORTAFOLIO DE PRODUCTOS.




















MASCOTTS S.A.S ofrecerá a sus consumidores cuatro secciones debidamente seleccionadas según la naturaleza del producto, como se muestra a continuación:

















- **SECCION DE ALIMENTOS**
- **Comida para perros**

Tabla 15. Comida para perros Dog Chow














	<p>NOMBRE DEL PRODUCTO: PURINA DOG CHOW ADULTOS RAZAS PEQUEÑAS</p>
<p>DESCRIPCION</p>	<p>Purina Dog Chow Adultos Razas Pequeñas está específicamente formulado con los nutrientes e ingredientes de calidad que le ayudaran de pequeño cuerpo a tener salud y vitalidad por muchos más años.</p>

COMPOSICION	Proteína (min.)23,0% Grasa (min.)12,0% Fibra (max.)4,0% Humedad (max.)12,0% Ceniza (max.)8,0% Calcio (min. / max.)1,2% / 1,8% Fósforo (min. / max.)0,85% / 1,2%						
PRESENTACION	Bultos: 17 Kg.						
EMPAQUE	Saco laminado, tejido en rafia de polipropileno.						
INSTRUCCIONES DE CONSERVACION	Conserve el producto en un lugar fresco y seco, y no servir si cambia de apariencia o de color.						
INFORMACION ADICIONAL	<table border="1"> <thead> <tr> <th>PESO COMO PERRO ADULTO</th> <th>CANTIDADES DE ALIMENTO (g)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>  Miniatura 1 kg – 5 kg </td> <td>30 g - 105 g</td> </tr> <tr> <td>  Pequeño 5 kg – 9 kg </td> <td>105 g – 135 g</td> </tr> </tbody> </table>	PESO COMO PERRO ADULTO	CANTIDADES DE ALIMENTO (g)	 Miniatura 1 kg – 5 kg	30 g - 105 g	 Pequeño 5 kg – 9 kg	105 g – 135 g
PESO COMO PERRO ADULTO	CANTIDADES DE ALIMENTO (g)						
 Miniatura 1 kg – 5 kg	30 g - 105 g						
 Pequeño 5 kg – 9 kg	105 g – 135 g						
	NOMBRE DEL PRODUCTO: PURINA DOG CHOW ADULTOS MAYORES						
DESCRIPCION	Purina Dog Chow Adultos Mayores de 7 Años está específicamente formulada con los nutrientes e ingredientes de calidad que ayudarán a su cuerpo maduro tener salud y vitalidad por muchos años por venir.						
COMPOSICION	Proteína Cruda (min.)25,0% Grasa Cruda (min.)8,0% Fibra Cruda (max.)7,0% Humedad (max.)12,0% Ceniza (max.)8,5% Calcio (min. / max.)1,1% / 1,7% Fósforo (min. / max.)0,7% / 1,2%						
PRESENTACION	Bultos: 8 Kg.						
EMPAQUE	Saco laminado, tejido en rafia de polipropileno.						
INSTRUCCIONES DE CONSERVACION	Conserve el producto en un lugar fresco y seco, y no servir si cambia de apariencia o de color.						

<p>INFORMACION ADICIONAL</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">CANTIDADES DE ALIMENTO (gramos)</th> </tr> <tr> <th>PESO PERRO ADULTO</th> <th>CANTIDADES DE ALIMENTO (g)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> Miniatura 1 kg – 5 kg</td> <td>45 g – 90 g</td> </tr> <tr> <td> Pequeño 5 kg – 9 kg</td> <td>90 g – 135 g</td> </tr> <tr> <td> Mediano ligero 9 kg – 22 kg</td> <td>135 g – 270 g</td> </tr> <tr> <td> Mediano 22 kg – 34 kg</td> <td>270 g – 390 g</td> </tr> <tr> <td> Grande 34 kg – 45 kg</td> <td>390 g – 475 g</td> </tr> <tr> <td> Extragrande más de 45 kg</td> <td>475 g + 30 g por cada 5 kg de peso adicional</td> </tr> </tbody> </table>	CANTIDADES DE ALIMENTO (gramos)		PESO PERRO ADULTO	CANTIDADES DE ALIMENTO (g)	 Miniatura 1 kg – 5 kg	45 g – 90 g	 Pequeño 5 kg – 9 kg	90 g – 135 g	 Mediano ligero 9 kg – 22 kg	135 g – 270 g	 Mediano 22 kg – 34 kg	270 g – 390 g	 Grande 34 kg – 45 kg	390 g – 475 g	 Extragrande más de 45 kg	475 g + 30 g por cada 5 kg de peso adicional
CANTIDADES DE ALIMENTO (gramos)																	
PESO PERRO ADULTO	CANTIDADES DE ALIMENTO (g)																
 Miniatura 1 kg – 5 kg	45 g – 90 g																
 Pequeño 5 kg – 9 kg	90 g – 135 g																
 Mediano ligero 9 kg – 22 kg	135 g – 270 g																
 Mediano 22 kg – 34 kg	270 g – 390 g																
 Grande 34 kg – 45 kg	390 g – 475 g																
 Extragrande más de 45 kg	475 g + 30 g por cada 5 kg de peso adicional																
	<p>NOMBRE DEL PRODUCTO: PURINA DOG CHOW CACHORROS RAZAS PEQUEÑAS</p>																
<p>DESCRIPCION</p>	<p>Dog Chow® Cachorros Razas Pequeñas tiene el alimento ideal con los nutrientes necesarios para su desarrollo y ahora contiene DHA. Además tiene croquetas con el tamaño que favorece su mordida y previene el sarro en los dientes. Así crecerá sano y fuerte para explorar el mundo.</p>																
<p>COMPOSICION</p>	<p>Proteína Cruda (min.)27,0% Grasa Cruda (min.)11,0% Fibra Cruda (max.)3,0% Humedad (max.)12,0% Ceniza (max.)8,0% Calcio (min. / max.)1,1% / 1,4% Fósforo (min. / max.)0,9%</p>																
<p>PRESENTACION</p>	<p>Bultos: 17 Kg</p>																
<p>EMPAQUE</p>	<p>Saco laminado, tejido en rafia de polipropileno.</p>																
<p>INSTRUCCIONES DE CONSERVACION</p>	<p>Conserve el producto en un lugar fresco y seco, y no servir si cambia de apariencia o de color.</p>																

<p>INFORMACION ADICIONAL</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">PESO COMO PERRO ADULTO</th> <th>CANTIDADES DE ALIMENTO (g)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>Miniatura 1 kg – 5 kg</td> <td>30 g - 105 g</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Pequeño 5 kg – 9 kg</td> <td>105 g – 135 g</td> </tr> </tbody> </table>	PESO COMO PERRO ADULTO		CANTIDADES DE ALIMENTO (g)		Miniatura 1 kg – 5 kg	30 g - 105 g		Pequeño 5 kg – 9 kg	105 g – 135 g																											
PESO COMO PERRO ADULTO		CANTIDADES DE ALIMENTO (g)																																			
	Miniatura 1 kg – 5 kg	30 g - 105 g																																			
	Pequeño 5 kg – 9 kg	105 g – 135 g																																			
	<p>NOMBRE DEL PRODUCTO: PURINA DOG CHOW CACHORROS RAZAS MEDIANAS Y GRANDES</p>																																				
<p>DESCRIPCION</p>	<p>Dog Chow® Cachorros Tamaños Medianos o Grandes, les brinda la cantidad de nutrientes necesaria para que se conviertan en adultos sanos y fuertes. Así crecerá sano y fuerte para explorar el mundo contigo.</p>																																				
<p>COMPOSICION</p>	<p>Proteína Cruda (min.)26,0% Grasa Cruda (min.)10,0% Fibra Cruda (max.)3,5% Humedad (max.)12,0% Ceniza (max.)8,0% Calcio (min. / max.)1,1% Fósforo (min. / max.)0,9%</p>																																				
<p>PRESENTACION</p>	<p>Bultos: 17 Kg</p>																																				
<p>EMPAQUE</p>	<p>Saco laminado, tejido en rafia de polipropileno.</p>																																				
<p>INSTRUCCIONES DE CONSERVACION</p>	<p>Conserve el producto en un lugar fresco y seco, y no servir si cambia de apariencia o de color.</p>																																				
<p>INFORMACION ADICIONAL</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="6">CANTIDADES DE ALIMENTO</th> </tr> <tr> <th>PESO COMO PERRO ADULTO</th> <th>1 ½ - 3</th> <th>3-5 meses</th> <th>5-8 meses</th> <th>8-12 meses</th> <th>12-15 meses</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> Mediano ligero 9- 22 kg</td> <td>70-150g</td> <td>200-270g</td> <td>150-230g</td> <td>250-290g</td> <td>270-400g</td> </tr> <tr> <td> Mediano 22 – 34 kg</td> <td>75-230g</td> <td>210-380g</td> <td>180-360g</td> <td>320-450g</td> <td>340-600g</td> </tr> <tr> <td> Grande 34 a 45 kg</td> <td>90-340g</td> <td>300-570g</td> <td>405-650g</td> <td>900-1080g</td> <td>720-990g</td> </tr> <tr> <td> Extra Grande arriba de 45Kg</td> <td>300-540g</td> <td>495-765g</td> <td>610-855g</td> <td>1080-1260g</td> <td>900-1260g</td> </tr> </tbody> </table>	CANTIDADES DE ALIMENTO						PESO COMO PERRO ADULTO	1 ½ - 3	3-5 meses	5-8 meses	8-12 meses	12-15 meses	 Mediano ligero 9- 22 kg	70-150g	200-270g	150-230g	250-290g	270-400g	 Mediano 22 – 34 kg	75-230g	210-380g	180-360g	320-450g	340-600g	 Grande 34 a 45 kg	90-340g	300-570g	405-650g	900-1080g	720-990g	 Extra Grande arriba de 45Kg	300-540g	495-765g	610-855g	1080-1260g	900-1260g
CANTIDADES DE ALIMENTO																																					
PESO COMO PERRO ADULTO	1 ½ - 3	3-5 meses	5-8 meses	8-12 meses	12-15 meses																																
 Mediano ligero 9- 22 kg	70-150g	200-270g	150-230g	250-290g	270-400g																																
 Mediano 22 – 34 kg	75-230g	210-380g	180-360g	320-450g	340-600g																																
 Grande 34 a 45 kg	90-340g	300-570g	405-650g	900-1080g	720-990g																																
 Extra Grande arriba de 45Kg	300-540g	495-765g	610-855g	1080-1260g	900-1260g																																

	<p>NOMBRE DEL PRODUCTO: PURINA DOG CHOW LIGHT</p>																					
<p>DESCRIPCION</p>	<p>Purina Dog Chow Light está específicamente formulada con ingredientes bajos en calorías y de alta calidad. Con la mezcla adecuada de nutrientes para ayudar a su contextura a mantenerse delgada, saludable y llena de vitalidad.</p>																					
<p>COMPOSICION</p>	<p>Proteína Cruda (min.)26,0% Grasa Cruda (min.)7,0% / 10,0% Fibra Cruda (max.)6,0% Humedad (max.)12,0% Ceniza (max.)8,5% Calcio (min. / max.)1,2% / 1,8% Fósforo (min. / max.)0,9% / 1,3%</p>																					
<p>PRESENTACION</p>	<p>Bultos: 8 Kg</p>																					
<p>EMPAQUE</p>	<p>Saco laminado, tejido en rafia de polipropileno.</p>																					
<p>INSTRUCCIONES DE CONSERVACION</p>	<p>Conserve el producto en un lugar fresco y seco, y no servir si cambia de apariencia o de color.</p>																					
<p>INFORMACION ADICIONAL</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>PESO COMO PERRO ADULTO</th> <th>MANTENIMIENTO</th> <th>PÉRDIDA DE PESO REDUCCIÓN DE 25% CALORÍAS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> Miniatura 1 kg - 5 kg</td> <td>45 g - 120 g</td> <td>30 g - 90 g</td> </tr> <tr> <td> Pequeño 5 kg - 9 kg</td> <td>120 g - 180 g</td> <td>90 g - 135 g</td> </tr> <tr> <td> Mediano ligero 9 kg - 22 kg</td> <td>180 g - 360 g</td> <td>135 g - 270 g</td> </tr> <tr> <td> Mediano 22 kg - 34 kg</td> <td>360 g - 440 g</td> <td>270 g - 330 g</td> </tr> <tr> <td> Grande 34 - 45 Kg</td> <td>440 g - 585 g</td> <td>330 g - 450 g</td> </tr> <tr> <td> Extragrande más de 45 Kg</td> <td>585 g + 45 g por cada 5 kg de peso adicional.</td> <td>450 g + 30 g por cada 5 kg de peso adicional.</td> </tr> </tbody> </table>	PESO COMO PERRO ADULTO	MANTENIMIENTO	PÉRDIDA DE PESO REDUCCIÓN DE 25% CALORÍAS	 Miniatura 1 kg - 5 kg	45 g - 120 g	30 g - 90 g	 Pequeño 5 kg - 9 kg	120 g - 180 g	90 g - 135 g	 Mediano ligero 9 kg - 22 kg	180 g - 360 g	135 g - 270 g	 Mediano 22 kg - 34 kg	360 g - 440 g	270 g - 330 g	 Grande 34 - 45 Kg	440 g - 585 g	330 g - 450 g	 Extragrande más de 45 Kg	585 g + 45 g por cada 5 kg de peso adicional.	450 g + 30 g por cada 5 kg de peso adicional.
PESO COMO PERRO ADULTO	MANTENIMIENTO	PÉRDIDA DE PESO REDUCCIÓN DE 25% CALORÍAS																				
 Miniatura 1 kg - 5 kg	45 g - 120 g	30 g - 90 g																				
 Pequeño 5 kg - 9 kg	120 g - 180 g	90 g - 135 g																				
 Mediano ligero 9 kg - 22 kg	180 g - 360 g	135 g - 270 g																				
 Mediano 22 kg - 34 kg	360 g - 440 g	270 g - 330 g																				
 Grande 34 - 45 Kg	440 g - 585 g	330 g - 450 g																				
 Extragrande más de 45 Kg	585 g + 45 g por cada 5 kg de peso adicional.	450 g + 30 g por cada 5 kg de peso adicional.																				

	<p>NOMBRE DEL PRODUCTO: PURINA DOG CHOW ADULTOS</p>										
<p>DESCRIPCION</p>	<p>Purina Dog Chow Adultos Razas está específicamente formulado con los nutrientes e ingredientes de calidad que lo ayudarán a tener salud y vitalidad por muchos más años.</p>										
<p>COMPOSICION</p>	<p>Proteína (min.)21,0% Grasa (min.)10,0% Fibra (max.)4,0% Humedad (max.)12,0% Ceniza (max.)8,0% Calcio (min. / max.)1,2% / 1,8% Fósforo (min. / max.)0,8% / 1,4%</p>										
<p>PRESENTACION</p>	<p>Bultos: 8 Kg</p>										
<p>EMPAQUE</p>	<p>Saco laminado, tejido en rafia de polipropileno.</p>										
<p>INSTRUCCIONES DE CONSERVACION</p>	<p>Conserve el producto en un lugar fresco y seco, y no servir si cambia de apariencia o de color.</p>										
<p>INFORMACION ADICIONAL</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="776 1297 846 1335">PESO COMO PERRO ADULTO</th> <th data-bbox="846 1297 1425 1335">CANTIDADES DE ALIMENTO (g)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="776 1335 846 1413">  Mediano ligero 9 kg – 22 kg </td> <td data-bbox="846 1335 1425 1413">160 g – 315 g</td> </tr> <tr> <td data-bbox="776 1413 846 1491">  Mediano 22 kg – 34 kg </td> <td data-bbox="846 1413 1425 1491">315 g – 430 g</td> </tr> <tr> <td data-bbox="776 1491 846 1568">  Grande 34 kg – 45 kg </td> <td data-bbox="846 1491 1425 1568">430 g – 520 g</td> </tr> <tr> <td data-bbox="776 1568 846 1646">  Extragrande más de 45 kg </td> <td data-bbox="846 1568 1425 1646">520 g + 45 g por cada 5 kg de peso adicional</td> </tr> </tbody> </table>	PESO COMO PERRO ADULTO	CANTIDADES DE ALIMENTO (g)	 Mediano ligero 9 kg – 22 kg	160 g – 315 g	 Mediano 22 kg – 34 kg	315 g – 430 g	 Grande 34 kg – 45 kg	430 g – 520 g	 Extragrande más de 45 kg	520 g + 45 g por cada 5 kg de peso adicional
PESO COMO PERRO ADULTO	CANTIDADES DE ALIMENTO (g)										
 Mediano ligero 9 kg – 22 kg	160 g – 315 g										
 Mediano 22 kg – 34 kg	315 g – 430 g										
 Grande 34 kg – 45 kg	430 g – 520 g										
 Extragrande más de 45 kg	520 g + 45 g por cada 5 kg de peso adicional										

Fuente. <http://www.dogchow.com.co/home-page.aspx>

Tabla 16. Comida para perros Ringo

	<p>NOMBRE DEL PRODUCTO: RINGO PREMIUM</p>
<p>DESCRIPCION</p>	<p>Por su alta composición en proteína, Ringo Premium ofrece a los perros adultos una dieta completa y balanceada, con alimento precocido y digestible.</p>
<p>COMPOSICION</p>	<p>Proteína MINIMO 24 % Humedad MAXIMO 10% Grasa MINIMO 10% Fibra Cruda MAXIMO 5% Cenizas MAXIMO 9%</p>
<p>PRESENTACION</p>	<p>Bultos: 2 Kg,20 Kg</p>
<p>EMPAQUE</p>	<p>Saco laminado, tejido en rafia de polipropileno.</p>
<p>INSTRUCCIONES DE CONSERVACION</p>	<p>Conserve el producto en un lugar fresco y seco, y no servir si cambia de apariencia o de color.</p>
<p>INFORMACION ADICIONAL</p>	<p>SUMINISTRO DE ALIMENTO POR ANIMAL/DIA (GR.) 1 a 5 (Raza Miniatura) 28-18 28-90 6 a 15 (Raza Pequeña) 18-16 108-240 16 a 30 (Raza Mediana) 18-15 288-450 31 a 45 (Raza Grande) 18-15 558-675</p>
	<p>NOMBRE DEL PRODUCTO: RINGO CACHORROS</p>
<p>DESCRIPCION</p>	<p>El sabor lácteo de Ringo Cachorros facilita el consumo del alimento por parte de los cachorros, garantizando un excelente desarrollo y formación corporal.</p>

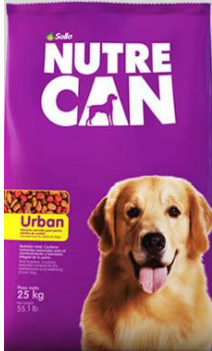
	Es un complemento ideal de la leche materna desde los 20 días de edad y único alimento a voluntad a partir del destete
COMPOSICION	Humedad MAXIMO 10 % Proteína MINIMO 30 % Grasa MAXIMO 12 % Fibra MAXIMO 3 % Cenizas MAXIMO 10 %
PRESENTACION	Bultos: 2 Kg,15 Kg
EMPAQUE	Saco laminado, tejido en rafia de polipropileno.
INSTRUCCIONES DE CONSERVACION	Conserve el producto en un lugar fresco y seco, y no servir si cambia de apariencia o de color.
INFORMACION ADICIONAL	PESO DEL PERRO (KG.) ALIMENTO POR CADA KG DE PESO VIVO (GR.) SUMINISTRO DE ALIMENTO POR ANIMAL/DIA (GR.) 1 a 5 32 - 30 32 - 150 6 a 10 30 - 28 180 - 280 11 a 15 28 - 26 310 - 390 16 a 20 26 - 24 420 - 480 21 a 30 24 - 22 510 - 660 31 a 40 22 - 20 680 - 800 41 a 50 20 - 18 820 - 900
	NOMBRE DEL PRODUCTO: RINGO ADULTOS
DESCRIPCION	Ringo Croquetas es un alimento extruido, recomendado para perros adultos de todas las razas especialmente para aquellos dedicados a actividades de campo.


COMPOSICION	FABRICANTEFINCA S.A MARCARINGO GRASA7 % HUMEDAD12 % CENIZAS10 % PROTEINA24 % FIBRA5 %
PRESENTACION	Bultos: 2 Kg, 20 Kg
EMPAQUE	Saco laminado, tejido en rafia de polipropileno.
INSTRUCCIONES DE CONSERVACION	Conserve el producto en un lugar fresco y seco, y no servir si cambia de apariencia o de color.
INFORMACION ADICIONAL	NO APLICA

Fuente:<http://www.makrovirtual.com/>,<http://www.tiendademascotas.com.co/>,<http://www.connectmydog.com/>

Tabla 17. Comida para perros Nutrecan

	NOMBRE DEL PRODUCTO: <i>NUTRE CAN BABIES</i>
DESCRIPCION	NUTRECAN BABIES, es un alimento 100% completo y balanceado en forma de pequeños y ricos "trocitos" que le encantará a los cachorros y le darán los nutrientes necesarios para que crezca sano, lindo y fuerte.
COMPOSICION	Proteína 27 % Humedad 10% Grasa 12% Fibra 4% Cenizas 8% Calcio 1.1% Fosforo 0.9%
PRESENTACION	Bultos: 8 Kg
EMPAQUE	Saco laminado, tejido en rafia de polipropileno.


INSTRUCCIONES DE CONSERVACION	Conserve el producto en un lugar fresco y seco, y no servir si cambia de apariencia o de color.
INFORMACION ADICIONAL	Alimento Recomendado Razas pequeñas: 50 a 105 gramos diarios Razas medianas: 90 a 269 gramos diarios Razas grandes: 230 a 445 gramos diarios Razas gigantes: Más de 445 gramos diarios
	NOMBRE DEL PRODUCTO: <i>NUTRE CAN URBAN</i>
DESCRIPCION	Nutrecan Urban es su alimento ideal, para perros con un estilo de vida urbano, que viven en espacios reducidos y tienen actividad moderada, ya que es muy completo y balanceado
COMPOSICION	Proteína 21 % Humedad 12% Grasa 10% Fibra 5% Cenizas 8% Calcio 1.0% Fosforo 0,8%
PRESENTACION	Bultos: 8 Kg,25 Kg
EMPAQUE	Saco laminado, tejido en rafia de polipropileno.
INSTRUCCIONES DE CONSERVACION	Conserve el producto en un lugar fresco y seco, y no servir si cambia de apariencia o de color.
INFORMACION ADICIONAL	Alimento Recomendado Razas medianas: 220 a 400 gr día (2 1/4 - 4 tazas) Razas grandes: 400 a 570 gr día (4 - 5 3/4 tazas) Razas gigantes: Adiciona 14 g por kg adicional


	<p>NOMBRE DEL PRODUCTO: <i>NUTRE CAN CAMPO</i></p>
<p>DESCRIPCION</p>	<p>NUTRECAN CAMPO es un alimento 100% completo y balanceado en forma de deliciosas croquetas de alta digestibilidad, que combina en su fórmula, una rica y saludable mezcla de nutrientes para cubrir los requerimientos de los perros que habitan en amplios espacios y al aire libre.</p>
<p>COMPOSICION</p>	<p>Proteína 19 % Humedad 12% Grasa 8% Fibra 5% Cenizas 9% Calcio 1.0% Fosforo 0,8%</p>
<p>PRESENTACION</p>	<p>Bultos: 8 Kg, 25 Kg</p>
<p>EMPAQUE</p>	<p>Saco laminado, tejido en rafia de polipropileno.</p>
<p>INSTRUCCIONES DE CONSERVACION</p>	<p>Conserve el producto en un lugar fresco y seco, y no servir si cambia de apariencia o de color.</p>
<p>INFORMACION ADICIONAL</p>	<p>Alimento Recomendado</p> <p>Razas pequeñas: 200 a 310 gr día Razas medianas: 310 a 500 gr día Razas grandes: 503 a 850 gr día Razas gigantes: Adiciona 15 g por kg adicional</p>

Fuente. <http://perros.sollamascotas.com/>

- Enlatados para perros

Tabla 18. Enlatados para perros

	<p>NOMBRE DEL PRODUCTO: DOG CHOW POLLO Y VERDURAS EN LATA</p>
<p>DESCRIPCION</p>	<p>Alimento de pollo y verduras enlatado con texturas y sabores ideales para complementar la alimentación diaria los perros.</p>
<p>COMPOSICION</p>	<p>Proteína: 9,5% Grasa: 3% Fibra: 1,5% Humedad: 80% Ceniza: 3,5%</p>
<p>PRESENTACION</p>	<p>374 Gr</p>
<p>EMPAQUE</p>	<p>Lamina delgada y lisa de aluminio y estaño</p>
<p>INSTRUCCIONES DE CONSERVACION</p>	<p>Conserve el producto en un lugar fresco y seco, y no servir si cambia de apariencia o de color.</p>
<p>INFORMACION ADICIONAL</p>	<p>Para perros adultos, Por cada 6 a 7 Kg de peso corporal, se le suministra una lata de 374 gr dividida en 2 o más raciones diarias. (Se puede mezclar con el alimento seco) Para cachorros es el doble de cantidad que para perros adultos, es decir dos latas.</p>
	<p>NOMBRE DEL PRODUCTO: DOG CHOW CORDERO Y ARROZ EN LATA</p>
<p>DESCRIPCION</p>	<p>Alimento húmedo, de delicioso arroz y carne para complementar la nutrición de los perros.</p>

COMPOSICION	Proteína: 9,5% Grasa: 3% Fibra: 1,5% Humedad: 80% Ceniza: 3,5%
PRESENTACION	374 Gr
EMPAQUE	Lamina delgada y lisa de aluminio y estaño
INSTRUCCIONES DE CONSERVACION	Conserve el producto en un lugar fresco y seco, y no servir si cambia de apariencia o de color.
INFORMACION ADICIONAL	<p>Para perros adultos, Por cada 6 a 7 Kg de peso corporal, se suministra una lata de 374 gr dividida en 2 o más raciones diarias. (Se puede mezclar con el alimento seco) .Para cachorros es el doble de cantidad que para perros adultos, es decir dos latas. (Se puede mezclar con el alimento seco)</p>
	NOMBRE DEL PRODUCTO: DOG CHOW PAVO Y POLLO EN LATA
DESCRIPCION	Alimento húmedo para complementar la alimentación y nutrición diaria de los perros; elaborado con texturas y sabores que les encantara a los caninos.
COMPOSICION	Proteína: 9,5% Grasa: 3% Fibra: 1,5% Humedad: 80% Ceniza: 3,5%
PRESENTACION	374 Gr
EMPAQUE	Lamina delgada y lisa de aluminio y estaño
INSTRUCCIONES DE CONSERVACION	Conserve el producto en un lugar fresco y seco, y no servir si cambia de apariencia o de color.

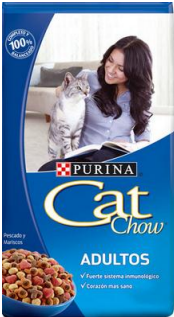
INFORMACION ADICIONAL	Para perros adultos, Por cada 6 a 7 Kg de peso corporal, se le suministra una lata de 374 gr dividida en 2 o más raciones diarias. (Se puede mezclar con el alimento seco) * Para cachorros es el doble de cantidad que para perros adultos, es decir dos latas. (Se puede mezclar con el alimento seco)
------------------------------	---


Fuente. <http://www.dogchow.com.co/home-page.aspx>


- **Comida para gatos**


Tabla 19. Comida para gatos

	<p>NOMBRE DEL PRODUCTO: PURINA CAT CHOW ADULTOS GATITOS</p>
<p>DESCRIPCION</p>	<p>URINA CAT CHOW Gatitos de 1 a 12 meses ofrece un alimento 100% completo y balanceado con los nutrientes que un gato necesita para tener un crecimiento sano y un desarrollo adecuado durante su primer año de vida ya que tiene una rica fuente de nutrientes y proteínas como los presentes en la leche materna. Además contiene vitaminas y antioxidantes para ayudar a desarrollar el sistema inmunológico del gato en la primera fase de su vida</p>
<p>COMPOSICION</p>	<p>Proteína Cruda (Mín.) 36,0% Grasa Cruda (Mín.) 11,0% Fibra Cruda (Máx.) 3,0% Humedad (Máx.) 12,0% Cenizas (Máx.) 8,0% Calcio (ca)(Mín./Máx.) 1,1% / 1,6% Fósforo (P) (Mín./Máx.) 1,0% / 1,5%</p>
<p>PRESENTACION</p>	<p>Bultos: 8 Kg</p>
<p>EMPAQUE</p>	<p>Saco laminado, tejido en rafia de polipropileno.</p>

INSTRUCCIONES DE CONSERVACION	Conserve el producto en un lugar fresco y seco, y no servir si cambia de apariencia o de color.																							
INFORMACION ADICIONAL	<p>CANTIDADES DIARIAS RECOMENDADAS</p> <p>GATITOS</p> <table border="1" data-bbox="756 323 1455 512"> <thead> <tr> <th>Edad</th> <th>Cantidad(Tazas)</th> <th>Veces al día</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>3 a 6 Semanas</td> <td>15 g a 30 g</td> <td>3 a 4</td> </tr> <tr> <td>7 semanas a 6 meses</td> <td>30 g a 90 g</td> <td>3 a 4</td> </tr> <tr> <td>7 a 12 meses</td> <td>90 g</td> <td>2</td> </tr> </tbody> </table> <p>Cada taza (200 ml) contiene aproximadamente 90g de CAT CHOW® Gatos de 1 a 12 meses. Éstas son cantidades recomendadas que pueden variar de acuerdo con el tamaño, actividad y apetito del animal.</p> <p>GATAS GESTANTES O LACTANTES</p> <table border="1" data-bbox="756 575 1455 758"> <thead> <tr> <th rowspan="2">PESO</th> <th colspan="2">CANTIDAD DIARIA</th> </tr> <tr> <th>GESTANTES</th> <th>LACTANTES</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Mediano (2,0 a 3,5g)</td> <td>60 a 90g</td> <td>90 a 135g</td> </tr> <tr> <td>Grande (3,5 a 6,5g)</td> <td>90 a 135g</td> <td>135 a 225g</td> </tr> </tbody> </table>	Edad	Cantidad(Tazas)	Veces al día	3 a 6 Semanas	15 g a 30 g	3 a 4	7 semanas a 6 meses	30 g a 90 g	3 a 4	7 a 12 meses	90 g	2	PESO	CANTIDAD DIARIA		GESTANTES	LACTANTES	Mediano (2,0 a 3,5g)	60 a 90g	90 a 135g	Grande (3,5 a 6,5g)	90 a 135g	135 a 225g
Edad	Cantidad(Tazas)	Veces al día																						
3 a 6 Semanas	15 g a 30 g	3 a 4																						
7 semanas a 6 meses	30 g a 90 g	3 a 4																						
7 a 12 meses	90 g	2																						
PESO	CANTIDAD DIARIA																							
	GESTANTES	LACTANTES																						
Mediano (2,0 a 3,5g)	60 a 90g	90 a 135g																						
Grande (3,5 a 6,5g)	90 a 135g	135 a 225g																						
	NOMBRE DEL PRODUCTO: PURINA CAT CHOW ADULTOS 1 – 7 AÑOS.																							
DESCRIPCION	PURINA CAT CHOW Adultos ofrece un alimento 100% completo y balanceado desarrollado especialmente para los gatos de 1-7 años de edad, que les podrá ayudar a mantener un desarrollo sano de su corazón y un sistema inmunológico más fuerte																							
COMPOSICION	Proteína Cruda (Mín.) 31,0% Grasa Cruda (Mín.) 9,0% Fibra Cruda (Máx.) 3,5% Humedad (Máx.) 12,0% Cenizas (Máx.) 8,5% Calcio (ca) (Mín./Máx.) 1,0%/1,5% Fósforo (P) (Mín./Máx.) 0,8%/1,4%																							
PRESENTACION	Bultos: 10 Kg																							
EMPAQUE	Saco laminado, tejido en rafia de polipropileno.																							
INSTRUCCIONES DE CONSERVACION	Conserve el producto en un lugar fresco y seco, y no servir si cambia de apariencia o de color.																							

<p>INFORMACION ADICIONAL</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">OSIS DIARIA RECOMENDADA Y VIA DE ADMINISTRACIÓN</th> </tr> <tr> <th>GATO ADULTO/PESO</th> <th>CANTIDAD DIARIA (g)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Medianos (2,0 a 3,5 Kg)</td> <td>45 a 70 g</td> </tr> <tr> <td>Grandes (3,5 a 6,5 Kg)</td> <td>70 a 120 g</td> </tr> </tbody> </table>	OSIS DIARIA RECOMENDADA Y VIA DE ADMINISTRACIÓN		GATO ADULTO/PESO	CANTIDAD DIARIA (g)	Medianos (2,0 a 3,5 Kg)	45 a 70 g	Grandes (3,5 a 6,5 Kg)	70 a 120 g
OSIS DIARIA RECOMENDADA Y VIA DE ADMINISTRACIÓN									
GATO ADULTO/PESO	CANTIDAD DIARIA (g)								
Medianos (2,0 a 3,5 Kg)	45 a 70 g								
Grandes (3,5 a 6,5 Kg)	70 a 120 g								
	<p>NOMBRE DEL PRODUCTO: PURINA CAT CHOW GATOS ACTIVOS</p>								
<p>DESCRIPCION</p>	<p>PURINA CAT CHOW Adultos ofrece un alimento 100% completo y balanceado desarrollado especialmente para los gatos de 1-7 años de edad que les podrá ayudar a mantener un desarrollo sano de su corazón y un sistema inmunológico más fuerte</p>								
<p>COMPOSICION</p>	<p>Proteína Cruda (Mín.) 32,0% Grasa Cruda (Mín.) 10,0% Fibra Cruda (Máx.) 3,5% Humedad (Máx.) 12,0% Cenizas (Máx.) 8,5% Calcio (ca) (Mín./Máx.) 1,0% / 1,5% Fósforo (P) (Mín./Máx.) 0,8% / 1,4%</p>								
<p>PRESENTACION</p>	<p>Bultos: 8 Kg</p>								
<p>EMPAQUE</p>	<p>Saco laminado, tejido en rafia de polipropileno.</p>								
<p>INSTRUCCIONES DE CONSERVACION</p>	<p>Conserve el producto en un lugar fresco y seco, y no servir si cambia de apariencia o de color.</p>								

INFORMACION ADICIONAL	DOSIS DIARIA RECOMENDADA Y VIA DE ADMINISTRACIÓN	
	GATO ADULTO/PESO	CANTIDAD DIARIA (g)
	Medianos (2,0 a 3,5 Kg)	45 a 70 g
	Grandes (3,5 a 6,5 Kg)	70 a 120 g
	NOMBRE DEL PRODUCTO: PURINA CAT CHOW ADULTOS HOGAREÑOS	
DESCRIPCION	Los gatos que viven en interiores tienen necesidades nutricionales específicas, por eso PURINA CAT CHOW® Adultos Hogareños les ofrece alimento 100% completo y balanceado que les puede ayudar a evitar la formación de bolas de pelo y a proteger su tracto urinario.	
COMPOSICION	Proteína Cruda (Mín.)31,0% Grasa Cruda (Mín./Máx)7,0% / 10,0% Fibra Cruda (Máx.)6,0% Humedad (Máx.)12,0% Cenizas (Máx.) 8,5% Calcio (ca) (Mín./Máx.) 1,0% / 1,5% Fósforo (P) (Mín./Máx.) 0,9% / 1,4%	
PRESENTACION	Bultos: 8 Kg	
EMPAQUE	Saco laminado, tejido en rafia de polipropileno.	
INSTRUCCIONES DE CONSERVACION	Conserve el producto en un lugar fresco y seco, y no servir si cambia de apariencia o de color.	

<p>INFORMACION ADICIONAL</p>	<p>DOSIS DIARIA RECOMENDADA Y VIA DE ADMINISTRACIÓN</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>GATO ADULTO/PESO</th> <th>PERDIDA DE PESO</th> <th>CANTIDAD DIARIA (g)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Medianos (2,0 a 3,5 Kg)</td> <td>30 a 45 g</td> <td>45 a 70 g</td> </tr> <tr> <td>Grandes (3,5 a 6,5 Kg)</td> <td>45 a 90 g</td> <td>70 a 120 g</td> </tr> </tbody> </table>	GATO ADULTO/PESO	PERDIDA DE PESO	CANTIDAD DIARIA (g)	Medianos (2,0 a 3,5 Kg)	30 a 45 g	45 a 70 g	Grandes (3,5 a 6,5 Kg)	45 a 90 g	70 a 120 g
GATO ADULTO/PESO	PERDIDA DE PESO	CANTIDAD DIARIA (g)								
Medianos (2,0 a 3,5 Kg)	30 a 45 g	45 a 70 g								
Grandes (3,5 a 6,5 Kg)	45 a 90 g	70 a 120 g								
	<p>NOMBRE DEL PRODUCTO: PURINA CAT CHOW ADULTOS MAYORES DE 7 AÑOS</p>									
<p>DESCRIPCION</p>	<p>Fórmula para gatos adultos con antioxidantes. Avanzada receta que contiene glucosamina e ingredientes fáciles de digerir para que el gato pueda disfrutar de muchos años de plenitud. Apoya la restauración de huesos y articulaciones, mantenimiento de la masa muscular, fuerte sistema inmunológico, fácil digestibilidad, mantenimiento de un peso ideal y mayor protección para disminuir el estrés de la edad.</p>									
<p>COMPOSICION</p>	<p>Proteína Cruda (min.)26,0% Grasa Cruda (min.)7,0% / 10,0% Fibra Cruda (max.)6,0% Humedad (max.)12,0% Ceniza (max.)8,5% Calcio (min. / max.)1,2% / 1,8% Fósforo (min. / max.)0,9% / 1,3%</p>									
<p>PRESENTACION</p>	<p>Bultos: 8 Kg</p>									
<p>EMPAQUE</p>	<p>Saco laminado, tejido en rafia de polipropileno.</p>									
<p>INSTRUCCIONES DE CONSERVACION</p>	<p>Conserve el producto en un lugar fresco y seco, y no servir si cambia de apariencia o de color.</p>									

INFORMACION ADICIONAL	DOSIS DIARIA RECOMENDADA Y VIA DE ADMINISTRACIÓN	
	GATO ADULTO/PESO	CANTIDAD DIARIA (g)
	Medianos (2,0 a 3,5 Kg)	45 a 75 g
	Grandes (3,5 a 6,5 Kg)	75 a 125 g


Fuente. <http://www.catchow.com.co/>

- **Enlatados para gatos**

Tabla 20. Enlatados para gatos

	<p>NOMBRE DEL PRODUCTO: <i>PATE FELIX SABOR A PAVO Y MENUDENCIAS</i></p>												
<p>DESCRIPCION</p>	<p>Comida húmeda , enlatada, con proteína de pavo y menudencias, sin carbohidratos, que contribuye a desarrollar los huesos y músculos de los gatos, además de mantenerlos hidratados</p>												
<p>COMPOSICION</p>	<table> <tr> <td>Proteína Cruda (mín.)</td> <td>10,0%</td> </tr> <tr> <td>Grasa Cruda (mín.)</td> <td>5,0%</td> </tr> <tr> <td>Fibra Cruda (máx.)</td> <td>1,0%</td> </tr> <tr> <td>Humedad (máx.)</td> <td>78,0%</td> </tr> <tr> <td>Cenizas (máx.)</td> <td>3,0%</td> </tr> <tr> <td>Taurina (mín.)</td> <td>0,05%</td> </tr> </table>	Proteína Cruda (mín.)	10,0%	Grasa Cruda (mín.)	5,0%	Fibra Cruda (máx.)	1,0%	Humedad (máx.)	78,0%	Cenizas (máx.)	3,0%	Taurina (mín.)	0,05%
Proteína Cruda (mín.)	10,0%												
Grasa Cruda (mín.)	5,0%												
Fibra Cruda (máx.)	1,0%												
Humedad (máx.)	78,0%												
Cenizas (máx.)	3,0%												
Taurina (mín.)	0,05%												
<p>PRESENTACION</p>	<p>Lata: 156 Gr</p>												
<p>EMPAQUE</p>	<p>Recipiente hecho de lámina delegada d aluminio</p>												
<p>INSTRUCCIONES DE CONSERVACION</p>	<p>Conserve el producto en un lugar fresco y seco, y no servir si cambia de apariencia o de color.</p>												
<p>INFORMACION ADICIONAL</p>	<p>NO APLICA</p>												

	<p>NOMBRE DEL PRODUCTO: <i>PATE FELIX SABOR A SALMON</i></p>												
<p>DESCRIPCION</p>	<p>Comida húmeda , enlatada, con proteína de pescado-Salmon, sin carbohidratos, que contribuye a desarrollar los huesos y músculos de los gatos, además de mantenerlos hidratados</p>												
<p>COMPOSICION</p>	<table border="0"> <tr> <td>Proteína Cruda (mín.)</td> <td>10,0%</td> </tr> <tr> <td>Grasa Cruda (mín.)</td> <td>5,0%</td> </tr> <tr> <td>Fibra Cruda (máx.)</td> <td>1,0%</td> </tr> <tr> <td>Humedad (máx.)</td> <td>78,0%</td> </tr> <tr> <td>Cenizas (máx.)</td> <td>3,0%</td> </tr> <tr> <td>Taurina (mín.)</td> <td>0,05%</td> </tr> </table>	Proteína Cruda (mín.)	10,0%	Grasa Cruda (mín.)	5,0%	Fibra Cruda (máx.)	1,0%	Humedad (máx.)	78,0%	Cenizas (máx.)	3,0%	Taurina (mín.)	0,05%
Proteína Cruda (mín.)	10,0%												
Grasa Cruda (mín.)	5,0%												
Fibra Cruda (máx.)	1,0%												
Humedad (máx.)	78,0%												
Cenizas (máx.)	3,0%												
Taurina (mín.)	0,05%												
<p>PRESENTACION</p>	<p>Lata: 156 Gr</p>												
<p>EMPAQUE</p>	<p>Recipiente hecho de lámina delegada de aluminio</p>												
<p>INSTRUCCIONES DE CONSERVACION</p>	<p>Conserve el producto en un lugar fresco y seco, y no servir si cambia de apariencia o de color.</p>												
<p>INFORMACION ADICIONAL</p>	<p>NO APLICA</p>												
	<p>NOMBRE DEL PRODUCTO: <i>PATE FELIX SABOR A PESCADO Y ATUN</i></p>												
<p>DESCRIPCION</p>	<p>Comida húmeda , enlatada, con proteína de pescado y atún, sin carbohidratos, que contribuye a desarrollar los huesos y músculos de los gatos, además de mantenerlos hidratados</p>												
<p>COMPOSICION</p>	<table border="0"> <tr> <td>Proteína Cruda (mín.)</td> <td>10,0%</td> </tr> <tr> <td>Grasa Cruda (mín.)</td> <td>5,0%</td> </tr> <tr> <td>Fibra Cruda (máx.)</td> <td>1,0%</td> </tr> <tr> <td>Humedad (máx.)</td> <td>78,0%</td> </tr> <tr> <td>Cenizas (máx.)</td> <td>3,0%</td> </tr> <tr> <td>Taurina (mín.)</td> <td>0,05%</td> </tr> </table>	Proteína Cruda (mín.)	10,0%	Grasa Cruda (mín.)	5,0%	Fibra Cruda (máx.)	1,0%	Humedad (máx.)	78,0%	Cenizas (máx.)	3,0%	Taurina (mín.)	0,05%
Proteína Cruda (mín.)	10,0%												
Grasa Cruda (mín.)	5,0%												
Fibra Cruda (máx.)	1,0%												
Humedad (máx.)	78,0%												
Cenizas (máx.)	3,0%												
Taurina (mín.)	0,05%												
<p>PRESENTACION</p>	<p>Lata : 156 Gr</p>												
<p>EMPAQUE</p>	<p>Recipiente hecho de lámina delegada de aluminio</p>												
<p>INSTRUCCIONES DE CONSERVACION</p>	<p>Conserve el producto en un lugar fresco y seco, y no servir si cambia de apariencia o de color.</p>												


INFORMACION ADICIONAL	NO APLICA												
	NOMBRE DEL PRODUCTO: <i>PATE FELIX TROCITOS DE POLLO EN SALSA</i>												
DESCRIPCION	Comida húmeda , enlatada, con proteína de pollo, sin carbohidratos, que contribuye a desarrollar los huesos y músculos de los gatos, además de mantenerlos hidratados												
COMPOSICION	<table> <tr> <td>Proteína Cruda (mín.)</td> <td>10,0%</td> </tr> <tr> <td>Grasa Cruda (mín.)</td> <td>5,0%</td> </tr> <tr> <td>Fibra Cruda (máx.)</td> <td>1,0%</td> </tr> <tr> <td>Humedad (máx.)</td> <td>78,0%</td> </tr> <tr> <td>Cenizas (máx.)</td> <td>3,0%</td> </tr> <tr> <td>Taurina (mín.)</td> <td>0,05%</td> </tr> </table>	Proteína Cruda (mín.)	10,0%	Grasa Cruda (mín.)	5,0%	Fibra Cruda (máx.)	1,0%	Humedad (máx.)	78,0%	Cenizas (máx.)	3,0%	Taurina (mín.)	0,05%
Proteína Cruda (mín.)	10,0%												
Grasa Cruda (mín.)	5,0%												
Fibra Cruda (máx.)	1,0%												
Humedad (máx.)	78,0%												
Cenizas (máx.)	3,0%												
Taurina (mín.)	0,05%												
PRESENTACION	Lata : 156 Gr												
EMPAQUE	Recipiente hecho de lámina delegada de aluminio												
INSTRUCCIONES DE CONSERVACION	Conserve el producto en un lugar fresco y seco, y no servir si cambia de apariencia o de color.												
INFORMACION ADICIONAL	NO APLICA												

Fuente. <http://www.purina.es/felix/>

- **SECCION DE ELEMENTOS DE ASEO**

Tabla 21. Medicamentos

	NOMBRE DEL PRODUCTO: <i>MEDICAMENTO OFTALMICO CERULINE 100 CC</i>
DESCRIPCION	CERULINE®, es indicado para efectuar

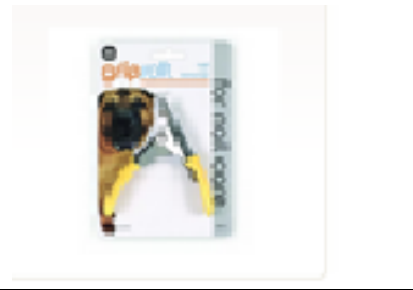
	limpieza y mantenimiento del canal del oído, de Ácido bórico, Ácido acético y Ácido salicílico sin causar irritación o maltrato al animal.								
COMPOSICION	<table> <tr> <td>Ácido bórico</td> <td>2 g</td> </tr> <tr> <td>Ácido acético</td> <td>2 g</td> </tr> <tr> <td>Ácido salicílico</td> <td>0.1 g</td> </tr> <tr> <td>Excipientes c.s.p.</td> <td>100 ml</td> </tr> </table>	Ácido bórico	2 g	Ácido acético	2 g	Ácido salicílico	0.1 g	Excipientes c.s.p.	100 ml
Ácido bórico	2 g								
Ácido acético	2 g								
Ácido salicílico	0.1 g								
Excipientes c.s.p.	100 ml								
PRESENTACION	Frasco: 100 ml								
EMPAQUE	Frasco de plástico blanco, con una tapa dosificadora que facilita la aplicación con el sistema Open-Twist-Close, en donde el pico superior gira de izquierda a derecha y permite la salida del líquido en forma gradual.								
INSTRUCCIONES DE CONSERVACION	Conserve el producto en un lugar separado, fresco, ventilado y sin humedad. No utilizar si hay cambios en el color, fraccionamiento, resecamiento, humedecimiento o mal olor								
INFORMACION ADICIONAL	En Perros, y Gatos, limpiador auricular y como adyuvante para remover material celular y cerumen. Limpieza de rutina y control de olores en el canal del oído. También puede emplearse después del baño y para facilitar el examen de oído								
	NOMBRE DEL PRODUCTO: <i>DESPARASITANTE RONDEL</i>								
DESCRIPCION	Rondel® Amplio espectro y efectiva combinación Antihelmíntica y Tenicida para Perros y Gatos. Sinergismo de acción contra Nemátodos gastrointestinales y céstodos.								
COMPOSICION	Cada 1 mL .contiene: <table> <tr> <td>Pamoato de pirantel</td> <td>116 mg.</td> </tr> <tr> <td>(Equivalente a 40 mg. de la base)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Praziquantel</td> <td>25 mg.</td> </tr> <tr> <td>Excipientes c.s.p.</td> <td>1 mL.</td> </tr> </table>	Pamoato de pirantel	116 mg.	(Equivalente a 40 mg. de la base)		Praziquantel	25 mg.	Excipientes c.s.p.	1 mL.
Pamoato de pirantel	116 mg.								
(Equivalente a 40 mg. de la base)									
Praziquantel	25 mg.								
Excipientes c.s.p.	1 mL.								
PRESENTACION	Suspensión oral por 2ml, 5ml y 10 ml.								


EMPAQUE	Jeringa dosificadora
INSTRUCCIONES DE CONSERVACION	Conserve el producto en un lugar fresco y seco, y no servir si cambia de apariencia o de color.
INFORMACION ADICIONAL	Dosis: 1 mL/5 Kg de peso vivo.

Fuente. <http://www.ciudademascotas.com/>



- **Elementos de aseo**

Tabla 22. Elementos de aseo

	NOMBRE DEL PRODUCTO: <i>Cepillos para mascotas</i>
DESCRIPCION	Cepillos diseñados para perros y gatos, con mango de goma antideslizante. Se cuenta con variedad cepillos para cada tipo de pelaje.
COMPOSICION	NO APLICA
PRESENTACION	Unidad
EMPAQUE	NO APLICA
INSTRUCCIONES DE CONSERVACION	Conserve el producto en un lugar fresco y seco.
INFORMACION ADICIONAL	NO APLICA
	NOMBRE DEL PRODUCTO: <i>Cortaúñas para perros y gatos</i>
DESCRIPCION	Cortaúñas para perros y gatos diseñados con acero inoxidable y mango antideslizante.
COMPOSICION	NO APLICA
PRESENTACION	Unidad

EMPAQUE	NO APLICA
INSTRUCCIONES DE CONSERVACION	Conserve el producto en un lugar fresco y seco.
INFORMACION ADICIONAL	NO APLICA
	NOMBRE DEL PRODUCTO: <i>Arena para gatos Freemiau</i>
DESCRIPCION	Arena granulada, absorbente, aglomerante para las heces y orina de gatos.
COMPOSICION	Montmorillonita 99% Aromatizante 1%.
PRESENTACION	10 kg.
EMPAQUE	Empaque con válvula dosificadora y sistema de agarre.
INSTRUCCIONES DE CONSERVACION	Conserve el producto en un lugar fresco y seco.
INFORMACION ADICIONAL	<ul style="list-style-type: none"> • Para un gato cambiar cada 30 días. • Para dos gatos cambiar cada 15 días. • Para tres gatos cambiar cada 10 días. • Alta capacidad de absorción. • Neutraliza los malos olores. • Solidifica heces y orina. • Facilidad y comodidad para el manejo de los residuos. • Presentación granulada para la comodidad del gato.
	NOMBRE DEL PRODUCTO: <i>Arena para gatos Cats Pride</i>
DESCRIPCION	Arena granulada, absorbente para las heces y orina de gatos, diseñada para gatos alérgicos y/o especiales
COMPOSICION	NO APLICA
PRESENTACION	13.6 kg
EMPAQUE	Empaque plástico con sistema de cierre

INSTRUCCIONES DE CONSERVACION	Conserve el producto en un lugar fresco y seco.
INFORMACION ADICIONAL	NO APLICA
	NOMBRE DEL PRODUCTO: <i>Tapete de entrenamiento para perros</i>
DESCRIPCION	Tapetes de entrenamiento que cuentan con agentes eliminadores de olores y la tecnología "wet check" que indica cuando el tapete ha sido usado colocándose de color azul.
COMPOSICION	Polimeros ultra absorbentes de orina y esencias.
PRESENTACION	Paquete por 14 unidades
EMPAQUE	Empaque plástico.
INSTRUCCIONES DE CONSERVACION	Conserve el producto en un lugar fresco y seco.
INFORMACION ADICIONAL	NO APLICA
	NOMBRE DEL PRODUCTO: <i>Asuntol jabón para perros</i>
DESCRIPCION	Jabón contra garrapatas, pulgas y piojos. Con efecto residual permanece durante varios días.
COMPOSICION	Coumaphos 1 g Expipientes csp 100 g
PRESENTACION	NO APLICA
EMPAQUE	NO APLICA
INSTRUCCIONES DE CONSERVACION	NO APLICA
INFORMACION ADICIONAL	Mojar bien al perro, enjabonar hasta obtener abundante espuma. Dejar actuar por 5 minutos, luego enjuagar con bastante agua y repetir la operación.

	<p>NOMBRE DEL PRODUCTO: <i>Shampoo para perros y gatos</i></p>
<p>DESCRIPCION</p>	<p>shampoo ectoparasitica que ataca las pulgas, garrapatas y piojos de los perros y gatos.</p>
<p>COMPOSICION</p>	<p>Cada 100 ml contienen 100 mg de Propoxur en un shampoo de alta calidad y pH ajustado.</p>
<p>PRESENTACION</p>	<p>220 ml</p>
<p>EMPAQUE</p>	<p>NO APLICA</p>
<p>INSTRUCCIONES DE CONSERVACION</p>	<p>NO APLICA</p>
<p>INFORMACION ADICIONAL</p>	<p>El Shampoo ectoparasitica Bolfo es de aplicación tópica, dando masaje a la piel mojada del animal, hasta obtener abundante espuma; se deja actuar por 5 minutos, se enjuaga el animal con abundante agua, se repite la operación y se seca totalmente al animal. Al enjuagar la espuma se elimina la sustancia activa, por lo tanto para evitar la reinfestación, se recomienda el empleo posterior de Bolfo® Polvo o Bolfo®Collar</p>
	<p>NOMBRE DEL PRODUCTO: <i>Bolfo polvo para perros y gatos</i></p>
<p>DESCRIPCION</p>	<p>Bolfo Polvo para Perros y Gatos Contra pulgas, piojos y garrapatas</p>
<p>COMPOSICION</p>	<p>Propoxur al 1 %</p>
<p>PRESENTACION</p>	<p>100 Gr</p>
<p>EMPAQUE</p>	<p>NO APLICA</p>
<p>INSTRUCCIONES DE CONSERVACION</p>	<p>NO APLICA</p>
<p>INFORMACION ADICIONAL</p>	<p>Bolfo talco en su bote espolvoreador, es un polvo micronizado a base de carbamato que se distribuye fácilmente al aplicarlo en el pelaje o plumaje de los animales. Contra pulgas, piojos y garrapatas Su alta tolerancia permite tratar incluso a felinos.</p>

	<p>NOMBRE DEL PRODUCTO: <i>Bolfo collar para perros</i></p>
<p>DESCRIPCION</p>	<p>Antiparasitario externo de tipo collar que libera un polvo micronizado que se distribuye por todo el cuerpo del perro</p>
<p>COMPOSICION</p>	<p>Propoxur al 9.4 %</p>
<p>PRESENTACION</p>	<p>Collar insecticida</p>
<p>EMPAQUE</p>	<p>NO APLICA</p>
<p>INSTRUCCIONES DE CONSERVACION</p>	<p>NO APLICA</p>
<p>INFORMACION ADICIONAL</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> El collar se debe extraer de la bolsa únicamente al momento de colocarlo. <input type="checkbox"/> Coloque el collar en el cuello del perro, de tal forma que pueda introducirse tres dedos entre el cuello del animal y el collar. En casos aislados se puede presentar irritación de la piel, en ese caso corrija la colocación del collar. Si la irritación persiste, retire el collar. <input type="checkbox"/> En perros que llevan por primera vez el collar hay que controlar con frecuencia si aparece enrojecimiento en la piel. En caso de irritación corregir la colocación del collar, si persiste proceder a quitar el collar.

Fuente. <http://www.ciudaddemascotas.com/>

- **SECCION DE CONFORT**


La sección de confort se divide en dos partes ropa y accesorios. La parte de ropa se trabaja sobre pedido, es decir, luego de que el cliente realice el pedido, esta se mandara a confeccionar, pues los diseños de MASCOTT S.A.S son exclusivos y mensualmente el catalogo es actualizado mostrando nuevos bocetos de ropa para perros y gatos.

Para esta sección se realizara una contratación externa que se encargue de la confección de cada uno de los diseños de la empresa.

En la parte de accesorios se tienen los siguientes elementos:

Tabla 23. Accesorios

	<p>NOMBRE DEL PRODUCTO: <i>Bebederos para perros y gatos</i></p>
<p>DESCRIPCION</p>	<p>Bebedores de agua para perros y gatos</p>
<p>COMPOSICION</p>	<p>NO APLICA</p>
<p>PRESENTACION</p>	<p>1.5 lt</p>
<p>EMPAQUE</p>	<p>NO APLICA</p>
<p>INSTRUCCIONES DE CONSERVACION</p>	<p>NO APLICA</p>
<p>INFORMACION ADICIONAL</p>	<p>Hecho de plástico. Recipiente transparente para controlar la cantidad. Antideslizante en la base del bebedero.</p>
	<p>NOMBRE DEL PRODUCTO: <i>Camas para perros y gatos</i></p>
<p>DESCRIPCION</p>	<p>Camas en forma de sofa para gatos o perros de razas pequeñas ,medianas o grandes</p>
<p>COMPOSICION</p>	<p>Materiales hipoalergenicos</p>
<p>PRESENTACION</p>	<p>Talla M, L</p>
<p>EMPAQUE</p>	<p>NO APLICA</p>
<p>INSTRUCCIONES DE CONSERVACION</p>	<p>100% lavables, con diseños novedosos y especiales.</p>
<p>INFORMACION ADICIONAL</p>	<p>NO APLICA</p>
	<p>NOMBRE DEL PRODUCTO: <i>Colchones para perros y gatos</i></p>
<p>DESCRIPCION</p>	<p>Colchones para gatos o perros de razas pequeñas ,medianas o grandes</p>

COMPOSICION	Materiales hipoalergenicos
PRESENTACION	Talla M, L
EMPAQUE	NO APLICA
INSTRUCCIONES DE CONSERVACION	100% lavables, con diseños novedosos y especiales.
INFORMACION ADICIONAL	NO APLICA
	NOMBRE DEL PRODUCTO: <i>Comederos para perros y gatos</i>
DESCRIPCION	Comederos para perros y gatos.
COMPOSICION	Plástico, acero inoxidable y otros.
PRESENTACION	645 ml
EMPAQUE	NO APLICA
INSTRUCCIONES DE CONSERVACION	NO APLICA
INFORMACION ADICIONAL	NO APLICA
	NOMBRE DEL PRODUCTO: <i>Guacales para perros y gatos</i>
DESCRIPCION	Guacales para gatos o perros de razas pequeñas ,medianas o grandes
COMPOSICION	Materiales hipoalergenicos
PRESENTACION	TALLAS L: ALTURA; 56 CM PROFUNDIDAD; 80 CM M: ALTURA; 47 CM PROFUNDIDAD; 67 CM
EMPAQUE	NO APLICA
INSTRUCCIONES DE CONSERVACION	100% lavables, con diseños novedosos y especiales.
INFORMACION ADICIONAL	NO APLICA

	<p>NOMBRE DEL PRODUCTO: <i>Arneses y collares para perros y gatos</i></p>
<p>DESCRIPCION</p>	<p>Arneses y collares para perros y gatos.</p>
<p>COMPOSICION</p>	<p>NO APLICA</p>
<p>PRESENTACION</p>	<p>Talla Unica</p>
<p>EMPAQUE</p>	<p>NO APLICA</p>
<p>INSTRUCCIONES DE CONSERVACION</p>	<p>NO APLICA</p>
<p>INFORMACION ADICIONAL</p>	<p>Correas ajustables con espuma en el pecho Costuras reflectivas Anillos de acero inoxidable</p>

Fuente. <http://www.ciudaddemascotas.com/>

- **SECCION MEDICA**

La sección médica consiste en un artículo escrito por un veterinario certificado, con el fin de enseñar a los clientes de MASCOTT S.A.S a cuidar a sus mascotas y a que aprendan como deben actuar al momento de identificar que su mascota se encuentra enferma. De esta manera, esta sección contara con artículos de enfermedades comunes de perros y gatos, al igual que comentarios de salubridad.

MASCOTT S.A.S también premia a sus clientes con bonos de descuentos para visitar a el veterinario de la empresa y que este pueda atender a sus mascotas con bajos precios.

Para esta sección se realizara una contratación externa que bride la asesoría y los servicios veterinarios.

6.8 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La empresa “MASCOTT S.A.S” estima la demanda actual del mercado con el fin de conocer el comportamiento de los consumidores, para estimar las ventas, la cuales se proyectan a lo largo del desarrollo del proyecto, según la descripción de los supuestos utilizados.

Para el análisis de la demanda se analizaron aspectos como:

- Población referencia: Perros y gatos de la ciudad de Pereira (Anexo C)
- Definir la población objetiva o meta del proyecto: Debido a que el censo del departamento de zoonosis no se hace por hogares o propietarios, quienes son el mercado objetivo de este proyecto, sino de una forma muy general, se toma esta información como la demanda para “Mascotts”
- El servicio demandado es la venta por catálogo de productos para mascotas, para perros y gatos

Demanda actual: La demanda actual de la empresa “MASCOTTS S.A.S” es la población de perros y gatos del área metropolitana de la ciudad de Pereira que se encuentran registradas por la secretaria de salud de Risaralda; según el Dr. Reinaldo Melo, coordinador del programa de Zoonosis de la secretaria de salud municipal la tasa de crecimiento de animales caninos y felinos en la ciudad es del 5% anual aproximadamente, con la cual se puede hacer el siguiente análisis prospectivo, partiendo del año 2013:

Tabla 24. Estudio de la demanda.

AÑO	POBLACION
2014	40419
2015	42440
2016	44562
2017	46790
2018	49130

Fuente. Trabajo de campo

La cifra del 2014 reflejan que la cantidad de perros y de la ciudad de Pereira que para ese año se convertirán en el 12% de la población total entre hombres y mujeres que se proyecta según cifras del DANE¹⁹ en 467209, es decir 1 de cada 8 hogares conviven con mascotas; Cifra importante para la implementación del proyecto en el presente años según se tiene programado.

¹⁹ Estimaciones de la población del municipio de Pereira de 2000 – 2016 Disponible en: <http://www.observatorioucc.com/Indicadores%20demograficos/Pereira/Estimaciones%20de%20la%20poblaci%F3n%20del%20municipio%20de%20Pereira%20de%202000.pdf> . Acceso 30 Octubre de 2013

6.9 ANÁLISIS DE LA OFERTA

El proyecto actualmente tiene como competencia directa a las principales distribuidoras de la ciudad y a los catálogos virtuales que venden todos los productos necesarios para el cuidado de los animales de compañía, los cuales convierten a sus dueños en los clientes objetivos del catálogo “MASCOTTS S.A.S”; a pesar de que ambos tipos de empresa tengan diferentes formas de distribuirlos, los primeros se caracterizan por vender al consumidor de manera personal y la segunda de manera online o electrónica en todo el país.

Tabla 25. Estudio de la oferta.

Nombre	Dirección	características
Ceba	Avenida Caracas 72 A 47 Esquina	Hace 37 años han distribuido productos veterinarios al sector agropecuario colombiano. Debilidad. Confusión de las personas debido a que venden de productos no solo para perros y gatos sino para caballos y bovinos
Wawaw	Cll 109 #14a-35 (Parqueadero para carros y bicicletas)	Wawaw® es una marca colombiana de ropa para mascotas Debilidad: Su portafolio de servicios se limita solamente a la venta ropa.
Monzter Buy	Bogotá	Es una empresa dedicada a la venta de accesorios como lazos y cunas base de fibras textiles y polímeros. Debilidades: Su portafolio de servicios es muy limitado y solamente venden a perros.
Easy	Calle 175 # 22 – 13.Bogota CALLE 60# 56-77. Medellín	Comercializa hace 6 años productos y soluciones para la construcción y mejoramiento del hogar Debilidad: Comercializa productos para el hogar, la construcción y solo alimentos para las mascotas.
Holliday	Int. Neyer 924 -	Es una empresa argentina que se

Scott	(B1643GAT) Beccar - Buenos Aires - Argentina	dedica al desarrollo, elaboración y comercialización de especialidades veterinarias para animales de compañía (perros, gatos y aves ornamentales). Debilidad. No es muy conocida en Colombia y por lo tanto genera desconfianza en los consumidores.
Pet Mark	Av 9 #121-76, Bogotá	Empresa dedicada a la venta de productos para mascotas Debilidad: Cobertura gratuita solo en Bogotá y con sobrecosto de envío al resto del país.
Doctor pet	Calle 44 # 70-83. Medellín	Doctor Pet.co es tu tienda de mascotas online de Alimentos Precept Plus 100% Natural – Holístico Debilidad: Su portafolio se limita a la atención médica veterinaria principalmente.
Ciudad de mascotas	Calle 100 no 8a-55 Of. 402 Bogotá	Somos parte de un grupo empresarial familiar de más de 500 empleados, empresas de más de 50 años en la industria colombiana Debilidad: solo venden en Bogotá

Fuente. Trabajo de campo

6.10 PRECIOS

El catalogo venderá productos a los consumidores de acuerdo a la estimación de la demanda y los gastos de “MASCOTT S.A.S “, y a las condiciones de precio y de pago establecido por las empresas distribuidoras de la ciudad, en este caso Distrifinca, y Multiconcentrados ubicados en la calle 18 de la ciudad de Pereira, quienes compran directamente a las fábricas en Buga de purina, Soya Y finca, el alimento para perros y gatos, en diferentes presentaciones.

Debido a su papel como intermediarios, el incremento hecho a cada producto con respecto al precio de fábrica para poder comercializarlo, según administradores de dichos establecimientos, es aproximadamente del 12% al 15% ,lo que le permite

“MASCOTTS”, elevar en un 20% el precio unitario de cada artículo dispuesto a la venta, basado en estimaciones de comercializadores del sector, con el fin de compensar los gastos operacionales y financieros , y generar utilidades, además alcanzar una ventaja competitiva dentro del mercado, con precios justos ,calidad y competencia limpia.

6.11 CANALES

El canal de distribución que utilizara la empresa será indirecto largo, ya que las empresas distribuidoras de alimentos (Agroconcentrados, Distrifinca) que compran directamente a las fábricas de Purina, Soya, y Finca ubicadas en el municipio de Buga, y en Bogotá, Ceba, los cuales distribuye elementos de aseo medicamentos y accesorios, entregaran a “MASCOTTS” como empresa detallista sus productos para comercializarlos o venderlos por el catalogo físico con el beneficio de tiempo y de lugar; Por consiguiente se convertirá en un canal selectivo, pues los productos que se venderán son adquiridos por personas que buscan calidad y estilo, que generalmente comparan con otras marcas y se esfuerzan en buscar lo mejor para sus animales, que son parte muy importante de sus vidas.

Estos productos llegaran a las manos de los consumidores por medio de agentes o corredores altamente capacitados, quienes actuarán en representación de “MASCOTTS S.A.S”. Para esto, se utilizaran mujeres madres cabeza de familia o amas de casa, quienes recibirán comisiones (2% sobre total de ventas), participación en eventos, premiaciones, rifas, entre otros, conforme al volumen de ventas y participando en la estrategia de “MASCOTTS S.A.S” llamada venta en cadena, la cual establece ganancias económicas y jerarquías al conseguir nuevos clientes.

Así mismo se utilizara una bodega para almacenar el inventario de acuerdo a las normas ICA (referencia 13) y este será una infraestructura logística llamada Cedi (centro de distribución que le permitirá a la empresa lograr una distribución más eficiente, flexible y dinámica con ayuda de la tecnología de código de barras, lectores ópticos y una plataforma electrónica para monitorear las unidades logísticas desde la entrada hasta el despacho del almacén

6.12 COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

La empresa empleara los siguientes métodos de difusión, con el fin de incrementar su participación en el mercado y por ende las ventas **(Ver anexo K):**

- Tarjetas de presentación

- Premiación clientes
- Calendarios de bolsillo
- Anuncios fuera y dentro del establecimiento
- Garantía
- Volantes
- Consultas médicas gratuitas
- Número gratuito
- Muestras gratuitas de algunos productos en el catalogo
- Anuncios en periódicos y revistas de mascotas
- Folletos
- Conferencias para clientes y fuerza de ventas.

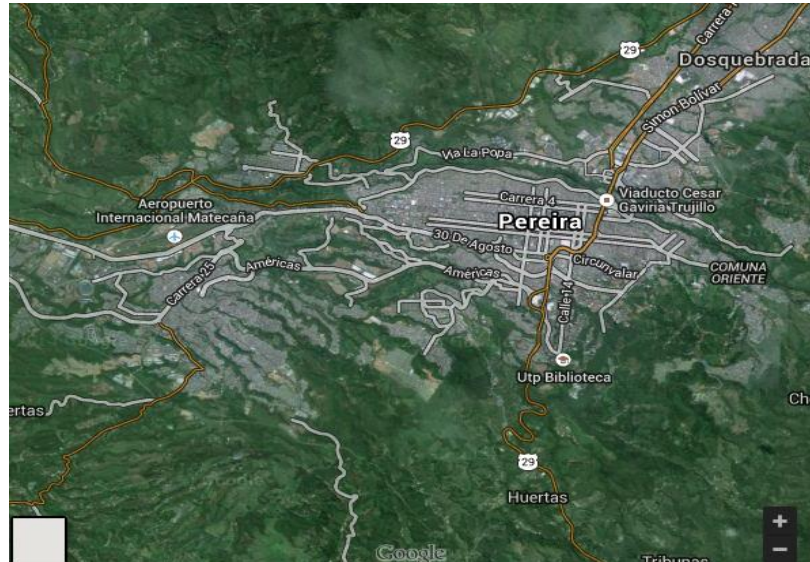
La empresa MASCOTTS S.A.S contará con planes de incentivos y capacitación para los vendedores con el fin de aumentar las ventas cada mes para mejorar la utilidad de la empresa.

6.13 ANALISIS DE UBICACION

6.13.1 Macro localización

Se elige la ciudad de Pereira para este proyecto, gracias a la una oportunidad de negocio que fue eñ descubrir que para el año 2013 suman entre caninos y felinos un total de 52137, de los cuales aproximadamente el 18% son callejeros pero con un doliente que se preocupa por ellos, y que al igual que el resto, tienen un crecimiento anual del 5% según el coordinador del programa de zoonosis de la secretaría municipal de salud, el Doctor Reinaldo Melo; Además, esta ciudad ubicada dentro del triángulo del café es pequeña y con excelentes vías de acceso que facilitan la movilidad y la agilidad en el transporte, lo que es importante para el proyecto que distribuye sus productos por medio de corredores hasta el cliente final

Gráfico N° 14 Mapa Pereira, Risaralda.



Fuente. <http://www.viasatelital.com/mapas/colombia-pereira.htm>

6.13.2 Micro localización.

Gráfico N° 15 Ubicación de la empresa en la ciudad de Pereira.



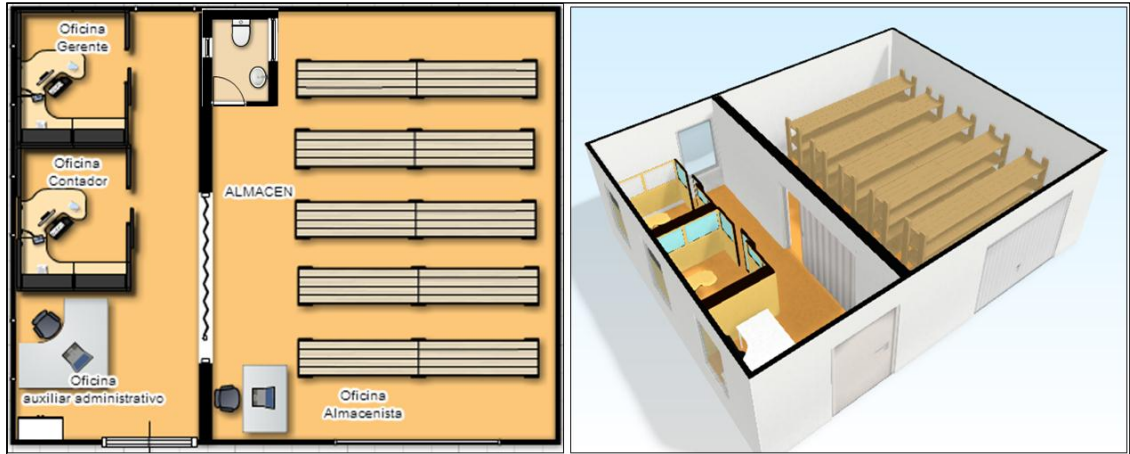
Fuente. <https://maps.google.com/>

El lugar más estratégico para ubicar el almacén y las oficinas de la empresa “Mascotts” será en el sector centro² de la ciudad de Pereira, puesto que es el lugar

más cercano a los proveedores, cuenta con buena seguridad y hay fáciles vías de acceso ; además se encuentra cerca de los estratos 3,4,5 y6

6.13.3 Distribución de planta.

Gráfico N° 16 Distribución de planta.



Fuente. Los autores.

La representación gráfica del diseño de planta de la empresa MASCOTTS S.A.S en escala 1:100 muestra la distribución del área de oficinas y del área de almacén.

De esta manera el área de oficinas se compone por la oficina del auxiliar administrativo, del contador y del gerente, comunicándose por medio de una puerta corrediza con el almacén donde se ubican las estanterías de los productos, la oficina del almacenista y el área de servicios. Además, el almacén cuenta con una puerta garaje destinada a la recepción y el despacho de mercancías.

7 PROTOTIPO FUNCIONAL DEL CATÁLOGO “MASCOTTTS S.A.S”

7.1 DISEÑO DEL PROTOTIPO.

Portada: llevará el nombre “MASCOTTTS S.A.S” e imágenes.

Índice: Nombre de cada sección y página donde se encuentra la información.

Secciones: 4 secciones para perros y gatos cada uno, de alimentos, medicamentos, accesorios, higiene, y asesoría medica veterinaria, con la Imagen de estos como portada, además las imágenes de los productos, las referencias, precios, tallas, peso, material de fabricación, modo de uso, tamaño, color, sabor, proveedor, cambios, devoluciones, promociones, es decir la información general de estos elementos.

Contacto: Respaldo que le da la empresa a los clientes con una línea de atención, dirección, email, redes sociales y datos de la vendedora de zona para que resuelva inquietudes. Además tendrán de la atención de un veterinario si lo desean, y a domicilio o en el consultorio.

Cierre: Nombre de la campaña, numero de la campaña, e información de la premiación de las vendedoras del mes; Información de algún evento, codificación del catálogo.

7.2 EMPAQUE

El catalogo se presentará cubierto por una bolsa de plástico transparente y será entregado a las agentes o corredoras con una bolsa plastica de poliuretano resistente que contenga los productos, muestras u obsequios. Cada producto estará debidamente empaquetado y etiquetado dentro del almacén para su identificación y monitoreo según la línea a la que pertenezca. Los medicamentos se presentaran de acuerdo al tipo y modo de uso en sus empaques primarios tales como en frascos, jeringas, tabletas, polvos, granulados, tubos flexibles, entre otros, al igual que los elementos de aseo, que para el caso del shampoo viene en pequeñas botellas de plástico y el jabón en pequeñas cajas de cartón; y finalmente los alimentos, vienen en sacos laminados y tejido en rafia de polipropileno, para su debido almacenamiento y posterior distribución.

Para efectos del embarque y entrega a cliente final de los productos de acuerdo a las solicitudes de los vendedores, se utilizaran bolsas de plástico de polietileno con asa y del color representativo de la campaña, estampada con el logotipo y la

información de contacto de la empresa, que sean resistentes al transporte y manipulación.

Estas bolsas, representan un beneficio económico para la compañía, debido a su bajo costo, fácil almacenamiento, y resistencia.

7.4 LOGOTIPO

Gráfico N° 17 Logotipo MASCOTTS S.A.S



Fuente. Los autores.

El color azul del logotipo de la empresa "MASCOTTS S.A.S" representa autoridad, calma, confianza, lealtad, poder, seguridad y confianza, las cuales son cualidades inherentes a los perros y los gatos quienes acompañan con amor inagotable a sus amos. El trazo dibujado suavemente inspira apoyo, consolidación y éxito que se reflejara en los productos de la empresa para el cuidado de estos animales.

8 ESTUDIO ORGANIZACIONAL

8.1 ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

MISION

Somos una empresa especializada en la venta y comercialización de productos para perros y gatos por medio de un catálogo físico, representada por vendedores altamente capacitados y empoderados, con el fin de contribuir al cuidado físico y emocional de sus mascotas

VISION

“MASCOTTS S.A.S” busca para el año 2016 ser una empresa reconocida en la región, por su diversidad de productos para mascotas basados en nuestra filosofía de mejorar la calidad de vida de los animales que conviven en los hogares , y que esta sea reconocida de alta calidad por los estándares legales de nuestro país.

VALORES CORPORATIVOS

La empresa “MASCOTTS S.A.S” en compromiso con el planteamiento de su misión y visión y en compañía de sus trabajadores, apoyará su funcionamiento sobre los siguientes valores corporativos:

- **Respeto y compromiso:** Cumplimos a nuestros clientes en el tiempo estipulado, con cordialidad, información veraz y oportuna por parte de los vendedores. Cumplimos además los acuerdos con proveedores, entidades bancarias, estado y sociedad, con transparencia y diligencia.
- **Innovación:** Somos personas que cada día generamos ideas para contribuir al mejoramiento continuo de la calidad y diversificación de nuestros productos de acuerdo a las nuevas tendencias del mercado, con el fin de impactar de manera positiva a los consumidores y a sus mascotas.

- **Colaboración entre equipos:** El trabajo en equipo es un valor fundamental dentro de la empresa para que los colaboradores contribuyan como equipo en el mejoramiento continuo de la empresa.
- **Responsabilidad con los animales:** El amor a los animales debe ser un sentimiento natural en el grupo de trabajo, para que haya congruencia con el servicio.

POLITICAS

- **Cumplimiento:** “MASCOTTS S.A.S” le cumplirá con las expectativas de sus al clientes, con productos de calidad ofrecidos dentro del catálogo, con una entrega oportuna y con la adaptación de los requisitos necesarios que certifiquen la legalidad de este.
- **Calidad:** la empresa mejorará cada día la prestación de su servicio, controlando las condiciones de los productos y de su distribución, es decir que se cumplan con las especificaciones de fabricación y de venta, desde los proveedores hasta el cliente final con excelente calidad.
- **Liderazgo:** La dirección dentro de la empresa hacia sus funcionarios será de manera comprensiva y amistosa en la que prevalezca un buen clima organizacional que motive la realización de las tareas.
- **Capacitación:** Se le hará un acompañamiento continuo a la fuerza de ventas de la empresa, especialmente dentro de su campo de acción con el fin de evaluar su desempeño y corregir de manera oportuna dificultades en cuanto al servicio al cliente.

OBJETIVOS ORGANIZACIONALES

- Informar a los clientes potenciales sobre los productos ofrecidos por la empresa, facilitando su búsqueda y adquisición de la manera más cómoda posible con vendedores capacitados.

- Hacer el planeamiento logístico, teniendo en cuenta los pedidos en función del volumen de ventas.
- Capacitar continuamente a nuestra fuerza de ventas en la captura de clientes y su fidelización con la marca.
- Presentar a los clientes las características de los productos de la compañía en el catálogo, de forma clara, ordenada, veraz y con un diseño atractivo.
- Controlar la comunicación en el canal de distribución con sistemas informáticos que faciliten el intercambio de información desde los proveedores.
- Asesorar a nuestros clientes en el cuidado de sus mascotas, no solo con el conocimiento de los vendedores, sino con la atención veterinaria del médico de la compañía.
- Generar un ambiente de solidaridad y colaboración entre equipos de la empresa para facilitar la creatividad.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

La empresa “MASCOTTS S.A.S”, en su intento por mejorar la calidad de vida de quienes rodean su entorno, como ambiente externo a la organización, apoyará con recursos económicos las campañas de vacunación antirrábica animal y esterilización de caninos y felinos que adelanta la dirección operativa de salud pública en cabeza del programa de zoonosis de la Secretaria de salud departamental, los cuales se realizan cada año en todos los municipios de Risaralda.

Dichas actividades, se hacen en jornadas masivas, con el fin de prevenir la propagación de la hidrofobia cuyo contagio tiene consecuencias letales cercanas al 100%, y de intervenir en la proliferación de animales callejeros, quienes causan, según la secretaria de salud departamental, los mayores accidentes rábicos reportados.

Igualmente, la empresa con el propósito de contribuir al desarrollo sostenible del departamento, no solo con la generación de empleo, sino también con el respeto hacia la vida digna de los seres vivos que rodean dicha organización, enfocara

también sus programas de RSC a la educación, es decir a la capacitación de los tenedores en temas de bienestar físico y emocional animal, y a los colaboradores de la dirección de salud pública de Risaralda en temas de zoonosis, en conjunto con la secretaria de salud departamental.

Por otra parte, actualmente en la ciudad de Pereira existen varias fundaciones que amparan el rescate, rehabilitación, y adopción de perros y abandonados o nacidos en la calle, financiadas principalmente por donaciones de privados; estas organizaciones se varan beneficiadas no solo con recursos económicos generados por la actividad económica de “MASCOTTS S.A.S”, sino también con recursos humanos que serán voluntarios de las brigadas de adopción q realizan; igualmente, los veterinarios que se vincularan laboralmente a la empresa, deberán prevenir, diagnosticar y curar las enfermedades de los animales en los albergues de la ciudad, legalmente establecidos y cuyo objeto social no sea el lucro.

8.2 ANÁLISIS DOFA

Tabla 26. Análisis DOFA

<p style="text-align: center;">FACTORES INTERNOS</p> <p style="text-align: center;">FACTORES EXTERNOS</p>	<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejoramiento de la calidad de vida de los animales. • Promover la educación acerca del cuidado de los animales, • Disminución de enfermedades en animales. • Accesibilidad en la adquisición de nuestros productos. • Nuestro conocimiento en la formulación y evaluación de proyectos. 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Casi 40000 animales entre perros y gatos en Pereira • Incluir en el mercado el catalogo “ MASCOTTS S.A.S ” como una nueva tendencia de compra • Respaldo por parte de las asociaciones protectoras y tiendas de animales. • El gran interés de las personas por invertir dinero en el cuidado de sus mascotas <p>No existe actualmente este servicio de catálogo.</p>

<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Altos precios por parte de proveedores. • Tendencia de venta de productos para mascotas poco reconocida. • Escasa posibilidad de inversionistas. • Poco consumo del producto. 	<p>estrategias FO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar alianzas con proveedores que ofrezcan productos de buena calidad para ofrecer en nuestro catálogo. • Ampliar nuestras ventas en el área metropolitana de Pereira. • Tener estándares de calidad aprobados por parte de las asociaciones protectoras de animales. 	<p>estrategias DO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer productos de calidad a precios accesibles. • Trabajar en conjunto con las asociaciones protectoras de animales. • Posicionar nuestro producto para que nuestra empresa sea reconocida en la región y posteriormente a nivel nacional.
<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aparición de nuevos competidores • Impuestos elevados • Reducción de capital • Clientes insatisfechos • Poca rentabilidad al iniciar con el proyecto. 	<p>estrategias FA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tener un sello que distinga a nuestro producto de alta calidad • Implementar estrategias de venta que impacten el mercado. • Ampliar nuestro capital con el apoyo de las asociaciones protectoras de animales. 	<p>estrategias DA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar estudios constantes para ofrecer productos rentables. • Garantizar la satisfacción al cliente. • Fortalecer el conocimiento del negocio.

Fuente. Los autores.

8.3 NATURALEZA JURIDICA²⁰

La empresa aquí planteada será una sociedad de capitales de naturaleza comercial, es decir sociedad de acciones simplificada SAS según Ley 1259 de 2008 de la legislación colombiana, que para este caso será "MASCOTTS S.A.S". La decisión se ha tomado debido a que hay mucha flexibilidad y facilidades en la creación de este tipo de sociedad en la Cámara de comercio de la ciudad de Pereira, y las intenciones que se tienen en cuanto a la responsabilidad del monto de los aportes, permite mayor libertad de organización.

Con el fin de constituir el documento privado según artículo 5 de la ley 1258, se tienen en cuenta las siguientes características:

Nombre de Accionistas:

Karem Trinidad Tenorio Gómez, CC.1088298199

Karen Daniela Escalante Gómez, CC.1088303727

Capital: \$ 67.575.561,33

Responsabilidad sobre los aportes:

Karem Trinidad Tenorio Gómez, CC.1088298199, 50%

Karen Daniela Escalante Gómez, CC.1088303727, 50%

Forma de pago de aporte: Efectivo

Representante legal: Karen Daniela Escalante Gómez
CC.1088303727

Razón Social: MASCOTTS S.A.S

Domicilio: Pereira-Risaralda-Colombia

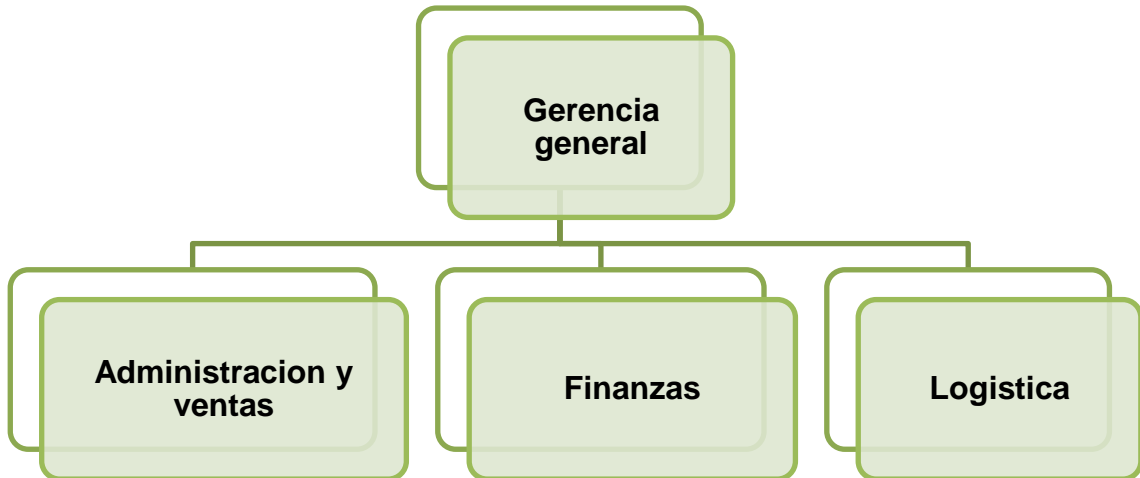
Duración: Indefinida

Objeto Social: Comercialización de productos para perros y gatos.

²⁰ Naturaleza Juridica. [Internet] Disponible en:
<http://www.eafit.edu.co/escuelas/administracion/consultoriocontable/Documents/Nota%20de%20clase%2018%20SAS.pdf>. Acceso: 28 de Enero del 2015

8.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

Gráfico N° 18 Organigrama



Fuente. Los autores.

Nota: El organigrama es correspondiente al funcionamiento inicial de la empresa.

8.5 MAPA DE PROCESOS.

Gráfico N° 19 Mapa de procesos



Fuente. Los autores.

8.6 MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS

Tabla 27. Manual de procesos y procedimientos Mercadeo y ventas.



	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS	VERSION I
I. IDENTIFICACION DEL PROCESO		
1. Nombre del proceso: Mercadeo y ventas 2. Área: Administración y ventas.		
II. DESCRIPCION DEL PROCESOS		
1. OBJETIVO DEL PROCESO		
Incentivar las ventas mediante estrategias de marketing MIX.		
2. RESULTADOS ESPERADOS.		
Aumento de las ventas periódicas de la empresa.		
<ul style="list-style-type: none"> • LIMITES Punto inicial: Analizar las tendencias del mercado. Punto final: Impulsar las ventas de la empresa. • FORMATOS O IMPRESOS <ul style="list-style-type: none"> - Encuestas preferencias del cliente. - Registro campañas publicitarias. - Registro de ventas. 		
III. DESCRIPCION DE LOS PROCEDIMIENTOS		
Nombre del procedimiento	Área responsable	Responsable
Analizar la oferta y la demanda de la empresa.	Gerencia general	Gerente general
Definir estrategias de marketing MIX.	Gerencia general	Gerente general
Incentivar las ventas.	Administración y ventas	Auxiliar administrativo
Recepción y despacho de productos.	Administración y ventas	Auxiliar administrativo
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:

Tabla 28. Identificación del procedimiento “Analizar la oferta y la demanda de la empresa”.

	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS	VERSION I
I. IDENTIFICACION DEL PROCEDIMIENTO		
1. Nombre del procedimiento: Analizar la oferta y la demanda de la empresa.		
II. DESCRIPCION DEL PROCEDIMIENTO		
1. OBJETIVO DEL PROCEDIMIENTO		
Determinar la situación actual de la oferta y la demanda para los productos de la empresa.		
2. RESPONSABLE DEL PROCEDIMIENTO		
Gerente general.		
<ul style="list-style-type: none"> • RESULTADOS ESPERADOS <p>Tener en inventario las unidades necesarias para abastecer el mercado.</p> • LIMITES <p>Punto inicial: Estudiar el mercado.</p> <p>Punto final: Definir planes de mercadeo.</p> • FORMATOS O IMPRESOS <ul style="list-style-type: none"> - Los que se consideren necesarios. • OBSERVACIONES <p>NO APLICA.</p> 		
III. DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES DEL PROCEDIMIENTO		
Actividad	Área responsable	Responsable
Determinación de la oferta actual.	Gerencia general	Gerente general
Determinar la capacidad del almacenamiento.	Gerencia general	Gerente general
Proyección de la oferta y la demanda.	Gerencia general	Gerente general
Determinar el PIB y la inflación.	Gerencia general	Gerente general
Contactar	Gerencia general	Gerente general


proveedores.		
Determinar los pedidos mensuales.	Administración y ventas	Auxiliar administrativo
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:

Tabla 29. Identificación del procedimiento “Definir estrategias de marketing MIX”.

	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS	VERSION I
I. IDENTIFICACION DEL PROCEDIMIENTO		
2. Nombre del procedimiento: Definir estrategias de marketing MIX.		
II. DESCRIPCION DEL PROCEDIMIENTO		
3. OBJETIVO DEL PROCEDIMIENTO		
Diseñar estrategias de mercado teniendo en cuenta el producto, precio, promoción y plaza.		
4. RESPONSABLE DEL PROCEDIMIENTO		
Gerente general.		
<ul style="list-style-type: none"> • RESULTADOS ESPERADOS <p>Estrategias que permiten a la empresa posicionarse en el mercado.</p> <ul style="list-style-type: none"> • LIMITES <p>Punto inicial: Implementar las 4P en la empresa.</p> <p>Punto final: Posicionarse en el mercado.</p> <ul style="list-style-type: none"> • FORMATOS O IMPRESOS <p>- Los que se consideren necesarios.</p> <ul style="list-style-type: none"> • OBSERVACIONES <p>NO APLICA.</p>		
III. DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES DEL PROCEDIMIENTO		
Actividad	Área responsable	Responsable
Identificar las necesidades del mercado.	Gerencia general	Gerente general
Crear estrategias de	Gerencia general	Gerente general

publicidad.		
Determinar la plaza en la que se distribuirá el producto.	Gerencia general	Gerente general
Identificar los atributos necesarios del producto para la satisfacción del consumidor.	Gerencia general	Gerente general
Implementar estrategias de precio.	Gerencia general	Gerente general
Realizar constantemente campañas promocionales.	Gerencia general	Gerente general
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:

Tabla 30. Identificación del procedimiento “Incentivar las ventas”.

 MASCOTT'S S.A.S.	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS	VERSION I
I. IDENTIFICACION DEL PROCEDIMIENTO		
3. Nombre del procedimiento: Incentivar las ventas.		
II. DESCRIPCION DEL PROCEDIMIENTO		
5. OBJETIVO DEL PROCEDIMIENTO		
Incrementar las ventas periódicamente de la empresa para elevar la utilidad.		
6. RESPONSABLE DEL PROCEDIMIENTO		
Auxiliar administrativo.		
<ul style="list-style-type: none"> • RESULTADOS ESPERADOS <p>Elevar la utilidad en ventas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • LIMITES <p>Punto inicial: Capacitar a los vendedores.</p> <p>Punto final: Incremento de las ventas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • FORMATOS O IMPRESOS <p>- Los que se consideren necesarios.</p>		


<ul style="list-style-type: none"> OBSERVACIONES <p>La capacitación de los vendedores se llevara a cabo mensualmente cada que se reciba una campaña nueva.</p>		
III. DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES DEL PROCEDIMIENTO		
Actividad	Área responsable	Responsable
Realizar las contrataciones publicitarias.	Administración y ventas.	Auxiliar administrativo.
Capacitar a los vendedores.	Administración y ventas.	Auxiliar administrativo.
Implementar planes de incentivos para los mejores vendedores.	Administración y ventas.	Auxiliar administrativo.
Mantener registro periódico de las ventas.	Administración y ventas.	Auxiliar administrativo.
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:

Tabla 31. Identificación del procedimiento “Recepción y despacho de productos”.

	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS	VERSION I
I. IDENTIFICACION DEL PROCEDIMIENTO		
1. Nombre del procedimiento: Recepción y despacho de productos.		
II. DESCRIPCION DEL PROCEDIMIENTO		
1. OBJETIVO DEL PROCEDIMIENTO		
Recibir los pedidos realizados por la gerencia.		
2. RESPONSABLE DEL PROCEDIMIENTO		
Almacenista.		
RESULTADOS ESPERADOS		
Mantener abastecido el almacén con un inventario en buenas condiciones.		
LIMITES		
Punto inicial: Verificar las existencias en inventario.		
Punto final: Aprovisionar el almacén.		


<ul style="list-style-type: none"> • FORMATOS O IMPRESOS <ul style="list-style-type: none"> - Formatos de recepción de pedidos. - Facturas. - Formato de pedidos. - Formato de inventarios. - Archivos en Excel actualizados del inventario. • OBSERVACIONES NO APLICA. 		
III. DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES DEL PROCEDIMIENTO		
Actividad	Área responsable	Responsable
Diligenciar los formatos de recepción de pedidos.	Logística.	Almacenista.
Verificar el estado de la mercancía entrante.	Logística.	Almacenista.
Sistematizar cada entrada y salida del almacén.	Logística.	Almacenista.
Recibir y empaquetar las ordenes de despacho.	Logística.	Almacenista.
Digitalizar los despachos.	Logística.	Almacenista.
Despachar los productos al cliente final.	Logística.	Almacenista.
Hacer seguimiento del producto.	Logística.	Almacenista.
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:

Tabla 32. Manual de procesos y procedimientos finanzas.

	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS	VERSION I
I. IDENTIFICACION DEL PROCESO		
1. Nombre del proceso: Finanzas		
2. Área: Finanzas.		
II. DESCRIPCION DEL PROCESOS		
1. OBJETIVO DEL PROCESO		

Mantener actualizado los estados financieros de la empresa.		
2. RESULTADOS ESPERADOS.		
Tener un flujo de efectivo al día para el manejo operativo de la empresa.		
<ul style="list-style-type: none"> • LIMITES <p>Punto inicial: Analizar cada una de las cuentas que se manejen en la empresa.</p> <p>Punto final: Conocer el estado financiero de la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • FORMATOS O IMPRESOS <ul style="list-style-type: none"> - Libros contables. - Cotización con proveedores. - Facturas - Otros que se consideren necesarios. 		
III. DESCRIPCION DE LOS PROCEDIMIENTOS		
Nombre del procedimiento	Área responsable	Responsable
Registro de cuentas por cobrar y pagar.	Finanzas.	Contador
Contabilización de movimientos contables.	Finanzas.	Contador
Rendición de informes contables y financieros.	Finanzas.	Contador
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:

Tabla 33. Identificación del procedimiento “Registro de cuentas por cobrar y pagar”.

	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS	VERSION I
I. IDENTIFICACION DEL PROCEDIMIENTO		
1. Nombre del procedimiento: Registro de cuentas por cobrar y pagar.		
II. DESCRIPCION DEL PROCEDIMIENTO		
3. OBJETIVO DEL PROCEDIMIENTO		
Registrar las cuentas de la empresa en los libros o archivos contables.		
4. RESPONSABLE DEL PROCEDIMIENTO		
Contador		
<ul style="list-style-type: none"> • RESULTADOS ESPERADOS 		

Tener actualizado el registro de la cuentas de la empresa.

- **LIMITES**

Punto inicial: Revisar las cuentas de la empresa.

Punto final: Realizar el pago de las obligaciones adquiridas por la empresa.

- **FORMATOS O IMPRESOS**


- Facturas
- Comprobantes de pagos.

- **OBSERVACIONES**

NO APLICA.


III. DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES DEL PROCEDIMIENTO		
Actividad	Área responsable	Responsable
Recolectar y sistematizar las cuentas de la empresa.	Finanzas.	Contador
Verificar las fechas de vencimiento y realizar los pagos de las facturas.	Finanzas.	Contador
Registrar los movimientos en el libro contable.	Finanzas.	Contador
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:

Tabla 34. Identificación del procedimiento “Contabilización de movimientos contables”.

	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS	VERSION I
I. IDENTIFICACION DEL PROCEDIMIENTO		
2. Nombre del procedimiento: Contabilización de movimientos.		
II. DESCRIPCION DEL PROCEDIMIENTO		
1. OBJETIVO DEL PROCEDIMIENTO		

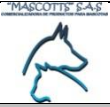
Registrar los movimientos contables de la empresa.		
2. RESPONSABLE DEL PROCEDIMIENTO		
Contador		
<ul style="list-style-type: none"> • RESULTADOS ESPERADOS <p>Registro periódico de la contabilidad de la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • LIMITES <p>Punto inicial: Registrar todos los movimientos contables de la empresa.</p> <p>Punto final: Conocer los movimientos del periodo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • FORMATOS O IMPRESOS <ul style="list-style-type: none"> - Facturas - Comprobantes de pago. - Otros que se consideren necesarios. <ul style="list-style-type: none"> • OBSERVACIONES <p>NO APLICA.</p>		
III. DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES DEL PROCEDIMIENTO		
Actividad	Área responsable	Responsable
Registrar los pagos de los pedidos.	Finanzas.	Contador
Registrar y realizar los pagos legales.	Finanzas.	Contador
Realizar y registrar los pagos por concepto de alquiler, nomina, y otros.	Finanzas.	Contador
Revisar y mantener al día las obligaciones bancarias	Finanzas.	Contador
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:

Tabla 35. Identificación del procedimiento “Rendición de informes contables y financieros.

	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS	VERSION I
I. IDENTIFICACION DEL PROCEDIMIENTO		
3. Nombre del procedimiento: Rendición de informes contables y financieros.		
II. DESCRIPCION DEL PROCEDIMIENTO		
3. OBJETIVO DEL PROCEDIMIENTO		
Construir los informes contables de la empresa para la rendición de cuentas con los socios y la gerencia.		
4. RESPONSABLE DEL PROCEDIMIENTO		
Contador.		
<ul style="list-style-type: none"> • RESULTADOS ESPERADOS Informar a la gerencia y a los socios de la situación contable de la empresa. • LIMITES Punto inicial: Construcción de informes contables. Punto final: Informe contable para la gerencia y los socios • FORMATOS O IMPRESOS <ul style="list-style-type: none"> - Facturas - Comprobantes de pago. - Otros que se consideren necesarios. • OBSERVACIONES NO APLICA. 		
III. DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES DEL PROCEDIMIENTO		
Actividad	Área responsable	Responsable
Liquidar los activos de la empresa.	Finanzas.	Contador
Realizar la amortización de los bienes de la empresa.	Finanzas.	Contador
Liquidar la nómina de los empleados.	Finanzas.	Contador
Proyectar las ventas de la empresa.	Finanzas.	Contador


Realizar la construcción y análisis del estado de resultados de la empresa.	Finanzas.	Contador
Construir el flujo de caja periódicamente.	Finanzas.	Contador
Determinar las tasas de ventas anuales, impuestos, y demás indicadores financieros.	Finanzas.	Contador
Construir los balances generales mensuales.	Finanzas.	Contador
Informar a la gerencia de cada movimiento o anomalía que se presente.	Finanzas.	Contador
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:

Tabla 36. Manual de procesos y procedimientos Abastecimiento y transporte.

	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS	VERSION I
I. IDENTIFICACION DEL PROCESO		
1. Nombre del proceso: Abastecimiento y transporte.		
2. Área: Dirección de logística.		
II. DESCRIPCION DEL PROCESOS		
1. OBJETIVO DEL PROCESO		
Mantener abastecido el almacén con productos en buena calidad.		
2. RESULTADOS ESPERADOS.		
Abastecimiento continuo en el almacén.		
<ul style="list-style-type: none"> • LIMITES <p>Punto inicial: Recepcionar los pedidos.</p> <p>Punto final: Despachar los pedidos.</p>		
<ul style="list-style-type: none"> • FORMATOS O IMPRESOS <ul style="list-style-type: none"> - Formatos de recepción y despacho. - Factura de compra y venta de productos. 		


- Otros que se consideren necesarios.		
III. DESCRIPCION DE LOS PROCEDIMIENTOS		
Nombre del procedimiento	Área responsable	Responsable
Recepción y despacho de productos.	Logística.	Almacenista.
Actualizar el inventario de la empresa.	Logística.	Almacenista.
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:

Tabla 37. Identificación del procedimiento “Recepción y despacho de productos”.

	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS	VERSION I
I. IDENTIFICACION DEL PROCEDIMIENTO		
1. Nombre del procedimiento: Recepción y despacho de productos.		
II. DESCRIPCION DEL PROCEDIMIENTO		
1. OBJETIVO DEL PROCEDIMIENTO		
Recepcionar y despachar cada uno de los productos que ingresan a la empresa para posteriormente ser despachados al cliente final.		
2. RESPONSABLE DEL PROCEDIMIENTO		
Líder de almacén.		
• RESULTADOS ESPERADOS		
Controlar la calidad de los productos que entran y salen de la empresa.		
• LIMITES		
Punto inicial: Recepción de pedidos.		
Punto final: Despacho de pedidos.		
• FORMATOS O IMPRESOS		
<ul style="list-style-type: none"> - Formatos de recepción y despacho. - Factura de compra y venta de productos. - Otros que se consideren necesarios. 		
• OBSERVACIONES		
NO APLICA.		

III. DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES DEL PROCEDIMIENTO		
Actividad	Área responsable	Responsable
Analizar los pedidos de la empresa.	Logística.	Almacenista.
Recibir los pedidos por parte de los proveedores.	Logística.	Almacenista.
Revisar el estado de los productos.	Logística.	Almacenista.
Clasificar los productos entrantes en conformes o no conformes.	Logística.	Almacenista.
Ubicar en la estantería los productos entrantes a la empresa.	Logística.	Almacenista.
Recepcionar las órdenes de compra para los despachos.	Logística.	Almacenista.
Organizar los pedidos.	Logística.	Almacenista.
Realizar el despacho de los pedidos.	Logística.	Almacenista.
Hacer seguimiento a las entregas.	Logística.	Almacenista.
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:

Tabla 38. Identificación del procedimiento “Actualizar el inventario de la empresa”.

	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS	VERSION I
I. IDENTIFICACION DEL PROCEDIMIENTO		
1. Nombre del procedimiento: Actualizar el inventario de la empresa.		
II. DESCRIPCION DEL PROCEDIMIENTO		
1. OBJETIVO DEL PROCEDIMIENTO		
Custodiar y actualizar periódicamente el inventario de productos de la empresa.		
2. RESPONSABLE DEL PROCEDIMIENTO		
Líder almacén.		
<ul style="list-style-type: none"> RESULTADOS ESPERADOS 		

Conservar un inventario actualizado de productos de alta calidad.


- **LIMITES**
Punto inicial: Verificar las existencias en inventarió.

Punto final: Rendir informe del estado del inventario de la empresa.

 - **FORMATOS O IMPRESOS**
 - Formatos de recepción y despacho.
 - Factura de compra y venta de productos.
 - Otros que se consideren necesarios.
 - **OBSERVACIONES**
NO APLICA.


III. DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES DEL PROCEDIMIENTO		
Actividad	Área responsable	Responsable
Realizar el conteo periódico y después de cada entrada o salida de productos.	Logística.	Almacenista.
Realizar informes y devoluciones de los productos no conformes.	Logística.	Almacenista.
Informar a la gerencia del estado del inventario.	Logística.	Almacenista.
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:

Tabla 39. Manual de procesos y procedimientos Talento humano.

	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMEINTOS	VERSION I
I. IDENTIFICACION DEL PROCESO		
1. Nombre del proceso: Talento humano.		
2. Área: Administración y ventas.		
II. DESCRIPCION DEL PROCESOS		
1. OBJETIVO DEL PROCESO		
Velar por unas buenas condiciones de trabajo para los empleados de la empresa.		

2. RESULTADOS ESPERADOS.		
Trabajadores satisfechos.		
<ul style="list-style-type: none"> • LIMITES Punto inicial: Análisis de las condiciones de trabajo. Punto final: Condiciones de trabajo aceptables para los trabajadores. 		
<ul style="list-style-type: none"> • FORMATOS O IMPRESOS <ul style="list-style-type: none"> - Los que se consideren necesarios. 		
III. DESCRIPCION DE LOS PROCEDIMIENTOS		
Nombre del procedimiento	Área responsable	Responsable
Reclutamiento, inducción, capacitación y evaluación del desempeño.	Administración y ventas	Auxiliar administrativo.
Elaboración de la nomina y planes incentivos.	Administración y ventas	Auxiliar administrativo.
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:

Tabla 40. Identificación del procedimiento “Reclutamiento, inducción, capacitación y evaluación del desempeño”.

	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS	VERSION I
I. IDENTIFICACION DEL PROCEDIMIENTO		
1. Nombre del procedimiento: Reclutamiento, inducción, capacitación y evaluación del desempeño.		
II. DESCRIPCION DEL PROCEDIMIENTO		
1. OBJETIVO DEL PROCEDIMIENTO		
Proveer a la empresa de personal calificado.		
2. RESPONSABLE DEL PROCEDIMIENTO		
Auxiliar administrativo.		
<ul style="list-style-type: none"> • RESULTADOS ESPERADOS 		
Personal de alta calidad.		

- **LIMITES**

Punto inicial: Reclutar el personal necesario para laborar en la empresa.

Punto final: Evaluar el desempeño de los empleados.

- **FORMATOS O IMPRESOS**

Los que se consideren necesarios.

- **OBSERVACIONES**

NO APLICA.

III. DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES DEL PROCEDIMIENTO

Actividad	Área responsable	Responsable
Definir las funciones, y requisitos de los cargos.	Administración y ventas	Auxiliar administrativo.
Reclutar los aspirantes para los cargos.	Administración y ventas	Auxiliar administrativo.
Realizar entrevista y exámenes a los aspirantes.	Administración y ventas	Auxiliar administrativo.
Implementar y dictar planes de inducción.	Administración y ventas	Auxiliar administrativo.
Desarrollar y dictar capacitación periódicamente a los empleados.	Administración y ventas	Auxiliar administrativo.
Evaluar el desempeño de los empleados.	Administración y ventas	Auxiliar administrativo.
Informar a la gerencia sobre el desempeño y las necesidades del departamento.	Administración y ventas	Auxiliar administrativo.
Aprovisionar a los empleados de los elementos necesarios.	Administración y ventas	Auxiliar administrativo.
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:


Tabla 41. Identificación del procedimiento “Elaboración de la nómina y planes incentivos”.

	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS	VERSION I
I. IDENTIFICACION DEL PROCEDIMIENTO		
1. Nombre del procedimiento: Elaboración de la nómina y planes incentivos.		
II. DESCRIPCION DEL PROCEDIMIENTO		
1. OBJETIVO DEL PROCEDIMIENTO		
Realizar los pagos e incentivar las ventas de los empleados.		
2. RESPONSABLE DEL PROCEDIMIENTO		
Auxiliar administrativo.		
<ul style="list-style-type: none"> • RESULTADOS ESPERADOS 		
Aumento de las ventas.		
<ul style="list-style-type: none"> • LIMITES 		
Punto inicial: Implementación de planes incentivos.		
Punto final: Aumento en las ventas y en las utilidades.		
<ul style="list-style-type: none"> • FORMATOS O IMPRESOS 		
Los que se consideren necesarios.		
<ul style="list-style-type: none"> • OBSERVACIONES 		
NO APLICA.		
III. DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES DEL PROCEDIMIENTO		
Actividad	Área responsable	Responsable
Liquidar la nómina y las horas extras de los trabajadores.	Administración y ventas	Auxiliar administrativo.
Elaborar planes incentivos para los vendedores.	Administración y ventas	Auxiliar administrativo.
Realizar análisis de los históricos en ventas para el pago de remuneración por buenas ventas.	Administración y ventas	Auxiliar administrativo.
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:

8.7 DESCRIPCIÓN, ANÁLISIS Y DISEÑO DE CARGOS.


La empresa “MASCOTTS S.A.S” contara con una asignación de puestos de trabajo según las funciones necesarias en el desarrollo de dicho cargo. La descripción del cargo se refiere a las tareas, los deberes y las responsabilidades del cargo y el análisis del cargo describe los requisitos que el trabajador debe cumplir.

Tabla 42. Cargos, funciones, responsabilidades, requisitos para el gerente general.

	MANUAL DE FUNCIONES DESCRIPCION DE CARGOS	VERSION I
I. IDENTIFICACION DEL CARGO		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Nombre del cargo: Gerente General 2. Área: Gerencia general 3. Cargo al cual reporta: 4. Cargo de las personas que le reportan: Contador, auxiliar administrativo y almacenista. 5. Número de cargos con la misma denominación: 1 		
II. DESCRIPCION DEL CARGO		
1. NATURALEZA DEL CARGO		
Planificar, controlar, dirigir y organizar todas las operaciones de la empresa en compañía de los socios para transformar la organización en un ente productivo y competitivo.		
2. FUNCIONES DEL CARGO		
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar estrategias para el funcionamiento adecuado de la empresa. • Trabajar en conjunto con las diferentes áreas en proyectos de presupuestos. • Nombrar, celebrar y dar posesión de los contratos oficiales de los trabajadores de la empresa. • Representar a la empresa como persona jurídica responsable de la empresa y velar por el cumplimiento de las obligaciones legales que esta asume desde el momento de la constitución como empresa. • Analizar el comportamiento de la oferta y la demanda para determinar el 		

<p>volumen de ventas mensual de la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Generar estrategias de penetración en el mercado que incluyan el marketing MIX para la captación de clientes. • Cumplir todas aquellas funciones relacionadas con la organización y funcionamiento de la empresa y demás tareas asignada por la junta de socios. 		
III. REQUISITOS DEL CARGO		
1. CONOCIMIENTOS Y EXPERIENCIAS		
EDUCACION	Pregrado en Ingeniería Industrial, Administración de empresas.	
EXPERIENCIA	3 años de experiencia en administración de empresas.	
IV. ESPECIFICACIONES		
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:

Tabla 43. Cargos, funciones, responsabilidades, requisitos para el Auxiliar Administrativo.

	MANUAL DE FUNCIONES DESCRIPCION DE CARGOS	VERSION I
I. IDENTIFICACION DEL CARGO		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Nombre del cargo: Auxiliar Administrativo. 2. Área: Administración y ventas. 3. Cargo al cual reporta: Gerente General 4. Cargo de las personas que le reportan: No tiene cargos a su mando. 5. Número de cargos con la misma denominación: 1 		
II. DESCRIPCION DEL CARGO		
1. NATURALEZA DEL CARGO		
Vigilar cada una de las funciones de los empleados garantizando una eficiente administración del personal.		
2. FUNCIONES DEL CARGO		
FUNCIONES:		
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar planes de reclutamiento, inducción, capacitación y evaluación de desempeño para el personal de la empresa. • Realizar contratos con otras empresas para las funciones de apoyo necesarias para la organización, como el diseño del catálogo. 		


- Realizar enlace entre la gerencia general y la dependencia para las contrataciones publicitarias.
- Incentivar las ventas mediante proyectos de incentivos.
- Elaborar registros de las ventas mensuales y realizar informes periódicos de estas.
- Elaborar la nómina mensual y la liquidación de seguridad social de cada uno de los empleados de la organización.
- Atender de manera ágil y eficaz las llamadas telefónicas y los clientes que visitan la organización.
- Darle un manejo adecuada a cada uno de los bienes de la organización.
- Mantener al día los documentos legales de la empresa.
- Velar por el cumplimiento de las políticas, la responsabilidad social y valores corporativos de la organización.
- Tomar los pedidos de los vendedores e informar al contador de la venta y al líder del almacén para su posterior despacho.
- Cumplir todas aquellas funciones relacionadas con la organización y funcionamiento de la empresa y demás tareas asignada por la gerencia general.

III. REQUISITOS DEL CARGO

1. CONOCIMIENTOS Y EXPERIENCIAS


EDUCACION	Pregrado en Administración de empresas o técnico administrativo.	
EXPERIENCIA	1 años de experiencia en cargos administrativos.	
IV. ESPECIFICACIONES		
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:

Tabla 44. Cargos, funciones, responsabilidades, requisitos para el Vendedor.

	MANUAL DE FUNCIONES DESCRIPCION DE CARGOS	VERSION I
I. IDENTIFICACION DEL CARGO		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Nombre del cargo: Vendedor. 2. Área: Administración y ventas. 3. Cargo al cual reporta: Auxiliar administrativo. 4. Cargo de las personas que le reportan: No tiene cargos a su mando. 5. Número de cargos con la misma denominación: 10 		
II. DESCRIPCION DEL CARGO		
1. NATURALEZA DEL CARGO		
Promocionar y tomar los pedidos de los clientes de la empresa.		
2. FUNCIONES DEL CARGO		
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Promocionar los productos de la empresa. • Dar a conocer el servicio y las promociones ofrecidas por la empresa. • Tomar los pedidos de los clientes y posteriormente realizar el registro y el reporte al auxiliar administrativo para la realización del pedido. • Capacitarse y actualizarse mensualmente según las campañas de productos ofrecidos por la empresa. • Promover el buen nombre de la empresa, portando la identificación correspondiente y la camisa con logotipo. • Informar a los clientes sobre las promociones vigentes para el periodo en curso. • Cumplir todas aquellas funciones relacionadas con la organización y funcionamiento de la empresa y demás tareas asignada por la gerencia general. 		
OBSERVACIONES		
La contratación de los vendedores es por prestación de servicios y el pago de estos es determinado sobre la comisión en ventas.		
III. REQUISITOS DEL CARGO		
1. CONOCIMIENTOS Y EXPERIENCIAS		
EDUCACION	Estudios en venta y atención al cliente.	


EXPERIENCIA	2 años de experiencia como vendedores.	
IV. ESPECIFICACIONES		
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:

Tabla 45. Cargos, funciones, responsabilidades, requisitos para el Contador.

	MANUAL DE FUNCIONES DESCRIPCION DE CARGOS	VERSION I
I. IDENTIFICACION DEL CARGO		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Nombre del cargo: Contador 2. Área: Finanzas. 3. Cargo al cual reporta: Gerente General 4. Cargo de las personas que le reportan: No tiene cargos a su mando. 5. Número de cargos con la misma denominación: 1 		
II. DESCRIPCION DEL CARGO		
1. NATURALEZA DEL CARGO		
Elaborar los estados contables y demás obligaciones financieras de la empresa.		
2. FUNCIONES DEL CARGO		
FUNCIONES:		
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar los estados financieros, balances generales, flujo de fondos de la empresa para rendir informe a la gerencia general. • Realizar el estudio de costos y gastos. • Recibir las órdenes de pedidos y expedir las respectivas facturas de cobro. • Recibir los pagos de los pedidos y realizar el correcto registro en los libros contables. • Revisar periódicamente la contabilización de los activos, pasivos y patrimonio de la empresa. • Tener al día los pagos legales como los pagos de retención, impuestos entre otras obligaciones • Verificar los estados de cuentas y libros contables. • Determinar los indicadores financieros necesarios para el funcionamiento de la empresa. 		

<ul style="list-style-type: none"> • Realizar los pagos de alquiler, nómina y otras obligaciones adquiridas. • Mantener al día las obligaciones adquiridas con los bancos. • Sistematizar cada uno de los movimientos contables de la empresa. • Cumplir todas aquellas funciones relacionadas con la organización y funcionamiento de la empresa y demás tareas asignada por la gerencia general. 		
III. REQUISITOS DEL CARGO		
1. CONOCIMIENTOS Y EXPERIENCIAS		
EDUCACION	Pregrado en contaduría o carreras afines.	
EXPERIENCIA	2 años de experiencia en cargos contables.	
IV. ESPECIFICACIONES		
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:

Tabla 46. Cargos, funciones, responsabilidades, requisitos para el Almacenista.

	MANUAL DE FUNCIONES DESCRIPCION DE CARGOS	VERSION I
I. IDENTIFICACION DEL CARGO		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Nombre del cargo: Almacenista. 2. Área: Logística. 3. Cargo al cual reporta: Gerente General 4. Cargo de las personas que le reportan: No tiene cargos a su mando. 5. Número de cargos con la misma denominación: 1 		
II. DESCRIPCION DEL CARGO		
1. NATURALEZA DEL CARGO		
Elaborar la planeación de los productos que entran y salen del almacén.		
2. FUNCIONES DEL CARGO		
FUNCIONES:		
<ul style="list-style-type: none"> • Verificar mensualmente el inventario de los productos existentes en el almacén. • Velar por el buen almacenamiento de cada uno de los productos existentes en bodega. • Realizar la sistematización diaria de las existencias en inventario. 		

- Programar el recibimiento y despacho de los productos y llenar los formularios necesarios.
- Informar a la gerencia de cualquier anomalía existente en la mercancía como vencimientos, mal estado del producto u otros.
- Almacenar de forma adecuada cada uno de los productos guardados en el almacén.
- Reportar cualquier anomalía en la bodega (vencimientos, productos averiados, entre otros) al líder de almacenista.
- Recibir los pedidos y diligenciar los formatos de entrada para la actualización del inventario.
- Realizar seguimiento a los pedidos despachados para garantizar la conformidad del cliente.
- Garantizar la limpieza y correcta adecuación de las instalaciones del almacén.
- Conducir los pedidos a los clientes finales y garantizar la llegada de los productos en buenas condiciones.
- Realizar el mantenimiento y garantizar el buen funcionamiento del vehículo.
- Cumplir todas aquellas funciones relacionadas con la organización y funcionamiento de la empresa y demás tareas asignada por la gerencia general.

- **OBSERVACIONES**

Contrato por prestación de servicios, lo que indica que el presente no tiene una contratación directa con la empresa.

III. REQUISITOS DEL CARGO

1. CONOCIMIENTOS Y EXPERIENCIAS

EDUCACION	Estudios logísticos o afines.
EXPERIENCIA	2 años de experiencia como almacenista. 1 año de experiencia como conductor de carga.

IV. ESPECIFICACIONES

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
----------------	---------------	---------------

9 ESTRUCTURA FINANCIERA

Para el siguiente estudio financiero de la empresa fueron utilizadas las siguientes herramientas, con el fin de analizar la viabilidad económica financiera de "MASCOTTS S.A.S".

9.1 PLAN DE INVERSIONES

Tabla 47. Presupuesto de activos.

INVERSIONES	\$
Maquinaria y Equipo	\$ 1.580.000,00
Muebles y Enseres	\$ 16.774.000,00
Equipo de Computo	\$ 3.702.000,00
Transporte ²¹	\$ 10.490.000,00
TOTAL INVERSIÓN FIJA	\$ 32.546.000,00
CAPITAL DE TRABAJO	
Efectivo	\$ 20.000.000,00
Inventario ²²	\$ 49.424.258,95
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 69.424.258,95
INVERSIÓN DIFERIDA	
Gastos pre operativos y puestos en marcha ²³	\$ 1.992.143,11
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA	\$ 1.992.143,11
GRAN TOTAL DE LA INVERSIÓN	\$ 103.962.402,05

Fuente: Los autores.

²¹ Información suministrada por la Sra Dignora Quintero, Asesora comercial Ayco, Tel:3359616

²² Se invierte en la mercancía para un mes según estimaciones de Ventas, es decir el CMV/12

²³Gasto de constitución, registro, formularios e impuestos de gobernación, según Camara de Comercio de Pereira (**Anexo F**: Información suministrada por la doctora Lina Arango, Cámara de comercio de Pereira.)

Tabla 48. Estructura de financiación.

ESTRUCTURA DE FINANCIACION	
Aporte a Capital	65%
Socio N°1	\$ 33.787.780,67
Socio N°2	\$ 33.787.780,67
Total Capital Efectivo	\$ 67.575.561,33
Aporte de Terceros	35%
Finaciacion	\$ 36.386.840,72

Bancoldex	7,9%
Deuda Inversión	\$ 36.386.840,72
Deuda anual/10años	\$ 4.042.982,30

Fuente: Los autores.

En esta inversión se plantea la compra de los activos necesarios, para adecuar el área de logística y administrativa de la empresa, además de la inversión inicial en gastos legales para la constitución de la empresa en la cámara de comercio de Pereira y en la gobernación de Risaralda, al igual que el dinero en efectivo para iniciar el flujo de caja el primer año de funcionamiento.

Por tal motivo, para lograr adquirir estos activos, los socios de la empresa optaron por financiar el 35% del valor total con la entidad para emprendedores Bancoldex a una tasa de interés del 7,86% ea, con un plazo de pago de 10 años, que se pagara con cuotas anuales constantes para abonar al capital (**Ver Tabla de amortización Anexo F**). De igual manera, los socios aportaran el 65% de dicha inversión de sus propios recursos, el cual será el capital y parte del patrimonio en estos primeros 5 años proyectados, para este estudio.

9.2 PROYECCIÓN DE PRECIO DE VENTAS Y UNIDADES A VENDER

Tabla 49. Proyección de ventas anuales.

Periodo	2015	2016	2017	2018	2019
Precio	\$	\$	\$	\$	\$
Ventas	751.139.143	817.325.768	888.057.140	963.510.915	1.043.959.259
Unidades	17936	18832	19774	20763	21801

Fuente: Los autores.

La información contenida en este análisis, se obtuvo del estimado de ventas anuales de las distribuidoras²⁴ de alimentos para perros y gatos Distrifinca, Codegar, y Multiconcentrados y Agroconcentrados, las cuales brindaron esta información, además de los precios de venta, por medio telefónico de manera muy reservada y con bastantes restricciones; para efectos de este estudio, las ventas se estimaron un poco por debajo de lo informado, para no inflar demasiado la proyección, debido a que solo el 54% de la demanda encuestada, estaría dispuesta a adquirir los productos de “MASCOTTS S.A.S”, es decir aproximadamente 22918 perros y gatos de los 42440 estimados para el año 2015.(ver análisis de la demanda)

Se utilizó el indicador Índice de Precios al Consumidor IPC²⁵ reportado por las proyecciones del Banco Bancolombia, para proyectar el precio de cada producto y por ende las ventas de los siguientes 4 años a partir del año 2015, y como política interna de MASCOTTS S.A.S, se tomó la decisión de incrementar en un 5% las unidades anuales vendidas de cada producto, con base en el incremento aproximado de mascotas en Risaralda según el Dr Reinaldo Melo de la secretaria municipal de Pereira.

Igualmente, la empresa “MASCOTTS S.A.S” como política interna, decidió incrementar un 20% aproximadamente el precio de venta de cada producto ofrecido por las empresas distribuidoras, lo que permitirá cubrir sus costos y gastos con precios justos y competitivos; esta estrategia además, se implementara con base a lo consultado en varias empresas de la ciudad, quienes manifestaron que su margen bruto es aproximadamente el 20% cada año.

²⁴ Empresas Ubicadas en la ciudad de Pereira: Consulta realizada con sus administradores

²⁵ Disponible en: <http://investigaciones.bancolombia.com/inveconomicas/sid/30708/2014030615250148.pdf>. Acceso: 29 de enero del 2015.

9.3 PROYECCIÓN GASTOS

Tabla 50. Proyección de gastos.

Periodo	GASTOS OPERACIONALES-Incremento1,032(11)				
	2015	2016	2017	2018	2019
Gastos operacionales					
Servicios generales	\$ 1.200.000,00	\$ 1.238.400,00	\$ 1.278.028,80	\$ 1.318.925,72	\$ 1.361.131,34
Gastos de personal	\$ 59.517.074,97	\$ 61.421.621,36	\$ 63.387.113,25	\$ 65.415.500,87	\$ 67.508.796,90
Papelería	\$ 16.500.000,00	\$ 17.028.000,00	\$ 17.572.896,00	\$ 18.135.228,67	\$ 18.715.555,99
Dep. Equipo y oficina:	\$ 4.667.800,00	\$ 4.667.800,00	\$ 4.667.800,00	\$ 4.667.800,00	\$ 4.667.800,00
Arrendamiento bodega	\$ 36.000.000,00	\$ 37.152.000,00	\$ 38.340.864,00	\$ 39.567.771,65	\$ 40.833.940,34
Comisiones	\$ 14.881.306,30	\$ 15.357.508,10	\$ 15.848.948,36	\$ 16.356.114,71	\$ 16.879.510,38
Servicios	\$ 4.200.000,00	\$ 4.334.400,00	\$ 4.473.100,80	\$ 4.616.240,03	\$ 4.763.959,71
Combustible	\$ 2.400.000,00	\$ 2.476.800,00	\$ 2.556.057,60	\$ 2.637.851,44	\$ 2.722.262,69
Total gastos administrativos	\$ 139.366.181,27	\$ 143.676.529,47	\$ 148.124.808,81	\$ 152.715.433,09	\$ 157.452.957,35
Gastos financieros					
Intereses	\$ 2.865.466,55	\$ 2.578.919,90	\$ 2.292.373,24	\$ 2.005.826,59	\$ 1.719.279,93
TOTAL GAO	\$ 142.231.647,82	\$ 146.255.449,36	\$ 150.417.182,05	\$ 154.721.259,68	\$ 159.172.237,28

Fuente: Los autores.

Los gastos presupuestados a partir del año 2015, fueron calculados con base a los salarios que se le pagaran a los colaboradores según la nómina mensual (**Ver Anexo G**), la papelería que se utilizara para hacer las actividades de oficina, el arrendamiento de la bodega ubicada en el sector centro (**Ver estudio análisis de ubicacion**), las comisiones que le pagaran los vendedores que equivalen al 2% del total de las ventas proyectadas para cada año, el combustible que consumirá mensualmente el motocarro Ayco (**Ver Tabla 50**), y finalmente, los gastos financieros, que equivalen a los intereses generados por la deuda adquirida con Bancoldex (**Ver Tabla 48**); Estos valores se incrementaron cada año de acuerdo a la inflación que se espera para el año 2015 según la revista dinero²⁶ del 3,2%; La depreciación es un valor constante, debido a que se utilizó el método de línea recta (decreto 2649)

9.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 51. Punto de equilibrio.

Año	Ventas totales PE
2015	16.647,96
2016	16.379,12
2017	16.378,34
2018	16.198,92
2019	16.276,04

Fuente: Los autores.

²⁶ Incremento esperado para el año 2015 según la revista dinero. Disponible en Internet:<http://www.dinero.com/economia/articulo/expectativas-inflacion-anif-para-2015/204901>. Acceso : 29 de Enero del 2015

Gráfico N°20. Ventas Anuales.



Fuente: Los autores.

Se puede interpretar en esta gráfica, que cada año a partir del 2015 empiezan a disminuir el total de unidades a vender según el punto de equilibrio (PE), con el fin de no generar pérdidas a la organización, lo cual se debe a que cada día las operación de "MASCOTT S.A.S" se vuelven más rentables y por lo tanto hay más posibilidad de incrementar las utilidades sin sacrificar precios de venta al público, ni gastos de administración, de ventas y financieros. **(Ver Anexo H)**

9.5 ESTADO DE RESULTADOS

Esta herramienta financiera será útil para los usuarios internos y externos de la organización, para conocer las pérdidas o ganancias del ejercicio cada año, la cual evidencia que para finales del primer periodo, se tendrá una utilidad anual de \$9.574.118,75 después de impuestos, que será repartida a los socios en partes iguales en febrero del año siguiente en efectivo **(Ver flujo de caja)**

El rubro otros egresos, pertenece a los gastos legales de iniciación según la Cámara de comercio de Pereira, que serán cancelados en efectivo el primee año(**Anexo E:** Información suministrada por la doctora Lina Arango, Cámara de comercio de Pereira.).

Tabla 52. Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS "MASCOTTS SAS"						
Periodo	2015	2016	2017	2018	2019	
Ventas Netas Nacionales	\$ 744.065.315,16	\$ 809.628.630,41	\$ 879.693.892,08	\$ 954.437.083,62	\$ 1.034.127.807,92	
COSTO DE VENTA(-)	\$ 590.831.728,78	\$ 641.466.007,94	\$ 696.439.644,82	\$ 756.124.522,38	\$ 820.924.393,95	
UTILIDAD BRUTA	\$ 153.233.586,38	\$ 168.162.622,47	\$ 183.254.247,26	\$ 198.312.561,24	\$ 213.203.413,97	
Gastos de operación	\$ 139.366.181,27	\$ 143.676.529,47	\$ 148.124.808,81	\$ 152.715.433,09	\$ 157.452.957,35	
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 13.867.405,11	\$ 24.486.093,00	\$ 35.129.438,45	\$ 45.597.128,15	\$ 55.750.456,62	
Gastos Financieros	\$ 2.865.722,34	\$ 2.579.150,10	\$ 2.292.577,87	\$ 2.006.005,64	\$ 1.719.433,40	
UTILIDAD ANTES DE OTROS INGRESOS/EGR.	\$ 11.001.682,77	\$ 21.906.942,89	\$ 32.836.860,58	\$ 43.591.122,51	\$ 54.031.023,22	
Otros Ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
*Otros Egresos (Gastos legales)	\$ 1.992.143,11	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 9.009.539,67	\$ 21.906.942,89	\$ 32.836.860,58	\$ 43.591.122,51	\$ 54.031.023,22	
Impuesto de Renta (30%)	\$ 2.702.861,90	\$ 6.572.082,87	\$ 9.851.058,17	\$ 13.077.336,75	\$ 16.209.306,96	
UTILIDAD (PÉRDIDA) NETA	\$ 6.306.677,77	\$ 15.334.860,03	\$ 22.985.802,41	\$ 30.513.785,76	\$ 37.821.716,25	
UTILIDAD NETA MENSUAL	\$ 525.556,48	\$ 1.277.905,00	\$ 1.915.483,53	\$ 2.542.815,48	\$ 3.151.809,69	

*Gastos legalización se pagan por anticipado a la cámara de comercio y gobernación

Fuente: Los autores.

El flujo de caja de la empresa, demuestra la liquidez que se tendrá durante los primeros 5 años, la cual será positiva y le permitirá a los socios tomar decisiones de inversión más adelante; La mercancía, los gastos operacionales, los intereses, la deuda a proveedores(se les pagara el 90% de del costo de la mercancía vendida de contado , y el 10% a crédito; Se asume que todo lo que se comprara se venderá-Inventario UEPS), y la deuda de utilidades, se cancelaran a quien pertenezca el dinero en efectivo (**Ver Anexo I:**Flujo de caja).

9.6 BALANCE GENERAL

9.6.1 Balance de iniciación.

Este balance inicial, le permite a los usuarios de la contabilidad, analizar sus pasivos, activos, y patrimonio, durante el primer año de actividad, antes de finalizar, con el fin de tomar decisiones y tener información confiable de sus estados financieros; A continuación se evidencia el valor de los activos sin depreciación, el total de la deuda adquirida con terceros, y los gastos de legalización

Tabla 53. Balance de iniciación.

Nombre de la Empresa: MASCOTTS SAS	
BALANCE	
ACTIVOS TOTALES	\$ 103.774.121
CORRIENTES	\$ 71.228.120,51
Caja y Bancos	\$ 20.000.000,00
Inventario	\$ 49.235.977,40
Gastos pagados por anticipado	\$ 1.992.143,11
FIJOS	\$ 32.546.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 1.580.000,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 16.774.000,00
EQUIPO DE COMPUTACION	\$ 3.702.000,00
FLOTA DE TRANSPORTE	\$ 10.490.000,00
Depreciación (Acumulada)	\$ 0,00
DIFERIDOS	\$ 0,00
PASIVOS TOTALES	\$ 36.320.942,18
CORRIENTES	\$ 0,00
Obligaciones Financieras	
MEDIANO Y LARGO PLAZO	\$ 36.320.942,18
Obligaciones Financieras	\$ 36.320.942,18
DIFERIDOS	\$ 0,00
PATRIMONIO	\$ 67.453.178,33
Capital	\$ 67.453.178,33
PASIVO+PATRIMONIO	\$ 103.774.120,51

Fuente: Los autores.

9.6.1 Balance proyectado.

Tabla 54. Balance proyectado.

Nombre de la Empresa: MASCOTTS SAS					
BALANCE	2015	2016	2017	2018	2019
ACTIVOS TOTALES	\$ 164.240.373,41	\$ 179.416.377,25	\$ 188.687.288,89	\$ 198.551.665,78	\$ 208.707.489,21
CORRIENTES	\$ 136.362.173,41	\$ 156.205.977,25	\$ 170.144.688,89	\$ 184.676.865,78	\$ 199.500.489,21
Caja y Bancos	\$ 136.362.173,41	\$ 156.205.977,25	\$ 170.144.688,89	\$ 184.676.865,78	\$ 199.500.489,21
ACTIVOS FIJOS NETOS	\$ 27.878.200,00	\$ 23.210.400,00	\$ 18.542.600,00	\$ 13.874.800,00	\$ 9.207.000,00
Maquinaria y equipo	\$ 1.580.000,00	\$ 1.422.000,00	\$ 1.264.000,00	\$ 1.106.000,00	\$ 948.000,00
Depreciacion	\$ (158.000,00)	\$ (158.000,00)	\$ (158.000,00)	\$ (158.000,00)	\$ (158.000,00)
Muebles y enseres	\$ 16.774.000,00	\$ 15.102.600,00	\$ 13.431.200	\$ 11.759.800	\$ 10.088.400
Depreciacion	\$ (1.671.400,00)	\$ (1.671.400,00)	\$ (1.671.400,00)	\$ (1.671.400,00)	\$ (1.671.400,00)
Equipo de computo	\$ 3.702.000,00	\$ 2.961.600,00	\$ 2.221.200,00	\$ 1.480.800,00	\$ 740.400,00
Depreciacion	\$ (740.400,00)	\$ (740.400,00)	\$ (740.400,00)	\$ (740.400,00)	\$ (740.400,00)
Transporte	\$ 10.490.000,00	\$ 8.392.000,00	\$ 6.294.000,00	\$ 4.196.000,00	\$ 2.098.000,00
	\$ (2.098.000,00)	\$ (2.098.000,00)	\$ (2.098.000,00)	\$ (2.098.000,00)	\$ (2.098.000,00)
DIFERIDOS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
PASIVOS TOTALES	\$ 90.687.627,18	\$ 97.080.748,96	\$ 98.700.718,22	\$ 101.037.111,76	\$ 103.885.004,70
CORRIENTES	\$ 54.366.685,00	\$ 64.391.901,00	\$ 69.643.964,48	\$ 75.612.452,24	\$ 82.092.439,39
Proveedores*	\$ 54.366.685,00	\$ 64.391.901,00	\$ 69.643.964,48	\$ 75.612.452,24	\$ 82.092.439,39
MEDIANO Y LARGO PLAZO	\$ 36.320.942,18	\$ 32.688.847,96	\$ 29.056.753,74	\$ 25.424.659,52	\$ 21.792.565,31
Obligaciones Financieras	\$ 36.320.942,18	\$ 32.688.847,96	\$ 29.056.753,74	\$ 25.424.659,52	\$ 21.792.565,31
DIFERIDOS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
PATRIMONIO	\$ 73.759.856,09	\$ 82.910.421,36	\$ 90.561.363,74	\$ 98.089.347,09	\$ 105.397.277,59
Aporte socios	\$ 67.453.178,33	\$ 67.575.561,33	\$ 67.575.561,33	\$ 67.575.561,33	\$ 67.575.561,33
Utilidades retenidas	\$ 6.306.677,77	\$ 15.334.860,03	\$ 22.985.802,41	\$ 30.513.785,76	\$ 37.821.716,25
PASIVO+PATRIMONIO	\$ 164.447.483,27	\$ 179.991.170,32	\$ 189.262.081,96	\$ 199.126.458,85	\$ 209.282.282,29

* 10% De la mercancia vendidada que se adquiere a los proveedores a credito

Fuente: Los autores.

Con la información suministrada por el balance general, se puede evidenciar el total de los activos, patrimonio y pasivo que tienen “MASCOTTS SAS”, en los 5 años proyectados; Se tendrá liquidez en caja por valor de \$140025005 para el primer periodo para pagar la mercancía, los gastos de administración, financieros, la cual incrementara para el año siguiente, y se dembolsaran la deuda de los proveedores (10% del costo de mercancía que se pagara a crédito) y las utilidades generadas por el ejercicio de la empresa.

9.7 EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera de este proyecto se realizó por medio del VAN (Valor presente Neto) y la TIR (tasa interna de retorno), teniendo en cuenta el costo de capital promedio o WACC, de acuerdo a los ingresos y egresos calculados (Ver

Tabla 55: Flujo de ingresos y egresos) para los cuales se muestra los siguientes resultados:

Tabla 56: Evaluación financiera

VAN ²⁷	\$ 16.051.119,54
TIR	19%
Tasa esperada Ke ²⁸	15%
WACC ²⁹	11,68%
C/B ³⁰	1,0386

Fuente: Los autores.

Con los resultados anteriores se puede concluir que este proyecto al final de 5 años tendrá una tasa de rendimiento mínimo del 19%, es decir , que se espera una recuperación de la inversión superior al rendimiento del indicador WACC=11,68%

Se considera entonces que el proyecto es factible por las siguientes razones:

VPN (11,68%)=\$16.051.119,54, es mayor a 0

TIR=24%, es mayor que el WACC=11,68%

Relación Beneficio Costo B/C=1,0386, es mayor a 1

Finalmente, para este estudio financiero se analizaron los siguientes indicadores con base al balance general y el estado de resultados financieros presupuestados en este estudio para 5 años a partir del 2015, que contribuirán a la decisión final de factibilidad de este proyecto, de la siguiente manera:

²⁷ Calculado en Excel con los flujos del **Anexo J:** Flujo de ingresos y egresos. a una tasa según WACC=11,68%

²⁸ Tasa esperada por los inversionistas

²⁹ * Hallado con

formula:<http://www.encyclopediafinanciera.com/analisisfundamental/valoraciondeactivos/formula-wacc.htm> (**Ver Anexo J:** Flujo de ingresos y egresos).

³⁰ Calculado según relación entre total de ingresos (ventas) divididos egresos (**Ver Anexo J:** Flujo de ingresos y egresos).

9.7.1 Indicadores de liquidez

Tabla 57: Indicador de liquidez.

Pereiodo	2015	2016	2017	2018	2019
Razon Corriente	\$ 2,508	\$ 2,426	\$ 2,443	\$ 2,442	\$ 2,430
Capital de trabajo	\$ 81.995.488	\$ 91.814.076	\$ 100.500.724	\$ 109.064.414	\$ 117.408.050

Fuente: Los autores.

En el primer año de funcionamiento la empresa posee \$2,508 por cada \$1,00 peso que se debe a corto plazo; A medida que transcurre el tiempo, la razón corriente sigue un poco constante, lo que puede indicar poca capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones de efectivo .En cuanto al capital de trabajo, para el año 2015, la empresa cuenta con un valor disponible de \$81995488 para atender sus obligaciones en el transcurso de su actividad económica, después de cancelar sus obligaciones corrientes

9.7.2 Indicadores de endeudamiento

Tabla 58: Indicador de endeudamiento.

Periodo	2015	2016	2017	2018	2019
Nivel de endeudamiento	55,22%	54,11%	52,31%	50,89%	49,78%
Apalancamiento	1,229	1,171	1,090	1,030	0,986

Fuente: Los autores.

Nivel de endeudamiento: Este indicador refleja para este estudio que por cada \$1,00 que se tiene invertido en activos, el 55,22% de los activos han sido financiados por terceros para el año 1, en este caso por la entidad Bancoldex. En consecuencia, se puede ver, que a medida que el préstamo bancario es amortizado, el porcentaje de participación de los acreedores en la empresa, disminuye

El apalancamiento muestra como por cada \$1,00 de patrimonio, se tiene \$1,229 de deuda en el primer año, en otras palabras \$1,00 invertido por los dueños, está comprometido en un 122%. Se puede afirmar que este indicador disminuye año tras año, debido a la disminución de los pasivos y al aumento del patrimonio ocasionado por el incremento de las utilidades de la compañía.

9.7.3 Indicadores de Actividad

Tabla 59: Indicador de actividad.

Periodo	2015	2016	2017	2018	2019
Rotacion activos totales	4,53	4,51	4,66	4,81	4,95
Rotacion activos fijos	26,69	34,88	47,44	68,79	112,32

Fuente: Los autores.

Este indicador, evidencia que los activos rotan en la empresa \$4,47 veces en el año 2015, y en este periodo lo hacen cada $(360/4,47)$ 80,59 días para convertirse en efectivo, y estos cada año aumentan debido al incremento de las ventas y la desvalorización de los activos de acuerdo a la depreciación.

9.7.4 Indicadores de rendimiento

Tabla 60: Indicador de rendimiento.

Periodo	2015	2016	2017	2018	2019
Mg bruto	20,594%	20,770%	20,832%	20,778%	20,617%
Mg operacional	18,730%	17,746%	16,838%	16,001%	15,226%
Mg neto	0,848%	1,894%	2,613%	3,197%	3,657%
Rendimiento del patrimonio	8,550%	18,496%	25,381%	31,108%	35,885%

Fuente: Los autores.

Mg bruto: El margen bruto indica que la empresa por cada \$1,00 vendido en el primer año, genero 20,595 centavos de utilidad bruta; Este porcentaje mantiene ligeramente constante a lo largo de 5 años, debido a que el indicador IPP³¹ utilizado para la proyección del costo del producto, permanece en prácticamente constantes durante los 5 años proyectados según indicadores de Bancolombia

Mg operacional: La empresa puede cubrir sus costos y gastos en el primer año, con un aporte del 18,730% sobre el valor de las ventas, sin perdidas ; este indicador disminuye cada año debido a que así mismo lo hacen los gastos según

³¹ Disponible

en: <http://investigaciones.bancolombia.com/invEconomicas/informes/PDF.aspx?IdDoc=24026>.
Acceso 20 Enero 2015

la inflación proyectada en este estudio aproximadamente del 3,2%, según la revista dinero

Mg neto: Este margen se ve influenciado por el costo de venta, los gastos operacionales, financieros, y los impuestos, y por eso, para el primero año, demuestra que de cada \$1,00 vendido, se generó 0,848 centavos de utilidad, una cifra favorable, que se va recuperando año tras año , con el incremento de las ventas

Rendimiento del patrimonio: Se puede concluir que las utilidades netas, corresponden a un 8,550 % sobre el patrimonio del primer año, es decir que los socios de esta empresa, obtendrán un rendimiento sobre su inversión del 12,410% en el primer año, y cada año este valor incrementara proporcionalmente a las ventas

9.8 CONCLUSIÓN ESTUDIO FINANCIERO

Con bases a los ítems desarrollados con el trabajo, se puede afirmar que el proyecto es viable en el aspecto financiero y organizacional, contrarió al análisis de mercado que evidencia que solo el 54% de la población objetiva de la empresa, estaría dispuesta a adquirir los productos de " MASCOTTTS SAS" por medio de catálogo, lo que provocara que se les debe fidelizar y captar nuevos clientes incrementando y capacitando la fuerza de ventas, con el fin de cubrir toda la ciudad. Igualmente, cabe señalar, que debido a que "MASCOTTTS SAS" debe asumir gastos de combustible, comisiones, y publicidad, en la comercialización de los artículos para mascotas, que no asumen los comerciantes de la ciudad, y que se debe competir con precios justos, las ganancias reportadas para los primeros 5 años es muy baja comparada con las ventas anuales, estimadas con base en distribuidores de la ciudad; esta situación se debe también a que no fue posible contactar directamente a los fabricantes de estos productos debido a que las unidades que despachan son muy superiores (toneladas) a las estimadas en este proyecto, por lo cual , el margen de ganancia unitaria se reduce por convertirnos en detallistas y depender de un mayorista

Finalmente, es debido aclarar que los socios son conscientes del esfuerzo necesario para recuperar la inversión y captar más clientes, pero debido al programa de responsabilidad social propuesto en este estudio es justificable el riesgo pues el mercado de mascotas es muy rentable y cada año crece mucho mas

10 CONCLUSIONES

- El presente trabajo de investigación desde el punto de vista del mercadeo presenta oportunidades y retos tanto para la nueva empresa como para los consumidores de los productos ofrecidos por “MASCOTTS”, ya que es una estrategia de comercialización del producto, innovadora, diferente, que busca primordialmente la fácil adquisición de los productos para mascotas; Además contribuirá al desarrollo económico de la ciudad de Pereira, generando nuevos empleos directos e indirectos, con la premisa de que en la región necesita cada día de más emprendedores, con conocimiento, convicción, y capacidad de asumir riesgos.
- Si bien la venta de productos por catálogo es una tendencia arrasadora en el mercado la empresa “MASCOTTS”, pretende innovar desde la venta de productos que mejoren el bienestar animal desde lo físico, moral y lo correspondiente a la salud de las mascotas.
- En los últimos años la demanda de mascotas ha tenido un aumento significativo a nivel departamental, permitiendo el crecimiento del mercado de productos para los animales de compañía, evidenciado en la gran cantidad de oferentes en la ciudad, y es por esta razón, que la empresa “MASCOTTS” busca posicionar su estrategia de distribución en el país contribuyendo al bienestar animal primordialmente con la educación y la inversión social RSE.
- De acuerdo al estudio de mercado permiten la creación de un prototipo de catálogo de acuerdo a las necesidades evidenciados por los tenedores de las mascotas, complementado por líneas de salud y consultas veterinarias que permitirán que los dueños de las mascotas brinden una mejor calidad de vida.
- Si bien, el catalogo “MASCOTTS” es apenas un prototipo su diseño y practicidad permite el enganche por parte de los lectores e incentiva a la compra y adopción de mascotas.
- La empresa “MASCOTTS” impacta dentro del mercado innovando desde el diseño del catálogo, el empaque, sus precios accesibles al consumidor y sus canales de distribución que buscan cada vez más la venta puerta a puerta para evitar el desplazamiento de sus consumidores.
- La generación de empleos es un punto importante para el crecimiento de la economía de nuestro país, sobre todo en la ciudad de Pereira donde los índices de desempleo son tan altos, por esta razón, “MASCOTTS” crea nuevos empleos accesibles a la comunidad de Pereira con una política salarial según lo estipulado por la ley.

- La empresa “MASCOTTS” busca ofrecer un servicio de calidad, mejorando el clima organizacional dentro de la empresa, capacitando a sus trabajadores, de tal manera que los clientes sean siempre atendidos con los mejores estándares.
- La estructura organizacional de la empresa desde su análisis DOFA plantea diferentes estrategias para el crecimiento de la empresa atendiendo tanto los factores internos como externos que pueden afectar el desarrollo exitoso de la empresa.
- Desde el punto de vista financiero, la empresa presenta resultados factibles dentro de los cinco primeros años proyectados, ya que tiene flujo de caja suficiente para cubrir sus pasivos a corto plazo, el estado de resultados, genera ganancias, que aunque muy bajas, cada año incrementan, debido también, al esfuerzo que se deberá hacer para potencializar la fuerza de ventas y las estrategias de mercadeo; Además la tasa interna de retorno, es un indicador positivo, que demuestra la rentabilidad del proyecto a largo plazo.

11 RECOMENDACIONES

- Establecer las medidas necesarias para conseguir la financiación para las diferentes actividades que se proponen desde la realización del proyecto.
- Elaborar los primeros prototipos del producto para darlos a conocer dentro de la ciudad de Pereira y evaluar su funcionalidad.
- Se deberá realizar enlaces estratégicos con los proveedores, que le permitan a la empresa obtener beneficios financieros, prestar un servicio con calidad, y establecer relaciones estables de negociación gana-gana
- Diseñar una estrategia de captación de trabajadores para la empresa “MASCOTTS”, ya que los vendedores, son la principal fuerza de trabajo, que generara los ingresos a la empresa; Se planea establecer un vendedor zonal por cada comuna, que mínimo cuente con 5 colaboradores a su cargo.
- Se deberá implementar el proyecto, con el fin de saber si realmente es aceptado por el público, con el fin de saber, si las ventas se podrán incrementar más, ya que las utilidades reportadas en este estudio, podrían aumentar mucho más.

- Debido a que no se pudo invertir en los gastos de veterinario, y de fabricación de ropa, porque el estado de resultados arrojaba pérdidas, se deja planteada la posibilidad de creación, para conocer su viabilidad sobre la marcha de la empresa.

11. BIBLIOGRAFIA (webgrafia)

- Sierra Pulido catalina. Plan de negocio mi mascota MIMA S.A.S. Trabajo de grado especialización en gerencia del talento humano. Bogota D.C. Institucion universitaria CEIPA. 2011, 94p.
- Revista Dinero; 10 de julio del 2012. [Internet]. Disponible en: <http://www.dinero.com/pais/articulo/en-colombia-los-prefieren-perros/161464> Acceso el 17 de Septiembre de 2013
- Mascotas: crecen las oportunidades de negocio. [Internet] .Disponible en: <http://www.fenalco.com.co/contenido/934>. Acceso el 17 de Septiembre de 2013.
- Colombia. Secretaria de salud del departamento de Risaralda Estudio de la dirección operativa de salud Pulica secretaria de salud departamental. Censo canino y felino de Risaralda. 2013
- Curso de Extensión Universitaria Córdoba, febrero de 2003; Bienestar animal: Experimentación, producción, compañía y zoológicos; [Internet] Disponible desde internet en: http://www.uco.es/grupos/etologia/INVESTIGACION/Publicaciones/libro_bienestar_animal.pdf .Acceso 19 Septiembre de 2013
- Ley de castilla y León de protección de los animales. [Internet] Disponible en: <http://www.voraus.com/ley/es/000011.html> Acceso: 9 de Septiembre del 2013.
- Bienestar animal y su impacto económico. [Internet] Disponible en: http://www.produccion-animal.com.ar/etologia_y_bienestar/bienestar_en_general/86-bienestar_e_impacto_economico.pdf Acceso: 13 de Septiembre del 2013.
- Catalogo.us. [Internet] Disponible en: <http://www.catalogo.us/> Acceso: 13 de Septiembre del 2013.


- Concepto de la empresa. [Internet] Disponible en: [http://www.elprisma.com/apuntes/administracion de empresas/empresa/](http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/empresa/) Acceso: 13 de Septiembre del 2013.
- Concepto de Intermediario. [Internet] Disponible en: <http://www.eco-finanzas.com/diccionario/I/INTERMEDIARIO.htm> Acceso: 13 de Septiembre del 2013.
- Declaración universal de los derechos humanos. [Internet] Disponible en: <http://www.me.gov.ar/efeme/diaanimal/derecho.html> Acceso: 6 de Septiembre del 2011
- Decreto 2676 de 2000. [Internet] Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=11531> Acceso: 6 de Septiembre del 2011.
- COLOMBIA. ICA. Resolución 003761 del 6 de Octubre de 2009. [Internet] disponible en: <http://www.ica.gov.co/Normatividad/Normas-Ica/Resoluciones.aspx?page=20>. Acceso 17 de septiembre de 2013
- En 6 años la población de perros y gatos se duplicó, Disponible en internet: http://www.latarde.com/noticias/pereira/108768-en-6-anos-la-poblacion-de-perros-y-gatos-se-duplico?quicktabs_3=0 [citado en 2013-11-04]
- Disponible en internet: <http://www.dlspereira.gov.co/intranet/web/es/enfasy2> [citado en 2013-10-30],
- Mascotas: crecen las oportunidades de negocio Disponible en internet: <http://www.fenalco.com.co/contenido/934> [citado en 2013-10-30]
- Crece el comercio online de mascotas en el mercado. [Internet] Disponible en: http://www.larepublica.co/agronegocios/crece-el-comercio-online-de-mascotas-en-el-mercado_53591 Acceso 30 de Octubre de 2013
- Antojo y necesidad, por eso consumen los pereiranos [Internet]. Disponible en: <http://www.latarde.com/noticias/economica/102754-antojo-y-necesidad-por-eso-consumen-los-pereiranos>. Acceso 30 de Octubre de 2013
- Estimaciones de la población del municipio de Pereira de 2000 – 2016 [Internet] Disponible desde: <http://www.observatorioucc.com/Indicadores%20demograficos/Pereira/Esti>

maciones%20de%20la%20poblaci%F3n%20del%20municipio%20de%20Pereira%20de%202000.pdf. Acceso 30 de Octubre de 2013

- Naturaleza Juridica SAS. [Internet] Disponible en: <http://www.eafit.edu.co/escuelas/administracion/consultoriocontable/Documents/Nota%20de%20clase%2018%20SAS.pdf>. Acceso: 28 de Enero del 2015
- Gasto de constitución, registro, formularios e impuestos de gobernación, según Camara de Comercio de Pereira
- Disponible en internet: <http://investigaciones.bancolombia.com/inveconomicas/sid/30708/2014030615250148.pdf>. Acceso: 29 de enero del 2015
- Incremento esperado para el año 2015 según la revista dinero. Disponible en Internet: <http://www.dinero.com/economia/articulo/expectativas-inflacion-anif-para-2015/204901>. Acceso : 29 de Enero del 2015
- Disponible en: <http://investigaciones.bancolombia.com/invEconomicas/informes/PDF.aspx?IdDoc=24026>. Acceso 20 Enero 2015.
- Afiliacion ARL SURA. http://www.arlsura.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1929&Itemid= eso 22 Noviembre de 2014
- Punto de equilibrio para varios productos. [Internet] Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=WhWmib6hfJI>. Acceso 20 Enero 2015

ANEXOS

Anexo A: Encuesta “Diagnostico intención de compra de productos para mascotas por catálogo”.

	UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL TRABAJO DE GRADO
OBJETIVO: Conocer las preferencias de los consumidores en la compra de productos para mascotas.	
DATOS DEL CLIENTE	
GENERO: Masculino ____ Femenino ____	
EDAD: 20 a 30 ____ 31 a 40 ____ 41 a 50 ____ 51 en adelante ____	
Marque con una «X» la opción que mejor recoge su valoración.	
1. ¿Tiene usted mascotas? SI ____ NO ____ (se da por terminada la encuesta)	<input type="radio"/> Diaria <input type="radio"/> Otra _____
2. ¿Qué tipo de mascota tiene usted? <input type="radio"/> Perros <input type="radio"/> Gatos <input type="radio"/> Peces <input type="radio"/> Aves <input type="radio"/> Otros _____	7. ¿Utiliza usted los servicios veterinarios? SI ____ NO ____ (Continúe con la pregunta 8)
3. ¿Cuál (es) de estos productos suele comprarle a su (s) mascota (s)? <input type="checkbox"/> Elementos de aseo <input type="checkbox"/> Accesorios y rope <input type="checkbox"/> Alimentos <input type="checkbox"/> Juguetes <input type="checkbox"/> Medicamentos/ vitaminas <input type="checkbox"/> Otros _____	8. ¿Con que frecuencia utiliza los servicios veterinarios? <input type="radio"/> Mensual <input type="radio"/> Semanal <input type="radio"/> Diaria <input type="radio"/> Otra _____
4. ¿Dónde adquieren estos productos? <input type="radio"/> Hipermercados <input type="radio"/> Supermercados <input type="radio"/> Centros veterinarios <input type="radio"/> Tiendas de barrio	9. ¿Le gusta hacer uso del servicio de venta por catálogo? SI ____ NO ____ (Se da por terminada la encuesta)
5. ¿Por qué realiza sus compras en estos lugares? <input type="radio"/> Precios <input type="radio"/> Cercanía <input type="radio"/> Tradición	10. ¿Por qué prefiere utilizar el servicio de venta por catálogo? <input type="radio"/> Comodidad <input type="radio"/> Economía <input type="radio"/> Marca y exclusividad <input type="radio"/> Promociones
6. ¿Con que frecuencia compra en estos lugares? <input type="radio"/> Mensual <input type="radio"/> Semanal	11. ¿Le gustaría a usted que existiera un catálogo de productos para mascotas? SI ____ NO ____
	12. ¿Estaría dispuesto usted a comprar los productos de su mascota por catálogo? SI ____ NO ____
	Comentarios: _____ _____
	GRACIAS POR SU TIEMPO Y COLABORACION

Anexo B: “Declaración Universal de los Derechos de los Animales.”

Considerando que todo animal posee derechos y que el desconocimiento y desprecio de dichos derechos han conducido y siguen conduciendo al hombre a cometer crímenes contra la naturaleza y los animales, se proclama lo siguiente:

Artículo **No.** **1**
Todos los animales nacen iguales ante la vida y tienen los mismos derechos a la existencia.

Artículo **No.** **2**
a) Todo animal tiene derecho al respeto.
b) El hombre, como especie animal, no puede atribuirse el derecho de exterminar a los otros animales o de explotarlos, violando ese derecho. Tiene la obligación de poner sus conocimientos al servicio de los animales.
c) Todos los animales tienen derecho a la atención, a los cuidados y a la protección del hombre.

Artículo **No.** **3**
a) Ningún animal será sometido a malos tratos ni a actos crueles.
b) Si es necesaria la muerte de un animal, ésta debe ser instantánea, indolora y no generadora de angustia.

Artículo **No.** **4**
a) Todo animal perteneciente a una especie salvaje tiene derecho a vivir libre en su propio ambiente natural, terrestre, aéreo o acuático y a reproducirse.
b) Toda privación de libertad, incluso aquella que tenga fines educativos, es contraria a este derecho.

Artículo **No.** **5**
a) Todo animal perteneciente a una especie que viva tradicionalmente en el entorno del hombre tiene derecho a vivir y crecer al ritmo y en las condiciones de vida y de libertad que sean propias de su especie.
b) Toda modificación de dicho ritmo o dichas condiciones que fuera impuesta por el hombre con fines mercantiles es contraria a dicho derecho.

Artículo **No.** **6**
a) Todo animal que el hombre haya escogido como compañero tiene derecho a que la duración de su vida sea conforme a su longevidad natural.
b) El abandono de un animal es un acto cruel y degradante.

Artículo **No.** **7**
Todo animal de trabajo tiene derecho a una limitación razonable del tiempo e intensidad del trabajo, a una alimentación reparadora y al reposo.

Artículo **No.** **8**

- a) La experimentación animal que implique un sufrimiento físico o psicológico es incompatible con los derechos del animal, tanto si se trata de experimentos médicos, científicos, comerciales, como de otra forma de experimentación.
b) Las técnicas alternativas deben ser utilizadas y desarrolladas.

Artículo **No.** **9**

Cuando un animal es criado para la alimentación debe ser nutrido, instalado y transportado, así como sacrificado, sin que ello resulte para él motivo de ansiedad o dolor.

Artículo **No.** **10**

- a) Ningún animal debe ser explotado para esparcimiento del hombre.
b) Las exhibiciones de animales y los espectáculos que se sirvan de animales son incompatibles con la dignidad del animal.

Artículo **No.** **11**

Todo acto que implique la muerte de un animal sin necesidad es un biocidio, es decir, un crimen contra la vida.

Artículo **No.** **12**

- a) Todo acto que implique la muerte de un gran número de animales salvajes es un genocidio, es decir, un crimen contra la especie.
b) La contaminación y la destrucción del ambiente natural conducen al genocidio.

Artículo **No.** **13**

- a) Un animal muerto debe ser tratado con respeto.
b) Las escenas de violencia, en las cuales los animales son víctimas, deben ser prohibidas en el cine y en la televisión, salvo si ellas tienen como fin dar muestra de los atentados contra los derechos del animal.

Artículo **No.** **14**

- a) Los organismos de protección y salvaguarda de los animales deben ser representados a nivel gubernamental.
b) Los derechos del animal deben ser defendidos por la ley, como lo son los derechos del hombre.

Esta declaración fue adoptada por La Liga Internacional de los Derechos del Animal en 1977, que la proclamó al año siguiente. Posteriormente, fue aprobada por la Organización de Naciones Unidas (ONU) y por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

Anexo C: Información solicitada a la Secretaria de salud del departamento de Risaralda



Para responder a este documento, favor citar este número., 17575

Pereira, 05 de septiembre de 2013

Señora
KAREN TRINIDAD TENORIO GÓMEZ
Estudiante
Universidad Tecnológica de Pereira
Vereda La Julita - Risaralda - Colombia - AA: 97 - Código postal: 660003 - CERES
57 6 3137300
PEREIRA, Risaralda

Asunto: Respondiendo a: DESCRIPCION O ASUNTO: Solicitud de informacion. Radicado No.23718

Cordial saludo

En calidad de Director Operativo de Salud Pública y para dar respuesta a su solicitud de información en cuanto al tema de tenencia responsables de animales de compañía, me permito informar que a la fecha (con corte a primer semestre de 2013) en el Departamento de Risaralda se cuenta con 98.339 animales, entre caninos (76%) y felinos (24%); censo que se adjunta de manera disgregada por municipio.

Es de anotar que desde la Secretaria de Salud Departamental y para dar respuesta a las competencias que por normatividad nos aplican, se adelantan campañas de:

- **Vacunación antirrábica animal:** esta actividad se lleva a cabo casi que de manera permanente, a nivel general se programa además una jornada masiva anual departamental en el mes de julio, en la de la presente vigencia llevada a cabo el 13 de julio, se vacunaron aproximadamente 10.200 animales. En los municipios categoría 4a, 5a y 6a, los técnicos de Saneamiento Ambiental bienen dentro de sus actividades realizar la intervención en este aspecto con la totalidad de los ejemplares en áreas urbanas y un porcentaje en áreas rurales. En los municipios de Pereira y Dosquebradas por su parte, son las Secretarías de Salud y Seguridad Social las que manejan este procedimiento de acuerdo a programación interna - según competencia, aunque también se vinculan a la jornada masiva.
- **Esterilización de caninos y felinos:** como una de las estrategias de mayor efectividad a la hora de intervenir la proliferación de animales callejeros (perros y gatos) y teniendo en cuenta el alto porcentaje de accidentes rábicos que se reportan en el departamento de Risaralda, siendo éste uno de los eventos de mayor incidencia en el ámbito de la salud pública de nuestro territorio, la Secretaria de Salud Departamental año a año contrata la esterilización de un número importante de animales de compañía, para la actual vigencia se programó la intervención de 1.232 animales, procedimientos que se distribuyen entre los doce (12) municipios categorías 4a, 5a y 6a.
- De igual manera, se realiza **capacitación y trabajo intersectorial e interinstitucional** en torno al tema; en el marco de este trabajo continuo y permanente en el mes de junio se llevó a cabo un conversatorio departamental sobre la problemática de perros callejeros, Tema que además se aborda en el marco del Comité de Zoonosis Departamental.



ISO 9001:2008 233081/ GP 0114
000902-17575



DIRECCION OPERATIVA DE SALUD PUBLICA

Es de anotar que de requerirse información más precisa sobre el trabajo en este aspecto adelantado en los municipios de Pereira y Dsoquebradas, la información debe ser solicitada directamente a las Secretarías de Salud en mención.

Espero la información aquí consignada sea de utilidad y quedo atento a resolver cualquier inquietud sobre este particular.

Atentamente,

ALBERTH CRISTIAN HERRERA GIRALDO
Director Operativo de Salud Publica
DIRECCIÓN OPERATIVA DE SALUD PUBLICA

Anexos: Censo canino y felino departamento de Risaralda 2013

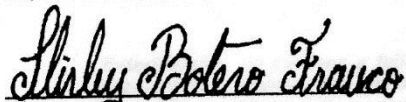
Shirley del socorro B

	35.5%	12.5%
--	-------	-------

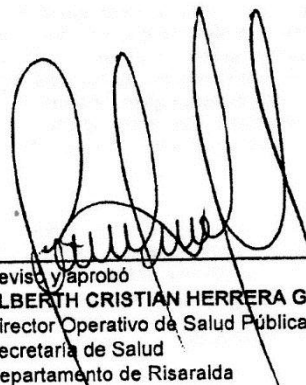
CENSO CANINO Y FELINO DEPARTAMENTO DE RISARALDA 2013

Municipios	Caninos total	Felinos total	GRAN TOTAL URBANO + RURAL
Apia	1.178	409	1.587
Balboa	1.652	790	2.442
Belen de Umbría	2.248	582	2.830
Dosquebradas	12.055	3.387	15.442
Guática	1.355	422	1.777
La Celia	939	359	1.298
La Virginia	2.090	775	2.865
Marsella	1.845	837	2.682
Mistrató	1.524	539	2.063
Pereira	39.595	12.542	52.137
Pueblo Rico	1.021	395	1.416
Quinchía	2.223	587	2.810
Santa Rosa de Cabal	5.257	1.343	6.600
Santuario	1.759	631	2.390
Total Departamento	74.740	23.599	98.339

Elaboró
GUILLERMO OSORIO GARCIA
 Coordinador
 Programa de Zoonosis
 Secretaría de Salud
 Departamento de Risaralda




Firma
SHIRLEY BOTERO FRANCO
 Coordinadora Programa ETV
 Encargada Programa de Zoonosis
 Departamento de Risaralda




Revisó y aprobó
ALBERTH CRISTIAN HERRERA GIRALDO
 Director Operativo de Salud Pública
 Secretaría de Salud
 Departamento de Risaralda

“CENSO DE CANINOS Y FELINOS DE RISARALDA 2014 - 2015”

CENSO CANINO Y FELINO DEPARTAMENTO DE RISARALDA 2014									
Municipios	Caninos zona urbana	Caninos zona rural	Caninos total	Felinos zona urbana	Felinos zona rural	Felinos total	Caninos + felinos zona urbana	Caninos + felinos zona rural	GRAN TOTAL URBANO + RURAL
Apia	420	750	1170	225	350	575	645	1100	1745
Balboa	475	1258	1733	228	601	829	703	1859	2562
Belen de Umbr	700	1520	2220	320	650	970	1020	2170	3190
Dosquebradas	11764	894	12658	3800	681	4481	15564	1575	17139
Guática	519	879	1398	110	332	442	629	1211	1840
La Celia	398	610	1008	154	239	393	552	849	1401
La Virginia	2152	42	2194	798	17	815	2950	59	3009
Marsella	605	1409	2014	344	554	898	949	1963	2912
Mistrató	320	1865	2185	133	687	820	453	2552	3005
Pereira	28000	6935	34935	8420	3290	11710	36420	10225	46645
Pueblo Rico	224	843	1067	81	331	412	305	1174	1479
Quinchía	525	1698	2223	141	446	587	666	2144	2810
Santa Rosa de	4432	1098	5530	1136	275	1411	5568	1373	6941
Santuario	385	1260	1645	210	504	714	595	1764	2359
Total Departamento	50919	21061	71980	16100	8957	25057	67019	30018	97037


Guillermo Osorio Garcia
Coordinador de zoonosis


Aberth Cristian Heredia Gilgado
Director Operativo de Salud Publica

CENSO CANINO Y FELINO DEPARTAMENTO DE RISARALDA 2015									
Municipios	Caninos zona urbana	Caninos zona rural	Caninos total	Felinos zona urbana	Felinos zona rural	Felinos total	Caninos + felinos zona urbana	Caninos + felinos zona rural	GRAN TOTAL URBANO + RURAL
Apia	390	750	1140	210	350	560	600	1100	1700
Balboa	507	1280	1787	240	610	850	747	1890	2637
Belen de Umbría	580	1580	2160	250	650	900	830	2230	3060
Dosquebradas	12764	980	13744	5900	1050	6950	18664	2030	20694
Guática	525	1050	1575	115	380	495	640	1430	2070
La Celia	412	622	1034	160	250	410	572	872	1444
La Virginia	2200	45	2245	790	18	808	2990	63	3053
Marsella	630	1480	2110	344	554	898	974	2034	3008
Mistrató	276	1588	1864	99	677	776	375	2265	2640
Pereira	29800	6076	35876	9701	4547	14247	39501	10623	50124
Pueblo Rico	230	860	1090	85	340	425	315	1200	1515
Quinchía	540	1810	2350	160	460	620	700	2270	2970
Santa Rosa de Cabal	4456	1150	5606	1148	285	1433	5604	1435	7039
Santuario	405	1274	1679	212	510	722	617	1784	2401
Total Departamento	53715	20545	74260	19414	10681	30094	73129	31226	104355

Anexo D: Información solicitada al departamento de planeación de la ciudad de Pereira acerca del número de hogares por estrato.

Pedios en el Municipio al 17 de Septiembre de 2013	167832
Pedios Urbanos	139421
Pedios Rurales	28411

Fuente: Registro I Agustin Codazzi - 17 de Septiembre de 2013

Pedios Urbanos Estratificados	129669
Pedios Urbanos Sin Estratificar	9752
Total Pedios Urbanos en el Municipio	139421

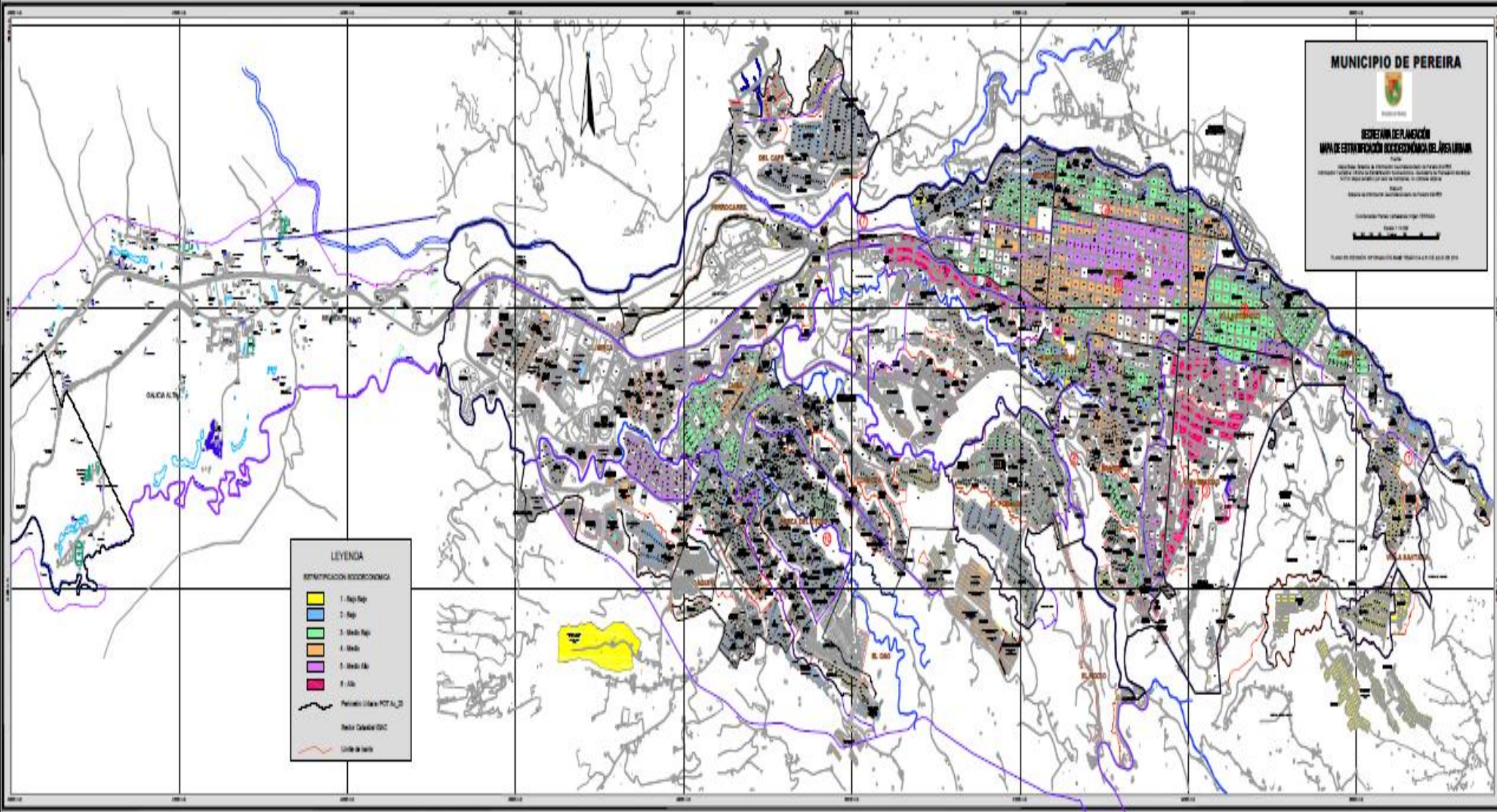
ESTRATO	CANTIDAD
1	17189
2	25293
3	18094
4	15487
5	11831
6	8914
Pedios Con Usos No Residenciales	34861
Pedios Sin Estratificar	9752
Total Pedios Urbanos en el Municipio	139421

Fuente: BD Reporte SUI Octubre 2013

Pedios Rurales Estratificados	12589
Pedios Rurales Sin Estratificar	15822
Total Pedios Rurales en el Municipio	28411

ESTRATO	CANTIDAD
1	3118
2	4129
3	2042
4	753
5	1040
6	1248
Pedios Con Usos No Residenciales	259
Pedios Sin Estratificar	15822
Total Pedios Rurales en el Municipio	28411

Fuente: BDs Estratificación Rural



LEYENDA
ESTIMACION ECONOMICA

- 1. Alto (Yellow)
- 2. Alto (Blue)
- 3. Medio (Green)
- 4. Medio (Orange)
- 5. Medio (Purple)
- 6. Bajo (Pink)

----- Perimetro Urbano POT No. 20
----- Redes Gaseificadas GSC
----- Línea de Suelo

MUNICIPIO DE PEREIRA

SECRETARÍA DE PLANEACIÓN
MAPA DE ESTIMACIÓN ECONOMICA DEL TERRITORIO

Escuela Normal Superior de Pereira
Carrera 10 No. 100-000, Pereira, Risaralda
Teléfono: (57) 312 4000000
www.municipiopereira.gov.co

Elaborado por: [Name]
Fecha: [Date]

Escala: 1:50,000

Anexo E: Información suministrada por la doctora Lina Arango, Cámara de comercio de Pereira.

Anexo	
Formularios y costo de constitución	38500
Matricula cámara de comercio	730000
Impuesto Gobernación (1,2% valor activos, cálculo inicial sin inversión diferida)	1.247.548,82
	2016048,825

Anexo F: Tabla de amortización

PERIODO	ABONO A CAPITAL	INTERESES	VALOR CUOTA	SALDO
0	0	0	0	\$ 36.386.840,72
1	\$ 3.638.684,07	\$ 2.870.921,73	\$ 6.509.605,80	\$ 32.748.156,65
2	\$ 3.638.684,07	\$ 2.583.829,56	\$ 6.222.513,63	\$ 29.109.472,57
3	\$ 3.638.684,07	\$ 2.296.737,39	\$ 5.935.421,46	\$ 25.470.788,50
4	\$ 3.638.684,07	\$ 2.009.645,21	\$ 5.648.329,28	\$ 21.832.104,43
5	\$ 3.638.684,07	\$ 1.722.553,04	\$ 5.361.237,11	\$ 18.193.420,36
6	\$ 3.638.684,07	\$ 1.435.460,87	\$ 5.074.144,94	\$ 14.554.736,29
7	\$ 3.638.684,07	\$ 1.148.368,69	\$ 4.787.052,76	\$ 10.916.052,22
8	\$ 3.638.684,07	\$ 861.276,52	\$ 4.499.960,59	\$ 7.277.368,14
9	\$ 3.638.684,07	\$ 574.184,35	\$ 4.212.868,42	\$ 3.638.684,07
10	\$ 3.638.684,07	\$ 287.092,17	\$ 3.925.776,25	\$ (0,00)
	\$ 36.386.840,72	\$ 15.790.069,53	\$ 52.176.910,25	

Estos datos fueron calculados de acuerdo al tamaño de empresa (Pequeña empresa), la necesidad del crédito (Creación, capitalización y adquisición de empresas), el intermediario financiero (Banco), el plazo (120 meses), la moneda (Peso), el monto del crédito (\$ 38520856), la modalidad (Capitalización Mipymes), la periodicidad del capital (Anual), la peirodicidad de los intereses (Anual) y el periodo de gracia (0 meses).

Anexo G: Nomina de la empresa "MASCOTTS S.A.S".

Cargos	Cantidad	salario	Salarios	Horas extras diurnas	Total Devengo	Auxilio Transporte	Total devengo con auxilio de transporte	Salud	Pension	Total deducciones	Total Pagos del mes	ARL
Gerente general	1	\$ 1.200.000,00	\$ 1.200.000,00	\$ -	\$ 1.200.000,00	\$ 73.240,00	\$ 1.273.240,00	\$ 48.000,00	\$ 48.000,00	\$ 96.000,00	\$ 1.177.240,00	\$ 4.176,00
Auxiliar administrativa	1	\$ 644.350,00	\$ 644.350,00		\$ 644.350,00	\$ 73.240,00	\$ 731.013,96	\$ 26.310,96	\$ 26.310,96	\$ 52.621,92	\$ 678.392,04	\$ 2.242,34
Contador*	1	\$ 900.000,00	\$ 900.000,00	\$ -	\$ 900.000,00	\$ 73.240,00	\$ 973.240,00	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	\$ 72.000,00	\$ 901.240,00	\$ 3.132,00
Almacenistas	1	\$ 644.350,00	\$ 644.350,00	\$ 13.423,96	\$ 657.773,96	\$ 73.240,00	\$ 731.013,96	\$ 26.310,96	\$ 26.310,96	\$ 52.621,92	\$ 678.392,04	\$ 5.045,26
TOTAL		\$ 3.388.700,00	\$ 3.388.700,00	\$ 13.423,96	\$ 2.744.350,00	\$ 219.720,00	\$ 3.708.507,92	\$ 109.774,00	\$ 109.774,00	\$ 273.243,83	\$ 3.435.264,08	\$ 14.595,60

El contador será contratado medio Tiempo.

Aportes Seg social

Salud	\$ 233.269,75
ARP	\$ 14.595,60
Pension	\$ 233.269,75
Total	\$ 481.135,10

Descanso remunerado

Vacaciones	\$ 141.195,83
------------	---------------

Prestaciones sociales

Prima	\$ 309.042,33
cesantías	\$ 309.042,33
Intereses cesantías	\$ 37.085,08
Total	\$ 655.169,73

Aportes Parafiscales

Caja	\$ 109.774,00
ICBF	\$ 82.330,50
Sena	\$ 54.887,00
	\$ 246.991,50

Total costo de nomina	\$ 4.959.756,25
------------------------------	------------------------

Anexo H. Proyecciones Punto de Equilibrio

Elementos	Año 2015						
	Cvu	Pvu	McU	Unidades	% Participacion	Margen Ponderado	Punto de equilibrio
Elementos de Aseo							
Cepillos para mascotas	\$ 11.553,23	\$ 15.019,20	\$ 3.465,97	94	0,53%	\$ 18,24	85,05
Cortauñas para mascotas	\$ 6.923,08	\$ 9.000,00	\$ 2.076,92	92	0,52%	\$ 10,71	83,33
Arena para Gatos freemiau 10 Kg	\$ 27.836,31	\$ 36.187,20	\$ 8.350,89	268	1,50%	\$ 124,91	241,67
Arena para gatos Catspride 13.6 Kg	\$ 52.307,69	\$ 68.000,00	\$ 15.692,31	268	1,50%	\$ 234,71	241,67
Tapete de entrenamiento para perros pqt/14 U	\$ 21.710,77	\$ 28.224,00	\$ 6.513,23	134	0,75%	\$ 48,71	120,83
Jabon para perros	\$ 6.153,85	\$ 8.000,00	\$ 1.846,15	400	2,23%	\$ 41,17	360,34
Shampoo para perros y gatos 220 ml	\$ 10.777,85	\$ 14.011,20	\$ 3.233,35	300	1,67%	\$ 54,08	270,26
Polvo para perros y gatos 100 g	\$ 10.312,62	\$ 13.406,40	\$ 3.093,78	250	1,39%	\$ 43,12	225,21
Collar antiparasitario perros	\$ 17.692,31	\$ 23.000,00	\$ 5.307,69	380	2,12%	\$ 112,45	342,33
Bebedores para perros y gatos 1,5 L	\$ 9.384,62	\$ 12.200,00	\$ 2.815,38	300	1,67%	\$ 47,09	270,26
Camas para perros y gatos Talla L	\$ 13.000,00	\$ 18.043,20	\$ 5.043,20	180	1,00%	\$ 50,61	162,15
Camas para perros y gatos Talla M	\$ 10.000,00	\$ 13.104,00	\$ 3.104,00	191	1,06%	\$ 33,01	171,81
Guacal talla L	\$ 144.996,92	\$ 188.496,00	\$ 43.499,08	92	0,52%	\$ 224,33	83,33
Guacal talla M	\$ 108.553,85	\$ 141.120,00	\$ 32.566,15	105	0,58%	\$ 190,46	94,49
comederos perros y gatos 645 ml	\$ 8.529,23	\$ 11.088,00	\$ 2.558,77	307	1,71%	\$ 43,81	276,61
Ameses y collares para perros y gatos	\$ 9.304,62	\$ 12.096,00	\$ 2.791,38	408	2,28%	\$ 63,54	367,79
Alimento	\$ -						
Dog Chow pollo y verduras en Lata	\$ 4.769,23	\$ 6.200,00	\$ 1.430,77	376	2,09%	\$ 29,96	338,34
Dog Chow cordero y arroz en lata	\$ 4.769,23	\$ 6.200,00	\$ 1.430,77	376	2,09%	\$ 29,96	338,34
Dog Chow Pavo y Pollo en lata 156 g	\$ 4.769,23	\$ 6.200,00	\$ 1.430,77	376	2,09%	\$ 29,96	338,34
Pate felix sabor a Pavo y menudencias 156 g	\$ 3.461,54	\$ 4.500,00	\$ 1.038,46	410	2,29%	\$ 23,74	369,35
Pate felix sabor a Salmon 156 g	\$ 3.461,54	\$ 4.500,00	\$ 1.038,46	410	2,29%	\$ 23,74	369,35
Pate felix sabor a Pescado y atun 156 g	\$ 3.461,54	\$ 4.500,00	\$ 1.038,46	410	2,29%	\$ 23,74	369,35
Pate felix de pollo en salsa 156 g	\$ 3.461,54	\$ 4.500,00	\$ 1.038,46	410	2,29%	\$ 23,74	369,35
Nutre Can Babies 8Kg	\$ 35.500,00	\$ 44.730,00	\$ 9.230,00	400	2,23%	\$ 205,85	360,34
Nutre Can Urban 25Kg	\$ 83.000,00	\$ 104.580,00	\$ 21.580,00	500	2,79%	\$ 601,59	450,43
Nutre Can Urban 8 Kg	\$ 35.500,00	\$ 44.730,00	\$ 9.230,00	525	2,93%	\$ 270,17	472,95
Nutre Can Campo 25 Kg	\$ 64.000,00	\$ 80.640,00	\$ 16.640,00	612	3,41%	\$ 568,15	551,68
Nutre Can Campo 8 Kg	\$ 24.000,00	\$ 30.240,00	\$ 6.240,00	650	3,62%	\$ 226,14	585,56
Ringo Premium 20Kg	\$ 39.000,00	\$ 49.140,00	\$ 10.140,00	600	3,35%	\$ 339,21	540,51
Ringo Premium 2 Kg	\$ 3.850,00	\$ 4.851,00	\$ 1.001,00	616	3,44%	\$ 34,39	555,08
Ringo Cachorros 15Kg	\$ 31.500,00	\$ 39.690,00	\$ 8.190,00	500	2,79%	\$ 228,32	450,43
Ringo Cachorros 2 Kg	\$ 4.300,00	\$ 5.418,00	\$ 1.118,00	550	3,07%	\$ 34,28	495,47
Ringo Adultos 20Kg	\$ 34.000,00	\$ 42.840,00	\$ 8.840,00	550	3,07%	\$ 271,08	495,47
Ringo Adultos 2 Kg	\$ 3.400,00	\$ 4.284,00	\$ 884,00	616	3,44%	\$ 30,37	555,08
Purina Cat Chow Gatitos 8 kg	\$ 61.300,00	\$ 77.238,00	\$ 15.938,00	350	1,95%	\$ 311,02	315,30
Purina Cat Chow Mayores de 7 años	\$ 64.500,00	\$ 81.270,00	\$ 16.770,00	320	1,78%	\$ 299,20	288,27
Purina Cat Chow Gatos activos 8 kg	\$ 51.800,00	\$ 65.268,00	\$ 13.468,00	380	2,12%	\$ 285,34	342,33
Purina Cat Chow Adultos hogareños 8 kg	\$ 58.300,00	\$ 73.458,00	\$ 15.158,00	380	2,12%	\$ 321,15	342,33
Purina Cat Chow Adultos 1-7 años 10 kg	\$ 60.200,00	\$ 75.852,00	\$ 15.652,00	380	2,12%	\$ 331,62	342,33
Purina dog chow adultos razas pequeñas-17 Kg	\$ 87.600,00	\$ 110.376,00	\$ 22.776,00	518	2,89%	\$ 658,02	466,80
Purina dog chow adultos mayores 8 Kg	\$ 43.600,00	\$ 54.936,00	\$ 11.336,00	525	2,93%	\$ 331,82	472,95
Purina dog chow cachorros razas pequeñas 17 Kg	\$ 90.200,00	\$ 113.652,00	\$ 23.452,00	518	2,89%	\$ 677,55	466,80
Purina dog chow cachorros razas medianas y grandes 17 kg	\$ 86.000,00	\$ 108.360,00	\$ 22.360,00	518	2,89%	\$ 646,00	466,80
Purina dog chow Ligth 8 Kg	\$ 45.650,00	\$ 57.519,00	\$ 11.869,00	315	1,76%	\$ 208,45	283,77
Purina dog chow adultos 8Kg	\$ 46.600,00	\$ 58.716,00	\$ 12.116,00	420	2,34%	\$ 283,72	378,36
Purgante Rondel 10 ml para perros y gatos	\$ 16.194,33	\$ 20.404,86	\$ 4.210,53	179	1,00%	\$ 41,98	161,11
Purgante Rondel 5ml puppy	\$ 11.381,87	\$ 14.341,15	\$ 2.959,29	179	1,00%	\$ 29,51	161,11
Purgante Rondel 2 ml	\$ 13.673,52	\$ 17.228,63	\$ 3.555,11	187	1,04%	\$ 37,08	168,53
Medicamento oftalmico 100cc	\$ 8.937,44	\$ 11.261,17	\$ 2.323,73	109	0,61%	\$ 14,11	98,14
				17.936	1	8.812	16.157,48
Gastos Fijos	\$ 142.378.579,55						

Elementos	Año 2016						
	Cvu	Pvu	McU	Unidades	% Participacion	Margen Ponderado	Punto de equilibrio
Elementos de Aseo							
Cepillos para mascotas	\$ 11.946,04	\$ 15.564,40	\$ 3.618,36	99	0,53%	\$ 19,05	83,69
Cortaúñas para mascotas	\$ 7.158,46	\$ 9.326,70	\$ 2.168,24	97	0,52%	\$ 11,18	82,00
Arena para Gatos freemiau 10 Kg	\$ 28.782,74	\$ 37.500,80	\$ 8.718,05	282	1,50%	\$ 130,40	237,82
Arena para gatos Catspride 13.6 Kg	\$ 54.086,15	\$ 70.468,40	\$ 16.382,25	282	1,50%	\$ 245,03	237,82
Tapete de entrenamiento para perros pqt/14 U	\$ 22.448,94	\$ 29.248,53	\$ 6.799,60	141	0,75%	\$ 50,85	118,91
Jabon para perros	\$ 6.363,08	\$ 8.290,40	\$ 1.927,32	420	2,23%	\$ 42,98	354,60
Shampoo para perros y gatos 220 ml	\$ 11.144,29	\$ 14.519,81	\$ 3.375,51	315	1,67%	\$ 56,46	265,95
Polvo para perros y gatos 100 g	\$ 10.663,24	\$ 13.893,05	\$ 3.229,81	263	1,39%	\$ 45,02	221,63
Collar antiparasitario perros	\$ 18.293,85	\$ 23.834,90	\$ 5.541,05	399	2,12%	\$ 117,40	336,87
Bebederos para perros y gatos 1,5 L	\$ 9.703,69	\$ 12.642,86	\$ 2.939,17	315	1,67%	\$ 49,16	265,95
Camas para perros y gatos Talla L	\$ 13.442,00	\$ 18.698,17	\$ 5.256,17	189	1,00%	\$ 52,75	159,57
Camas para perros y gatos Talla M	\$ 10.340,00	\$ 13.579,68	\$ 3.239,68	200	1,06%	\$ 34,45	169,07
Guacal talla L	\$ 149.926,82	\$ 195.338,40	\$ 45.411,59	97	0,52%	\$ 234,20	82,00
Guacal talla M	\$ 112.244,68	\$ 146.242,66	\$ 33.997,98	110	0,58%	\$ 198,83	92,99
comederos perros y gatos 645 ml	\$ 8.819,22	\$ 11.490,49	\$ 2.671,27	322	1,71%	\$ 45,73	272,21
Arneses y collares para perros y gatos	\$ 9.620,97	\$ 12.535,08	\$ 2.914,11	429	2,28%	\$ 66,33	361,93
Alimento			\$ -				
Dog Chow pollo y verduras en Lata	\$ 4.931,38	\$ 6.425,06	\$ 1.493,68	394	2,09%	\$ 31,28	332,95
Dog Chow cordero y arroz en lata	\$ 4.931,38	\$ 6.425,06	\$ 1.493,68	394	2,09%	\$ 31,28	332,95
Dog Chow Pavo y Pollo en lata 156 g	\$ 4.931,38	\$ 6.425,06	\$ 1.493,68	394	2,09%	\$ 31,28	332,95
Pate felix sabor a Pavo y menudencias 156 g	\$ 3.579,23	\$ 4.663,35	\$ 1.084,12	431	2,29%	\$ 24,78	363,47
Pate felix sabor a Salmon 156 g	\$ 3.579,23	\$ 4.663,35	\$ 1.084,12	431	2,29%	\$ 24,78	363,47
Pate felix sabor a Pescado y atun 156 g	\$ 3.579,23	\$ 4.663,35	\$ 1.084,12	431	2,29%	\$ 24,78	363,47
Pate felix de pollo en salsa 156 g	\$ 3.579,23	\$ 4.663,35	\$ 1.084,12	431	2,29%	\$ 24,78	363,47
Nutre Can Babies 8Kg	\$ 36.707,00	\$ 46.353,70	\$ 9.646,70	420	2,23%	\$ 215,14	354,60
Nutre Can Urban 25Kg	\$ 85.822,00	\$ 108.376,25	\$ 22.554,25	525	2,79%	\$ 628,75	443,25
Nutre Can Urban 8 Kg	\$ 36.707,00	\$ 46.353,70	\$ 9.646,70	551	2,93%	\$ 282,37	465,42
Nutre Can Campo 25 Kg	\$ 66.176,00	\$ 83.567,23	\$ 17.391,23	643	3,41%	\$ 593,80	542,89
Nutre Can Campo 8 Kg	\$ 24.816,00	\$ 31.337,71	\$ 6.521,71	683	3,62%	\$ 236,35	576,23
Ringo Premiun 20Kg	\$ 40.326,00	\$ 50.923,78	\$ 10.597,78	630	3,35%	\$ 354,53	531,91
Ringo Premiun 2 Kg	\$ 3.980,90	\$ 5.027,09	\$ 1.046,19	647	3,44%	\$ 35,94	546,24
Ringo Cachorros 15Kg	\$ 32.571,00	\$ 41.130,75	\$ 8.559,75	525	2,79%	\$ 238,62	443,25
Ringo Cachorros 2 Kg	\$ 4.446,20	\$ 5.614,67	\$ 1.168,47	578	3,07%	\$ 35,83	487,58
Ringo Adultos 20Kg	\$ 35.156,00	\$ 44.395,09	\$ 9.239,09	578	3,07%	\$ 283,32	487,58
Ringo Adultos 2 Kg	\$ 3.515,60	\$ 4.439,51	\$ 923,91	647	3,44%	\$ 31,74	546,24
Purina Cat Chow Gattitos 8 kg	\$ 63.384,20	\$ 80.041,74	\$ 16.657,54	368	1,95%	\$ 325,06	310,28
Purina Cat Chow Mayores de 7 años	\$ 66.693,00	\$ 84.220,10	\$ 17.527,10	336	1,78%	\$ 312,71	283,68
Purina Cat Chow Gatos activos 8 kg	\$ 53.561,20	\$ 67.637,23	\$ 14.076,03	399	2,12%	\$ 298,23	336,87
Purina Cat Chow Adultos hogareños 8 kg	\$ 60.282,20	\$ 76.124,53	\$ 15.842,33	399	2,12%	\$ 335,65	336,87
Purina Cat Chow Adultos 1-7 años 10 kg	\$ 62.246,80	\$ 78.605,43	\$ 16.358,63	399	2,12%	\$ 346,59	336,87
Purina dog chow adultos razas pequeñas-17 Kg	\$ 90.578,40	\$ 114.382,65	\$ 23.804,25	544	2,89%	\$ 687,73	459,37
Purina dog chow adultos mayores 8 Kg	\$ 45.082,40	\$ 56.930,18	\$ 11.847,78	551	2,93%	\$ 346,80	465,42
Purina dog chow cachorros razas pequeñas 17 Kg	\$ 93.266,80	\$ 117.777,57	\$ 24.510,77	544	2,89%	\$ 708,14	459,37
Purina dog chow cachorros razas medianas y grandes 17 kg	\$ 88.924,00	\$ 112.293,47	\$ 23.369,47	544	2,89%	\$ 675,17	459,37
Purina dog chow Ligth 8 Kg	\$ 47.202,10	\$ 59.606,94	\$ 12.404,84	331	1,76%	\$ 217,86	279,25
Purina dog chow adultos 8Kg	\$ 48.184,40	\$ 60.847,39	\$ 12.662,99	441	2,34%	\$ 296,53	372,33
Purgante Rondel 10 ml para perros y gatos	\$ 16.744,94	\$ 21.145,55	\$ 4.400,62	188	1,00%	\$ 43,88	158,55
Purgante Rondel 5ml puppy	\$ 11.768,85	\$ 14.861,73	\$ 3.092,89	188	1,00%	\$ 30,84	158,55
Purgante Rondel 2 ml	\$ 14.138,42	\$ 17.854,03	\$ 3.715,61	196	1,04%	\$ 38,75	165,84
Medicamento oftalmico 100cc	\$ 9.241,31	\$ 11.669,95	\$ 2.428,64	114	0,61%	\$ 14,75	96,58
				18.832	100,00%	9.208	15.900,15
Gastos Fijos año 2016	\$ 146.406.362,82						

Elementos	Año 2017						
	Cvu	Pvu	McU	Unidades	% Participación	Margen Ponderado	Punto de equilibrio
Elementos de Aseo							
Cepillos para mascotas	\$ 12.352,21	\$ 16.106,04	\$ 3.753,83	104	0,53%	\$ 19,76	82,94
Cortauñas para mascotas	\$ 7.401,85	\$ 9.651,27	\$ 2.249,42	102	0,52%	\$ 11,60	82,00
Arena para Gatos freemiau 10 Kg	\$ 29.761,36	\$ 38.805,82	\$ 9.044,47	296	1,50%	\$ 135,28	237,82
Arena para gatos Catspride 13.6 Kg	\$ 55.925,08	\$ 72.920,70	\$ 16.995,62	296	1,50%	\$ 254,20	237,82
Tapete de entrenamiento para perros pqt/14 U	\$ 23.212,20	\$ 30.266,38	\$ 7.054,18	148	0,75%	\$ 52,76	118,91
Jabon para perros	\$ 6.579,42	\$ 8.578,91	\$ 1.999,48	441	2,23%	\$ 44,59	354,60
Shampoo para perros y gatos 220 ml	\$ 11.523,20	\$ 15.025,10	\$ 3.501,90	331	1,67%	\$ 58,57	265,95
Polvo para perros y gatos 100 g	\$ 11.025,79	\$ 14.376,53	\$ 3.350,74	276	1,39%	\$ 46,70	221,63
Collar antiparasitario perros	\$ 18.915,84	\$ 24.664,35	\$ 5.748,52	419	2,12%	\$ 121,79	336,87
Bebedores para perros y gatos 1,5 L	\$ 10.033,62	\$ 13.082,83	\$ 3.049,21	331	1,67%	\$ 51,00	265,95
Camas para perros y gatos Talla L	\$ 13.899,03	\$ 19.348,86	\$ 5.449,84	198	1,00%	\$ 54,69	159,57
Camas para perros y gatos Talla M	\$ 10.691,56	\$ 14.052,25	\$ 3.360,69	210	1,06%	\$ 35,74	169,07
Guacal talla L	\$ 155.024,33	\$ 202.136,18	\$ 47.111,85	102	0,52%	\$ 242,96	82,00
Guacal talla M	\$ 116.061,00	\$ 151.331,90	\$ 35.270,90	116	0,58%	\$ 206,28	92,99
comederos perros y gatos 645 ml	\$ 9.119,08	\$ 11.890,36	\$ 2.771,29	339	1,71%	\$ 47,44	272,21
Ameses y collares para perros y gatos	\$ 9.948,09	\$ 12.971,31	\$ 3.023,22	450	2,28%	\$ 68,82	361,93
Alimento						\$ -	
Dog Chow pollo y verduras en Lata	\$ 5.099,05	\$ 6.648,65	\$ 1.549,60	414	2,09%	\$ 32,45	332,95
Dog Chow cordero y arroz en lata	\$ 5.099,05	\$ 6.648,65	\$ 1.549,60	414	2,09%	\$ 32,45	332,95
Dog Chow Pavo y Pollo en lata 156 g	\$ 5.099,05	\$ 6.648,65	\$ 1.549,60	414	2,09%	\$ 32,45	332,95
Pate felix sabor a Pavo y menudencias 156 g	\$ 3.700,92	\$ 4.825,63	\$ 1.124,71	452	2,29%	\$ 25,71	363,47
Pate felix sabor a Salmon 156 g	\$ 3.700,92	\$ 4.825,63	\$ 1.124,71	452	2,29%	\$ 25,71	363,47
Pate felix sabor a Pescado y atun 156 g	\$ 3.700,92	\$ 4.825,63	\$ 1.124,71	452	2,29%	\$ 25,71	363,47
Pate felix de pollo en salsa 156 g	\$ 3.700,92	\$ 4.825,63	\$ 1.124,71	452	2,29%	\$ 25,71	363,47
Nutre Can Babies 8Kg	\$ 37.955,04	\$ 47.966,81	\$ 10.011,77	441	2,23%	\$ 223,28	354,60
Nutre Can Urban 25Kg	\$ 88.739,95	\$ 112.147,75	\$ 23.407,80	551	2,79%	\$ 652,55	443,25
Nutre Can Urban 8 Kg	\$ 37.955,04	\$ 47.966,81	\$ 10.011,77	579	2,93%	\$ 293,06	465,42
Nutre Can Campo 25 Kg	\$ 68.425,98	\$ 86.475,37	\$ 18.049,39	675	3,41%	\$ 616,28	542,89
Nutre Can Campo 8 Kg	\$ 25.659,74	\$ 32.428,26	\$ 6.768,52	717	3,62%	\$ 245,30	576,23
Ringo Premiun 20Kg	\$ 41.697,08	\$ 52.695,93	\$ 10.998,85	662	3,35%	\$ 367,94	531,91
Ringo Premiun 2 Kg	\$ 4.116,25	\$ 5.202,03	\$ 1.085,78	679	3,44%	\$ 37,30	546,24
Ringo Cachorros 15Kg	\$ 33.678,41	\$ 42.562,10	\$ 8.883,68	551	2,79%	\$ 247,65	443,25
Ringo Cachorros 2 Kg	\$ 4.597,37	\$ 5.810,06	\$ 1.212,69	606	3,07%	\$ 37,19	487,58
Ringo Adultos 20Kg	\$ 36.351,30	\$ 45.940,04	\$ 9.588,74	606	3,07%	\$ 294,04	487,58
Ringo Adultos 2 Kg	\$ 3.635,13	\$ 4.594,00	\$ 958,87	679	3,44%	\$ 32,94	546,24
Purina Cat Chow Gatos 8 kg	\$ 65.539,26	\$ 82.827,19	\$ 17.287,93	386	1,95%	\$ 337,36	310,28
Purina Cat Chow Mayores de 7 años	\$ 68.960,56	\$ 87.150,96	\$ 18.190,40	353	1,78%	\$ 324,54	283,68
Purina Cat Chow Gatos activos 8 kg	\$ 55.382,28	\$ 69.991,00	\$ 14.608,72	419	2,12%	\$ 309,51	336,87
Purina Cat Chow Adultos hogareños 8 kg	\$ 62.331,79	\$ 78.773,66	\$ 16.441,86	419	2,12%	\$ 348,35	336,87
Purina Cat Chow Adultos 1- 7 años 10 kg	\$ 64.363,19	\$ 81.340,90	\$ 16.977,71	419	2,12%	\$ 359,70	336,87
Purina dog chow adultos razas pequeñas-17 Kg	\$ 93.658,07	\$ 118.363,16	\$ 24.705,10	571	2,89%	\$ 713,75	459,37
Purina dog chow adultos mayores 8 Kg	\$ 46.615,20	\$ 58.911,35	\$ 12.296,15	579	2,93%	\$ 359,92	465,42
Purina dog chow cachorros razas pequeñas 17 Kg	\$ 96.437,87	\$ 121.876,23	\$ 25.438,36	571	2,89%	\$ 734,94	459,37
Purina dog chow cachorros razas medianas y grandes 17 kg	\$ 91.947,42	\$ 116.201,28	\$ 24.253,86	571	2,89%	\$ 700,72	459,37
Purina dog chow Ligh 8 Kg	\$ 48.806,97	\$ 61.681,26	\$ 12.874,29	347	1,76%	\$ 226,11	279,25
Purina dog chow adultos 8Kg	\$ 49.822,67	\$ 62.964,88	\$ 13.142,21	463	2,34%	\$ 307,75	372,33
Purgante Rondel 10 ml para perros y gatos	\$ 17.314,27	\$ 21.881,42	\$ 4.567,15	197	1,00%	\$ 45,54	158,55
Purgante Rondel 5ml puppy	\$ 12.168,99	\$ 15.378,92	\$ 3.209,93	197	1,00%	\$ 32,01	158,55
Purgante Rondel 2 ml	\$ 14.619,12	\$ 18.475,35	\$ 3.856,23	206	1,04%	\$ 40,22	165,84
Medicamento oftalmico 100cc	\$ 9.555,52	\$ 12.076,07	\$ 2.520,55	120	0,61%	\$ 15,31	96,58
				19.774	1	9.556	15.899
Gastos fijos 2017	\$ 150.572.222,12						

Elementos	Año 2018						
	Cvu	Pvu	McU	Unidades	% Participación	Margen Ponderado	Punto de equilibrio
Elementos de Aseo							
Cepillos para mascotas	\$ 12.772,18	\$ 16.642,37	\$ 3.870,19	109	0,53%	\$ 20,37	82,77
Cortauñas para mascotas	\$ 7.653,51	\$ 9.972,66	\$ 2.319,14	107	0,52%	\$ 11,96	81,10
Arena para Gatos freemiau 10 Kg	\$ 30.773,24	\$ 40.098,06	\$ 9.324,82	311	1,50%	\$ 139,47	235,21
Arena para gatos Catspride 13.6 Kg	\$ 57.826,54	\$ 75.348,96	\$ 17.522,42	311	1,50%	\$ 262,08	235,21
Tapete de entrenamiento para perros pqt/14 U	\$ 24.001,41	\$ 31.274,25	\$ 7.272,84	155	0,75%	\$ 54,39	117,60
Jabon para perros	\$ 6.803,12	\$ 8.864,58	\$ 2.061,46	463	2,23%	\$ 45,97	350,71
Shampoo para perros y gatos 220 ml	\$ 11.914,99	\$ 15.525,43	\$ 3.610,44	347	1,67%	\$ 60,39	263,03
Polvo para perros y gatos 100 g	\$ 11.400,67	\$ 14.855,27	\$ 3.454,60	289	1,39%	\$ 48,15	219,19
Collar antiparasitario perros	\$ 19.558,98	\$ 25.485,68	\$ 5.926,70	440	2,12%	\$ 125,57	333,17
Bebedores para perros y gatos 1,5 L	\$ 10.374,76	\$ 13.518,49	\$ 3.143,73	347	1,67%	\$ 52,58	263,03
Camas para perros y gatos Talla L	\$ 14.371,59	\$ 19.993,18	\$ 5.621,59	208	1,00%	\$ 56,42	157,82
Camas para perros y gatos Talla M	\$ 11.055,07	\$ 14.520,19	\$ 3.465,11	221	1,06%	\$ 36,85	167,21
Guacal talla L	\$ 160.295,16	\$ 208.867,32	\$ 48.572,16	107	0,52%	\$ 250,50	81,10
Guacal talla M	\$ 120.007,07	\$ 156.371,25	\$ 36.364,18	121	0,58%	\$ 212,67	91,97
comederos perros y gatos 645 ml	\$ 9.429,13	\$ 12.286,31	\$ 2.857,19	355	1,71%	\$ 48,91	269,21
Arneses y collares para perros y gatos	\$ 10.286,32	\$ 13.403,25	\$ 3.116,93	473	2,28%	\$ 70,95	357,95
Alimento			\$ -		0,00%	\$ -	0,00
Dog Chow pollo y verduras en Lata	\$ 5.272,42	\$ 6.870,05	\$ 1.597,63	435	2,09%	\$ 33,45	329,29
Dog Chow cordero y arroz en lata	\$ 5.272,42	\$ 6.870,05	\$ 1.597,63	435	2,09%	\$ 33,45	329,29
Dog Chow Pavo y Pollo en lata 156 g	\$ 5.272,42	\$ 6.870,05	\$ 1.597,63	435	2,09%	\$ 33,45	329,29
Pate felix sabor a Pavo y menudencias 156 g	\$ 3.826,76	\$ 4.986,33	\$ 1.159,57	475	2,29%	\$ 26,51	359,47
Pate felix sabor a Salmon 156 g	\$ 3.826,76	\$ 4.986,33	\$ 1.159,57	475	2,29%	\$ 26,51	359,47
Pate felix sabor a Pescado y atun 156 g	\$ 3.826,76	\$ 4.986,33	\$ 1.159,57	475	2,29%	\$ 26,51	359,47
Pate felix de pollo en salsa 156 g	\$ 3.826,76	\$ 4.986,33	\$ 1.159,57	475	2,29%	\$ 26,51	359,47
Nutre Can Babies 8Kg	\$ 39.245,51	\$ 49.564,10	\$ 10.318,59	463	2,23%	\$ 230,12	350,71
Nutre Can Urban 25Kg	\$ 91.757,11	\$ 115.882,27	\$ 24.125,16	579	2,79%	\$ 672,55	438,38
Nutre Can Urban 8 Kg	\$ 39.245,51	\$ 49.564,10	\$ 10.318,59	608	2,93%	\$ 302,04	460,30
Nutre Can Campo 25 Kg	\$ 70.752,47	\$ 89.355,00	\$ 18.602,53	709	3,41%	\$ 635,16	536,92
Nutre Can Campo 8 Kg	\$ 26.532,18	\$ 33.508,13	\$ 6.975,95	752	3,62%	\$ 252,81	569,90
Ringo Premiun 20Kg	\$ 43.114,78	\$ 54.450,70	\$ 11.335,92	695	3,35%	\$ 379,22	526,06
Ringo Premiun 2 Kg	\$ 4.256,20	\$ 5.375,26	\$ 1.119,06	713	3,44%	\$ 38,44	540,24
Ringo Cachorros 15Kg	\$ 34.823,48	\$ 43.979,41	\$ 9.155,93	579	2,79%	\$ 255,24	438,38
Ringo Cachorros 2 Kg	\$ 4.753,68	\$ 6.003,54	\$ 1.249,86	637	3,07%	\$ 38,33	482,22
Ringo Adultos 20Kg	\$ 37.587,25	\$ 47.469,84	\$ 9.882,60	637	3,07%	\$ 303,05	482,22
Ringo Adultos 2 Kg	\$ 3.758,72	\$ 4.746,98	\$ 988,26	713	3,44%	\$ 33,95	540,24
Purina Cat Chow Gatos 8 kg	\$ 67.767,60	\$ 85.585,34	\$ 17.817,74	405	1,95%	\$ 347,70	306,87
Purina Cat Chow Mayores de 7 años	\$ 71.305,22	\$ 90.053,09	\$ 18.747,87	370	1,78%	\$ 334,49	280,56
Purina Cat Chow Gatos activos 8 kg	\$ 57.265,28	\$ 72.321,70	\$ 15.056,43	440	2,12%	\$ 319,00	333,17
Purina Cat Chow Adultos hogareños 8 kg	\$ 64.451,08	\$ 81.396,82	\$ 16.945,75	440	2,12%	\$ 359,03	333,17
Purina Cat Chow Adultos 1- 7 años 10 kg	\$ 66.551,54	\$ 84.049,55	\$ 17.498,01	440	2,12%	\$ 370,73	333,17
Purina dog chow adultos razas pequeñas-17 Kg	\$ 96.842,44	\$ 122.304,66	\$ 25.462,22	600	2,89%	\$ 735,63	454,32
Purina dog chow adultos mayores 8 Kg	\$ 48.200,12	\$ 60.873,09	\$ 12.672,98	608	2,93%	\$ 370,95	460,30
Purina dog chow cachorros razas pequeñas 17 Kg	\$ 99.716,76	\$ 125.934,71	\$ 26.217,95	600	2,89%	\$ 757,46	454,32
Purina dog chow cachorros razas medianas y grandes 17 kg	\$ 95.073,63	\$ 120.070,78	\$ 24.997,16	600	2,89%	\$ 722,19	454,32
Purina dog chow Ligth 8 Kg	\$ 50.466,41	\$ 63.735,25	\$ 13.268,84	365	1,76%	\$ 233,04	276,18
Purina dog chow adultos 8Kg	\$ 51.516,64	\$ 65.061,61	\$ 13.544,97	486	2,34%	\$ 317,18	368,24
Purgante Rondel 10 ml para perros y gatos	\$ 17.902,95	\$ 22.610,07	\$ 4.707,12	207	1,00%	\$ 46,94	156,80
Purgante Rondel 5ml puppy	\$ 12.582,74	\$ 15.891,04	\$ 3.308,31	207	1,00%	\$ 32,99	156,80
Purgante Rondel 2 ml	\$ 15.116,17	\$ 19.090,58	\$ 3.974,41	217	1,04%	\$ 41,45	164,02
Medicamento oftalmico 100cc	\$ 9.880,40	\$ 12.478,20	\$ 2.597,80	126	0,61%	\$ 15,78	95,52
				20.763	100,00%	9.849	15.725,35
Gastos fijos 2018	\$ 154.880.575,85						

Elementos	Año 2019						
	Cvu	Pvu	McU	Unidades	% Participacion	Margen Ponderado	Punto de equilibrio
Elementos de Aseo							
Cepillos para mascotas	\$ 13.206,44	\$ 17.173,26	\$ 3.966,83	115	0,53%	\$ 20,88	83,15
Cortauñas para mascotas	\$ 7.913,73	\$ 10.290,78	\$ 2.377,05	112	0,52%	\$ 12,26	81,47
Arena para Gatos freemiau 10 Kg	\$ 31.819,53	\$ 41.377,18	\$ 9.557,65	326	1,50%	\$ 142,95	236,28
Arena para gatos Catspride 13.6 Kg	\$ 59.792,64	\$ 77.752,59	\$ 17.959,95	326	1,50%	\$ 268,63	236,28
Tapete de entrenamiento para perros pqt/14 U	\$ 24.817,46	\$ 32.271,90	\$ 7.454,44	163	0,75%	\$ 55,75	118,14
Jabon para perros	\$ 7.034,43	\$ 9.147,36	\$ 2.112,94	486	2,23%	\$ 47,12	352,30
Shampoo para perros y gatos 220 ml	\$ 12.320,10	\$ 16.020,69	\$ 3.700,60	365	1,67%	\$ 61,90	264,23
Polvo para perros y gatos 100 g	\$ 11.788,29	\$ 15.329,15	\$ 3.540,86	304	1,39%	\$ 49,35	220,19
Collar antiparasitario perros	\$ 20.223,98	\$ 26.298,67	\$ 6.074,69	462	2,12%	\$ 128,70	334,69
Bebederos para perros y gatos 1,5 L	\$ 10.727,50	\$ 13.949,73	\$ 3.222,23	365	1,67%	\$ 53,90	264,23
Camas para perros y gatos Talla L	\$ 14.860,23	\$ 20.630,96	\$ 5.770,73	219	1,00%	\$ 57,91	158,54
Camas para perros y gatos Talla M	\$ 11.430,95	\$ 14.983,38	\$ 3.552,44	232	1,06%	\$ 37,77	167,97
Guacal talla L	\$ 165.745,19	\$ 215.530,18	\$ 49.784,99	112	0,52%	\$ 256,75	81,47
Guacal talla M	\$ 124.087,31	\$ 161.359,50	\$ 37.272,19	127	0,58%	\$ 217,98	92,39
comederos perros y gatos 645 ml	\$ 9.749,72	\$ 12.678,25	\$ 2.928,53	373	1,71%	\$ 50,14	270,44
Arneses y collares para perros y gatos	\$ 10.636,06	\$ 13.830,81	\$ 3.194,76	496	2,28%	\$ 72,72	359,58
Alimento						\$ -	0,00
Dog Chow pollo y verduras en Lata	\$ 5.451,68	\$ 7.089,21	\$ 1.637,53	457	2,09%	\$ 34,29	330,79
Dog Chow cordero y arroz en lata	\$ 5.451,68	\$ 7.089,21	\$ 1.637,53	457	2,09%	\$ 34,29	330,79
Dog Chow Pavo y Pollo en lata 156 g	\$ 5.451,68	\$ 7.089,21	\$ 1.637,53	457	2,09%	\$ 34,29	330,79
Pate felix sabor a Pavo y menudencias 156 g	\$ 3.956,87	\$ 5.145,39	\$ 1.188,53	498	2,29%	\$ 27,17	361,11
Pate felix sabor a Salmon 156 g	\$ 3.956,87	\$ 5.145,39	\$ 1.188,53	498	2,29%	\$ 27,17	361,11
Pate felix sabor a Pescado y atun 156 g	\$ 3.956,87	\$ 5.145,39	\$ 1.188,53	498	2,29%	\$ 27,17	361,11
Pate felix de pollo en salsa 156 g	\$ 3.956,87	\$ 5.145,39	\$ 1.188,53	498	2,29%	\$ 27,17	361,11
Nutre Can Babies 8Kg	\$ 40.579,86	\$ 51.145,20	\$ 10.565,34	486	2,23%	\$ 235,63	352,30
Nutre Can Urban 25Kg	\$ 94.876,85	\$ 119.578,91	\$ 24.702,06	608	2,79%	\$ 688,63	440,38
Nutre Can Urban 8 Kg	\$ 40.579,86	\$ 51.145,20	\$ 10.565,34	638	2,93%	\$ 309,26	462,40
Nutre Can Campo 25 Kg	\$ 73.158,05	\$ 92.205,43	\$ 19.047,37	744	3,41%	\$ 650,35	539,37
Nutre Can Campo 8 Kg	\$ 27.434,27	\$ 34.577,03	\$ 7.142,77	790	3,62%	\$ 258,86	572,49
Ringo Premiun 20Kg	\$ 44.580,69	\$ 56.187,68	\$ 11.606,99	729	3,35%	\$ 388,29	528,45
Ringo Premiun 2 Kg	\$ 4.400,91	\$ 5.546,73	\$ 1.145,82	749	3,44%	\$ 39,36	542,70
Ringo Cachorros 15Kg	\$ 36.007,48	\$ 45.382,36	\$ 9.374,88	608	2,79%	\$ 261,35	440,38
Ringo Cachorros 2 Kg	\$ 4.915,31	\$ 6.195,05	\$ 1.279,75	669	3,07%	\$ 39,24	484,41
Ringo Adultos 20Kg	\$ 38.865,21	\$ 48.984,13	\$ 10.118,92	669	3,07%	\$ 310,30	484,41
Ringo Adultos 2 Kg	\$ 3.886,52	\$ 4.898,41	\$ 1.011,89	749	3,44%	\$ 34,76	542,70
Purina Cat Chow Gatos 8 kg	\$ 70.071,70	\$ 88.315,51	\$ 18.243,81	425	1,95%	\$ 356,01	308,26
Purina Cat Chow Mayores de 7 años	\$ 73.729,60	\$ 92.925,78	\$ 19.196,18	389	1,78%	\$ 342,49	281,84
Purina Cat Chow Gatos activos 8 kg	\$ 59.212,30	\$ 74.628,77	\$ 15.416,47	462	2,12%	\$ 326,63	334,69
Purina Cat Chow Adultos hogareños 8 kg	\$ 66.642,41	\$ 83.993,38	\$ 17.350,97	462	2,12%	\$ 367,61	334,69
Purina Cat Chow Adultos 1- 7 años 10 kg	\$ 68.814,29	\$ 86.730,73	\$ 17.916,44	462	2,12%	\$ 379,59	334,69
Purina dog chow adultos razas pequeñas-17 Kg	\$ 100.135,08	\$ 126.206,18	\$ 26.071,09	630	2,89%	\$ 753,22	456,39
Purina dog chow adultos mayores 8 Kg	\$ 49.838,92	\$ 62.814,95	\$ 12.976,02	638	2,93%	\$ 379,82	462,40
Purina dog chow cachorros razas pequeñas 17 Kg	\$ 103.107,13	\$ 129.952,02	\$ 26.844,89	630	2,89%	\$ 775,57	456,39
Purina dog chow cachorros razas medianas y grandes 17 kg	\$ 98.306,13	\$ 123.901,04	\$ 25.594,91	630	2,89%	\$ 739,46	456,39
Purina dog chow Ligth 8 Kg	\$ 52.182,27	\$ 65.768,40	\$ 13.586,14	383	1,76%	\$ 238,61	277,44
Purina dog chow adultos 8Kg	\$ 53.268,21	\$ 67.137,08	\$ 13.868,87	511	2,34%	\$ 324,77	369,92
Purgante Rondel 10 ml para perros y gatos	\$ 18.511,65	\$ 23.331,33	\$ 4.819,68	217	1,00%	\$ 48,06	157,52
Purgante Rondel 5ml puppy	\$ 13.010,55	\$ 16.397,96	\$ 3.387,42	217	1,00%	\$ 33,78	157,52
Purgante Rondel 2 ml	\$ 15.630,12	\$ 19.699,57	\$ 4.069,45	227	1,04%	\$ 42,45	164,77
Medicamento oftalmico 100cc	\$ 10.216,34	\$ 12.876,25	\$ 2.659,92	132	0,61%	\$ 16,16	95,95
				21.801	1	10,087	15.796,92
Gastos Fijos 2019	\$ 159.335.983,86						

Anexo I: Flujo de caja

FLUJO DE CAJA "MASCOTTS SAS"					
INGRESOS	2015	2016	2017	2018	2019
Ventas de contado	\$ 751.139.142,51	\$ 817.325.768,05	\$ 888.057.140,02	\$ 963.510.914,92	\$ 1.043.959.258,76
Capital	\$ 67.575.561,33	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Créditos	\$ 36.386.840,72	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL INGRESOS	\$ 855.101.544,56	\$ 817.325.768,05	\$ 888.057.140,02	\$ 963.510.914,92	\$ 1.043.959.258,76
EGRESOS					
Total gastos que generan caja* (Cuadro GASTOS/CAJA)	\$ 624.140.021,38	\$ 718.681.846,99	\$ 772.800.272,10	\$ 831.317.522,75	\$ 894.602.926,33
Impuestos	\$ 4.103.193,75	\$ 8.100.116,99	\$ 11.514.612,91	\$ 14.884.304,35	\$ 18.167.883,97
Inversión en el proyecto	\$ 103.962.402,05	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Amortización de créditos proyectados					
*Capital	\$ -	\$ 3.638.684,07	\$ 3.638.684,07	\$ 3.638.684,07	\$ 3.638.684,07
*Intereses	\$ 2.870.921,73	\$ 2.583.829,56	\$ 2.296.737,39	\$ 2.009.645,21	\$ 1.722.553,04
Otros					
Proveedores		\$ 54.366.685,00	\$ 64.391.901,00	\$ 69.910.287,49	\$ 75.901.599,12
Pago de dividendos		\$ 9.574.118,75	\$ 18.900.272,99	\$ 26.867.430,13	\$ 34.730.043,49
TOTAL EGRESOS	\$ 735.076.538,91	\$ 796.945.281,37	\$ 873.542.480,45	\$ 948.627.874,00	\$ 1.028.763.690,02
INGRESOS-EGRESOS	\$ 120.025.005,65	\$ 20.380.486,68	\$ 14.514.659,56	\$ 14.883.040,92	\$ 15.195.568,74
(+) CAJA INICIAL E INVER.	\$ 20.000.000,00	\$ 140.025.005,65	\$ 160.405.492,33	\$ 174.920.151,89	\$ 189.803.192,81
CAJA FINAL	\$ 140.025.005,65	\$ 160.405.492,33	\$ 174.920.151,89	\$ 189.803.192,81	\$ 204.998.761,55
GASTOS/CAJA	A1	A2	A3	A4	A5
Costo de mercancía	\$ 489.300.163,56	\$ 579.527.113,72	\$ 629.192.587,37	\$ 683.114.392,10	\$ 741.657.295,51
Gastos Operacionales y	\$ 139.507.657,82	\$ 143.822.533,27	\$ 148.275.484,73	\$ 152.870.930,64	\$ 157.613.430,82
Subtotal	\$ 628.807.821,38	\$ 723.349.646,99	\$ 777.468.072,10	\$ 835.985.322,75	\$ 899.270.726,33
Depreciación	\$ 4.667.800,00	\$ 4.667.800	\$ 4.667.800	\$ 4.667.800	\$ 4.667.800
Total	\$ 624.140.021,38	\$ 718.681.846,99	\$ 772.800.272,10	\$ 831.317.522,75	\$ 894.602.926,33
*Se resta el costo de inventario adquirido para el primer mes con la inversión, del costo de la mercancía vendida según ER					

Anexo J: Flujo de ingresos y egresos.

Flujo de ingresos y egresos					
Año	Ventas anuales	Gastos anuales	Impuestos	Costos	Flujo neto
0					(\$ 103.962.402,05)
1	\$ 751.139.142,51	\$ 142.049.257,55	\$ 4.201.990,35	\$ 543.666.848,40	\$ 61.221.046,21
2	\$ 817.325.768,05	\$ 146.215.872,12	\$ 8.157.264,20	\$ 643.919.015,25	\$ 19.033.616,48
3	\$ 888.057.140,02	\$ 150.525.005,31	\$ 11.528.777,96	\$ 699.102.874,85	\$ 26.900.481,90
4	\$ 963.510.914,92	\$ 154.981.217,71	\$ 14.854.111,79	\$ 759.015.991,23	\$ 34.659.594,19
5	\$ 1.043.959.258,76	\$ 159.589.215,86	\$ 18.091.914,37	\$ 824.063.661,67	\$ 42.214.466,86
Total	4.463.992.224,25	753.360.568,55	56.834.058,68	3.469.768.391,40	


Anexo K: Publicidad

Nit. 15920121-5					
DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR U.	VALOR T.		
Publicidad					
Tarjetas	100	250	25.000		
calendario de bolsillo	100	300	30.000		
folletos	100	500	50.000		
Volantes	100	250	25.000		
Catalogos	5	75.000	375.000		
Total:			505.000		

quientos cinco mil pesos M/C

Fecha: Enero 22 de 2015
 Nombre o Nit: Karen Escalante
 Dirección:

ESOUHO PUBLICITARIO
dragón
 Cotización

Aprobada:  Aceptada:

Calle 10 No. 6 - 15 Tel: (04) 8993089 / Cel: 3122462544 Risaralda - Cauca • draonestudio@gmail.com