

**EMPRENDIMIENTO DE FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE  
PALETAS PARA MASCOTAS**

Universidad Santo Tomas  
Facultad de Administración de empresas  
Business plan

Gabriela Ramírez Caro  
2022

Copyright © 2022 por Gabriela Ramírez Caro Todos los derechos reservados.

## Tabla de Contenidos

Planteamiento del problema.....	7
Objetivo general.....	8
Objetivos específicos .....	8
Justificación .....	8
Marco teórico .....	9
Diseño metodológico .....	11
Unidad de análisis .....	13
Planeación Estratégica .....	13
Misión .....	13
Visión.....	13
Objetivos empresariales .....	13
Filosofía Empresarial .....	13
Know How .....	14
Concepto del producto o servicio .....	14
Presentación muy detallada de las especificaciones del producto o servicio. ....	15
Usos y manejo del producto o servicio. ....	20
Imagen, Marca, logo y slogan del producto o servicio.....	21
Resumen del modelo de negocio .....	21
Estudio de mercadeo .....	23
Investigación del mercado -Presentación de resultados de la metodología aplicada....	25
Análisis de la demanda .....	29
Nicho de mercado .....	33
Plan de mercadeo .....	33
Estrategias de distribución .....	33
Estrategias de promoción.....	34
Publicidad- marketing mix.....	34
Fidelización.....	35
Postventa - servicio al cliente. política de crédito.....	35
Estudio de operaciones .....	35
Descripción y formalización del proceso - Diagrama de flujo. ....	36
Distribucion de planta.....	37
Costos de producción.....	37
Inversiones en infraestructura. ....	38
Justificacion .....	39
Estructura organizacional.....	40
Perfiles de cargo.....	41
Manual de funciones .....	42
Requisitos legales.....	43
Gastos administrativos .....	44
Metodología de motivación .....	45
Estado financiero .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Flujo de Caja.....	46
Estado de Resultados .....	49
Balance General .....	50

Indicadores Financieros .....	50
Evaluación Económica del Proyecto .....	53
Lista de referencias .....	57

### Índice de tablas

Tabla 1. Proceso productivo .....	16
Tabla 2. Presentación de sabores .....	18
Tabla 3. Ficha técnica del producto .....	19
Tabla 4. Imagen, Marca y Slogan .....	21
Tabla 5. Encuesta .....	25
Tabla 6. Pestel .....	30
Tabla 7. Marketing Mix .....	34
Tabla 8. Costos de producción .....	37
Tabla 9. Inversiones .....	38
Tabla 10. Perfiles de cargo .....	41
Tabla 11, Gatos administrativos .....	44

### Índice de figuras

Ilustración 1 Purina Frosty Paws .....	9
Ilustración 2. KienyKe .....	10
Ilustración 3. Fregoso .....	11
Ilustración 4. Parque Cedritos .....	12
Ilustración 5. Parque Santa Helena .....	12
Ilustración 6. Paletas de Cool pet .....	15
Ilustración 7. Producto .....	19
Ilustración 8. Logo .....	21
Ilustración 9. Modelo Canvas .....	22
Ilustración 10. Dofa .....	23
Ilustración 11. Pregunta Edad .....	26
Ilustración 12. Pregunta Genero .....	27
Ilustración 13. Pregunta Ingresos Mensuales .....	27
Ilustración 14. Pregunta Mascotas .....	28
Ilustración 15. ¿Qué mascota? .....	29
Ilustración 16. Pestel .....	30
Ilustración 17. Diagrama de flujo .....	36
Ilustración 18. Punto de venta parque Santa Helena .....	37
Ilustración 19. Puntos de venta cedritos .....	37

Ilustración 20. Estructura Organizacional.....	40
Ilustración 21. Flujo de caja.....	47
Ilustración 22. Estado de resultados.....	49
Ilustración 23. Balance General.....	50
Ilustración 24. Indicadores de solvencia.....	51
Ilustración 25. Indicadores de solidez.....	51
Ilustración 26. Indicadores de actividad.....	52
Ilustración 27. Indicadores de rentabilidad.....	53



## **Planteamiento del problema**

En Colombia tener una o más mascotas en el hogar se ha vuelto una tendencia y sin duda se han convertido en un miembro más de la familia. Por tal motivo se considera la importancia del bienestar y de las necesidades que requieren las mascotas a diario, según Euro monitor es el 4to país en Latinoamérica que lidera el sector de mascotas con crecimiento anual de 3 millones de hogares que gastan actualmente en alimentación, donde el 63% ha crecido en gasto en petcare que incluye productos de salud, bienestar y suplementos entre otros según el DANE. (Bancolombia, 2021)

Debido al mercado la producción de paletas para caninos ha crecido de una forma relevante, ya que es un producto de alto consumo, dada la necesidad de las personas de ofrecer a su mascota variedades nutricionales con un snack, donde esta saca de la rutina de alimentos como el barf y el concentrado a través de un producto innovador con diversos sabores, por diferentes fenómenos sociales y psicológicos, la relación con nuestros caninos ha cambiado durante los últimos años.

Actualmente existe una tendencia en el mercado que muestra una reducción de matrimonios, un aumento en la edad promedio, una disminución en la procreación de niños por hogar y esta misma es la que permite que las personas mantengan ingresos altos per capital, a raíz de ellos existe actualmente una diversidad familiar, donde compensan el no tener hijos con tener una o varias mascotas, en el censo se encontró que en la capital hay 2.514.482 hogares, definidos como una persona o grupo de personas que ocupan la totalidad donde podemos concluir que seis de cada 10 hogares en la ciudad de Bogotá tienen una mascota, es decir dentro del núcleo familiar existe por lo menos un perro o un gato, al cual se le ofrece bienestar aumentando

el consumo de todo tipo de servicios, artículos y alimentos que existen en el comercio. Es preciso identificar el mercado objetivo a través de técnicas de investigación que permitan el desarrollo de planes de mercadeo dirigidos a la comercialización de paletas para mascotas, encaminadas al reconocimiento de marca con productos de calidad a través de desarrollos únicos e innovadores.

### **Objetivo general**

- Crear una empresa dedicada a la producción y comercialización de paletas para mascotas en la ciudad de Bogotá

### **Objetivos específicos**

- Realizar un plan de mercadeo que permita la identificación del tamaño del mercado de consumidores de paletas caninas de fines de semana.
- Ejecutar un estudio de operaciones para exponer la distribución de la planta, costos, inversiones en capital de trabajo como en infraestructura, maquinaria etc.
- Elaborar un análisis financiero, donde se evidencie el presupuesto, la inversión y las utilidades que puedan formar parte de la fabricación y comercialización de paletas caninas.

### **Justificación**

Este trabajo de grado se enfocará en el crecimiento de la población canina en la ciudad de Bogotá el cual se ha incrementado un 75% es decir alrededor de 6.790.000 en todo el país y 5.092.500 en Bogotá, el cual se mostrará la determinación de los productos alimenticios para mascotas, indagando sobre la clasificación de los alimentos para mascotas, las necesidades nutricionales en el canino, la existencia de satisfacer la necesidad, la técnica de producción, la

localización adecuada para la venta del producto que ha llevado con la finalidad de obtener el título de administración de empresas en la universidad Santo Tomas.

### **Marco teórico**

Buscando construir la historia de cómo inició los helados para mascotas, encontramos el caso de frosty paws fue creado en la década de 1970 por el Dr. William Tyznik, profesor de ciencia animal en The Universidad del Estado de Ohio con el fin de buscar nuevas formas de satisfacer la necesidad de hidratar a los perros principalmente en Estados Unidos y Europa

En 1979 decidió lanzar el sabor de vainilla con la marca Pet 79 este producto fue el primer snack congelado para perros que se posicionó en el mercado estadounidense, sin embargo, este producto no contiene lactosa ya que los perros son animales intolerantes a este alimento

En el año 2005 productos Nestlé (frosty paws) realizó un nuevo sabor (mantequilla de maní) este sabor fue el preferido de la población canina según la investigación realizada por purina petcare company. (Wikipedia, s.f.)



Ilustración 1 Purina Frosty Paws

Fuente: (Purina-Frosty Paws, s.f.)

En el año 2016 para el caso de Colombia, se crea la primera empresa en brindar un helado para mascotas, dog helado creada por Diana Ortiz una abogada con un enorme amor por los animales, siempre pensó que los mimados del hogar debían tener más opciones a la hora de un snack. Más allá de ser un manjar, este helado brinda beneficios a los consumidores como controlar la tensión arterial, ayuda a cicatrizar, reduce inflamaciones en la boca y laringe, reduce el nivel de estrés. (KienyKe.com, 2016)



Ilustración 2. KienyKe

Fuente: (KienyKe.com, 2016)

En México A inicios del 2017 un vendedor mexicano pidió ayuda a veterinarios para fabricar un helado artesanal que no afectará el sistema digestivo de las mascotas y que los ayudará a combatir el verano. Con esta idea el negocio de Don paleta se convirtió en la primera heladería para perros y con ayuda de veterinarios las adecuó a las necesidades modernas del mejor amigo del hombre

Otro ejemplo es Mauricio Montoya se dio la tarea de darle un giro a su negocio y así también tener un lugar petfriendly, empezó a fabricar el helado con yogurt orgánico sin lactosa y

sin azúcar endulzando con miel de abeja y con una mezcla de frutas cuyo sabor es agradable al paladar canino, pero que no les causan ningún daño. (Fregoso, 2017)



Ilustración 3. Fregoso

Fuente: (Fregoso, 2017)

### **Diseño metodológico**

- Enfoque

Esta investigación es mixta ya que nos permite optimizar la comprensión del problema y nos ayuda a optimizar diferentes métodos de información que permiten llegar a una mejor conclusión de la investigación.

- Alcance de la investigación

Exploratorio: se asemeja realizar estudio donde no hay conceptos amplios que permitan recolectar datos cuantitativos y cualitativos que permita obtener estrategias para una buena posición en el mercado.

- Área de estudio



**Unidad de análisis**

La población alrededor del parque Santa Helena tiene un total de 430.400 habitantes y la población alrededor del parque cedritos allí habitan más de 40.000 mil personas según DANE con un rango de edad mayores de 15 años.

**Planeación Estratégica****Misión**

Fabricación y comercializador de paletas para mascotas hechas a base de proteína animal natural bajo procesos de cocción, formación, congelamiento que aseguren la vida útil del producto final.

**Visión**

Para el 2030 ser el principal fabricante nacional de paletas para mascotas que surta los parques en el norte de Bogotá.

**Objetivos empresariales**

1. Lograr mayor productividad.
2. Obtener socios externos en otras localidades para que brinden nuestros servicios
3. Alcanzar suscriptores en redes sociales

**Filosofía Empresarial**

Nuestra empresa tiene como filosofía el amor por los animales, su cuidado, garantizar su salud, nutrición y garantizar estándares de calidad tanto a mascotas como a sus tenedores.

### **Know How**

Cool pet permite agregar valor en el proceso productivo de comercialización y fabricación con las fórmulas precisas y con las proporciones adecuadas para la nutrición de las mascotas

A continuación, también manejamos 3 cosas claves que solo Cool Pet utiliza

- 1 En cada punto de venta manejamos recipientes de agua para que cada mascota ya sea cliente o no cliente se pueda hidratar de manera correcta, teniendo precaución en épocas de contagio masivo de omitir dicho abastecimiento de agua en el mismo recipiente.
- 2 Utilizamos una forma de fidelizar a los clientes usando una tarjeta de la mascota frecuente en cada punto, detallando que por la compra de cada paleta se pone un sticker y al completar 10 se obsequia una paleta.
- 3 Usamos las redes sociales para subir publicaciones de las mascotas consumiendo la paleta y así poder taggear al consumidor.

Cool pet consiente a tu mascota ya que ofrece un producto bien fabricado, donde se compone de un cabano como sustitución del palo, tiene un balance de proteína y líquidos que ofrece una buena calidad nutricional para la mascota.

### **Concepto del producto o servicio**

Las paletas congeladas a base de proteína animal para mascotas son productos con ingredientes naturales, endulzados con zanahoria natural, con un cabano hecho a base del cuero de la vaca donde es 100% comestible, desarrollados a través de un riguroso proceso de calidad que

incluye la propia compra de las materias primas, la cocción, fabricación y comercialización, además se entrega con un servicio dirigido a generar indulgencia en las mascotas y en sus dueños.

En este caso particular nos dirigimos a los estratos 3,4 y 5 que son los estratos en donde percibimos que pueden ser productos más accesibles para el mercado.

**Presentación muy detallada de las especificaciones del producto o servicio.**

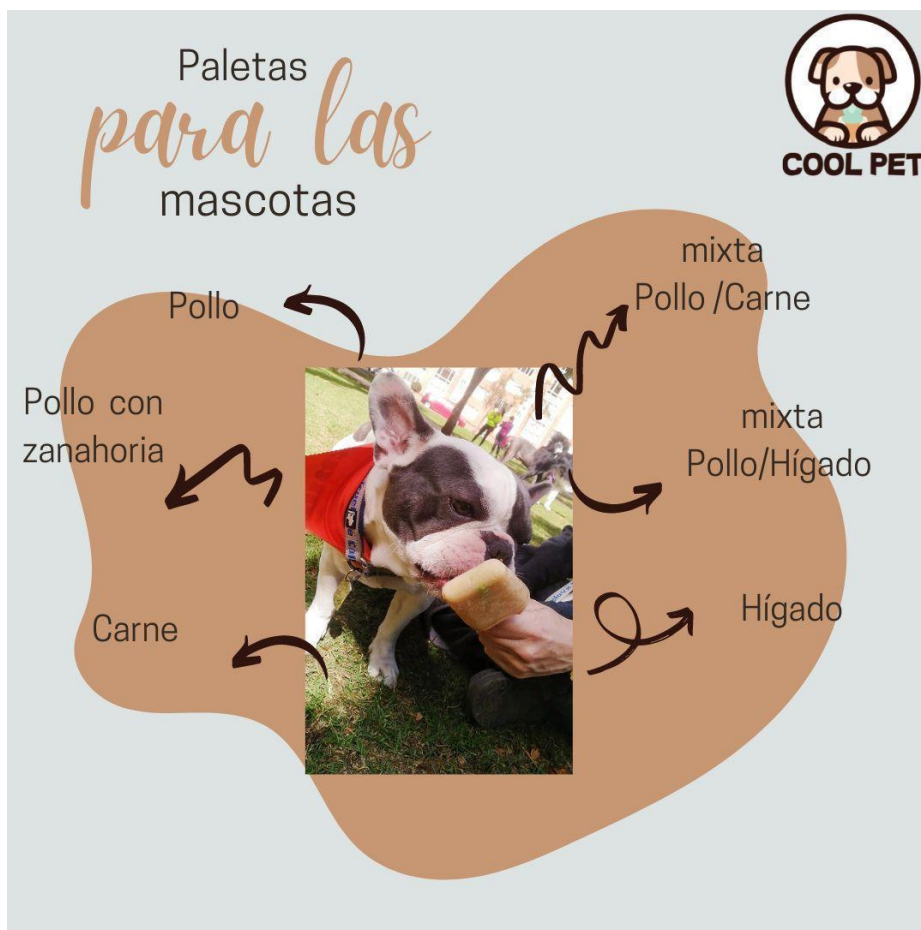


Ilustración 6. Paletas de Cool pet

El proceso productivo inicia de la siguiente manera:

Tabla 1. Proceso productivo

<p><b><i>Paleta de pollo</i></b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Se toma la pechuga de pollo y se pone a cocinar en una olla mediana por un tiempo de 1 hora.</i></li> <li>2. <i>Se deja enfriar y se licua para tener una mezcla homogénea.</i></li> <li>3. <i>Se coloca en los moldes correspondientes y se deja congelar 2 horas aproximadamente para colocar el cabano y finalizar el proceso de refrigeración.</i></li> </ol>
<p><b><i>Paleta de pollo con zanahoria</i></b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Se toma la pechuga de pollo y se pone a cocinar en una olla mediana por un tiempo de 1 hora</i></li> <li>2. <i>La zanahoria se le hace el lavado correspondiente se parte en partes pequeñas que son licuadas con la misma agua que se cocina el pollo cuando está ya está a una temperatura ambiente.</i></li> <li>3. <i>Se realiza mezcla homogénea con la pechuga y zanahoria, se vierte en los moldes correspondientes y se deja congelar 2 horas aproximadamente para colocar el cabano y terminar de refrigerar.</i></li> </ol>

<p><b><i>Paleta de carne</i></b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Se toma 500 grs de carne de res y se pone a cocinar en una olla mediana por un tiempo aproximado de 1 hora</i></li> <li>2. <i>Se deja enfriar y se licua para tener una mezcla homogénea.</i></li> <li>3. <i>Se coloca en los moldes correspondientes y se deja congelar 2 horas para colocar el cabano y terminar de refrigerar.</i></li> </ol>
<p><b><i>Paleta mixta de pollo/ hígado</i></b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Una vez ya se ha realizado la cocción de las proteínas por separado.</i></li> <li>2. <i>Se prepara la mezcla de cada una.</i></li> <li>3. <i>Se vierte en el molde lo correspondiente a la mezcla de pollo se deja refrigerar por un tiempo aproximado de 2 horas.</i></li> <li>4. <i>Se procede a verter la segunda mezcla de hígado se deja un tiempo estimado de 2 horas.</i></li> <li>5. <i>Colocamos el cabano y se deja terminar de refrigerar.</i></li> </ol>
<p><b><i>Paleta de Hígado</i></b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Se toma 500 gr de hígado de pollo se pone a cocinar en una olla mediana.</i></li> <li>2. <i>Se deja enfriar y se licua para tener una mezcla homogénea.</i></li> </ol>

	<p>3. <i>Se coloca en los moldes correspondientes y se deja congelar 2 horas aproximadamente para colocar el cabano.</i></p>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Cool pet un emprendimiento colombiano que siempre piensa en la necesidad de crear su propia línea de alimentos como snack para perros, donde brinda una experiencia nueva en alimentar y consentir a tu mascota de forma natural en la ciudad de Bogotá ofreciendo un producto totalmente comestible.

Este producto nos ayuda a facilitar que el propietario tenga un cuidado de forma divertida y nutritiva, además que con las paletas de Cool Pet puedes obtener un bienestar físico y emocional de tu mascota contamos con un acompañamiento constante por medios como las redes sociales.

La presentación del producto será tipo paleta y contará con una amplia gama de sabores para satisfacer todos los gustos de los consumidores

Tabla 2. Presentación de sabores

<i>Sabores</i>	<i>Beneficios</i>
<b><i>Paleta de pollo</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Aporta una gran cantidad de proteínas.</i></li> <li>• <i>Contiene vitaminas del grupo B, que ayuda a desarrollar el sistema inmune.</i></li> <li>• <i>Ofrece un efecto antidepresivo.</i></li> </ul>
<b><i>Paleta de hígado</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Vitaminas del grupo A, B Y K</i></li> <li>• <i>Hierro y zinc</i></li> <li>• <i>Buena para la coagulación de la sangre.</i></li> </ul>
<b><i>Paletas de carne</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Aumenta la energía de los caninos</i></li> <li>• <i>El pelaje se vuelve más sano y fuerte</i></li> <li>• <i>Los dientes se vuelven más limpios y libres de placa.</i></li> </ul>
<b><i>Paleta de pollo con zanahoria</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Aporta nutriente como minerales, fósforo, calcio y sodio.</i></li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Regula el sistema nervioso.</i></li> <li>• <i>Mejora la piel y la visión.</i></li> </ul>
<b>Carnazas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Satisface la necesidad de morder y masticar, que ayuda a limpiar el sarro acumulado por la ingesta de alimento.</i></li> </ul>

(Ramos, 2020)

Tabla 3. Ficha técnica del producto

<b>FICHA TÉCNICA PRODUCTO</b>	
<b>PRODUCTO</b>	 <p>Ilustración 7. Producto</p>
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	<i>Cool pet</i>
<b>PESO PRODUCTO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Grande:</i> <i>Alto: 14 cm, largo: 9 cm, OZ: 8</i></li> </ul>
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<i>Es un producto diseñado para complementar una buena alimentación para las mascotas, un producto 100% natural y sin conservantes artificiales</i>

<b>LUGAR ELABORACION</b>	<i>Calle 150ª #45-55</i>
<b>COMPOSICIÓN</b>	<i>Zanahoria con una mezcla Homogénea de pechuga de pollo</i>
	<i>Agua</i>
	<i>El cabano que reemplace el palo de madera para que la mascota no se lastime y tenga un consumo total del producto adquirido.</i>
	<i>Mezcla Homogénea de hígado de pollo</i>
	<i>Mezcla Homogénea de carne de res</i>
<b>SABORES</b>	<i>Carne de res</i>
	<i>Pollo con zanahoria</i>
	<i>Pollo</i>
	<i>Hígado</i>
	<i>Mixta pollo /carne</i>
	<i>Mixta pollo /hígado</i>
<b>EMPAQUE</b>	<i>Bolsas plásticas medida (4x8)</i>

Tabla 3. Ficha Técnica del Producto

**Usos y manejo del producto o servicio.**

1. Se debe realizar el curso de higiene y manipulación de alimentos además es necesario para el cuidado de cada producto alimenticio y de esta manera se estará previniendo cualquier enfermedad a los clientes caninos, debido a que se proporciona el correcto manejo de los procesos de la fabricación de las paletas.

2. Se debe presentar una solicitud para cada producto por separado ante el ICA y estar firmada por el representante legal
3. Se debe obtener un registro sanitario Invima el cual se le autoriza a una persona natural o jurídica, fabricar, envasar, importar y comercializar un alimento con destino al consumo animal.

### **Imagen, Marca, logo y slogan del producto o servicio.**

Tabla 4. Imagen, Marca y Slogan


<i>Marca</i>	<i>Cool pet</i>
<i>Logo</i>	 <p><b>COOL PET</b> helados para mascotas</p> <p>Ilustración 8. Logo</p>
<i>slogan</i>	<i>Cool pet consiente a tu mascota.</i>

Tabla 4. Logo, marca y slogan

### **Resumen del modelo de negocio**

Cool pet cuenta con una línea de paletas artesanales con productos 100% naturales para el consumo canino que se distribuirán entre la localidad de Usaquén y Suba

A continuación, mostraré mi modelo de negocio en el que voy a utilizar una web de diseño gráfico como lo es canva, el cual refiere el Cool pet en 9 módulos que exponen la forma de obtener ingreso, desde un punto de vista abreviado.

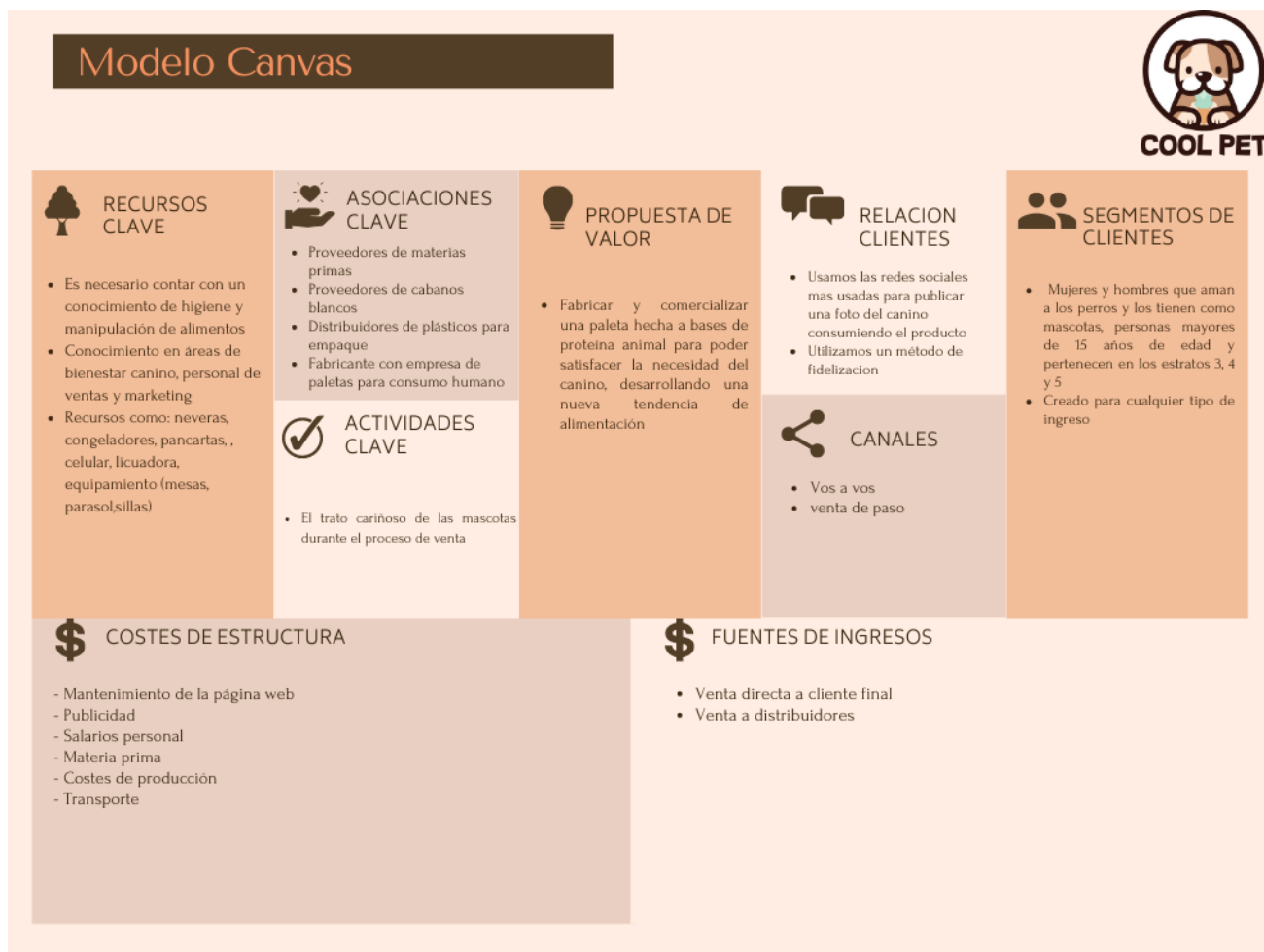


Ilustración 9. Modelo Canvas

Para obtener información se tuvo en cuenta las amenazas, fortalezas, debilidades y oportunidades tanto positivas y negativas del Cool pet con el fin de determinar cómo se encuentra en el mercado competitivo.



Ilustración 10. Dofa

## Estudio de mercadeo

### Análisis de competidores

Cool Pet buscar tener más reconocimiento en un mercado donde cuenta con empresas activas que ofrecen el mismo producto con un reconocimiento por alta calidad y precios accesibles.

Sin embargo, cabe resaltar que en las localidades de Usaquén y suba ya se cuenta con competidores directos que operan de manera similar para satisfacer las mismas necesidades de los consumidores

Se detalló alguno de los competidores directos:

- Helados para perro canelo
- Congeladogs

Estos competidores realizan sus ventas de manera cómo vendedores ambulantes situados en parques cerca de la ciclovía, venden el mismo producto con las mismas características, pero su precio es muy elevado

Se detallaron competidores indirectos como

- Dogsy
- Bigodog
- Helados canelos

Estos competidores venden a través de veterinarias y en espacios públicos, su factor diferenciador es que el producto ya viene empacado ya que cuentan con un registro en invima, sin embargo, Cool Pet se diferencia en ofrecer productos 100 % naturales sin colorantes ni conservantes, Esta paleta tiene una presentación que son cien por ciento comestibles, con variedad de sabores y con un bajo costo para el consumidor

### **Proyección de demanda próximos cinco años**

La proyección de la demanda para los próximos cinco años, se ha estimado que va tener similar comportamiento de la variación del PBI del país en los próximos años

	<b>HABITANTES LOC SUBA Y USAQUEN</b>
<b>MERCADO TOTAL</b>	1.853.356
Todos los habitantes	

<b>AÑO</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

<b>Demanda Anual unidades</b>	14400	14688	14981,76	15281,3952	15587,0231
<b>Precio Unitario de costo</b>	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
<b>Ingresos por venta</b>	\$ 43.200.000,00	\$ 44.064.000,00	\$ 44.945.280,00	\$ 45.844.185,60	\$ 46.761.069,31

### Investigación del mercado -Presentación de resultados de la metodología aplicada

Tabla 5.Encuesta


	<b>ENCUESTA COOL PET PALETAS PARA MASCOTAS</b>		
<i>Para Cool Pet es muy importantes conocer el concepto que se tiene sobre este producto y servicio que se prestara.</i>			
<b>1. Edad</b>			
<b>2. Género</b>	<i>Mujer</i>	<i>Hombre</i>	<i>Otra identidad de género</i>
<b>3. Sus ingresos mensuales ascienden mensuales a:</b>	<i>Salario mínimo</i>	<i>\$ 1'100.000 a 3'000.000</i>	<i>Sin salario</i>
<b>4. ¿Cuenta en su residencia con mascota?</b>	<i>Si</i>	<i>No</i>	
<b>5. ¿Qué mascota tiene en su residencia?</b>	<i>Perro</i>	<i>Gato</i>	<i>Otro</i>
<b>6. ¿Compraría Paletas para su mascota?</b>	<i>Si</i>	<i>No</i>	

Tabla 5. Investigación de Mercado

## Edad

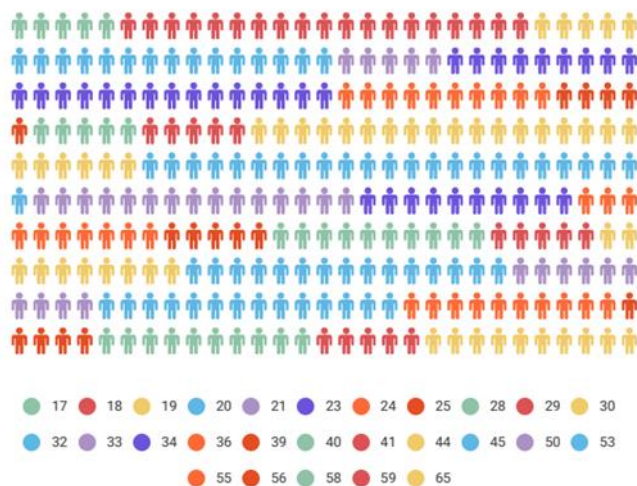


Ilustración 11. Pregunta Edad

Al generar la encuesta se encontró como resultado un rango de edad de los tenedores de las mascotas entre 17 a 65 años en el cual la edad con más porcentajes fue de 23 años con un porcentaje de 8.9%, 32 años con un porcentaje de 7.1% y 45 años con un porcentaje de 5.4%

## Genero

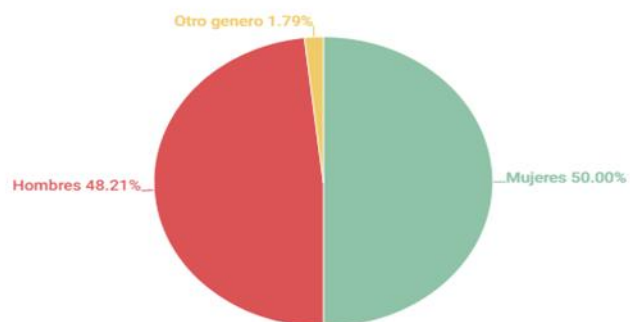


Ilustración 12. Pregunta Genero

Se determinó que el 50% son mujeres encuestadas y 48,2% hombres lo que muestra que la población femenina fue sobresaliente en este compartimiento

## Ingresos Mensuales

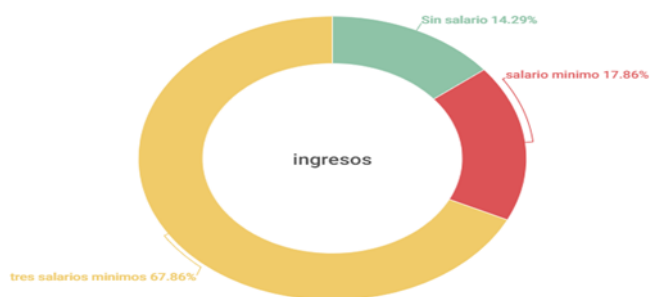


Ilustración 13. Pregunta Ingresos Mensuales

Se muestra los ingresos que establecen los mismo encuestados, de esta forma se acepta un postulado que tienen el cliente para sus gastos, por ende, se encuentra que la población que vive en cedritos y colina donde reciben ingresos entre \$1'000.000 y \$3'000.000 mensuales lo que significa un 67,9%

### Mascota

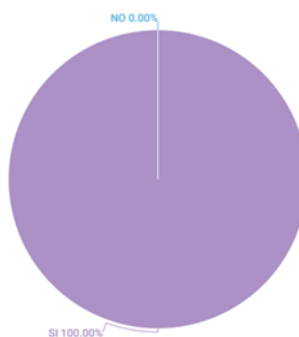


Ilustración 14. Pregunta Mascotas

Como se puede observar más del 100% tienen mascota en su hogar lo que se da a concluir que el producto tendrá un mayor crecimiento en el mercado

## ¿Que mascota tiene en su residencia?

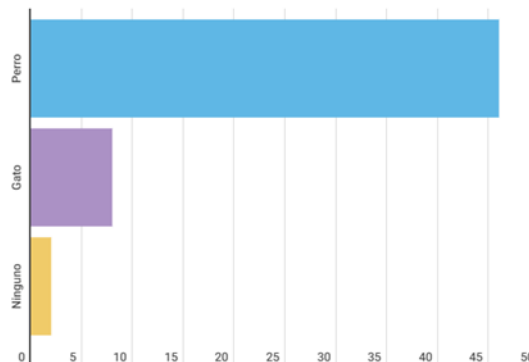


Ilustración 15. ¿Qué mascota?

### **Análisis de la demanda**

Para el análisis externo de Cool pet se realizó un análisis por medio de la herramienta de pestel, la cual nos ayuda a un crecimiento o decrecimiento del mercado, el enfoque del negocio, el potencial y la dirección de las operaciones, donde nos ayuda a definir el entorno de la empresa.



Ilustración 16. Pestel

Tabla 6. Pestel

<b>P</b>	Resolución	61252	de	2020
<b>O</b>	“Por medio de la cual se establecen los requisitos y el procedimiento para			
<b>L</b>	el registro de los fabricantes e importadores de alimentos para			
<b>I</b>	animales, así como los requisitos y el procedimiento para el registro de			
<b>T</b>	alimentos para animales y se dictan otras disposiciones”.			
<b>I</b>	(2020R61252: ICA – Instituto Colombiano Agropecuario, s.f.)			
<b>C</b>				
<b>O</b>				

<p>E C O N O M I C O</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impuesto de Renta: grava las utilidades generadas por la empresa desde el primer año. Se debe presentar la declaración entre el 4 y 5 mes del año con respecto a la operación del año inmediatamente según la LEY 1429 del 2010.</li> <li>• IVA (Impuesto al Valor Agregado): Es un impuesto indirecto que se cobra sobre el consumo, el valor de este es del 19% sobre el producto o servicio a vender; el consumidor final es el responsable de este</li> <li>• El Instituto Colombiano Agropecuario, ICA, entidad Pública del Orden Nacional con personería jurídica, autonomía administrativa y patrimonio independiente, perteneciente al Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología, adscrita al Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (ICA – Instituto Colombiano Agropecuario, s.f.)</li> <li>• Aumento de las materias primas</li> <li>• Ciclos económicos del país</li> </ul>
<p>S O C I A</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estilo de vida</li> <li>• Responsabilidad social</li> </ul>

L	
T E C N O L O G I C O	<ul style="list-style-type: none"><li>• Manejo y publicidad en las redes sociales</li><li>• Infraestructura física</li><li>• Uso de equipamiento</li></ul>
E C O L O G I	<ul style="list-style-type: none"><li>• Manejo de residuos</li><li>• Recursos naturales limitados</li><li>• Contaminación</li><li>• Cambio climático</li><li>• Responsabilidad ambiental</li></ul>

C O	
L E G A L	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inscripción del RUT</li> <li>• Certificado de manipulación de alimentos</li> <li>• Inscripción en el RIT</li> <li>• Cámara de comercio</li> <li>• Invima</li> <li>• ICA</li> </ul>

### **Nicho de mercado**

- Dueños de los caninos con un rango de edad entre los 17 a los 65 años con en estratos 3, 4 y 5 con unos ingresos superiores a un salario mínimo
- Gustos hacia los animales, especialmente a los domésticos, apasionados por las caminatas al aire libre con su mascota

### **Plan de mercadeo**

#### **Estrategias de distribución**

Cool pet maneja un canal de distribución directo en cual realizamos todas las funciones de comercialización por sí mismo, es decir que fabricamos y comercializamos las paletas sin ningún

intermediario involucrado. Este nos ayuda a tener un vínculo con el consumidor usando un método de bajo costo

### **Estrategias de promoción**

- 1) Nuestra estrategia de promoción es el marketing voz a voz el cual nos ayuda a promover las paletas para mascotas a través de nuestros clientes. En general el marketing voz a voz será útil para incentivar a las personas que sean honestos con la experiencia de nuestro producto
- 2) Usamos también el marketing directo que nos permite a promover las paletas para mascotas a través de nuestros canales como Instagram, Facebook y WhatsApp para tener una mejor comunicación con el cliente

### **Publicidad- marketing mix**

Tabla 7. Marketing Mix

<b><i>Producto</i></b>	<i>Paletas para mascotas hechas en base de proteína animal cien por ciento naturales</i>
<b><i>Precio</i></b>	<i>\$ 3.000</i>
<b><i>Plaza</i></b>	<i>Distribución en parques del norte de Bogotá</i>
<b><i>Promoción</i></b>	<i>Publicidad en redes sociales / Anuncios en páginas web/ Tarjeta de fidelización</i>

## Tabla 7. Marketing Mix

**Fidelización**

Desarrollamos una relación positiva con el cliente que consiste en redimir una tarjeta de acumulación por compras de paletas y al llenar todos los espacios blancos se les entrega un premio y se obsequia a la mascota que este de cumpleaños así celebramos con un producto innovador hacia el cliente y el consumidor

**Postventa - servicio al cliente. política de crédito.**

Tendremos una buena atención como valor agregado para cautivar a nuestros clientes con nuestro producto de alta calidad, así fortaleceremos la marca y un desarrollo de la entidad personal

1. Pedir opinión a los compradores ya que de esta forma podemos valorar el proceso y nos permite ofrecer estrategias de venta para completar su opinión y mejorar
2. Usaremos la post venta en fechas especiales como cumpleaños y fiestas de alguna celebración para mascotas el cual se reforzará el vínculo entre el cliente y la empresa.
3. Contaremos con un servicio al cliente eficiente para resolver las necesidades del consumidor, usaremos redes sociales como WhatsApp, Facebook e Instagram que sirvan para que el cliente se pueda contactar y dar su queja, sugerencia y opinión.

**Estudio de operaciones**

## Descripción y formalización del proceso - Diagrama de flujo.

Se detalló la producción de la paleta canina hasta el punto de distribución y a la llegada del consumidor final

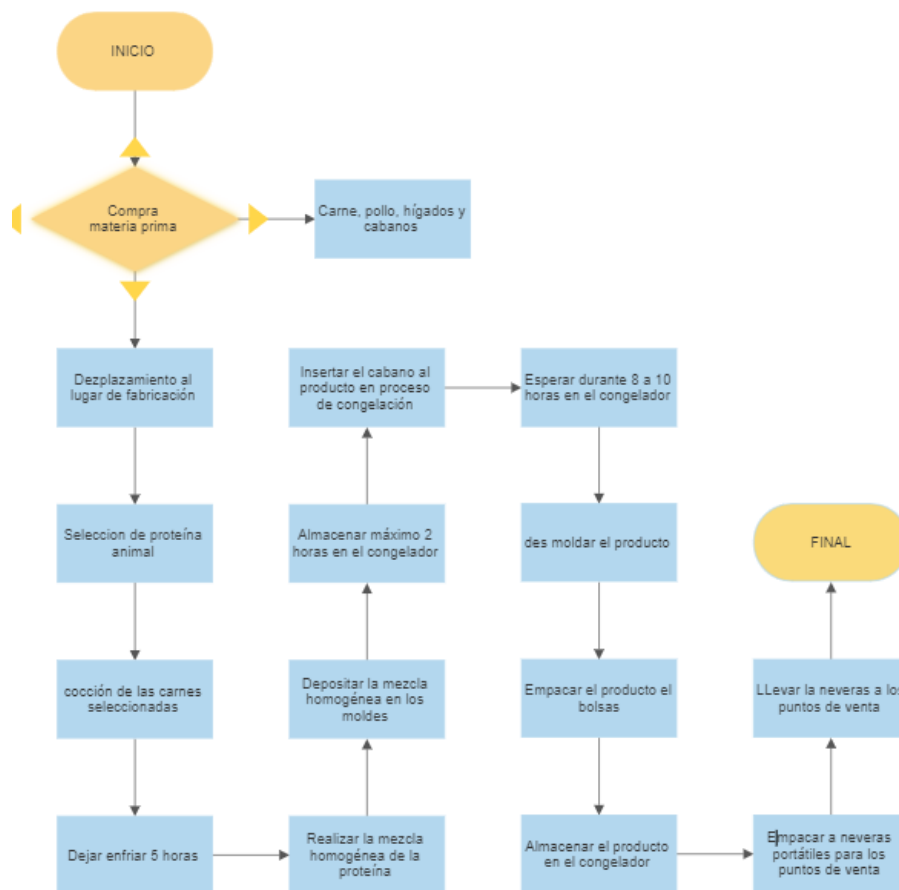


Ilustración 17. Diagrama de flujo

## Distribucion de planta

### Localidad Usaquen

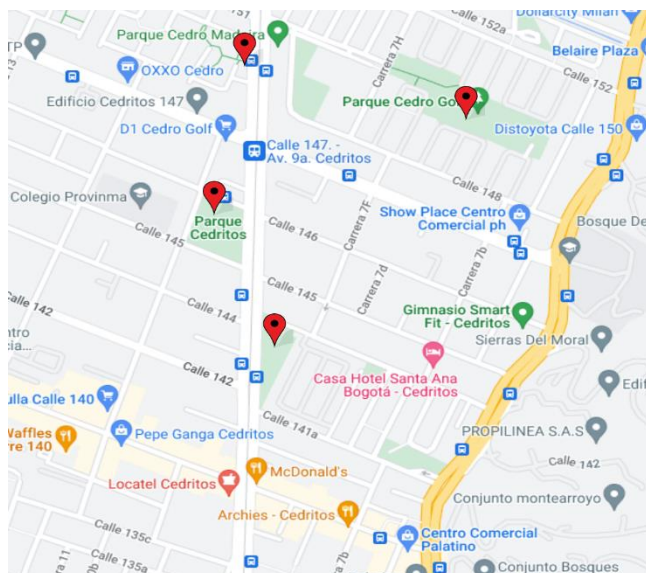


Ilustración 19. Puntos de venta cedritos

### Localidad Suba

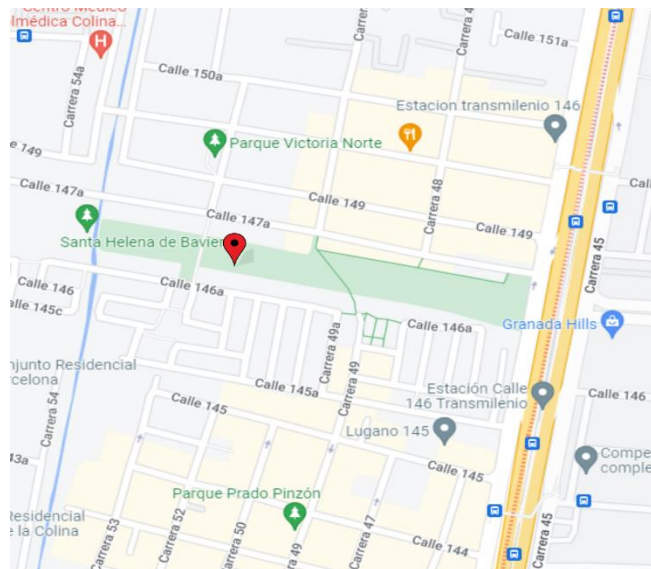


Ilustración 18. Punto de venta parque Santa

Helena

Fuente: Google Maps

## Costos de producción

### Mensual

Tabla 8. Costos de producción

INSUMOS	CANTIDAD/ Paquetes	COSTO/Unid	TOTAL
Carne	16	\$ 11.990	\$ 191.840
Pollo	4	\$ 22.528	\$ 90.112
Higado	64	\$ 2.990	\$ 191.360
Cabanos	5	\$ 15.500	\$ 77.500
Zanahoria	16	\$ 3.000	\$ 48.000
			\$ 598.812

**Inversiones en infraestructura.**

Tabla 9. Inversiones

<b>Máquina</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo total por máquina</b>
<b>Mesas plásticas</b>	2	\$50.000	\$100.000
<b>Parasoles</b>	2	\$90.000	\$180.000
<b>Sillas</b>	4	\$40.000	\$160.000
<b>Neveras portátiles</b>	4	\$90.000	\$360.000
<b>Congelador</b>	1	\$2.000.000	\$2.000.000
<b>Licuada</b>	1	\$750.000	\$750.000

## **Justificacion**

Para Cool pet es importante posicionarse en la localidad de Usaquén y suba por que los parques de estas localidades son áreas libres, destinadas a la recreación canina y la integración de la comunidad, estos parques cubren las necesidades de los clientes como canchas deportivas, pistas de patinaje, actividades aeróbicas, servicio de comidas y ferias emprendedoras

Nuestros clientes son lo más primordial para Cool pet ya que adquiere nuestros productos y servicio. Por lo tanto, hace rentable el negocio, nos ayuda a promover una marca que gusta de los clientes y del consumidor el cual nos ayuda a que Cool pet se desarrolle y aumenten sus ventas

Cool pet tiene 3 roles de clientes

1. **Ciente como embajador de marca:** Este cliente promueve la marca entre amistades, familiares y conocido, nos proveen comentarios oportunos para mejorar las experiencias desde su perspectiva y nos representan un canal de marketing ya que cada canino es publicado consumiendo la paleta
2. **Ciente crítico:** Dependiendo de las experiencias del cliente con el producto, nos ayudara a implementar métodos de mejoría en un periodo corto, así adquirimos confianza en todo el proceso de compra
3. **Ciente como consumidor:** Nuestro cliente adquirirá el producto y lo aprovechará para un fin, por lo tanto, nosotros brindamos una oferta y el cliente simplemente acepta adquirirla

## Estructura organizacional

Cool pet nos basamos en las diferentes funciones para poder organizar la estructura organizacional

1. Fijamos los roles, las funciones y las responsabilidades que tiene cada persona en el emprendimiento
2. Establecimos dichos objetivos como metas del Cool pet donde están relacionados con estrategias para impulsar los esfuerzos hacia el producto
3. Creamos procesos definiendo los diferentes protocolos
4. Diseñamos estrategias de mejoramiento

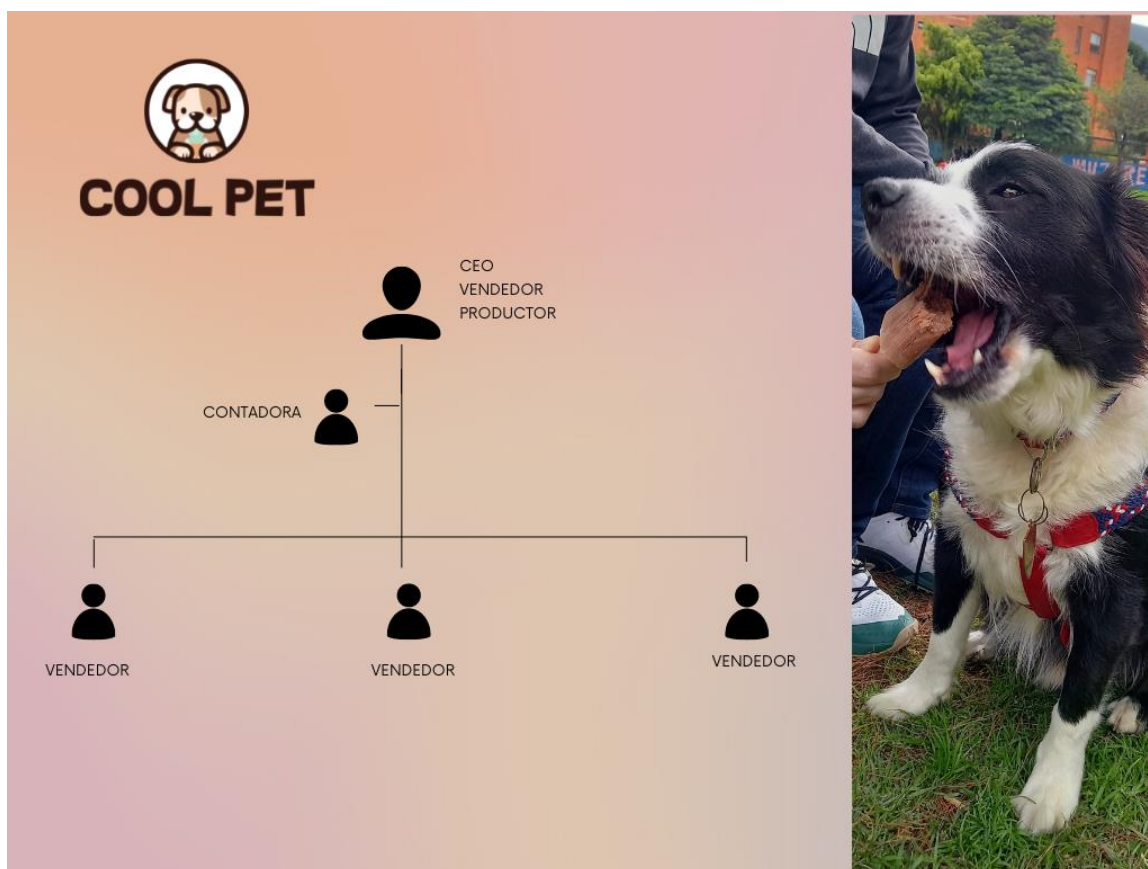


Ilustración 20.Estructura Organizacional

### Perfiles de cargo.

Tabla 10. Perfiles de cargo

Cargo	Perfil	Área encargada
Gerente, ventas y producción	Encargado de planificar y dirigir los planes de ventas de los productos o servicios de las empresas para alcanzar los objetivos marcados	Proceso operacional desde la comercialización, producción y venta al cliente
Vendedor	Persona con buenas habilidades de comunicación, de interacción con las personas, capacidad de aprendizaje, y una gran autodisciplina	Generar y cerrar la venta al cliente final. Fidelizar a los clientes y proporcionar información requerida por el consumidor
Contadora	Diseña, gestiona y ejecuta las estrategias	Control de presupuestos, finanzas, manejo de cuentas y de capital

	económicas y financieras de cool pet	
--	-----------------------------------------	--

### **Manual de funciones**

#### **Nombre cargo: GERENTE**

**Objetivo:** Coordinar la parte operativa del personal y de los recursos, con el fin de alcanzar los objetivos de la empresa. (UNIR La Universidad en Internet, 2020)

#### **Funciones:**

- Proyectar el futuro de la empresa, de los gastos, costos, ingresos.
- Planificar el plan de desarrollo dentro y fuera de la empresa
- Incrementar y fortalecer la productividad del personal de la empresa
- Optimizar los recursos de la empresa para que cumplan exactamente con su función
- Evaluar el desempeño de su personal o equipo para corregir y prevenir futuras deficiencias

#### **Nombre cargo: CONTADORA**

**Objetivo:** Generar, analizar e interpretar información cuantitativa y cualitativa para la toma de decisiones de una empresa u organización. (UNILA Universidad Latina, s.f.)

#### **Funciones:**

- Manejo de libros contables con el fin de diagnosticar la salud contable de la empresa
- Control de estados financieros (reportes y documentos de contabilidad)
- Cumplir con obligaciones fiscales

- Realizar transacciones contables

**Nombre cargo: VENDEDOR**

**Objetivo:** Transformar los problemas de los clientes en oportunidades de negocio tangibles o intangibles para brindarles soluciones. (CEUPE Magazine, s.f.)

**Funciones:**

- Comunicación efectiva de las características del producto o del servicio
- Generar y cerrar la venta del producto o servicio
- Planificar la venta a realizar
- Escuchar y conocer las necesidades de sus clientes
- Atender de manera cordial al cliente

**Requisitos legales**

Cool pet pretende registrar la marca en cámara de comercio y en la superintendencia del comercio

Para esto debemos cumplir algunos requisitos como:

1. Invima

Según la ley 100 de 1993 el registro sanitario da una garantía adicional al producto, ya que da un respaldo de estándares altas de calidad a alimentos, bebidas, cosméticos y entre otros, el Invima hace control como verificación física rutinaria del proceso, almacenamientos, productos con la finalidad de que cumplan todos los requerimientos

(BIO INNOVA - Centro de Innovación y Desarrollo, 2020)

## 2. Certificado de higiene y manipulación de alimentos

Este curso es obligatorio para todos los empleados ya que es importante tener los cuidados específicos para la fabricación y la comercialización del producto como tal, este curso debe ser renovado anualmente.

## 3. Dian

Se debe transmitir el RUT (registro único tributario) el cual constituye el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar a las personas y entidades que tengan la calidad de contribuyentes en Colombia, este trámite nos ayuda a facilitar el registro y el cumplimiento de las obligaciones tributarias simplificando el trámite y reduciendo costos. (DIAN - Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, s.f.)

## 4. Cámara de comercio

Según la ley 2069 de 2020 determina diferentes tarifas e implicación para este trámite de impulsar a diferentes emprendimientos en Colombia. (GOV.CO - Función Pública, s.f.)

### **Gastos administrativos**

Tabla 11, Gatos administrativos

<i>Gas</i>	<i>\$58.000</i>
<i>Gasolina</i>	<i>\$40.000</i>
<i>Celular</i>	<i>\$38.000</i>
<i>Agua</i>	<i>\$60.000</i>
<i>Luz</i>	<i>\$70.000</i>

## **Metodología de motivación**

A continuación, mostraremos algunos de los ítems que realizaremos con nuestros empleados

- Queremos saber la opinión de nuestros empleados realizando actividades para conocer su satisfacción con sus capacidades en el Cool pet para mejorar las anomalías del trabajo
- Celebraremos los logros en equipo así mantendremos la motivación de los empleados a un nivel alto
- Optimizaremos las condiciones laborales es decir que implementaremos estrategias que se adecuen a mejorar las necesidades permitiendo mejorar la calidad de vida
- Confianza en el equipo de trabajo a pesar de que cool pet siempre ofreceremos un espacio abierto para conservar el día a día

## **Análisis Financiero**

## Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	1	2	3	4	5
Unidades Vendidas Paleta de Hígado	2640	5760	11520	23040	46080
Unidades Vendidas Paleta Mixta	4400	9600	19200	38400	76800
Unidades Vendidas Paleta Carne	1100	2400	4800	9600	19200
Unidades Vendidas Paleta Pollo con Zanahoria	1320	2880	5760	11520	23040
Unidades Vendidas Paleta Pollo	1100	2400	4800	9600	19200
<b>Ventas Paleta de Hígado</b>	<b>\$ 7.920.000</b>	<b>\$ 17.280.000</b>	<b>\$ 34.560.000</b>	<b>\$ 77.566.464</b>	<b>\$ 155.132.928</b>
Ventas Paleta de Mixta	\$ 13.200.000	\$ 28.800.000	\$ 57.600.000	\$ 129.277.440	\$ 258.554.880
Ventas Paleta de Carne	\$ 3.300.000	\$ 7.200.000	\$ 14.400.000	\$ 32.319.360	\$ 64.638.720
Ventas Paleta de Pollo con zanahoria	\$ 3.960.000	\$ 8.640.000	\$ 17.280.000	\$ 38.783.232	\$ 77.566.464
Ventas Paleta de Pollo	\$ 3.300.000	\$ 7.200.000	\$ 14.400.000	\$ 32.319.360	\$ 64.638.720
- Descuentos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
- Cartera Mes	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
+ Cartera recuperada	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 31.680.000</b>	<b>\$ 53.280.000</b>	<b>\$ 106.560.000</b>	<b>\$ 239.163.264</b>	<b>\$ 478.326.528</b>
<b>Materiales</b>					
+ Inventario Inicial					
+ Compras Mes	\$ 682.000	\$ 834.917	\$ 936.944	\$ 1.051.438	\$ 1.179.924
- Inventario Final					
<b>Mano de obra (incluyendo prestaciones)</b>	<b>\$ 8.640.000</b>	<b>\$ 9.504.000</b>	<b>\$ 10.454.400</b>	<b>\$ 11.439.840</b>	<b>\$ 12.649.824</b>
Empleado #1	\$ 2.880.000	\$ 3.168.000	\$ 3.484.800	\$ 3.833.280	\$ 4.216.608
Empleado #2	\$ 2.880.000	\$ 3.168.000	\$ 3.484.800	\$ 3.833.280	\$ 4.216.608
Empleado #3	\$ 2.880.000	\$ 3.168.000	\$ 3.484.800	\$ 3.833.280	\$ 4.216.608
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Costos indirectos de fabricación</b>	<b>\$ 1.380.000</b>	<b>\$ 1.548.636</b>	<b>\$ 1.737.879</b>	<b>\$ 1.950.248</b>	<b>\$ 2.188.568</b>
Gas	\$ 540.000	\$ 605.988	\$ 680.040	\$ 763.141	\$ 856.396
Gasolina	\$ 240.000	\$ 269.328	\$ 302.240	\$ 339.174	\$ 380.621
Internet	\$ 600.000	\$ 673.320	\$ 755.600	\$ 847.934	\$ 951.552
<b>Gastos Administrativos y Operacionales</b>	<b>\$ 4.474.800</b>	<b>\$ 4.213.218</b>	<b>\$ 6.575.933</b>	<b>\$ 8.268.513</b>	<b>\$ 10.301.325</b>
Neveras de distribución x 2	\$ 300.000	\$ -	\$ 336.660	\$ -	\$ -
Moldes para Helados x 100	\$ 2.000.000	\$ 4.000.000	\$ 6.000.000	\$ 8.000.000	\$ 10.000.000
Mesas	\$ 280.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Parasoles	\$ 781.600	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Sillas	\$ 240.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Loncheras	\$ 433.200	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pancartas	\$ 250.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Bolsas	\$ 20.000	\$ 22.444	\$ 25.187	\$ 28.265	\$ 31.719
Tarjetas y stickers	\$ 170.000	\$ 190.774	\$ 214.087	\$ 240.248	\$ 269.606
<b>FLUJO DE CAJA NETO OPERATIVO</b>					
Egresos No Operacionales (nada que ver con el negocio; las multas)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Act. Fijos Depreciables	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Egreso no Operacional</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>CAJA INCLUYENDO EGRESO NO OPERACIONAL</b>					
Aportes socios	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Creditos obtenidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Subtotal ingresos financieros</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>

Comisiones Bancarias	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Intereses	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Capital	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Egresos Financieros</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
Caja del período	\$ 16.503.200	\$ 37.179.229	\$ 86.854.844	\$ 216.393.224	\$ 452.006.886
Caja inicial	\$ 50.657.200	\$ 379.351.462	\$ 1.085.723.159	\$ 2.831.133.187	\$ 6.712.546.555
<b>Caja neta acumulada</b>	<b>\$ 67.160.400</b>	<b>\$ 416.530.691</b>	<b>\$ 1.172.578.002</b>	<b>\$ 3.047.526.412</b>	<b>\$ 7.164.553.441</b>
Impuestos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Impuesto a la renta	\$ -	\$ -	\$ 12.544.668	\$ 28.971.290	\$ 71.756.739
<b>Total Impuestos</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 12.544.668</b>	<b>\$ 28.971.290</b>	<b>\$ 71.756.739</b>
Caja del período despues de Impuestos	\$ 16.503.200	\$ 37.179.229	\$ 74.310.176	\$ 187.421.935	\$ 380.250.148
Caja inicial	\$ 50.657.200	\$ 379.351.462	\$ 985.365.813	\$ 2.448.826.850	\$ 5.640.301.149
<b>Caja neta acumulada después de impuestos</b>	<b>\$ 67.160.400</b>	<b>\$ 416.530.691</b>	<b>\$ 1.059.675.989</b>	<b>\$ 2.636.248.785</b>	<b>\$ 6.020.551.297</b>

Ilustración 21. Flujo de caja

Fuente: Herramienta Financiera Juan David Rojas

El flujo de caja está representado en 5 años que en meses son 60. Para este proyecto de grado, se tuvo como base el primer mes de todos pues este es crucial para las inversiones y la compra de la materia prima que pasará a ser utilizada para el segundo mes de los 60 meses que hay en el flujo de caja y en donde comenzarán las operaciones de venta.

Cabe aclarar varios aspectos que se tuvieron en cuenta al momento de realizar el flujo de caja. El primer aspecto es que las unidades vendidas del primer año fueron las bases para el resto de los años, en donde estas unidades aumentan en el doble a medida que pasa cada año. Y esto es porque se adquirirán mayor número de elementos o equipos para la fabricación del producto.

El segundo aspecto a tener en cuenta es que todos los gastos y costos del producto que tienen relación directa e indirecta, cambian e incrementan a través de los años debido a la inflación que según el DANE es del 12,22% anual. (DANE, s.f.) Aspecto que afecta también al precio de venta, sin embargo, esto ocurre después del 3 año, ya que es decisión del fundador de Cool pet manejarlo así por este lapso de tiempo con el fin de retener clientes por el tiempo necesario.

El tercer aspecto a tener en cuenta, es la mano de obra; en donde se especifica que son 3 empleados contratados directamente Cool pet y que se les brinda un salario y que incrementa cada año gracias al aumento del salario mínimo.

Como cuarto aspecto a tener en cuenta, los gastos administrativos y operacionales junto con los costos indirectos de fabricación también tienden a aumentar gracias a la inflación anual.

Adicionalmente, cabe resaltar Cool pet no posee activos fijos depreciables porque en ningún momento solicita un préstamo a las entidades financieras para adquirir un vehículo, edificio o equipos de cómputo o demás activos que se deprecien en el tiempo. Aunque el Cool pet cuenta con un vehículo para transportar los elementos, este cabe agregar que es prestado y por ende no es un activo o pasivo que incurra en capital para Cool pet aparte de la gasolina.

Finalmente, se puede observar en la imagen añadida que cada año arroja el resultado de caja neta acumulada después de los impuestos.

#### **Proyección de demanda próximos cinco años**

	<b>HABITANTES LOC SUBA Y USAQUEN</b>
<b>MERCADO TOTAL</b>	1.853.356
Todos los habitantes	

## Estado de Resultados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ventas</b>	\$ 31.680.000	\$ 53.280.000	\$ 106.560.000	\$ 239.163.264	\$ 478.326.528
<i>+Inventario inicial materia prima</i>	\$ 0	\$ 732.000	\$ 1.566.917	\$ 2.503.860	\$ 3.555.299
<i>+Compras materia prima</i>	\$ 682.000	\$ 834.917	\$ 936.944	\$ 1.051.438	\$ 1.179.924
<i>-Inventario final de materia prima</i>	\$ 732.000	\$ 1.566.917	\$ 2.503.860	\$ 3.555.299	\$ 4.735.222
<b>=Materiales directos consumidos</b>	<b>-\$ 50.000</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 0</b>
<i>+Mano de obra directa</i>	\$ 8.640.000	\$ 9.504.000	\$ 10.454.400	\$ 11.499.840	\$ 12.649.824
<i>+Costos indirectos de fabricación</i>	\$ 1.380.000	\$ 1.548.636	\$ 1.737.879	\$ 1.950.248	\$ 2.188.568
<b>=Costo de productos fabricados</b>	<b>\$ 9.970.000</b>	<b>\$ 11.052.636</b>	<b>\$ 12.192.279</b>	<b>\$ 13.450.088</b>	<b>\$ 14.838.392</b>
<i>+Inventario inicial de productos en p</i>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<i>-Inventario final de productos en pro</i>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>=Costo de productos terminados</b>	<b>\$ 9.970.000</b>	<b>\$ 11.052.636</b>	<b>\$ 12.192.279</b>	<b>\$ 13.450.088</b>	<b>\$ 14.838.392</b>
<i>+Inventario inicial de producto termi</i>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<i>-Inventario final de producto termina</i>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<i>-descuentos</i>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>Costo de ventas</b>	<b>\$ 9.970.000</b>	<b>\$ 11.052.636</b>	<b>\$ 12.192.279</b>	<b>\$ 13.450.088</b>	<b>\$ 14.838.392</b>
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 21.710.000</b>	<b>\$ 42.227.364</b>	<b>\$ 94.367.721</b>	<b>\$ 225.713.176</b>	<b>\$ 463.488.136</b>
<i>Depreciación y Amortización</i>	\$ 0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<i>Gastos de administración y ventas</i>	\$ 4.474.800	\$ 4.213.218,00	\$ 6.575.933,24	\$ 8.268.513,28	\$ 10.301.325,29
<b>EBITDA</b>	<b>\$ 17.235.200</b>	<b>\$ 38.014.146</b>	<b>\$ 87.791.787</b>	<b>\$ 217.444.663</b>	<b>\$ 453.186.810</b>
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>\$ 17.235.200</b>	<b>\$ 38.014.146</b>	<b>\$ 87.791.787</b>	<b>\$ 217.444.663</b>	<b>\$ 453.186.810</b>
<i>Gastos financieros</i>	\$ 0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>\$ 17.235.200</b>	<b>\$ 38.014.146</b>	<b>\$ 87.791.787</b>	<b>\$ 217.444.663</b>	<b>\$ 453.186.810</b>
<i>Impuestos (33%)</i>	\$ 0	\$ 12.544.668	\$ 28.971.290	\$ 71.756.739	\$ 149.551.647
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ 17.235.200</b>	<b>\$ 25.469.478</b>	<b>\$ 58.820.498</b>	<b>\$ 145.687.924</b>	<b>\$ 303.635.163</b>

Ilustración 22.Estado de resultados

Frente al estado de resultados que nace a partir del flujo de caja, este ejercicio financiero arroja las utilidades que va a obtener Cool pet una vez pague todo lo incurrido en el negocio, tanto lo directo como indirecto.

En esta parte, nuevamente no hay depreciación ya que no hay inversiones ni prestamos grandes por parte del Cool pet.

En esta parte, cabe aclarar además que en los impuestos a la renta aplican desde el segundo año, ya que, según lo proyectado y estimado, los ingresos serán mayores a 50 millones de pesos colombianos después del primer año y, por ende, habrá que pagar declaración de renta que es del 33%. (Gerencie.com, s.f.)

Por último, la utilidad neta a través de los años incrementa desde el año 1 hasta el año 5.

Y, como se mencionó anteriormente, a partir del segundo año se comienza a declarar renta.

### Balance General

Balance General	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Activo</b>					
Caja y Bancos	\$ 16.503.200,00	\$ 53.682.429,20	\$ 127.992.604,83	\$ 315.414.539,37	\$ 695.664.687,06
Cuentas por Cobrar	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Inversiones	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Inventario Final	\$ 732.000,00	\$ 1.566.916,80	\$ 2.503.860,43	\$ 3.555.298,58	\$ 4.735.222,46
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>\$ 17.235.200,00</b>	<b>\$ 55.249.346,00</b>	<b>\$ 130.496.465,26</b>	<b>\$ 318.969.837,95</b>	<b>\$ 700.399.909,52</b>
Activos fijos	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Depreciación acumulada	\$ 0,00	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>Activos fijos netos</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>
<b>Total Activos</b>	<b>\$ 17.235.200,00</b>	<b>\$ 55.249.346,00</b>	<b>\$ 130.496.465,26</b>	<b>\$ 318.969.837,95</b>	<b>\$ 700.399.909,52</b>
Anticipos	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Obligaciones Bancarias	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Empleados	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Proveedores	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Provisión Impuestos	\$ 0,00	\$ 12.544.668,18	\$ 28.971.289,86	\$ 71.756.738,64	\$ 149.551.647,37
<b>Pasivos Corto Plazo</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 12.544.668,18</b>	<b>\$ 28.971.289,86</b>	<b>\$ 71.756.738,64</b>	<b>\$ 149.551.647,37</b>
Obligaciones Bancarias	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Provisión Impuestos	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>Pasivos Largo Plazo</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>
<b>Total pasivos</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 12.544.668,18</b>	<b>\$ 28.971.289,86</b>	<b>\$ 71.756.738,64</b>	<b>\$ 149.551.647,37</b>
Capital Suscrito y Pagado	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Perdida/Utilidad Acumulada	\$ 17.235.200,00	\$ 42.704.677,82	\$ 101.525.175,41	\$ 247.213.099,31	\$ 550.848.262,15
<b>Total Patrimonio</b>	<b>\$ 17.235.200,00</b>	<b>\$ 42.704.677,82</b>	<b>\$ 101.525.175,41</b>	<b>\$ 247.213.099,31</b>	<b>\$ 550.848.262,15</b>
<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>	<b>\$ 17.235.200,00</b>	<b>\$ 55.249.346,00</b>	<b>\$ 130.496.465,26</b>	<b>\$ 318.969.837,95</b>	<b>\$ 700.399.909,52</b>
<i>Sumas iguales:</i>	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00

Ilustración 23. Balance General

En el balance general hay que tener en cuenta la fórmula Activo = Pasivo + Patrimonio y es por esto que al final quedan las sumas iguales, ya que, según el balance general del emprendimiento, esta fórmula aplica correctamente.

### Indicadores Financieros

1. Indicadores de Solvencia	Solvencia	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		NA	4,404209438	4,504337429	4,445155173	4,683331289
Liquidez Pura	#iDIV/0!	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		4,279302444	4,417911852	4,395608626	4,651668499	

Ilustración 24. Indicadores de solvencia

Frente a los indicadores financieros de la parte de solvencia del emprendimiento se puede establecer que por cada peso que debe el emprendimiento en el corto plazo, el negocio tiene 4 pesos para subsanar la deuda.

2. Indicadores de Solidez	Niveles de Endeudamiento Total	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		0,00%	22,71%	22,20%	22,50%	21,35%
Margen de Cobertura		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
NA	NA	NA	NA	NA	NA	
Solidez corto Plazo		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
#iDIV/0!	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	
Solidez largo plazo		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
#iDIV/0!	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	
Apalancamiento Financiero		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Total pasivo/Patrimonio	0,00%	29,38%	28,54%	29,03%	27,15%	
Apalancamiento Financiero		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Pasivo corto plazo/Patrimonio	0,00%	29,38%	28,54%	29,03%	27,15%	
Apalancamiento Financiero		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Pasivo Largo Plazo/Patrimonio	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	

Ilustración 25. Indicadores de solidez

Los resultados de los indicadores de solidez representan que el emprendimiento cuenta con 28,52% de su patrimonio para responder a las deudas, esto a partir de un promedio obtenido en los 5 años.

<b>3. Indicadores de Actividad</b>		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	<b>Rotación de Cartera</b>	0	0	0	0	0
	<b>Rotación de Inventarios</b>	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		8,32	10,59	8,46	5,35	3,56
	<b>Ciclo Operativo</b>	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		8,32	10,59	8,46	5,35	3,56
	<b>Rotación de Proveedores</b>	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		0	0	0	0	0
	<b>Ciclo Caja</b>	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		8,32	10,59	8,46	5,35	3,56

Ilustración 26. Indicadores de actividad

Los indicadores de actividad reflejan para este emprendimiento que primeramente Cool Pet al no poseer cuentas por cobrar, no tiene lapso de tiempo en donde se recupere la cartera. Además, los inventarios de COOL PET se demoran de 8 a 11 días en convertirse en activos. Esto para los primeros 3 años. Después pasan entre 4 y 5 días.

Cabe aclarar que el emprendimiento se demora 8 días en producir y cobrar el dinero para el primer año. En adelante, tarda entre 4 y 10 días.

Finalmente, y así mismo, el emprendimiento se demora 8 días en que se pueda financiar sin proveedores y tenga recuperación de capital.

4. Indicadores de Rentabilidad	Margen Bruto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		0,69	0,79	0,89	0,94	0,97
	Margen Operacional	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		0,54	0,71	0,82	0,91	0,95
	EBITDA/UAIIIDA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		0,54	0,71	0,82	0,91	0,95
	Margen Neto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		0,54	0,48	0,55	0,61	0,63
	ROA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		100,00%	46,10%	45,07%	45,67%	43,35%
	ROE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		100,00%	59,64%	57,94%	58,93%	55,12%

Ilustración 27. Indicadores de rentabilidad

En este caso, los indicadores de rentabilidad muestran que, en cuanto al margen operacional y el EBITDA, la empresa posee también mejores rendimientos que incrementan de año en año.

Y para concluir, el 100%, 46,10%, 45,07%, 45,67% y 43,35% de la utilidad de la empresa fue generada a partir de los activos. Por ende, la empresa es capaz de generar mayor cantidad de dinero con menor cantidad de inversión.

### Evaluación Económica del Proyecto

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESO OPERACIONAL		\$ 31.680.000,00	\$ 53.280.000,00	\$ 106.560.000,00	\$ 239.163.264,00	\$ 478.326.528,00
COSTO OPERACIONAL		\$ 14.494.800,00	\$ 15.265.854,00	\$ 18.768.212,56	\$ 21.718.601,45	\$ 25.139.717,79
DEPRECIACIÓN		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
COSTO FINANCIERO		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD GRAVABLE		\$ 17.185.200,00	\$ 38.014.146,00	\$ 87.791.787,44	\$ 217.444.662,55	\$ 453.186.810,21
IMPUESTOS		\$ 5.671.116,00	\$ 12.544.668,18	\$ 28.971.289,86	\$ 71.756.738,64	\$ 149.551.647,37
UTILIDAD NETA		\$ 11.514.084,00	\$ 25.469.477,82	\$ 58.820.497,59	\$ 145.687.923,91	\$ 303.635.162,84
DEPRECIACIÓN		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
ABONO A K		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>FLUJO OPERACIONAL</b>		<b>\$ 11.514.084,00</b>	<b>\$ 25.469.477,82</b>	<b>\$ 58.820.497,59</b>	<b>\$ 145.687.923,91</b>	<b>\$ 303.635.162,84</b>
INVERSIÓN FIJA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
INVERSIÓN K y T	\$ 15.176.800,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
PRESTAMO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>FLUJO INVERSIÓN NETA</b>	<b>\$ 15.176.800,00</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
RECUPERACIÓN ACTIVO FIJO						
RECUPERACIÓN K y T						
DEUDAS						
OTROS PASIVOS						
OTROS ACTIVOS						
VALOR CONTINUIDAD						
<b>VALOR RESIDUAL</b>						
<b>FLUJO NETO</b>	<b>-\$ 15.176.800,00</b>	<b>\$ 11.514.084,00</b>	<b>\$ 25.469.477,82</b>	<b>\$ 58.820.497,59</b>	<b>\$ 145.687.923,91</b>	<b>\$ 303.635.162,84</b>
PER		-\$ 5.663.386,80	\$ 11.723.986,35	\$ 44.901.939,85	\$ 112.799.070,52	\$ 229.718.556,59

Ilustración 28. Evaluación económica

La evaluación económica del proyecto comienza con el indicador valor presente neto (VPN), en dónde este después de haber sacado los valores presentes de los beneficios y de la inversión, nos arroja un resultado de \$229.718.556 pesos; que lo que quiere representar es que el inversionista recuperaría su inversión, obtiene la rentabilidad esperada y además obtendría beneficios adicionales. Esto teniendo en cuenta que el interés o la tasa de interés esperada por el inversionista fuera de 21,03%, que es superior a la tasa del mercado financiero que es de 11%.

En cuanto al beneficio sobre costo, por cada peso aportado por el inversionista, esté recibirá 16 pesos que conlleva a una TIR o tasa interna de retorno de 173% que, aunque parece ser muy alta, es una tasa efectiva anual que se relaciona con la inversión baja que podría hacer el inversionista.

Frente a la tasa verdadera de rentabilidad, se aplicaron dos métodos que nos arrojan los mismos resultados (107,95%).

Cabe aclarar y destacar que en cuanto al PER o periodo de recuperación, esta inversión o capital invertido se recuperaría a partir del segundo año observando la tabla del flujo neto. Y, por último, el CAUE nos representa con un valor de \$78.560.932 pesos que el costo anual uniforme equivalente es positivo, representando que se debe realizar el proyecto.

Adicionalmente, cabe aclarar que, para esta evaluación económica de este proyecto, la tasa de interés dada por el inversionista es del 21% debido a los requerimientos del inversionista. La tasa del mercado financiero se ocupa en un 11% y se tiene en cuenta el año 0 como el año en que se hicieron todas las inversiones en capital de trabajo.

Tasa Mercado financiero	11%	EA
interes esperado inversionista	21,03%	EA
<b>INDICADORES</b>		
Valor Presente (Beneficios)	\$244.895.356,59	
Valor Presente (Inversión)	\$ 15.176.800,00	
VPN	\$229.718.556,59	
B/C	16,1	
TIR	173%	EA
TVR	107,95%	
TVR	107,95%	
VALOR FUTURO BENEFICIOS	\$ 590.133.531,09	
PER	Segundo año es el periodo de recuperación	
CAUE	\$78.560.932,98	
A (Beneficios)	\$83.751.212,71	
A (Inversión)	\$5.190.279,73	
VFN	\$596.569.773,64	
VF (BENEFICIOS)	\$635.983.307,64	\$635.983.307,64
VF (INVERSIÓN)	\$ 39.413.534,00	

Ilustración 29.Indicadores

## Conclusión

Este proyecto me facilitó contar con mis capacidades necesarias para optimizar y gestionar todos los ámbitos económicos, jurídicos y funcionales vinculando la contabilidad, el marketing, la economía etc. Diseñando destrezas eficaces que permita simplificar procesos que fortalezcan la toma de decisiones logrando el progreso óptimo de los empleados y de los grandes cambios de Cool pet

Durante el estudio se desarrolló los objetivos propuestos, esto me ayudó a realizar una paleta cien por ciento comestible el cual está hecha a base de proteína animal y la carne que sustituye el palo. Me ayudó a evidenciar los inicios de una empresa donde puse en práctica todos los conocimientos aprendidos durante la carrera de Administración de Empresas donde me ayudó a conocer todas las áreas para el buen desarrollo de Cool pet

Es importante tener una visión de todo lo que involucra una compañía, ver la rentabilidad del producto, estudiar el mercado, investigar que estrategias internas y externas nos ayudan a satisfacer las necesidades del cliente y el consumidor, poder estudiar las diferentes actitudes del consumidor y tener un mayor reconocimiento en el mercado con la ayuda de las redes sociales, así como administradora puedo desarrollar destrezas gerenciales, tendré la oportunidad de dirigir mi propia empresa, construyendo habilidades establecidas en la aplicación de labores y técnicas que ayuden al crecimiento de Cool pet

## Lista de referencias

- (s.f.). Recuperado el 7 de Septiembre de 2022, de ICA - Instituto Colombiano Agropecuario:  
<https://www.ica.gov.co/el-ica#:~:text=El%20ICA,Entidad%20P%C3%BAblica%20del&text=El%20Instituto%20Colombiano%20Agropecuario%2C%20ICA,de%20Agricultura%20y%20Desarrollo%20Rural>
- (s.f.). Recuperado el 5 de Septiembre de 2022, de Purina-Frosty Paws:  
<https://www.icecream.com/us/en/brands/frosty-paws/products/peanut-butter-flavor>
- (s.f.). Recuperado el 5 de Septiembre de 2022, de Wikipedia:  
[https://en.wikipedia.org/wiki/Frosty\\_Paws](https://en.wikipedia.org/wiki/Frosty_Paws)
- (s.f.). Recuperado el 31 de Octubre de 2022, de UNILA Universidad Latina:  
<https://www.unila.edu.mx/que-hace-un-contador/#:~:text=Un%20buen%20contador%20o%20contadora,pagar%C3%A9s%2C%20recibos%2C%20etc.>
- (s.f.). Recuperado el 31 de Octubre de 2022, de CEUPE Magazine:  
<https://www.ceupe.com/blog/el-vendedor-funciones-y-objetivos.html#:~:text=El%20vendedor%20ha%20de%20saber,segmentarla%20lo%20m%C3%A1s%20ampliamente%20posible>
- (s.f.). Recuperado el 6 de Noviembre de 2022, de DIAN - Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales: [https://www.dian.gov.co/Prensa/Aprendelo-en-un-DIAN-X3/Paginas/Abece-Inscripcion-al-RUT.aspx\\_6/11/2022](https://www.dian.gov.co/Prensa/Aprendelo-en-un-DIAN-X3/Paginas/Abece-Inscripcion-al-RUT.aspx_6/11/2022)
- (s.f.). Recuperado el 6 de Noviembre de 2022, de DANE:  
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc/ipc-informacion-tecnica>
- (s.f.). Recuperado el 6 de Noviembre de 2022, de Gerencie.com:  
<https://www.gerencie.com/tarifas-del-impuesto-de-renta.html>
- (s.f.). Obtenido de GOV.CO - Función Pública:  
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=160966>
- (23 de Abril de 2016). Recuperado el 5 de Septiembre de 2022, de KienyKe.com:  
<https://www.kienyke.com/emprendimiento-y-economia/en-medellin-se-crea-la-primera-empresa-que-hace-helado-para-mascotas>
- (28 de Diciembre de 2020). Recuperado el 31 de Octubre de 2022, de UNIR La Universidad en Internet: <https://ecuador.unir.net/actualidad-unir/que-es->



