

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CONFORMACIÓN DE UNA EMPRESA  
PRODUCTORA DE CASAS DE MASCOTAS DOMESTICAS A BASE DE  
LLANTAS USADAS EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI

DIEGO CIFUENTES GONZÁLEZ

ANGÉLICA MORALES MARTÍNEZ

VIVIANA VALDÉS VELASCO

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2018

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CONFORMACIÓN DE UNA EMPRESA  
PRODUCTORA DE CASAS DE MASCOTAS DOMESTICAS A BASE DE  
LLANTAS USADAS EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI

DIEGO CIFUENTES GONZÁLEZ

ANGÉLICA MORALES MARTÍNEZ

VIVIANA VALDÉS VELASCO

Anteproyecto presentado para optar al título de Administrador de Empresas.

Director de trabajo de grado:

Francisco Javier Flórez Castro

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2018

**NOTA DE ACEPTACIÓN**

---

---

---

---

---

---

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

Cali, 25 de febrero de 2018

## **DEDICATORIA**

Dedicamos este proyecto de grado a cada uno de nuestros padres que con su esfuerzo y acompañamiento en cada uno de nuestros pasos nos permitieron alcanzar un nuevo logro planteados en el desarrollo de la vida y crecimiento personal. En especial a nuestras madres que su comprensión y pasión permite que nuestras metas se vean reflejadas a futuro cercano con amor y dedicación.

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco enormemente a todas aquellas personas que han hecho posible lo que inicialmente era Imposible, a mi Papa y Hermana por todo su apoyo y animo en los momentos más difíciles de mi Carrera, a mi segunda mama, por Brindarme el mismo apoyo que me lo hubiera dado ella, no tengo forma de pagarte todo lo que has hecho por mi tía Olga.

A mis amigos y personas que de Alguna u otra manera han colaborado económicamente en mi formación Académica, Agradezco a Dios por su apoyo.

Finalmente, a la Universidad Católica y sus Docentes por la Excelente formación.

*DIEGO CIFUENTES GONZÁLEZ*

Agradezco primeramente a Dios porque fue el que permitió que pudiera terminar esta carrera y a mis padres por estar ahí dando fuerzas a pesar de todas las dificultades y adversidades que pude ver atravesado en ese tiempo, a no desistir y perseverar para alcanzar esta meta.

*VIVIANA VALDÉS VELASCO*

En primer lugar agradecerle a Dios por haberme permitido vivir esta experiencia de estudiar, a mi familia por el apoyo incondicional en todo el proceso de mis estudios, a mi pareja por estar conmigo en todo momento y darme ánimos para no rendirme, a mis compañeros de trabajo que me ayudaron y dieron ideas en esta formación a mis compañeros de la universidad que me fueron personas maravillosas, mis profesores por su enseñanza a muchos de la universidad católica que los estimo no solo por su valiosa profesión de enseñar si no por dejar tantas cosas buenas en mi vida tanto personal como profesional.

*ANGÉLICA MORALES MARTÍNEZ*

## TABLA DE CONTENIDO

	<b>Pág.</b>
1	CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROYECTO ..... 18
1.1	TITULO DEL PROYECTO ..... 18
1.2	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN..... 18
1.3	PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN..... 18
1.4	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....21
1.5	JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....22
1.6	MARCO REFERENCIA .....23
1.7	ASPECTOS METODOLÓGICOS .....25
2	ESTUDIO DE MERCADO .....29
2.1	ANÁLISIS DEL SECTOR.....30
2.2	ESTRUCTURA DEL MERCADO .....31
2.3	CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO .....35
2.4	PLAN DE MERCADEO.....40
3	ESTUDIO TÉCNICO .....45
3.1	INTRODUCCIÓN.....45
3.2	INGENIERÍA DEL PROYECTO .....45
3.3	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....65
3.4	TAMAÑO DEL PROYECTO.....68
4	ORGANIZACIONAL Y LEGAL .....71

4.1	DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	71
4.2	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	73
4.3	MODELO DE RECLUTAMIENTO PERSONAL.....	77
4.4	PROCESO DE SELECCIÓN PERSONAL .....	78
4.5	PROCESO DE CONTRATACIÓN .....	80
4.6	PROCESO DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO PERSONAL .....	81
4.7	PROGRAMAS INCENTIVOS.....	82
4.8	MARCO LEGAL.....	82
5	ESTUDIO FINANCIERO .....	86
5.1	INVERSIÓN INICIAL .....	86
5.2	DEPRECIACIÓN EN PESOS .....	89
5.3	BALANCES INICIALES SIN Y CON FINANCIACIÓN EN PESOS .....	89
5.4	AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO.....	92
5.5	LEASING FINANCIERO .....	93
5.6	PARÁMETROS GENERALES .....	94
5.7	GASTOS DE ADMINISTRACIÓN EN PESOS .....	96
5.8	NÓMINA DE ADMINISTRACIÓN Y PRODUCCIÓN EN PESOS .....	97
5.9	VENTAS Y COSTOS DEL PRODUCTO EN PESOS.....	99
5.10	IVA, RECAUDOS Y PAGOS EN PESOS.....	101
5.11	ESTADO DE RESULTADOS SIN Y CON FINANCIACIÓN EN PESOS.....	102

5.12	FLUJO DE CAJA SIN Y CON FINANCIACIÓN EN PESOS.....	105
5.13	BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN Y CON FINANCIACIÓN EN PESOS .....	108
5.14	ANÁLISIS VERTICALES .....	111
5.15	ANÁLISIS HORIZONTALES.....	116
5.16	RAZONES FINANCIERAS SIN Y CON FINANCIACIÓN EN PESOS ....	121
5.17	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD .....	122
6	CONCLUSIONES .....	123
7	REFERENCIAS.....	124



## LISTA CUADRO

	<b>Pág.</b>
Cuadro 1. Normativa de referente legal .....	24
Cuadro 2. Mercados de la empresa de casas para mascotas.....	32
Cuadro 3. Tasa de participación en el mercado de la empresa .....	33
Cuadro 4. Proyección de la demanda.....	34
Cuadro 5. Segmentación geográfica y demográfica de los clientes de la empresa .....	37
Cuadro 6. Canales de atención de la empresa Casa Confort .....	43
Cuadro 7. Proveedores de materia prima .....	63
Cuadro 8. Proceso de las llantas en su adquisición .....	63
Cuadro 9. Variables de ubicación de la comuna 17 de ciudad de Santiago de Cali .....	68
Cuadro 10. Valores corporativos de Casa Confort .....	72
Cuadro 11. Filosofía de trabajo de Casa Confort .....	72
Cuadro 12. Puesto administrador .....	75
Cuadro 13. Puesto contador .....	76
Cuadro 14. Puesto vendedor .....	76
Cuadro 15. Puesto operario.....	77
Cuadro 16. Exámenes y pruebas de Casa Confort .....	79
Cuadro 17. Indicadores de un proceso de contratación .....	80
Cuadro 18. Capacitaciones de Casa Confort .....	82
Cuadro 19. Casa Confort marco legal.....	83
Cuadro 20. Como se constituye una SAS.....	84

## LISTA TABLA

	Pág.
Tabla 1. Costo, marguen y precio de venta .....	40
Tabla 2. Precio de venta a 5 años de proyección .....	41
Tabla 3. Costo de los productos de la empresa .....	46
Tabla 4. Composición de los muebles y enseres .....	51
Tabla 5. Composición de quipos de cómputo y comunicación .....	53
Tabla 6. Composición de maquinaria y equipo .....	55
Tabla 7. Costo del proceso de adquisición de las llantas .....	64
Tabla 8. Cantidades de materia prima de Casa Confort .....	65
Tabla 9. Unidades proyectadas a 5 años .....	69
Tabla 10. Precio de venta mensual y anual a 5 años .....	70
Tabla 11. Ventas Totales mensual y anual a 5 años .....	70
Tabla 12. Activos fijos de Casa Confort S.A.S. ....	86
Tabla 13. Activos diferidos Casa Confort S.A.S. ....	87
Tabla 14. Capital de trabajo de Casa Confort S.A.S. ....	88
Tabla 15. Total inversión de Casa Confort S.A.S. ....	88
Tabla 16. Depreciación en pesos.....	89
Tabla 17. Balance inicial sin financiación en pesos .....	90
Tabla 18. Balance inicial con financiación en pesos .....	91
Tabla 19. Amortización financiera .....	92
Tabla 20. Leasing financiero en pesos.....	93
Tabla 21. Parámetros económicos .....	94
Tabla 22, Parámetros laborales .....	94
Tabla 23. Parámetros de gastos de administración .....	95
Tabla 24. Parámetros de gastos de venta .....	95
Tabla 25. Gastos de administración en pesos .....	96
Tabla 26. Nómina de administración en pesos .....	97
Tabla 27. Nómina de producción en pesos .....	98

Tabla 28. Unidades, precio de venta y costo unitario.....	99
Tabla 29. Ventas totales, costo total y costo sin mano de obra y CIF .....	100
Tabla 30. IVA, recaudos y pagos en pesos.....	101
Tabla 31. Estado de resultados sin financiación en pesos .....	103
Tabla 32. Estado de resultados con financiación en pesos.....	104
Tabla 33 Flujo de caja sin financiación en pesos .....	106
Tabla 34 Flujo de caja con financiación en pesos .....	107
Tabla 35. Balance general proyectado sin financiación en pesos .....	109
Tabla 36. Balance general proyectado con financiación en pesos .....	110
Tabla 37. Análisis vertical del balance general proyectado sin financiación en pesos .....	112
Tabla 38. Análisis vertical del balance general proyectado con financiación en pesos .....	113
Tabla 39. Análisis vertical del estado de resultados sin financiación en pesos ...	114
Tabla 40. Análisis vertical del estado de resultados con financiación en pesos ..	115
Tabla 41. Análisis horizontal del balance general proyectado sin financiación en pesos.....	117
Tabla 42. Análisis horizontal del balance general proyectado con financiación en pesos.....	118
Tabla 43. Análisis horizontal del estado de resultados sin financiación en pesos	119
Tabla 44. Análisis horizontal del estado de resultados con financiación en pesos .....	120
Tabla 45. Razones financieras sin financiación en pesos .....	121
Tabla 46. Razones financieras con financiación en pesos .....	121
Tabla 47. Análisis de sensibilidad .....	122

## LISTA GRAFICO

	<b>Pág.</b>
Grafico 1. Logo Casa Confort S.A.S. ....	41
Grafico 2. Diagrama de procesos operativos .....	75

## LISTA FIGURA

	<b>Pág.</b>
Figura 1. Diagrama de atención al cliente.....	48
Figura 2. Diagrama de actividades de venta.....	49
Figura 3. Diagrama de actividades para producción.....	50
Figura 4. Proceso de la materia prima.....	62
Figura 5. Estructura organizacional de la empresa.....	74
Figura 6. Tipo de modelo de reclutamiento.....	77

## LISTA IMAGEN

	Pág.
Imagen 1. Escritorio .....	51
Imagen 2. Sillas .....	52
Imagen 3. Mesas triples de trabajo 2 Mts x 1 Mts .....	52
Imagen 4. Computadores .....	53
Imagen 5. Impresora multifuncional .....	53
Imagen 6. Celular .....	54
Imagen 7. Cepillo manual .....	55
Imagen 8. Sierra circular semiautomática .....	56
Imagen 9. Sierra de cinta .....	56
Imagen 10. Lijadora de banda .....	57
Imagen 11. Taladro.....	57
Imagen 12. Pistola de pintura eléctrica .....	58
Imagen 13. Ruteadora .....	58
Imagen 14. Planeadora .....	59
Imagen 15. Compresor .....	60
Imagen 16. Sierra caladora.....	60
Imagen 17. Máquina de coser .....	61
Imagen 18. Trompo carpintería.....	62
Imagen 19. Mapa comuna 17 de la ciudad Santiago de Cali .....	66
Imagen 20. Estratificación comuna 17 de la ciudad de Santiago de Cali .....	66
Imagen 21. Nivel educativo de la comuna 17 de la ciudad Santiago de Cali.....	67

## **RESUMEN**

El presente estudio tiene como objetivo determinar la viabilidad de una empresa dedicada a la producción y comercialización de casas para mascotas a base de llantas usadas, con el fin de generar conocimiento y establecer mejor una idea innovadora y competitiva en el mercado, que proporcione herramientas de marketing mix sostenibles que determinen un reconocimiento de marca y diferenciación frente a los competidores en calidad, variedad de prototipos y conocimiento en el tema.

**Palabras Claves:** Llantas usadas, casas para mascotas, innovación diferenciador.

## **ABSTRACT**

The objective of this study is to determine the viability of a company dedicated to the production and sale of pet houses based on used tires, in order to generate knowledge and better establish an innovative and competitive idea in the market, which provides tools for sustainable marketing mix that determine a brand recognition and differentiation against competitors in quality, variety of prototypes and knowledge in the subject.

**Keywords:** Used tires, houses for pets, differentiating innovation.

## INTRODUCCIÓN

Las mascotas hoy por hoy se han convertido en muchos hogares colombianos en un miembro más del núcleo familiar, donde estos cuentan con diferentes estilos de vida, desde su alimentación saludable, diversos espacios de recreación y cuidado de la presentación personal. Por ende se plantea un estudio de viabilidad en la creación de casas para mascotas a base de llantas usadas en la comuna 17 de la ciudad de Cali, con el fin de complementar el cuidado de las mascotas con un lugar confortable, cómodo y acogedor, a la medida y necesidad de cada uno de estos animales; proporcionando consolar adecuadamente el descanso y brindar un entorno de calidad para la convivencia.

Desde el ámbito de mercado es necesario realizar un estudio que determina el crecimiento de productos en el sector de animales domésticos y la tendencia de estos, con el fin de cuantificar un público definido de clientes y establecer unas estrategias de marketing mix acorde a la necesidad de cada público y su mascota. Con base a lo anterior, es necesario establecer un estudio operativo que permita definir los materiales a utilizar en el desarrollo de la operación productiva, igualmente los diagramas de proceso y la localización de la empresa en el mercado; permitiendo así, tener acceso por parte de los clientes a los diferentes productos del portafolio de Casa Confort.

Desde el sector organizacional la empresa determina la estructura con el fin de dar cumplimiento a la demanda proyectada en el mercado, con base de perfiles adecuados que permitan el logro de metas y objetivos planteados. Por otra parte el tamaño de la empresa está determinado según el marco legal de una sociedad de fácil constitución, que permita obtener beneficios y agilizar procesos de conformación empresarial.

Por último el estudio financiero establece la viabilidad de la presente idea de mercado, que proporciona una proyección de ganancias, pérdidas y gastos



financieros que establecen el sostenimiento de la empresa en el mercado competitivo.

# 1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROYECTO

## 1.1 TITULO DEL PROYECTO

Estudio de viabilidad para la conformación de una empresa productora de casas de mascotas domesticas a base de llantas usadas en la ciudad de Santiago de Cali.

## 1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Emprendimiento

## 1.3 PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

*Una mascota es un animal domesticado por el hombre que convive y se conserva a su lado. Por cierto, los más conocidos, populares y numerosos son los gatos y los perros. Estos y otros animales se integran a las familias en una relación saludable y de respeto a la vida animal. Las mascotas son muy importantes en el desarrollo social, intelectual y afectivo de los niños lo cual se ve reflejado positivamente en sus etapas posteriores, especialmente en su relación armoniosa con otros seres humanos. En el caso de los niños estos aprenden con sus mascotas que hay otras formas de comunicarse aparte del lenguaje; a respetar las necesidades de los animales y se esmeran por cubrirlas para su bienestar. Mientras que, para los adultos mayores, encuentran en las mascotas su gran compañía y con ellas expresan sus sentimientos, emociones y alejan los fantasmas de la soledad y la depresión. (Álvarez, 2016, párr. 1-2)*

Los colombianos deciden cada vez más tener una mascota por múltiples factores; el cariño que generan, la relación de “amistad”, suplir la necesidad de brindar el afecto que no les darán a los hijos que no se tendrán, la alta tasa de divorcios, el

gusto por los animales, entre otros aspectos, generan la sensación de no estar sólo sino tener un compañero al llegar a casa, un amigo para los niños en el hogar, un camarada de juego o ejercicio y por último, el desplazamiento forzoso de las diferentes poblaciones campesinas desde áreas rurales a urbanas, trayendo consigo mismo las costumbres de la posesión de animales. Dichos aspectos han sido algunos de los determinantes que en los últimos años han impulsado, a que más colombianos decidan tener estos nuevos integrantes en sus núcleos familiares. (Dinero, 2016, párr. 3-4)

Con base a lo anterior, las tendencias de cuidado y bienestar animal han incrementado, debido a sus comportamientos diarios y acompañamiento continuo, se han convertido en miembros importantes de las familias colombianas. Pero muchas veces descuidamos un aspecto importante de su vida, subestimando el descanso de los animales y esto no es beneficiosa para ellos. Debido a que, en ocasiones, vemos a nuestro perro o gato dormir y lo despertamos porque queremos que venga con nosotros al sofá o simplemente por decirle alguna cosa bonita.

*Para entender la importancia del descanso en las mascotas se debe saber que estos tienen ciclos de sueño diferentes a los humanos y que según su edad duermen más o menos. Entre las mascotas más populares, los perros pasan alrededor del 44,3% de su día durmiendo (10,6 horas), mientras que los gatos necesitan 12,1 horas de descanso, aunque a menudo el gusto les lleva más allá de la necesidad. (Rodríguez, 2016, párr. 11)*

Los problemas más comunes que tienen las mascotas domesticas por la falta de sueño son los siguientes:

- **Comodidad.** La falta de un lugar confortable y cómodo para un descanso apropiado.
- **Estar de buen humor.** Sí, los perros y gatos tienen carácter y personalidad propia. Un descanso no apropiado puede alterar sus emociones y generar que esté antipático o incluso agresivo.

- **Paz interior.** Un buen descanso hará que el animal esté tranquilo y no sienta ansiedad o nerviosismo interno que lo lleve a estar mal durante todo el día.
- **Favorece la buena función de su organismo.** Al igual que sucede con los humanos, los perros y gatos necesitan que durante las horas de sueño distintas funciones de su organismo trabajen.
- **Energía.** Un mal descanso roba toda la energía. Si la mascota no descansa como es debido, no tendrá energía para hacer su ejercicio diario y esto podría causarle aceleraciones del corazón o incluso caer en sobrepeso si el animal se niega a ejercitarse.

Debido a la falta de conocimiento de los propietarios de mascotas sobre el descanso de estas y la falta de un lugar cómodo, confortable y agradable para el descansar de estos, se plantea la conformación de una empresa productora de casas de mascotas domesticas a base de llantas usadas en la ciudad de Santiago de Cali, que brinde un aporte en la reducción de contaminantes en el medio ambiente y facilite la elaboración de productos nuevos e innovadores en el mercado.

**1.3.1 Formulación del problema.** ¿Cómo elaborar un plan de negocio para la conformación de una empresa productora de casas de mascotas domesticas utilizando llantas usadas en la ciudad de Santiago de Cali?

**1.3.2 Sistematización del problema.**

- ¿Cómo se determina un estudio de mercado que defina el perfil de los clientes dueños de mascotas domésticas y las estrategias de marketing mix más apropiadas para generar impacto en el mercado de los usuarios que requieren para estos casa a base de llantas usadas en la ciudad de Cali?
- ¿Definir un estudio técnico que brinde la información detallada de los procesos de actividades y ejecución de estos para una empresa dedicada a la producción de casa de mascotas a base de llantas usadas en la ciudad de Cali?

- ¿Establecer un estudio organizacional que defina la estructura de una empresa productora y comercializadora de casas de mascotas a base llantas usadas en la ciudad de Cali?
- ¿Construir un plan financiero que defina el monto requerido de la inversión y defina el tope de ganancias y pérdidas para una empresa productora de casas para mascotas a base de llantas usadas en la ciudad de Cali?

## **1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

**1.4.1 Objetivo general.** Estructurar un plan de negocio para la conformación de una empresa productora de casas de mascotas domesticas a base de llantas usadas en la ciudad de Santiago de Cali.

### **1.4.2 Objetivos específicos.**

- Establecer un estudio de mercado que defina el perfil de los clientes y dueños de mascotas domésticas y las estrategias de marketing mix más apropiadas para generar impacto en el mercado con productos a base de llantas usadas en casas para mascotas en la ciudad de Santiago de Cali.
- Definir los procesos y ejecución de actividades para la producción de casas para mascotas a base de llantas usadas en la ciudad de Cali.
- Desarrollar la estructura organizacional adecuada para empresa productora de casas de mascotas domesticas a base de llantas usadas en la ciudad de Cali.
- Fijar la inversión requerida para determinar el punto de equilibrio de la empresa en unidades vendidas e ingresos económicos, con el fin de generar utilidades positivas para una empresa productora de casas para mascotas a base de llantas usadas en la ciudad de Cali.

## **1.5 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

**1.5.1 Justificación teórica.** El desarrollo del presente plan de negocios está diseñado con el propósito de aportar el conocimiento existente y adquirido en el desarrollo académicamente orientado por las diferentes bases teóricas y conceptos administrativos, los cuales proporcionan una ruta como instrumento de evaluación de logro de competencias adquirido en el desarrollo del programa, con el fin de establecer la viabilidad para la creación de una empresa productora de casas de mascotas domesticas a base de llantas usadas en la ciudad de Santiago de Cali. Proponiendo así, una propuesta la cual brinde el conocimiento en el desarrollo de ideas de negocio ejecutables para el mercado.

**1.5.2 Justificación metodológica.** La elaboración y aplicación de una idea de negocio emprendedor determina las capacidades de la competencia e indaga mediante métodos científicos, situaciones que pueden ser investigadas por la ciencia, una vez que sean demostradas su validez y confiabilidad podrán ser utilizados en otros trabajos de investigación y en otras instituciones educativas.

**1.5.3 Justificación práctica.** Basado en diferentes teorías administrativas en el siglo XXI, se pretende desarrollar un plan de negocios innovador en el mercado competitivo, que permita la solución eficiente de diferentes problemas existentes con el mal descanso de las mascotas y el desconocimiento frente a comportamientos de estos en la sociedad. Con base a lo anterior, es necesario desarrollar un modelo de negocio innovador en el mercado que permita mitigar la contaminación provocada por el abandono de llantas en diferentes potreros de la ciudad de Cali, con la elaboración de casas para mascotas a base de llantas usadas en el mercado con hogares cómodos y confortables para las diferentes mascotas domesticas de la ciudad

## 1.6 MARCO REFERENCIA

El presente proyecto de casas para mascotas a base de llantas usadas se determina como plan de negocio debido que es un mercado en crecimiento continuo, debido a que los propietarios de mascotas ven a estos como un integrante más de la familia. Creando la necesidad de satisfacer un mercado que no ha sido completamente explorado y buscar con la creación y propuestas el funcionamiento de una empresa de productos innovadores en el mercado que permita reducir el estrés y consolar el sueño adecuado a las mascotas en sus respectivos hogares cómodos y establecidos a su tamaño y peso. Cubriendo igualmente las necesidades de un espacio personal con una calidad que beneficia a ambas partes.

**1.6.1 Referente teórico.** Es significativo formular en el marco teórico el conocimiento profundo y actualizado de las bases teóricas que sustentan este proyecto enfocado en el estado del conocimiento y del pensamiento sobre el tema, con el fin de darle significado a la investigación en el estudio de viabilidad para la creación de casas de mascotas domésticas a base de llantas usadas, es importante tener una debida gestión de planeación, organización, dirección y control para el estudio de factibilidad que se está realizando para la creación de una guardería de mascotas; se toma como un teórico al autor. (Frederick W. Taylor) en su teoría general de la administración donde plantea que “El principal objetivo de la administración debe ser asegurar el máximo de prosperidad, tanto para el empleador como para el empleado”. Taylor desarrolla cinco principios de la administración los cuales le dan atribuciones y responsabilidades a la gerencia, ellos son:

1. Principio de Planeamiento: sustituir el trabajo del improvisado del obrero, por métodos basados en procedimientos.
2. Principio de Preparación: selección de los trabajadores de acuerdo con sus aptitudes y habilidades para producir más y mejor.

3. Principio de Control: controlar el trabajo para verificar que el mismo se esté ejecutando correctamente.
4. Principio de Ejecución: distribuir las atribuciones y responsabilidades para que la ejecución del trabajo sea disciplinada.
5. Estudiar y Analizar el trabajo realizado por el obrero, es decir como lo hace.

En el caso del presente plan de negocio se pretende innovar y mantener actualizado el portafolio comercializando los productos de mayor rotación, e ir al ritmo de la evolución de los tiempos, con el enfoque de que es determinante que se cumplan las necesidades y expectativas del cliente y que encuentren en un solo lugar todo lo que requieren, haciendo más competitivo el negocio, mejorando el impacto inicial en los clientes al llegar a la empresa y que sus mascotas seas atendidos por personas especializadas, de esta manera se sentirían atraídos y con ganas de quedarse en las instalaciones, consiguiendo el objetivo de retenerlos y fidelizarlos para que continúen disfrutando de los servicios.

### **1.6.2 Marco legal.**

Cuadro 1. Normativa de referente legal

<p>LEY 1258 DE 2008; Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada, La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes, Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad. (Congreso de la Republica, 2008)</p> <p>Esta figura de empresa permitirá tener una seriedad ante los cliente, y ante el mercado potencial dentro de la ciudad de Cali, de igual manera ante las entidades financiera tendrá una mayor credibilidad para el acceso al financiamiento de nuestra empresa cuando sea necesario.</p>
<p>LEY 1429 DE 2010; Por la cual se expide la Ley de Formalización y Generación de Empleo, esta ley tiene como objetivo primordial la formalización y la generación de empleo, con el fin de generar</p>



<p>incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas; de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalizarse, encontramos dentro de las nuevas políticas del estado una oportunidad para el desarrollo de nuestra idea de negocio, para poder desarrollar con mayor fuerza nuestra actividad de prestación de servicio con respaldo y apoyo de las entidades estatales. (Congreso de la Republica, 2010)</p>
<p>LEY 1014 DE 2006; Esta es la ley que fomenta a la cultura del emprendimiento en Colombia, Promueve el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley, de igual forma dinamiza y patrocina ideas de negocios que demuestres sostenibilidad en el tiempo y genere empleabilidad y desarrollo. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2006)</p>
<p><b>Leyes ambientales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ley 9ª de 1979, Código sanitario nacional.</li> <li>• Decreto 2257 del 16 de julio de 1986, por el cual se reglamentan parcialmente los títulos VII y XI de la ley 9ª de 1979, en cuanto a investigación, prevención y control de las zoonosis.</li> <li>• Resolución 01095 de 1999 (de la Secretaría Distrital de Salud), por medio de la cual se fijan políticas para el cumplimiento de las normas higiénico-sanitarias relacionadas con los accesorios de mascotas.</li> </ul>

Fuente: Autores

## 1.7 ASPECTOS METODOLÓGICOS

### 1.7.1 Tipo de estudio.

Los estudios a realizar son exploratorio y descriptivo

El estudio exploratorio se basa en la formulación de un problema para posibilitar una investigación más precisa o el desarrollo de una hipótesis, brindando una visión general de tipo aproximado, respecto a una determinada realidad. Se estipula el presente estudio debido que el tema escogido de exploración carece de una de investigación en el mercado que brinde un aporte al desarrollo de hipótesis más claras.

El estudio descriptivo Se considera como investigación descriptiva aquella en que, como afirma Salkind, “se reseñan las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio”. Permite visualizar el mercado de accesorios para mascotas y mejorar los productos con el fin, de establecer un producto según la necesidad de los clientes, gustos y preferencias en un margen de calidad y confort para las diferentes mascotas domesticas de los clientes metas de casas para mascotas a base de llantas usadas. Especificando las propiedades del mercado y midiendo los diferentes aspectos de compra de los diferentes consumidores.

**1.7.2 Método de la investigación.** La investigación está basada en el método inductivo, método de análisis y método de encuesta.

**1.7.2.1 Método inductivo.** Con este método se utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones, cuya aplicación sea de carácter general. El método se inicia con un estudio individual de los hechos y se formulan conclusiones universales que se postulan como leyes, principios o fundamentos de una teoría.

**1.7.2.2 Método de análisis.** Este método es un proceso cognoscitivo, que consiste en descomponer un objeto de estudio separando cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual.

**1.7.2.3 Método de encuesta.** Da respuesta a problemas tanto en términos descriptivos, como de relación de variables, tras la recogida de información sistemática, según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida.

Por otra parte, la información será apoyada por diferentes páginas gubernamentales y análisis estadísticos tales como alcaldía de Santiago de Cali, Departamento

administrativo Nacional de Estadística (DANE), Ministerio de protección social, Departamento Nacional de Planeación (DPN), Dirección de impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), Cámara de Comercio de Cali (CCC), Departamento administrativo del Medio Ambiente (DAMA) e Instituto de Desarrollo Urbano (IDU) que brinden un apoyo a los temas a investigar.

**1.7.3 Método de recolección de la información.** La información será recopilada por medio del método de interrogación, la cual tiene como herramienta el cuestionario estructurado al público, meta que permita definir la clase de productos necesarios en el mercado, capacidad de pago de los clientes por este y modelos adquirir.

Con base al cuestionario, se permite recopilar diferentes datos cualitativos y cuantitativos que son establecidos para la ejecución de las estrategias de mercado (Marketing mix) con la cual se posiciona el producto y la empresa en un mercado competitivo y de crecimiento continuo debido a la gran influencia de las mascotas en las familias.

#### **1.7.4 Fuentes de la recolección de la información.**

**1.7.4.1 Fuentes primarias.** La información es obtenida mediante la estructura de un cuestionario a dueños de mascotas domésticas, los cuales permiten percibir el mercado y las tendencias de moda de cada uno de los productos a ofertar en el mercado, por otra parte, brindar una base de precio por los diferentes modelos de la empresa personalizados.

**1.7.4.2 Fuentes secundarias.** La información está basada en la investigación a diferentes páginas web relacionadas con temas sobre las mascotas, sus problemas, entornos, contaminación ambiental, mercado de productos - accesorios para mascotas y la deficiencia en el descanso de estos. Con el fin, de

obtener información clara y establecer soluciones en el presente modelo de negocio para el mercado.

**1.7.5 Tratamiento de la información.** La información será mediante el método estadístico de manera manual y automática, por medio de diferentes herramientas tecnológicas como Word y Excel que permiten la recopilación de la información homogenizada, con el fin de establecer las ideas principales y secundarias de las fuentes de información obtenidas, para ser presentadas de manera clara, consecutiva y continua para la presentación de los resultados final en el mercado.

**1.7.6 Presentación de los resultados.** La información será presentada mediante el método estadístico que consiste en una secuencia de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación, de manera escrita por medio de 2 herramientas tecnológicas como Word y Excel, las cuales son procesadores de texto e intervalos numéricos que permiten la elaboración de documentos continuos con la inserción de imágenes, tablas dinámicas y figuras que permitan la lectura y continuidad del documento con lógica y claridad.

## 2 ESTUDIO DE MERCADO

El consumo de productos para mascotas es una tendencia que cada vez cobra más fuerza en Colombia. El motivo: la influencia que ejerce los diferentes grupos en materia del cuidado y protección de los animales de compañía sobre el mercado Colombiano.

*Datos compartidos por Fernando Echegollen, director de la empresa manufacturera de juguetes para perros Rotovinil, a un diario de circulación nacional señalan que el pasillo que más crecimiento reportó durante 2011 fue el de mascotas. Esto, a partir de estadísticas publicadas por la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD). (Entrepreneur, 2012, párr. 2)*

La euforia por las mascotas es tal que Grupo Colombiano de Seguros (GCX) presentó un plan denominado MediPet. El objetivo es proteger a las mascotas (perros y gatos) de accidentes comunes como atropellamiento, peleas e ingesta de cuerpos extraños. El seguro va de \$100.000 anuales a \$1'500.000.

El mercado de nuevos productos y servicios especialmente diseñados para mascotas es una excelente oportunidad para iniciar en el mercado. Con casas para perros y gatos innovadoras, a precios bajos.

*El valor agregado de los productos radicará en el nivel de personalización que se logra imprimir a los diseños. Estas piezas serán las que más ingresos generen, pues puedes colocarlas hasta en \$500.000 aproximadamente (para perros de razas pequeña-mediana y grande). El flujo de efectivo se obtendrá de la fabricación de casas sencillas que se pueden comercializar en veterinarias y tiendas de autoservicio. (Petfoodlatinoamerica, 2017, párr. 1)*

*En Colombia desde hace tiempo los perros y gatos dejaron de ser vistos como animales para convertirse en parte de la familia. Esto ha quedado evidenciado en el estudio realizado por Euromonitor, agencia líder en estudios de mercado a nivel mundial. De acuerdo a esta información, en Colombia se ha presentado un*

*crecimiento sostenido en la venta de productos para mascotas. Se estima que continúe en incremento hasta 2021. (Petfoodlatinoamerica, 2017, párr. 2)*

### **¿Qué lugar ocupa Colombia en la industria en Latinoamérica?**

Esta tendencia ha sido uniforme en Latinoamérica. Actualmente Brasil lidera la región, seguido por México, Chile y Colombia, ubicado en cuarto lugar. Esto es indicador del creciente interés en América Latina por el cuidado y el bienestar de las mascotas, lo cual representa una gran oportunidad para la industria. Emily Woon, analista de Euromonitor, declaró que: “América Latina ha sido, sin duda, la actriz estelar en el mercado global del cuidado de las mascotas”.

## **2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR**

*“El amor hacia los animales es cada vez más evidente. Basta tan sólo comprobar que en Colombia ya existen 20 millones de mascotas y que seis de cada diez hogares posee al menos una, de acuerdo con el censo difundido por la Asociación Colombiana de Veterinarios de Animales de Compañía (ACVAC), con datos actualizados a 2016”. (Prieto, 2017, párr. 1)*

Perros, gatos, pájaros, peces y cada vez más animales exóticos llenan las casas, a pesar de que sus cuidados pueden ser realmente costosos (2.600.000 pesos aproximadamente al año en el caso de los canes, según dicha institución). Un desembolso que muchos realizan encantados para ese “miembro” más de la familia. Y un montaje que resulta aún mayor si, como es el caso, sus cuidados no se limita a la típica alimentación, limpieza y cuidados médicos estándar. “Somos cada vez más los que vemos a nuestros perros y gatos como miembros de la familia por lo que, con razón, queremos sólo lo mejor para ellos”, señalan Magda Kayali y Raúl Zamorano, fundadores de Puromenu, negocio de comida fresca para animales. (Prieto, 2017)

Esta es una evolución que también se ve en el tipo de negocios. Hace décadas apenas se acudía al veterinario si no era porque se quería castrar a la mascota o porque el animal de granja tuviese una dolencia realmente grave que le impidiese producir. En la actualidad se acude con más frecuencia a estos centros veterinarios, se cuidan aspectos específicos de los animales (pelaje, pezuñas, dentadura, entre otros) e incluso se atienden trastornos de conductas, como hace la etología, una rama médica que permite “convivir en armonía en nuestra sociedad con otras especies domésticas, como el perro y el gato, respetando su bienestar desde el estudio del comportamiento normal y la modificación del problemático”.

Igual ocurre con el resto de negocios: las residencias de mascotas ya no son meras guarderías donde asignarles mientras nos vamos de vacaciones, sino auténticos hoteles con piscina y calefacción; la tienda de alimentación no sólo se limita a vender comida procesada, sino que tiene multitud de alternativas que tienen en cuenta incluso las dolencias del perro (sin gluten, alergias, etc.). Incluso las peluquerías (hace décadas impensables) ya no se limitan a rasurar el pelo de los animales para que estén frescos en verano, sino que hacen todo tipo de diseños capilares e incluso tiñen a los animales.

## **2.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO**

La estructura del mercado permite determina la dinámica del sector doméstico, desde su crecimiento y declive, con la finalidad de cuantificar la proyección de la demanda, clientes, oferta y competidores. Con el fin de establecer estrategias de marketing mix efectivas para el sector.

**2.2.1 Análisis de la demanda.** Con el fin de establecer la demanda de la empresa de casas para mascotas a base de llantas usadas es necesario determinar el mercado objetivo de la empresa; el cual es el grupo específico al que están diseñadas las estrategias de la empresa, con el fin de generar un fidelización de clientes y generar utilidades positivas por medio de las estrategias de marketing mix.

Cuadro 2. Mercados de la empresa de casas para mascotas

<b>CASA CONFORT DEMANDA</b>		
<b>Mercado Global</b>	<b>Mercado Potencial</b>	<b>Mercado Objetivo</b>
895.928	796.808	445.987
Total de caninos y felinos en la ciudad Santiago de Cali	Canicos y felinos que residen en hogares caleños	Feinos y canicos de hogares de estratos economicos 3, 4, 5 y 6 de la ciudad de Cali

Fuente: Autores

El cuadro anterior, brinda información detallada de los diferentes tipos de mercado de la empresa, con el fin de establecer una proyección en el mercado que proporcione un posicionamiento en el sector con una tasa de participación representativa para la competencia y el público sin atender.

El mercado global son todas aquellas mascotas registradas en la ciudad Santiago de Cali según proyecciones de FENALCO con un total de 895.928 caninos y felinos; el mercado potencial son todas las mascotas que residen en un hogar caleño las cuales son 796.808 y para terminar el mercado al cual están dirigido el plan de mercadeo son los felinos y caninos de la comuna 17, especialmente estratos económicos 3, 4, 5 y 6.



Con base a lo anterior, la empresa tiene como objetivo generar una captación de 445.987 clientes en la comuna 17 de los cuales son todos aquellos que residen a los alrededores del parque del ingenio y realizan actividades deportivas con sus respectivas mascotas.

Una vez establecido el mercado objetivo de la empresa, es necesario determinar la participación de este frente a la capacidad de producción con la necesidad de determinar la participación en el mercado.

Cuadro 3. Tasa de participación en el mercado de la empresa

<b>Participación en el mercado</b>	<b>Porcentaje de participacion</b>
Participacion del mercado objetivo frente al mercado global	88,94%
Capacidad instalada anual según maquinaria por los 2 empleados de producción de casas de mascotas	900
Tasa de participación de casas de mascotas en Santiago de Cali	0,20%
Participacion de casas de mascotas a nivel global	0,10%

Fuente: Autores

El cuadro anterior determina la participación del mercado de la empresa casas para mascotas a base de llantas usadas en un 0,20%, es decir que de cada 100 ciudadanos que poseen mascotas en el sector de la comuna 17, la empresa tendrá 20 clientes que adquieren los productos de la empresa.

Cuadro 4. Proyección de la demanda

PRECISIÓN DE LA DEMANDA DE COLLARES PARA CASAS DE MASCOTAS						
ANÁLISIS			PENETRACIÓN DE MERCADO			
Tipo de Cliente	Mercado objetivo	Tasa de Participación	Año	Mensual	participacion de perdida	cantidad a vender
Casas para mascotas	445.987	0,20%	900	75	50%	38

Fuente: Autores

Los cuadros anteriores proporcionan información requerida para establecer la proyección de la demanda el cual es el total del mercado objetivo y tasa de participación y esto brinda como resultado una producción de 900 unidades anuales y 75 mensuales. Debido que la empresa es nueva en el mercado y no posee trayectoria en la cual se halle una recordación de marca y reconocimiento de esta, se genera una participación de pérdida del 50% lo cual brinda una cantidad a vender de 38 unidades mensuales en el mercado de la comuna 17 de Santiago de Cali.

**2.2.2 Análisis de la oferta.** Según cifras de FENALCO, uno de cada tres hogares en Colombia, cuenta con una mascota al interior de su hogar. En los últimos meses, los datos optimistas con los que contaba el mercado de venta de mascotas, si bien, han sufrido alguna desaceleración, entre otros factores, por las fuertes y exitosas campañas de adopción de animales, es un mercado que anualmente ha venido arrojando un crecimiento del 13% y se estima que su comportamiento continúe así, por lo menos, hasta el año 2021.

Es que no podíamos dejar de tocar un tema que, según FENALCO, genera tantos sentimientos de satisfacción, para la tercera parte de las familias colombianas y de incomodidad para otros que describen como “extraños” algunos comportamientos de estos dueños, los cuales, según los críticos, “han llegado a humanizar sus mascotas al punto de tratarlos como hijos”.

Es evidente el rompimiento que las nuevas generaciones están realizando a los cánones tradicionales de familia, educación, consumo de bienes e imaginario de éxito, donde, la presencia de mascotas al interior de los hogares, está cada vez más lejos de ser una moda, por ello es necesario advertir que esta tendencia ha llegado para quedarse.

Para el año 2016, se estimó que el sostenimiento de una mascota representaba alrededor del 12% del presupuesto familiar, basados en una media de 300 mil pesos en comida, 100 mil pesos en servicio médico, 450 mil en peluquería y SPA; lo anterior sin contar con gastos de hotelería, guardería y servicios funerarios que también deben tenerse en cuenta a la hora de adquirir una mascota.

Las anteriores cifras superaban, en algunos casos, gastos comunes como la compra de zapatos y cigarrillos e igualaban, en otros casos, ítems como la recreación familiar. En materia global, este gasto representó para Colombia, en 2016, un mercado con transacciones de más de un billón de pesos y se estima para 2021, transacciones alrededor de 1.4 billones.

Otro de los datos encontrados en el mercado, es que el mayor número de mascotas se encuentra en los hogares de estrato 2, lo que traslada a los competidores, al interior de este mercado, la necesidad de diferenciarse vía precios, debido a que estos productos son elásticos para este segmento de mercado.

### **2.3 CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO**

La empresa de casas para mascotas domesticas a base de llantas usadas diseña, fabrica y comercializa productos sobre medidas, de acuerdo a los requerimientos de nuestros clientes. Se diseñan de acuerdo a la raza, peso y estatura de la mascota doméstica. Manejamos múltiples colores. Es un material que no se pudre ni se corroe, nunca pierde su color.

## **Beneficios de las casas para mascotas a base de llantas usadas.**

- Permite obtener mayor cantidad de ahorro de dinero, los productos de la empresa brindan una garantía de 20 años contra corrosión, pudrición y oxidación; por lo tanto el producto tendrá una calidad incomparable por años.
- La empresa brinda una garantía por defectos de fabricación, con el fin de generar mayor credibilidad al cliente en su compra.
- La fabricación de casas para mascotas a base de llantas usadas es realizada de acuerdo a las necesidades del propietario y su mascota. Con el fin, ahorrar tiempo y dinero.
- Las casas para mascotas son resistentes a los químicos, ácidos y cloros.
- Son resistentes al impacto, no correrá el riesgo de que si la casa es golpeada fuertemente se le valla a romper, fisurar, pandear o desmoronar por ser goma.
- El cliente no tendrá que sufrir con olores tóxicos ni de mal gusto, porque las casas para mascotas están aptas para la intemperie y no generan ni hongos, ni bacterias, ni malos olores, incluyendo el olor de la orina.
- Las casas son más livianas que las convencionales, por lo tanto le facilitan su manipulación y transporte.
- Genera ahorro en mantenimiento, ya que las casas de caucho no necesitan de anticorrosivos, inmunizantes de pinturas o cambios periódicos, por lo tanto es un costo de beneficio para el cliente de la empresa.
- Son muy fáciles de limpiar sin utilizar herramientas o cualquier químico para lavar, simplemente con agua fácilmente se limpian y quedan como nuevas. Las casas son antiadherentes ante cualquier tipo de producto, mezcla, alimento u otro elemento.
- Son resistentes a los rayos ultra violeta con base a la NORMA NTC 4539, estando a la intemperie y a los rayos solares no pierden su color.
- Son anti chispa, pues tienen retardante de llama ideal para trabajos petroleros, eléctricos, industriales, y en caso de incendio no generan más fuego.

**2.3.1 Clientes.** Los clientes de la empresa de casa para mascotas a base de llantas usadas, son todos aquellos propietarios de perros y gatos sin importar la raza y tamaño de la mascota, que desean adquirir los productos de la empresa por el bienestar de estos y reducir los de agentes contaminación en el medio ambiente. Especialmente los clientes son todos los propietarios de mascotas de la comuna 17 de la ciudad de Santiago de Cali, la cual cuenta con 19 urbanizaciones y un aproximado según el departamento de planeación de la Alcaldía de Cali de 53.983 predios construidos, lo cual representa que seis de cada diez hogares posee al menos una mascota. Es decir, la comuna 17 cuenta con aproximadamente 8.997 caninos o felinos, los cuales están distribuidos en una estratificación 2, 3, 4, 5 y 6. Además son todos aquellos clientes que pueden acceder al valor presupuestado por los diferentes productos de la empresa. A continuación se describe la segmentación geográfica y demográfica de los clientes de la empresa.

Cuadro 5. Segmentación geográfica y demográfica de los clientes de la empresa

<b>Descripción del cliente</b>	
<p><b>Segmentación geográfica.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Región: Sur occidente Colombiano</li> <li>• Ciudad Santiago de Cali</li> <li>• Tamaño de la población: 2.244.639,</li> <li>• Clima: Tropical.</li> <li>• Zona: Urbana.</li> </ul>	<p><b>Segmentación demográfica.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Edad: de los 18 a los 59 años.</li> <li>• Sexo: Masculino o Femenino</li> <li>• Estado civil: N/A</li> <li>• Educación: Bachillerato en adelante</li> <li>• Ocupación: Estudiantes, Profesionales, trabajadoras.</li> <li>• Ingresos: 2 smlv en adelante.</li> <li>• Clase social: 1- 2 - 3 - 4 - 5 - 6</li> </ul>

Fuente: Autores

**2.3.2 Competencia.** La competencia directa de la empresa productora de casas para mascotas a base de llantas usadas no está situada en la ciudad de Santiago de Cali, posee su sede principal en la ciudad de Bogotá y su propia distribución para sus productos en el mercado. Se presentan a continuación.

#### **Fabricación de casas plásticas para tu mascota Mader-plast.**

Es una empresa dedicada al diseño, fabricación y comercialización de productos plásticos (PP) de alta calidad, brindando soluciones a las necesidades específicas, conservando y protegiendo el medio ambiente. Productos para el sector de construcción, ingeniería y arquitectura. (Maderplas, 2018, p. 1)

#### **Beneficios de sus productos.**

- *Piroresistencia. Resisten a fuegos ocasionales, quemas de prados y flameados, ya que contienen un retardante de llama.*
- *Resistencia al Impacto. Más resistentes que la madera vegetal, el concreto y otros. Ideales para el trabajo duro porque son elaborados en plástico de alto impacto reforzado con fibra.*
- *Antiadherentes. No se les pega nada, fáciles de lavar y desinfectar. No se manchan. Tienen un componente antiadherente que evita que se les pegue incluso cualquier pegante.*
- *Más Livianos. Son fáciles de instalar y trabajar. Generan menos peso muerto porque pesan menos que la madera vegetal, el concreto, el acero y el aluminio.*
- *Aislantes térmicos, acústicos y eléctricos. Por su tecnología PEP (Piel-Espuma-Piel), son como un termo que los convierte en una barrera que disminuye considerablemente el frío, el calor, el ruido y no transmite corrientes eléctricas.*
- *Inmunes de por vida. Inmunes de por vida a roedores, hongos, bacterias, insectos y humedad. No se descomponen porque son elaborados en plástico de alto impacto reforzado con fibra, material inerte e inmune por nuestra formulación química.*

- *Impermeables y no se oxidan. No se pudren ni se oxidan. Son resistentes a ácidos y disolventes. Ideales en zonas húmedas, salinas, fangosas y debajo del mar, porque no generan óxido ni almacenan humedad.*
- *Cero mantenimientos. Su color es de por vida, no necesita pelar, raspar, aplicar anticorrosivos o bases, inmunizar, sellar, lacar ni asfaltar. Su color es definido y garantizado.*
- *Únicos con garantía. Tienen garantía por más de 15 años en condiciones normales de uso y su vida útil está estimada en 150 años.*
- *Linda estética. Valoriza su propiedad por su presentación y acabado.*
- *Removibles y reutilizables. Por su flexibilidad y resistencia al alto impacto permite remover, cambiar, reutilizar y rediseñar cuantas veces usted desee.*
- *Memoria plástica. Poseen memoria plástica que los hace recobrar su forma original después de haber sido sometidos a presiones, impactos y o curvaturas. Se pueden utilizar como templete haciendo las veces de un caucho para mantener tensionadas y firmes las estructuras.*
- *Higiénicos. No reciben ni almacenan agentes fitosanitarios, bacterias, hongos ni plagas. Por ser un material inerte, evita la transmisión de enfermedades y plagas. Cumple con las normas FDA para estar en contacto directo con medicamentos y alimentos.*
- *Ecológicos. Sustituto 100% de la madera vegetal, que es una especie en vía de extinción, evitando la tala de bosques y el deterioro del hábitat mundial.*
- *Bajo costo. Posee la mejor relación precio-beneficio cuando se evalúa su duración, facilidad y acabados versus costo. (Maderplas, 2018, p. 3)*

### **Ubicación y medios de comunicación.**

Atención inmediata teléfono: 334 1887 / 300 223 0006 / 320 334 1887 / +57-1 485 55 55 Ext: 216 Bogotá

- [atenciondirecta@maderplast.com](mailto:atenciondirecta@maderplast.com)
- [ventas@maderplast.com](mailto:ventas@maderplast.com)

- [comerciodigital@maderplast.com](mailto:comerciodigital@maderplast.com)

## 2.4 PLAN DE MERCADEO

Son todas aquellas estrategias de mercado planteadas por la empresa de casas para mascotas domesticas a base de llantas usadas que les permita alcanzar la demanda y obtener una ganancia debido a su actividad comercial. Por medio, de diferentes estrategias de marketing mix innovadoras que proporcionan reconocimiento de marca e impulso en el mercado con casas cómodas, de calidad y confortables para las mascotas.

**2.4.1 Estrategia de precios.** La empresa de casas para mascotas a base de llantas usadas determina el precio de venta de su portafolio de productos en el mercado debido al costo de materia prima, mano de obra requerida y costos indirectos de fabricación (CIF). Con el fin, de generar un rentabilidad y un producto competitivo en el mercado.

Tabla 1. Costo, marguen y precio de venta

PRODUCTOS	COSTO	MARGEN	PRECIO DE VENTA
CASA MASCOTA CLASICO	139.154	98%	275.526
CASA MASCOTA RUSTICO	145.564	98%	288.216
CASA MASCOTA CONTEMPORANEO	112.270	98%	222.295
CASA MASCOTA LOTF	107.893	98%	213.629
CASA MASCOTA INFANTILES	110.050	98%	217.899

Fuente: Autores

El precio determinado en la tabla anterior según su margen de ganancia es más bajo que el de la competencia que utiliza productos a base de madera y metal y sus costos están oscilando entre 350.000 y 420.000 según el tamaño de la mascota y los materiales utilizados. A continuación se presenta el precio según la proyección a 5 años con la inflación macroeconómica del Banco de la República.



Tabla 2. Precio de venta a 5 años de proyección

PRODUCTO	PRECIOS DE VENTA				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CASA MASCOTA CLASICO	275.526	296.465	316.625	335.623	353.075
CASA MASCOTA RUSTICO	288.216	310.121	331.209	351.082	369.338
CASA MASCOTA CONTEMPORANEO	222.295	239.189	255.454	270.781	284.862
CASA MASCOTA LOTF	213.629	229.865	245.496	260.225	273.757
CASA MASCOTA INFANTILES	217.899	234.459	250.403	265.427	279.229

Fuente: Autores

**2.4.2 Estrategia de venta.** La empresa casas para mascotas a base de llantas usadas cuenta como medio distintivo frente a su competencia con un logo que le permite diferencia sus productos a base de goma de llanta con los tradicionales a madera y metal, con fin de generar recordación a los diferentes clientes que vean los productos del portafolio de la empresa en el mercado.

Grafico 1. Logo Casa Confort S.A.S.



Fuente: Autores

Debido que la empresa está ubicada a cercanía del parque del ingenio donde las personas asistente frecuentemente a realizar deporte con sus mascotas, se plantea realizar casas estándares y promocionarlas para las diferentes mascotas con un valor muy mínimo de alquiler con el fin, de hidratar y darles un apropiado descanso a las mascotas después de una jornada deportiva.

Por otra parte la empresa realizara jornada de volanteo, perifoneo y tarjetas promocionales con vales de descuento; con el fin, de impulsar el producto en el mercado y desempeñar una publicidad del producto al mercado.

Se realizara diferentes eventos deportivos mensuales en los cuales los clientes de la empresa puedan interactuar con sus mascotas con el fin de proporcionar una relación comercial con estos y establecer futuras compras de diferentes productos o accesorios a ofertar en el futuro, con diseños innovadores y descuentos promocionales únicos.

**2.4.3 Estrategia promocional.** La empresa brindara a sus diferentes clientes la forma de adquirir el portafolio de productos de la empresa de forma flexible, en contado, credi-contado (2 cuotas quincenales) y crédito a 45 días (3 cuotas quincenales). Esto con el fin, de generar una facilidad y capturar mayor cantidad de clientes en el mercado. El pago de contado brindara un descuento de hasta el 20% de su valor total, el credi-contado con un descuento del 5% y el crédito contara con un recargo hasta el 10% de valor total. Con el fin de negociar el descuento y brindarle mayor facilidad a los clientes de adquirir el producto de la empresa.

La empresa Casa Confort S.A.S. brindará un asesoramiento en los modelos requeridos según el tipo de mascota con diseños y sus diferentes características como en este caso peso, tamaño, edad, entre otros. Con el fin. De elaborar un producto al cliente más apropiado para su mascota. Por otra parte, contara con un programa 3D que proporcionara el diseño según los requerimientos del propietario del animal doméstico en colores, tamaño y forma.

Lo anterior, con el fin de brindar un modelo único personalizado y ajustado a la medida de cada una de las mascotas y necesidades de los clientes, con precios asequibles y descuentos hasta del 20% por el pago de contado.

**2.4.4 Estrategia de distribución.** La empresa Casa Confort S.A.S. por ser productora de bienes, contara con una distribución directa sin costo adicional al cliente, con el fin de garantizar el buen estado del producto y reducir su valor en la cadena de distribución del mercado.

**2.4.5 Política de servicios.** Para la empresa Casa Confort los clientes y la comodidad de sus mascotas es lo más importante, debido a que todas las recomendaciones, inquietudes y objeciones son evaluadas con el fin de mejorar en el servicio y producto de la empresa. Garantizando un bienestar para las mascotas y sus propietarios satisfechos por los productos de calidad ofertados en el mercado, brindando la posibilidad de generar diferentes canales de comunicación con estos con el fin de optimizar procesos y disminuir canales de comunicación innecesarios.

Cuadro 6. Canales de atención de la empresa Casa Confort

- Página de la empresa en la web [www.casa-confort.com](http://www.casa-confort.com)
- Enlaces de la empresa en la diferentes redes sociales donde se brinda publicidad como Facebook, Twitter, Instagram, Space, entre otras.
- Vía telefónica donde será radica por un asesor comercial, el cual si puede brindar la solución pertinente en el preciso momento.
- El local comercial cuenta con un buzón de sugerencias que le permite recibir las opiniones de los clientes y empleados.

Fuente: Autores

Una vez determinado los diferentes canales de atención al cliente a sus recomendaciones, solicitudes, quejas y reclamos. La empresa brinda una política de servicio de garantía de sus productos por fabricación y costura de 6 meses, lo cual el cliente notificara la imperfección y este será recogido para su respectiva evaluación y reparación inmediata. Con el fin, de generar relaciones comerciales duraderas la empresa, deben escuchar los requerimientos solicitados por el consumidor y dar prontas soluciones a tiempo con calidad y coherencia.

**2.4.6 Tácticas de venta.** La empresa Casa Confort S.A.S. posee su propia fuerza de venta con el fin de promocionar sus diferentes productos en el mercado, la parte comercial estará trabajando de la mano con la administración con el fin de garantizar el logro de las metas planteadas por medio de diferentes descuentos, promociones y eventos que brinden la captación de clientes en el mercado. Por otra parte, el área comercial contara con diferentes productos estándares y catálogos los cuales le brindara un amplio portafolio de productos en el mercado, que le permita ser más atractivo a los clientes.

La fuerza de venta de la empresa cuenta con un programa que le permite simular diferentes diseños de la empresa en 3D según la personalización de los clientes con el fin de generar un mejor servicio y brindar una ayuda interactiva al cliente de lo solicitado, esto con el fin de promover las ventas y los logros planteados.

La fuerza de venta una vez alcanzado las metas planteadas obtendrá bonificaciones que incentiven el trabajo y promueva el desempeño logrado, trabajo en equipo y cumplimiento de metas personales.

## 3 ESTUDIO TÉCNICO

### 3.1 INTRODUCCIÓN

El estudio técnico es el estudio requerido para definir el proceso de producción de las casas para mascotas a base de llantas usadas en el mercado, como su ingeniería de producción, costos unitarios de fabricación, maquinaria requerida, diagramas de procesos a ejecución, localización y proyección del tamaño del proyecto, con el fin de establecer los alcances y determinar el posicionamiento del mercado alcanzar a una proyección de 5 años. Sacando la mayor rentabilidad según la ubicación para sus proveedores y clientes potenciales.

### 3.2 INGENIERÍA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto permite determinar las características de los productos ofertados en el mercado por parte de la empresa, de igual forma, brinda una breve descripción de los diagramas y planes desarrollo que permitan ejecutar funciones dentro de la estructura organizacional. Esta también permite determinar la maquinaria más apropiada para la ejecución de actividades y establecer la cantidad de materia prima e insumos según la proyección de la demanda en el mercado.

**3.2.1 Producto.** La empresa de producción de casas para mascotas domesticas a base de llantas usadas, proporciona al mercado soluciones prácticas a un problema de contaminación generado por el desperdicio del caucho, elaborando producto innovadores con bajos costos de productividad, acogedores, cómodos y frescos para sus mascotas que les permita un descanso apropiado.

La empresa brinda a sus clientes un producto de alta calidad y competitivo en el mercado frente a sus diferentes productos sustitutos, con la impulsión de su propia

marca y estrategias de marketing mix que permitan conseguir los resultados esperados.

Tabla 3. Costo de los productos de la empresa

<b>CASA CLASICO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>MATERIA PRIMA</b>	
Llantas Usadas	7.000
Telas Mts	29.800
Plastilina Kg	3.600
Relleno Kg	8.600
Tornillos	900
Piezas de madera	24.300
Pegamento Lts	3.420
Pintura Lts	9.600
<b>TOTAL MATERIA PRIMA</b>	<b>87.220</b>
<b>Mano de obra directa * Min. 240</b>	<b>42.491</b>
<b>CIF</b>	<b>9.444</b>
<b>TOTAL</b>	<b>139.154</b>

<b>CASA CONTEMPORANEO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>MATERIA PRIMA</b>	
Llantas Usadas	7.000
Plastilina Kg	3.600
Telas Mts	29.800
Espuma Kg	2.800
Tornillos	900
Pegamento Lts	3.420
Piola Mts	560
Pintura Lts	9.600
<b>TOTAL MATERIA PRIMA</b>	<b>57.680</b>
<b>Mano de obra directa * Min. 255</b>	<b>45.146</b>
<b>CIF</b>	<b>9.444</b>
<b>TOTAL</b>	<b>112.270</b>

<b>CASA RUSTICOS</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>MATERIA PRIMA</b>	
Llantas Usadas	7.000
Plastilina Kg	3.600
Cuero Mts	65.700
Tornillos	900
Relleno Kg	8.600
Pintura Lts	9.600
<b>TOTAL MATERIA PRIMA</b>	<b>95.400</b>
<b>Mano de obra directa * Min. 230</b>	<b>40.720</b>
<b>CIF</b>	<b>9.444</b>
<b>TOTAL</b>	<b>145.564</b>

<b>CASA LOFT</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>MATERIA PRIMA</b>	
Llantas Usadas	7.000
Plastilina Kg	3.600
Telas Mts	29.800
Tornillos	900
Relleno Kg	8.600
Pintura Lts	9.600
<b>TOTAL MATERIA PRIMA</b>	<b>59.500</b>
<b>Mano de obra directa * Min. 220</b>	<b>38.950</b>
<b>CIF</b>	<b>9.444</b>
<b>TOTAL</b>	<b>107.893</b>

<b>CASA INFANTILES</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>MATERIA PRIMA</b>	
Llantas Usadas	7.000
Plastilina Kg	3.600
Telas Mts	29.800
Espuma Kg	2.800
Tornillos	900
Naylon Mts	1.200
Piola Mts	560
Pintura Lts	9.600
<b>TOTAL MATERIA PRIMA</b>	<b>55.460</b>
<b>Mano de obra directa * Min. 255</b>	<b>45.146</b>
<b>CIF</b>	<b>9.444</b>
<b>TOTAL</b>	<b>110.050</b>

Fuente: Autores

### **3.2.2 Metodología para el estudio de la ingeniería del proyecto.** La

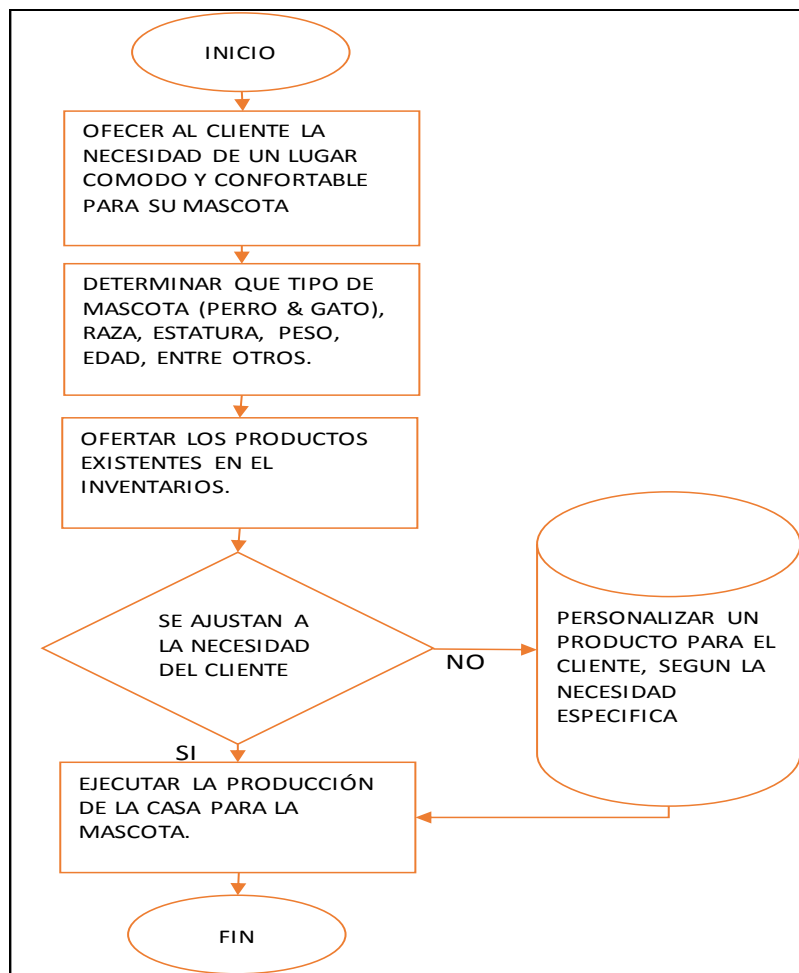
empresa casas de mascotas domesticas a base de llantas usadas posee como objetivo en el mercado, proporcionar confort a los diferentes caninos y felinos de los clientes. Con un modelo de negocio innovador, debido que proporciona al medio ambiente una reducción de agentes contaminantes como el caucho y sus componentes en el mercado, con la elaboración de sus diferentes productos personalizados. Brindando diseños creativos conforme a la necesidad del cliente y tecnología de punta que le permita desarrollar productos de calidad y duraderos en el mercado.

La empresa Casa Confort S.A.S. está ubicada en la ciudad Santiago de Cali, especialmente en la comuna 17 en el barrio Ingenio I, la cual cuenta con una estratificación 5 en el sector y posee el parque con mayor zona verde de la ciudad. Este sector brinda la posibilidad de ofertar los diferentes diseños de la empresa en público, debido a sus amplias zonas verdes, vías principales, zonas de comidas y espacios de recreación física, el tránsito de usuarios es constante y el acompañamiento de estos con sus mascotas igual.

La empresa Casa Confort S.A.S. determina la ubicación en este sector, debido principalmente a su reconocimiento en el mercado caleño y debido que la comuna 17, cuenta con la mayor cantidad de mascotas felinas y canicas de la ciudad y grandes zonas verdes.

**3.2.3 Diagramas y planes de desarrollo.** Los diagramas y planes de desarrollo determinara la ejecución de actividades de la empresa en sus diferentes áreas. A continuación se presenta el diagrama de atención de los clientes de la empresa en el local comercial.

Figura 1. Diagrama de atención al cliente

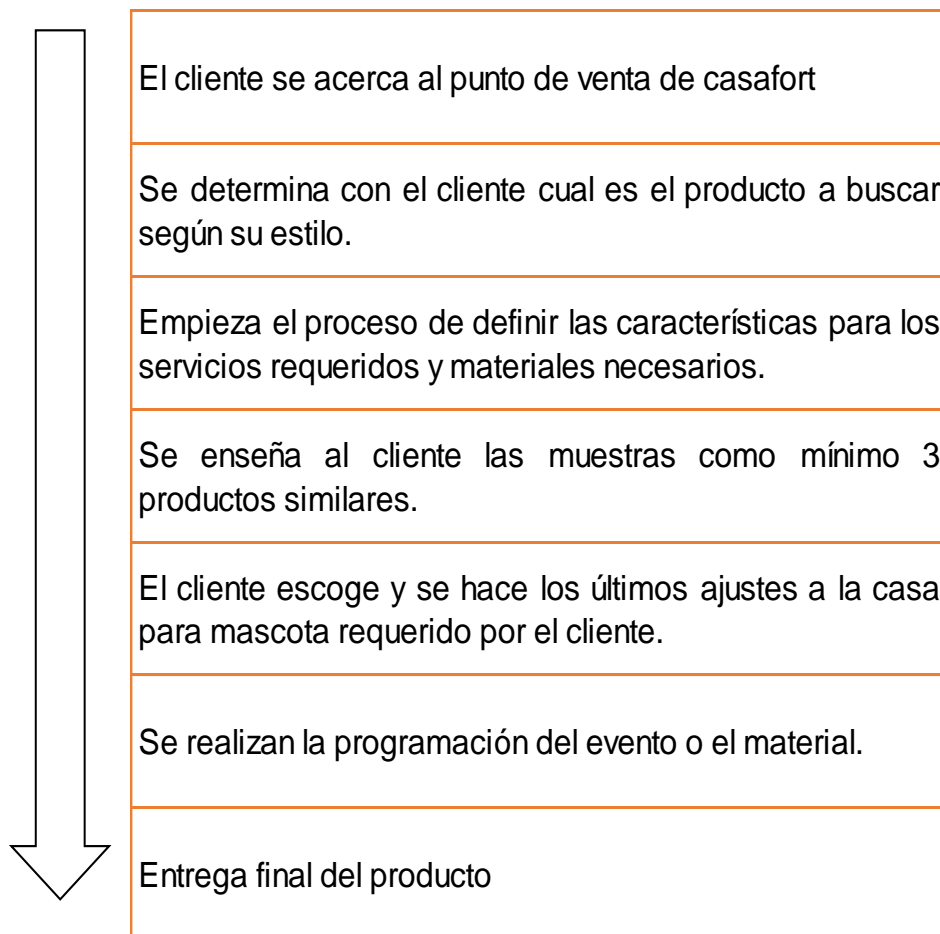


Fuente: Autores



El diagrama de atención al cliente presentado anteriormente, determina por parte de la empresa la necesidad del cliente frente a los productos ofertados en el mercado y brinda información sobre los propietarios de mascotas, en su tipo de canino o felino, raza, tamaño, edad entre otras. Con el fin, de generar un producto agradable para estos y cómodo a su vez, con una personalización determinada con por el cliente final.

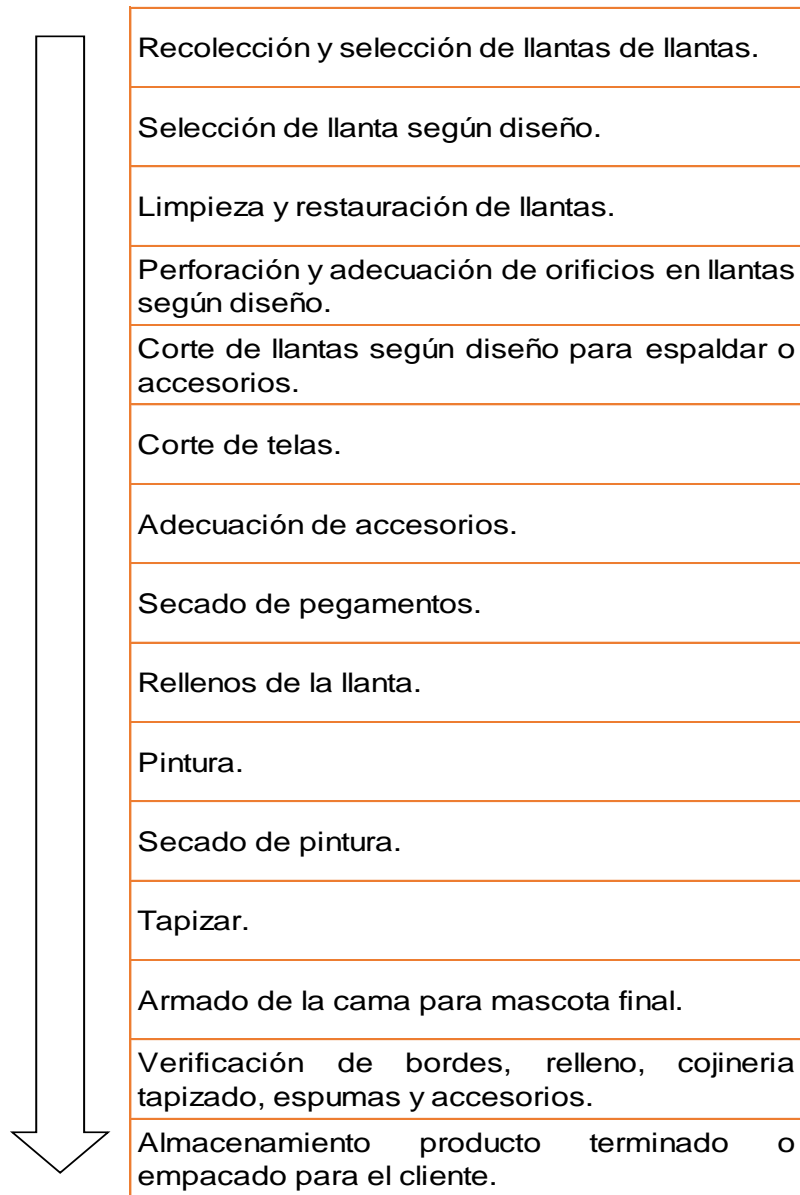
Figura 2. Diagrama de actividades de venta



Fuente: Autores

Una vez determinada la atención al cliente se determina el paso a seguir que es la venta requerida, con el fin de captar al cliente y ejecutar la actividad de producción del producto y entrega final de este al cliente final de este.

Figura 3. Diagrama de actividades para producción



Fuente: Autores

El diagrama anterior proporciona el paso a paso de actividades de producción de los operarios para los diferentes productos estándares de la empresa y personalizados según el criterio del cliente.

**3.2.4 Tecnología y selección del equipo.** Con el fin de determinar la tecnología más apropiada para la ejecución de actividades comerciales, la empresa Casa Confort presenta sus activos fijos adquiridos en el mercado con sus respectivas características.

**Activos fijos**

- Muebles y enseres
- Equipos de cómputo y comunicación
- Maquinaria y equipo

A continuación se presenta cada uno de los componentes de los activos fijos de la empresa.

Tabla 4. Composición de los muebles y enseres

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
escritorios	2	90.000	180.000
sillas	2	50.000	100.000
mesas triplex de trabajo 2 mts x 1 mts	2	80.000	160.000
<b>TOTAL CASA S Y ENSERES</b>			<b>440.000</b>

Fuente: Autores

Imagen 1. Escritorio



Fuente: (Encrypted, 2018, fig. 1)

- Escritorio con superficie curva, pasa cables plástico, puerta, cajón con correderas metálicas y manijas metálicas de 128mm.
- Aglomerado de madera con recubrimiento melamínico confort.

Imagen 2. Sillas



Fuente: (Blogspot, 2018, fig. 2)

- Silla de oficina sin reposabrazos.
- Material: Tela, Madera, Espuma, Plástico y Metal.
- Peso que soporta: 80 Kg.
- Alto de la silla: 85 cm (Expandible hasta 97 cm).

Imagen 3. Mesas triples de trabajo 2 Mts x 1 Mts



Fuente: (Encrypted, 2018. Fig. 3)

- Mesa triples con superficie plana, base de soporte metálica de 120mm.
- Color vagué.

Tabla 5. Composición de equipos de cómputo y comunicación

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>EQUIPOS DE CÓMPUTO Y COMUNICACIÓN</b>			
computadores	2	750.000	1.500.000
impresoras multifuncional	1	150.000	150.000
Celular	1	60.000	60.000
<b>TOTAL EQUIPOS DE CÓMPUTO Y COMUNICACIÓN</b>			<b>1.710.000</b>

Fuente: Autores

Imagen 4. Computadores



Fuente: (Encrypted, 2018, fig. 4)

- Procesador: Intel Core i5.
- Sistema Operativo: Windows 10 Pro 64.
- Memoria RAM: 4GB.
- Disco Duro: 1TB.
- Pantalla: 14".

Imagen 5. Impresora multifuncional



Fuente: (Mlstatic, 2018, fig. 5)

- Marca Epson.
- Referencia L395.
- Tipo De Impresión Inyección.
- Funciones Copiadora, Escáner, Fotocopiadora, Impresora.
- Velocidad De Impresión Negro: 33ppm.
- Color: 15 ppm.
- Velocidad Escáner 00 Páginas Por Minuto.
- Resolución De Impresión 5.760 X1.4.
- Resolución Del Escáner 48 Bits 1.200 X 2.400 Dpi.
- Conectividad USB 2.0, WIFI.

Imagen 6. Celular



Fuente: (Encrypted, 2018, fig. 6)

- Pantalla: 5"
- Cámara Trasera: 5 MP
- Cámara Frontal: 2 MP
- Procesador: Quad Core 1,1 Ghz
- Batería: 2300 mAh
- Memoria Interna: 8 GB
- RED: 3G

Tabla 6. Composición de maquinaria y equipo

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			
cepillo manual	1	30.000	30.000
sierra circular semi-automatica	1	190.000	190.000
sierra de cinta o sinfín	1	310.000	310.000
lijadora de banda	1	122.000	122.000
taladro	2	85.000	170.000
pistola de pintura electrica	1	136.800	136.800
ruteadora	1	198.000	198.000
planeadora	1	1.500.000	1.500.000
compresor	1	520.000	520.000
sierra caladora	1	89.000	89.000
maquina de coser	1	940.000	940.000
trompo carpinteria	1	1.900.000	1.900.000
<b>TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			<b>6.105.800</b>
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>			<b>8.255.800</b>

Fuente: Autores

Imagen 7. Cepillo manual



Fuente: (Encrypted, 2018, fig. 7)

- Cepillo manual spauser 10"
- Cepillo manual para el acabado de piezas en madera.
- Usado por artesanos para tallado y desbaste de instrumentos, mangos, manillas, sillas, patas de muebles, respaldos, filo de corte regulable, cuerpo en acero fundido.

Imagen 8. Sierra circular semiautomática



Fuente: (Rotopino, 2018, fig. 8)

- Sierra circular Bosch GKS 190
- Un disco de 24 dientes (esto puede cambiar)
- Llave Allen para el cambio de hoja
- Manual y garantía
- En algunos paquetes se incluye la guía lateral
- Se desconoce si el modelo incluye estuche de plástico o accesorio para conectar la aspiradora.

Imagen 9. Sierra de cinta



Fuente: (Boia, 2018, fig. 9)

- Sierra de cinta de 95'' cm de largo, en acero inoxidable y tope para ajustar el espesor de corte, capacidad de corte 2,9 cm de ancho y 35 cm de altura.



Imagen 10. Lijadora de banda



Fuente: (Casamarcus, 2018, fig. 10)

- La velocidad de banda se puede ajustar para lijar en una amplia variedad de materiales.
- Compacta y de peso ligero (de sólo 2,1kg).
- Empuñadura lateral con multiposiciones para una fácil y confortable operación.
- Botón para trabajo continuo.

Imagen 11. Taladro



Fuente: (Rackcdn, 2018, fig. 11)

- Motor de 550 W. Compacto y robusto. Dos en uno: perfora con y sin percusión. Resistente mandril en metal de alta calidad (13 mm). Empuñadura auxiliar con limitador de profundidad. Interruptor electrónico con velocidad variable

Imagen 12. Pistola de pintura eléctrica



Fuente: (Mercadoferretero, 2018, fig. 12)

- Flujo de pintura ajustable.
- Ajuste del abanico en tres formas diferentes.
- Presión constante para un acabado uniforme.
- No requiere compresor para su funcionamiento.
- Alto volumen baja presión.

Imagen 13. Ruteadora



Fuente: (Mlstatic, 2018, fig. 13)

- El motor de 1-3 / 4-hp y 11 amperios brinda la potencia para pasar sin problemas a través de las maderas duras más duras.

- El anillo de ajuste de profundidad micro-fino proporciona ajustes de profundidad precisos en incrementos de 1/64 pulgadas
- El bloqueo de levas de motor de acero ajustable y sin herramientas hace que el ajuste de profundidad y los cambios de base sean rápidos y de bloqueo sólido
- Pestillos del motor de liberación rápida para la extracción rápida y fácil del paquete del motor para cambios de brocas y bases
- Indicador de concentricidad de la sub-base incluido para garantizar la concentricidad de los bits para obtener la mejor precisión de su clase

Imagen 14. Planeadora



Fuente: (Maquinariajtorres, 2018, fig. 14)

- Árbol porta cuchillas con 4 cuchillas
- Protección del árbol porta cuchillas
- Regla de mesa ajustable
- Aspiración
- Parada de emergencia
- Motor para frenar
- Protección de máximo de corriente
- Estándares CE

Imagen 15. Compresor



Fuente: (Mlstatic, 2018, fig. 15)

- Poderoso Compresor de 115 libras de presión con tanque de 24 litros. Doble manómetro. 1500W
- Válvula de emergencia.
- Aceite incluido 2hp
- Un poderoso compresor de aire de hasta 24 litros y 2 caballos de fuerza con ruedas de la marca McCarthy. que te ayudará a alimentar herramientas neumáticas o inflar todo tipo de elemento inflables como piscinas y pelotas. Cuenta con un motor de trabajo directo lubricado con aceite para aumentar la vida útil y un par de manómetros junto a un regulador de presión que te permite conocer y cambiar sus respectivos niveles.

Imagen 16. Sierra caladora



Fuente: (Ferreteriargentina, 2018, fig. 16)

- Motor potente de 400W para gran variedad de trabajos
- Soplador automático de polvo: Mantiene el área de trabajo limpia
- Base ajustable para cortes biselados de 0° y 45°
- Compartimento para almacenar las hojas de sierra
- Canal Sightline para mayor visibilidad de la línea de corte
- Botón de bloqueo para uso continuo

Imagen 17. Máquina de coser



Fuente: (Mlstatic, 2018, fig. 17)

- Lubricación automática.
- Para materiales livianos, medianos y pesados.
- Velocidad de costura de hasta 5.000ppm.
- Longitud de puntada de hasta 5mm.
- Altura de prensa-tela al levantar con rodilla de 13mm.
- Motor 110 – 220 descuerdo a su necesidad.
- Tablero de excelente calidad con formica y cajón.
- Aceite y catálogo.
- Indicaciones básicas de manejo e instalación.

Imagen 18. Trompo carpintería



Fuente: (Mlstatic, 2018, fig. 17)

- Trompo industrial para madera Marca Loguerra, motor trifásico 1 hp con mesa y regla de fundición, muy robusto. Banco de lámina

**3.2.5 Calculo de cantidades de la materia prima e insumos.** Con el fin de establecer las ventas de la empresa con un margen de rentabilidad positivo y alto, se requiere obtener la materia prima de buena calidad a un precio en el mercado relativamente bajo. A continuación se presenta el modelo de obtención de la materia prima principal con el fin de ser trasformada en un producto terminado.

Figura 4. Proceso de la materia prima



Fuente: Autores

Una vez obtenido un modelo de recolección de las llantas se establece un posicionamiento en el mercado frente a los competidores; debido que proporciona

un margen de ganancia mayor con la obtención de materia prima a bajo costo, ofertando producto de calidad a precios muchos más bajos que brinda la captación de público en el mercado.

A continuación se presentan los diferentes proveedores del mercado para la empresa de casas para mascotas, con el fin de generar alianzas y obtener materia prima más económica que la del mercado. Según la Cámara de Comercio de Cali se encuentran registrados aproximadamente 145 monta llantas de los cuales el 60% no cuentan con personería jurídica que los identifique como empresa constituida en el mercado.

Cuadro 7. Proveedores de materia prima

Auto centro Capri	Tecnillantas de Colombia
Clinillantas	El carburador S.A.S
Las Diferentes Esso	Monta llantas
Las diferentes Texaco	Vulcanizadora la 14
Vulcanizadora Danny	Valgui

Fuente: Autores

Cuadro 8. Proceso de las llantas en su adquisición

**Inspección:** Al llegar a los diferentes lugares de recolección de llantas se inspeccionan las llantas que ya no poseen vida útil, es decir, sus ranuras están desgastadas y no pueden ser reencauchadas por desgaste o diseños personalizados. Se verifica que no estén perforadas o rotas.

**Recolección:** Una vez inspeccionado las diferentes llantas se realiza el proceso de recolección de estas en los diferentes lugares de la ciudad donde se encuentran.

**Traslado:** Es el proceso de traslado de cada una de las llantas obtenidas a las instalaciones de la empresa de casas para mascotas a base de llantas usadas.

**Adecuación o restauración:** Las llantas obtenidas se enfrentan al proceso de restauración, en el caso que estén hundidas o golpeadas, para darle la forma circular que tenían en un principio de su elaboración.

**Lavado:** Se Realiza el proceso de lavado interno como externo, para eliminar impurezas y nidos de sancudos u otros animales que estén ahí, una vez lavadas se secan para no internas como externas, para impedir que se creen nidos de diferentes animales en la humada de su interior de las llantas.

Fuente: Autores

Tabla 7. Costo del proceso de adquisición de las llantas

PROCESO	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
Inspección	1	0	0
Recolección	1	2.500	2.500
Traslado	1	1.500	1.500
Adecuación o restauración	1	2.000	2.000
Lavado	1	1.000	1.000
<b>TOTAL</b>			<b>7.000</b>

Fuente: Autores

Las cantidades de materia prima e insumos requeridos para la fabricación de los diferentes productos de la empresa, están establecidos según la demanda del mercado para la empresa Casa Confort. Para el presente modelo de negocio la cantidad es solicitada mensualmente, con el propósito de establecer una estrategia denominada justo a tiempo, lo cual brinda una reducción de costos de almacenaje de materia prima e producto terminado.



Tabla 8. Cantidades de materia prima de Casa Confort

<b>INVENTARIO CASA CONFORT MENSUAL</b>			
<b>MATERIA PRIMA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Llantas Usadas	40	7000	280.000
Plastilina Kg	50	3.600	180.000
Telas Mts	10	29.800	298.000
Cuero Mts	5	65.700	328.500
Espuma Kg	20	2.800	56.000
Tornillos	100	900	90.000
Pegamento Lts	5	3.420	17.100
Piezas de madera	20	24.300	486.000
Naylon Mts	20	1.200	24.000
Piola Mts	20	560	11.200
Relleno Kg	20	8.600	172.000
Pintura Lts	10	9.600	96.000
<b>TOTAL</b>			<b>1.758.800</b>

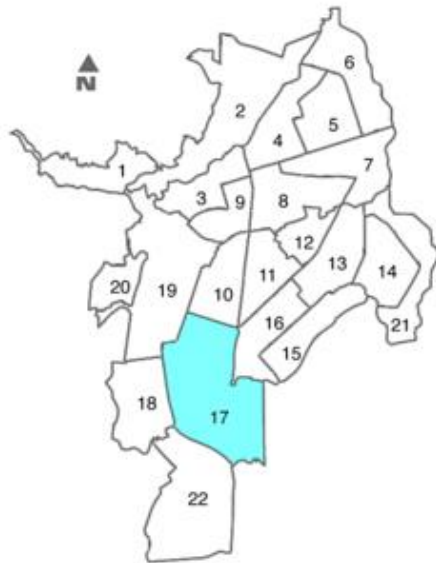
Fuente: Autores

### **3.3 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

La localización del proyecto determina las variables más apropiadas para establecer costos más económicos en la ubicación con el fin de reducir costos unitarios de producción y generar ganancias máximas en la ejecución de actividades en el mercado.

**3.3.1 Macro localización.** La empresa de fabricación de casas para mascotas a base de llantas usadas está ubicada en la comuna 17 de la ciudad Santiago de Cali, la cual cuenta con 19 urbanizaciones en el sector y esta ocupa el 14,9% del terreno con 1138 manzanas a la redonda.

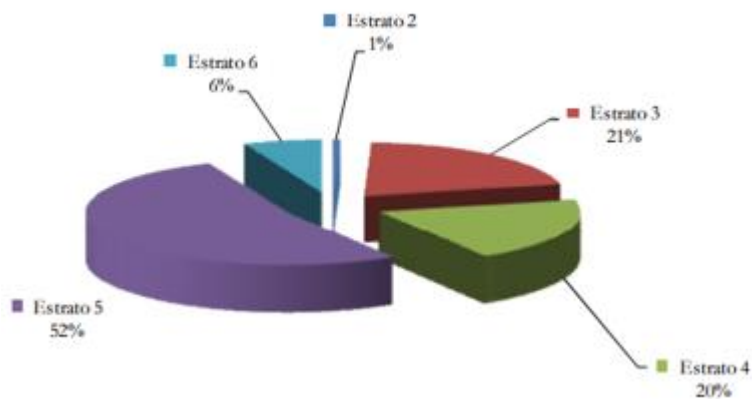
Imagen 19. Mapa comuna 17 de la ciudad Santiago de Cali



Fuente: (Alcaldía Santiago de Cali, 2010, p. 4)

Desde el ámbito social la comuna 17 cuenta con una estratificación (1 al 6), con un estrato moda en el sector de nivel 5 con una participación del 52% frente al estrato 3 y 4 que cuentan con un 21% y 20% respectivamente. Desde el ámbito económico el nivel socioeconómico 5 cuenta con ingresos superiores a los 3 a 6 salarios mínimos por cabeza de hogar.

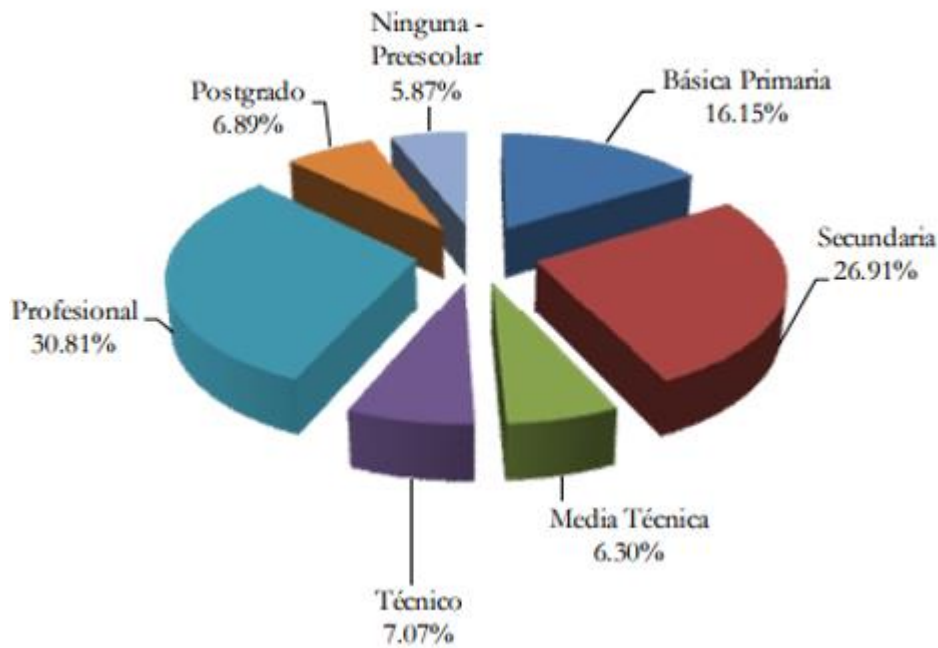
Imagen 20. Estratificación comuna 17 de la ciudad de Santiago de Cali



Fuente: (Alcaldía Santiago de Cali, 2010, p. 8)

Desde el grado de escolaridad la comuna 17 cuenta con una participación superior a las otras comunas con profesionales en el sector de 30,81% y un nivel de educación superior como post-gradados con un 6,89%; lo cual brinda para el sector un crecimiento en el sector a nivel educativo y económico frente a las otras comunas de la ciudad de Santiago de Cali.

Imagen 21. Nivel educativo de la comuna 17 de la ciudad Santiago de Cali



Fuente: (Alcaldía Santiago de Cali, 2010, p. 10)

**3.3.2 Micro localización.** La empresa de la casas de mascotas a base de llantas usadas está ubicada en el barrio Ingenio I de la ciudad de Cali, el cual cuenta con un estratificación 5 diferentes zonas verdes en el sector, por medio de estas se realizan diferentes actividades deportivas diurnas y nocturnas, con posibilidades de integración de mascotas y recreación de estas por diferentes zonas del parque. A continuación se presentan las variables más apropiadas que determinaron la ubicación de la empresa.

Cuadro 9. Variables de ubicación de la comuna 17 de ciudad de Santiago de Cali

<b>Características de la urbanización ingenio I</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Cuenta con diferentes vías principales de tránsito, lo que permite una movilidad en el sector e infinidad de visita de usuarios.</li><li>• La urbanización posee servicios públicos domiciliarios al 100% e iluminación permanente en las principales vías y parque del ingenio principalmente.</li><li>• Posee para los diferentes usuarios acceso fácil a las instalaciones de la empresa.</li><li>• Cuenta con diferentes plataformas conocidas en el mercado que permite fácil ubicación y localización de los usuarios en el mercado.</li><li>• Posee el parque más grande de la ciudad de Santiago de Cali, lo cual la visita de usuarios para la realización de deporte, paseo de mascotas u recreación y alimentación es frecuente.</li></ul>

Fuente: Autores

### **3.4 TAMAÑO DEL PROYECTO**

La empresa de producción y comercialización de casas para mascotas a base de llantas usadas, dispone en el mercado de un producto innovador y autentico frente a sus competidores directos que fabrican este tipo de productos a base de madera. Debido a que brinda un aporte en el mercado de reducción de agentes contaminantes como el caucho de las llantas y transformándolo con procesos artesanales en un producto final terminado adecuado para el confort de las mascotas. Además, la empresa proporciona una personalización según el criterio del cliente, la necesidad de la mascota y el presupuesto a invertir por parte de sus propietarios; con el fin , de establecer un cliente satisfecho a las necesidades del mercado y generando relaciones duraderas en el mercado.

Desde el ámbito organizacional la empresa proporciona al mercado laboral 4 vacantes directas y 1 en prestación de servicios, generando una reducción a la tasa

de desempleo y fortaleciendo el crecimiento personal de los empleados. Las vacantes generadas son:

- Administrador.
- Vendedor.
- Operario (2).
- Contador (1 – prestación de servicios).

Las vacantes relacionadas anteriormente están ligadas a la demanda de la empresa en la comuna 17 de la ciudad de Santiago de Cali, la cual es de 38 unidades de casas para mascotas a base de llantas mensuales. Lo cual implica un ingreso mensual de \$8.858.867 y anuales de \$106.306.402. Generando un cubrimiento total de los costos de producción y funcionamiento del establecimiento comercial con el fin de generar un rentabilidad en el mercado.

Por otra parte la empresa cuenta con una proyección a 5 años según las variables macroeconómicas del IPC inflación en el mercado, estipuladas según el Banco de la Republica. A continuación se presenta la proyección de las unidades a vender de la empresa a 5 años, su precio de venta y ventas totales.

Tabla 9. Unidades proyectadas a 5 años

UNIDADES						
PRODUCTO	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CASA MASCOTA CLASICO	12	144	155	165	175	185
CASA MASCOTA RUSTICO	6	72	77	83	88	92
CASA MASCOTA CONTEMPORANEO	4	48	52	55	58	62
CASA MASCOTA LOTF	6	72	77	83	88	92
CASA MASCOTA INFANTILES	10	120	129	138	146	154
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>456</b>	<b>491</b>	<b>524</b>	<b>555</b>	<b>584</b>

Fuente: Autores

Tabla 10. Precio de venta mensual y anual a 5 años

PRECIOS DE VENTA						
PRODUCTO	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CASA MASCOTA CLASICO	275.526	275.526	296.465	316.625	335.623	353.075
CASA MASCOTA RUSTICO	288.216	288.216	310.121	331.209	351.082	369.338
CASA MASCOTA CONTEMPORANEO	222.295	222.295	239.189	255.454	270.781	284.862
CASA MASCOTA LOTF	213.629	213.629	229.865	245.496	260.225	273.757
CASA MASCOTA INFANTILES	217.899	217.899	234.459	250.403	265.427	279.229

Fuente: Autores

Tabla 11. Ventas Totales mensual y anual a 5 años

VENTAS TOTALES						
PRODUCTO	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CASA MASCOTA CLASICO	3.306.306	39.675.677	45.935.547	52.395.187	58.871.232	65.153.028
CASA MASCOTA RUSTICO	1.729.299	20.751.584	24.025.686	27.404.274	30.791.443	34.077.013
CASA MASCOTA CONTEMPORANEO	889.178	10.670.139	12.353.631	14.090.848	15.832.477	17.521.866
CASA MASCOTA LOTF	1.281.774	15.381.285	17.808.083	20.312.327	22.822.930	25.258.228
CASA MASCOTA INFANTILES	2.178.990	26.147.876	30.273.384	34.530.548	38.798.524	42.938.481
<b>TOTAL</b>	<b>9.385.547</b>	<b>112.626.562</b>	<b>130.396.331</b>	<b>148.733.184</b>	<b>167.116.606</b>	<b>184.948.616</b>

Fuente: Autores

## 4 ORGANIZACIONAL Y LEGAL

### 4.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

Casa confort es una idea innovadora en el mercado que se dedica a la producción y comercialización de estructuras para mascotas a base de llantas usadas, con los equipos de la más alta calidad y personal humano calificado para la ejecución de actividades comerciales y operarias. La presente idea de negocio tiene como objetivo principal evitar la tala excesiva de árboles para la fabricación de casas para mascotas a base de madera, y reemplazarlos con productos que son contaminantes para el medio ambiente en estado de abandono, como son las llantas usadas y con un debido proceso de transformación convertirlo en un producto terminado y necesario para el mercado. Así ayudando a la reducción de materiales orgánicos en el medio ambiente y la disminución de la tala de árboles.

**4.1.1 Misión.** Casa Confort, diseña, fabrica y comercializa casas para mascotas a base de llantas usadas de alta calidad, brindando soluciones a las necesidades específicas de los clientes, conservando y protegiendo el medio ambiente y el descanso de sus mascotas.

**4.1.2 Visión.** En el año 2023 Casa Confort, ser la principal empresa especializada en el diseño, innovación y transformación de llantas usadas en casas para mascotas y accesorios de goma, implementando en el procesos de fabricación nuevas tecnologías y materias que preserven la conservación del medio ambiente.

**4.1.3 Valores corporativos.** En Casa Confort, se caracteriza por tener personal integro, honesto y respetuoso, comprometidos con el cumplimiento de objetivos de la empresa, higiene, conservación y protección al medio ambiente, con habilidades de liderazgo y trabajo en equipo.

Cuadro 10. Valores corporativos de Casa Confort

- **Integridad.** Se tiene una coherencia en lo que se dice, se piensa y se hace, frente a la atención y misión de la empresa.
- **Compromiso.** Se posee conciencia sobre la importancia que se tiene que cumplir con el desarrollo del trabajo.
- **Trabajo en equipo.** La habilidad de escuchar, conciliar y argumentar ideas con opiniones que faciliten la reducción de esfuerzos y maximicen el cumplimiento de metas organizacionales.
- **Liderazgo.** Tener la habilidad de innovación e influenciar al mercado con productos de en pro de la conservación del medio ambiente y alinearlos a un mismo fin.
- **Honestidad.** Un personal sincero a las ideas, comportamientos y palabras en efecto con el personal y el mercado.
- **Respecto.** Se distingue por la personalización en la atención a cada uno de los clientes y compañeros.
- **Protección del medio ambiente.** Comprometidos con la protección y cuidados de los recursos naturales.

Fuente: Autores

#### **4.1.4 Filosofía de trabajo.**

Cuadro 11. Filosofía de trabajo de Casa Confort

Lealtad a nuestros clientes. Cuando un cliente confía en la empresa, no le fallamos. Nos comprometemos con él, conociendo su mascota como si fuera el nuestro, con total confidencialidad, para brindarle soluciones oportunas en el desarrollo de esta.

Orgullo de lo que hacemos. Contamos con personal calificado para el desarrollo de actividades comerciales y operarias, además con una responsabilidad social solidad a una necesidad emergente de contaminación.



Responsables de lo que hacemos. Detrás de cada uno de los proyectos de la empresa hay un gran equipo de profesionales y la confianza depositada en ellos, para la ejecución de actividades. Por esta razón, siempre hacemos todo lo posible para que nuestro trabajo sea el mejor.

Fuente: Autores

**4.1.5 Competencias organizacionales.** La empresa Casa Confort está comprometida con la entrega de productos que satisfagan la necesidad de los clientes, protegiendo y conservando el medio ambiente, previniendo daños a la sociedad e impactos socio-ambientales mediante el control y aseguramiento de los aspectos de calidad de cada una de las actividades de producción y comercialización. Para ello la empresa se compromete a mejorar continuamente en:

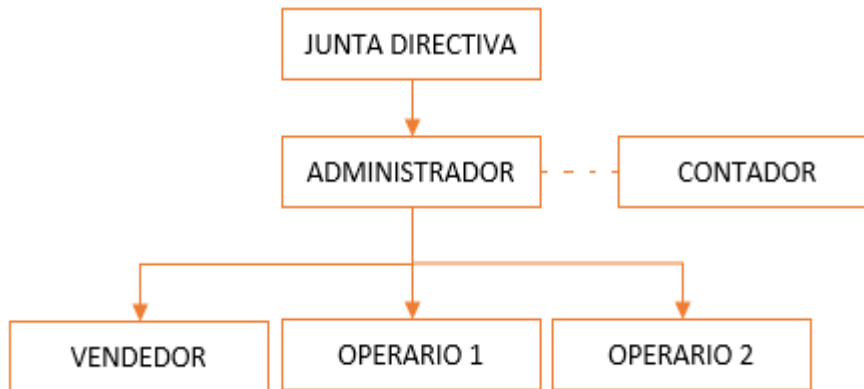
- Cumplir con la legislación vigente y aplicable en las operaciones con respecto al cuidado del medio ambiente y responsabilidad social.
- Cumplir con los requisitos que la organización suscriba y comprometidos con los productos de calidad a los clientes y otras partes involucradas.
- Mejorar continuamente el sistema integrado de gestión para el buen desempeño de la calidad y el medio ambiente.
- Facilitar los recursos necesarios económicos, tecnológicos y humanos para desarrollar productos de calidad y competitivos en el mercado.
- Acompañar, apoyar y mejorar las competencias organizacionales de cada uno de los colaboradores en las áreas que se desempeñan, con el fin de brindar un crecimiento personal, empresarial y un reconocimiento de calidad.

## **4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

La estructura de la empresa Casa Confort esta de manera piramidal descendente, con el fin de organizar la empresa por dependencias y funciones laborales, para

cumplir las metas propuestas y alcanzar los objetivos deseados. A continuación se presenta el organigrama.

Figura 5. Estructura organizacional de la empresa



Fuente: Autores

#### 4.2.1 Procesos operativos.

Atención al cliente. El contacto puede ser realizado vía telefónica, web o personalmente en el local comercial y el objetivo principal está enmarcado en realizar la negociación de las casa para mascota a base de llantas usadas según los requerimientos del cliente, el encargado de esta actividad comercial es el vendedor con el apoyo del administrador para brindar mayor promoción y descuento que beneficien al cliente.

Ejecución de proceso. Este es el proceso mediante el cual se realizan los diferentes productos del portafolio de la empresa y los requerimientos de los clientes; este proceso está a cargo de los operarios de producción y bajo la supervisión del administrador de la empresa.

Finalización del proceso. El donde se termina el producto según el portafolio de la empresa y el requerimiento del cliente, con el fin de tener un producto de calidad y obtener un cierre de negociación en buen término, con la evaluación de los requerimientos pactados y un producto satisfecho para el mercado.

Garantía. Este es el proceso se brinda con la finalidad que el cliente no incurra con más gastos con el producto terminado debido a su mala producción, también tiene como objetivo generarle al cliente confianza en su opción de compra.

Grafico 2. Diagrama de procesos operativos



Fuente: Autores

#### 4.2.2 Descripción del puesto.

Cuadro 12. Puesto administrador

<b>Cargo:</b>	<b>Administrador</b>	
<b>Nivel Educativo:</b>	Profesional en Administración de empresas	
<b>Objetivo:</b> -Planear -Organizar -Controlar -Diseñar -Administrar	<b>Funciones:</b> Definir las metas y estrategias, mediante herramientas propias de su conocimiento, para administrar la empresa de la mejor manera posible, mediante el establecimiento de metas, manejo de personal y control de los mismos.	<b>Requisitos:</b> Profesional en administración de empresas o similares, con experiencia en el manejo de personal a cargo.
<b>Salario:</b>	<b>\$ 1,076.000</b>	

Fuente: Autores

Cuadro 13. Puesto contador

<b>Cargo:</b>	<b>Contador</b>	
<b>Nivel Educativo:</b>	Profesional en contaduría pública	
<b>Objetivo:</b> -Transacciones contables de la empresa.  -Pago de impuestos y requerimientos de ley para el debido funcionamiento.	<b>Funciones:</b> Organizar, controlar y registrar las transacciones contables de la empresa para su debida contabilización.	<b>Requisitos:</b> Profesional con tarjeta contable vigente y 1 año de experiencia.
<b>Salario:</b>	<b>\$ Prestación de servicios 316.882</b>	

Fuente: Autores

Cuadro 14. Puesto vendedor

<b>Cargo:</b>	<b>Vendedor</b>	
<b>Nivel Educativo:</b>	Bachiller o Básica Primaria	
<b>Objetivo:</b> -Cumplimiento de metas  -Consecución de objetivos de venta	<b>Funciones:</b> Obtener nuevos clientes, al igual que la fidelización del mismo, mediante el ofrecimiento de nuestro portafolio de productos, con el propósito de que siempre se generen nuevos clientes para la empresa, deben cumplir metas diarias para un control eficiente en sus objetivos.	<b>Requisitos:</b> Bachiller con experiencia en ventas sobre servicios en especial el referente a las mascotas.
<b>Salario:</b>	<b>\$ 840.616</b>	

Fuente: Autores

Cuadro 15. Puesto operario

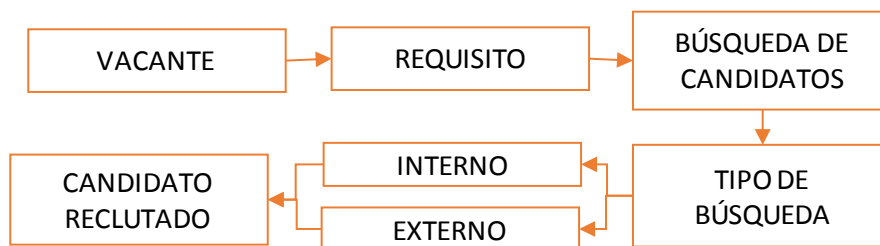
<b>Cargo:</b>	<b>Operario</b>	
<b>Nivel Educativo:</b>	Técnico, Bachiller o Básica Primaria	
<b>Objetivo:</b> -Ejecución de Obra -Desarrollo de servicio -Cumplimiento de Tareas	<b>Funciones:</b> Desarrollar la prestación de servicios dentro de las obras o proyectos ejecutadas a nombre de la empresa, cumpliendo los direccionamiento impartidos por el administrador de personal, para el cumplimiento de los objetivos pactados hacia el cliente, las demás der cargo.	<b>Requisitos:</b> Para el desarrollo de trabajos complejos dentro de la prestación del servicio el operario debe de tener capacitación demostrable por centros de formación profesional para el trabajo más experimentado. Experiencia no menos a (1) años.
<b>Salario:</b>	<b>\$ 840.616</b>	

Fuente: Autores

### 4.3 MODELO DE RECLUTAMIENTO PERSONAL

Casa Confort cuenta con un reclutamiento mixto, el cual consiste en una combinación de modelo externo encaminado a interno, a continuación se presenta en la siguiente figura.

Figura 6. Tipo de modelo de reclutamiento



Fuente: Autores

La figura anterior proporciona una vacante, requisitos específicos, la búsqueda de candidatos y se determina la forma en la cual se realiza por medio del tipo de búsqueda. Para el caso de la empresa Casa Confort, ser nueva en el mercado proporciona un reclutamiento externo. Debido que no cuenta con un personal calificado para la ejecución de actividades administrativas, comerciales y productivas en la empresa. Una vez determinado el personal idóneo para la ejecución de actividades y resulta la vacante se tendrá en cuenta el personal actual con el fin de incentivar el crecimiento de estos en la organización y ámbito personal.

#### **4.4 PROCESO DE SELECCIÓN PERSONAL**

Casa confort tiene como objetivo el cumplimiento de metas y logros empresariales en el mercado, como el posicionamiento de marca y reconocimiento de esta por parte de los clientes. Debido a lo anterior, es necesario realizar un proceso de selección de personal acorde a las necesidades de la empresa que proporcione del personal idóneo para dicha ejecución de actividades administrativas, comerciales y operarias, cumpliendo con la satisfacción del cliente y productos en el mercado de calidad y garantizados.

**4.4.1 Solicitud de empleo.** Casa Confort por ser empresa nueva en el mercado que oferta las publicaciones de vacantes disponible por medio de páginas reconocidas de bolsas de empleo como computrabajo, Job rápido, el empleo y trabajando. También realizara publicaciones laborales a registro académico de diferentes universidades con la Fundación Universitaria Lumen Gentium, Universidad San Buenaventura y Universidad Santiago de Cali; debido a que estas publicaciones son gratuitas. Lo anterior, con el fin de generar una base de datos amplia para la evaluación de los perfiles más apropiados para la vacante solicitada en la empresa.

**4.4.2 Entrevista.** Finalizado el proceso de solicitud de empleo por parte de los diferentes interesados en ocupar la vacante de la empresa, se realizara una evaluación previa que conste en una selección amplia de aspirantes, con el fin de reducir la cantidad de hojas de vida según los perfiles. Una vez realizado lo anterior, la entrevista para el administrador de la empresa será realizada por la junta directiva de la empresa que en este caso son los socios de la misma, en la cual se evaluara detalladamente el perfil y los requisitos solicitados para ocupar la vacante. Después se evaluarán los diferentes currículos de las áreas faltantes de Casa Confort.

**4.4.3 Exámenes.** Casa Confort realizara una serie de pruebas para el caso de ocupar la vacante de administrador de empresas, con el fin de mínima el margen de error por parte de los socios en la vacante otorgada al candidato. Para este caso las pruebas serán realizadas por la misma junta directiva, que les permita tomar la decisión más acorde para la empresa.

Cuadro 16. Exámenes y pruebas de Casa Confort

<p><b>Pruebas psicotécnicas.</b> Son pruebas que sirven para evaluar el potencial del candidato, apreciando las aptitudes y capacidades de los candidatos de la empresa en la ejecución de actividades estas son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Test de inteligencia. Pretenden medir la capacidad general para resolver problemas de tipo abstracto, lo que se considera un indicador de la eficacia en las distintas áreas profesionales.</li> <li>• Test de actitudes específicas. Pueden ser verbales y no verbales. Pretenden medir la capacidad en áreas diferentes como: comprensión y fluidez verbal. Razonamiento abstracto, cálculo, razonamiento numérico, razonamiento espacial, coordinación viso manual, razonamiento mecánico, memoria, etc.</li> </ul>
<p><b>Prueba de personalidad.</b> Estas pruebas están diseñadas para apreciar rasgos de personalidad, intereses y valores profesionales entre otros. Se exploran variables como autocontrol, capacidad de mando, introversión, extroversión, etc.</p>
<p><b>Pruebas de conocimientos.</b> Son aquellas que evalúan conocimientos propios de una profesión. Sirven para determinar tu rendimiento e idoneidad profesional.</p>

**Examen médico.** En este caso será obligatorio para los candidatos que serán contratados para la empresa, lo cual permite determinar la salud física del empleado para la ejecución de actividades.

Fuente: Autores

#### **4.5 PROCESO DE CONTRATACIÓN**

En la actualidad los procesos de selección de personal deben ser afinados con el fin de describir el perfil detallado de los aspirantes a ocupar vacantes en la empresa, con el fin de proporcionar un nivel competitivo y generar mayor confianza mental y física del aspirante a la empresa Casa Confort. El proceso de contratación se determina las funciones y especificaciones del cargo a ocupar por parte del aspirante seleccionado y más óptimo para la ejecución de actividades. Principalmente se establece las funciones, tipo de contrato y horario laboral entre otras tales como:

Cuadro 17. Indicadores de un proceso de contratación

- Formalizar con apego a la ley la futura relación de trabajo para garantizar los intereses, derechos, tanto del trabajador como de la empresa.
- Cuando ya aceptaron las partes en necesario integrar su expediente de trabajo.
- La contratación se llevará a cabo entre la organización y el trabajador.
- La duración del contrato será por tiempo indeterminado o determinado.
- El contrato deberá ser firmado por administrador o gerente, el responsable directo y el trabajador.
- • Generará afiliación al sistema integral de salud.
- Especificar funciones, deberes y compromisos por parte de las 2 partes y cláusulas de terminación de este por incumplimiento.

Fuente: Autores



**4.5.1 Inducción del personal.** Casa Confort realiza su inducción al personal según los diagramas de ejecución de obra, atención al cliente y producción. Lo anterior con el fin, que estos conozcan los pasos a seguir para alcanzar las metas y logros pactados. Por otra parte la inducción será realizada por el administrador de la empresa y este realizara una reseña en la inducción sobre el direccionamiento estratégico de Casa Confort (Misión, Visión, valores corporativos y filosofía de trabajo). Con el fin de mostrar al empleado su responsabilidad social, sus proyecciones a corto plazo y el comportamiento ético dentro y fuera de las instalaciones de la empresa.

#### **4.6 PROCESO DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO PERSONAL**

La capacitación de Casa Confort será realizada cada 3 meses para el área de producción por diferentes diseñadores que les permita combinar texturas de las telas según su respectiva fibra, con el fin de establecer las tendencias más utilizadas en el mercado y obtener diferentes puntos de vista que permita alcanzar los objetivos planteados.

Por otra parte, el área comercial y administrativo tendrá capacitaciones mensuales que les permita evaluar las estrategias y mecanismos de acción para alcanzar los logros. Lo anterior, será realizado por empresas de Merchandising de accesorios de mascotas que brinden un aporte comercial para sobresalir en las decisiones del mercado y frente a los competidores locales y externos de la ciudad Santiago de Cali.

**4.6.1 Capacitación.** Casa Confort también está orientada en el crecimiento personal de los empleados y el desarrollo de sus actividades con capacitaciones constantes que le permita optimizar procesos y generar mayor rendimiento en la toma de decisiones, producción y comercialización de los productos. Las capacitaciones a realizar son las siguientes:

Cuadro 18. Capacitaciones de Casa Confort

- Evitar altos costos por trabajos no realizados efectivamente, problemas, servicios y calidad.
- Aumento de eficiencia y eficacia en el rendimiento del trabajo.
- Aumento de utilidades.
- Trabajadores motivados y seguros.

Fuente: Autores

## **4.7 PROGRAMAS INCENTIVOS**

El programa de incentivos por parte de Casa Confort está ligado al cumplimiento de las metas, con bonificaciones extras al salario, además están dirigidas no solamente al área comercial sino que a su vez, los operarios son participes de estos con el cumplimiento en producción y la elaboración de diseños innovadores que sean atractivos para el mercado y generen un rendimiento positivo en las ventas.

## **4.8 MARCO LEGAL**

La ley 1486 en la cual se fomenta el emprendimiento en Colombia, genera gran expectativa debido a que gran cantidad de ciudadanos poseen ideas innovadoras para el mercado pero desde el ámbito legal desconocen su composición, hoy en día se han diseñados diferentes tipos de sociedades que permite la creación de empresas en el mercado y las más apropiada para las ideas de emprendimiento es la Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), permitiendo facilitar tramites de

constitución y comenzar a ejecutar actividades comerciales en el mercado con bajo presupuesto. (Finanzas Personales, 2017)

Cuadro 19. Casa Confort marco legal

Razón social	Casa Confort
Tipos de Sociedad	Sociedad por Acciones Simplificada SAS
Número de socios	Tres (3)
Sector productivo	Productivo

Fuente: Autores

### **Beneficios de constitución de una SAS**

- Los empresarios pueden fijar las reglas que van a regir el funcionamiento de la sociedad. Es posible, por ejemplo, contar con estatutos flexibles que se adapten a las condiciones y a los requerimientos de cada empresario.
- La creación de la empresa es más fácil. Una SAS se puede crear mediante documento privado, lo cual le ahorra a la empresa tiempo y dinero.
- La responsabilidad de sus socios se limita a sus aportes.
- No se requiere establecer una duración determinada. La empresa reduce costos, ya que no tiene que hacer reformas estatutarias cada vez que el término de duración societaria esté próximo a caducar.
- El objeto social puede ser indeterminado. Las personas que vayan a contratar con la SAS, no tienen que consultar e interpretar detalladamente la lista de actividades que la conforman para ver si la entidad tiene la capacidad para desarrollar determinada transacción.
- El pago de capital puede diferirse hasta por dos años. Esto da a los socios recursos para obtener el capital necesario para el pago de las acciones.
- Por regla general no exige revisor fiscal. La SAS solo estará obligada a tener revisor fiscal cuando los activos brutos a 31 de diciembre del año

inmediatamente anterior, sean o excedan el equivalente a tres mil salarios mínimos.

- Mayor flexibilidad en la regulación de los derechos patrimoniales. Existe la posibilidad de pactar un mayor poder de voto en los estatutos sociales o de prohibir la negociación de acciones por un plazo de hasta 10 años.
- Mayor facilidad en la operación y administración. Los accionistas pueden renunciar a su derecho a ser convocados a una reunión de socios o reunirse por fuera del domicilio social.

### **Quiénes pueden conformar una SAS**

Todas las personas naturales o jurídicas que desarrollen actividades comerciales y civiles pueden constituirse formalmente mediante la figura de la SAS. No importa que sean nacionales o extranjeras; ni que sean micros, pequeños, medianos o grandes empresarios.

### **Cómo se constituye una SAS**

La creación de la SAS se hace por medio de un documento privado, que debe autenticarse por quienes participan en su suscripción e inscribirse en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio. Los tres pasos son:

Cuadro 20. Como se constituye una SAS

1. Redactar el contrato o acto unilateral constitutivo de la SAS. Este documento debe incluir: nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; razón social o denominación de la sociedad (seguida de la palabra Sociedad por Acciones Simplificada); el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales; el capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones; y la forma de administración y el nombre de sus administradores, especificando sus facultades.
2. Autenticar las firmas de las personas que suscriben el documento de constitución. La autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado en la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio.

3. Inscribir el documento privado en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio. Adicionalmente, ante la Cámara de Comercio se diligencian los formularios del Registro único Empresarial (RUE), el Formulario de inscripción en el RUT y el pago de la matrícula mercantil, el impuesto de registro y los derechos de inscripción.

Fuente: Autores

## 5 ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero determina la viabilidad del proyecto de casas para mascotas a base de llantas usadas en el mercado, evaluando los ingresos y egresos realizados en el desarrollo de operaciones.

### 5.1 INVERSIÓN INICIAL

La empresa Casa Confort S.A.S. establece la inversión requerida para las actividades comerciales en el mercado en activos fijos, diferidos y capital de trabajo que se presentan a continuación.

Tabla 12. Activos fijos de Casa Confort S.A.S.

<b>CASA CONFORT</b>			
<b>INVERSIÓN TOTAL EN PESOS</b>			
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
escritorios	2	90.000	180.000
sillas	2	50.000	100.000
mesas triplex de trabajo 2 mts x 1 mts	2	80.000	160.000
<b>TOTAL CASA S Y ENSERES</b>			<b>440.000</b>
<b>EQUIPOS DE CÓMPUTO Y COMUNICACIÓN</b>			
computadores	2	750.000	1.500.000
impresoras multifuncional	1	150.000	150.000
Celular	1	60.000	60.000
<b>TOTAL EQUIPOS DE CÓMPUTO Y COMUNICACIÓN</b>			<b>1.710.000</b>
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			
cepillo manual	1	30.000	30.000
sierra circular semi-automatica	1	190.000	190.000
sierra de cinta o sinfín	1	310.000	310.000
lijadora de banda	1	122.000	122.000
taladro	2	85.000	170.000
pistola de pintura electrica	1	136.800	136.800
ruteadora	1	198.000	198.000
planeadora	1	1.500.000	1.500.000
compresor	1	520.000	520.000
sierra caladora	1	89.000	89.000
maquina de coser	1	940.000	940.000
trompo carpinteria	1	1.900.000	1.900.000
<b>TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			<b>6.105.800</b>
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>			<b>8.255.800</b>

Fuente: Autores

Los activos fijos son todos aquellos que pierden o aumentan su valor comercial con el pasar del tiempo y su uso. Estos son requeridos con la finalidad de ejecutar las actividades administrativas y producción de la empresa.

Tabla 13. Activos diferidos Casa Confort S.A.S.

<b>CASA CONFORT</b>			
<b>INVERSIÓN TOTAL EN PESOS</b>			
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>			
<b>GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>			
Registro Mercantil	1	105.745	105.745
Higiene Sanidad	1	205.000	205.000
Uso de Suelos	1	80.000	80.000
Bomberos	1	117.000	117.000
Avisos y Tableros	1	25.000	25.000
<b>TOTAL GASTOS CONSTITUCIÓN</b>			<b>532.745</b>
<b>ADECUACIONES</b>			
Insumos Varios (Puntillas, Cinta Aislante, etc)	1	113.518	113.518
Rodillo, Brochas	2	21.000	42.000
Pintura tipo 1 Viniltex de Pintuco	4	85.000	340.000
Mano de Obra pintura (días)	3	30.000	90.000
Tomas	3	5.000	15.000
Lámparas	2	20.000	40.000
Mano de Obra electrica (días)	4	25.000	100.000
<b>TOTAL ADECUACIONES</b>			<b>740.518</b>
<b>ACTIVOS NO DEPRECIABLES</b>			
Tijeras	2	3.000	6.000
Grapadora Semi Industrial	2	26.000	52.000
perforadora	3	2.000	6.000
cafetera	1	35.000	35.000
Guillotia	1	45.000	45.000
Vasos de cristal	6	1.800	10.800
martillo	2	30.000	60.000
destornilladores juegos	3	18.000	54.000
llaves allen	2	12.800	25.600
porra	3	12.000	36.000
llaves de estrellas	2	35.000	70.000
juego de copas stanley	1	25.000	25.000
seguetas	3	17.000	51.000
<b>TOTAL ACTIVOS NO DEPRECIABLES</b>			<b>476.400</b>
<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>			
Licencia y Software Antivirus Avast!	2	65.000	130.000
Licencia y Software Office 2012	2	185.000	370.000
Licencia y Software Windows XP	2	90.000	180.000
<b>TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES</b>			<b>680.000</b>
<b>PUBLICIDAD PREOPERATIVA</b>			
Pendones	3	55.000	165.000
Tarjetas de presentacion	2.000	110	220.000
Pauta en la Radio	1	500.000	500.000
Volantes	2.000	55	110.000
<b>TOTAL PUBLICIDAD PREOPERATIVA</b>			<b>995.000</b>
<b>PÓLIZAS</b>			
Seguros contra todo (robo, daños, incendios)	1	1.000.000	1.000.000
<b>TOTAL PÓLIZAS</b>			<b>1.000.000</b>
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>			<b>4.424.663</b>

Fuente: Autores

Los activos diferidos son todos aquellos gastos que posee la empresa por adelantado con el fin de establecer su funcionamiento en el mercado.

Tabla 14. Capital de trabajo de Casa Confort S.A.S.

<b>CASA CONFORT</b>			
<b>INVERSIÓN TOTAL EN PESOS</b>			
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>			
Nomina de Admon	1	2.875.113	2.875.113
Nomina de Produccion	1	2.549.446	2.549.446
Gastos de Admon	1	815.888	815.888
Gastos de Venta	1	1.040.563	1.040.563
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>			<b>7.281.009</b>

Fuente: Autores

El capital de trabajo de la Casa Confort es el dinero líquido que debe poseer la empresa con el fin de solventar los compromisos financieros adquiridos en el mercado.

Tabla 15. Total inversión de Casa Confort S.A.S.

<b>CASA CONFORT</b>	
<b>INVERSIÓN TOTAL EN PESOS</b>	
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>19.961.472</b>
% INVERSION A FINANCIAR	40%
<b>INVERSION A FINANCIAR</b>	<b>7.984.589</b>
MESES A DIFERIR	12
<b>VALOR A DIFERIR</b>	<b>368.722</b>

Fuente: Autores

La sumatoria de los activos fijos, diferidos y capital de trabajo; es el total de inversión de la empresa Casa Confort S.A.S. que corresponde a \$ 19.961.472. Lo cual la empresa financiara por parte de los socios el 60% y el 40% restante con alguna entidad financiera que le permita obtener un apalancamiento financiero por valor de \$7.984.589.



## 5.2 DEPRECIACIÓN EN PESOS

La depreciación de los activos fijos es la pérdida de valor comercial con el pasar del tiempo y uso contablemente en el mercado.

Tabla 16. Depreciación en pesos

CASA CONFORT DEPRECIACION EN PESOS							
ITEMS	AÑOS	DEPRECIACION MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MUEBLES Y ENSERES	3	12.222	146.667	146.667	146.667	0	0
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN	5	28.500	342.000	342.000	342.000	342.000	342.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	5	101.763	1.221.160	1.221.160	1.221.160	1.221.160	1.221.160
<b>TOTAL</b>		<b>142.486</b>	<b>1.709.827</b>	<b>1.709.827</b>	<b>1.709.827</b>	<b>1.563.160</b>	<b>1.563.160</b>
MESES AÑO	12						

Fuente: Autores

## 5.3 BALANCES INICIALES SIN Y CON FINANCIACIÓN EN PESOS

Los balances iniciales de la empresa Casa Confort S.A.S. establecen la composición de la inversión y las obligaciones financieras antes de la ejecución de obras comerciales en el mercado. Esto se realiza con la finalidad de establecer el monto de inversión y los préstamos bancarios obtenidos. A continuación se presentan los balances iniciales sin financiación y con de la empresa de casas para mascotas a base de llantas usadas.

Tabla 17. Balance inicial sin financiación en pesos

<b>CASA CONFORT</b>	
<b>BALANCE INICIAL SIN FINANCIACIÓN EN PESOS</b>	
<b>ACTIVOS</b>	
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	
Caja Bancos	7.281.009
C x C	0
Inventarios	0
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>7.281.009</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
CASA s y enseres	440.000
Equipos de cómputo y comunicación	1.710.000
Maquinaria y equipo	6.105.800
(-) Depreciación acumulada	
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>8.255.800</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
Diferidos	4.424.663
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>4.424.663</b>
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>12.680.463</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>19.961.472</b>
<b>PASIVOS</b>	
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	
C x P	0
Cesantías x pagar	0
Interés a las cesantías x pagar	0
Impuesto de renta x pagar	0
IVA x pagar	0
ICA x pagar	0
INC x pagar	0
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>0</b>
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>	
Obligaciones financieras	0
Leasing financiero	0
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>0</b>
<b>PATRIMONIO</b>	
Capital social	19.961.472
Utilidad acumulada	0
Reserva legal acumulada	0
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>19.961.472</b>
<b>PASIVOS + PATRIMONIO</b>	<b>19.961.472</b>

Fuente: Autores

Tabla 18. Balance inicial con financiación en pesos

<b>CASA CONFORT</b>	
<b>BALANCE INICIAL CON FINANCIACIÓN EN PESOS</b>	
<b>ACTIVOS</b>	
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	
Caja Bancos	7.281.009
C x C	0
Inventarios	0
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>7.281.009</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
CASA s y enseres	440.000
Equipos de cómputo y comunicación	1.710.000
Maquinaria y equipo	6.105.800
(-) Depreciación acumulada	
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>8.255.800</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
Diferidos	4.424.663
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>4.424.663</b>
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>12.680.463</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>19.961.472</b>
<b>PASIVOS</b>	
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	
C x P	0
Cesantías x pagar	0
Interés a las cesantías x pagar	0
Impuesto de renta x pagar	0
IVA x pagar	0
ICA x pagar	0
INC x pagar	0
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>0</b>
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>	
Obligaciones financieras	7.984.589
Leasing financiero	0
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>7.984.589</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>7.984.589</b>
<b>PATRIMONIO</b>	
Capital social	11.976.883
Utilidad acumulada	0
Reserva legal acumulada	0
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>11.976.883</b>
<b>PASIVOS + PATRIMONIO</b>	<b>19.961.472</b>

Fuente: Autores

## 5.4 AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

Este determina el monto solicitado por la empresa Casa Confort a la entidad financiera, como el tiempo y el valor a cancelar por este préstamo financiero.

Tabla 19. Amortización financiera

CASA CONFORT AMORTIZACIÓN EN PESOS					
VALOR PRÉSTAMO	7.984.589				
TASA EFECTIVA ANUAL (EA)	9,00%				
TASA NOMINAL MENSUAL	8,65%				
TASA MENSUAL	0,72%				
MESES AÑO	12				
No. DE CUOTAS	36				
AÑOS	No. CUOTA	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO
<u>PRIMER AÑO</u>	0				<b>7.984.589</b>
	1	252.605	57.548	195.057	7.789.532
	2	252.605	56.142	196.463	7.593.069
	3	252.605	54.726	197.879	7.395.190
	4	252.605	53.300	199.305	7.195.885
	5	252.605	51.863	200.742	6.995.143
	6	252.605	50.416	202.188	6.792.955
	7	252.605	48.959	203.646	6.589.309
	8	252.605	47.491	205.113	6.384.196
	9	252.605	46.013	206.592	6.177.604
	10	252.605	44.524	208.081	5.969.523
	11	252.605	43.024	209.580	5.759.943
12	252.605	41.514	211.091	5.548.852	
<u>SEGUNDO AÑO</u>	13	252.605	39.992	212.612	5.336.240
	14	252.605	38.460	214.145	5.122.095
	15	252.605	36.917	215.688	4.906.407
	16	252.605	35.362	217.243	4.689.164
	17	252.605	33.796	218.808	4.470.356
	18	252.605	32.219	220.385	4.249.971
	19	252.605	30.631	221.974	4.027.997
	20	252.605	29.031	223.574	3.804.423
	21	252.605	27.420	225.185	3.579.238
	22	252.605	25.797	226.808	3.352.431
	23	252.605	24.162	228.443	3.123.988
	24	252.605	22.516	230.089	2.893.899
<u>TERCER AÑO</u>	25	252.605	20.857	231.747	2.662.152
	26	252.605	19.187	233.418	2.428.734
	27	252.605	17.505	235.100	2.193.634
	28	252.605	15.810	236.794	1.956.839
	29	252.605	14.104	238.501	1.718.338
	30	252.605	12.385	240.220	1.478.118
	31	252.605	10.653	241.951	1.236.167
	32	252.605	8.909	243.695	992.472
	33	252.605	7.153	245.452	747.020
	34	252.605	5.384	247.221	499.800
	35	252.605	3.602	249.002	250.797
	36	252.605	1.808	250.797	0
			<b>1.109.179</b>	<b>7.984.589</b>	

Fuente: Autores

## 5.5 LEASING FINANCIERO

El leasing financiero es un contrato unilateral en el cual se establece el préstamo de un activo fijo con opción de compra a un periodo determinado por ambas partes involucradas en dicho contrato.

Tabla 20. Leasing financiero en pesos

<b>CASA CONFORT LEASING FINANCIERO EN PESOS</b>					
<b>VALOR ACTIVO</b>	<b>6.105.800</b>				
% OPCIÓN DE COMPRA	10,00%				
VALOR OPCIÓN COMPRA	610.580				
DTF (EA)	4,24%				
SPREAD (EA)	7,01%				
DTF + SPREAD (EA)	11,55%				
TASA NOMINAL MENSUAL	10,98%				
TASA MENSUAL	0,91%				
MESES AÑO	12				
No. DE CUOTAS	36				
VALOR PRESENTE OPCIÓN DE COMPRA	439.912				
VALOR A AMORTIZAR	5.665.888				
<b>AÑOS</b>	<b>No. CUOTA</b>	<b>CUOTA</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>AMORTIZACIÓN</b>	<b>SALDO</b>
	<b>0</b>				<b>6.105.800</b>
<b>PRIMER AÑO</b>	1	185.434	55.856	129.578	5.976.222
	2	185.434	54.671	130.763	5.845.459
	3	185.434	53.475	131.959	5.713.500
	4	185.434	52.268	133.167	5.580.333
	5	185.434	51.049	134.385	5.445.949
	6	185.434	49.820	135.614	5.310.335
	7	185.434	48.579	136.855	5.173.480
	8	185.434	47.327	138.107	5.035.373
	9	185.434	46.064	139.370	4.896.003
	10	185.434	44.789	140.645	4.755.358
	11	185.434	43.502	141.932	4.613.426
	12	185.434	42.204	143.230	4.470.196
<b>SEGUNDO AÑO</b>	13	185.434	40.894	144.540	4.325.656
	14	185.434	39.571	145.863	4.179.793
	15	185.434	38.237	147.197	4.032.597
	16	185.434	36.891	148.544	3.884.053
	17	185.434	35.532	149.902	3.734.151
	18	185.434	34.160	151.274	3.582.877
	19	185.434	32.776	152.658	3.430.219
	20	185.434	31.380	154.054	3.276.165
	21	185.434	29.971	155.463	3.120.702
	22	185.434	28.548	156.886	2.963.816
	23	185.434	27.113	158.321	2.805.495
	24	185.434	25.665	159.769	2.645.726
<b>TERCERO AÑO</b>	25	185.434	24.203	161.231	2.484.495
	26	185.434	22.728	162.706	2.321.790
	27	185.434	21.240	164.194	2.157.596
	28	185.434	19.738	165.696	1.991.899
	29	185.434	18.222	167.212	1.824.687
	30	185.434	16.692	168.742	1.655.946
	31	185.434	15.149	170.285	1.485.660
	32	185.434	13.591	171.843	1.313.817
	33	185.434	12.019	173.415	1.140.402
	34	185.434	10.432	175.002	965.401
	35	185.434	8.832	176.602	788.798
	36	185.434	7.216	178.218	610.580
		<b>1.180.406</b>		<b>5.495.220</b>	

Fuente: Autores

## 5.6 PARÁMETROS GENERALES

Los parámetros son todas aquellas proyecciones del mercado que terminan el crecimiento de la canasta familiar, exportaciones, importaciones, regulación de precios, variación de la tasa representativa del mercado entre otras.

### 5.6.1 Parámetros económicos.

Tabla 21. Parámetros económicos

CASA CONFORT					
PARÁMETROS BÁSICOS					
ECONÓMICOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inflación (IPC)	7,60%	7,60%	6,80%	6,00%	5,20%
TRM (\$/U\$)	3.250	3.071	3.316	3.200	2.846
VARIACION % TRM	29,31%	-5,51%	7,98%	-3,50%	-11,06%
% Incremento en precios	7,60%	7,60%	6,80%	6,00%	5,20%
% Incremento en costos	7,60%	7,60%	6,80%	6,00%	5,20%
% Incremento en productos	8,95%	8,95%	8,95%	8,95%	8,95%
ICA (tarifa x mil)	0,0088	0,0088	0,0088	0,0088	0,0088
IVA	19,00%	19,00%	19,00%	19,00%	19,00%
Impuesto de renta	34,00%	34,00%	34,00%	34,00%	34,00%
Reserva legal	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%

Fuente: Autores

### 5.6.2 Parámetros laborales.

Tabla 22, Parámetros laborales

LABORALES	
SMMLV	840.616
Auxilio de transporte	94.915
Cesantías	8,33%
Intereses a las Cesantías	1,00%
Primas	8,33%
Vacaciones	4,17%
Pensiones	12,00%
Salud	0,00%
ARP	0,5226%
Caja de Compensación	4,00%
ICBF	0,00%
SENA	0,00%

Fuente: Autores

### 5.6.3 Parámetros de gastos de administración.

Tabla 23. Parámetros de gastos de administración

<b>INSUMOS DE PAPELERÍA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Resmas de Papel	3	7.000	22.596
Cinta grande Ancha TESA (x 6 Unids.)	1	4.000	4.304
Cinta Transparente Delgada TESA (x 12 Unids.)	1	7.200	7.747
Lapiceros (Caja x 12)	1	3.350	3.605
Sobre de Manila x20	1	1.550	1.668
Recarga Tinta de Impresora	1	15.000	16.140
Grapa Estandar Ofixpress 26/6 (Caja 5000)	2	2.800	6.026
Chinchas Metálicos (Caja x 50)	1	2.500	2.690
Marcador Permanete Color Negro	3	1.500	4.842
Portaminas 0.5	3	1.800	5.810
Minas 0.5	3	1.200	3.874
<b>TOTAL INSUMOS DE PAPELERÍA</b>			<b>79.301</b>
<b>IMPLEMENTOS DE ASEO Y CAFETERIA</b>			
Toallas Absorbentes (1 Rollo)	1	7.500	8.070
Aromáticas (Caja x 50)	2	5.500	11.836
Jabón en polvo (Bolsa x 1,5 Kg)	1	5.800	6.241
Límpido (1 Litro)	2	1.750	3.766
Jabón Líquido Manos (1 Litro)	1	15.000	16.140
Papel Higienico (Paq. X 12 unid.)	2	14.500	31.204
Bolsa de Basura (Paq. X 30)	1	8.400	9.038
Vasos Desechables	4	5.500	23.672
Ambientador (1 Galón)	1	21.000	22.596
Café (Bolsa x kilos)	2	14.000	30.128
Azucar (Bolsas x 100 unid.)	2	6.700	14.418
Servilletas (Paq. X 100 unid.)	3	2.800	9.038
<b>INSUMOS DE ASEO Y CAFETERÍA</b>			<b>186.148</b>
<b>HONORARIOS</b>			
Contador	1		316.882
<b>TOTAL HONORARIOS</b>			<b>316.882</b>
<b>TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>			<b>815.888</b>

Fuente: Autores

### 5.6.4 Parámetros de gastos de venta.

Tabla 24. Parámetros de gastos de venta

<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Publicidad (Medios impresos)	1	72.268	77.760
Publicidad en Prensa	1	100.000	107.600
Gastos de Mantenimiento Pagina Web	1	52.000	55.952
Hosting o Dominio	1	22.798	24.531
Servicio de Mensajería	1	270.000	290.520
Mantenimiento de Equipos de computo	9	50.000	484.200
<b>TOTAL GASTOS VENTAS</b>			<b>1.040.563</b>

Fuente: Autores









## 5.9 VENTAS Y COSTOS DEL PRODUCTO EN PESOS

Tabla 28. Unidades, precio de venta y costo unitario

CASA CONFORT																	
VENTAS Y COSTOS EN PESOS																	
UNIDADES																	
PRODUCTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CASA MASCOTA CLASICO	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	144	155	165	175	185
CASA MASCOTA RUSTICO	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	72	77	83	88	92
CASA MASCOTA CONTEMPORANEO	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	52	55	58	62
CASA MASCOTA LOTF	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	72	77	83	88	92
CASA MASCOTA INFANTILES	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	120	129	138	146	154
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>38</b>	<b>38</b>	<b>38</b>	<b>38</b>	<b>38</b>	<b>38</b>	<b>38</b>	<b>38</b>	<b>38</b>	<b>38</b>	<b>38</b>	<b>456</b>	<b>491</b>	<b>524</b>	<b>555</b>	<b>584</b>

PRECIOS DE VENTA																	
PRODUCTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CASA MASCOTA CLASICO	275.526	275.526	275.526	275.526	275.526	275.526	275.526	275.526	275.526	275.526	275.526	275.526	275.526	296.465	316.625	335.623	353.075
CASA MASCOTA RUSTICO	288.216	288.216	288.216	288.216	288.216	288.216	288.216	288.216	288.216	288.216	288.216	288.216	288.216	310.121	331.209	351.082	369.338
CASA MASCOTA CONTEMPORANEO	222.295	222.295	222.295	222.295	222.295	222.295	222.295	222.295	222.295	222.295	222.295	222.295	222.295	239.189	255.454	270.781	284.862
CASA MASCOTA LOTF	213.629	213.629	213.629	213.629	213.629	213.629	213.629	213.629	213.629	213.629	213.629	213.629	213.629	229.865	245.496	260.225	273.757
CASA MASCOTA INFANTILES	217.899	217.899	217.899	217.899	217.899	217.899	217.899	217.899	217.899	217.899	217.899	217.899	217.899	234.459	250.403	265.427	279.229

COSTOS UNITARIOS																	
PRODUCTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CASA MASCOTA CLASICO	139.154	139.154	139.154	139.154	139.154	139.154	139.154	139.154	139.154	139.154	139.154	139.154	139.154	149.730	159.912	169.506	178.321
CASA MASCOTA RUSTICO	145.564	145.564	145.564	145.564	145.564	145.564	145.564	145.564	145.564	145.564	145.564	145.564	145.564	156.627	167.277	177.314	186.534
CASA MASCOTA CONTEMPORANEO	112.270	112.270	112.270	112.270	112.270	112.270	112.270	112.270	112.270	112.270	112.270	112.270	112.270	120.803	129.017	136.758	143.870
CASA MASCOTA LOTF	107.893	107.893	107.893	107.893	107.893	107.893	107.893	107.893	107.893	107.893	107.893	107.893	107.893	116.093	123.988	131.427	138.261
CASA MASCOTA INFANTILES	110.050	110.050	110.050	110.050	110.050	110.050	110.050	110.050	110.050	110.050	110.050	110.050	110.050	118.414	126.466	134.054	141.025

Fuente: Autores



## 5.10 IVA, RECAUDOS Y PAGOS EN PESOS

Tabla 30. IVA, recaudos y pagos en pesos

CASA CONFORT IVA EN PESOS																		
ÍTEM	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
IVA Cobrado	1.783.254	1.783.254	1.783.254	1.783.254	1.783.254	1.783.254	1.783.254	1.783.254	1.783.254	1.783.254	1.783.254	1.783.254	21.399.047	24.775.303	28.259.305	31.752.155	35.140.237	
IVA Pagado	524.658	524.658	524.658	524.658	524.658	524.658	524.658	524.658	524.658	524.658	524.658	524.658	6.295.901	87.470.914	99.771.424	112.103.172	124.065.029	
<b>IVA Causado</b>	<b>1.258.596</b>	<b>1.258.596</b>	<b>1.258.596</b>	<b>1.258.596</b>	<b>1.258.596</b>	<b>1.258.596</b>	<b>1.258.596</b>	<b>1.258.596</b>	<b>1.258.596</b>	<b>1.258.596</b>	<b>1.258.596</b>	<b>1.258.596</b>	<b>15.103.146</b>	<b>-62.695.611</b>	<b>-71.512.119</b>	<b>-80.351.017</b>	<b>-88.924.792</b>	
IVA al Flujo de Caja					5.034.382				5.034.382				10.068.764	-41.797.074	-47.674.746	-53.567.345	-59.283.194	
IVA Año siguiente													0	5.034.382	-20.898.537	-23.837.373	-26.783.672	-29.641.597
<b>IVA TOTAL FLUJO DE CAJA</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>5.034.382</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>5.034.382</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>10.068.764</b>	<b>-36.762.692</b>	<b>-68.573.283</b>	<b>-77.404.718</b>	<b>-86.066.867</b>	<b>-29.641.597</b>

CASA CONFORT RECAUDOS EN PESOS																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Contado	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	112.626.562	130.396.331	148.733.184	167.116.606	184.948.616
Crédito		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>9.385.547</b>	<b>9.385.547</b>	<b>9.385.547</b>	<b>9.385.547</b>	<b>9.385.547</b>	<b>9.385.547</b>	<b>9.385.547</b>	<b>9.385.547</b>	<b>9.385.547</b>	<b>9.385.547</b>	<b>9.385.547</b>	<b>9.385.547</b>	<b>112.626.562</b>	<b>130.396.331</b>	<b>148.733.184</b>	<b>167.116.606</b>	<b>184.948.616</b>

CASA CONFORT PAGOS EN PESOS																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Contado	2.761.360	2.761.360	2.761.360	2.761.360	2.761.360	2.761.360	2.761.360	2.761.360	2.761.360	2.761.360	2.761.360	2.761.360	33.136.320	460.373.232	525.112.758	590.016.695	652.973.836
Crédito		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>2.761.360</b>	<b>2.761.360</b>	<b>2.761.360</b>	<b>2.761.360</b>	<b>2.761.360</b>	<b>2.761.360</b>	<b>2.761.360</b>	<b>2.761.360</b>	<b>2.761.360</b>	<b>2.761.360</b>	<b>2.761.360</b>	<b>2.761.360</b>	<b>33.136.320</b>	<b>460.373.232</b>	<b>525.112.758</b>	<b>590.016.695</b>	<b>652.973.836</b>

Fuente: Autores

## **5.11 ESTADO DE RESULTADOS SIN Y CON FINANCIACIÓN EN PESOS**

Los estados de resultados o denominados estados de pérdidas o ganancias P&G, determinan el resultado de la actividad comercial de la empresa Casa Confort S.A.S. en el mercado. Brindando un detallado de los ingresos frente a los costos de operación. Lo anterior con el fin, de establecer la rentabilidad del producto en el mercado frente a la utilidad deseada por parte de la empresa.

Para el caso del estado de resultados sin financiación la empresa posee para el primer año una utilidad del ejercicio de \$3.387.344 mientras que para el año 5 está incrementa a \$ 19.328.505.

Para el caso del estado de resultados con financiación la utilidad del ejercicio es inferior a la de sin, debido al apalancamiento financiero que adquirió la empresa para desarrollar actividades en el mercado. Para el año 1 es de \$ 3.033.606 mientras que para el año 3 es de \$ 12.050.121 el cual es el último año en el cual se cancela el préstamo bancario y el resto de año es igual al P&G sin financiación.

A continuación se presenta los estados de resultados sin y con financiación de la empresa Casa Confort S.A.S.

Tabla 31. Estado de resultados sin financiación en pesos

<b>CASA CONFORT</b>																	
<b>ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACIÓN EN PESOS</b>																	
	<b>ENE</b>	<b>FEB</b>	<b>MAR</b>	<b>ABR</b>	<b>MAY</b>	<b>JUN</b>	<b>JUL</b>	<b>AGO</b>	<b>SEP</b>	<b>OCT</b>	<b>NOV</b>	<b>DIC</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>INGRESOS</b>																	
Ventas	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	112.626.562	130.396.331	148.733.184	167.116.606	184.948.616
Costos	4.740.175	4.740.175	4.740.175	4.740.175	4.740.175	4.740.175	4.740.175	4.740.175	4.740.175	4.740.175	4.740.175	4.740.175	56.882.102	65.856.733	75.117.770	84.402.326	93.408.392
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>4.645.372</b>	<b>4.645.372</b>	<b>4.645.372</b>	<b>4.645.372</b>	<b>4.645.372</b>	<b>4.645.372</b>	<b>4.645.372</b>	<b>4.645.372</b>	<b>4.645.372</b>	<b>4.645.372</b>	<b>4.645.372</b>	<b>4.645.372</b>	<b>55.744.460</b>	<b>64.539.598</b>	<b>73.615.415</b>	<b>82.714.280</b>	<b>91.540.224</b>
<b>EGRESOS</b>																	
Nómina	2.875.113	2.875.113	2.875.113	2.875.113	2.875.113	2.875.113	2.875.113	2.875.113	2.875.113	2.875.113	2.875.113	2.875.113	34.501.355	37.123.458	39.647.853	42.026.724	44.212.114
Gastos de administración	830.091	596.707	634.367	601.011	642.813	625.328	702.155	647.440	660.567	609.511	634.367	596.707	7.781.062	8.372.422	8.941.747	9.478.252	9.971.121
Gastos de ventas	77.760	0	107.600	0	77.760	0	107.600	0	77.760	0	107.600	77.760	633.841	482.566	515.380	546.303	574.711
Depreciación	142.486	142.486	142.486	142.486	142.486	142.486	142.486	142.486	142.486	142.486	142.486	142.486	1.709.827	1.709.827	1.709.827	1.563.160	1.563.160
Diferidos	368.722	368.722	368.722	368.722	368.722	368.722	368.722	368.722	368.722	368.722	368.722	368.722	4.424.663	1.076.000	1.068.000	1.060.000	1.052.000
ICA	82.593	82.593	82.593	82.593	82.593	82.593	82.593	82.593	82.593	82.593	82.593	82.593	991.114	1.147.488	1.308.852	1.470.626	1.627.548
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>4.376.764</b>	<b>4.065.620</b>	<b>4.210.880</b>	<b>4.069.924</b>	<b>4.189.487</b>	<b>4.094.241</b>	<b>4.278.668</b>	<b>4.116.353</b>	<b>4.207.241</b>	<b>4.078.424</b>	<b>4.210.880</b>	<b>4.143.380</b>	<b>50.041.861</b>	<b>49.911.760</b>	<b>53.191.659</b>	<b>56.145.065</b>	<b>59.000.653</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>268.607</b>	<b>579.752</b>	<b>434.492</b>	<b>575.448</b>	<b>455.885</b>	<b>551.130</b>	<b>366.704</b>	<b>529.019</b>	<b>438.131</b>	<b>566.948</b>	<b>434.492</b>	<b>501.992</b>	<b>5.702.599</b>	<b>14.627.838</b>	<b>20.423.756</b>	<b>26.569.215</b>	<b>32.539.571</b>
<b>OTROS INGRESOS Y EGRESOS</b>																	
Gastos financieros Préstamo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos financieros Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>268.607</b>	<b>579.752</b>	<b>434.492</b>	<b>575.448</b>	<b>455.885</b>	<b>551.130</b>	<b>366.704</b>	<b>529.019</b>	<b>438.131</b>	<b>566.948</b>	<b>434.492</b>	<b>501.992</b>	<b>5.702.599</b>	<b>14.627.838</b>	<b>20.423.756</b>	<b>26.569.215</b>	<b>32.539.571</b>
Impuesto de Renta	91.326	197.116	147.727	195.652	155.001	187.384	124.679	179.866	148.965	192.762	147.727	170.677	1.938.884	4.973.465	6.944.077	9.033.533	11.063.454
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>177.281</b>	<b>382.636</b>	<b>286.765</b>	<b>379.796</b>	<b>300.884</b>	<b>363.746</b>	<b>242.025</b>	<b>349.152</b>	<b>289.166</b>	<b>374.185</b>	<b>286.765</b>	<b>331.314</b>	<b>3.763.716</b>	<b>9.654.373</b>	<b>13.479.679</b>	<b>17.535.682</b>	<b>21.476.117</b>
Reserva Legal	17.728	38.264	28.676	37.980	30.088	36.375	24.202	34.915	28.917	37.419	28.676	33.131	376.372	965.437	1.347.968	1.753.568	2.147.612
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>159.553</b>	<b>344.373</b>	<b>258.088</b>	<b>341.816</b>	<b>270.796</b>	<b>327.371</b>	<b>217.822</b>	<b>314.237</b>	<b>260.250</b>	<b>336.767</b>	<b>258.088</b>	<b>298.183</b>	<b>3.387.344</b>	<b>8.688.936</b>	<b>12.131.711</b>	<b>15.782.114</b>	<b>19.328.505</b>

Fuente: Autores

Tabla 32. Estado de resultados con financiación en pesos

CASA CONFORT																	
ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACIÓN EN PESOS																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>																	
Ventas	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	112.626.562	130.396.331	148.733.184	167.116.606	184.948.616
Costos	4.740.175	4.740.175	4.740.175	4.740.175	4.740.175	4.740.175	4.740.175	4.740.175	4.740.175	4.740.175	4.740.175	4.740.175	56.882.102	65.856.733	75.117.770	84.402.326	93.408.392
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>4.645.372</b>	<b>4.645.372</b>	<b>4.645.372</b>	<b>4.645.372</b>	<b>4.645.372</b>	<b>4.645.372</b>	<b>4.645.372</b>	<b>4.645.372</b>	<b>4.645.372</b>	<b>4.645.372</b>	<b>4.645.372</b>	<b>4.645.372</b>	<b>55.744.460</b>	<b>64.539.598</b>	<b>73.615.415</b>	<b>82.714.280</b>	<b>91.540.224</b>
<b>EGRESOS</b>																	
Nómima	2.875.113	2.875.113	2.875.113	2.875.113	2.875.113	2.875.113	2.875.113	2.875.113	2.875.113	2.875.113	2.875.113	2.875.113	34.501.355	37.123.458	39.647.853	42.026.724	44.212.114
Gastos de administración	830.091	596.707	634.367	601.011	642.813	625.328	702.155	647.440	660.567	609.511	634.367	596.707	7.781.062	8.372.422	8.941.747	9.478.252	9.971.121
Gastos de ventas	77.760	0	107.600	0	77.760	0	107.600	0	77.760	0	107.600	77.760	633.841	482.566	515.380	546.303	574.711
Depreciación	142.486	142.486	142.486	142.486	142.486	142.486	142.486	142.486	142.486	142.486	142.486	142.486	1.709.827	1.709.827	1.709.827	1.563.160	1.563.160
Diferidos	368.722	368.722	368.722	368.722	368.722	368.722	368.722	368.722	368.722	368.722	368.722	368.722	4.424.663	1.076.000	1.068.000	1.060.000	1.052.000
ICA	82.593	82.593	82.593	82.593	82.593	82.593	82.593	82.593	82.593	82.593	82.593	82.593	991.114	1.147.488	1.308.852	1.470.626	1.627.548
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>4.376.764</b>	<b>4.065.620</b>	<b>4.210.880</b>	<b>4.069.924</b>	<b>4.189.487</b>	<b>4.094.241</b>	<b>4.278.668</b>	<b>4.116.353</b>	<b>4.207.241</b>	<b>4.078.424</b>	<b>4.210.880</b>	<b>4.143.380</b>	<b>50.041.861</b>	<b>49.911.760</b>	<b>53.191.659</b>	<b>56.145.065</b>	<b>59.000.653</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>268.607</b>	<b>579.752</b>	<b>434.492</b>	<b>575.448</b>	<b>455.885</b>	<b>551.130</b>	<b>366.704</b>	<b>529.019</b>	<b>438.131</b>	<b>566.948</b>	<b>434.492</b>	<b>501.992</b>	<b>5.702.599</b>	<b>14.627.838</b>	<b>20.423.756</b>	<b>26.569.215</b>	<b>32.539.571</b>
<b>OTROS INGRESOS Y EGRESOS</b>																	
Gastos financieros Préstamo	57.548	56.142	54.726	53.300	51.863	50.416	48.959	47.491	46.013	44.524	43.024	41.514	595.519	376.303	137.357	0	0
Gastos financieros Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS</b>	<b>57.548</b>	<b>56.142</b>	<b>54.726</b>	<b>53.300</b>	<b>51.863</b>	<b>50.416</b>	<b>48.959</b>	<b>47.491</b>	<b>46.013</b>	<b>44.524</b>	<b>43.024</b>	<b>41.514</b>	<b>595.519</b>	<b>376.303</b>	<b>137.357</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>211.060</b>	<b>523.610</b>	<b>379.766</b>	<b>522.148</b>	<b>404.022</b>	<b>500.714</b>	<b>317.745</b>	<b>481.527</b>	<b>392.118</b>	<b>522.424</b>	<b>391.468</b>	<b>460.478</b>	<b>5.107.080</b>	<b>14.251.535</b>	<b>20.286.399</b>	<b>26.569.215</b>	<b>32.539.571</b>
Impuesto de Renta	71.760	178.028	129.121	177.530	137.367	170.243	108.033	163.719	133.320	177.624	133.099	156.562	1.736.407	4.845.522	6.897.376	9.033.533	11.063.454
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>139.299</b>	<b>345.583</b>	<b>250.646</b>	<b>344.618</b>	<b>266.654</b>	<b>330.471</b>	<b>209.712</b>	<b>317.808</b>	<b>258.798</b>	<b>344.800</b>	<b>258.369</b>	<b>303.915</b>	<b>3.370.673</b>	<b>9.406.013</b>	<b>13.389.023</b>	<b>17.535.682</b>	<b>21.476.117</b>
Reserva Legal	13.930	34.558	25.065	34.462	26.665	33.047	20.971	31.781	25.880	34.480	25.837	30.392	337.067	940.601	1.338.902	1.753.568	2.147.612
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>125.369</b>	<b>311.025</b>	<b>225.581</b>	<b>310.156</b>	<b>239.989</b>	<b>297.424</b>	<b>188.741</b>	<b>286.027</b>	<b>232.918</b>	<b>310.320</b>	<b>232.532</b>	<b>273.524</b>	<b>3.033.606</b>	<b>8.465.412</b>	<b>12.050.121</b>	<b>15.782.114</b>	<b>19.328.505</b>

Fuente: Autores



## **5.12 FLUJO DE CAJA SIN Y CON FINANCIACIÓN EN PESOS**

Los flujos de caja de la empresa son estados financieros que determinan el movimiento de ingresos o salida de caja o efectivo en el desarrollo de actividades de la empresa Casa Confort S.A.S. en un periodo determinado, lo cual es considerado un indicador de liquidez importante, debido a que este determina el saldo inicial y final de efectivo para la ejecución de actividades en el mercado.

En el caso del flujo de caja sin financiación la empresa cuenta para el año 1 es de \$ 7.281.009, esta es la misma cantidad de dinero requerido con en el capital de trabajo para la ejecución de actividades comerciales en el mercado. Al finalizar el año 1 este posee un saldo final de \$ 27.502.814, el cual es el mismo saldo inicial para el año 2. Mientras que para el año 5 la empresa cuenta con un saldo inicial de \$ 49.426.057 y un final de \$ 71.943.690.

Para el flujo de caja con financiación en pesos la empresa posee una liquidez monetaria para la ejecución de actividades comerciales en el año 1 de \$ 7.281.009 Igual que sin financiación pero posee una finalización del periodo menor debido al apalancamiento financiero de \$ 24.471.558. Mientras que para el año 5 posee un saldo inicial de \$ 40.709.410 y un saldo final de \$ 63.227.043.

Tabla 33 Flujo de caja sin financiación en pesos

CASA CONFORT																	
FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACIÓN EN PESOS																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>																	
Recaudos	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	112.626.562	130.396.331	148.733.184	167.116.606	184.948.616
IVA Cobrado	1.783.254	1.783.254	1.783.254	1.783.254	1.783.254	1.783.254	1.783.254	1.783.254	1.783.254	1.783.254	1.783.254	1.783.254	21.399.047	24.775.303	28.259.305	31.752.155	35.140.237
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>11.168.801</b>	<b>11.168.801</b>	<b>11.168.801</b>	<b>11.168.801</b>	<b>11.168.801</b>	<b>11.168.801</b>	<b>11.168.801</b>	<b>11.168.801</b>	<b>11.168.801</b>	<b>11.168.801</b>	<b>11.168.801</b>	<b>11.168.801</b>	<b>134.025.609</b>	<b>155.171.634</b>	<b>176.992.490</b>	<b>198.868.761</b>	<b>220.088.854</b>
<b>EGRESOS</b>																	
Nómina	2.423.121	2.423.121	2.423.121	2.423.121	2.423.121	3.955.461	2.423.121	2.423.121	2.423.121	2.423.121	2.423.121	3.955.461	32.142.135	36.944.157	39.475.233	41.864.055	44.062.675
Gastos de administración	830.091	596.707	634.367	601.011	642.813	625.328	702.155	647.440	660.567	609.511	634.367	596.707	7.781.062	8.372.422	8.941.747	9.478.252	9.971.121
Gastos de ventas	77.760	0	107.600	0	77.760	0	107.600	0	77.760	0	107.600	77.760	633.841	482.566	515.380	546.303	574.711
Costos	4.740.175	4.740.175	4.740.175	4.740.175	4.740.175	4.740.175	4.740.175	4.740.175	4.740.175	4.740.175	4.740.175	4.740.175	56.882.102	65.856.733	75.117.770	84.402.326	93.408.392
IVA Pagado	524.658	524.658	524.658	524.658	524.658	524.658	524.658	524.658	524.658	524.658	524.658	524.658	6.295.901	87.470.914	99.771.424	112.103.172	124.065.029
IVA Total al Flujo de Caja	0	0	0	0	5.034.382	0	0	0	5.034.382	0	0	0	10.068.764	-36.762.692	-68.573.283	-77.404.718	-86.066.867
Seguros														1.076.000	1.068.000	1.060.000	1.052.000
ICA													0	991.114	1.147.488	1.308.852	1.470.626
Impuesto de Renta													0	1.938.884	4.973.465	6.944.077	9.033.533
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>8.595.806</b>	<b>8.284.661</b>	<b>8.429.921</b>	<b>8.288.965</b>	<b>13.442.910</b>	<b>9.845.622</b>	<b>8.497.709</b>	<b>8.335.395</b>	<b>13.460.664</b>	<b>8.297.466</b>	<b>8.429.921</b>	<b>9.894.761</b>	<b>113.803.805</b>	<b>166.370.097</b>	<b>162.437.224</b>	<b>180.302.320</b>	<b>197.571.221</b>
<b>FLUJO DE CAJA OPERACIONAL</b>	<b>2.572.995</b>	<b>2.884.139</b>	<b>2.738.879</b>	<b>2.879.835</b>	<b>(2.274.110)</b>	<b>1.323.178</b>	<b>2.671.091</b>	<b>2.833.406</b>	<b>(2.291.864)</b>	<b>2.871.335</b>	<b>2.738.879</b>	<b>1.274.040</b>	<b>20.221.804</b>	<b>(11.198.463)</b>	<b>14.555.265</b>	<b>18.566.441</b>	<b>22.517.633</b>
<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>																	
Gastos financieros Préstamo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos financieros Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Amortización Préstamo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Amortización Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>	<b>2.572.995</b>	<b>2.884.139</b>	<b>2.738.879</b>	<b>2.879.835</b>	<b>(2.274.110)</b>	<b>1.323.178</b>	<b>2.671.091</b>	<b>2.833.406</b>	<b>(2.291.864)</b>	<b>2.871.335</b>	<b>2.738.879</b>	<b>1.274.040</b>	<b>20.221.804</b>	<b>(11.198.463)</b>	<b>14.555.265</b>	<b>18.566.441</b>	<b>22.517.633</b>
<b>SALDO INICIAL DE CAJA</b>	<b>7.281.009</b>	<b>9.854.004</b>	<b>12.738.143</b>	<b>15.477.022</b>	<b>18.356.858</b>	<b>16.082.748</b>	<b>17.405.926</b>	<b>20.077.018</b>	<b>22.910.424</b>	<b>20.618.560</b>	<b>23.489.895</b>	<b>26.228.774</b>	<b>7.281.009</b>	<b>27.502.814</b>	<b>16.304.350</b>	<b>30.859.616</b>	<b>49.426.057</b>
<b>SALDO FINAL DE CAJA</b>	<b>9.854.004</b>	<b>12.738.143</b>	<b>15.477.022</b>	<b>18.356.858</b>	<b>16.082.748</b>	<b>17.405.926</b>	<b>20.077.018</b>	<b>22.910.424</b>	<b>20.618.560</b>	<b>23.489.895</b>	<b>26.228.774</b>	<b>27.502.814</b>	<b>27.502.814</b>	<b>16.304.350</b>	<b>30.859.616</b>	<b>49.426.057</b>	<b>71.943.690</b>

Fuente: Autores

Tabla 34 Flujo de caja con financiación en pesos

CASA CONFORT																	
FLUJO DE CAJA CON FINANCIACIÓN EN PESOS																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>																	
Recaudos	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	9.385.547	112.626.562	130.396.331	148.733.184	167.116.606	184.948.616
IVA Cobrado	1.783.254	1.783.254	1.783.254	1.783.254	1.783.254	1.783.254	1.783.254	1.783.254	1.783.254	1.783.254	1.783.254	1.783.254	21.399.047	24.775.303	28.259.305	31.752.155	35.140.237
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>11.168.801</b>	<b>11.168.801</b>	<b>11.168.801</b>	<b>11.168.801</b>	<b>11.168.801</b>	<b>11.168.801</b>	<b>11.168.801</b>	<b>11.168.801</b>	<b>11.168.801</b>	<b>11.168.801</b>	<b>11.168.801</b>	<b>11.168.801</b>	<b>134.025.609</b>	<b>155.171.634</b>	<b>176.992.490</b>	<b>198.868.761</b>	<b>220.088.854</b>
<b>EGRESOS</b>																	
Nómina	2.423.121	2.423.121	2.423.121	2.423.121	2.423.121	3.955.461	2.423.121	2.423.121	2.423.121	2.423.121	2.423.121	3.955.461	32.142.135	36.944.157	39.475.233	41.864.055	44.062.675
Gastos de administración	830.091	596.707	634.367	601.011	642.813	625.328	702.155	647.440	660.567	609.511	634.367	596.707	7.781.062	8.372.422	8.941.747	9.478.252	9.971.121
Gastos de ventas	77.760	0	107.600	0	77.760	0	107.600	0	77.760	0	107.600	77.760	633.841	482.566	515.380	546.303	574.711
Costos	4.740.175	4.740.175	4.740.175	4.740.175	4.740.175	4.740.175	4.740.175	4.740.175	4.740.175	4.740.175	4.740.175	4.740.175	56.882.102	65.856.733	75.117.770	84.402.326	93.408.392
IVA Pagado	524.658	524.658	524.658	524.658	524.658	524.658	524.658	524.658	524.658	524.658	524.658	524.658	6.295.901	87.470.914	99.771.424	112.103.172	124.065.029
IVA Total al Flujo de Caja	0	0	0	0	5.034.382	0	0	0	5.034.382	0	0	0	10.068.764	-36.762.692	-68.573.283	-77.404.718	-86.066.867
Seguros													1.076.000	1.068.000	1.060.000	1.052.000	
ICA													0	991.114	1.147.488	1.308.852	1.470.626
Impuesto de Renta													0	1.736.407	4.845.522	6.897.376	9.033.533
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>8.595.806</b>	<b>8.284.661</b>	<b>8.429.921</b>	<b>8.288.965</b>	<b>13.442.910</b>	<b>9.845.622</b>	<b>8.497.709</b>	<b>8.335.395</b>	<b>13.460.664</b>	<b>8.297.466</b>	<b>8.429.921</b>	<b>9.894.761</b>	<b>113.803.805</b>	<b>166.167.621</b>	<b>162.309.281</b>	<b>180.255.619</b>	<b>197.571.221</b>
<b>FLUJO DE CAJA OPERACIONAL</b>	<b>2.572.995</b>	<b>2.884.139</b>	<b>2.738.879</b>	<b>2.879.835</b>	<b>(2.274.110)</b>	<b>1.323.178</b>	<b>2.671.091</b>	<b>2.833.406</b>	<b>(2.291.864)</b>	<b>2.871.335</b>	<b>2.738.879</b>	<b>1.274.040</b>	<b>20.221.804</b>	<b>(10.995.987)</b>	<b>14.683.208</b>	<b>18.613.142</b>	<b>22.517.633</b>
<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>																	
Gastos financieros Préstamo	57.548	56.142	54.726	53.300	51.863	50.416	48.959	47.491	46.013	44.524	43.024	41.514	595.519	376.303	137.357	0	0
Gastos financieros Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Amortización Préstamo	195.057	196.463	197.879	199.305	200.742	202.188	203.646	205.113	206.592	208.081	209.580	211.091	2.435.737	2.654.953	2.893.899	0	0
Amortización Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	<b>252.605</b>	<b>252.605</b>	<b>252.605</b>	<b>252.605</b>	<b>252.605</b>	<b>252.605</b>	<b>252.605</b>	<b>252.605</b>	<b>252.605</b>	<b>252.605</b>	<b>252.605</b>	<b>252.605</b>	<b>3.031.256</b>	<b>3.031.256</b>	<b>3.031.256</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>	<b>2.320.390</b>	<b>2.631.535</b>	<b>2.486.275</b>	<b>2.627.231</b>	<b>(2.526.714)</b>	<b>1.070.574</b>	<b>2.418.487</b>	<b>2.580.801</b>	<b>(2.544.468)</b>	<b>2.618.730</b>	<b>2.486.275</b>	<b>1.021.435</b>	<b>17.190.549</b>	<b>(14.027.243)</b>	<b>11.651.953</b>	<b>18.613.142</b>	<b>22.517.633</b>
<b>SALDO INICIAL DE CAJA</b>	<b>7.281.009</b>	<b>9.601.399</b>	<b>12.232.934</b>	<b>14.719.209</b>	<b>17.346.439</b>	<b>14.819.725</b>	<b>15.890.299</b>	<b>18.308.785</b>	<b>20.889.586</b>	<b>18.345.118</b>	<b>20.963.848</b>	<b>23.450.123</b>	<b>7.281.009</b>	<b>24.471.558</b>	<b>10.444.315</b>	<b>22.096.268</b>	<b>40.709.410</b>
<b>SALDO FINAL DE CAJA</b>	<b>9.601.399</b>	<b>12.232.934</b>	<b>14.719.209</b>	<b>17.346.439</b>	<b>14.819.725</b>	<b>15.890.299</b>	<b>18.308.785</b>	<b>20.889.586</b>	<b>18.345.118</b>	<b>20.963.848</b>	<b>23.450.123</b>	<b>24.471.558</b>	<b>24.471.558</b>	<b>10.444.315</b>	<b>22.096.268</b>	<b>40.709.410</b>	<b>63.227.043</b>

Fuente: Autores

### **5.13 BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN Y CON FINANCIACIÓN EN PESOS**

El balance general proyectado de la empresa Casa Confort S.A.S. muestra la composición de los activos, pasivos y patrimonios en un periodo determinado. Es decir, determina el estado de empresa en su estructura patrimonial frente a los activos y pasivos de la misma.

Para el caso del balance general proyectado sin financiación en pesos, la empresa Casa Confort S.A.S. cuenta para el año 1 unos activos de \$ 34.048.787, pasivos de \$ 10.323.600 y un patrimonio de \$ 23.725.188. Mientras que para el año 5 aumenta debido al crecimiento de la empresa en el mercado y la efectividad de las estrategias de marketing mix, para el año 5 los activos son de \$ 71.943.690, los pasivos de \$ - 13.927.349 y el total de patrimonio es \$ 85.871.038. Con el fin de dar un activo = pasivo + patrimonio = 0.

El balance general proyectado con financiación cuenta con una variación en la en los pasivos corrientes, debido al apalancamiento bancario que adquirió la empresa con entes financieros, debido que para el año 0 la obligación es de \$ 7.984.589 el año 1 es de \$ 5.548.852 y el último año es de \$ 2.893.899, dando por terminado el pago del préstamo bancario de la empresa Casa Confort S.A.S.

Tabla 35. Balance general proyectado sin financiación en pesos

<b>CASA CONFORT</b>						
<b>BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACIÓN EN PESOS</b>						
	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>ACTIVOS</b>						
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>						
Caja Bancos	7.281.009	27.502.814	16.304.350	30.859.616	49.426.057	71.943.690
C x C	0	0	0	0	0	0
Inventario	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>7.281.009</b>	<b>27.502.814</b>	<b>16.304.350</b>	<b>30.859.616</b>	<b>49.426.057</b>	<b>71.943.690</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>						
<b>ACTIVOS FIJOS</b>						
CASA s y Enseres	440.000	440.000	440.000	440.000	440.000	440.000
Equipos de Cómputo y Comunicación	1.710.000	1.710.000	1.710.000	1.710.000	1.710.000	1.710.000
Maquinaria y equipos	6.105.800	6.105.800	6.105.800	6.105.800	6.105.800	6.105.800
(-) Depreciación Acumulada		1.709.827	3.419.653	5.129.480	6.692.640	8.255.800
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>8.255.800</b>	<b>6.545.973</b>	<b>4.836.147</b>	<b>3.126.320</b>	<b>1.563.160</b>	<b>0</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>						
Diferidos	4.424.663	0	0	0	0	0
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>4.424.663</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>12.680.463</b>	<b>6.545.973</b>	<b>4.836.147</b>	<b>3.126.320</b>	<b>1.563.160</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>19.961.472</b>	<b>34.048.787</b>	<b>21.140.497</b>	<b>33.985.936</b>	<b>50.989.217</b>	<b>71.943.690</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>						
C x P	0	0	0	0	0	0
Cesantías x pagar	0	2.106.446	2.266.536	2.420.661	2.565.901	2.699.327
Interés a las cesantías x pagar	0	252.774	271.984	290.479	307.908	323.919
Impuesto de Renta x pagar	0	1.938.884	4.973.465	6.944.077	9.033.533	11.063.454
IVA x pagar	0	5.034.382	-20.898.537	-23.837.373	-26.783.672	-29.641.597
ICA x pagar	0	991.114	1.147.488	1.308.852	1.470.626	1.627.548
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>0</b>	<b>10.323.600</b>	<b>-12.239.064</b>	<b>-12.873.304</b>	<b>-13.405.704</b>	<b>-13.927.349</b>
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>						
Obligaciones Financieras	0	0	0	0	0	0
Leasing Financiero	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>0</b>	<b>10.323.600</b>	<b>-12.239.064</b>	<b>-12.873.304</b>	<b>-13.405.704</b>	<b>-13.927.349</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Social	19.961.472	19.961.472	19.961.472	19.961.472	19.961.472	19.961.472
Utilidad Acumulada	0	3.387.344	12.076.280	24.207.991	39.990.104	59.318.610
Reserva Legal Acumulada	0	376.372	1.341.809	2.689.777	4.443.345	6.590.957
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>19.961.472</b>	<b>23.725.188</b>	<b>33.379.561</b>	<b>46.859.239</b>	<b>64.394.921</b>	<b>85.871.038</b>
<b>PASIVOS + PATRIMONIO</b>	<b>19.961.472</b>	<b>34.048.787</b>	<b>21.140.497</b>	<b>33.985.936</b>	<b>50.989.217</b>	<b>71.943.690</b>

Fuente: Autores

Tabla 36. Balance general proyectado con financiación en pesos

<b>CASA CONFORT</b>						
<b>BALANCE GENERAL PROYECTADO CON FINANCIACIÓN EN PESOS</b>						
	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>ACTIVOS</b>						
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>						
Caja Bancos	7.281.009	24.471.558	10.444.315	22.096.268	40.709.410	63.227.043
C x C	0	0	0	0	0	0
Inventario	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>7.281.009</b>	<b>24.471.558</b>	<b>10.444.315</b>	<b>22.096.268</b>	<b>40.709.410</b>	<b>63.227.043</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>						
<b>ACTIVOS FIJOS</b>						
CASA s y Enseres	440.000	440.000	440.000	440.000	440.000	440.000
Equipos de Cómputo y Comunicación	1.710.000	1.710.000	1.710.000	1.710.000	1.710.000	1.710.000
Maquinaria y equipos	6.105.800	6.105.800	6.105.800	6.105.800	6.105.800	6.105.800
(-) Depreciación Acumulada		1.709.827	3.419.653	5.129.480	6.692.640	8.255.800
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>8.255.800</b>	<b>6.545.973</b>	<b>4.836.147</b>	<b>3.126.320</b>	<b>1.563.160</b>	<b>0</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>						
Diferidos	4.424.663	0	0	0	0	0
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>4.424.663</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>12.680.463</b>	<b>6.545.973</b>	<b>4.836.147</b>	<b>3.126.320</b>	<b>1.563.160</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>19.961.472</b>	<b>31.017.531</b>	<b>15.280.462</b>	<b>25.222.588</b>	<b>42.272.570</b>	<b>63.227.043</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>						
C x P	0	0	0	0	0	0
Cesantías x pagar	0	2.106.446	2.266.536	2.420.661	2.565.901	2.699.327
Interés a las cesantías x pagar	0	252.774	271.984	290.479	307.908	323.919
Impuesto de Renta x pagar	0	1.736.407	4.845.522	6.897.376	9.033.533	11.063.454
IVA x pagar	0	5.034.382	-20.898.537	-23.837.373	-26.783.672	-29.641.597
ICA x pagar	0	991.114	1.147.488	1.308.852	1.470.626	1.627.548
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>0</b>	<b>10.121.123</b>	<b>-12.367.007</b>	<b>-12.920.005</b>	<b>-13.405.704</b>	<b>-13.927.349</b>
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>						
Obligaciones Financieras	7.984.589	5.548.852	2.893.899	0	0	0
Leasing Financiero	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>7.984.589</b>	<b>5.548.852</b>	<b>2.893.899</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>7.984.589</b>	<b>15.669.975</b>	<b>-9.473.108</b>	<b>-12.920.005</b>	<b>-13.405.704</b>	<b>-13.927.349</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Social	11.976.883	11.976.883	11.976.883	11.976.883	11.976.883	11.976.883
Utilidad Acumulada	0	3.033.606	11.499.018	23.549.139	39.331.252	58.659.757
Reserva Legal Acumulada	0	337.067	1.277.669	2.616.571	4.370.139	6.517.751
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>11.976.883</b>	<b>15.347.556</b>	<b>24.753.569</b>	<b>38.142.593</b>	<b>55.678.275</b>	<b>77.154.392</b>
<b>PASIVOS + PATRIMONIO</b>	<b>19.961.472</b>	<b>31.017.531</b>	<b>15.280.462</b>	<b>25.222.588</b>	<b>42.272.570</b>	<b>63.227.043</b>

Fuente: Autores

#### **5.14 ANÁLISIS VERTICALES**

Los análisis financieros verticales de la empresa Casa Confort S.A.S. ayudan a determinar la composición porcentual de cada una de las cuentas dentro del estado financiero, esto permite evaluar el crecimiento o pérdida económica de la empresa porcentualmente de los diferentes estados financieros.

Por otra parte, el análisis vertical es de suma importancia debido a que establece si la distribución de los activos equitativamente y determina las prioridades de acuerdo a las necesidades operativas y financieras de la empresa Casa Confort en el mercado.

A continuación se presentan los análisis verticales de los balances generales proyectados sin y con financiación en pesos y los estados de resultados sin y con financiación en pesos.

Tabla 37. Análisis vertical del balance general proyectado sin financiación en pesos

CASA CONFORT ANÁLISIS VERTICAL BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACIÓN EN PESOS												
	AÑO 0	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 1	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 2	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 3	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 4	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 5	ANÁLISIS VERTICAL
<b>ACTIVOS</b>												
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>												
Caja Bancos	7.281.009	36,48%	27.502.814	80,77%	16.304.350	77,12%	30.859.616	90,80%	49.426.057	96,93%	71.943.690	100,00%
C x C	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Inventario	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>7.281.009</b>	<b>36,48%</b>	<b>27.502.814</b>	<b>80,77%</b>	<b>16.304.350</b>	<b>77,12%</b>	<b>30.859.616</b>	<b>90,80%</b>	<b>49.426.057</b>	<b>96,93%</b>	<b>71.943.690</b>	<b>100,00%</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>												
<b>ACTIVOS FIJOS</b>												
CASA s y Enseres	440.000	2,20%	440.000	1,29%	440.000	2,08%	440.000	1,29%	440.000	0,86%	440.000	0,61%
Equipos de Cómputo y Comunicación	1.710.000	8,57%	1.710.000	5,02%	1.710.000	8,09%	1.710.000	5,03%	1.710.000	3,35%	1.710.000	2,38%
Maquinaria y Equipos	6.105.800	30,59%	6.105.800	17,93%	6.105.800	28,88%	6.105.800	17,97%	6.105.800	11,97%	6.105.800	8,49%
(-) Depreciación Acumulada	0	0,00%	1.709.827	5,02%	3.419.653	16,18%	5.129.480	15,09%	6.692.640	13,13%	8.255.800	11,48%
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>8.255.800</b>	<b>41,36%</b>	<b>6.545.973</b>	<b>19,23%</b>	<b>4.836.147</b>	<b>22,88%</b>	<b>3.126.320</b>	<b>9,20%</b>	<b>1.563.160</b>	<b>3,07%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>												
Diferidos	4.424.663	22,17%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>4.424.663</b>	<b>22,17%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>12.680.463</b>	<b>63,52%</b>	<b>6.545.973</b>	<b>19,23%</b>	<b>4.836.147</b>	<b>22,88%</b>	<b>3.126.320</b>	<b>9,20%</b>	<b>1.563.160</b>	<b>3,07%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>19.961.472</b>	<b>100,00%</b>	<b>34.048.787</b>	<b>100,00%</b>	<b>21.140.497</b>	<b>100,00%</b>	<b>33.985.936</b>	<b>100,00%</b>	<b>50.989.217</b>	<b>100,00%</b>	<b>71.943.690</b>	<b>100,00%</b>
<b>PASIVOS</b>												
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>												
C x P	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Cesantías x pagar	0	0,00%	2.106.446	6,19%	2.266.536	10,72%	2.420.661	7,12%	2.565.901	5,03%	2.699.327	3,75%
Interés a las cesantías x pagar	0	0,00%	252.774	0,74%	271.984	1,29%	290.479	0,85%	307.908	0,60%	323.919	0,45%
Impuesto de Renta x pagar	0	0,00%	1.938.884	5,69%	4.973.465	23,53%	6.944.077	20,43%	9.033.533	17,72%	11.063.454	15,38%
IVA x pagar	0	0,00%	5.034.382	14,79%	-20.898.537	-98,86%	-23.837.373	-70,14%	-26.783.672	-52,53%	-29.641.597	-41,20%
ICA x pagar	0	0,00%	991.114	2,91%	1.147.488	5,43%	1.308.852	3,85%	1.470.626	2,88%	1.627.548	2,26%
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>10.323.600</b>	<b>30,32%</b>	<b>-12.239.064</b>	<b>-57,89%</b>	<b>-12.873.304</b>	<b>-37,88%</b>	<b>-13.405.704</b>	<b>-26,29%</b>	<b>-13.927.349</b>	<b>-19,36%</b>
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>												
Obligaciones Financieras	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Leasing Financiero	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>10.323.600</b>	<b>30,32%</b>	<b>-12.239.064</b>	<b>-57,89%</b>	<b>-12.873.304</b>	<b>-37,88%</b>	<b>-13.405.704</b>	<b>-26,29%</b>	<b>-13.927.349</b>	<b>-19,36%</b>
<b>PATRIMONIO</b>												
Capital Social	19.961.472	100,00%	19.961.472	58,63%	19.961.472	94,42%	19.961.472	58,73%	19.961.472	39,15%	19.961.472	27,75%
Utilidad Acumulada	0	0,00%	3.387.344	(9,95%)	12.076.280	(57,12%)	24.207.991	71,23%	39.990.104	78,43%	59.318.610	82,45%
Reserva Legal Acumulada	0	0,00%	376.372	1,11%	1.341.809	6,35%	2.689.777	7,91%	4.443.345	8,71%	6.590.957	9,16%
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>19.961.472</b>	<b>100,00%</b>	<b>23.725.188</b>	<b>69,68%</b>	<b>33.379.561</b>	<b>157,89%</b>	<b>46.859.239</b>	<b>137,88%</b>	<b>64.394.921</b>	<b>126,29%</b>	<b>85.871.038</b>	<b>119,36%</b>
<b>PASIVOS + PATRIMONIO</b>	<b>19.961.472</b>	<b>100,00%</b>	<b>34.048.787</b>	<b>100,00%</b>	<b>21.140.497</b>	<b>100,00%</b>	<b>33.985.936</b>	<b>100,00%</b>	<b>50.989.217</b>	<b>100,00%</b>	<b>71.943.690</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Autores



Tabla 38. Análisis vertical del balance general proyectado con financiación en pesos

CASA CONFORT												
ANÁLISIS VERTICAL BALANCE GENERAL PROYECTADO CON FINANCIACIÓN EN PESOS												
	AÑO 0	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 1	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 2	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 3	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 4	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 5	ANÁLISIS VERTICAL
<b>ACTIVOS</b>												
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>												
Caja Bancos	7.281.009	36,48%	24.471.558	78,90%	10.444.315	68,35%	22.096.268	87,61%	40.709.410	96,30%	63.227.043	100,00%
C x C	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Inventario	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>7.281.009</b>	<b>36,48%</b>	<b>24.471.558</b>	<b>78,90%</b>	<b>10.444.315</b>	<b>68,35%</b>	<b>22.096.268</b>	<b>87,61%</b>	<b>40.709.410</b>	<b>96,30%</b>	<b>63.227.043</b>	<b>100,00%</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>												
<b>ACTIVOS FIJOS</b>												
CASA s y Enseres	440.000	2,20%	440.000	1,42%	440.000	2,88%	440.000	1,74%	440.000	1,04%	440.000	0,70%
Equipos de Cómputo y Comunicación	1.710.000	8,57%	1.710.000	5,51%	1.710.000	11,19%	1.710.000	6,78%	1.710.000	4,05%	1.710.000	2,70%
Mauinaria y equipos	6.105.800	30,59%	6.105.800	19,68%	6.105.800	39,96%	6.105.800	24,21%	6.105.800	14,44%	6.105.800	9,66%
(-) Depreciación Acumulada	0	0,00%	1.709.827	5,51%	3.419.653	22,38%	5.129.480	20,34%	6.692.640	15,83%	8.255.800	13,06%
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>8.255.800</b>	<b>41,36%</b>	<b>6.545.973</b>	<b>21,10%</b>	<b>4.836.147</b>	<b>31,65%</b>	<b>3.126.320</b>	<b>12,39%</b>	<b>1.563.160</b>	<b>3,70%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>												
Diferidos	4.424.663	22,17%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>4.424.663</b>	<b>22,17%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>12.680.463</b>	<b>63,52%</b>	<b>6.545.973</b>	<b>21,10%</b>	<b>4.836.147</b>	<b>31,65%</b>	<b>3.126.320</b>	<b>12,39%</b>	<b>1.563.160</b>	<b>3,70%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>19.961.472</b>	<b>100,00%</b>	<b>31.017.531</b>	<b>100,00%</b>	<b>15.280.462</b>	<b>100,00%</b>	<b>25.222.588</b>	<b>100,00%</b>	<b>42.272.570</b>	<b>100,00%</b>	<b>63.227.043</b>	<b>100,00%</b>
<b>PASIVOS</b>												
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>												
C x P	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Cesantías x pagar	0	0,00%	2.106.446	6,79%	2.266.536	14,83%	2.420.661	9,60%	2.565.901	6,07%	2.699.327	4,27%
Interés a las cesantías x pagar	0	0,00%	252.774	0,81%	271.984	1,78%	290.479	1,15%	307.908	0,73%	323.919	0,51%
Impuesto de Renta x pagar	0	0,00%	1.736.407	5,60%	4.845.522	31,71%	6.897.376	27,35%	9.033.533	21,37%	11.063.454	17,50%
IVA x pagar	0	0,00%	5.034.382	16,23%	-20.898.537	-136,77%	-23.837.373	-94,51%	-26.783.672	-63,36%	-29.641.597	-46,88%
ICA x pagar	0	0,00%	991.114	3,20%	1.147.488	7,51%	1.308.852	5,19%	1.470.626	3,48%	1.627.548	2,57%
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>10.121.123</b>	<b>32,63%</b>	<b>-12.367.007</b>	<b>-80,93%</b>	<b>-12.920.005</b>	<b>-51,22%</b>	<b>-13.405.704</b>	<b>-31,71%</b>	<b>-13.927.349</b>	<b>-22,03%</b>
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>												
Obligaciones Financieras	7.984.589	100,00%	5.548.852	17,89%	2.893.899	18,94%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Leasing Financiero	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>7.984.589</b>	<b>100,00%</b>	<b>5.548.852</b>	<b>17,89%</b>	<b>2.893.899</b>	<b>18,94%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>7.984.589</b>	<b>100,00%</b>	<b>15.669.975</b>	<b>50,52%</b>	<b>-9.473.108</b>	<b>-61,99%</b>	<b>-12.920.005</b>	<b>-51,22%</b>	<b>-13.405.704</b>	<b>-31,71%</b>	<b>-13.927.349</b>	<b>-22,03%</b>
<b>PATRIMONIO</b>												
Capital Social	11.976.883	100,00%	11.976.883	38,61%	11.976.883	78,38%	11.976.883	47,48%	11.976.883	28,33%	11.976.883	18,94%
Utilidad Acumulada	0	0,00%	3.033.606	(9,78%)	11.499.018	(75,25%)	23.549.139	93,37%	39.331.252	93,04%	58.659.757	92,78%
Reserva Legal Acumulada	0	0,00%	337.067	1,09%	1.277.669	8,36%	2.616.571	10,37%	4.370.139	10,34%	6.517.751	10,31%
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>11.976.883</b>	<b>100,00%</b>	<b>15.347.556</b>	<b>49,48%</b>	<b>24.753.569</b>	<b>161,99%</b>	<b>38.142.593</b>	<b>151,22%</b>	<b>55.678.275</b>	<b>131,71%</b>	<b>77.154.392</b>	<b>122,03%</b>
<b>PASIVOS + PATRIMONIO</b>	<b>19.961.472</b>	<b>100,00%</b>	<b>31.017.531</b>	<b>100,00%</b>	<b>15.280.462</b>	<b>100,00%</b>	<b>25.222.588</b>	<b>100,00%</b>	<b>42.272.570</b>	<b>100,00%</b>	<b>63.227.043</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Autores





## **5.15 ANÁLISIS HORIZONTALES**

Los análisis horizontales buscan determinar la variación absoluta y relativa de cada una de las cuentas del estado financiero que han sufrido cambios de un periodo a otro.

La variación absoluta permite determina el incremento o perdida de la empresa de una periodo a otro en sus cuentas. Es decir, mide el año 1 con base al saldo anterior en su crecimiento. Mientras que la variación relativa permite determinar este mismo resultado pero porcentualmente, con el fin de establecer el nivel de ganancia o pérdida de la empresa.

El análisis horizontal permite determinar las variaciones de las cuentas de los estados financieros y establecer las causas de dicho comportamiento con el fin de establecer las estrategias más efectivas.

Los valores obtenidos en el análisis horizontal, pueden ser comparados con las metas de crecimiento y desempeño fijadas por la empresa, para evaluar la eficiencia y eficacia de la administración en la gestión de los recursos, puesto que los resultados económicos de una empresa son el resultado de las decisiones administrativas que se hayan tomado.





Tabla 43. Análisis horizontal del estado de resultados sin financiación en pesos

CASA CONFORT													
ANÁLISIS HORIZONTAL ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACIÓN EN PESOS													
	AÑO 1	AÑO 2	VARIACIÓN ABOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 3	VARIACIÓN ABOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 4	VARIACIÓN ABOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 5	VARIACIÓN ABOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA
<b>INGRESOS</b>													
Ventas	112.626.562	130.396.331	17.769.769	15,78%	148.733.184	18.336.854	14,06%	167.116.606	18.383.422	12,36%	184.948.616	17.832.010	10,67%
Costos	56.882.102	65.856.733	8.974.631	15,78%	75.117.770	9.261.037	14,06%	84.402.326	9.284.556	12,36%	93.408.392	9.006.066	10,67%
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>55.744.460</b>	<b>64.539.598</b>	<b>8.795.138</b>	<b>15,78%</b>	<b>73.615.415</b>	<b>9.075.816</b>	<b>14,06%</b>	<b>82.714.280</b>	<b>9.098.865</b>	<b>12,36%</b>	<b>91.540.224</b>	<b>8.825.945</b>	<b>10,67%</b>
<b>EGRESOS</b>													
Nómima	34.501.355	37.123.458	2.622.103	7,60%	39.647.853	2.524.395	6,80%	42.026.724	2.378.871	6,00%	44.212.114	2.185.390	5,20%
Gastos de administración	7.781.062	8.372.422	591.361	7,60%	8.941.747	569.325	6,80%	9.478.252	536.505	6,00%	9.971.121	492.869	5,20%
Gastos de ventas	633.841	482.566	-151.276	(23,87%)	515.380	32.814	6,80%	546.303	30.923	6,00%	574.711	28.408	5,20%
Depreciación	1.709.827	1.709.827	0	0,00%	1.709.827	0	0,00%	1.563.160	(146.667)	(8,58%)	1.563.160	0	0,00%
Diferidos	4.424.663	1.076.000	-3.348.663	(75,68%)	1.068.000	-8.000	0,00%	1.060.000	-8.000	0,00%	1.052.000	-8.000	0,00%
ICA	991.114	1.147.488	156.374	15,78%	1.308.852	161.364	14,06%	1.470.626	161.774	12,36%	1.627.548	156.922	10,67%
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>50.041.861</b>	<b>49.911.760</b>	<b>-130.101</b>	<b>(0,26%)</b>	<b>53.191.659</b>	<b>3.279.899</b>	<b>6,57%</b>	<b>56.145.065</b>	<b>2.953.406</b>	<b>(5,55%)</b>	<b>59.000.653</b>	<b>2.855.588</b>	<b>5,09%</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>5.702.599</b>	<b>14.627.838</b>	<b>8.925.239</b>	<b>(156,51%)</b>	<b>20.423.756</b>	<b>5.795.918</b>	<b>39,62%</b>	<b>26.569.215</b>	<b>6.145.459</b>	<b>30,09%</b>	<b>32.539.571</b>	<b>5.970.356</b>	<b>22,47%</b>
<b>OTROS INGRESOS Y EGRESOS</b>													
Gastos financieros Préstamo	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Gastos financieros Leasing	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
<b>TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>
<b>UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>5.702.599</b>	<b>14.627.838</b>	<b>8.925.239</b>	<b>(156,51%)</b>	<b>20.423.756</b>	<b>5.795.918</b>	<b>39,62%</b>	<b>26.569.215</b>	<b>6.145.459</b>	<b>30,09%</b>	<b>32.539.571</b>	<b>5.970.356</b>	<b>22,47%</b>
Impuesto de Renta	1.938.884	4.973.465	3.034.581	156,51%	6.944.077	1.970.612	39,62%	9.033.533	2.089.456	0,00%	11.063.454	2.029.921	0,00%
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>3.763.716</b>	<b>9.654.373</b>	<b>5.890.658</b>	<b>(156,51%)</b>	<b>13.479.679</b>	<b>3.825.306</b>	<b>39,62%</b>	<b>17.535.682</b>	<b>4.056.003</b>	<b>30,09%</b>	<b>21.476.117</b>	<b>3.940.435</b>	<b>22,47%</b>
Reserva Legal	376.372	965.437	589.066	156,51%	1.347.968	382.531	39,62%	1.753.568	405.600	0,00%	2.147.612	394.044	0,00%
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>3.387.344</b>	<b>8.688.936</b>	<b>5.301.592</b>	<b>(156,51%)</b>	<b>12.131.711</b>	<b>3.442.775</b>	<b>39,62%</b>	<b>15.782.114</b>	<b>3.650.403</b>	<b>30,09%</b>	<b>19.328.505</b>	<b>3.546.392</b>	<b>22,47%</b>

Fuente: Autores

Tabla 44. Análisis horizontal del estado de resultados con financiación en pesos

CASA CONFORT													
ANÁLISIS HORIZONTAL ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACIÓN EN PESOS													
	AÑO 1	AÑO 2	VARIACIÓN ABOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 3	VARIACIÓN ABOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 4	VARIACIÓN ABOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 5	VARIACIÓN ABOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA
<b>INGRESOS</b>													
Ventas	112.626.562	130.396.331	17.769.769	15,78%	148.733.184	18.336.854	14,06%	167.116.606	18.383.422	12,36%	184.948.616	17.832.010	10,67%
Costos	56.882.102	65.856.733	8.974.631	15,78%	75.117.770	9.261.037	14,06%	84.402.326	9.284.556	12,36%	93.408.392	9.006.066	10,67%
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>55.744.460</b>	<b>64.539.598</b>	<b>8.795.138</b>	<b>15,78%</b>	<b>73.615.415</b>	<b>9.075.816</b>	<b>14,06%</b>	<b>82.714.280</b>	<b>9.098.865</b>	<b>12,36%</b>	<b>91.540.224</b>	<b>8.825.945</b>	<b>10,67%</b>
<b>EGRESOS</b>													
Nómima	34.501.355	37.123.458	2.622.103	7,60%	39.647.853	2.524.395	6,80%	42.026.724	2.378.871	6,00%	44.212.114	2.185.390	5,20%
Gastos de administración	7.781.062	8.372.422	591.361	7,60%	8.941.747	569.325	6,80%	9.478.252	536.505	6,00%	9.971.121	492.869	5,20%
Gastos de ventas	633.841	482.566	(151.276)	(23,87%)	515.380	32.814	6,80%	546.303	30.923	6,00%	574.711	28.408	5,20%
Depreciación	1.709.827	1.709.827	0	0,00%	1.709.827	0	0,00%	1.563.160	(146.667)	(8,58%)	1.563.160	0	0,00%
Diferidos	4.424.663	1.076.000	(3.348.663)	(75,68%)	1.068.000	-8.000	0,00%	1.060.000	-8.000	0,00%	1.052.000	-8.000	0,00%
ICA	991.114	1.147.488	156.374	15,78%	1.308.852	161.364	14,06%	1.470.626	161.774	12,36%	1.627.548	156.922	10,67%
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>50.041.861</b>	<b>49.911.760</b>	<b>(130.101)</b>	<b>(0,26%)</b>	<b>53.191.659</b>	<b>3.279.899</b>	<b>6,57%</b>	<b>56.145.065</b>	<b>2.953.406</b>	<b>5,55%</b>	<b>59.000.653</b>	<b>2.855.588</b>	<b>5,09%</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>5.702.599</b>	<b>14.627.838</b>	<b>8.925.239</b>	<b>(156,51%)</b>	<b>20.423.756</b>	<b>5.795.918</b>	<b>39,62%</b>	<b>26.569.215</b>	<b>6.145.459</b>	<b>30,09%</b>	<b>32.539.571</b>	<b>5.970.356</b>	<b>22,47%</b>
<b>OTROS INGRESOS Y EGRESOS</b>													
Gastos financieros Préstamo	595.519	376.303	(219.216)	(36,81%)	137.357	(238.946)	(63,50%)	0	(137.357)	(100,00%)	0	0	0,00%
Gastos financieros Leasing	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
<b>TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS</b>	<b>595.519</b>	<b>376.303</b>	<b>-219.216</b>	<b>(36,81%)</b>	<b>137.357</b>	<b>(238.946)</b>	<b>(63,50%)</b>	<b>0</b>	<b>(137.357)</b>	<b>(100,00%)</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>
<b>UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>5.107.080</b>	<b>14.251.535</b>	<b>9.144.455</b>	<b>(179,05%)</b>	<b>20.286.399</b>	<b>6.034.864</b>	<b>42,35%</b>	<b>26.569.215</b>	<b>6.282.816</b>	<b>30,97%</b>	<b>32.539.571</b>	<b>5.970.356</b>	<b>22,47%</b>
Impuesto de Renta	1.736.407	4.845.522	3.109.115	179,05%	6.897.376	2.051.854	0,00%	9.033.533	2.136.157	0,00%	11.063.454	2.029.921	0,00%
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>3.370.673</b>	<b>9.406.013</b>	<b>6.035.340</b>	<b>(179,05%)</b>	<b>13.389.023</b>	<b>3.983.010</b>	<b>42,35%</b>	<b>17.535.682</b>	<b>4.146.659</b>	<b>30,97%</b>	<b>21.476.117</b>	<b>3.940.435</b>	<b>22,47%</b>
Reserva Legal	337.067	940.601	603.534	179,05%	1.338.902	398.301	0,00%	1.753.568	414.666	0,00%	2.147.612	394.044	0,00%
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>3.033.606</b>	<b>8.465.412</b>	<b>5.431.806</b>	<b>(179,05%)</b>	<b>12.050.121</b>	<b>3.584.709</b>	<b>42,35%</b>	<b>15.782.114</b>	<b>3.731.993</b>	<b>30,97%</b>	<b>19.328.505</b>	<b>3.546.392</b>	<b>22,47%</b>

Fuente: Autores



## 5.16 RAZONES FINANCIERAS SIN Y CON FINANCIACIÓN EN PESOS

Las razones financieras son indicadores de liquidez que permiten medir el comportamiento de una cuenta en un periodo determinado.

Tabla 45. Razones financieras sin financiación en pesos

<b>CASA CONFORT</b>					
<b>RAZONES FINANCIERAS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS SIN FINANCIACIÓN EN PESOS</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Capital de Trabajo Neto	17.179.214	28.543.414	43.732.919	62.831.761	85.871.038
Razón Corriente	2,66	-1,33	-2,40	-3,69	-5,17
Prueba Ácida	2,66	-1,33	-2,40	-3,69	-5,17
Endeudamiento	30,32%	-57,89%	-37,88%	-26,29%	-19,36%
Rendimiento sobre Activos	(9,95%)	41,10%	35,70%	30,95%	26,87%
Rendimiento sobre Patrimonio	(14,28%)	26,03%	25,89%	24,51%	22,51%
Margen Bruto	49,49%	49,49%	49,49%	49,49%	49,49%
Margen Operacional	(5,06%)	11,22%	13,73%	15,90%	17,59%
Margen Neto	(3,34%)	7,40%	9,06%	10,49%	11,61%

Fuente: Autores

Tabla 46. Razones financieras con financiación en pesos

<b>CASA CONFORT</b>					
<b>RAZONES FINANCIERAS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS CON FINANCIACIÓN EN PESOS</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Capital de Trabajo Neto	14.350.435	22.811.322	35.016.273	54.115.115	77.154.392
Razón Corriente	2,42	-0,84	-1,71	-3,04	-4,54
Prueba Ácida	2,42	-0,84	-1,71	-3,04	-4,54
Endeudamiento	50,52%	-61,99%	-51,22%	-31,71%	-22,03%
Rendimiento sobre Activos	(9,78%)	55,40%	47,78%	37,33%	30,57%
Rendimiento sobre Patrimonio	(19,77%)	34,20%	31,59%	28,35%	25,05%
Margen Bruto	49,49%	49,49%	49,49%	49,49%	49,49%
Margen Operacional	(5,06%)	11,22%	13,73%	15,90%	17,59%
Margen Neto	(2,99%)	7,21%	9,00%	10,49%	11,61%

Fuente: Autores

## 5.17 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Tabla 47. Análisis de sensibilidad

<b>CASA CONFORT ANALISIS DE SENSIBILIDAD</b>				
	<b>FLUJO DE CAJA SIN FIN.</b>		<b>FLUJO CAJA CON FIN.</b>	
	<b>VALOR ORIGINAL</b>	<b>VALOR MODIFICADO</b>	<b>VALOR ORIGINAL</b>	<b>VALOR MODIFICADO</b>
<b>VP (\$)</b>	25.038.332	(1.674.466)	25.937.671	(938.646)
<b>TIR (%)</b>	48,37%	8,77%	66,46%	9,50%
<b>B/C (Veces)</b>	2,25	0,92	3,17	0,92

disminucion del margen de 98% a 89% = 9 puntos de ganancia

Fuente: Autores

## 6 CONCLUSIONES

El estudio de mercado realizado en la comuna 17 de la ciudad de Santiago de Cali para las casas de mascotas a base de llantas usadas, brinda una gran oportunidad de negocio, debido que el sector cuenta con una gran variedad de clientes que poseen mascotas y estos a su vez cuentan con amplios sectores verdes donde se practican diferentes actividades físicas. Debido a lo anterior, la empresa Casa Confort posee gran oportunidad de crecimiento en el mercado y frente a sus competidores con productos no contaminantes y duraderos.

Desde el estudio operativo, la adquisición de materia prima primaria, genera mayor beneficio frente a sus competidores, debido que esta se obtiene a un precio más económico, brindando consigo mismo productos más económicos que proporcionan promociones y descuentos para los clientes de la empresa.

El estudio organizacional y legal, brinda un desarrollo de actividades por parte de los empleados de la empresa con efectividad y calidad. Debido a los perfiles competitivos de los empleados y la estructura organizacional de la empresa, brindando un crecimiento organizacional enfocado en el cumplimiento del direccionamiento estratégico de esta.

Desde el ámbito financiero, se estableció el monto de la inversión requerida para la ejecución de obras en el mercado, determinando de igual forma, el estado de ganancias y pérdidas de la empresa en diferentes periodos, con el fin de establecer estrategias de mercado más certeras y efectivas que cautiven el público meta. El presente estudio proporciona la demanda proyectada de la empresa y la ganancia estipulada a una proyección de 5 años.

## 7 REFERENCIAS

- Alcaldía Santiago de Cali. (2010). *Aspectos generales de los resultados del censo económico del 2010*. Recuperado a partir de <http://planeacion.cali.gov.co/caliencifras/Cap15.htm>
- Álvarez, F. (2016). *Descubre la importancia de las mascotas en la vida humana*. Recuperado 24 de febrero de 2018, a partir de <http://www.24horas.cl/tendencias/mascotas/descubre-la-importancia-de-las-mascotas-en-la-vida-humana-2153400>
- Blogspot. (2018). *Silla+economica+sin+brazos.jpg (211x346)*. Recuperado 27 de marzo de 2018, a partir de <http://3.bp.blogspot.com/-3R73p0TTwc4/TpROUv6engl/AAAAAAAAAFE/v9-B272HYBU/s1600/silla+economica+sin+brazos.jpg>
- Boia. (2018). *Sierra-cinta-para-huesos-de-piso-97-acute (1000x1000)*. Recuperado 27 de marzo de 2018, a partir de <http://www.boia.com.ve/media/productos/sierra-cinta-para-huesos-de-piso-97-acute;-acute;-inoxidable-3-4.png>
- Casamarcus. (2018). *1.1440884771.jpg (700x702)*. Recuperado 27 de marzo de 2018, a partir de <https://casamarcus.net/wp-content/uploads/2016/09/1.1440884771.jpg>
- Congreso de la Republica. (2008). *Ley 1258 de 2008, por medio de la cual se crea la Sociedad por Acciones Simplificada*. Recuperado a partir de <file:///C:/Users/usuario/Downloads/Ley%201258%20de%202008.pdf>
- Congreso de la Republica. (2010). *Ley 1429 de 2010 Por la cual se expide la ley de formalización y generación de empleo*. Recuperado a partir de <http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Leyes/Documents/ley142929122010.pdf>

- Dinero. (2016). *Mascotas en Colombia: cariño con millones*. Recuperado 24 de febrero de 2018, a partir de <http://www.dinero.com/opinion/columnistas/articulo/mascotas-en-colombia-carino-con-millones-por-raul-avila/224703>
- Encrypted. (2018a). *images (225x225)*. Recuperado 27 de marzo de 2018, a partir de [https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRGG06J7OG1gPMaIPpxZgtYZbxFhEXh4VhWU18Q\\_R23JX1jTXWM](https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRGG06J7OG1gPMaIPpxZgtYZbxFhEXh4VhWU18Q_R23JX1jTXWM)
- Encrypted. (2018b). *images (225x225)*. Recuperado 27 de marzo de 2018, a partir de <https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcR-iyVkr38Q26DwfNcndhawQiFf3ybpYcHgLQVKp0m2xq-mSVFR>
- Encrypted. (2018c). *images (225x225)*. Recuperado 27 de marzo de 2018, a partir de [https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcTWaDCUv3KYqxB5CFKIXudYJYZc\\_hVajkKTCUiDeV5ziYJYLC--](https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcTWaDCUv3KYqxB5CFKIXudYJYZc_hVajkKTCUiDeV5ziYJYLC--)
- Encrypted. (2018d). *images (244x207)*. Recuperado 27 de marzo de 2018, a partir de [https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcTiCKemRrwPINMZcnwZspjvy33tkwFqSyd1UHM\\_VbBOImmVnaS](https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcTiCKemRrwPINMZcnwZspjvy33tkwFqSyd1UHM_VbBOImmVnaS)
- Encrypted. (2018e). *images (259x194)*. Recuperado 27 de marzo de 2018, a partir de [https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQFoUL9RCPPnssJUHmPft14viVt1xbXWGO\\_ykTfNNmhKH7uZiKo](https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQFoUL9RCPPnssJUHmPft14viVt1xbXWGO_ykTfNNmhKH7uZiKo)
- Entrepreneur. (2012). *Casas de madera para perros*. Recuperado 5 de abril de 2018, a partir de <https://www.entrepreneur.com/article/291586>

- Ferreteriargentina. (2018). *Caladora.jpg (610x610)*. Recuperado 27 de marzo de 2018, a partir de <https://i0.wp.com/www.ferreteriargentina.com.co/wp-content/uploads/2016/05/caladora.jpg?fit=610%2C610>
- Finanzas Personales. (2017). *¿Por qué vale la pena constituir una SAS?* Recuperado 10 de abril de 2018, a partir de <http://www.finanzaspersonales.com.co/impuestos/articulo/por-que-vale-la-pena-constituir-una-sas/37888>
- Maderplas. (2018). *Fabricación de casas plásticas para tu mascota*. Recuperado 5 de abril de 2018, a partir de <http://maderplas.co/project/casa-plastica-para-mascotas-casa-para-perros-en-cualquier-tamano-maderplast-casa-grande-para-perro-plastica-resistente-a-golpes-0-agua-sol-casa-para-perro-grande-elaborada-en-material-de-alta-resiste>
- Maquinariajtorres. (2018). *056ffb9136cb6b006c87725a74fda2ac.png (340x380)*. Recuperado 27 de marzo de 2018, a partir de <http://www.maquinariajtorres.com/images/static/056ffb9136cb6b006c87725a74fda2ac.png>
- Mercadoferretero. (2018). *Pistola-electrica-para-pintar-330-w-truper.jpg (458x458)*. Recuperado 27 de marzo de 2018, a partir de [http://www.mercadoferretero.com.mx/718-large\\_default/pistola-electrica-para-pintar-330-w-truper.jpg](http://www.mercadoferretero.com.mx/718-large_default/pistola-electrica-para-pintar-330-w-truper.jpg)
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2006). *Ley 1014 de 2006 de fomento a la cultura de emprendimiento*. Recuperado a partir de <http://www.mincit.gov.co/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=2331&name=Ley1014de2006.pdf>
- Mlstatic. (2018a). *Compresor-lubricado-con-aceite-mccarthy-D\_NQ\_NP\_942003-MCO26271231119\_112017-F.jpg (800x800)*. Recuperado 27 de marzo de

2018, a partir de [https://http2.mlstatic.com/compresor-lubricado-con-aceite-mccarthy-D\\_NQ\\_NP\\_942003-MCO26271231119\\_112017-F.jpg](https://http2.mlstatic.com/compresor-lubricado-con-aceite-mccarthy-D_NQ_NP_942003-MCO26271231119_112017-F.jpg)

Mlstatic. (2018b). *Impresora-multifuncional-epson-l380-ecotank-tinta-continua-D\_NQ\_NP\_798327-MLM26387694040\_112017-F.jpg (800x404)*.

Recuperado 27 de marzo de 2018, a partir de

[https://http2.mlstatic.com/impresora-multifuncional-epson-l380-ecotank-tinta-continua-D\\_NQ\\_NP\\_798327-MLM26387694040\\_112017-F.jpg](https://http2.mlstatic.com/impresora-multifuncional-epson-l380-ecotank-tinta-continua-D_NQ_NP_798327-MLM26387694040_112017-F.jpg)

Mlstatic. (2018c). *Ruteadora-industrial-dewalt-dw618k-base-fija-8000w-24000rpm-D\_NQ\_NP\_993091-MCO25835943044\_082017-F.jpg (1000x1000)*.

Recuperado 27 de marzo de 2018, a partir de

[https://http2.mlstatic.com/ruteadora-industrial-dewalt-dw618k-base-fija-8000w-24000rpm-D\\_NQ\\_NP\\_993091-MCO25835943044\\_082017-F.jpg](https://http2.mlstatic.com/ruteadora-industrial-dewalt-dw618k-base-fija-8000w-24000rpm-D_NQ_NP_993091-MCO25835943044_082017-F.jpg)

Mlstatic. (2018d). *S\_217815-MCO25331609584\_022017-O.jpg (500x276)*.

Recuperado 27 de marzo de 2018, a partir de

[https://http2.mlstatic.com/S\\_217815-MCO25331609584\\_022017-O.jpg](https://http2.mlstatic.com/S_217815-MCO25331609584_022017-O.jpg)

Mlstatic. (2018e). *Vendo-trompo-para-madera-marca-invicta-D\_NQ\_NP\_3441-MLM4275258636\_052013-F.jpg (1200x900)*. Recuperado 27 de marzo de 2018, a partir de [https://http2.mlstatic.com/vendo-trompo-para-madera-marca-invicta-D\\_NQ\\_NP\\_3441-MLM4275258636\\_052013-F.jpg](https://http2.mlstatic.com/vendo-trompo-para-madera-marca-invicta-D_NQ_NP_3441-MLM4275258636_052013-F.jpg)

PetFoodLatinoamerica. (2017). *Industria del alimento para mascotas crece en Colombia - Pet Food Latinoamérica*. Recuperado 7 de abril de 2018, a partir de <http://petfoodlatinoamerica.com/2017/03/06/alimento-para-mascotas-crece-en-colombia/>

Prieto, A. (2017). *Cómo montar una empresa en el sector de las mascotas*.

Recuperado 7 de abril de 2018, a partir de

<http://www.emprendedores.es/ideas-de-negocio/sector-mascotas>

Rackcdn. (2018). *109529-z.jpg (610x610)*. Recuperado 27 de marzo de 2018, a partir de <https://15c6fc88323fd8111a51-0b086369f3430e616156762bdbd428e5.ssl.cf1.rackcdn.com/productos/109529/109529-z.jpg>

Rodríguez, S. (2016). *La importancia del descanso en tu mascota*. Recuperado 24 de febrero de 2018, a partir de <http://misanimales.com/importancia-del-descanso-mascota/>

Rotopino. (2018). *Sierra-circular-bosch-gks-190-7972.jpg (1300x1300)*. Recuperado 27 de marzo de 2018, a partir de <https://www.rotopino.es/photo/product/f1300x1300/sierra-circular-bosch-gks-190-7972.jpg>