



CARTA DE AUTORIZACIÓN

CÓDIGO

AP-BIB-FO-06

VERSIÓN

1

VIGENCIA

2014

PÁGINA

1 de 2

Neiva, 13-junio-2023

Señores

CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA

Ciudad

El (Los) suscrito(s):

Yamile Quintero Chaparro

con C.C. No. 1.098.655.167

Daniela Claros Cuéllar

con C.C. No. 1.080.934.555

Autor(es) de la tesis y/o trabajo de grado.

Titulado: "Estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de alimento para mascotas tipo dieta BARF en la ciudad de Neiva Huila."

presentado y aprobado en el año 2023 como requisito para optar al título de Especialistas en Alta Gerencia;

Autorizo (amos) al CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN de la Universidad Surcolombiana para que, con fines académicos, muestre al país y el exterior la producción intelectual de la Universidad Surcolombiana, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo de grado en los sitios web que administra la Universidad, en bases de datos, repositorio digital, catálogos y en otros sitios web, redes y sistemas de información nacionales e internacionales "open access" y en las redes de información con las cuales tenga convenio la Institución.
- Permita la consulta, la reproducción y préstamo a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato Cd-Rom o digital desde internet, intranet, etc., y en general para cualquier formato conocido o por conocer, dentro de los términos establecidos en la Ley 23 de 1982, Ley 44 de 1993, Decisión Andina 351 de 1993, Decreto 460 de 1995 y demás normas generales sobre la materia.
- Continúo conservando los correspondientes derechos sin modificación o restricción alguna; puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación del derecho de autor y sus conexos.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

Vigilada Mineducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional [www.usco.edu.co](http://www.usco.edu.co), link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.



UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA  
GESTIÓN DE BIBLIOTECAS



CARTA DE AUTORIZACIÓN

CÓDIGO	AP-BIB-FO-06	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	2 de 2
--------	--------------	---------	---	----------	------	--------	--------

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

Yamile Quintero Chaparro

Firma: Yamile Quintero Chaparro

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

Daniela Claros Cuellar

Firma: Daniela Claros Cuellar

Vigilada Mineducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional [www.usco.edu.co](http://www.usco.edu.co), link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.



**TÍTULO COMPLETO DEL TRABAJO:** “Estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de alimento para mascotas tipo dieta Barf en la ciudad de Neiva Huila.”

**AUTOR O AUTORES:**

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
Quintero Chaparro	Yamile
Claros Cuéllar	Daniela

**DIRECTOR Y CODIRECTOR TESIS:**

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre

**ASESOR (ES):**

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
Zapata Domínguez	Álvaro

**PARA OPTAR AL TÍTULO DE:** Especialista en Alta Gerencia

**FACULTAD:** Economía y Administración

**PROGRAMA O POSGRADO:** Especialización en Alta Gerencia

**CIUDAD:** Neiva

**AÑO DE PRESENTACIÓN:** 2023

**NÚMERO DE PÁGINAS:** 76

**TIPO DE ILUSTRACIONES (Marcar con una X):**

Diagramas  Fotografías  Grabaciones en discos  Ilustraciones en general  Grabados   
Láminas  Litografías  Mapas  Música impresa  Planos  Retratos  Sin ilustraciones   
Tablas o Cuadros

**SOFTWARE** requerido y/o especializado para la lectura del documento:

Vigilada Mineducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional [www.usco.edu.co](http://www.usco.edu.co), link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.



DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO

<b>CÓDIGO</b>	<b>AP-BIB-FO-07</b>	<b>VERSIÓN</b>	<b>1</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>2014</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>2 de 3</b>
---------------	---------------------	----------------	----------	-----------------	-------------	---------------	---------------

**MATERIAL ANEXO:**

**PREMIO O DISTINCIÓN** (*En caso de ser LAUREADAS o Meritoria*):

**PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS:**

<u>Español</u>	<u>Inglés</u>	<u>Español</u>	<u>Inglés</u>
1. Prefactibilidad	Prefeasibility	6. Producción	Production
2. Alimentación Natural	Natural Food	7. Tendencia	Trends
3. Dieta Barf	Barf diet	8. promoción	Promotion
4. Viabilidad económica	Economic Viability	9. Normativa	Standards
5. Análisis de costos	Cost Analysis	10. Rentabilidad	Profitability

**RESUMEN DEL CONTENIDO:** (Máximo 250 palabras)

En el siguiente trabajo se diseñó un Estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de alimento para mascotas tipo dieta Barf en la ciudad de Neiva Huila, se presenta la justificación y se definen los objetivos buscando elaborar el respectivo estudio de mercado, técnico, administrativo, legal, y financiero donde se dé la viabilidad a lo proyectado. Además, se especifican los métodos de investigación que se utilizaron para obtener los datos requeridos, la técnica utilizada fue una encuesta de carácter cuantitativo, con preguntas cerradas sobre tipo de mascotas, financiamientos, compra, y medios masivos, etc. Aplicada en la ciudad de Neiva, a los dueños de mascotas de los estratos 5 y 6, donde según el tamaño de la muestra se realizarían a 135 personas, dando como resultado una aceptación del 55%, y un margen del 36% donde hubo consideración de adquirir el producto, sería este el mercado que tendríamos que seguir cautivando por medio de publicidad e información masiva donde se expongan las propiedades benéficas de este tipo dieta. Es así que dado todo el análisis planteado se permite concluir la viabilidad del proyecto y se establece que en el punto de equilibrio las ventas diarias serían de 347 libras que generarán un ingreso de \$41.640.000 de pesos mensuales y \$499.640.000 durante el primer año de funcionamiento.

**ABSTRACT:** (Máximo 250 palabras)

In this document, a Pre-Feasibility Study was designed for the creation of a company dedicated to the production and commercialization of Barf diet-type pet food in the city of



DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO

<b>CÓDIGO</b>	<b>AP-BIB-FO-07</b>	<b>VERSIÓN</b>	<b>1</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>2014</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>3 de 3</b>
---------------	---------------------	----------------	----------	-----------------	-------------	---------------	---------------

Neiva Huila, the justification is presented and the objectives are defined seeking to elaborate the respective market, technical, administrative, legal, and financial study where the projected feasibility is given. In addition, the research methods that were used to obtain the required data are specified, the technique used was a quantitative survey, with closed questions about the type of pets, financing, purchase, and mass media, etc. Applied in the city of Neiva, to pet owners of strata 5 and 6, where according to the size of the sample, 135 people would be carried out, resulting in an acceptance of 55%, and a margin of 36% where they considered it. This would be the market that we would have to continue captivating through publicity and massive information about the beneficial properties of this type of diet. Thus, given all the analysis proposed, it is possible to conclude the feasibility of the project and it is established that at the break-even point daily sales would be 347 pounds, which will generate an income of \$41,640,000 pesos per month and \$499,640,000 during the first year of operation.

**APROBACION DE LA TESIS**

Nombre Presidente Jurado: Elías Ramírez Plazas

Firma: \_\_\_\_\_

“Estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de alimento para mascotas tipo dieta BARF en la ciudad de Neiva Huila.”

Daniela Claros Cuellar

Yamile Quintero Chaparro

Universidad Sur Colombiana, Profundización II

Seminario de Investigación en Gerencia

Álvaro Zapata Domínguez, PhD.

9 de junio de 2023

## Contenido

<b>Índice de tablas .....</b>	<b>4</b>
<b>Índice de graficas.....</b>	<b>5</b>
<b>Índice de anexos.....</b>	<b>6</b>
<b>Resumen .....</b>	<b>7</b>
<b>Capítulo 1: Formulación del problema .....</b>	<b>8</b>
<b>1.1. Justificación .....</b>	<b>8</b>
<b>1.2. Amplitud y delimitación .....</b>	<b>11</b>
<b>1.3. Preguntas de investigación .....</b>	<b>12</b>
<b>1.4. Objetivo General .....</b>	<b>13</b>
<b>1.5. Objetivos específicos .....</b>	<b>13</b>
<b>Capítulo 2: Marcos de referencia .....</b>	<b>14</b>
<b>2.1 Revisión de la literatura.....</b>	<b>14</b>
<b>2.2 Marco Teórico .....</b>	<b>15</b>
<b>2.2.1 Plan de negocio .....</b>	<b>15</b>
<b>2.2.2 Estudios de prefactibilidad.....</b>	<b>16</b>
<b>2.2.2.1 Estudio de mercado.....</b>	<b>17</b>
<b>2.2.2.2 Estudio Técnico .....</b>	<b>19</b>
<b>2.2.2.3 Estudio Organizacional y administrativo .....</b>	<b>20</b>
<b>2.2.2.4 Estudio legal.....</b>	<b>22</b>
<b>2.2.2.5 Estudio Financiero .....</b>	<b>23</b>
<b>2.3 Marco conceptual (glosario de términos): .....</b>	<b>24</b>
<b>2.4 Marco contextual.....</b>	<b>25</b>
<b>Capítulo 3. Metodología utilizada para el estudio.....</b>	<b>27</b>

<b>3.1 Estudio de mercado</b> .....	<b>27</b>
<b>3.2 Prefactibilidad técnica</b> .....	<b>27</b>
<b>3.3 Pre-Factibilidad organizacional</b> .....	<b>27</b>
<b>3.4 Prefactibilidad legal</b> .....	<b>28</b>
<b>3.5 Prefactibilidad financiera</b> .....	<b>28</b>
<b>Capítulo 4. Resultados</b> .....	<b>29</b>
<b>4.1. Prefactibilidad de mercado</b> .....	<b>29</b>
<b>4.1.1. Análisis resultados de la encuesta</b> .....	<b>29</b>
<b>4.2. Estudio técnico</b> .....	<b>35</b>
<b>4.2.1. Caracterización del producto</b> .....	<b>35</b>
<b>4.2.2. Selección de maquinaria y elementos para el proceso de producción</b> .....	<b>38</b>
<b>4.2.3. Diseño conceptual de la línea de producción</b> .....	<b>42</b>
<b>4.3. Estudio organizacional y administrativo</b> .....	<b>44</b>
<b>4.3.1. Proyecto formal de empresa</b> .....	<b>44</b>
<b>4.3.2. Estrategias</b> .....	<b>46</b>
<b>4.3.3. Desarrollo de organigrama</b> .....	<b>47</b>
<b>4.3.4. Desarrollo de perfiles requeridos</b> .....	<b>48</b>
<b>4.3.4. Diseño de logotipo y slogan</b> .....	<b>50</b>
<b>4.4. Estudio legal</b> .....	<b>51</b>
<b>4.5. Estudio financiero</b> .....	<b>54</b>
<b>4.5.1 Inversión inicial</b> .....	<b>54</b>
<b>4.5.2 Punto de equilibrio punto de equilibrio</b> .....	<b>57</b>
<b>4.5.3 Flujos plurianuales (3 primeros años)</b> .....	<b>59</b>
<b>5. CONCLUSIONES</b> .....	<b>62</b>

<b>6. Bibliografía .....</b>	<b>63</b>
------------------------------	-----------

### Índice de tablas

<b>Tabla 4.1. Proteínas, huesos y vísceras suministrables a un perro .....</b>	<b>36</b>
<b>Tabla 4.2. Listado de pescado que puede ingerir un perro .....</b>	<b>36</b>
<b>Tabla 4.3. Listado de frutas y verduras que puede ingerir un perro .....</b>	<b>36</b>
<b>Tabla 4.4. Porcentajes para diseño de receta.....</b>	<b>37</b>
<b>Tabla 4.5. Porcentajes para porción diaria de alimento. (Indidogs, s.f.) .....</b>	<b>38</b>
<b>Tabla 4.6. Comparativa y selección de equipos.....</b>	<b>41</b>
<b>Tabla 4.7. Costos de materia prima para producción de 50 libras.....</b>	<b>41</b>
<b>Tabla 4.9. Descripción cargo Gerente general.....</b>	<b>48</b>
<b>Tabla 4.10. Descripción cargo Asesor comercial.....</b>	<b>49</b>
<b>Tabla 4.11. Descripción cargo Operario de producción.....</b>	<b>49</b>
<b>Tabla 4.12. Descripción cargo Contador.....</b>	<b>49</b>
<b>Tabla 4.13. Matriz jurídica.....</b>	<b>53</b>
<b>Tabla 4.14. Activos fijos.....</b>	<b>54</b>
<b>Tabla 4.15. Activos intangibles.....</b>	<b>55</b>
<b>Tabla 4.15. Nomina .....</b>	<b>56</b>
<b>Tabla 4.15. Calculo inversión Inicial .....</b>	<b>57</b>
<b>Tabla 4.16. Características de crédito .....</b>	<b>57</b>
<b>Tabla 4.17. Punto de equilibrio .....</b>	<b>58</b>
<b>Tabla 4.18. Costos de producción .....</b>	<b>59</b>
<b>Tabla 4.19. Gastos administrativos.....</b>	<b>60</b>
<b>Tabla 4.20. Flujos plurianuales.....</b>	<b>61</b>

## Índice de graficas

<b>Gráfico 2.1. Organización de la empresa .....</b>	<b>21</b>
<b>Gráfico 2.2. Diseño de organigrama (Garcia B. , 20).....</b>	<b>22</b>
<b>Gráfico 4.1. Tipo de mascota por propietario. ....</b>	<b>30</b>
<b>Gráfico 4.2. Conoce la BARF. ....</b>	<b>30</b>
<b>Gráfico 4.3. Conoce sus beneficios. ....</b>	<b>30</b>
<b>Gráfico 4.4. Establecimiento comercial para la compra de BARF.....</b>	<b>31</b>
<b>Gráfico 4.5. Compra de productos a través de redes sociales .....</b>	<b>32</b>
<b>Gráfico 4.6. Uso de redes sociales .....</b>	<b>32</b>
<b>Gráfico 4.7. Proteína que suministraría a su mascota con tranquilidad. ....</b>	<b>33</b>
<b>Gráfico 4.8. Cambiaría la alimentación de su mascota del concentrado a la BARF. ....</b>	<b>34</b>
<b>Gráfico 4.9. Cuanto presupuesto destinaria mensualmente para el alimento de la mascota.....</b>	<b>34</b>
<b>Gráfico 4.10. Diagrama de flujo proceso producción. ....</b>	<b>38</b>
<b>Gráfico 4.11. Esquema línea de producción. ....</b>	<b>43</b>
<b>Gráfico 4.12. Organigrama. Imagen. Autoría propia.....</b>	<b>47</b>
<b>Grafica 4.13Logotipo .....</b>	<b>50</b>

**Índice de anexos**

<b>ANEXOS 1. MODELO DE ENCUESTA.....</b>	<b>69</b>
<b>ANEXOS 2. YAMILE QUINTERO CHAPARRO.....</b>	<b>71</b>
<b>ANEXOS 3. DANIELA CLAROS CUELLAR.....</b>	<b>73</b>

## Resumen

En el siguiente documento se desarrolla un estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción de alimentación tipo BARF para mascotas. En el primer capítulo se presenta la justificación y se definen los objetivos de este estudio, permitiéndonos generar la amplitud y delimitación de nuestra área y sector de interés.

Para el segundo capítulo se realizan las investigaciones conceptuales necesarias para el desarrollo del estudio, facilitando la concepción y selección de los métodos a utilizar para alcanzar los objetivos propuestos en el capítulo anterior. Se pueden encontrar las definiciones de que es un estudio de prefactibilidad y sus diferentes componentes, un marco conceptual donde se aclaran los términos utilizados en este documento y un marco contextual que permite enmarcar el estudio según nuestra área delimitada y muestra calculada.

En el siguiente capítulo se especifican los métodos de investigación que se utilizaron en esta publicación para obtener los datos requeridos y así alcanzar los objetivos, permitiendo realizar los análisis necesarios y las conclusiones del estudio.

A continuación, se plasman los resultados de las metodologías utilizadas, análisis de datos producto de encuestas, diseño de receta según investigación, especificación de maquinaria requerida, diseño del proceso productivo, diseño administrativo y organizacional, estudio legal y financiero. Uno de los métodos utilizados fue la realización de una encuesta a 135 personas cuyos resultados se analizan en el estudio de mercado.

Finalmente llegamos a las conclusiones de este estudio de prefactibilidad, las cuales permiten tomar una decisión más clara y respaldada sobre la creación de la empresa y la continuación de este proyecto.

## Capítulo 1: Formulación del problema

### 1.1. Justificación

AKYRA BARF alimentación natural para mascotas (perros y gatos), se considera esta empresa y su desarrollo como un producto innovador, al alcance de todos y que contribuye al bienestar de los perros y gatos. Además, es una gran oportunidad de negocio ya que la familiaridad que tienen todas las personas con los animales ha incrementado los índices de cuidado y alimentación de estos, es por ello que se desea brindar una solución a los problemas alimenticios, buscando que la mascota tenga nuevas alternativas a la hora de comer y sus dueños se sientan comprometidos a cuidar la salud de su compañero.

La razón por la cual se realiza este proceso alimenticio es gracias a las tendencias de los dueños a la hora de adquirir productos que contengan todos los elementos proteínicos para las mascotas, como también se satisfacen los gustos de juguetes y accesorios.

Es así como al usar este tipo de comida se logra evitar la apatía del animal a la hora de comer y así se sienta incentivado a probar la ración con más iniciativa, de igual manera este tipo de alimentos se procesa de manera natural y está libre de cualquier tipo de conservantes o añadidos químicos que le hagan mal y no brindan ningún valor nutricional.

Debido a las crecientes tendencias, el incremento de las redes sociales y el continuo apogeo por la búsqueda de mejoras en la salud, todo esto contribuyendo a la calidad de vida a través de la alimentación facilitando que cumpla con las expectativas de naturalidad y frescura en los productos ha hecho que surjan una muy variada cantidad de categorías de producto tales como: orgánicos, veganos, vegetarianos y el mayor aprovechamiento de materias naturales.

De la misma manera que las personas intentan mejorar su calidad de vida a través de la alimentación, incluyen en su familiaridad a las mascotas quienes se han convertido en compañeros permanentes, el amor ha incentivado a los dueños por cuidar la alimentación de ellos. Esto ha surgido porque los dueños están conscientes de que los problemas de salud que afectan a las personas impactan de igual manera a los animales, generando distintas enfermedades.

Es entonces cuando de los mercados han surgido productos con la finalidad de satisfacer esta necesidad de cuidados especiales para las mascotas. Es así que la tendencia es clara en lo que respecta a los alimentos para mascotas, porque lo demuestran los estudios realizados por (All Pet Food;, 2015), empresa que ofrece una cartera de productos de información para facilitar la toma de decisiones empresariales en tema de alimentación para mascotas. De acuerdo con un artículo de esta empresa, los mayores eventos a nivel mundial sobre alimentación para mascotas apuntan a nuevas tendencias como el uso de carne fresca, alimentos libres de grano, saludables, orgánicos, selección de proteínas y lo más importante, la sostenibilidad de la producción (Pet food industry , 2016).

En el ámbito económico, Estados Unidos es el mayor referente sobre alimentación saludable, toda vez que en el año 2015, las ventas de alimento natural para mascotas, alcanzaron los 7.300 millones de dólares, mientras que la venta de alimento orgánico alcanzó los 19,5 millones de dólares (Pet food industry , 2016) En tanto Aproximadamente un 56% de los dueños de mascotas compra el alimento en supermercados o grandes superficies; un 17% en tiendas, un 14% en almacenes especializados en animales domésticos, un 13% en graneros; y un 1% le da 'sobras' del alimento casero para humanos (Carbajo, 2021).

El segmento en el cual invierten más dinero para las mascotas es el del alimento, cuya variedad va desde los concentrados secos tradicionales hasta alimentos naturales, suplementos, golosinas, helados y galletas. (petfood, 2021)

En Colombia para el año 2020 del presupuesto que cada propietario invertía en el cuidado de su mascotas el 90% era para alimentación. Ese año, los colombianos gastaron US\$1.065,1 millones en la compra de comida para su mascota, es decir, un 62,8% más que en 2015, cuando fue de US\$654.2 millones. En este contexto favorable, las empresas que ofertan alimentos para mascotas se han beneficiado con el alza de la demanda (Gaget, 2021)

Los mercados especializados están en auge, siguiendo la tendencia de países desarrollados. Es así cómo se abrirán más empresas que ofertan dietas BARF saludables en Colombia, y está comenzando a incursionar en la ciudad de Neiva ya que este tema resulta fundamental a la hora aprovechar la oportunidad de negocio que genera la industria alimenticia.

## **1.2. Amplitud y delimitación**

Neiva es una ciudad de 4594 ha de área urbana y 150.706 ha rural, con 315.332 habitantes, distribuidos en familias de estratos del 1 al 6, de los cuales se estima que el 40 % de los hogares cuenta al menos con una mascota (perro o gato). Actualmente, el mercado de alimentación para mascotas se encuentra principalmente atendido por concentrados “tradicionales” de bajo costo y de fácil acceso a los propietarios, marcas que se han posicionado en el mercado y que tienen venta de bolsas en diferentes presentaciones según el peso e incluso venta a granel en micro mercados y tiendas de barrio. Con el aumento en la inversión de las familias en el Pet care, el mercado de mascotas ha tenido un aumento de 85% en los últimos 5 años, permitiendo el ingreso de alimentos alternativos y negocios poco tradicionales para el cuidado animal.

En la ciudad de Neiva se tienen identificadas (perfil de redes sociales) 3 distribuidores de alimentación natural para mascotas (BARF), con costos de productos alrededor de \$500 COP.

La investigación del proyecto fue dirigida hacia una demanda de propietarios ubicados en estratos 5 y 6 que tenga el interés de cuidar la salud y mejorar la nutrición de su mascota en la ciudad de Neiva, Huila.

El estudio de prefactibilidad desea determinar el grado de aceptación en relación con el costo beneficio y el mercado objetivo donde el interés sea proporcionar alimentación balanceada.

### **1.3.Preguntas de investigación**

¿Qué prefactibilidad tiene la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de alimento para mascotas tipo dieta BARF en la ciudad de Neiva Huila?

Preguntas complementarias

- ¿Cuál es la oferta y demanda en el mercado para la alimentación tipo BARF para mascotas en la ciudad de Neiva Huila, complementado con la investigación de mercado?
- ¿Qué características técnicas se requieren para la producción y distribución del alimento tipo BARF en la ciudad Neiva Huila?
- ¿Cómo se conformará el estudio administrativo y legal para la constitución de una empresa de producción de alimento tipo BARF en la ciudad de Neiva Huila?
- ¿Qué aspectos del estudio financiero se necesitan para desarrollar la prefactibilidad de una empresa de producción de alimento tipo BARF en la ciudad de Neiva, Huila?

#### **1.4.Objetivo General**

Elaborar un estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de alimento para mascotas tipo dieta BARF en la ciudad de Neiva Huila.

#### **1.5.Objetivos específicos**

- Estimar el nivel de oferta y demanda de la alimentación tipo BARF para mascotas de propietarios de los estratos 5 y 6 de la ciudad de Neiva Huila, complementado con la investigación de mercado.
- Elaborar el estudio técnico para la producción y comercialización del alimento tipo BARF en la ciudad Neiva Huila.
- Establecer el estudio administrativo y legal de la empresa que producirá y comercializará el alimento tipo BARF en la ciudad de Neiva Huila.
- Realizar el estudio financiero para desarrollar la prefactibilidad de una empresa de producción de alimento tipo BARF en la ciudad de Neiva Huila.

## Capítulo 2: Marcos de referencia

### 2.1 Revisión de la literatura

En los últimos años con el aumento de la tenencia de animales de compañía, tal como lo explicó Gaviria (2016) en su trabajo sobre la Alimentación general y especializada, la industria de alimentos, productos y medicamentos para mascotas ha experimentado un crecimiento y un aumento en la demanda, lo que ha llevado a que se creen diferentes tipos como los alimentos funcionales y medicados, que previenen enfermedades, o sirven para tratar a las mascotas por medio del alimento y no de pastillas, suspensiones o inyecciones comunes que son manejadas en la medicina veterinaria tradicional.

No obstante, con los cambios que se han dado en las dinámicas familiares con la llegada de las mascotas al hogar y en los vínculos afectivos que los seres humanos desarrollan estos, se ha observado un creciente interés de los dueños y cuidadores de caninos por proporcionarles una alimentación con dietas no industrializadas como lo son las dietas crudas y las preparadas en el hogar. De esa forma los dueños y cuidadores les proporcionan una nutrición balanceada que resulta fundamental para promover su bienestar, prolongar su etapa de vida y prevenir el desarrollo de patologías gastrointestinales, obesidad, diabetes, afectaciones hepáticas o tegumentarias, entre otras. Según lo afirmado por Núñez (2019).

Dado a lo anterior, las dietas a base de carne cruda se vuelven cada vez más populares entre los dueños y cuidadores de mascotas, ya que consideran que este alimento es una alternativa “más saludable”, “nutritiva” y “natural” en comparación con los alimentos concentrados y enlatados que hace años gobiernan el mercado de alimentos para animales domésticos. Este tipo de dietas,

como lo señalaron Botero y Arias (2017), se denominan dietas a base de alimentos crudos biológicamente apropiados o Biologically Appropriate Raw Food (BARF).

Las dietas BARF fueron popularizadas por el médico veterinario australiano Ian Billinghurst en el año 1993 bajo el fundamento de que antes de la domesticación de estos animales las dietas de perros y gatos estaban compuestas en gran parte por alimentos crudos, y que al “convivir con los humanos los alimentos crudos siguieron siendo la dieta básica para los gatos, mientras que los perros sobrevivieron con subproductos del consumo humano. (Serrano Naranjo, 2021, págs. 15,16)

## **2.2 Marco Teórico**

### **2.2.1 Plan de negocio**

Según Prieto Sierra (2014), el plan de negocios es: “Un estudio de la información donde se describe un negocio, se analiza la situación del mercado y se establecen las acciones que se realizarán en el futuro” (Hidrocentergm, 2022, pág. 2).

Para seguir concretando la definición de plan de negocios, se expone la definición de Weinberger (2009) El plan de negocios es un documento, escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es el resultado de un proceso de planeación. Este plan de negocios sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos qué se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos.

El plan de negocios, es una recopilación escrita de las acciones, los recursos empleados y los resultados esperados de un negocio, organizados de tal manera que se anticipe el logro de los objetivos propuestos.

Con lo anterior, se puede declarar que el plan de negocios es un documento que detalla un estudio y un plan acerca de un negocio a realizarse.

(ARIAS MONTOYA, PORTILLA DE ARIAS , & ACEVEDO LOZADA, 2008) afirman lo siguiente:

“El objetivo de un Plan de Negocio es desarrollar los aspectos más relevantes que permitan tomar la decisión de inversión y establecer los compromisos sobre los beneficios que se pueden obtener de la inversión a realizar; los que servirán además para evaluar y gerenciar su operación futura” (pág. 132).

Lo anterior establece que el objetivo principal del plan de negocios se relaciona con inversión, con dar detalle de un negocio, incluyendo el detalle importante de los beneficios, a un potencial inversionista de un negocio.

### **2.2.2 Estudios de prefactibilidad**

La Prefactibilidad supone un análisis preliminar de una idea para determinar si es viable convertirla en un proyecto. Al realizar su estudio, se toman en cuenta diversas variables y se determina sobre los aspectos centrales de la “idea”. Si el análisis demuestra viabilidad, tiene la posibilidad de que el proyecto se materialice.

En todo caso estudiar la prefactibilidad; no es otra cosa que, recopilar información técnica, administrativa, financiera, económica, sociológica, cultural, ambiental, seguridad y otros datos de primordial importancia, que conlleven a elaborar eficientemente el Estudio de Factibilidad de un Proyecto social y productivo.

### 2.2.2.1 Estudio de mercado

Un estudio de mercado es un conjunto de acciones que una empresa utiliza a nivel comercial para obtener información actualizada sobre las necesidades de sus consumidores. Cumple una función esencial que es poner a disposición de la empresa información sobre los cambios en el comportamiento de sus clientes. También sirve para responder preguntas clave para el lanzamiento del producto de una empresa.

Elementos de un estudio de mercado

Para plantear la estrategia de marketing adecuada para una empresa, un estudio de mercado debe analizar cuatro elementos esenciales.

**Producto:** El elemento producto en un estudio de mercado determina todos los detalles sobre lo que se va a ofrecer al público objetivo:

- ¿Qué necesidades satisface?
- ¿Cuál es su ventaja competitiva?
- ¿Cuál será su calidad?
- ¿Cuál será su diseño?
- ¿Qué características lo destacarán?

Todos estos detalles servirán para el análisis de mercado, pues a partir de las conclusiones a las que llegarán podrán determinar cuál será su precio, quién es el consumidor ideal para adquirirlo y qué cualidades antepondrás para hacer frente a tus competidores (diferenciación de marca).

**Precio:** Cuando saben qué es lo que van a ofrecer, pueden ir estableciendo el costo que tendrá para los consumidores., por ejemplo:

- Costo de producción
- Pago de empleados
- Costo de ingredientes/materiales
- Transporte
- Empaque

Todo aquello que pueda influir en el costo final del producto será materia de estudio en el mercado, pues el precio podrá determinar el tipo de consumidores que desean.

**Clientes potenciales:** Para desarrollar un producto ideal es necesario conocer las características de los clientes potenciales:

- ¿Cómo son?
- ¿Dónde viven?
- ¿Cuánto ganan?
- ¿Qué gustos tienen?

Gracias a este elemento del estudio de mercado, se puede conocer quiénes son los tomadores de decisión (compradores finales), qué es lo que compran y por qué, con qué frecuencia adquieren sus productos o servicios y qué cantidad es la que compran.

**Competencia:** son aquellos que prácticamente se dedican o venden lo mismos productos y pueden representar una amenaza. Por ello, es vital conocer los detalles de la competencia, como los productos que ofrecen, el precio, la forma en que los comercializan, el posicionamiento y reputación, etc. (Pursell, s.f.)

Esta información ayuda a definir una mejor estrategia para los productos y servicios. (Pursell, Qué es un estudio de mercado, cómo hacerlo y ejemplos, 2022)

### 2.2.2.2 Estudio Técnico

En el estudio técnico se analizan todos los recursos y procesos que se tomarán en cuenta para poder llevar a cabo la producción del bien. Consiste en diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado.

Para el estudio técnico de una empresa se analizan elementos que tienen como plan básico en el área de la ingeniería del producto, proceso implementado para la descripción detallada de un producto con la finalidad de mostrar todo lo requerido para su óptima funcionalidad.

Es muy importante analizar el tamaño óptimo de la planta y el número de consumidores que tendrá la empresa en la creación de una estructura, para así poder ser capaz de soportar una demanda si algo malo pasa.

Componentes del estudio técnico:

**Localización del proyecto:** es la parte que representa en mayor medida donde se logra la mayor tasa de éxito:

- La localización óptima del proyecto.
- Análisis de la disponibilidad y el costo de los suministros e insumos.
- Identificación y descripción del proceso productivo.
- Determinación del tamaño óptimo de la planta, que se refiere a la capacidad de instalación de proyectos, expresadas en unidades de producción anuales.

**Ingeniería del proyecto:** Resuelve todo lo relacionado con la instalación y el funcionamiento de la planta desde la descripción del proceso, adquisición del equipo, la maquinaria hasta la distribución óptima de la planta.

**Distribución de planta:** implica una ordenación física de elementos, la cual incluye los espacios para el movimiento del material, almacenamiento, trabajadores, actividades, servicios, incluido mantenimiento.

**Cálculo de costos de producción:** Hace referencias a los gastos en donde se incurre para la producción del producto, incluye los siguientes costos:

- Costos directos de producción: materias primas, mano de obra directa.
- Costos indirectos: mano de obra indirecta, insumos o materiales menores.

El estudio técnico de la empresa permite determinar si realmente una inversión de proyecto será sostenible o rentable en el tiempo a través de análisis específicos. (Euroinnova , 2021)

### 2.2.2.3 Estudio Organizacional y administrativo

En este estudio se analizan y presentan todos los aspectos relativos a la organización y las formas de administración del proyecto. Dichos elementos son: los procedimientos administrativos, los aspectos legales y los reglamentos ambientales.

Por lo que el objetivo del estudio es presentar los criterios analíticos que permiten enfrentar, de la mejor manera, el análisis de los aspectos organizacionales, aspectos legales, administrativos, fiscales y ecológicos, así como sus consecuencias económicas en los resultados de la evaluación.

Características motivacionales de la organización:

Dentro de la organización de cualquier proyecto, es necesario plantear su visión y su misión.

- **Visión:** Contribuye a entender el propósito moral de la creación y existencia de la empresa.  
¿para que la organización?, ¿cuál es la finalidad de su negocio?, ¿qué es lo que está haciendo en el contexto social y en la visión del futuro de la sociedad?

- **Misión:** Expresa el cometido esencial de una entidad individual o colectiva que constituye la justificación moral de su actividad; proporcionando los lineamientos para vigilar que la empresa y sus miembros vayan en la misma dirección y al mismo paso.

Elementos que integran el estudio administrativo.



Gráfico 2.1. Organización de la empresa

- Organización de la empresa. Se debe de presentar un organigrama de la institución, donde se muestre su estructura, dirección y control de funciones para el correcto funcionamiento de la entidad.
- Mercado: Legislación sanitaria, Contratos con proveedores y clientes, Transporte del producto.
- Localización: Títulos de los bienes raíces, Contaminación ambiental, Apoyos fiscales, Trámites diversos.
- Administración y organización: Contratación de personal, Prestaciones a los trabajadores, Seguridad industrial.

El Organigrama:

Tiene como objetivo señalar las relaciones entre cada integrante del proyecto, de manera jerárquica. Éste puede ser modificado por los participantes del proyecto de acuerdo con los cambios observados en las necesidades de este, la capacidad del personal que es posible contratar y los recursos con los que se cuenta.

El diseño del organigrama se puede realizar:



Gráfico 2.2. Diseño de organigrama (García B. , 20)

#### 2.2.2.4 Estudio legal

Un estudio legal busca determinar las implicaciones técnicas y económicas que se deriven de la normativa legal que regula la instalación y operación del proyecto; la viabilidad de un proyecto a la luz de los Planes de Desarrollo, Planes de Ordenamiento Territorial, normas relacionadas con localización aspectos presupuestales, ambientales, uso de patentes, legislación tributaria, aspectos laborales y contratación. (2013).

Las relaciones internas con proveedores, arrendatarios y trabajadores, así como las relaciones externas, con la institucionalidad, organismos fiscalizadores entre otros, también se encuentran administradas por un marco regulatorio que genera costos al proyecto.

#### **2.2.2.5 Estudio Financiero**

Para el caso de un proyecto, un estudio financiero es el proceso a través del que se analiza su viabilidad, tomando como base los recursos económicos disponibles y el coste total del proceso de producción. Su finalidad es verificar la viabilidad en términos de rentabilidad económica, identificar áreas problemáticas y sugerir soluciones (University, s.f.).

Algunos de los datos que se deben recopilar para el análisis son: Ingresos, Costos, Gastos de administración, Gastos de venta, Gastos financieros, Balance de apertura, Presupuesto de caja, Balance general proyectado, Razones financieras, Punto de equilibrio, Flujo neto de efectivo, Costo de capital, Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno o Rentabilidad, Análisis de sensibilidad, Riesgos, Análisis unidimensional.

Los conceptos que se deben tener en cuenta son:

- Rentabilidad: Aquí se evalúan los ingresos, costos, gastos, activos, entre otros, con la finalidad de verificar tanto la calidad y la proyección de la empresa, como su calidad y composición; sin olvidar también su valor.
- Liquidez: Para verificar las variables que afectan su pago de deudas a corto plazo: activos circulantes, rotación, período de maduración, entre otros.

- Solvencia: Se determina su capacidad de cumplir propósitos a largo plazo: inversión y pago de deudas. Aquí se evalúan fuentes de financiamiento, el patrimonio y pasivos a largo plazo. (htt1)

### 2.3 Marco conceptual (glosario de términos):

**Ambientales:** “Es una subdisciplina económica que se centra en las implicaciones económicas y financieras de las políticas ambientales”. (U. Europea, 2022)

**Árbol de problemas:** “Es una herramienta de análisis y apoyo metodológico en la fase de planificación de los proyectos, nos permite visualizar y conocer de una manera práctica y ágil las causas y efectos de un problema o necesidad”. (u. uniminuto , pág. 1)

**Comercialización:** “es el conjunto de actividades desarrolladas para facilitar la venta y/o conseguir que el producto llegue finalmente al consumidor”. (Westreicher, 2020)

**Dieta Barf:** (Biologically Appropriate Raw Food), “es una forma de alimentación para perros que se basa en la ingesta de alimentos crudos, frescos y naturales” (Escuela de postgrado de veterinaria , 2020).

**Dofa:** “Son las siglas de Debilidad, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas, que constituyen los elementos alrededor de los cuales se va a desarrollar el análisis.” (David Tomas, 2023)

**Empresa:** “Es toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios” (Camara de comercio de bogota , s.f.).

**Innovación:** “Es un proceso que introduce novedades y que se refiere a modificar elementos ya existentes con el fin de mejorarlos, aunque también es posible en la implementación de elementos totalmente nuevos”. (Wikipedia , 2023)

**Prefactibilidad:** “Los estudios de prefactibilidad son un análisis de la fase inicial de un posible proyecto. Los lleva a cabo un pequeño equipo y están diseñados para dar a los interesados de la empresa la información básica que necesitan para dar luz verde a un proyecto o elegir entre posibles inversiones”. (Ortega, 2023)

**Producción:** “Es la actividad que se desarrolla dentro de un sistema económico. Más específicamente, se trata de la capacidad que tiene un factor productivo para crear determinados bienes en un periodo determinado” (Wikipedia, 2023)

**Producto:** “Es lo que se obtiene al final de la cadena productiva, una serie de acciones planificadas para crear un bien capaz de cubrir una demanda existente en el mercado”. (Chavez, s.f.)

**Segmento:** “es un grupo de posibles compradores de tus productos, que tiene una serie de características y elementos comunes entre todos sus miembros”. (Botin, 2022)

## 2.4 Marco contextual

Una tendencia exponencial hacia el cuidado de la fauna y la flora en la humanidad ha impregnado la población colombiana con el interés y la preocupación de los individuos hacia el cuidado de sus mascotas. Campañas contra el maltrato como The End Animal Cruelty y Fighting desarrolladas en estados unidos y organizaciones como Caraphil.org o CARA, las cuales han traído el mensaje hasta Colombia, están enfocadas en sensibilizar a los amantes de las mascotas

domesticas sobre la importancia del cuidado y dedicación que se debe tener con los ya considerados miembros de la familia (fuerzaanimal, 2015).

Sumado a lo anterior, a nivel mundial se ha evidenciado la disminución considerable en el número de hijos en un grupo familiar y Colombia no es la excepción; mientras en los años 60's el índice de fecundidad (número medio de hijos por mujer) era de 6,74 para el año 2020 el índice bajó a 1,74; sin embargo, el número de integrantes no ha disminuido solo se ha sustituido por perros y gatos, los cuales reciben ahora la atención y los detalles que anteriormente eran brindados a los hijos, ahora tenemos “familias multi especie” (htt2).

En 2022 el ministerio de medio ambiente y desarrollo sostenible aprobó la Política Nacional de Protección y Bienestar Animal la cual tiene como enfoque promover la tenencia responsable, la esterilización de animales de compañía, la creación y el fortalecimiento de centros territoriales de bienestar, rehabilitación y asistencia integral de fauna doméstica y silvestre, con el fin de erradicar en el país toda forma de violencia, crueldad y comercio ilegal (2022).

Aunque el aumento en el mercado de mascotas es considerable, también se debe tener en cuenta el impacto de la pandemia del COVID-19 del año 2020 y que deja secuelas económicas hoy día. El costo de vida para el 2023 aumentó en un 13,12% (promedio nacional) producto de una inflación que no era vista desde hace 23 años, poniendo en jaque la asignación de recursos del grupo familiar (Castro, 2023).

### **Capítulo 3. Metodología utilizada para el estudio**

A través del método cuantitativo, este estudio de prefactibilidad busca obtener datos de una muestra calculable de la población de interés, que permitan concluir la viabilidad del proyecto y la posibilidad de éxito de este. En el siguiente capítulo se definirá la metodología a utilizar:

#### **3.1 Estudio de mercado**

- Se realizará una encuesta con el fin de estimar el grado de aceptación del tipo de alimentación, el valor que estarían dispuestos a pagar por el producto y el conocimiento que se tenga sobre la BARF.
- Los datos obtenidos en la encuesta se registran en un documento de Excel con el fin de graficar la información, y evaluar los resultados teniendo en cuenta las tendencias.

#### **3.2 Prefactibilidad técnica**

- Diseño de receta según investigación nutricional.
- Selección-cotización de maquinaria y elementos necesarios para la producción de 50 lb de BARF diarias.
- Diseño conceptual de la línea de producción.

#### **3.3 Pre-Factibilidad organizacional**

- Proyecto formal de empresa: Misión, visión, principios, valores, políticas generales.
- Estrategias: crecimiento, sostenibilidad, productividad, transformación digital
- Desarrollo del organigrama de la empresa.
- Desarrollo de perfiles de los cargos necesarios para la producción, comercialización y administración del producto
- Diseño de logotipo y slogan

### **3.4 Prefactibilidad legal**

- Identificación de normas legales vigentes que deben cumplirse para la creación y funcionamiento de la empresa.
- Matriz jurídica

### **3.5 Prefactibilidad financiera**

- Inversión inicial
- Punto de equilibrio
- Estimación flujos plurianuales

## Capítulo 4. Resultados

### 4.1. Prefactibilidad de mercado

#### 4.1.1. Análisis resultados de la encuesta

Para estimar el grado de aceptación de la alimentación tipo BARF y un valor aproximado que el cliente potencial estaría dispuesto a pagar, se realizó una encuesta (ver anexo 1) a propietarios de mascotas de estratos 5 y 6. Teniendo en cuenta que se conoce el tamaño de la población, el cálculo del tamaño de la muestra se realizó con la siguiente formula:

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

En donde,

N = tamaño de la población

Z = nivel de confianza

p = probabilidad de éxito, o porción esperada

q = probabilidad de fracaso

D= precisión (error máximo admisible en términos de proporción)

El tamaño de la muestra es de 890 familias, que corresponde a la suma de 634 de estrato 5 y 256 de estrato 6; el nivel de confianza que es de 95% igual a 1.96; probabilidad de éxito y probabilidad de fracaso cada una igual a 50% y la precisión de 5%.

De la encuesta se obtienen los siguientes resultados:

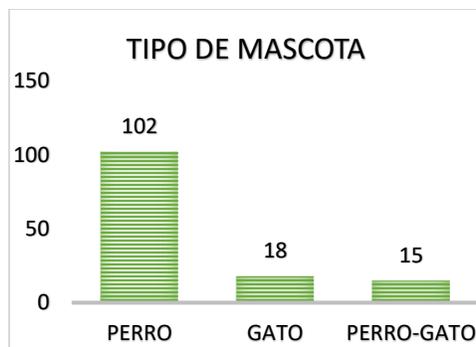


Gráfico 4.1. Tipo de mascota por propietario.

De los 135 encuestados, se obtiene que 102 de estos tienen perros como mascotas, 18 propietarios solo tienen gato(s) y 15 tiene de los dos tipos de mascotas, lo que representa un 76%, 13 % y 11% de la muestra respectivamente.

Hay una clara tendencia a la inclinación por mascotas caninas, la cual debe ser nuestro mercado focal, se puede diseñar una línea de productos que aumente el interés de los compradores por la variedad ofrecida.

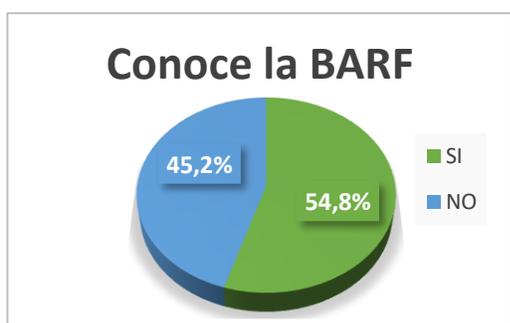


Gráfico 4.2. Conoce la BARF.

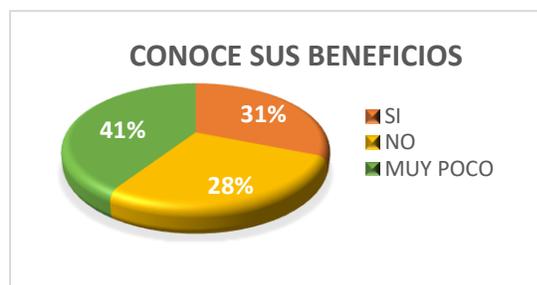


Gráfico 4.3. Conoce sus beneficios.

De esta encuesta resulta que solo 74 de los 135 de propietarios si conoce la alimentación tipo BARF, sin tener claro con exactitud que contiene o como se fabrica; solo el 31% (42 personas)

conocían los beneficios de este tipo de comida y el 41% (55 personas) conocían muy pocos beneficios que este producto brinda al bienestar de sus mascotas.

Al iniciar con la comercialización del producto se debe hacer una campaña contundente para exponer los diferentes y grandes beneficios que la alimentación tiene en las mascotas, despertando el interés de los propietarios de mascotas y de este modo establecerse en el mercado.

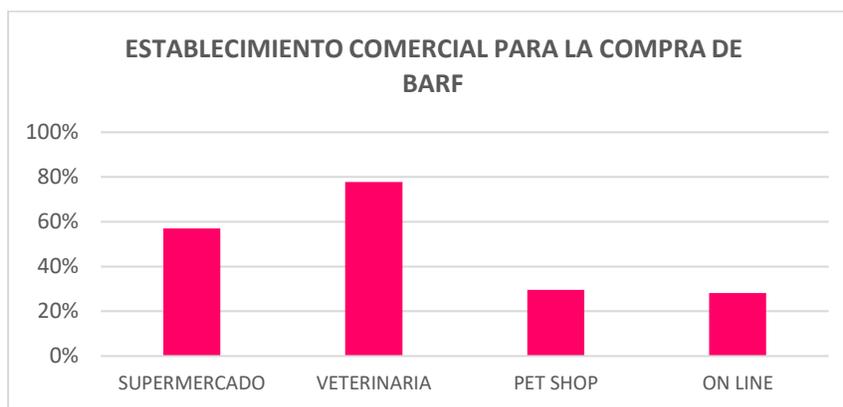


Gráfico 4.4. Establecimiento comercial para la compra de BARF.

Se logra identificar una tendencia por la preferencia de adquirir el producto en lugares reconocidos (supermercados y almacenes de cadena) y establecimientos veterinarios con profesionales que pueden asesorar al comprador.

Es claro que las personas no quieren exponer a sus animales a productos que puedan ser nocivos, por eso es el interés que un experto los asesore; se debe buscar la posible alianza con una veterinaria con el fin de dar la tranquilidad de un producto de calidad y saludable.

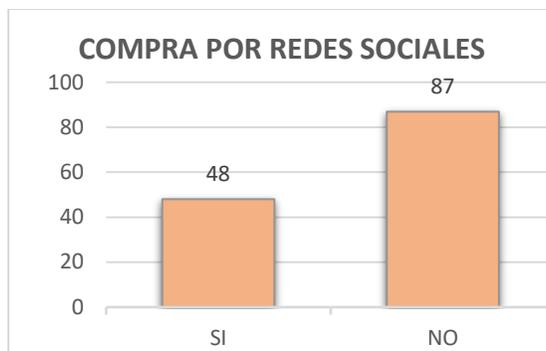


Gráfico 4.5. Compra de productos a través de redes sociales

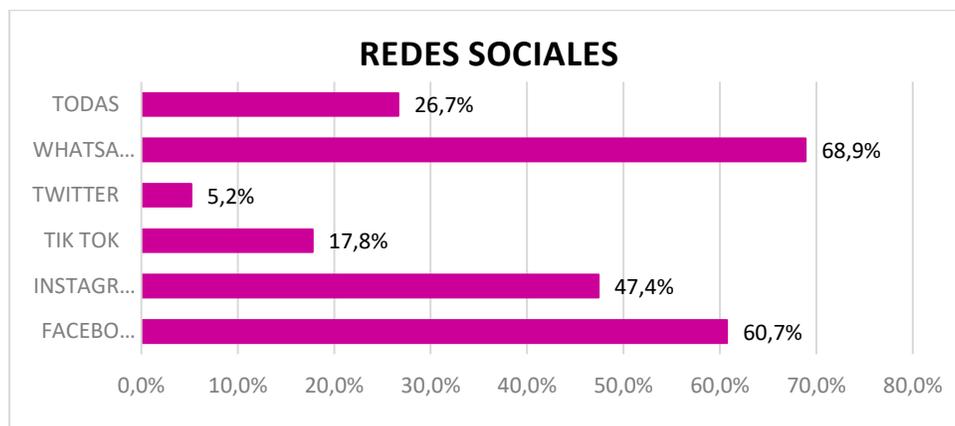


Gráfico 4.6. Uso de redes sociales

Teniendo en cuenta el uso de redes sociales se evalúa la posibilidad de comercialización por medio de las diferentes plataformas digitales existentes; en primera instancia se verifica el uso de estas para la adquisición de productos donde solo 48 personas (35,6 %) encuestadas compran de manera digital y que Facebook e Instagram son las más usadas para la distracción personal y siendo el WhatsApp el de mayor uso para comunicación.

Esto nos permite identificar cuáles son las plataformas en las que se debe tener enfoque al momento de establecer la estrategia de marketing, así como el medio de contacto para atenciones personalizadas y despachos de producto.

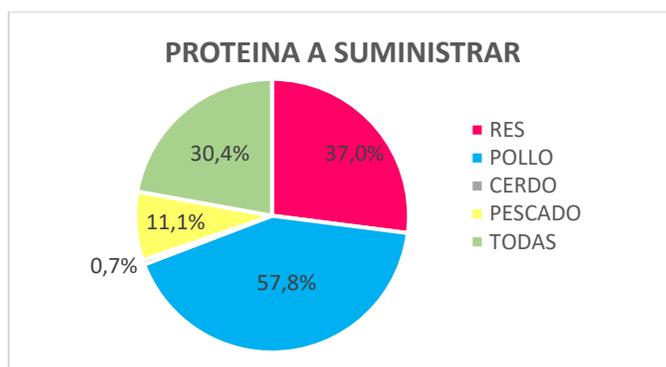


Gráfico 4.7. Proteína que suministraría a su mascota con tranquilidad.

Diferentes proteínas animales pueden suministrarse a una mascota, sin embargo, las personas no confían en alimentar a estos miembros de la familia con cualquiera; la más aceptada es el pollo con un 57,8%, le sigue la carne de res con 37%, el pescado con 11,1% y el cerdo con 0,7%. Solo el 30,4% de los propietarios con tranquilidad alimentarían a sus mascotas con cualquiera de las proteínas aquí listadas.

Inicialmente el producto a comercializar debe ser fabricado con pollo, el cual genera más aceptación en el mercado y se debe evaluar la inclusión de productos con carne de res y pescado, aclarando que ninguna es nociva en las proporciones adecuadas.

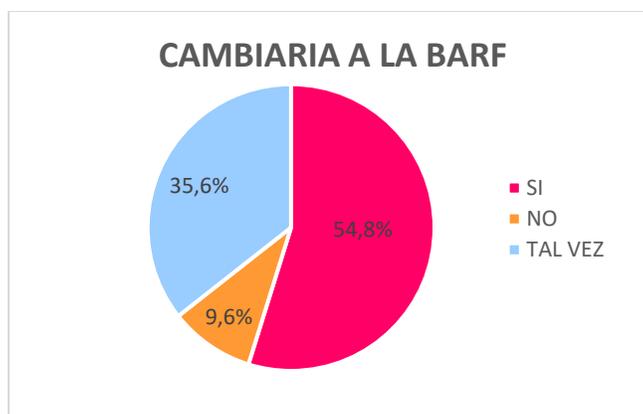


Gráfico 4.8. Cambiaría la alimentación de su mascota del concentrado a la BARF.

La anterior grafica nos permite identificar con más claridad el potencial de ventas que se tiene en la población en la que nos enfocamos; el 54,8% de la población se cambiaría la alimentación de su mascota y hay un 35,6% que representa una posibilidad de ventas, las cuales están sujetas a calidad, costo y beneficios para el animal.

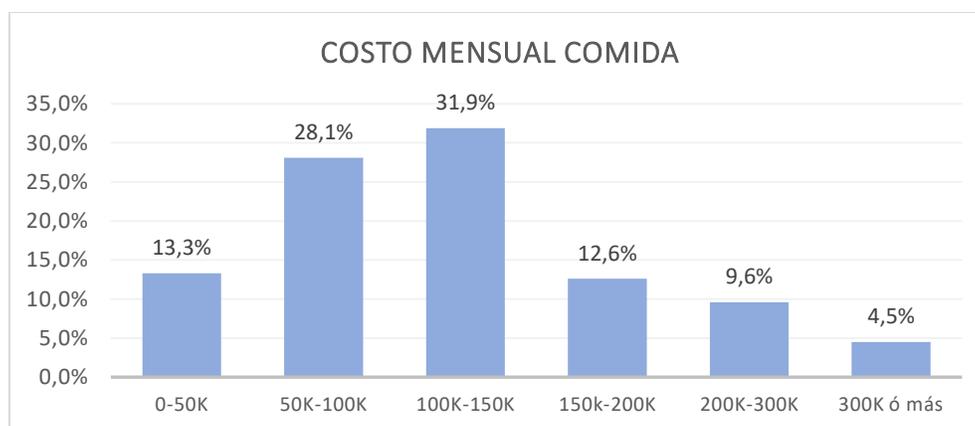


Gráfico 4.9. Cuanto presupuesto destinaría mensualmente para el alimento de la mascota.

El grafico 11 nos permite estimar la cantidad de dinero que el propietario de una mascota destinaria para su alimentación mensualmente, el valor de la porción (entiéndase por porción la presentación por empaque) será calculada dependiendo de los costos de producción, sin embargo, esto nos permite calcular el porcentaje de ganancia máxima por “empaque”.

En promedio para un perro de talla mediana se suministra una libra de alimentación diaria, con esta conjetura y teniendo en cuenta los resultados de la encuesta, donde el 58,6% de los propietarios destina 100 mil pesos o más para el alimento de la mascota, se puede estimar el valor “aceptable” de venta de cada libra del producto (peso por porción).

## **4.2. Estudio técnico**

### **4.2.1. Caracterización del producto**

La alimentación de una mascota debe suministrarse de manera responsable y con ingredientes balanceados; producir la comida de manera inadecuada favorece el riesgo de transmisión de parásitos y patologías. Por esta razón se realizó una investigación donde se seleccionan ingredientes que se pueden utilizar, cantidades, precauciones durante la preparación y porciones adecuadas para suministrar dependiendo del peso y edad.

El objetivo es crear la dieta cruda más natural posible, con los requerimientos nutricionales del animal y como base principal de consumo las grasas de calidad y proteína; también deben suministrarse en menor cantidad frutas y verduras.

A continuación, se mencionarán algunos de las mejores carnes para suministrar a un perro:

PROTEINA	CORTE DE CARNE	HUESO	VISCERAS
Res	Filete, tapa, pecho pescuezo	Tráqueas, fémur, rotula, caña, escapula, cadera, humero rabo	Corazón, riñón, hígado, bazo,
Pollo	Pechuga	Pata	Estómago, corazón, mollejas, hígado, riñón, pescuezo
Pavo	Pechuga	-	-
Pato	Pechuga	-	-
Cerdo	Coto (cara)	Fémur, pata	Corazón, criadillas
Buey	Coto (cara)	-	-
Ternera	Coto (cara)	-	-
Conejo	Lomo	-	Corazón, sesos

Tabla 4.1. Proteínas, huesos y vísceras suministrables a un perro

Los siguientes son los algunos de los pescados que pueden suministrarse a los perros, se debe asegurar el retiro previo de las espinas:

Pescado	Salmon, atún, sardinas, anchoas, trucha, bacalao, merluza
---------	---

Tabla 4.2. Listado de pescado que puede ingerir un perro

En la siguiente tabla se mencionarán frutas y verduras que pueden ingerir los perros:

FRUTAS	VERDURAS
Manzana, coco, arándanos, pera, papaya, banano, albaricoque, melocotón fresas en porciones pequeñas, sandía, mango, melón	Espinacas, zanahorias, calabacín, remolacha, lechuga, repollo, apio, judías verdes, arvejas, pimentón, acelgas, pepino, habichuela

Tabla 4.3. Listado de frutas y verduras que puede ingerir un perro

También se puede suministrar huevo de gallina y codorniz, queso cottage, cuajada, yogur natural, aceite de oliva, aceite de pescado, hueso molido, levadura cerveza.

Para elaborar plan de dieta BARF para perros es necesario que el 80% de la ingesta de comida se componga de proteína de origen animal (carne, huesos y viseras). Mientras que el 20% restante por frutas y/o verduras. Debido al alto contenido de proteína y con el fin de facilitar la digestión

y las deposiciones del animal, se recomienda agregar un porcentaje extra de fibra (García M. , 2019).

Teniendo en cuenta la proteína que genera mayor confianza en los propietarios (resultado de la encuesta) y el costo de los ingredientes, la siguiente es la receta diseñada:

COMPONENTE	ESPECIFICACION	PORCENTAJE
PROTEINA	Pechuga de Pollo	20%
VICERAS	mollejas, hígado, riñón, pescuezo	30%
HUESO	Pata de pollo	30%
VERDURAS CRUDAS	Zanahoria y habichuela	20%
FIBRA	avena	10% (este se calcula del peso total a producir)

Tabla 4.4. Porcentajes para diseño de receta.

Se recomienda que la materia prima a utilizar sea de la calidad adecuada para el consumo humano, que la manipulación de los ingredientes sea bajo condiciones higiénicas, correcto manejo de la cadena de frío, congelamiento del producto final previo al suministro, herramientas limpias y la planta de producción debe estar acondicionada para la fabricación y conservación del producto (libre de hongos, polvo, animales, agentes contaminantes, etc.). Si se siguen las recomendaciones anteriormente realizadas, el alimento puede durar en el freezer un máximo de 30 días, teniendo en cuenta que la dieta se proporciona al animal completamente cruda.

La ración aproximada que se debe proporcionar debe calcularse teniendo en cuenta el peso, la edad y la actividad física de la mascota, a continuación, se muestran los porcentajes adecuados según lo anteriormente indicado:

CARACTERISTICAS DEL PERRO		PORCENTAJE SEGÚN SU PESO CORPORAL
Cachorro	2-4 meses	10%
	4-6 meses	8%
	6-8 meses	6%

	8-10 meses	4%
	10-12 meses	3%
Adultos	Sedentario o esterilizado	2%
	Normal	2,5%
	deportista	3%

Tabla 4.5. Porcentajes para porción diaria de alimento. (Indidogs, s.f.)

#### 4.2.2. Selección de maquinaria y elementos para el proceso de producción

Para la producción del alimento se deben realizar las siguientes etapas:

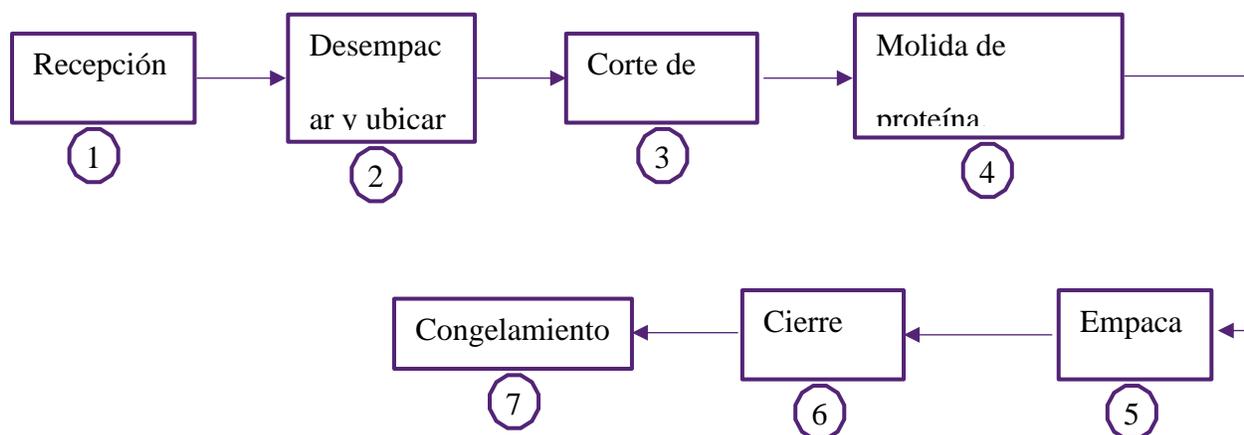


Gráfico 4.10. Diagrama de flujo proceso producción.

Para cumplir con las etapas propuestas hace falta una cierra de corte, un molino de carne, una pesa balanza digital, selladora de bolsas y congeladores. La selección de la maquinaria se hizo evaluando alternativas en el mercado que se ajustaran a las necesidades productivas y los requerimientos higiénicos.

En la siguiente tabla se comparan y seleccionan los equipos cotizados:

	MARCA	CARACTERISTICAS	PRECIO (COP)	ELECCIÓN
SIERRAS	ESSEN ST 295-al	Motor 1,5 HP; peso 214 kg, voltaje de trabajo 110 v; fabricada en acero inoxidable; 6 meses de garantía	\$9'000.000	
	MACHINES HG Sierra 78in	Motor 2 HP; voltaje de trabajo 110 v; a 220v son 3HP; fabricada en acero inoxidable 304; 12 meses de garantía	\$3'850.000	X
	INOFLEX	Motor 2 HP; voltaje de trabajo 110v/220v; fabricada en acero inoxidable 304; 12 meses de garantía	\$3'950.000	
MOLINO	MACHINES HG Molino 22	Fabricado en acero inoxidable, capacidad 60 kg en 20 min, motor 850 w, 110 voltios, garantía 12 meses	\$2'249.000	
	LEM W780A	Acero inoxidable, capacidad 11 libras por minuto, 110 voltios, garantía 12 meses	\$4'492.000	
	EXHIBIR #32	Acero inoxidable, capacidad 300 kg por hora, potencia 2 HP, 110 voltios	\$3'209.700	X
BALANSA DIGITAL	MEDELLIN ELECTRONICA "FRUTERIA"	Balanza digital, con bandeja en acero inoxidable, con capacidad de 40 kg, 110 voltios No ofrece garantía	\$130.000	
	ICM ELECTRODOMESTICOS ACS-A9T	Balanza digital, con bandeja en acero inoxidable, con capacidad de 40 kg, 110 voltios Garantía 6 meses	\$118.915	X

SELLADORA	FM SELLADORA HORIZONTAL	Voltaje:110, estructura en acero inoxidable y aleación aluminio/acero Tiempo de sellado: 1 a 2 seg, rango temperatura de 0- 300 °c, Ancho de sellado: de 8mm a 10mm, impresión en Tinta de Fecha y lote Exp, velocidad:150/min, Largo de sellado: 90cm Incluye herramientas de desmonte de números y letras.	\$2'850.029	
	FULLER 900 mm	Voltaje 110v, estructura en acero inoxidable y aleación aluminio/acero, Tiempo de sellado: 1 a 2 seg, rango de temperatura de 0- 300 °c, Ancho de sellado: de 12mm, largo de sellado: 90cm, potencia: 0.8kw, velocidad:150/min, tiene fechadora únicamente numérica, marca a presión.	\$1'596.523	X
CONGELADOR	INDUCOL CH-DPB-490BL1	Congelador Dual de 418 Litros, Puerta Batiente, rodachines, conexión a 110 voltios	\$2'600.000	
	INDRAMA CI 400	Congelador Horizontal Frost, 400 Litros, Sistema de doble función: Congelador y Enfriador, 2 puertas con llave, bajo consumo de energía. Eficiencia energética Tipo A, Rodachines	\$3'654.900	
	ELECTROLUX EFC50W3HTW	Congelador Horizontal Dual 508L, Frost, sistema de refrigeración y congelador, 3 bandejas, 2 puertas, eficiencia energética para uso	\$2'699.900	X

		comercial, 120 v, garantía 1 año y compresor 3 años.		
	MESÓN (4 UNIDADES)	Mesa de 100 cm x 60cm x 90 cm de alto, tiene entrepaño, acero Inox, Calibre 20	\$3'800.000	X
	UTENSILIOS	Esto incluye cucharas, cuchillos, pinzas, ollas, bowls, empaque de la comida (ziploc x 100 und)	\$455.100	X

Tabla 4.6. Comparativa y selección de equipos.

Los equipos se seleccionaron teniendo en cuenta capacidad, mejor costo, garantía ofrecida y por proyección en aumento de la capacidad de producción.

INGREDIENTE	PESO (Kg)	VALOR POR KILO	COSTO
PROTEINA	5	\$15.000	\$75.000
VICERAS	7,5	\$1.500	\$11.250
HUESO	7,5	\$1.500	\$11.250
VERDURAS CRUDAS	5	\$3.850	\$19.250
FIBRA	2,5	\$5.011	\$12.528
COSTO TOTAL DE MATERIA PRIMA PARA PRODUCCIÓN DIARIA	-	-	\$129.278

Tabla 4.7. Costos de materia prima para producción de 50 libras.

En la tabla 4.7 se calculan los costos de la materia prima para la producción de 50 libras, los valores se obtienen de centrales de distribución mayoristas de la ciudad de Neiva a la fecha de mayo 2023. De la tabla anterior se obtiene la primera base para el cálculo del costo unitario del producto.

ELEMENTO	CANTIDAD POR INDIVIDUO	PRECIO UNITARIO	COSTO FINAL
UNIFORME ANTIFLUIDOS BLANCO	3	\$55.000	\$165.000
BOTAS DE CAUCHO BLANCAS	1	\$45.900	\$45900
DELANTAL DE PROTECCIÓN CALIBRE 25	1	\$39.000	\$39.000
COFIA	3	\$8.000	\$24.000
TAPABOCAS	3	\$7.900	\$23.700
GAFA	2	\$6.200	\$12.400
GUANTES ACERO	1	\$69.000	\$69.000
COSTO FINAL DE DOTACIÓN POR PERSONA	-	-	\$379.000

Tabla 4.8. Costos dotación personal y EPP.

En la anterior tabla se calculan los costos de dotación y EPP's para cada operario de producción, teniendo en cuenta que son 3.

#### 4.2.3. Diseño conceptual de la línea de producción

La línea de producción debe ser sencilla y que permita un tránsito libre del personal, esto con el fin de disminuir en la mayor cantidad posible el tiempo de exposición de los productos (especialmente proteínas) a la temperatura ambiente, pues en el proyecto no se contempla ningún cuarto frío de trabajo.

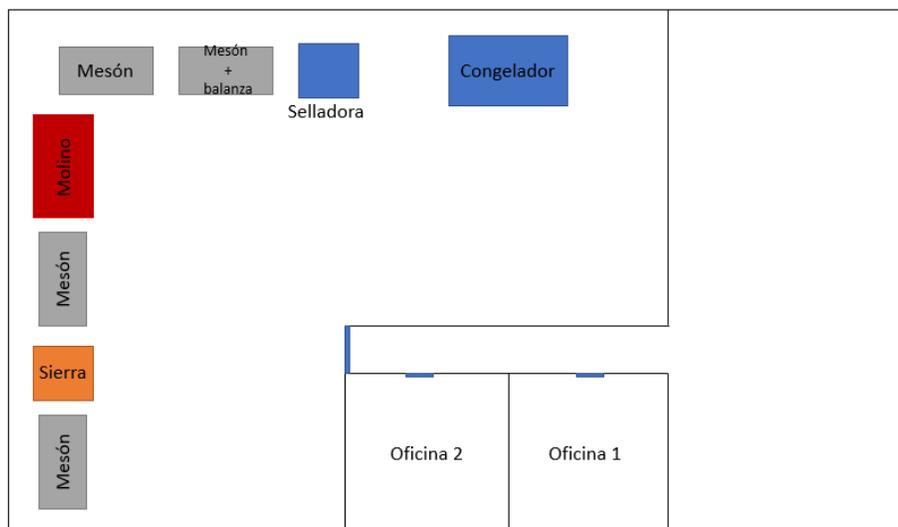


Gráfico 4.11. Esquema línea de producción.

La producción inicia con la recepción de la materia prima, específicamente la proteína debido a que no se cuenta con cuarto frío, este producto debe llegar y desempacarse para empezar la producción de manera inmediata; con el “pollo congelado” sobre el primer mesón se procede a realizar los cortes con la sierra para modificar el tamaño de las piezas congeladas, con producto de tamaño adecuado se continúa con la molienda de todos los ingredientes de la receta ya que esto contribuye a una premezcla de los componentes; una vez molido todo el material se ubica en el tercer mesón y se ejecuta una mezcla asegurando homogeneidad y así proceder con el embalaje, cada bolsa debe pesarse asegurando 500 gr y se termina con el sellado de cada bolsa. Con toda la producción ejecutada, se debe ubicar los productos en el congelador hasta su venta.

La totalidad de las máquinas seleccionadas trabajan con 110 voltios, tensión establecida en el territorio nacional para los establecimientos comerciales (sin requerimientos especiales) y viviendas, es decir, que no se requiere una condición especial en este aspecto.

Por temas de higiene y salubridad, el inmueble debe tener un acondicionamiento específico para el área de producción: paredes y pisos enchapados, sifón para manejo del agua producto de la limpieza de los equipos, ventilación adecuada (incluye extractores) y divisiones que separen el “área administrativa” y entrada para evitar la presencia de animales y otros agentes contaminantes.

### **4.3. Estudio organizacional y administrativo**

#### **4.3.1. Proyecto formal de empresa**

##### Misión

Somos una compañía que busca mejorar la calidad de vida de sus mascotas, brindando bienestar y una adecuada nutrición, es por ello que producimos y comercializamos alimento 100% natural tipo Barf en el municipio de Neiva Huila.

Nuestro producto garantiza las necesidades nutricionales de las mascotas de forma individual, colocando al servicio de sus propietarios un equipo multidisciplinario de profesionales que brindan asesoría, genera confianza, otorga lealtad y aseguran calidad y cumplimiento en su labor.

##### Visión

Para el año 2028 seremos una empresa líder en alimentación natural para mascotas con ventas mayores a 2500 kilogramos semanales, preferida por las familias colombianas propietarias de perros y gatos, brindando nutrición a base de productos calificados, siguiendo la tendencia del mercado actual por el consumo de dietas sanas y equilibradas que mejoren la calidad de vida de nuestros compañeros.

#### Valores corporativos:

- Confianza.
- Honestidad
- Lealtad
- Respeto.
- Responsabilidad.
- Trabajo en Equipo.

#### Principios:

- Calidad
- Ética corporativa
- Excelencia Operacional
- Innovación
- Mejora Continua
- Seguridad

#### Políticas de Compra

- Se debe tener al menos tres cotizaciones formales de diferentes proveedores, cada vez que se vaya a hacer una adquisición de un producto o servicio nuevo.
- Con el inicio de cada año fiscal, todos nuestros proveedores inscritos deben enviar una cotización nueva para actualizar en el sistema.
- Las condiciones de pago serán negociadas con el proveedor y debe quedar por escrito la aceptación de ambas partes.

## Políticas de facturación

- Las facturas a clientes se generan electrónicamente, semanalmente y se enviarán al correoinscrito en el sitio web en un período de 24 horas después de haber efectuado la entrega del producto.
- No existirán facturas vencidas, ya que el pago se realiza o anticipado o contra entrega.

### 4.3.2. Estrategias

Planes Estratégicos.

**El objetivo corporativo general es:** Aumentar año a año un 15% la presencia en los hogares con mascotas, ya que en la ciudad de Neiva Huila no existe una empresa que cumpla con lo solicitado, brindaremos confianza

Para lograr esto la estrategia de arranque estará apalancada principalmente en la P de promoción:

- Diseñaremos una estrategia de comunicación dirigida con fines informativos, para educara hogares inexpertos en el cuidado de sus mascotas con los beneficios de la dieta BARF.
- Realizaremos fuertes campañas de comunicación con nutricionistas veterinarios que promueven el consumo Barf en las Redes.
- Utilizaremos nuestros usuarios como influenciadores
- Diseñar un programa de comunicación y referidos muy agresivo que aproveche la voz a voz como nuestro mayor medio de difusión.
- Creación de páginas web, y en todas las plataformas digitales, dando a conocer el producto y los resultados obtenidos con la compra.

Como soporte, generaremos una estrategia de precio de penetración dentro de este nicho resaltando los atributos más valorados, justificando el costo – beneficio.

### **Tipo de Sociedad: S.A.S**

Se constituyó una sociedad S.A.S ya que es una sociedad flexible, que responde a las necesidades de cada empresario, tanto la creación como la liquidación de empresa bajo este tipo de sociedad es más fácil, y da un grado de libertad mayor en cuanto al manejo de acciones, optimiza costos, entre otros.

- **Representante Legal:** (50%) Yamile Quintero Chaparro
- **Representante suplente:** (50%) Daniela Claros Cuellar

### **4.3.3. Desarrollo de organigrama**

Organigrama

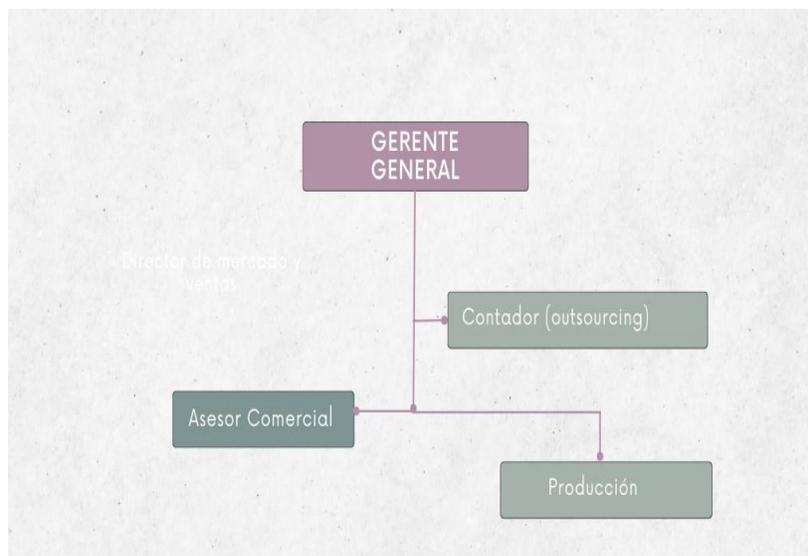


Gráfico 4.12. Organigrama. Imagen. Autoría propia

#### 4.3.4. Desarrollo de perfiles requeridos

A continuación, se hará una breve descripción del cargo, funciones, personal requerido por cada cargo, tipo de contratación y remuneración establecida.

CARGO	Gerente general
PERFIL	Persona graduada en administración de empresas, ingeniería industrial o afines, Mínimo 3 años de experiencia con desarrollo en cargos comerciales de medio y /o alto rango
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Encargado de generar la estrategia corporativa</li> <li>○ Fijar objetivos generales</li> <li>○ Hacer seguimiento a la estrategia de ventas y mercadeo</li> <li>○ Encargado de la estrategia de precios y producto, trabajando de la mano con la dirección de mercadeo y ventas.</li> <li>○ Responsable de la contratación de la compañía.</li> </ul>
N° PERSONAS	1
SALARIO	\$ 2'500.000
TIPO DE CONTRATO	A termino fijo

Tabla 4.9. Descripción cargo Gerente general.

CARGO	Asesor comercial
PERFIL	Persona con experiencia de 1 año en ventas, amante de las mascotas, con habilidades de comunicación e interacción con otras personas. Debe tener pase de conducción vigente para moto.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Cumplir los objetivos de ventas.</li> <li>○ Consecución de nuevos clientes</li> <li>○ Hacer seguimiento de clientes actuales</li> <li>○ Entrega de pedidos.</li> <li>○ Encargado de generar la estrategia del área de mercadeo y ventas</li> <li>○ Encargado de la estrategia marca y de canales, trabajando de la mano con la Gerencia General.</li> <li>○ Hacer seguimiento y control del área de producción, control de calidad</li> </ul>
N° PERSONAS	1

SALARIO	\$1'380.000 de básico + 3% sobre nuevas ventas / 1% sobrecartera actual mensual.
TIPO DE CONTRATO	A termino fijo

Tabla 4.10. Descripción cargo Asesor comercial.

CARGO	Operario de producción
PERFIL	Persona con 1 año de experiencia en labores operativas, manejando maquinaria de alimentos, con pase de conducción vigente.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Encargado de la compra de insumos</li> <li>○ Producción y empaque del producto</li> <li>○ Responsable de la calidad del mismo.</li> </ul>
N° PERSONAS	2
SALARIO	\$1'200.000
TIPO DE CONTRATO	A termino fijo

Tabla 4.11. Descripción cargo Operario de producción.

CARGO	Contador (outsourcing)
PERFIL	Contador público con experiencia en manejo de contabilidad de pequeñas y medianas empresas.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Encargado de llevar la contabilidad de la compañía</li> <li>○ Presentación y elaboración de estados financieros</li> <li>○ Pago y presentación de impuestos.</li> </ul>
N° PERSONAS	1
SALARIO	\$2'000.000
TIPO DE CONTRATO	Prestación de servicios

Tabla 4.12. Descripción cargo Contador.

#### Sistema de selección y contratación

- Las vacantes se publicarán en páginas de empleo y LinkedIn
- Se revisarán las HV filtrando aquellas que cumplan con el perfil requerido

- Se llamará a entrevista las hojas de vida seleccionadas con el director de mercadeo y ventas como primer filtro
- El Gerente General entrevistará a los 2 seleccionados por mercadeo y ventas.
- El seleccionado deberá presentar los siguientes documentos:
  - Certificados de estudio de acuerdo con el cargo
  - Carta de referencia laboral y personal
  - Certificado de EPS y fondo de pensiones y cesantías
  - Copia de la cédula

#### 4.3.4. Diseño de logotipo y slogan

A continuación, se presentan el diseño planteado para el logotipo y slogan de la empresa.

Logo



Grafica 4.13 Logotipo

Slogan

“Expertos en alimentación y bienestar de tu mascota”

El slogan quiere transmitir a los propietarios tranquilidad al momento de adquirir la alimentación de sus mascotas, que contarán con productos de calidad y nutrición.

#### 4.4. Estudio legal

Para el desarrollo del estudio legal del presente proyecto debemos como primera instancia dirigirnos a la normatividad nacional vigente con el fin de establecer las normas y decretos que rigen todas las actividades comerciales y para el caso conciso determinar las que aplican para la fabricación de alimentos dirigidos a animales.

De mayor a menor debemos iniciar con las disposiciones establecidas en la Ley 84 de 1873, o más comúnmente conocido como código civil colombiano, donde podremos encontrar todas las regulaciones para las interacciones entre particulares y la regulación para creación de contratos (Congreso de la República, 1873).

Continuando con la legislación general debemos continuar con el Decreto 410 de 1971 o código de Comercio, donde en su artículo 518 y subsiguientes se encontrará todo lo relacionado con el arrendamiento de locales comerciales y también establece lo relacionado con la creación, desarrollo e interacción del diferente tipo de sociedades comerciales (Presidencia de la república, 1971).

Conforme al análisis de viabilidad realizado, se determinó que el modelo de sociedad comerciales que mejor se ajusta al desarrollo del proyecto es la creación de una sociedad por acciones simplificada o S.A.S. por lo tanto se debe remitir a la ley 1258 de 2008 donde se puede encontrar la normatividad relacionada para la creación, desarrollo y liquidación de este tipo de sociedades (Congreso de la república, 2008). Así mismo con el fin de cumplir con todos los requisitos en la creación de la S.A.S. se usará como guía el modelo de estatutos para la creación de sociedad por acciones simplificadas emitido por la cámara de comercio de Bogotá en 2021 y encontrado bajo el nombre “*Modelo de estatutos. Acto constitutivo Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS)*” (Cámara de Comercio de Bogotá, 2021).

El presente estudio de prefactibilidad está enfocado al desarrollo de una actividad comercial en la ciudad de Neiva, por lo tanto se debe realizar la inscripción en la cámara de comercio del respectivo municipio y por el cual se debe cancelar el valor de dicha inscripción que según las tarifas establecidas para 2023 (Tarifa encontrada en el sitio web de la entidad) es de \$47.000 pesos colombianos, toda vez que el monto de activos de la sociedad a fundarse no supera los 6300 UVT (Cámara de comercio Neiva, 2023).

Una vez realizada la inscripción ante la cámara de comercio se deberá realizar la inscripción en la secretaria de industria y comercio del mismo municipio con el fin de cumplir la normatividad y evitar sanciones; dicha inscripción tiene un costo a la fecha de \$ 1.116.500 (secretaria de Hacienda de Neiva, 2023).

Una vez cumplidos los requisitos generales para el desarrollo de actividades comerciales dentro de la región, se debe continuar con los requisitos específicos para la ejecución de la actividad en cuestión sobre la cual se centra el presente estudio, así las cosas, el desarrollo de creación y distribución de alimentos veterinarios está regida por la resolución 061252 del 3 de febrero de 2020. Esta establece los requisitos como la debida inscripción de fabricantes e importadores de alimentos para animales y que a su vez establece como requisito para el desarrollo de la actividad la inscripción de un asesor técnico (Médico veterinario Zootecnista o Zootecnista) (Instituto Colombiano Agropecuario, 2020).

Finalmente, pero no menos importante debemos remitirnos a la resolución 2505 de 2004 del ministerio de transporte, donde se establecen los requerimientos y normatividades para el transporte de alimentos fácilmente corruptibles como carnes, pollo y pescados (transporte, 2004).

Tabla 4.13. Matriz jurídica.

CLASIFICACION		Norma	Año de emisión	Disposición que regula	Artículo aplicable	Descripción del requisito	Evidencia del cumplimiento	Responsable	Existe evidencia actualizada	
General	Específica								Si	No
X		Ley 84	1873	Código civil que rige las interacciones entre particulares y los contratos que surgen de sus negocios jurídicos	1495 – 1671	Generar contratos y relaciones jurídicas que cumplan la norma	Contratos legalmente constituidos	Asesor Jurídico	X	
X		Decreto 410	1971	Ley que establece todas las regulaciones para relaciones comerciales y contratos de arrendamientos para locales comerciales	518 – 533 92 y Ss	Estipular contratos de arriendo para locales comerciales acorde a la norma y realizar inscripción en la cámara de comercio	Contratos de arriendo acorde al código de comercio	Asesor jurídico	X	
X		Ley 1258	2008	Legislación que establece las regulaciones para la creación de sociedades por acciones simplificadas	ene-46	Crear sociedad del tipo SAS bajo la normatividad vigente	Escritura pública de la creación de la sociedad	Representante legal	X	
	X	Resolución 61252	2020	Establece todos los requisitos para fabricación de alimentos veterinarios		Realizar la inscripción de la sociedad ante el Ica y la debida inscripción del asesor técnico	Certificados de inscripción emitidos por el ICA	Representante legal	X	
	X	Resolución 2505	2004	Presenta los requerimientos y normas para el transporte de alimentos corruptibles		Cumplir con el debido transporte en vehículos adecuados	Contratación de transporte especializado	Representante legal	X	

## 4.5. Estudio financiero

### 4.5.1 Inversión inicial

Para la inversión inicial se deben tener en cuenta los siguientes factores: Nomina del primer mes, Compra de maquinaria, gastos intangibles, gastos legales, y otros elementos detallados en la siguiente tabla:

ACTIVO FIJOS	CANTIDAD	Valor Unitario	VALOR TOTAL
<b>Maquinaria y equipo</b>			
Extintor	2	\$ 55.000	\$ 110.000
Sierras	1	\$ 3.850.000	\$ 3.850.000
Molino	1	\$ 3.209.700	\$ 3.209.700
Balanza	1	\$ 118.915	\$ 118.915
Selladora	1	\$ 1.596.523	\$ 1.596.523
Congelador	1	\$ 2.699.900	\$ 2.699.900
Mesones	4	\$ 950.000	\$ 3.800.000
Cámaras	4	\$ 120.000	\$ 480.000
Utensilios	1	\$ 455.100	\$ 455.100
<b>Equipo de oficina</b>			
Impresora	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Teléfono	1	\$ 200.000	\$ 200.000
<b>Equipo de computo</b>			
Computador	2	\$ 1.800.000	\$ 3.600.000
<b>Muebles y enseres</b>			
Escritorios	3	\$ 250.000	\$ 750.000
Silla oficina	6	\$ 90.000	\$ 540.000
Sillas	3	\$ 20.000	\$ 60.000
Camilla de emergencia	1	\$ 150.000	\$ 150.000
Cafetera	1	\$ 150.000	\$ 150.000
<b>Total costo Activos fijos</b>			<b>\$ 22.070.138</b>

Tabla 4.14. Activos fijos.

ACTIVOS INTANGIBLES	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
<b>COSTOS</b>			
Servicio publico	3	\$ 600.000	\$ 600.000
Arriendo	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
<b>GASTOS LEGALES</b>			
Rut	1	\$ 10.000	\$ 10.000
Cámara de comercio	1	\$ 172.000	\$ 172.000
Cuerpo oficial de bomberos	1	\$ 100.000	\$ 100.000
Matricula mercantil	1	\$ 355.000	\$ 355.000
Super intendencia de industria y comercio (marca)	1	\$ 1.116.500	\$ 1.116.500
Publicidad de expectativa	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Multi riesgo empresarial sura	3	\$ 490.000	\$ 1.470.000
<b>ELEMENTOS DE ASEO PARA 3 MESES</b>			
Escoba	3	\$ 5.000	\$ 15.000
Trapero	3	\$ 5.500	\$ 16.500
Recogedor	3	\$ 4.500	\$ 13.500
Papel higiénico 12 rollos	1	\$ 20.000	\$ 20.000
Jabón líquido para mano	1	\$ 7.000	\$ 7.000
Jabón en polvo	1	\$ 20.000	\$ 20.000
Detergente alcalino 20kg	1	\$ 155.000	\$ 155.000
Clorox	4	\$ 4.500	\$ 18.000
Bolsa de basura	20	\$ 1.000	\$ 20.000
<b>PAPELERIA 3 MESES</b>			
Calculadoras	3	\$ 12.450	\$ 37.350
Resma de papel	2	\$ 23.250	\$ 46.500
Cosedoras	2	\$ 13.000	\$ 26.000
Ganchos de cosedora	2	\$ 9.000	\$ 18.000
Carpetas	1	\$ 15.000	\$ 15.000
Lapiceros	2	\$ 14.000	\$ 28.000
Tinta impresora	2	\$ 80.000	\$ 160.000
<b>ELEMENTOS DE CAFETERIA 3 MESES</b>			
Botellón de agua	1	\$ 14.000	\$ 14.000
Vasos desechables	20	\$ 4.000	\$ 80.000
Café	10	\$ 16.000	\$ 160.000
Azúcar	3	\$ 7.900	\$ 23.700
Botiquín	1	\$ 23.000,0	\$ 23.000,0
<b>Total costo Activos Intangibles</b>			<b>\$ 6.740.050</b>

Tabla 4.15. Activos intangibles.

CARGOS	DEVENGADO			PRESTACIONES SOCIALES				SEGURIDAD SOCIAL				APORTES PARAFISCALES				TOTAL
	Sueldo básico	Meses	Auxilio de transporte	Cesantías (8,33%)	Prima (8,33%)	Intereses cesantías (1%)	Total Prestaciones	Salud (8,5%)	Pensión (12%)	ARL (I:0,522%; V:6,96%)	Total Seguridad	Caja Compensación (4%)	I.C.B.F (3%)	SENA (2%)	Total parafiscales	
Gerente	\$2.500.000	1	0	\$ 208.250	\$208.250	\$ 25.000	\$ 441.500	\$312.500	\$300.000	\$ 13.050	\$ 625.550	\$ 100.000	\$75.000	\$ 50.000	\$ 225.000	\$ 3.792.050
Asesor Comercial	\$1.380.000	1	\$ 140.606	\$ 114.954	\$114.954	\$ 13.800	\$ 243.708	\$172.500	\$165.600	\$ 96.048	\$ 434.148	\$ 55.200	\$41.400	\$ 27.600	\$ 124.200	\$ 2.322.662
Operario de producción 1	\$1.200.000	1	\$ 140.606	\$ 99.960	\$ 99.960	\$ 12.000	\$ 211.920	\$150.000	\$144.000	\$ 83.520	\$ 377.520	\$ 48.000	\$36.000	\$ 24.000	\$ 108.000	\$ 2.038.046
Operario de producción 2	\$1.200.000	1	\$ 140.606	\$ 99.960	\$ 99.960	\$ 12.000	\$ 211.920	\$150.000	\$144.000	\$ 83.520	\$ 377.520	\$ 48.000	\$36.000	\$ 24.000	\$ 108.000	\$ 2.038.046
Contador	\$2.000.000	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	\$ 2.000.000
Costo Total nomina																\$12.190.804

Tabla 4.15. Nomina

INVERSIÓN INICIAL	
ITEM	MONTO
Activos fijos	\$ 22.070.138
Activos intangibles	\$ 6.740.050
Nomina primer mes	\$ 12.190.804
Imprevistos 10%	\$ 4.154.919
Dotación	\$ 1.137.000
<b>Total</b>	<b>\$ 46.292.911</b>

Tabla 4.15. Calculo inversión Inicial

Se calcula un costo de inversión inicial de \$ 46.292.911 millones de pesos en el cual se contempla un 10% adicional para imprevistos. De este valor se estima una financiación del 50% (23.146.455 pesos) y 50% de inyección de capital propio.

CARACTERISTICAS DEL CREDITO	
Entidad Bancaria	Bancolombia
Monto	\$ 23.146.455
Plazo	5 años
Numero de Cuotas	60
Tipo de cuota	Fija
Tasa de interés	1,96% MV
Valor de la cuota	\$ 687.218

Tabla 4.16. Características de crédito

En la tabla 4.16 se especifican las características del crédito y el valor de la primera cuota, datos que se deben incluir en el cálculo del punto de equilibrio y se debe tener en cuenta como un gasto fijo en la contabilidad.

#### 4.5.2 Punto de equilibrio punto de equilibrio

Como primer paso para calcular el punto de equilibrio se va a establecer el valor estimado de venta del producto. Teniendo en cuenta los datos del estudio de mercado que se encuentran plasmados en la gráfica 4.9, donde se puede evidenciar que el 58% de los propietarios encuestados invierte 150 mil pesos o más durante el mes para la alimentación

de su mascota, suponiendo que se suministra 1 libra de BARF al día y verificando el costo de la dieta en otras ciudades se establece costo de la libra en \$4.000 pesos.

Entonces:

ITEM	VALOR EN COP
Valor de venta	\$ 4.000
Costo materia prima	\$ 2.586
Ganancia Bruta	\$ 1.414
Costos fijos	\$ 14.753.125
Costo fijo/ganancia bruta	10.433
Venta diaria necesaria	347 libras

Tabla 4.17. Punto de equilibrio

Del cálculo de punto de equilibrio se obtiene que las ventas en 30 días deben alcanzar no menos de 10.433 unidades, 347 libras diarias. La capacidad de fabricación y almacenamiento de los equipos seleccionados es adecuada para el aumento de producción según el requerimiento para el balance económico y/o la demanda.

Se debe reforzar la campaña publicitaria con el fin de alcanzar el objetivo de venta, pues del estudio de mercado se obtiene que solo 55% de la muestra (74 personas) comprarían el producto (de calidad y precio adecuado) y un 36% (49 personas) que tiene el interés en adquirirlo y serían clientes potenciales.

Para el cálculo del ingreso por venta diaria necesaria para llegar al punto de equilibrio se considera el valor obtenido de unidades de ventas mínimas más un 20%, obteniendo así un ingreso mensual de \$49.968.000 pesos.

Al extrapolar el porcentaje de propietarios que confirmaron que adquirirían el producto y lo llevamos a los grupos de familias de estratos 5 y 6 de la ciudad de Neiva, obtendríamos un ingreso mensual de \$58.740.000 con ganancias de \$17.008.000 de pesos mensuales.

#### 4.5.3 Flujos plurianuales (3 primeros años)

En las tablas que se realizarán en este capítulo los autores deciden tomar para el cálculo de las ventas, la cantidad de encuestados que respondieron que sí comprarían el producto y los que tal vez lo adquirirían; entendiendo que al extrapolar el porcentaje al número de familias de estrato 5 y 6 de la ciudad de Neiva los ingresos aumentarían.

Lo primero que se plantea es el costo de producción donde se tienen en cuenta la materia prima, los costos de mano de obra del área de producción, costos indirectos y mantenimiento de los equipos.

COSTOS DE PRODUCCIÓN				
Concepto	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Materia prima	\$ 114.488.597	\$ 114.488.597	\$ 117.934.704	\$ 121.484.538
Mano de obra del área de producción	\$ 4.076.092	\$ 48.913.104	\$ 50.385.388	\$ 51.901.989
Costos indirectos de fabricación	\$ 1.130.412	\$ 15.101.614	\$ 15.556.173	\$ 16.024.413
Costo de mantenimiento	\$ 3.416.000	\$ 3.416.000	\$ 3.518.822	\$ 3.624.738
Total costo de producción		\$ 181.919.315	\$ 187.395.086	\$ 193.035.678

Tabla 4.18. Costos de producción

Se deben incluir los costos administrativos que representan un egreso a la compañía y están compuestos por mano de obra administrativa, artículos de papelería y cafetería, gastos de recargas y botiquines.

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
Mano de obra	\$ 96.138.522	\$ 99.118.816	\$ 102.339.974
Papelería	\$ 1.323.400	\$ 1.364.425	\$ 1.406.723
Aseo	\$ 1.140.000	\$ 1.175.340	\$ 1.211.776
Cafetería	\$ 1.202.800	\$ 1.240.087	\$ 1.278.529
Recarga Extintor	\$ 20.620	\$ 21.259	\$ 21.918
Recarga Botiquín	\$ 15.000	\$ 15.465	\$ 15.944
Seguro	\$ 1.140.000	\$ 1.175.340	\$ 1.211.776
Servicios públicos	\$ 7.200.000	\$ 7.423.200	\$ 7.653.319
Impuesto de Registro	\$ 1.753.500	\$ 1.807.859	\$ 1.863.902
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 109.933.842</b>	<b>\$ 113.341.791</b>	<b>\$ 117.003.861</b>
Depreciaciones	\$ 2.702.014	\$ 2.702.014	\$ 2.702.014
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 112.635.856</b>	<b>\$ 116.043.805</b>	<b>\$ 119.705.875</b>
<b>COSTOS DESEMBOLSBLES</b>	<b>\$ 109.933.842</b>	<b>\$ 113.341.791</b>	<b>\$ 117.003.861</b>
<b>COSTOS NO DESEMBOLSABLES</b>	<b>\$ 2.702.014</b>	<b>\$ 2.702.014</b>	<b>\$ 2.702.014</b>
<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>\$ 112.635.856</b>	<b>\$ 116.043.805</b>	<b>\$ 119.705.875</b>

Tabla 4.19. Gastos administrativos

De los valores obtenidos de los ingresos, gastos financieros, costos de producción, gastos administrativos y demás egresos se obtiene la tabla con el flujo plurianual proyectado a 3 años.

<b>FLUJOS PLURIANUALES</b>				
	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
<b>INGRESOS</b>		\$ 260.356.698	\$ 382.812.745	\$ 429.129.673
Costos producción		\$ 181.919.315	\$ 187.395.086	\$ 193.035.678
Costos de ventas		\$ 1.000.000	\$ 1.150.000	\$ 1.322.500
Gastos administrativos		\$ 112.635.856	\$ 116.043.805	\$ 119.705.875
Costos financieros		\$ 7.458.360	\$ 8.278.780	\$ 9.189.446
<b>COSTOS DESEMBOLSABLES</b>		\$ 303.013.531	\$ 312.867.671	\$ 323.253.499
Depreciación maquinaria		\$ 1.632.014	\$ 70.770	\$ 70.770
Depreciación equipo oficina		\$ 50.000	\$ 172.000	\$ 172.000
Depreciación muebles y enseres		\$ 300.000	\$ 901.840	\$ 901.840
Depreciación PC		\$ 720.000	\$ 7.683.333	\$ 7.683.333
<b>TOTAL DEPRECIACIONES</b>		\$ 2.702.014	\$ 8.827.944	\$ 8.827.944
Amortización intangibles		\$ 8.246.616	\$ 8.246.616	\$ 8.246.616
<b>COSTOS NO DESEMBOLSABLES</b>		\$ 10.948.630	\$ 17.074.560	\$ 17.074.560
Utilidad antes impuestos (utilidad bruta)		-\$ 53.605.463	\$ 52.870.514	\$ 88.801.614
Impuesto de renta		-\$ 17.689.803	\$ 17.447.270	\$ 29.304.533
Utilidad después de impuestos (utilidad neta)		-\$ 35.915.660	\$ 35.423.244	\$ 59.497.082
Depreciaciones		\$ 2.702.014	\$ 8.827.944	\$ 8.827.944
Amortización intangibles		\$ 8.246.616	\$ 8.246.616	\$ 8.246.616
Inversión en maquinaria	\$ 16.320.138			
Inversión equipo de oficina	\$ 500.000			
Inversión muebles y enseres	\$ 1.650.000			
Inversión en computadores	\$ 3.600.000			
Inversión activos intangibles	\$ 6.856.445			
<b>INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO</b>	\$ 23.146.455	\$ -	\$ -	\$ -
Crédito	\$ 23.146.455			
Amortización de la deuda		\$ 2.753.570	\$ 3.475.832	\$ 4.387.542
<b>FLUJO DE FONDOS NETO= BENEFICIOS NETOS</b>	-\$ 28.926.583	-\$ 27.720.601	\$ 49.021.972	\$ 72.184.099

Tabla 4.20. Flujos plurianuales

## 5. CONCLUSIONES

Con base a los resultados obtenidos en el estudio de prefactibilidad se concluye que la capacidad de fabricación y almacenamiento de los equipos seleccionados es adecuada para la producción planteada según el requerimiento del balance económico y/o la demanda.

Se debe reforzar la campaña publicitaria y las alianzas con los establecimientos veterinarios con el fin de alcanzar el objetivo de venta, pues del estudio de mercado se obtiene que solo 55% de la muestra (74 personas) comprarían el producto (de calidad y precio adecuado) y un 36% (49 personas) que tiene el interés en adquirirlo y serían clientes potenciales.

Se recomienda estudiar el aumento de la producción diaria para disminuir días operativos, reducir costos de mano de obra (medio tiempo, pago por horas, etc), entendiendo que se tiene la capacidad de almacenamiento y la nómina es el costo fijo más elevado, esto con el fin de disminuir las pérdidas en el periodo en el que se esté posicionando la empresa en el mercado y se logre llegar al número de clientes proyectados, teniendo en cuenta que se calcula una pérdida en el primer año de 27.720.601.

El estudio financiero determina la inversión inicial, los ingresos, costos y gastos en lo que el proyecto incurrirá para la creación de la empresa para la producción y venta de alimentación natural para mascotas AKYRA BARF, este nos permite concluir que el proyecto es rentable.

La evaluación del proyecto establece que el punto de equilibrio para la productora y comercializadora de alimento natural para mascotas, será de una venta de 347 libras diarias que generarán un ingreso de \$ 41.640.000 pesos mensuales y \$ 499.680.000 durante el primer año de funcionamiento.

## 6. Bibliografía

(s.f.). Obtenido de <https://www.euroinnova.co/blog/que-es-un-analisis-financiero-y-para-que-sirve>

(s.f.). Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/demografia/natalidad/colombia>

(2013). Obtenido de <http://red.unal.edu.co/cursos/eLearning/dnp/2/html/contenido-2.2.2-estudio-legal.html>

(Julio de 2022). Obtenido de <https://www.minambiente.gov.co/bosques-biodiversidad-y-servicios-ecosistemicos/el-minambiente-aprobo-la-politica-nacional-de-proteccion-y-bienestar-animal/>

ARIAS MONTOYA, L., PORTILLA DE ARIAS , L. M., & ACEVEDO LOZADA, C. A. (2008). PROPUESTA METODOLÓGICA PARA LA ELABORACIÓN DE PLANES DE NEGOCIOS. *redalyc.org*, 132. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84920454025>

Barrero Cespedes , V. D., & Pardo Rincon , Y. A. (2016). *CREACIÓN DE EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE COMIDA NATURAL PARA PERROS*. Obtenido de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/38415/Ver%C3%B3nica%20Barrero%2C%20Yanny%20Pardo.pdf?sequence=4>

Botin, R. (22 de 07 de 2022). *Shopify*. Obtenido de Segmentación de mercado: definición, beneficios y criterios para aplicarla: <https://www.shopify.com/es/blog/segmentacion-de->





Hidrocentergm. (25 de 05 de 2022). *club ensayos* . Obtenido de

<https://www.clubensayos.com/Negocios/Plan-de-negocios-mediante-la-creaci%C3%B3n-de-puntos/5519622.html>

Indidogs. (s.f.). Obtenido de <https://indidogs.com/que-cantidad-de-dieta-barf-debo-dar-a-mi-perro-factores-a-tener-en-cuenta/>

Mordor Intelligence. (2016).

Muñoz Vargas , L. F., Ramos Retrepo, L. M., & Taimal Cardona, P. M. (22 de 03 de 2022).

*ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA.*

Obtenido de

[https://repository.unicatolica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12237/2439/ESTUDIO\\_VIABILIDAD\\_PARA\\_CREACI%C3%93N\\_EMPRESA\\_DEDICADA\\_FABRICACI%C3%93N\\_DIETA\\_BARF\\_CIUADAD\\_CALI.pdf?sequence=1](https://repository.unicatolica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12237/2439/ESTUDIO_VIABILIDAD_PARA_CREACI%C3%93N_EMPRESA_DEDICADA_FABRICACI%C3%93N_DIETA_BARF_CIUADAD_CALI.pdf?sequence=1)

Ortega, C. (2023). *Questionpro*. Obtenido de Estudio de prefactibilidad:

<https://www.questionpro.com/blog/es/estudio-de-prefactibilidad/>

petfood. (21 de 11 de 2021). Obtenido de [https://allextruded.com/entrada/el-mercado-pet-food-en-colombia-](https://allextruded.com/entrada/el-mercado-pet-food-en-colombia-53520#:~:text=Aproximadamente%20un%2056%25%20de%20los,del%20alimento%20casero%20para%20humanos)

[53520#:~:text=Aproximadamente%20un%2056%25%20de%20los,del%20alimento%20casero%20para%20humanos](https://allextruded.com/entrada/el-mercado-pet-food-en-colombia-53520#:~:text=Aproximadamente%20un%2056%25%20de%20los,del%20alimento%20casero%20para%20humanos)

Pursell, S. (s.f.). Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/estudio-de-mercado>

Pursell, S. (21 de 02 de 2022). *Qué es un estudio de mercado, cómo hacerlo y ejemplos.*

Obtenido de hubspot: <https://blog.hubspot.es/marketing/estudio-de-mercado>

Rojas, Oscar;. (2020). *Universidad Antonio Nariño*. Obtenido de <https://mail.google.com/mail/u/0/?tab=rm&ogbl#search/alvaro.zapata%40usco.edu.co?projector=1>

Serrano Naranjo, K. (2021). *DIETA BARF: VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE SU FORMULACIÓN EN DIFERENTES* . Obtenido de <https://repository.udca.edu.co/bitstream/handle/11158/4793/DIETA%20BARF%20VENTAJAS%20Y%20DESVENTAJAS%20DE%20SU%20FORMULACION%20EN%20DIFERENTES%20PATOLOGIAS%20-%20KATHERYNE%20SERRANO%20NARANJO.pdf?sequence=1>

U. Europea. (21 de 11 de 2022). *Economía ambiental: Definición y ejemplos*. Obtenido de <https://universidadeuropea.com/blog/que-es-economia-ambiental/#:~:text=La%20econom%C3%ADa%20ambiental%20es%20una,acci%C3%B3n%20contra%20el%20cambio%20clim%C3%A1tico.>

u. uniminuto . (s.f.). Obtenido de [https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/6610/3/Anexo2\\_%20Arbol%20de%20problemas.pdf](https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/6610/3/Anexo2_%20Arbol%20de%20problemas.pdf)

University, U. F. (s.f.). Obtenido de <https://www.uthflorida.us/en-que-consiste-un-estudio-financiero/>

Westreicher, G. (01 de 02 de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Comercialización: <https://economipedia.com/definiciones/comercializacion.html>

Wikipedia . (16 de 01 de 2023). *Innovación*. Obtenido de

<https://es.wikipedia.org/wiki/Innovaci%C3%B3n>

Wikipedia. (08 de 03 de 2023). *Producción*. Obtenido de

[https://es.wikipedia.org/wiki/Producci%C3%B3n\\_\(econom%C3%ADa\)#:~:text=Es%20la%20actividad%20que%20se,m%C3%A1s%20bienes%20en%20otros%20diferentes.](https://es.wikipedia.org/wiki/Producci%C3%B3n_(econom%C3%ADa)#:~:text=Es%20la%20actividad%20que%20se,m%C3%A1s%20bienes%20en%20otros%20diferentes.)

## ANEXOS 1. MODELO DE ENCUESTA

## DIETA B.A.R.F.

Con el fin de desarrollar nuevas y mejores alternativas para la alimentación de tu mascota, te invitamos a responder la siguiente encuesta

Correo: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

Sexo:

- Hombre
- Mujer
- Otros

Estrato residencial:

- 5
- 6

¿Tiene mascota?

- Perro
- Gato
- No, no tengo

Numero de mascotas \_\_\_\_\_

1. ¿Cuántas veces al día alimenta a su mascota?

- 1 vez
- 02 veces
- 03 veces
- 04 o más veces

2. ¿Aproximadamente, cuánto dinero destina al mes en la alimentación de su mascota?

- \$0 - \$50.000
- \$50.000 - \$100.000
- \$100.000 - \$150.000
- \$150.000 - \$200.000
- \$200.000 - \$300.000
- \$300.000 o más

3. Conoce usted acerca de la dieta B.A.R.F. o A.C.B.A. (¿Alimento crudo biológicamente apropiado?)

- Si
- No

4. ¿En qué tipo de establecimiento comercial preferiría encontrar este tipo de alimentos para su mascota?

- Supermercados
- Veterinaria
- Pet shop
- Online

5. ¿Cuenta usted con algún tipo de red social?

- Facebook
- Instagram
- WhatsApp
- Tik tok
- Otra, cual \_\_\_\_\_

6. ¿Usa estos Medio masivos para la compra del producto?

- Si
- No

7. ¿Qué proteína prefiere para la alimentación de su mascota?

- Res
- Pollo
- Cerdo
- Pescado
- Otras
- Todas

8. Conoce los beneficios de la dieta brf para las mascotas

- Si
- No

9. Conociendo los beneficios nutricionales de la dieta B.A.R.F. ¿Cambiaría la alimentación de su perro a esta dieta?

- Si
- No

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por esta alternativa de alimentación natural?

- \$0 -\$50.000
- \$50.000 - \$100.000
- \$100.000 - \$150.000
- \$150.000 - \$200.000
- \$200.000 - \$300.000
- \$300.000 o más

## ANEXOS 2. YAMILE QUINTERO CHAPARRO

## Yamile Quintero Chaparro

*"Organizada, curiosa y disciplinada"*

3186258793 

Neiva, Huila 

yamile.quintero@gmail.com 

**PERFIL**

Profesional en Ingeniería Mecánica con experiencia en coordinar y controlar la ejecución de programas de mantenimiento; experiencia en trabajos en campo con manejo de personal, asignación y seguimiento de actividades, entrega de informes de seguimiento, inspección de actividades, seguimiento y control en la utilización de materiales y gestión en procesos de compras. Con conocimientos en seguimiento de proyectos e inspección y verificación de construcciones y mantenimientos mecánicos, supervisión de instalación mecánica de instrumentación, equipos, y tubería, siempre con enfoque HS y en seguridad industrial. Con excelentes relaciones interpersonales, disciplina con enfoque a los resultados.

**EXPERIENCIA PROFESIONAL**

junio 2022 – Actualidad

**Ingeniera de mantenimiento junior  
Hocol S.A.**

- Gestionar la estrategia en la planeación de los procesos de mantenimiento para garantizar la confiabilidad y disponibilidad de los equipos críticos.
- Revisar y actualizar que los planes de programas de mantenimiento preventivo, predictivo y correctivo del campo para garantizar la continuidad operativa.
- Garantizar el control presupuestal de los recursos asignados.
- Definir y controlar los indicadores de gestión de mantenimiento para asegurar el buen desarrollo de la estrategia de mantenimiento.
- Exigir y cumplir la norma dada por la compañía en el recibido y modificación de facilidades que vienen de proyectos.

abril 2021 – abril 2022

**Supervisora de mantenimiento  
Hocol S.A.**

- Coordinar y controlar la ejecución de los programas de mantenimiento de acuerdo con los procedimientos dentro del tiempo establecido y con los recursos adecuados.
- Evaluar y controlar los riesgos relacionados con las actividades de mantenimiento de acuerdo con las políticas y estándares de HS.
- Controlar y hacer seguimiento a la gestión y utilización de materiales - repuestos para el cumplimiento de los programas de mantenimiento por parte del contratista.
- Hacer seguimiento al desempeño de los contratistas y/o prestación de servicios.
- Coordinar y controlar la planeación y ejecución integrada entre los procesos de Producción, Mantenimiento y Proyectos para reducir los costos de la operación y tiempos de paradas de equipos.
- Participar en el comisionamiento y puesta en operación de nuevos sistemas y/o equipos.
- Controlar y hacer seguimiento a la ejecución presupuestal para contribuir a la reducción en el costo unitario de mantenimiento.
- Alinear la planeación y desarrollo de actividades con los estándares de seguridad de procesos con el fin de evitar incidentes.

ene. 2019 – dic 2019  
feb. 2016 - dic 2016**Jefe de área mecánica  
Pipeline gauge services engineering s.a.s.**

- Diseñar, inspeccionar construcción, dirigir montaje y realizar puesta en marcha de los equipos instalados.
- Asignar labores diarias, realizar gestión de equipos y de materiales requeridos.
- Supervisar actividades en campo de: fabricación de componentes de los diferentes equipos, izaje/montaje mecánico de los equipos y conexiones del sistema, instalación mecánica de instrumentos de medición.
- Generar informes de actividades en campo y taller (Inspecciones mecánicas, avances, pendientes, mejoras y necesidades).

abr 2017 – mar 2018

**Tubysold montajes****Ingeniera de Calidad (QA/QC)**

- Realizar el seguimiento y control de calidad de la construcción de los diferentes elementos mecánicos del proyecto.
- Generar y entregar la documentación de ingeniería (dossier de construcción) correspondiente a la fabricación y montaje de los elementos del proyecto.
- Apoyar la supervisión y asignación de labores de fabricación (reemplazo de supervisor de obra).
- Programar y realizar ensayos no destructivos (VT, RT, PT, prueba con holiday y pruebas hidrostáticas). Controlar el proceso de limpieza y aplicación de pintura, inspeccionar espesor y adherencia de pintura.
- Apoyar el control de instalación de instrumentación.

May. 2012 – agos 2014

**Ingeniera mecánica****Pipeline gauge services engineering s.a.s.**

- Investigar y contribuir al desarrollo de nuevas tecnologías para el tratamiento de agua.
- Calcular y diseñar mecánicamente los equipos y líneas de diferentes proyectos en desarrollo. Generar diseños CAD y planos para construcción de los equipos.
- Supervisar y dirigir el montaje y puesta en marcha de los equipos en campo.
- Supervisar mantenimiento de equipos de bombeo y filtración de los sistemas instalados.
- Generar informes de inspecciones mecánicas, avances, pendientes, mejoras y necesidades.
- Apoyar el proceso de selección y compra de materiales.
- Realizar ingeniería básica y de detalle de los proyectos desarrollados.

**EDUCACIÓN**

Mayo 2012

**Ingeniera Mecánica**

Universidad Pontificia Bolivariana

**CURSOS**

- Curso Indicadores de Gestión. Cámara de Comercio de Bogotá 2020.
- Curso Gestión de proyectos. Cámara de Comercio de Bogotá 2020.
- Microsoft Project: Aplicación en la programación de obras. SENA - 2015.
- Manejo de herramientas Microsoft Office 2010: Excel. SENA, 2014

**LOGROS**

- Aseguramiento de materiales para ejecución de mantenimientos en tiempos establecidos.
- Identificación y optimización de materiales en el sistema, corrigiendo duplicidades y generando homologaciones para mejorar la disponibilidad de los repuestos.
- Modificación y optimización de funcionamiento de equipos de tratamiento de agua instalados en campo, mejorando la calidad de líquido tratado.
- Entrega a satisfacción de líneas y equipos de bombeo, cumpliendo con todos los requerimientos de calidad y documentación exigidos por el cliente.
- Diseño, construcción, instalación y puesta en marcha de un sistema de tratamiento de agua de producción, con una capacidad de 30000 barriles de agua por día.

## ANEXOS 3. DANIELA CLAROS CUELLAR

 Libertad y Orden	<b>FORMATO ÚNICO</b> <b>HOJA DE VIDA</b> Persona Natural (Leyes 190 de 1995, 489 y 443 de 1998)	ENTIDAD RECEPTORA <input style="width: 150px; height: 20px;" type="text"/>

**1 DATOS PERSONALES**

PRIMER APELLIDO CLAROS	SEGUNDO APELLIDO ( O DE CASADA ) CUELLAR	NOMBRES DANIELA
DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN C.C. <input checked="" type="radio"/> C.E. <input type="radio"/> PAS <input type="radio"/> No. <u>1.080.934.555</u>	SEXO F <input checked="" type="radio"/> M <input type="radio"/>	NACIONALIDAD COL. <input checked="" type="radio"/> EXTRANJERO <input type="radio"/> PAÍS <u>COLOMBIA</u>
LIBRETA MILITAR PRIMERA CLASE <input type="radio"/> SEGUNDA CLASE <input type="radio"/> NÚMERO _____ D.M. _____		
FECHA Y LUGAR DE NACIMIENTO FECHA PAÍS DÍA <u>2,2</u> MES <u>1,1</u> AÑO <u>1,9,9,3</u> DEPTO <u>HUILA</u> MUNICIPIO <u>TIMANA</u>	DIRECCIÓN DE CORRESPONDENCIA <u>CARRERA 2 NO. 26-02 SUR CONJUNTO PORTAL DEL RIO</u> PAÍS <u>COLOMBIA</u> DEPTO <u>HUILA</u> MUNICIPIO <u>NEIVA</u> TELÉFONO <u>3103015561</u> EMAIL <u>da22cla11cue@gmail.com</u>	

**2 FORMACIÓN ACADÉMICA**

<b>EDUCACIÓN BÁSICA Y MEDIA</b> MARQUE CON UNA X EL ÚLTIMO GRADO APROBADO ( LOS GRADOS DE 1o. A 6o. DE BACHILLERATO EQUIVALEN A LOS GRADOS 6o. A 11o. DE EDUCACIÓN BÁSICA SECUNDARIA Y MEDIA )																																																		
<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <th colspan="10">EDUCACIÓN BÁSICA</th> <th colspan="2">TÍTULO OBTENIDO:</th> </tr> <tr> <th colspan="5">PRIMARIA</th> <th colspan="5">SECUNDARIA</th> <th colspan="2">MEDIA</th> <th colspan="2">FECHA DE GRADO</th> </tr> <tr> <td>1o.</td><td>2o.</td><td>3o.</td><td>4o.</td><td>5o.</td> <td>6o.</td><td>7o.</td><td>8o.</td><td>9o.</td><td>10</td> <td>X</td> <td>MES</td><td><u>1,2</u></td> <td>AÑO</td><td><u>2,0,1,0</u></td> </tr> </table>										EDUCACIÓN BÁSICA										TÍTULO OBTENIDO:		PRIMARIA					SECUNDARIA					MEDIA		FECHA DE GRADO		1o.	2o.	3o.	4o.	5o.	6o.	7o.	8o.	9o.	10	X	MES	<u>1,2</u>	AÑO	<u>2,0,1,0</u>
EDUCACIÓN BÁSICA										TÍTULO OBTENIDO:																																								
PRIMARIA					SECUNDARIA					MEDIA		FECHA DE GRADO																																						
1o.	2o.	3o.	4o.	5o.	6o.	7o.	8o.	9o.	10	X	MES	<u>1,2</u>	AÑO	<u>2,0,1,0</u>																																				
<b>EDUCACION SUPERIOR (PREGRADO Y POSTGRADO)</b> DILIGENCIA ESTE PUNTO EN ESTRICTO ORDEN CRONOLÓGICO, EN MODALIDAD ACADÉMICA ESCRIBA: TC (TÉCNICA), TL (TECNOLÓGICA), TE (TECNOLÓGICA ESPECIALIZADA), UN (UNIVERSITARIA), ES (ESPECIALIZACIÓN), MG (MAESTRÍA O MAGISTER), DOC (DOCTORADO O PHD), RELACIONE AL FRENTE EL NÚMERO DE LA TARJETA PROFESIONAL (SI ÉSTA HA SIDO PREVISTA EN UNA LEY).																																																		
MODALIDAD ACADÉMICA	No. SEMESTRES APROBADOS	GRADUADO		NOMBRE DE LOS ESTUDIOS O TÍTULO OBTENIDO	TERMINACIÓN				No. DE TARJETA PROFESIONAL																																									
		SI	NO		MES	AÑO																																												
UN	10	X		ADMINISTRADOR DE EMPRESAS	12	2	0	1	8																																									
UN	2		X	ESPECIALISTA EN ALTA GERENCIA	06	2	0	2	3																																									
ESPECIFIQUE LOS IDIOMAS DIFERENTES AL ESPAÑOL QUE: HABLA, LEE, ESCRIBE DE FORMA, REGULAR (R), BIEN (B) O MUY BIEN (MB)																																																		
IDIOMA				LO HABLA		LO LEE		LO ESCRIBE																																										
				R	B	MB	R	B	MB	R	B	MB																																						

## FORMATO ÚNICO HOJA DE VIDA

Persona Natural  
(Leyes 190 de 1995, 489 y 443 de 1998)

### 3 EXPERIENCIA LABORAL

RELACIONE SU EXPERIENCIA LABORAL O DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS EN ESTRICTO ORDEN CRONOLÓGICO COMENZANDO POR EL ACTUAL.			
<b>EMPLEO ACTUAL O CONTRATO VIGENTE</b>			
EMPRESA O ENTIDAD <b>COOPERATIVA UTRAHUILCA</b>		PÚBLICA	PRIVADA <b>X</b>
		PAÍS <b>COLOMBIA</b>	
DEPARTAMENTO <b>HUILA</b>	MUNICIPIO <b>ELIAS</b>	CORREO ELECTRÓNICO ENTIDAD <b>asistentetalentohumano@utrahuilca.com</b>	
TELÉFONOS <b>8728181 Ext: 510 3208396883</b>	FECHA DE INGRESO DÍA <b>16</b> MES <b>12</b> AÑO <b>2020</b>	FECHA DE RETIRO DÍA <b>16</b> MES <b>12</b> AÑO <b>2021</b>	
CARGO O CONTRATO ACTUAL <b>COORDINADORA DE AGENCIA</b>	DEPENDENCIA <b>GERENCIA GENERAL</b>	DIRECCIÓN <b>CARRERA 6 No. 5-37 NEIVA</b>	
<b>EMPLEO O CONTRATO ANTERIOR</b>			
EMPRESA O ENTIDAD <b>ALCALDIA DE ELIAS</b>		PÚBLICA <b>X</b>	PRIVADA
		PAÍS <b>COLOMBIA</b>	
DEPARTAMENTO <b>HUILA</b>	MUNICIPIO <b>ELIAS</b>	CORREO ELECTRÓNICO ENTIDAD <b>contactenos@elias-huilca.gov.co</b>	
TELÉFONOS <b>3118730995-3114986147</b>	FECHA DE INGRESO DÍA <b>01</b> MES <b>08</b> AÑO <b>2018</b>	FECHA DE RETIRO DÍA <b>31</b> MES <b>12</b> AÑO <b>2019</b>	
CARGO O CONTRATO <b>JEFE SERVICIOS PUBLICOS Y DESARROLLO SOCIAL</b>	DEPENDENCIA <b>SERVICIOS PUBLICOS Y DESARROLLO SOCIAL</b>	DIRECCIÓN <b>CALLE 2 No. 4-28 CENTRO</b>	
<b>EMPLEO O CONTRATO ANTERIOR</b>			
EMPRESA O ENTIDAD <b>HOSPITAL SAN ANTONIO DE PITALITO</b>		PÚBLICA <b>X</b>	PRIVADA
		PAÍS <b>COLOMBIA</b>	
DEPARTAMENTO <b>HUILA</b>	MUNICIPIO <b>PITALITO</b>	CORREO ELECTRÓNICO ENTIDAD <b>siapsasindicato@hotmail.com</b>	
TELÉFONOS <b>3176689830-316878684</b>	FECHA DE INGRESO DÍA <b>01</b> MES <b>01</b> AÑO <b>2018</b>	FECHA DE RETIRO DÍA <b>30</b> MES <b>07</b> AÑO <b>2018</b>	
CARGO O CONTRATO <b>AUXILIAR CLINICO</b>	DEPENDENCIA <b>URGENCIAS, HOSPITALIZACIÓN, ARCHIVO</b>	DIRECCIÓN <b>CALLE 3 SUR No. 1B-65</b>	
<b>EMPLEO O CONTRATO ANTERIOR</b>			
EMPRESA O ENTIDAD <b>CORPORACION CAMINO AL ÉXITO CAMINE</b>		PÚBLICA	PRIVADA <b>X</b>
		PAÍS <b>COLOMBIA</b>	
DEPARTAMENTO <b>HUILA</b>	MUNICIPIO <b>PITALITO</b>	CORREO ELECTRÓNICO ENTIDAD <b>corporacionescaminoalexito@gmail.com</b>	
TELÉFONOS <b>3134994457</b>	FECHA DE INGRESO DÍA <b>01</b> MES <b>12</b> AÑO <b>2015</b>	FECHA DE RETIRO DÍA <b>16</b> MES <b>12</b> AÑO <b>2017</b>	
CARGO O CONTRATO <b>APOYO A LA COORDINACION DE SALUD</b>	DEPENDENCIA <b>COORDINACION DE SALUD</b>	DIRECCIÓN <b>CARRERA 7 No. 4- 46</b>	

NOTA: SI REQUIERE ADICIONAR MAS EXPERIENCIA LABORAL, IMPRIMA NUEVAMENTE ESTA HOJA.

FORMATO ÚNICO  
**HOJA DE VIDA**  
 Persona Natural  
 (Leyes 190 de 1995, 489 y 443 de 1998)

**3 EXPERIENCIA LABORAL**

RELACIONE SU EXPERIENCIA LABORAL O DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS EN ESTRICTO ORDEN CRONOLÓGICO COMENZANDO POR EL ACTUAL.			
EMPLEO ACTUAL O CONTRATO VIGENTE			
EMPRESA O ENTIDAD	PÚBLICA	PRIVADA	PAÍS
DEPARTAMENTO	MUNICIPIO	CORREO ELECTRÓNICO ENTIDAD	
TELÉFONOS	FECHA DE INGRESO DÍA [ ] MES [ ] AÑO [ ][ ]		FECHA DE RETIRO DÍA [ ] MES [ ] AÑO [ ][ ]
CARGO O CONTRATO ACTUAL	DEPENDENCIA	DIRECCIÓN	
EMPLEO O CONTRATO ANTERIOR			
EMPRESA O ENTIDAD	PÚBLICA	PRIVADA	PAÍS
DEPARTAMENTO	MUNICIPIO	CORREO ELECTRÓNICO ENTIDAD	
TELÉFONOS	FECHA DE INGRESO DÍA [ ] MES [ ] AÑO [ ][ ]		FECHA DE RETIRO DÍA [ ] MES [ ] AÑO [ ][ ]
CARGO O CONTRATO	DEPENDENCIA	DIRECCIÓN	
AN-DA PAPELERIA Y COMUNICACIONES		X	COLOMBIA
HUILA	NEIVA	andaycomunicaciones@gmail.com	
8777079-3162725604	DÍA 01 MES 11 AÑO 2014		DÍA 31 MES 10 AÑO 2015
AUXILIAR DE GIROS NACIONALES	EFACTY	CALLE 75# 5-16	
EMPLEO O CONTRATO ANTERIOR			
EMPRESA O ENTIDAD	PÚBLICA	PRIVADA	PAÍS
DEPARTAMENTO	MUNICIPIO	CORREO ELECTRÓNICO ENTIDAD	
TELÉFONOS	FECHA DE INGRESO DÍA [ ] MES [ ] AÑO [ ][ ]		FECHA DE RETIRO DÍA [ ] MES [ ] AÑO [ ][ ]
CARGO O CONTRATO	DEPENDENCIA	DIRECCIÓN	
EMPLEO O CONTRATO ANTERIOR			
EMPRESA O ENTIDAD	PÚBLICA	PRIVADA	PAÍS
DEPARTAMENTO	MUNICIPIO	CORREO ELECTRÓNICO ENTIDAD	
TELÉFONOS	FECHA DE INGRESO DÍA [ ] MES [ ] AÑO [ ][ ]		FECHA DE RETIRO DÍA [ ] MES [ ] AÑO [ ][ ]
CARGO O CONTRATO	DEPENDENCIA	DIRECCIÓN	

NOTA: SI REQUIERE ADICIONAR MAS EXPERIENCIA LABORAL, IMPRIMA NUEVAMENTE ESTA HOJA.

FORMATO ÚNICO  
**HOJA DE VIDA**  
 Persona Natural  
 (Leyes 190 de 1995, 489 y 443 de 1998)

**4 TIEMPO TOTAL DE EXPERIENCIA**

INDIQUE EL TIEMPO TOTAL DE SU EXPERIENCIA LABORAL EN NÚMERO DE AÑOS Y MESES.

OCUPACIÓN	TIEMPO DE EXPERIENCIA	
	AÑOS	MESES
SERVIDOR PÚBLICO	1 año y 7 meses	17
EMPLEADA SECTOR PRIVADO	4 años y 2 meses	50

**5 FIRMA DEL SERVIDOR PÚBLICO O CONTRATISTA**

MANIFIESTO BAJO LA GRAVEDAD DEL JURAMENTO QUE SI  NO  ME ENCUENTRO DENTRO DE LAS CAUSALES DE INHABILIDAD E INCOMPATIBILIDAD DEL ORDEN CONSTITUCIONAL O LEGAL, PARA EJERCER CARGOS EMPLEOS PÚBLICOS O PARA CELEBRAR CONTRATOS DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS CON LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA.

PARA TODOS LOS EFECTOS LEGALES, CERTIFICO QUE LOS DATOS POR MI ANOTADOS EN EL PRESENTE FORMATO ÚNICO DE HOJA DE VIDA, SON VERACES. (ARTÍCULO 5o. DE LA LEY 190/95).

*Daniel Carlos Cuellar*

FIRMA DEL SERVIDOR PÚBLICO O CONTRATISTA

**6 OBSERVACIONES DEL JEFE DE RECURSOS HUMANOS Y/O CONTRATOS**

CERTIFICO QUE LA INFORMACIÓN AQUÍ SUMINISTRADA HA SIDO CONSTATADA FRENTE A LOS DOCUMENTOS QUE HAN SIDO PRESENTADOS COMO SOPORTE.

NOMBRE Y FIRMA DEL JEFE DE PERSONAL O DE CONTRATOS

LÍNEA GRATUITA DE ATENCIÓN AL CLIENTE No. 018009817770 PÁGINA WEB: [www.dafp.gov.co](http://www.dafp.gov.co)