

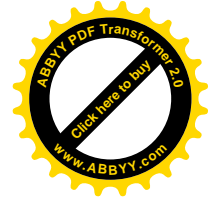


NATURAL FRESH

PLAN DE EXPORTACION DE MERMELADAS A ESPAÑA



Plan de negocio para la comercialización de mermeladas a España



Plan de Negocios



Natural Fresh C.I.

Medellín, Noviembre, 2010



Escriba su Copyright

El uso de esta plantilla esta limitada a los estudiantes autorizados que estén realizando Planes de Negocios, ya sea para cursos regulares o a nombre propio con el aval de la Institución. De cualquier forma, al hacer uso de ésta, debe citarse la fuente. No esta permitida la reproducción total o parcial de esta plantilla por cualquier medio, sin el permiso previo y por escrito del titular del Copyright

DERECHOS RESERVADOS © 2007 Carlos Mario Morales C – UEEM -Coordinador de Emprendimiento ESUMER.
carlos.morales@esumer.edu.co. Calle 76 No 80-126 Carretera al Mar Medellín –Colombia Teléfonos 2646011 Extensión 225



Plan de negocios modelo (Reparado).doc-Plan de Negocios



RESUMEN EJECUTIVO

En el estudio del proyecto para exportar mermeladas a España nos encontramos con que estamos frente a un mercado realmente competitivo y exigente mas no saturado de empresas ni tampoco controlado por un monopolio al contrario se puede ver que es un mercado abierto que permite la innovación y la llegada de nuevos productos a su línea de comercialización.

El proyecto exige una alta inversión pero de igual modo una buenas utilidades al final de cada periodo esto gracias a que el proveedor principal ofrece productos a muy buen que se ajustan a nuestras de negocios además la alta demanda del mercado hacia esta clase de producto hace que las unidades de negociación y comercialización se incremente significativamente.

En la proyección para el montaje de la comercializadora se puede inferir que no son muchos los gastos en que se van incurrir puesto que los requerimientos para su ejecución son muy altas pero como ya se dijo anteriormente la rentabilidad del negocio ira en aumento progresivo mes tras mes hasta que se cubran los gastos de operación inicial.



INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

Viviana María Montes Moreno

Identificación: 1036628409 **Teléfono:** 2846404 **Celular:**

Dirección: Calle 66 # 40-59 **Barrio:** Villa Hermosa

Ciudad Medellín **Correo electrónico:** xxxxxxx@xxxx.xxx

Estudios: **Técnicos** **Tecnológicos** si **Universitarios**

Otros Estudios:

Eileen Milena Hoyos

Identificación: 999999999 **Teléfono:** 9999999 **Celular:** 999999999

Dirección: Calle o Carrera 99999 No 99-99 **Barrio:** XXXXXXXX

Ciudad XXXXXXX **Correo electrónico:** xxxxxxx@xxxx.xxx

Estudios: **Técnicos** **Tecnológicos** si **Universitarios**

Otros Estudios: XX

Johan Esnaider Rúa Hoyos

Identificación: 1017165254 **Teléfono:** 2366387 **Celular:**

Dirección: Carrera 49ª # 106-58 **Barrio:** Andalucía

Ciudad Medellín **Correo electrónico:** Levi902@hotmail.com

Estudios: **Técnicos** **Tecnológicos** si **Universitarios**

Otros Estudios:

Nombre y Apellidos

Identificación: 999999999 **Teléfono:** 9999999 **Celular:** 999999999

Dirección: Calle o Carrera 99999 No 99-99 **Barrio:** XXXXXXXX

Ciudad XXXXXXX **Correo electrónico:** xxxxxxx@xxxx.xxx

Estudios: **Técnicos** **Tecnológicos** **Universitarios**

Otros Estudios: XX





2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

El Plan de negocio para la comercialización de mermeladas en España es un proyecto realizado como trabajo de grado de la tecnología en comercio internacional en el cual se podrán en práctica los conocimientos adquiridos sobre inteligencias de mercados, segmentación de mercados, proceso de exportación, términos de negociacion internacional, análisis de oportunidades y amenazas del mercado objetivo . Este plan tiene varias etapas:

- Convertirnos en una C.I (comercializadora internacional) para así tener una constitución legal y jurídica.

- En la segunda etapa entra en nuestro proyecto la empresa Dulces del Jardín S.A empresa productora de mermeladas y otros productos alimenticios para la cual realizaremos un estudio de mercado y de competencia para determinar las posibilidades de que el producto (mermeladas) que cuenta con una gran variedad de sabores pueda ingresar al mercado Español.

- Determinación de una posible comercialización del producto.

Además se va tener en cuenta que con esta empresa es solo será el comienzo mas no dependeremos única y directamente de ella porque también seremos posibles comercialización de cualquier tipo de productos alimenticios.



INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa

Comercializadora Internacional Natural Fresh S.A.S

Descripción de la Empresa

La empresa Natural Fresh C.I. es una Pequeña empresa que se dedicara a la comercialización de productos alimenticios (mermeladas) elaborados con ingredientes 100% naturales y con sabores innovadores como dulce de piña coco y papaya, uchuva, kiwi y los también ya tradicionales como fresa y mora etc., que hacen que nos diferenciamos de las de mas empresas que comercializan este tipo de producto.

La empresa estará ubicada en el municipio de Itagüí cerca al barrio Santa María, la ubicación de nuestra oficina es estratégica para facilitar la interacción con nuestro proveedor Dulces Del Jardín S.A. quien está situado en el municipio de jardín al sur de del departamento de Antioquia.

Misión de la Empresa

Natural Fresh C.I. es una empresa dedicada a la comercialización a nivel internacional de productos alimenticios, de una manera innovadora, de tal forma que se asegure la rentabilidad del producto; en el mejoramiento de los procesos de distribución y marketing, a fin de complacer los deseos de los consumidores españoles alcanzando el máximo grado de satisfacción obteniendo una posición de liderazgo por la calidad de los productos que ofrecemos.

Objetivos a corto, mediano y largo plazo

- Objetivos a corto plazo :

1. introducir nuestro producto estrella mermeladas en el mercado español atravez de grandes empresas distribuidoras de productos alimenticios que abastecen a los almacenes de cadena en España.
2. lograr un reconocimiento objetivo de nuestros clientes para un mejor posicionamiento en ese mercado.

- Objetivos a mediano plazo:



Plan de negocios modelo (Reparado).doc-Plan de Negocios

1. Ampliar nuestro catalogo de productos para crear nuevos negocios.
2. Crear nuevos negocios en países que presenten la mismas características de consumo hacia esta clase de productos alimenticios.

- Objetivos a largo plazo

1. El principal objetivo a largo es permanecer y convertir nuestros productos en productos sustitutos o de primera necesidad en la canasta familiar de nuestros clientes.
2. Convertirnos en distribuidores directos de productos alimenticios para los almacenes de cadena.

3.1 Ventajas Competitivas

El producto son mermeladas naturales con sabores exóticos las cuales van en frascos de vidrio de 300 gramos y en la parte exterior tiene la imagen de las frutas con las cuales fue elaborada además trae toda la información nutritiva y los ingredientes de este producto. Nuestro producto es muy beneficioso para nuestro consumidor por qué no posee ningún tipo de colorante lo que ayuda a una mejor aceptación por el cuerpo y además los nutrientes vienen en su forma natural lo cual hace que más que un acompañante de comida se convierta en un alimento esencial en el desarrollo del individuo.

Para dar a conocer el producto en el mercado español tomaremos como estrategia enviar muestras sin valor comercial a los clientes en España para que estos lo den a conocer por sus medios obviamente que aunque no se gana dinero por esta estrategia pero el reconocimiento por parte hará antesala a la llegada del producto.

Además como estrategia de publicidad y mercadeo se va enviar junto con la mercancía folletos donde se va dar a conocer la variedad de los productos así como sus beneficios (de igual manera se enviaran pendones y poster alusivos al producto. También se utilizara como estrategia de mercadeo y publicidad un web site donde aparezca todo relacionado con nuestro producto (sabores, precios, contactos y beneficios del producto)

3.2 Necesidad o problema que se quiere intervenir

El consumo de alimentos orgánicos ha crecido significativamente en España como resulta de una mayor concientización respecto a los beneficios de la alimentación natural. Las mermeladas y jaleas ocupan un lugar significativo (actualmente su consumo es de 17 kg. per cápita al año), siempre y cuando, su elaboración se realice respetando una alta calidad, fiabilidad, sabor y por sobre todo no utilizando aditivos químicos y saborizantes no naturales. A su vez las normas ISO 9001 son consideradas con un alto grado de importancia, como un factor de competitividad vía calidad certificada.



El acceso al mercado, si bien requiere el cumplimiento de la reglamentación europea, con reglamento sobre rotulado y etiquetado, la ley alimentaria, el reglamento de envasado y demás normas sanitarias y de calidad, Colombia como país en desarrollo goza de preferencias arancelarias que junto un gran apoyo del sector hace que se pueda competir este mercado. Esto es el factor principal que nos hace percibir un buen plan de negocio.

Justificación del Negocio

El proyecto como tal tomando las bases de la información recolectada en los semestres anteriores será la idea de negocio para la comercialización de mermeladas elaboradas sin productos químicos al mercado español tomando como forma de comercializadora internacional para llevar estos productos que son 100% naturales.

Esto beneficiara a nuestro principal proveedor "Dulces del jardín" para incrementar sus ingresos, abrir mercados, nuevos clientes y mejorar su proceso de producción.

La producción se incrementara aproximadamente un 150% ya que actualmente Dulces del jardín tiene una producción de 1000 unidades mensuales sumado a esto ellos están empezando a implementar una nueva sección de producción el cual dejara de ser tan artesanal par ser mas industrial y agilizar, aumentar su producción y por ende un aumento la competitividad.

El mercado español se verá beneficiado ya que estos productos son 100% naturales y este mercado presenta una predilección por este tipo de productos.

A nosotros como estudiantes nos beneficiara ya que obtendremos mayor conocimiento sobre el tema.

Análisis del entorno y del sector

Entorno Político

La política de España es el conjunto de condiciones administrativas que las leyes de España dictan para el funcionamiento que los órganos legislativos consideran apta para el país. De acuerdo a la clasificación de sistemas de gobierno en el mundo, España posee la forma de monarquía parlamentaria, pues su poder legislativo, (representado en la figura de las Cortes Generales), ejerce la mayor parte de la responsabilidad



legislativa y del gobierno.

Es un sistema parlamentario porque tras las elecciones legislativas el monarca debe hacer la propuesta del Presidente del Gobierno al Congreso de los Diputados y si éste lo aprueba, el elegido permanece en el cargo mientras conserve la confianza de los diputados, de lo contrario debe renunciar.

El Rey puede disolver las Cortes si no hay un criterio uniforme de gobierno, y entonces se convocan a nuevas elecciones

Política Industrial

Ha sido el sector que más ha aportado al crecimiento económico en la economía española hasta los años 90. Es el sector de mayor productividad del factor trabajo, es el que genera mayores interconexiones con el resto de sectores y es el que realiza una aportación más decisiva al progreso técnico, tanto por ser el sector que lo genera como por ser el que con más intensidad utiliza estas innovaciones.

Política de Servicios

Desde el punto de vista de la política económica, la necesidad de prestar una mayor atención a los servicios la encontramos en el propio peso del sector y en sus relaciones cada vez más estrechas con el resto del sistema productivo.

Los gobiernos han desarrollado siempre algún tipo de política dirigida a los servicios o parte de ellos pero sus acciones han carecido de una base clara y estable. Si bien no existe una política de servicios específica, se puede afirmar que las mayorías de las actividades han sido objeto de todas las intervenciones públicas posibles.

Entorno económico

La economía española continuó en el segundo trimestre del año 2010 el proceso de normalización de la actividad económica tras la fuerte contracción experimentada en los dos años anteriores. Según los datos de la Contabilidad Nacional Trimestral, que ha publicado el Instituto Nacional de Estadística (INE), el Producto Interior Bruto creció un 0,2% en el segundo trimestre de 2010, frente al incremento de una décima registrado de enero a marzo, y después de seis trimestres consecutivos con tasas negativas.

En términos interanuales la economía española ha experimentado una contracción del -0, frente al -1,3% registrado en el primer trimestre. Esta evolución del PIB es el resultado de una importante moderación en la contribución negativa de la demanda nacional, que en el segundo trimestre de 2010 pasó de -2,8 a -0,5 puntos porcentuales de PIB, así como de una menor aportación positiva del sector exterior respecto al trimestre anterior, pasando de 1,4 a 0,4 puntos porcentuales de PIB. Aún así, la economía española encadena diez trimestres



Plan de negocios modelo (Reparado).doc-Plan de Negocios

consecutivos con aportación positiva del sector exterior, algo que no ocurría desde 1997.

Balanza comercial

El déficit comercial cayó un 22,1% en los dos primeros meses del año en tasa interanual, hasta los 8.071,4 millones de euros, después de cerrar 2009 con un descenso del 41,2% y registrar un ligero aumento del 0,3% en el mes de enero, informó el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. (www.diariojuridico.com).

PIB Per cápita

La renta per cápita española alcanza los 23.874 € al aumentar un 1,8% respecto al ejercicio anterior. Este incremento, supone el menor crecimiento llevado a cabo en los últimos 12 años. Sin embargo, esta cifra está también muy por debajo de la de nuestros vecinos europeos, que se sitúa ya en los 25.100 €, o lo que es lo mismo, 1.226 € menos, según datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística (INE).

Desempleo

El desempleo masculino alcanzó en junio el 19,8%, dos décimas por encima del dato de mayo, mientras el paro femenino creció una décima, hasta el 20,2%. Por su parte, el desempleo juvenil alcanzó el 40,3%, la misma cifra que en el mes anterior.

Medio Ambiente

La piedra angular de la acción ambiental de la UE es el Sexto programa de acción de la Comunidad Europea en materia de medio ambiente titulado Medio ambiente 2010. Sus prioridades temáticas son:

Tratamiento del cambio climático y del recalentamiento del planeta.

Protección del hábitat y de la fauna natural.

Tratamiento de las cuestiones medioambientales y sanitarias.

Conservación de los recursos naturales y gestión de los residuos.

Además, el programa de acción hace hincapié en los aspectos siguientes:

Cumplimiento de las leyes ambientales vigentes.

Consideración de los efectos en el medio ambiente en todas las políticas pertinentes de la UE (p. ej., agricultura, desarrollo, energía, pesca, industria, mercado interior y transportes

Participación estrecha de las empresas y los consumidores en la búsqueda de soluciones problemas ambientales.



Plan de negocios modelo (Reparado).doc-Plan de Negocios

Suministro a la población de la información necesaria para tomar decisiones respetuosas el medio ambiente.

Concienciación de la importancia de utilizar el suelo razonablemente para preservar el há y los paisajes naturales y reducir al mínimo la contaminación urbana.

Etiqueta Ecológica

Los productos orgánicos, o con la denominación "Eco", son productos cuya producción no tienen un impacto en el medio ambiente, y requieren de una certificación que lo compruebe, para que los consumidores al pagar un precio superior por estos productos, se aseguren que el producto fue diseñado, producido y empacado, de una forma amigable con el medio ambiente. Cada país, tiene sus organizaciones certificadoras, aunque existe el EU Ecolabel, establecida para toda la Unión Europea. Existen etiquetas ecológicas a nivel de cada país y a nivel de la Unión Europea.

Entorno Social

El entorno social de una persona incluye sus condiciones de vida y de trabajo, su nivel de ingresos, los estudios que ha realizado y la comunidad a la que pertenece. Todos estos factores tienen un poderoso influjo en la salud. Las grandes diferencias entre los entornos sociales dentro de Europa contribuyen a crear amplias disparidades en materia de salud. Existen grandes diferencias en cuanto a esperanza de vida e índices de enfermedad entre ricos y pobres, personas que han tenido una educación buena o deficiente y trabajadores manuales y profesionales.

La UE ha puesto en marcha numerosas iniciativas a fin de mejorar el entorno social. Entre las más importantes figuran los planes cuyos objetivos son: crear más y mejores puestos de trabajo, mejorar la salud, seguridad y calidad de los entornos laborales, garantizar el acceso a prestaciones sociales para las personas que viajan entre varios países, fomentar la investigación y facilitar la financiación a fin de desarrollar las economías de las regiones más pobres de la UE.

Entorno Tecnológico

España ha sido un país con mayor o menor importancia política y cultural, dependiendo de las épocas, pero siempre con escaso peso científico y tecnológico. Sólo aproximadamente el 1,6% de todas las aportaciones tecnológicas mundiales, desde la antigüedad, han sido concebidas en España, porcentaje que en literatura y pintura son



muchísimo más elevado.

ANÁLISIS SECTOR SERVICIOS

Comportamiento Del Sector

Tanto España como en otras economías desarrolladas, los servicios han tenido que enfrentarse, a un buen número de problemas y cambios estructurales en algunas de sus ramas de actividad (como el sector financiero, los transportes especialmente el aéreo y el marítimo, o la distribución comercial, tanto al menor como al por mayor). Sin embargo la evolución del sector ha seguido las últimas décadas una línea claramente expansiva, lo que ha situado como el principal sector económico en España, tanto en términos de ocupación como de producción.

Según un artículo de un periódico de España llamado "El País" dice que: La cifra de negocios del sector servicios creció un 7,1% en junio respecto al mismo mes del año anterior, con lo que encadenó así su cuarto ascenso interanual consecutivo tras el de marzo, abril y mayo, según los datos provisionales publicados hoy por el Instituto Nacional de Estadística (INE). El repunte de junio supera en casi cuatro puntos al de mayo, cuando se situó en 3,3%.

La destrucción de empleo no cesa

Pese al crecimiento de la facturación, el sector siguió destruyendo empleo. Así, en junio el personal ocupado en los servicios descendió un 1,1% en relación a igual mes de 2009, caída que se ha moderado respecto a la de mayo (-1,3%) y que es la menos pronunciada que se registra desde septiembre de 2008 (-1,3%). Con los datos de junio, son ya 24 los meses consecutivos en los que el sector servicios destruye empleo en tasa interanual.

COMPORTAMIENTO DEL SECTOR INDUSTRIAL EN ESPAÑA.

COMPOSICION DEL SECTOR INDUSTRIAL EN ESPAÑA:

Los sectores industriales con más peso son:

Industrias de productos minerales no metálicos: (productos cerámicos).

Alimentación y bebidas:

Es el sector más desarrollado, de mayor futuro y con grandes posibilidades de exportación. Salvo las empresas con capital extranjero (multinacionales), las factorías son de medianas o pequeñas dimensiones (6 trabajadores), dispersas por todo el territorio nacional. Con industrias cárnicas, lácteas, de bebidas, de aceite, hortofrutícolas, azucareras y conserveras, la industria agroalimentaria es uno de los sectores que ha



Plan de negocios modelo (Reparado).doc-Plan de Negocios

experimentado una transformación más profunda, adquiriendo una gran importancia social, siendo una de las que genera mayor cantidad de puestos de trabajo. Pese a la existencia de multinacionales, la pequeña y mediana empresa es muy importante.

Material de transporte (automóviles, piezas y accesorios):

La industria automovilística desarrolla una gran actividad, con excelentes posibilidades de futuro, aunque se ven amenazadas por el menor coste laboral que ofrecen otros países europeos. Están fuertemente apoyadas en inversiones extranjeras y volcadas tanto al consumo interno como a la exportación. Localizamos factorías de Ford en Valencia, Renault en Valladolid y Citroën en Vigo.

Refinamiento de petróleo y químicas:

Destaca la capacidad exportadora de la industria petroquímica española que da lugar a la aparición de otras industrias derivadas, que producen fertilizantes, plaguicidas, fungicidas, etc. La modernización de la química ha potenciado la fabricación de barnices y pinturas. Estas industrias se localizan en Cataluña, Cartagena, Cantabria, Málaga y Ciudad Real (Puerto Llano). El subsector farmacéutico está en manos de multinacionales se localizan en Cataluña y Madrid.

Textil y confección:

Sector de gran tradición y gran importancia en el conjunto de la industria. Se está dando una importante reducción del empleo por causa de la mecanización de los procesos productivos y la falta de competitividad ante las importaciones asiáticas.

Industrias de productos metálicos:

España viene produciendo microelectrónica, componentes informáticos, robótica, telemática, televisores, etc., siempre bajo influencia de grandes multinacionales. Estas industrias se encuentran repartidas por todo el territorio, aunque destacamos las situadas en el País Vasco, Cataluña y Madrid.

Calzado y cueros:

En conjunto con el subsector textiles y confecciones, es de gran importancia dentro del sector industrial. España posee una significativa participación en la producción de calzado en la región.

Por otro lado en los últimos tiempo este se ha visto afectado por la importación de calzado de otros pises principalmente de Asia.

Construcción:

El sector industrial ha sido, junto con la construcción, el más afectado por la crisis en el



Plan de negocios modelo (Reparado).doc-Plan de Negocios

conjunto de economías desarrolladas. Aunque inicialmente, en el arranque de la crisis, algunos miraron al sector industrial como potencial relevo del sector de la construcción, lo cierto es que muy pronto se comprobó que la crisis impactaría también con dureza sobre él. El desplome de la actividad constructora arrastró a toda la industria auxiliar que aquel depende. Pero, además, el endurecimiento de las condiciones financieras y la parálisis de los flujos de comercio internacional terminarían por afectar gravemente a otras tantas ramas de actividad. Adicionalmente, en España el fuerte avance del desempleo ha agravado del desplome de la demanda interna, también de productos industriales.

Aunque actualmente se habla de una recuperación l cierto es que la industria Española aun tiene grandes porcentajes de recesión, y aunque la demanda interna ha aumentad significativamente no se puede ser demasiado optimista en los resultados a un corto plazo.

En la actualidad la industria española posee problemas de estructuras que vienen de siempre, estos le resta competitividad y ventas en el mercado exterior como son:

La dimensión media de las empresas y las industrias, es reducida:

La mayoría son pequeñas o medianas:

Ventajas: pueden reaccionar con mayor agilidad y flexibilidad y presentan menor conflictividad laboral

Inconvenientes : sus productos son más caros y menos competitivos

La investigación y la innovación son insuficientes :

La inversión en investigación y desarrollo es menor que en los países europeos avanzados y esta muy concentrada en los sectores más dinámicos(química, farmacéutica, maquinaria, aeroespacial) empresarial(las grandes empresas) y territorial(Madrid y Cataluña).

ANÁLISIS DEL SECTOR DE MERMELADAS:

Al investigar el mercado de mermeladas en España podemos encontrar que según información de la FIAB (Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas) revela que este mercado tiene un déficit en su balanza comercial todo esto enmarcado por una ausencia significativa de volúmenes de producción lo que ha obligado a las grandes cadenas de supermercados crear su departamento de comercio exterior, encargándose así importación y posterior distribución a las sucursales que tienen en los principales centros de consumo. Además la FIAB dice que un ciudadano promedio consumo 17 kilogramos de alimentos directamente relacionados con jalea, mermeladas y todo este tipo productos naturales.

3.3 Conocimientos para entrar en el Negocio

Para la realización de nuestro es indispensable tener los siguientes conocimientos para





Plan de negocios modelo (Reparado).doc-Plan de Negocios

tener un buen desarrollo del mismo:

1. Los consumidores europeos son muy selectivos a la hora de decidir por un producto determinado.
2. La mayor parte de la competencia en España son países latinoamericanos.
3. Las normas ambientales y de empaque cuando se desea ingresar al mercado europeo.
4. Cuando se desea llegar por primera vez al mercado de productos alimenticios en España la mejor manera de ingresar es a través de grandes distribuidores.



4.1

Resultados del estudio de los consumidores

Población Consumidora

Análisis del cliente:

Edad: cualquier persona a partir desde los 5 años de edad.

Sexo: femenino y masculino.

Estatus socioeconómico: Nivel media típica, media alta y alta.

Nacionalidad: española

Región del país: Comunidad de Madrid – España

Tamaño de la región: 6.081.689 habitantes

Frecuencia de compra: semanal

Lugar de compra: Supermercados

Número de clientes potenciales: el número aproximado de clientes es de 36000 consumidores. (Datos aproximados por la FIAB).

Producción: 415 630 kilos

Exportaciones: 239 653 kilos

importaciones: 145 823 kilos

Demanda: $415,630 \text{ kg} + 145,823 \text{ kg} - 239,653 \text{ kg} = 321,500$.

Gustos del consumidor español:

Los consumidores españoles e importadores de productos gourmet y naturales como las mermeladas prefieren productos con menor o cero cantidad de azúcar mayor contenido de frutas, ricas en vitaminas, orgánicas y con propiedades funcionales como por ejemplo *mermeladas para diabéticos*.

Los sabores predominantes en el mercado español son frambuesa, mora, fresa, y arándano. Adicionalmente estas frutas tienen propiedades antioxidantes que es importante mencionar en el momento de promocionar el producto.

Los consumidores muestran más interés hacia las mermeladas y jaleas de sabores tradicionales como fresa, cereza, o frambuesa y con un empaque atractivo debido a que es un producto que los españoles compran para regalar en ocasiones especiales, por lo que los sabores tradicionales hacen del regalo un obsequio más seguro en términos de gustos del destinatario.

Motivación de compra:

En cuanto a las principales motivaciones en el momento de escoger un producto para



Plan de negocios modelo (Reparado).doc-Plan de Negocios

importar y consumir se prefiere que los productos presenten un buen precio, una alta calidad, gran exclusividad, alto valor agregado, un empaque atractivo, y deben cumplir con los requerimientos legales del etiquetado.

La principal motivación es que el producto sea o único o bien reconocido y siempre de alta calidad. Además debe contar con una buena campaña promocional para darse a conocer.

El Mercado Proveedor

Proveedores

ANÁLISIS DE PROVEEDORES

Nuestros posibles proveedores en un futuro serian:

Productos orgánicos:

Celular: 311-5462055.

Bogotá, Colombia.

E-mail: frescoysalvaje@encolombia.com

joseirueda@hotmail.com

Contribuye a la salud y al establecimiento de mejores hábitos alimenticios en las familias al suministrar productos frescos cultivados con agua limpia, que no han sido tratados con fertilizantes o pesticidas de síntesis química.

Productos de los que dispone:

Productos orgánicos: acelga, acedera, alcachofa, apio, aromáticas, brócoli, cebolla puerro, coliflor, perejil, rábano, remolacha, tomate cherry y larga vida, zanahoria, frijol, guisantes, etc....

Productos naturales: pollo campesino, alas, pechugas pierna y perril, huevo campesino, queso campesino, yogurt natural, champiñones, portobello, orellanas.

Frutas y verduras: La acelga, el calabacín, el tomate, el yacon.

Plantas y verduras: albahaca, cebollín, cilantro, laurel, manzanilla, orégano, perejil, romero, yerbabuena, salvia, tomillo, melisa o toronjil, Menta,

Mermeladas naturales: dulce papayuela y dulce feijoa, frambuesa, lima y mora.

Presentación del producto: frasco de vidrio.

Peso neto de la mermelada: 400 gr

Precio: 7000 pesos



El Mercado Competidor

Competidores

Objeto:

Los productos Naturales cuentan con presencia en numerosos mercados internacionales, donde los productos son reconocidos por su calidad y su adaptabilidad a los distintos hábitos y preferencias de los clientes.

Por lo tanto debemos saber que clase de competencia tenemos y en este caso sobre mermeladas naturales tanto a nivel nacional como internacional.

En España hay varios productores y distribuidores de productos naturales y algunos de los más importantes y reconocidos son:

Casa Pià:

Ubicada en Tarragona (España)

Dirección: Calle Major 10 43201 Reus - Tarragona

Tel: 977 340 663

www.casapia.com.

Esta empresa se dedica a la venta de servicios y productos naturales. Casa Pià ofrece diferentes tipos de productos y estos son:

- Productos dietéticos.
- Plantas medicinales.
- Tés.
- Cosméticos.
- Perfumería.
- Inciensos.
- Libros.
- Alimentación natural:
 - Aceites y vinagres.
 - Arroces.
 - Algas marinas.
 - Alimentación infantil.

Cafés.



Plan de negocios modelo (Reparado).doc-Plan de Negocios

Alimentación natural integral.
Bebidas.
Cereales.
Chocolates.
Frutos secos.
Postres y mermeladas

Mermeladas: (sabores y precios)

- Pera, melocotón, albaricoque, ciruela verde, fresa, piña, higo (precio 2,62 €)
- Limón (precio 2,37 €)
- Manzana, naranja (precio 2,42 €)
- Tomate (precio 2,27 €)
- Papaya, kiwi (precio 2,88 €)
- Frambuesa, mora, cereza (precio 3,08 €)
- Frutas del bosque, mango (precio 2,98 €)
- Grosella (precio 2,73 €)
- Mirtilo (precio 3,79 €)

Peso neto de las mermeladas: 325 gr.
Presentación del producto: frascos de vidrios.

Mermeladas Eva:

Mermeladas Eva fue fundada en Logroño (La Rioja) en el año 1961 por D. Cirilo Fernández García, y desde entonces está elaborando mermeladas y confituras, siguiendo una esmerada selección de la fruta.

Polígono Industrial, nº 45 - 31570 - SAN ADRIAN - NAVARRA - SPAIN
Tel: 34 - 948 67 21 75 Fax: 34 - 948 67 21 79.
www.mermeladaseva.com

Actualmente, Mermeladas Eva ofrece una amplia gama de productos entre los que se encuentran:

La mermelada tradicional, Light, Ecológica, Dietética y Confitura (en tarros de cristal).

Mermeladas: albaricoque, ciruela, fresa, frambuesa, f. bosque, manzana, melocotón, mora, naranja y pera.

Mermeladas dietéticas: albaricoque, ciruela, fresa y melocotón.

Mermeladas ecológicas: fresa, melocotón, naranja, arándanos, frutos del bosque.

Peso neto de las mermeladas: 330 gr
Presentación del producto: frascos de vidrio.



Plan de negocios modelo (Reparado).doc-Plan de Negocios

Mermeladas Elason:

Ubicación: C/ Azara, 14, bajos - 22300 Barbastro (Huesca) España.
Tel. y Fax: 974 269028
Tels. Móviles: 619 241 053 - 609 821 859
www.elasun.com - info@elasun.com.

Los ingredientes de las Mermeladas Elason son 100% naturales, sin conservantes ni colorantes.

Disponen de una gran variedad de mermeladas artesanales las cuales son:

Mermeladas de:

Pétalos de rosa.
Violetas.
Vino tinto.
Tomate.
Kiwi manzana.
Frambuesa con moras.
Naranja amarga.
Albaricoque.
Frutos de bosque.
Cebolla.
Naranja con nueces.
Pimientos rojos.
Fresón.
Higos
Melocotón.
Membrillo al café.
Tomate verde.

Presentación del producto: frasco de vidrio.

Y a nivel internacional nos encontramos con la siguiente competencia:

Natural Gourmet:

Planta Industrial: Neuquén 1383 (o),
Chimbas, San Juan, Argentina.

Oficinas Administrativas: Av. Córdoba
966 (o), Capital, San Juan, Argentina.

Tel y Fax: 54 - 264 - 4227438

Las mermeladas además de ser todo fruta, son light. Contienen un 50% menos de caloría



Plan de negocios modelo (Reparado).doc-Plan de Negocios

que una mermelada convencional con sacarosa.
Disponen de los siguientes sabores:

Mermeladas de: pera, tomate, naranja, mandarina.

Presentación del producto:

Envase: frasco de vidrio, con tapa metálica dorada, con requerimiento sanitario interior.

Peso neto: 200 gr

Conservación: en un lugar fresco y una vez abierto conservarlo refrigerado por 20 días.

Veronesi:

Av. Pte. Frondizi y Av. 20 de Junio
Pueblo Belgrano - Gualaguaychú
Entre Ríos - Argentina
Tel/Fax: 03446 – 454141
www.regionalesveronesi.com.ar/
info@regionalesveronesi.com.ar

Elaboran productos con materia prima y de primerísima calidad con personal capacitado en constante evolución lo cual confiere en sus productos aromas y sabores inigualables. Las mermeladas son elaboradas de tal manera que la fruta conserva todas sus propiedades y sabor, con una inigualable presentación, sabor y consistencia. La elaboración de las mermeladas se realiza durante la estación propia de las frutas, para así poder conservar todos los atributos y cualidades de las mismas.

Mermeladas de: arándanos, pera, albaricoque, fresa, mora.

Presentación del producto: frascos de vidrio.

Saweya:

México
Tel: (33) 31250692
www.saweya.com/

Elabora y comercializa productos y complementos alimenticios de origen natural. Empresa innovadora, productora, competitiva.

Cuenta con una gran variedad de productos y son:
Vinagres.
Capsulas de vinagres.
Jarabes.
Miel.



Plan de negocios modelo (Reparado).doc-Plan de Negocios

Leche de soya.
Jugo verde y rojo.
Fructo- fibra.
Fibra de tamarindos.
Fibra de toronja.

Manos del sur:

Chile

Dirección: Camino a Ensenada Km. 1.5 - Puerto Varas

Tel: (56-65) 233494 - Fax: (56-65) 233495

www.manosdelsur.cl/

amc@manosdelsur.cl

Manos del sur es una empresa que produce y comercializa una amplia gama de artesanía y trabajos manuales de tradición. (Tejidos, madera, metal, delicatessen y muchas mas...)

Delicatessen: chocolates en barras y bombones, galletas, salmón entero ahumado, miel de ulmo, licores dulce de sur de chile, jarabes de frutas natural, mariscos y mermeladas.

Mermeladas naturales de:

Mosqueta.

Murlla.

Grosella.

Holander.

Frambuesa.

Guinda.

Presentación del producto: frasco de vidrio

Peso neto de las mermeladas: 270 gr y 400 gr



El Mercado Distribuidor

Distribución

La distribución de las mermeladas en el se pretende que sea de manera indirecta lo cual significa que le venderemos a almacenes para que estos hagan la distribución del producto en ese mercado.

En la distribución del producto y después de investigar encontramos que la mejor manera de distribuir las mermeladas es hacerlo a través de un distribuidor mayorista que sea un importador el cual comercializara nuestras conservas en los almacenes de cadena y supermercados en Madrid o en cualquier otra ciudad de España.

El distribuidor que comercializara nuestro producto en España será el **Grunadis- Grupo Nacional de Distribución De España** ubicado en Madrid quien a su vez distribuye a diferentes ciudades los productos que importa lo cual nos favorece porque entraríamos a competir no solo en el mercado meta que es Madrid si no en mercados alternativos los cuales nos servirían para ir afianzando el producto desde lugares pequeños para así poder ingresar con mayor facilidad a los puntos de venta en Madrid.

Grunadis- Grupo Nacional de Distribución De España

Para transportar las mermeladas desde Jardín , Antioquia hasta Madrid, España se va contratar los servicios de un OTM (Operador de Transporte Multimodal) quien recoge la mercancía en Jardín, Antioquia y la lleva al Puerto de Buenaventura si la cantidad de unidades amerita usar un contenedor (20", 40" o High Cube) para ser transportado hasta puerto en España (Puerto de Barcelona, Puerto de Málaga o Puerto de Bilbao) donde camión lo llevara hasta el punto exacto de entrega o en caso de que vaya ser transportada la mercancía vía aérea será llevada al aeropuerto José María Córdoba , Rio negro – Antioquia donde la aerolínea contratada llevara la mercancía hasta Madrid (Aeropuerto de Barajas), España donde será llevada a punto exacto de entrega.

NOTA: El Término de negociación que establece la mayoría de grandes importadores españoles que comercializan productos alimenticios (Conservas para nuestro proyecto) es DDU (Delivered Duty Paid) para todas sus importaciones. Lo que quiere decir que se entrega la mercancía en el lugar de destino pero sin pagar impuestos los cuales serán asumidos por el comprador.



Actividades de promoción y divulgación

Para dar a conocer el producto en el mercado español tomaremos como estrategia enviar muestras sin valor comercial a los clientes en España para que estos lo den a conocer por sus medios obviamente que aunque no se gana dinero por esta estrategia pero el reconocimiento por parte hará antesala a la llegada del producto. Además como estrategia de publicidad y mercadeo se va enviar junto con la mercancía folletos donde se va dar a conocer la variedad de los productos así como sus beneficios igual manera se enviarán pendones y posters alusivos al producto. También se utilizará como estrategia de mercadeo y publicidad un web site donde aparezca todo relacionado con nuestro producto (sabores, precios, contactos y beneficios del producto)

Costos asociados a las Actividades de Comercialización

Para la comercialización de mermeladas se deben tener en cuenta los siguientes criterios:

Valor embalaje: 0.45 centavos de dólar por kilo.

Valor OTM: 4312 US incluido seguro, flete del embarque.

Gastos administrativos y otros: \$950 por unidad.



5.1

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

Procesos Administrativos

Descripción de los procesos administrativos

GERENCIA:

Es el representante legal y tiene a su cargo los siguientes aspectos:

- Tener claro su propio trabajo, y un contexto amplio de lo que debe desarrollar.
- Desarrollar un plan para alcanzar objetivos.
- Asignar tareas a sus subordinados, teniendo en cuenta sus capacidades, dándoles límites para su desempeño, y especificando los parámetros necesarios: que tiene que hacer, para cuando, en que marco de políticas, etc. Y que recursos podrán emplear.
- Establecer mecanismos de control sobre el desarrollo de las tareas encomendadas.
- Entrenar y ayudar a desarrollar a sus subordinados.
- Evaluar la efectividad de cada uno de los subordinados.
- Realizar las acciones de soporte como seleccionar sus colaboradores, entrenarlos, y premiarlos o sancionarlos en casos pertinentes.
- Hacerse responsable de sus propias tareas.

ASESORIA JURIDICA:

Es la unidad encargada de brindar asesoría en materia legal al Despacho Superior Ministerial y al Ministerio en General, además de gestionar y opinar en todos los expedientes administrativos y de carácter judicial, asegurando que el Ministerio en el ejercicio de sus funciones se apegue al ordenamiento jurídico vigente. Desarrolla y elabora propuestas de Ley, Reglamentos y otras disposiciones legales, presentando los análisis correspondientes de las mismas.



AREA ADMINISTRATIVA:

Es el encargado de varias funciones y de que se cumplan

Organización de la estructura administrativa y funcional de la empresa.

Organigramas empresariales.

Reglamento Interno de Trabajo.

Manual de Funciones.

Manual Calidad Total o Gestión de Calidad.

Reglamento de Higiene y Seguridad Industrial ó Salud Ocupacional.

Asesoría Laboral al Departamento de Personal.

Asesoría en Seguridad Social.

Asesoría y auditoria en Control Interno y Control Externo.

Asesoría y asistencia en sistemas a nivel de software y hardware.

Asesoría y organización Documentaria.

Capacitación de Personal en Ventas.

Asesorías y Estrategias en Ventas y Servicios.

Servicio al Cliente.

Estudio de Posicionamiento del Producto en el Mercado.

Asesoría en Campañas Publicitarias.

Técnicas de Exhibición de Productos.

Asesoría en Gestión Empresarial.

FINANCIERA:

- Fijar metas financieras y metas personales realistas.
- Evaluar su estado financiero corriente activo, pasivo, ingresos, seguros, impuestos, inversiones y plan de patrimonio.
- Desarrollar un plan realista y comprensivo para llevar a cabo metas financieras enfrentando sus debilidades financieras y edificando sus fuerzas financieras.
- Poner su plan en acción y seguir su progreso.
- Mantenerse en camino para enfrentar sus metas, circunstancias personales, etapas



Plan de negocios modelo (Reparado).doc-Plan de Negocios

de su vida, productos, mercados y leyes de impuestos—cuando todos estos están cambiando constantemente.

Contabilidad:

Se encarga de registrar, clasificar, resumir, interpretar y comunicar la información importante de la empresa y traducirlos en reportes numéricos.

Su formación multidisciplinaria le permite reconocer y actuar eficientemente ante la diversidad de factores internos y externos que inciden en el desarrollo de la empresa.

Talento humano:

La organización, para lograr sus objetivos requiere de una serie de recursos, estos son elementos que, administrados correctamente, le permitirán o le facilitarán alcanzar sus objetivos.

Talento humano: No solo el esfuerzo o la actividad humana quedan comprendidos en este grupo, sino también otros factores que dan diversas modalidades a esa actividad: conocimientos, experiencias, motivación, intereses vocacionales, aptitudes, actitudes, habilidades, potencialidades, salud, etc.

AREA COMERCIAL:

Es el área de la empresa que se encarga de vender o comercializar los productos o servicios producidos.

Venta y compras: Se divide de la siguiente manera

Comercio exterior:

Esta área se encarga de todos los trámites que se deben hacer para una exportación.

Mercadeo:

En esta área se detallarán las funciones, capacidades y cualidades de quien será el responsable y el personal involucrado en la estrategia de mercadeo del negocio, es decir, la publicidad, el diseño del empaque y la marca del producto o servicio, la distribución del mismo y el punto de venta, la promoción y la labor de ventas. Aquí se podrá incluir a la persona que atenderá en el mostrador a las personas o bien quien se dedique a vender el producto de puerta en puerta si esa es la forma de venta

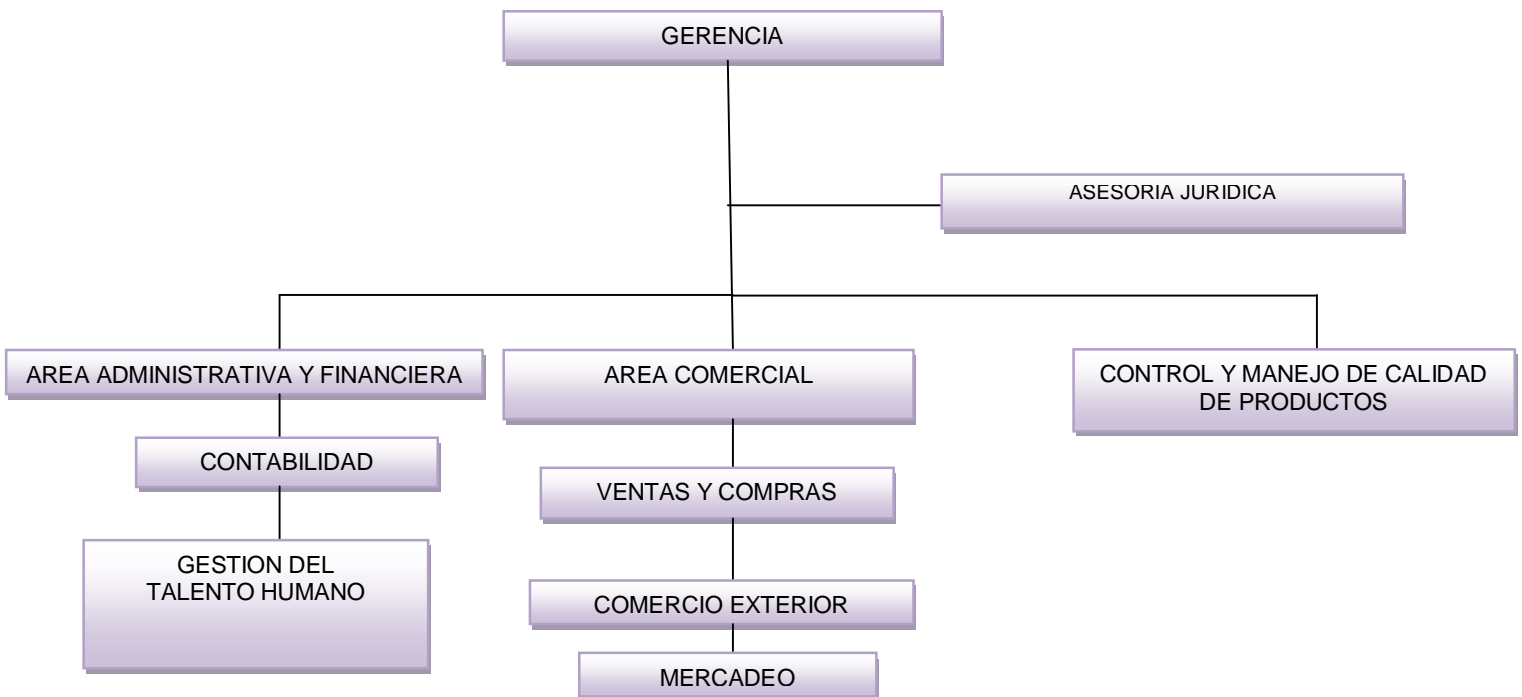


establecida en el negocio.

- Plan de mercadeo
- Estudio de mercado
- Mercado Meta
- Segmentación de mercado
- Análisis del ciclo de vida del producto
- Técnicas de ventas
- Diseño de Productos

Estructura Organizacional del Negocio

Organigrama





Locaciones

El local para las oficinas de la empresa será arrendado, estará ubicado en Itagüí cerca al barrio Santa María, cuenta con divisiones modulares, 1 baños, 1 cocineta y piso en cerámica, Apto para oficinas, el valor del arriendo será 1.450.000de de pesos y se le realizaran una serie de adecuaciones de ser necesarias para las instalaciones de redes de internet y otras serie requerimientos.

6.1.1 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

Equipos	Cantidad	Precio por unidad
Computador de escritorio	8	\$ 1.300.000
sillas	14	\$ 110.000
escritorios	8	\$1.210.000
Teléfonos	8	\$ 100.500
Impresora y fotocopiadora	1	\$ 640.000

6.1.2 Requerimientos de materiales de oficina.

Papelería (Resma de papel) mensual	10	\$ 8.000
Grapadora	5	\$ 6.000
Lapiceros (mensual)	1 caja de lapiceros	\$ 5.000

6.1.3 Requerimientos de servicios.

Servicios	Valor
-----------	-------

Gas	\$ 30.000 (mensual)
Agua	\$ 80.000 (Mensual)
Luz	\$ 120.000 (Mensual)
Vigilancia	\$ 850.000 (Contratado por empresa de seguridad) (Mensual)
Mensajero	\$ 800.000 (Contratado por



Plan de negocios modelo (Reparado).doc-Plan de Negocios

	cooperativa de trabajo)
Seguro	\$230.000 (Mensual)
Internet	\$ 260.000 (Mensual)
Telefonía	\$ 350.000 (Mensual)
Personal de aseo	\$850.000 (Contratado por cooperativa de trabajo)

Requerimientos de personal

CARGO	PERFIL	SUELDO
GERENTE	Profesional en Negocios Internacionales Administración Financiera, con experiencia mínima de 3 años. Con capacidad de liderazgo y trabajo en grupo	\$ 1.400.000
Asesoría Jurídica	Abogado con experiencia en manejo de leyes aduaneras.	\$ 900.000
Contador (a)	Contador Público con experiencia mínima 2 años.	\$ 1.165.000
Auxiliar Contable	Técnico en contabilidad con un año de experiencia mínimo.	\$ 800.000
Psicólogo	Profesional en psicología con experiencia en selección de personal de gerencia y operativo.	\$1.000.000
Tecnólogo en comercio exterior.	Tecnólogo en comercio exterior con experiencia en mercadeo, exportaciones importaciones.	\$900.000
Tecnólogo en productividad y calidad.	Tecnólogo en calidad con experiencia en manejo de productos alimenticios.	\$700.000

Programa de administración

Contratación de personal.

Registros ante entidades competentes.

Instalación de servicios.

Instalaciones de equipos y software.

A continuación se presenta todos los aspectos para crear la empresa que le dará forma al proyecto.



ASPECTOS LEGALES

Tipo de Organización empresarial

Sociedad por acciones simplificada: (S.A.S)

Se crea por un documento privado, que debe autenticarse por quienes participan su suscripción e inscribirse en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio. Existencia de la sociedad y las cláusulas estatutarias se prueban con certificación la Cámara de Comercio.

El contenido del documento es menos exigente que el previsto en el artículo 110 C.Com.

Contenido del documento de constitución de la SAS

Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.

Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “*sociedad acciones simplificada*”, o de las letras S.A.S.;

El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan el mismo acto de constitución.

El término de duración, si este no fuere indefinido.

Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita.

El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de acciones representativas del capital y la forma y términos en estas deberán pagarse.

La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos representante legal.

7.1 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

Entidad	Tramite	Costo
Cámara de comercio	Registro mercantil	\$67.000
Mincomex	Registro nacional expo	\$0
Notaria	Minuta de constitución	\$120.000
Cuerpo de Bomberos	Visto bueno	\$ 80.000
Industria y Comercio	Nombre de la empresa	\$ 2.500
Certificado de existencia y representación legal	Registro por primera vez	\$ 1.600



Plan de negocios modelo (Reparado).doc-Plan de Negocios

Incomex	Registro nacional exportador	\$0
Incomex	Certificación de origen de mercancía	\$4.500

NOTA: A la fecha la empresa Dulces Del Jardín S.A. posee los registros invima para cerca de 30 productos alimenticios el único producto que no posee dicho registro es la mermelada de pétalos de rosas.

Registro Invima (para el producto): aunque en este caso en específico la empresa Dulces Del Jardín S.A posee los registros invima para las mermeladas que se van a comercializar lo cual hace que disminuya el gasto de la inversión.

Empaques que vayan con la norma de cuidado ambiental determinada por la U.E (Unión Europea) la cual pide que los empaques sean amigables con el medio ambiente es decir que los envases sean preferiblemente en frascos reutilizables.

A continuación mostraremos todo el marco legal que se necesita para constituir una comercializadora internacional (C.I.) en Colombia:

Para constituir la comercializadora internacional según las normativas de constitución para este tipo de empresas se deben seguir los siguientes lineamientos jurídicos y legales:

Cualquier persona jurídica ya constituida y se que se encuentre regida bajo el código comercio puede acceder puede obtener gratuitamente ante el Ministerio de Comercio Exterior el Régimen como Sociedad de Comercialización Internacional C.I. este régimen da beneficio tributario que da la ventaja de estar libre del impuesto de venta IVA y/o retención en la fuente.

Por lo anterior nosotros nos haremos beneficiarios a este régimen para poder comercializar de manera legal nuestro producto y además para disminuir costos.

Al tener la figura de sociedad comercializadora internacional debemos un certificado de proveedor para hacer efectivo el beneficio. (Dicho certificado es expedido directamente por el proveedor en nuestro caso Dulces Del Jardín S.A. será quien expida este certificado).

Requisitos para solicitar la inscripción de una empresa en el registro como sociedad de comercialización internacional 'c.i.' y acceder al régimen c.i.:

- Como Persona jurídica, constituirse mediante escritura pública como Sociedad de Comercialización Internacional C.I. en alguna de las formas establecidas en el Código de Comercio (Anónima, Limitada, E.U. etc.).
- Registrar la Sociedad ante la Cámara de Comercio de manera que en el Certificado de Existencia y Representación Legal aparezca la Razón Social y el Objeto Social Principal tal como se constituyó en el punto anterior.



Plan de negocios modelo (Reparado).doc-Plan de Negocios

- Obtener el NIT ante la DIAN (o la Cámara de Comercio), de manera que el texto de la Razón Social coincida con el inscrito en el Certificado de Existencia y Representación Legal.
- Obtener ante el MINCOMEX el Registro Nacional de Exportadores, de manera que los textos de la Razón Social y del Objeto Social coincidan con los inscritos en el Certificado de Existencia y Representación Legal
- Diligenciar completamente el Formulario de Solicitud de Inscripción como una Sociedad de Comercialización Internacional C.I.
- Elaborar el documento Estudio de Mercados.
- Solicitar por escrito al MINCOMEX, Grupo de Zonas Francas y Comercializadoras Internacionales, la inscripción de la Empresa como Sociedad de Comercialización Internacional C.I., acompañando la solicitud con los siguientes documentos:

Original del Certificado de existencia y representación legal vigente.

Certifico Del NIT si lo expidió la DIAN.

Copia del Registro Nacional exportador actualizado (Para agilizar el proceso).

Original del documento de Estudio de Mercados.

Original de Formulario de inscripción como Sociedad de comercialización internacional C.I.

Oficio suscrito por el Representante legal en donde certifique que hasta la fecha de la solicitud de inscripción en el registro de C.I. , SI/NO se han realizados compras exentas de IVA y/o Rete fuente y SI/NO se han expedidos certificados al proveedor CP - , conforme a lo estipulado en el 1740 de 1994



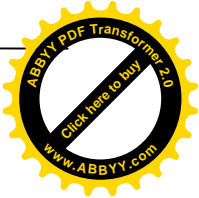
Créditos y Préstamos Bancarios

DATOS GENERALES DEL PROYECTO	
Préstamo Bancario (Financiación)	

Monto del Préstamo:	\$ 110.570.585,01
Intereses (efectivo Mensual):	1,20%
Plazo (meses):	36
Modalidad del Préstamo:	cuota fija

El préstamo se solicito en el Banco De Occidente

Periodo	Cuota Préstamo	Intereses	Capital	Saldo
0				\$ 110.570.585
1	\$ 3.800.557	\$ 1.326.847	\$ 2.473.710	\$ 108.096.875
2	\$ 3.800.557	\$ 1.297.162	\$ 2.503.395	\$ 105.593.480
3	\$ 3.800.557	\$ 1.267.122	\$ 2.533.436	\$ 103.060.044
4	\$ 3.800.557	\$ 1.236.721	\$ 2.563.837	\$ 100.496.208
5	\$ 3.800.557	\$ 1.205.954	\$ 2.594.603	\$ 97.901.605
6	\$ 3.800.557	\$ 1.174.819	\$ 2.625.738	\$ 95.275.867
7	\$ 3.800.557	\$ 1.143.310	\$ 2.657.247	\$ 92.618.620
8	\$ 3.800.557	\$ 1.111.423	\$ 2.689.134	\$ 89.929.486
9	\$ 3.800.557	\$ 1.079.154	\$ 2.721.403	\$ 87.208.082
10	\$ 3.800.557	\$ 1.046.497	\$ 2.754.060	\$ 84.454.022
11	\$ 3.800.557	\$ 1.013.448	\$ 2.787.109	\$ 81.666.913
12	\$ 3.800.557	\$ 980.003	\$ 2.820.554	\$ 78.846.359
13	\$ 3.800.557	\$ 946.156	\$ 2.854.401	\$ 75.991.958
14	\$ 3.800.557	\$ 911.903	\$ 2.888.654	\$ 73.103.304
15	\$ 3.800.557	\$ 877.240	\$ 2.923.318	\$ 70.179.986
16	\$ 3.800.557	\$ 842.160	\$ 2.958.397	\$ 67.221.589
17	\$ 3.800.557	\$ 806.659	\$ 2.993.898	\$ 64.227.690
18	\$ 3.800.557	\$ 770.732	\$ 3.029.825	\$ 61.197.865
19	\$ 3.800.557	\$ 734.374	\$ 3.066.183	\$ 58.131.683
20	\$ 3.800.557	\$ 697.580	\$ 3.102.977	\$ 55.028.705
21	\$ 3.800.557	\$ 660.344	\$ 3.140.213	\$ 51.888.493
22	\$ 3.800.557	\$ 622.662	\$ 3.177.895	\$ 48.710.597



Plan de negocios modelo (Reparado).doc-Plan de Negocios

23	\$ 3.800.557	\$ 584.527	\$ 3.216.030	\$ 45.494.567
24	\$ 3.800.557	\$ 545.935	\$ 3.254.623	\$ 42.239.945
25	\$ 3.800.557	\$ 506.879	\$ 3.293.678	\$ 38.946.267
26	\$ 3.800.557	\$ 467.355	\$ 3.333.202	\$ 35.613.064
27	\$ 3.800.557	\$ 427.357	\$ 3.373.201	\$ 32.239.864
28	\$ 3.800.557	\$ 386.878	\$ 3.413.679	\$ 28.826.185
29	\$ 3.800.557	\$ 345.914	\$ 3.454.643	\$ 25.371.542
30	\$ 3.800.557	\$ 304.459	\$ 3.496.099	\$ 21.875.443
31	\$ 3.800.557	\$ 262.505	\$ 3.538.052	\$ 18.337.391
32	\$ 3.800.557	\$ 220.049	\$ 3.580.509	\$ 14.756.882
33	\$ 3.800.557	\$ 177.083	\$ 3.623.475	\$ 11.133.408
34	\$ 3.800.557	\$ 133.601	\$ 3.666.956	\$ 7.466.451
35	\$ 3.800.557	\$ 89.597	\$ 3.710.960	\$ 3.755.491
36	\$ 3.800.557	\$ 45.066	\$ 3.755.491	\$ 0

8.1 Ingresos y Egresos

8.1.1 Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

	CUENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+	Ingresos por concepto de Ventas	97.000.000	97.000.00	97.000.00	97.000.00	97.000.00	97.000.00	97.000.00	97.000.00	97.000.00	97.000.00	97.000.00	97.000.00
-	Costo Variables	71.760.360	71.760.360	71.760.360	71.760.360	71.760.360	71.760.360	71.760.360	71.760.360	71.760.360	71.760.360	71.760.360	71.760.360
-	Costos Fijos Producción	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
-	Gastos Depreciación	535.100	535.100	535.100	535.100	535.100	535.100	535.100	535.100	535.100	535.100	535.100	535.100
=	Utilidad Bruta en Ventas	24.704.540	24.704.540	24.704.540	24.704.540	24.704.540	24.704.540	24.704.540	24.704.540	24.704.540	24.704.540	24.704.540	24.704.540
-	Costos fijos de Administración	12.070.625	12.070.625	12.070.625	12.070.625	12.070.625	12.070.625	12.070.625	12.070.625	12.070.625	12.070.625	12.070.625	12.070.625





Plan de negocios modelo (Reparado).doc-Plan de Negocios

-	Costos Fijos de Ventas y Distribución	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
-	Amortización de diferidos	1.333	1.333	1.333	1.333	1.333	1.333	1.333	1.333	1.333	1.333	1.333	1.333
=	Utilidad Operativa	12.632.582	12.632.582	12.632.582	12.632.582	12.632.582	12.632.582	12.632.582	12.632.582	12.632.582	12.632.582	12.632.582	12.632.582
+	Otros Ingresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
-	Otros egresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
-	Costos de Financiación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
=	Utilidad Antes de Impuestos	12.632.582	12.632.582	12.632.582	12.632.582	12.632.582	12.632.582	12.632.582	12.632.582	12.632.582	12.632.582	12.632.582	12.632.582
-	Impuestos	378.977	378.977	378.977	378.977	378.977	378.977	378.977	378.977	378.977	378.977	378.977	378.977
=	UTILIDAD NETA	12.253.604	12.253.604	12.253.604	12.253.604	12.253.604	12.253.604	12.253.604	12.253.604	12.253.604	12.253.604	12.253.604	12.253.604
-	Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
=	Utilidades no Repartidas	12.253.604	12.253.604	12.253.604	12.253.604	12.253.604	12.253.604	12.253.604	12.253.604	12.253.604	12.253.604	12.253.604	12.253.604
	Utilidades no Repartidas Acumulada	12.253.604	24.507.208	36.760.813	49.014.417	61.268.021	73.521.625	85.775.230	98.028.834	110.282.438	122.536.042	134.789.646	147.043.251



Egresos

Inversiones

Total Activos Fijos Exigibles	\$ 23.064.000,0
Total Gasto Pre operativos Exigibles	\$ 3.675.600,0
Costos Variables	\$ 71.760.360
Costos Fijos de Administración	\$ 12.070.625
Total Capital de trabajo Exigible	\$ 83.830.985
INVERSION TOTAL EXIGIBLE	\$ 110.570.585

Costos

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
MERMELADAS	\$ 3.800,00	1,00	Unidades	\$ 3.800,00
EMBALAJE	\$ 400,00	1,00	Unidades	\$ 400,00
VALOR OTM	\$ 2.026,36	1,00	Unidades	\$ 2.026,04
OTROS	\$ 950,00	1,00	Unidades	\$ 950,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 7.176,04

Gastos

Gastos Administrativos y legales

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES	
Salarios	\$ 6.165.000
Prestaciones Sociales	\$ 770.625
Papelería	\$ 115.000
Seguros	\$ 230.000
Varios (Vigilancia, aseo, etc.)	\$ 4.790.000
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 12.070.625



Estados Financieros Proyectados

Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA	Inver sión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		97.0 00.0 00,0 1	97.0 00.0 00,0 1	97.0 00.0 00,0 1	97.0 00.0 00,0 1	97.0 00.0 00,0 1	97.0 00.0 00,0 1	97.0 00.0 00,0 1	97.0 00.0 00,0 1	97.0 00.0 00,0 1	97.0 00.0 00,0 1	97.0 00.0 00,0 1	97.00 0.000 ,01
- Costos variables		71.7 60.3 60,0 1	71.7 60.3 60,0 1	71.7 60.3 60,0 1	71.7 60.3 60,0 1	71.7 60.3 60,0 1	71.7 60.3 60,0 1	71.7 60.3 60,0 1	71.7 60.3 60,0 1	71.7 60.3 60,0 1	71.7 60.3 60,0 1	71.7 60.3 60,0 1	71.76 0.360 ,01
- Costos fijos	-	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.07 0.625 ,00
Costos fijos de Producción		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Costos fijos de Administración		12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.07 0.625 ,00
Costos fijos de comercialización y ventas		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- No Desembolsables	-	536. 433, 33	536. 433, 33	536. 433, 33	536. 433, 33	536. 433, 33	536. 433, 33	536. 433, 33	536. 433, 33	536. 433, 33	536. 433, 33	536. 433, 33	536.4 33,33
- Intereses Credito	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
= Utilidad													



Plan de negocios modelo (Reparado).doc-Plan de Negocios

Antes de Impuestos	-	12.6 32.5 81,6 7	12.6 32.5 81,6 7	12.6 32.5 81,6 7	12.6 32.5 81,6 7	12.6 32.5 81,6 7	12.6 32.5 81,6 7	12.6 32.5 81,6 7	12.6 32.5 81,6 7	12.6 32.5 81,6 7	12.6 32.5 81,6 7	12.6 32.5 81,6 7	12.63 2.581 ,67
- Impuestos	-	4.16 8.75 1,95	4.16 8.75 1,95	4.16 8.75 1,95	4.16 8.75 1,95	4.16 8.75 1,95	4.16 8.75 1,95	4.16 8.75 1,95	4.16 8.75 1,95	4.16 8.75 1,95	4.16 8.75 1,95	4.16 8.75 1,95	4.168 .751, 95
= Utilidad despues de Impuestos	-	8.46 3.82 9,72	8.46 3.82 9,72	8.46 3.82 9,72	8.46 3.82 9,72	8.46 3.82 9,72	8.46 3.82 9,72	8.46 3.82 9,72	8.46 3.82 9,72	8.46 3.82 9,72	8.46 3.82 9,72	8.46 3.82 9,72	8.463 .829, 72
+ Ajuste por No Desembolsables	-	536. 433, 33	536. 433, 33	536. 433, 33	536. 433, 33	536. 433, 33	536. 433, 33	536. 433, 33	536. 433, 33	536. 433, 33	536. 433, 33	536. 433, 33	536.4 33,33
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	104.1 33.38 5,01
Prestamos	-												
Recuperación Capital de trabajo													83.83 0.985 ,01
Valor de Salvamento													20.30 2.400 ,00
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	110.5 70.58 5,01	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Activos Fijos	23.06 4.000 ,00												
Pago Credito (Capital)		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gastos PREOPERATIVOS	3.675 .600, 00												
Capital de Trabajo	83.83 0.985 ,01												



Plan de negocios modelo (Reparado).doc-Plan de Negocios

	(110.570.585,01)	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00	113.1
FLUJO DE CAJA)	0.26	0.26	0.26	0.26	0.26	0.26	0.26	0.26	0.26	0.26	0.26	33.64
		3,05	3,05	3,05	3,05	3,05	3,05	3,00	3,05	3,05	3,05	3,05	8,06

8.1.2 Estado de Perdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

CUENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingresos por concepto de Ventas	97.000.000	97.000.000	97.000.000	97.000.000	97.000.000	97.000.000	97.000.000	97.000.000	97.000.000	97.000.000	97.000.000	97.000.000
+ s												
Costo Variables	71.760.360	71.760.360	71.760.360	71.760.360	71.760.360	71.760.360	71.760.360	71.760.360	71.760.360	71.760.360	71.760.360	71.760.360
-												
Costos Fijos Producción	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
-												
Gastos Depreciación	535.100	535.100	535.100	535.100	535.100	535.100	535.100	535.100	535.100	535.100	535.100	535.100
-												
Utilidad Bruta en Ventas	24.704.540	24.704.540	24.704.540	24.704.540	24.704.540	24.704.540	24.704.540	24.704.540	24.704.540	24.704.540	24.704.540	24.704.540
=												
Costos fijos de Administración	12.070.625	12.070.625	12.070.625	12.070.625	12.070.625	12.070.625	12.070.625	12.070.625	12.070.625	12.070.625	12.070.625	12.070.625
-												
Costos Fijos de Ventas y Distribución	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
-												



Plan de negocios modelo (Reparado).doc-Plan de Negocios

-	Amortización de diferidos	61.260	61.260	61.260	61.260	61.260	61.260	61.260	61.260	61.260	61.260	61.260	61.260
=	Utilidad Operativa	12.572.655	12.572.655	12.572.655	12.572.655	12.572.655	12.572.655	12.572.655	12.572.655	12.572.655	12.572.655	12.572.655	12.572.655
+	Otros Ingresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
-	Otros egresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
-	Costos de Financiación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
=	Utilidad Antes de Impuestos	12.572.655	12.572.655	12.572.655	12.572.655	12.572.655	12.572.655	12.572.655	12.572.655	12.572.655	12.572.655	12.572.655	12.572.655
-	Impuestos	4.148.976	4.148.976	4.148.976	4.148.976	4.148.976	4.148.976	4.148.976	4.148.976	4.148.976	4.148.976	4.148.976	4.148.976
=	UTILIDAD NETA	8.423.679	8.423.679	8.423.679	8.423.679	8.423.679	8.423.679	8.423.679	8.423.679	8.423.679	8.423.679	8.423.679	8.423.679
-	Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
=	Utilidades no Repartidas	8.423.679	8.423.679	8.423.679	8.423.679	8.423.679	8.423.679	8.423.679	8.423.679	8.423.679	8.423.679	8.423.679	8.423.679
	Utilidades no Repartidas Acum	8.423.679	16.847.358	25.271.037	33.694.715	42.118.394	50.542.073	58.965.752	67.389.431	75.813.110	84.236.789	92.660.467	101.084.146





Plan de negocios modelo (Reparado).doc-Plan de Negocios

uladas													
--------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Evaluación financiera del proyecto

Valor Presente Neto

\$ 128.373.081,57 Con una tasa de descuento del 3%.

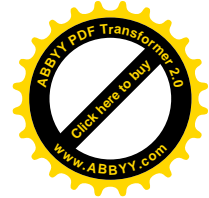
8.1.3 Tasa Interna de Retorno

TIR	8%
-----	----

Indicadores Financieros proyectados

FLUJO DE CAJA	Inver sión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		97.0 00.0 00,0 1	97.0 00.0 00,0 1	97.0 00.0 00,0 1	97.0 00.0 00,0 1	97.0 00.0 00,0 1	97.0 00.0 00,0 1	97.0 00.0 00,0 1	97.0 00.0 00,0 1	97.0 00.0 00,0 1	97.0 00.0 00,0 1	97.0 00.0 00,0 1	97.00 0.000 ,01
- Costos variables		71.7 60.3 60,0 1	71.7 60.3 60,0 1	71.7 60.3 60,0 1	71.7 60.3 60,0 1	71.7 60.3 60,0 1	71.7 60.3 60,0 1	71.7 60.3 60,0 1	71.7 60.3 60,0 1	71.7 60.3 60,0 1	71.7 60.3 60,0 1	71.7 60.3 60,0 1	71.76 0.360 ,01
- Costos fijos	-	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.07 0.625 ,00
Costos fijos de Producción		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Costos fijos de Administración		12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.0 70.6 25,0 0	12.07 0.625 ,00
Costos fijos de comercializació n y ventas		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- No Desembolsable s	-	596. 360, 00	596. 360, 00	596. 360, 00	596. 360, 00	596. 360, 00	596. 360, 00	596. 360, 00	596. 360, 00	596. 360, 00	596. 360, 00	596. 360, 00	596.3 60,00





Plan de negocios modelo (Reparado).doc-Plan de Negocios

- Intereses Credito	-	1.32 6.84 7,02	1.29 7.16 2,50	1.26 7.12 1,76	1.23 6.72 0,53	1.20 5.95 4,49	1.17 4.81 9,26	1.14 3.31 0,40	1.11 1.42 3,44	1.07 9.15 3,83	1.04 6.49 6,99	1.01 3.44 8,27	980.0 02,96
= Utilidad Antes de Impuestos	-	11.2 45.8 07,9 8	11.2 75.4 92,5 1	11.3 05.5 33,2 4	11.3 35.9 34,4 7	11.3 66.7 00,5 1	11.3 97.8 35,7 5	11.4 29.3 44,6 0	11.4 61.2 31,5 7	11.4 93.5 01,1 7	11.5 26.1 58,0 1	11.5 59.2 06,7 4	11.59 2.652 ,05
- Impuestos	-	3.71 1.11 6,63	3.72 0.91 2,53	3.73 0.82 5,97	3.74 0.85 8,38	3.75 1.01 1,17	3.76 1.28 5,80	3.77 1.68 3,72	3.78 2.20 6,42	3.79 2.85 5,39	3.80 3.63 2,14	3.81 4.53 8,22	3.825 .575, 18
= Utilidad despues de Impuestos	-	7.53 4.69 1,35	7.55 4.57 9,98	7.57 4.70 7,27	7.59 5.07 6,10	7.61 5.68 9,34	7.63 6.54 9,95	7.65 7.66 0,88	7.67 9.02 5,15	7.70 0.64 5,78	7.72 2.52 5,87	7.74 4.66 8,51	7.767 .076, 87
+ Ajuste por No Desembolsables	-	596. 360, 00	596. 360, 00	596. 360, 00	596. 360, 00	596. 360, 00	596. 360, 00	596. 360, 00	596. 360, 00	596. 360, 00	596. 360, 00	596. 360, 00	596.3 60,00
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	110.5 70.58 5,01	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	103.4 14.26 5,01
Prestamos	110.5 70.58 5,01												
Recuperación Capital de trabajo													83.83 0.985 ,01
Valor de Salvamento													19.58 3.280 ,00
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	110.5 70.58 5,01	2.47 3.71 0,29	2.50 3.39 4,81	2.53 3.43 5,55	2.56 3.83 6,78	2.59 4.60 2,82	2.62 5.73 8,05	2.65 7.24 6,91	2.68 9.13 3,87	2.65 7.24 6,91	2.75 4.06 0,32	2.78 7.10 9,05	2.820 .554, 35
Activos Fijos	23.06 4.000 ,00												
Pago Credito (Capital)		2.47 3.71	2.50 3.39	2.53 3.43	2.56 3.83	2.59 4.60	2.62 5.73	2.65 7.24	2.68 9.13	2.65 7.24	2.75 4.06	2.78 7.10	2.820 .554,



Plan de negocios modelo (Reparado).doc-Plan de Negocios

		0,29	4,81	5,55	6,78	2,82	8,05	6,91	3,87	6,91	0,32	9,05	35
Gastos PREOPERATIVOS	3.675.600,00												
Capital de Trabajo	83.830.985,01												
FLUJO DE CAJA	-	5.657.341,06	5.647.541,16	5.637.631,72	5.627.599,32	5.617.446,52	5.607.171,90	5.596.773,97	5.586.251,28	5.639.758,87	5.564.825,55	5.553.919,47	108.957.147,52

Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

Cambio Porcentual en las Ventas	-6,00%
Tasa de Retorno	3,00%
Valor Presente Neto	120.670.696.6
Tasa Interna de Retorno	2%

A un variando la demanda el paroyecto sigue siendo rentable

Tasa Interna de Retorno	42,58%
Valor Presente Neto	40.447.355
Tasa Interna de Retorno	-22,61%



CONSIDERACIONES FINALES

Considerando las especificaciones podemos afirmar que desde el punto vista legal el proyecto es viable pues su constitución es relativamente accesible para cualquier persona jurídica o personal que intervenir en este proyecto.

Financieramente es viable aunque no de la manera en que se esperaba que fuera puesto ahí que esperar mas tiempo del esperado para recuperar lo que se pueda invertir.



Plan de negocios modelo (Reparado).doc-Plan de Negocios

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

<http://www.codigodecomercio/comercializadorasinternacionales/requisitos/documents.htm>

<http://camaradecomercio+medellin/documentosparacrearempresa/.com>

http://www.iaes.es/publicaciones/Informe_01_09_esp.pdf

http://www.elpais.com/articulo/economia/sector/servicios/Espana/crecio/71/pasado/junio/elpeuco/20100817elpeuco_2/Tes

http://ec.europa.eu/health/my_environment/social_environment/index_es.htm.com

<http://www.codigodecomercio/comercializadorasinternacionales/requisitos/documents.htm.com>

<http://camaradecomercio+medellin/documentosparacrearempresa/.com>

http://www.iaes.es/publicaciones/Informe_01_09_esp.pdf

http://www.elpais.com/articulo/economia/sector/servicios/Espana/crecio/71/pasado/junio/elpeuco/20100817elpeuco_2/Tes

http://ec.europa.eu/health/my_environment/social_environment/index_es.htm.com

https://www.serina.es/empresas/aecientificos/intereshtml/historiatecnologia/aportacion_historica.htm.com

http://www.meh.es/es-ES/Prensa/En%20Portada/2010/Paginas/Reducion_deficit_EELL%202010-13.aspx.com

<http://www.spanish-chamber.com.hk/pages/viewfull.asp?CodArt=36&L=1.com>

<http://www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo4043DocumentNo3421.PD.com>

<http://www.vendoyarriendo.com/buscador.aspx>

<http://issuu.com/ngiraldo/docs/preciosyotizaciones/1?zoomed=&zoomPercent=&zoomX=&zoomY=¬eText=¬eX=¬eY=&viewMode=magazine>



Plan de negocios modelo (Reparado).doc-Plan de Negocios
