



COMERCIALIZACIÓN DE DISPENSADORES ELECTRÓNICOS DE COMIDA PARA
MASCOTAS

COMERCIALIZADORA PETS S.A.S

ANTIOQUIA, MEDELLIN

04 DE DICIEMBRE DE 2013



COMERCIALIZAR DISPENSADOR ELECTRÓNICO DE COMIDA PARA MASCOTAS

Plan de Negocios



COMERCIALIZAR DISPENSADORES ELECTRÓNICOS DE COMIDA PARA MASCOTAS

Contenido - Plan de Negocio

RESUMEN EJECUTIVO

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL CURSO

2. PRÓPOSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1.Nombre de la Empresa

3.2.Descripción de la Empresa

3.3.Misión de la Empresa

3.4.Objetivos a corto, mediano y largo plazo

3.5.Ventajas Competitivas

3.6.Necesidad o problema que se quiere intervenir

3.7.Relación de productos y/o servicios

3.8.Justificación del Negocio

3.9.Análisis del entorno y del sector

3.10. Conocimientos para entrar al Negocio

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1.Objetivos de Mercadeo

4.2.Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

4.3.El mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1. El Mercado Meta

4.3.2. El estudio del Mercado del Consumidor

4.4.El mercado Proveedor.

4.4.1. Proveedores

4.4.2. Estudio del Mercado de Proveedor

4.5.El Mercado Competidor

4.5.1. Competidores

4.5.2. Estudio del Mercado Competidor

4.6.El Mercado Distribuidor

- 4.6.1. Distribución
- 4.6.2. Distribución a través de terceros
- 4.6.3. Manejo de inventarios
- 4.6.4. Comunicación
- 4.6.5. Actividades de promoción y divulgación

4.7. Precios de los Productos

- 4.7.1. Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos
- 4.7.2. Los precios de los productos tomando como base los costos
- 4.7.3. Los precios de los productos propuestos
- 4.7.4. Política de precios

4.8. Costos asociados a las Actividades de Comercialización

4.9. Riesgos y Oportunidades de mercado

4.10. Plan de ventas

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA DISTRIBUCIÓN)

5.1. Objetivos de distribución

5.2. Descripción del proceso de distribución

5.3. Capacidad de distribución

5.4. Plan de distribución

5.5. Recursos materiales y humanos para la distribución

- 5.5.1 Locaciones
- 5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres
- 5.5.3 Requerimiento de materiales e insumos
- 5.5.4 Requerimientos de servicios
- 5.5.5 Requerimiento de personal

5.6. Programa de distribución

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1. Procesos administrativos

- 6.1.1. Descripción de los procesos administrativos
- 6.1.2. Procesos administrativos externalizados

6.2. Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1. Organigrama

6.2.2. Descripción funcional de la Empresa

6.3. Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1. Locaciones

6.3.2. Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres

6.3.3. Requerimientos de materiales de oficina

6.3.4. Requerimientos de servicios

6.3.5. Requerimientos de personal

6.4. Programa de administración

7. ASPECTOS LEGALES

7.1. Tipo de Organización Empresarial

7.2. Recursos propios

8. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1. Estructura Financiera del proyecto

8.1.1. Recursos Propios

8.1.2. Créditos y Préstamos Bancarios

8.2. Ingresos y Egresos

8.2.1. Ingresos

8.2.1.1. Ingresos propios del negocio

8.2.1.2. Otros ingresos

8.2.2. Egresos

8.2.2.1. Inversiones

8.2.2.2. Costos

8.2.2.3. Gastos

8.2.2.4. Gastos financieros

8.3. Estados Financieros Proyectados

8.3.1. Flujo de Caja

8.3.2. Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de resultados)

8.3.3. Balance General

8.4. Evaluación financiera del proyecto

8.4.1. Valor Presente Neto

8.4.2. Tasa Interna de Retorno

8.4.3. Indicadores Financieros proyectados

8.4.4. Análisis de Sensibilidad (Variación de la demanda)

8.4.5. Análisis de Sensibilidad (Variación del precio)

9. CONSIDERACION FINALES

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

RESUMEN EJECUTIVO

Nuestro plan de negocio tiene como objetivo principal la creación de una organización comercializadora y exportadora de dispensadores electrónico de comida para mascotas, ubicada en el municipio de Girardot carrera 17 # 10 a 36; para ser llevado al mercado argentino.

Los Dispensadores Electrónicos de Comida para Mascotas se programan con el tiempo y las raciones exactas de comida para las mascotas, lo cual genera una satisfacción de nuestros clientes, por la comodidad que brinda a la hora de utilizarlo, haciendo más flexible la actividad de proveer alimento a sus mascotas.

PETS S.A tiene como ventaja ofrecer al cliente una mayor confiabilidad y servicio oportuno con una excelente calidad para el cuidado de los animales domésticos, teniendo en cuenta que contamos con un talento humano calificado para la satisfacción de nuestros clientes.

Luego de realizar un estudio de mercado nos dimos cuenta que al mercado objetivo al que se quiere llegar es argentina, ya que este país tiene un alto índice de consumo de este tipo de productos, por su población de animales domésticos como lo son los perros; además en el estudio de mercados que se realizo; encontramos que nuestro proyecto está ubicado en el sector de industria y comercio ya que por medio de sus propuestas y enfoques incentivan a los comercializadores a enfrentar nuevos retos y buscar nuevas oportunidades de mercado.

Nuestro plan de negocios está conformado por 3 socios:

Santiago Gutiérrez

Juana Paula Gómez Toro

Cindy Osorio Londoño

Según el plan de mercadeo realizado pertinentemente, se eligió llegar al país de argentina, hemos podido concluir que comercializar los dispensadores electrónicos de comida para mascotas a este

país es un negocio viable, ya que argentina es el país de la región con mas mascotas por habitante; el 78% de los argentinos tienen una mascota en su hogar, y sumado a esto los argentinos se caracterizan por ser amantes a las mascotas y los integran como un miembro de la familia.

PET S.A tiene planeado vender 300 unidades de dispensadores electrónicos de comidas para mascotas al mes. Se dice que para un periodo de 5 años se pueda comercializar el doble de lo comercializado inicial.

Se realizó un estudio financiero que nos permitió conocer las inversiones a realizar, los ingresos proyectados a 5 años, los estados de resultado y demás elementos que determinaron que el Plan de Negocios si es viable y futurista.

RESUMEN COSTOS		
Cuenta	Valor	Participación
Total Costos Variables	\$ 75,397,500.3	80.32%
Total Costos fijos de producción	\$ 8,483,402.0	9.04%
Total Costos fijos de administración	\$ 7,704,242.7	8.21%
Total Costos fijos de Comercialización y Ventas	\$ 2,283,753.0	2.43%
Costos Totales	\$ 93,868,898.0	100.00%

Tabla 1

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

Nombre y Apellidos: Juana Paula Gómez Toro			
Identificación:	1035854522	Teléfono: 4544870	Celular: 3136923918
Dirección:	Cra 17# 10ª36		Barrio: Palmas del Llano
Ciudad	Girardota	Correo electrónico:	Juanita_0225@hotmail.com
Estudios:	Técnicos	Tecnológico	X Universitarios
Otros Estudios:			

Nombre y Apellidos: Cindy Osorio Londoño			
Identificación:	1036622430	Teléfono: 3632953	Celular: 3103818475
Dirección:	Calle 2 Cra 65-8		Barrio: Mallorca
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	Cindyosorio2012@hotmail.com
Estudios:	Técnicos	Tecnológico	X Universitarios
Otros Estudios:			

Nombre y Apellidos: Santiago Gutiérrez Echavarría			
Identificación:	1152187061	Teléfono: 4227646	Celular: 3206422203
Dirección:	Calle 74 # 72ª80		Barrio: Pilarica
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	Santiago0429@hotmail.com
Estudios:	Técnicos	Tecnológico	X Universitarios
Otros Estudios:			

1. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

El Dispensador Electrónico de Comida para Mascotas lo conocimos por medio de un amigo que tiene un finca ubicada en el municipio de Girardota, uno de los propietarios de la finca es el dueño de una empresa Electrónicas VTR S.A.S dedicada a la fabricación y comercialización de productos electrónicos diseñados y proyectados para la conservación de los recursos naturales, la asepsia y el confort de los sanitarios, dentro de su portafolio de productos está el dispensador electrónico de comida para animales, pero su producción y comercialización va enfocada a productos como griferías automáticas, sensores de sanitarios, equipos de vaciado automáticos, secadores, todos relacionados con la línea sanitaria automatizados, vimos este producto interesante para aplicarle todos los conocimientos adquiridos en el proceso de estudio de la tecnología en comercio exterior y como una oportunidad de mercado viable y poco competitiva a nivel nacional e interesante para cubrir la necesidad de muchas personas que no cuentan con el tiempo suficiente para estar al pendiente de su mascota o brindar comodidad al cliente a la hora de alimentarla, la última razón es un motivo personal por el cual decidimos emprender este proyecto de Comercializar el Dispensador Electrónico de Comida para Mascotas.

2. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre de la Empresa

COMERCIALIZADORA PETS S.A.S

3.2 Descripción de la Empresa

La comercializadora Pets S.A.S. es una mediana empresa ubicada en el municipio de Girardota en la Cra 17 # 10ª36.

Es una empresa comercial, que va dirigida al público en general interesado en el cuidado de los animales.

3.3 Misión de la Empresa

La Comercializadora Pets S.A.S está dedicada a la comercialización de productos nacionales de excelente calidad para el cuidado de los animales domésticos, brindándole una mejor calidad de vida tanto al cliente como a la mascota que está a su cuidado, abasteciendo todos los canales de distribución, garantizando al cliente disponibilidad, confiabilidad y servicio oportuno.

Contamos con un talento humano calificado, promoviendo el trabajo en equipo, el desarrollo humano y empresarial como generadores de empleo.

3.4 Objetivos del Proyecto

OBJETIVO GENERAL

- Elaborar un Plan de Negocios para la comercialización nacional e internacional de Dispensadores electrónicos de comida para animales domésticos.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Elaborar un estudio de mercados mediante la utilización de fuentes primarias y secundarias que permita conocer la viabilidad comercial para la comercialización internacional de Dispensadores electrónicos de comidas para mascotas.
- Cubrir la necesidad a las personas que no tienen disponibilidad de tiempo para alimentar a sus mascotas a tiempo, por medio de un Dispensador electrónico programado con la hora y cantidad de comida requerida por su mascota.
- Facilitar el suministro de comida las mascotas a diferentes horas y cantidades medidas de una forma óptima en hogares o fincas.
- Hacer de este Plan de Negocios un proyecto rentable y una oportunidad de mercado viable con miras al exterior, para empresas nacionales dedicadas a la producción de los Dispensadores electrónicos de comida para mascotas.

3.5 Necesidad o problema que se quiere intervenir

El dispensador electrónico de comida para mascotas lo que busca es proveer un beneficio para las mascotas y para sus dueños, haciendo que la acción de darles alimentos, se convierta en una actividad más flexible, tanto para las personas que no cuentan con el tiempo suficiente para estar pendientes de su cuidado, como para las que simplemente encuentra en este producto comodidad a la hora de alimentarlas y que de paso permita que este proceso sea óptimo, garantizando al cliente que la ración y horas de comida son las adecuadas.

3.6 Relación de productos y/o servicios

Satisfacción de la necesidad del cliente de alimentar a su mascota a determinadas horas con una ración de comida adecuada a través de un Dispensador electrónico de comida para mascotas.

3.7 Justificación del Negocio

Este proyecto se realiza con el fin de establecer una idea de negocio productiva a la comunidad. Cada vez se presenta un mayor interés por parte de las instituciones de educación superior en Colombia, en propender porque sus graduados generen ideas de negocios que les permitan, como mínimo, lograr su propia solución de empleo.

A medida que se estimule la generación de nuevas ideas de negocios y se materialicen en empresas reales, su impacto económico será positivo y por consiguiente, se estimulará la creación de nuevos empleos.

A partir de estos estímulos e incentivos que brinda la Universidad hemos decidido realizar un proyecto, estableciendo una idea de negocio productiva para la comunidad.

El Dispensador electrónico de alimentos para mascotas nace con la necesidad de la comunidad debido a que las personas tienen responsabilidades tanto de trabajo, viajes, estudios entre otros; es decir, no permanecen con los animales para su respectivo cuidado como lo es la alimentación;

nuestro producto, tiene un sistema electrónico programado que dosifica las comidas, suministrando raciones exactas, de fácil acceso para diferentes tamaños de animal y de fácil programación, generando en el cliente una mayor seguridad, comodidad y flexibilidad a la hora de alimentar su mascota.

Este dispensador de concentrados para mascotas domésticas se puede tener en cualquier parte ya sea apartamento, casa finca, finca entre otros y estar seguro de su programación para la alimentación de sus mascotas domésticas.

3.8 Análisis del entorno y del sector

POLÍTICO: Los organismos como El Ministerio de Industria y Comercio, el CONPES y su Política Nacional de Productividad y Competitividad a través los diferentes planes de acción como:

- Salto en la productividad y el empleo,
- Ciencia tecnología e innovación,
- Infraestructura de logística y transporte y
- Fortalecimiento institucional de la competitividad;

Hacen de nuestro proyecto una realidad más cercana, ya que por medio de sus propuestas y enfoques incentivan a nosotros los comercializadores a enfrentar nuevos retos y buscar nuevas oportunidades de mercado.

(<https://www.dnp.gov.co/Portals/0/archivos/documentos/Subdireccion/Conpes/3527.pdf>, 2008).

ECONÓMICO: El entorno económico de nuestro país es determinante para la realización de nuestro proyecto.

La economía colombiana termina el 2012 con un ambiente que podría calificarse optimista. La economía del país ha puesto a prueba su solidez, superando de una manera exitosa el impacto de

la crisis mundial, que se da por el poco crecimiento de las principales economías del mundo y cubriendo la demanda que estos países, se creara un panorama de incertidumbre, enfrentando una demanda deprimida en los mercados internacionales, igualmente pesarán en contra nuestra, los altos costos y nuestras grandes limitaciones en materia de competitividad. A pesar de estos factores negativos, el país ha demostrado que cuenta con un sistema productivo capaz de amortiguar los choques externos que necesariamente acompañan una economía abierta. En este aspecto el comportamiento de la economía colombiana es positivo para la realización de nuestro Plan de negocios, ya que se está renovando la confianza en el país, esto se evidencia por los crecientes flujos de inversión extranjera directa, la buena dinámica de la inversión productiva, las oportunidades que nos brinda el comercio internacional y sumado el presupuesto sin precedentes a la inversión pública en 2013.

(<https://www.google.com.co/search?q=inversion+extranjera+en+colombia.>, 2012)



Tabla 2

SOCIAL: Realizar un estudio del entorno social es de gran importancia para llevar a cabo un Plan de negocios, pues a través de este podemos definir el perfil de nuestros clientes potenciales, proveedores, competidores y trabajadores y sin la intervención de estas personas no tiene sentido formular un proyecto.

Al analizar el entorno social de Argentina hemos podido concluir que comercializar los dispensadores electrónicos de comida para mascotas a este país es un negocio viable, pues según un artículo “Argentina es el país de la región con más de mascotas por habitante”, “ el 78 % de los argentinos tiene una mascota en su hogar” y sumado a esto los argentinos se caracterizan por ser amantes a las mascotas y las integran como un miembro más de la familia.

(<http://www.infobae.com/2011/09/16/605985-argentina-el-pais-la-region-mas-mascotas-habitante> , 2011)

TECNOLÓGICO: El poder tecnificar los procesos de producción y hacer más eficiente una empresa siempre va a ser un punto a favor, ha habido mucha inversión tecnológica extranjera, la cual ha permitido que los productos colombianos estén más calificados y puedan entrar a competir en el mercado exterior.

Al comercializar los dispensadores electrónicos de comida para mascotas estamos haciendo un aporte tecnológico, ya que este a través de un circuito electrónico está haciendo que la actividad de dar comida a una mascota sea óptima y eficiente.

ECOLÓGICO: Es de gran importancia tener en cuenta la cuestión de conservar el medio ambiente y hacer que los procesos productivos de las empresas no interfieran con dicha situación.

Aunque nuestro proyecto está enfocado a la comercialización de los dispensadores y no a la producción, hemos hecho una pequeña investigación acerca de cómo puede afectar la realización de nuestro producto y hemos concluido que este es amigable con el medio ambiente, ya que funciona a través de un circuito eléctrico y los materiales con los que está hecho no interfiere con la conservación del mismo.

LEGAL: El comercio exterior está regido por la DIAN a través del Estatuto Aduanero, se encarga de supervisar y sancionar cualquier inconformidad respecto a las normas tributarias y aduaneras, esta entidad interfiere de una manera positiva, todo depende del conocimiento que tengamos sobre las leyes que rigen para realizar importaciones y exportaciones o cualquier operación de tipo internacional y comercial.

EL SECTOR COMERCIAL

El sector comercial aporta elevadas utilidades a la economía nacional.

En las últimas décadas las exportaciones reportaron un crecimiento anual del 11,2 % y las importaciones un 9.6 %, lo cual indica que la economía nacional ha tenido un buen ritmo de crecimiento.

Este crecimiento se ve reflejado en la balanza comercial con exportaciones de 60.274 millones de dólares FOB a finales de 2012 y a principios de 2013 de 9.452 millones de dólares FOB, e

importaciones de 58.632 Millones de dólares FOB a finales de 2012 y en el primer trimestre de 2013 de 9.229 Millones de dólares FOB, lo cual genera una balanza comercial positiva.

Partiendo de lo anterior se podría decir que el sector al cual está dirigido nuestro producto es de gran importancia para la estabilidad de la economía del país, por sus ingresos y por incentivar a los pequeños comercializadores, buscar nuevas oportunidades de mercado en el exterior, lo cual se convierte en una ventaja para el desarrollo de nuestro Plan de negocios.

(<http://www.embajadacolombia.ca/documents/PerfilColombia.pdf>, 2011)

SECTOR COMERCIAL DE IMPORTACIONES DE ARGENTINA

Desde principios del año pasado, la problemática de las importaciones en Argentina se profundizó debido al advenimiento de un régimen, que impuso la necesidad de obtener aprobaciones para cada importación que se desea realizar.

Durante el año pasado, la secretaría de Comercio exigió a los importadores que asumieran compromisos de exportar un dólar por cada dólar que pretendían importar. Al mismo tiempo, algunos importadores comenzaron a buscar exportadores que tuvieran saldos positivos de exportación con los que pudieran firmar acuerdos que les permitieran cumplir con sus compromisos.

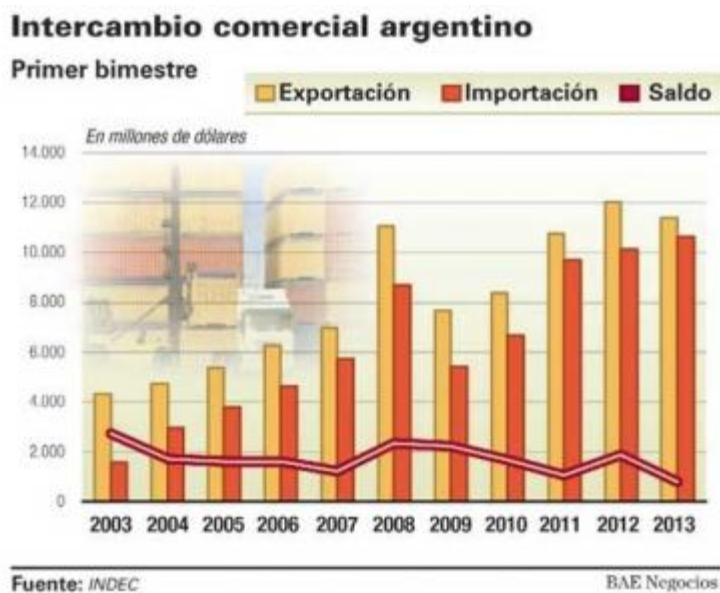


Tabla 3

SECTOR COMERCIAL DE EXPORTACIONES DE ARGENTINA

(http://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/ficha_pais_argentina.pdf, 2010)

Partiendo de lo anterior se podría decir que el sector al cual está dirigido nuestro producto es de gran importancia para la estabilidad de la economía del país, por sus ingresos y por incentivar a los pequeños comercializadores, buscar nuevas oportunidades de mercado en el exterior, lo cual se convierte en una ventaja para el desarrollo de nuestro Plan de negocios.

3.9 Conocimientos para entrar en el Negocio

Para la comercialización de dispensadores de comida para mascotas el personal que vaya a interferir en toda la cadena de compra, venta y distribución de estos deberá estar capacitado en el área de mercadeo y ventas en el sector comercial, tener conocimientos y experiencia en el comercio internacional para poder realizar negociaciones e inteligencia de mercados y estar en la capacidad de tomar decisiones administrativas para poder desarrollar los objetivos de la empresa.

4. ANALISIS DEL MERCADEO

4.1 Objetivos de Mercadeo

Objetivos a corto plazo:

- Identificar posibles proveedores que tengan un alto índice de credibilidad y confianza, contactarlos y establecer vínculos comerciales con ellos a través de evaluaciones a proveedores; en un periodo de 3 meses.
- Hacer campañas de promoción a través de internet, ferias, exposiciones y estudios, donde demos a conocer la utilidad de un dispensador electrónico de comida para mascotas.
- Elegir nuestros distribuidores, indicar un punto de venta que sea conveniente para este tipo de producto, en un periodo de 4 meses
- Lanzar al mercado nuestros novedosos dispensadores electrónicos de alimentos para mascotas teniendo los mejores precios para lograr una buena penetración en el mercado; contando para este objetivo 5 meses.
- Alcanzar un volumen de ventas que sea significativo para solventar los gastos que genera la empresa

Objetivos a Mediano plazo:

- Realizar estudios sobre los gustos de nuestros clientes para tener más diversidad de figuras y tipos de empaque de nuestros dispensadores electrónicos de alimentos para mascotas.
- Alcanzar un alto reconocimiento en el sector comercial, por medio de campañas publicitarias donde se enfoque nuestro indicador diferenciador, “dispensador de alimentos para mascotas”
- Generar una proyección de aumento en las ventas anuales desde el 2015 al 2016 de un 10% según el mercado.

Objetivos a Largo plazo:

- Aumento de nuestra producción para llegar a más lugares en el exterior, aprovechando los tratados que Colombia tiene.
- Alcanzar un desarrollo sostenible, para garantizar el éxito de la comercialización del producto en un ámbito internacional, lo que hace factible la posibilidad de agrandar nuestro mercado.

4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

El producto que se va a ofrecer al cliente es un dispensador electrónico de comida para mascotas.

Está conformado por una tolva la cual está conectada a un circuito eléctrico que se programa con la ración de comida adecuada (gr) y las diferentes horas del día en las cuales se debe suministrar la comida al animal, así el cliente va a tener la tranquilidad de que su mascota va a estar alimentada en su ausencia.

El producto debe estar ubicado en una parte cerrada ya que las condiciones climáticas como la lluvia pueden dañar el funcionamiento del dispensador por su sistema eléctrico.



4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1 El Mercado Meta

Para determinar el mercado meta se realizó una inteligencia de mercado.

Nuestro mercado meta está orientado personas interesadas en el cuidado de las mascotas, principalmente comercializarlo en las tiendas de mascotas del país de Argentina ya que es un país con un alto número de penetración de mascotas, sus habitantes tienen en promedio entre 2 y 3 mascotas por hogar y estas son tratadas como un miembro más de la familia.

4.3.2. Estudio del Mercado Consumidor

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

- Generar en el cliente la sensación de comodidad a la hora de alimentar a sus mascotas por medio del dispensador electrónico de comida para mascotas.
- Cumplir con todos los requisitos que exigen nuestros clientes, ofreciéndoles un producto de muy buena calidad, un excelente servicio
- Abarcar el mercado argentino, comercializando nuestro producto en las tiendas de mascotas de este país.

b) Medios a través de los cuales se realizó el estudio del Consumidor

El estudio de consumidor se realizó a través de investigaciones por internet e inteligencia de mercados.

Preselección de mercados:

Se seleccionaron 3 países a los cuales se pueden dirigir las exportaciones de nuestro producto los cuales son Argentina, Brasil, y Chile. Estos son países que cuentan con una afinidad cultural con Colombia, son países que manejan similitud de costumbres, en el caso de Chile y Argentina manejamos el mismo idioma. Al ser países del mismo continente se facilita el transporte de mercancías entre estos, cuentan con tratados y acuerdos comerciales que facilitan el ingreso de mercancías a los países.

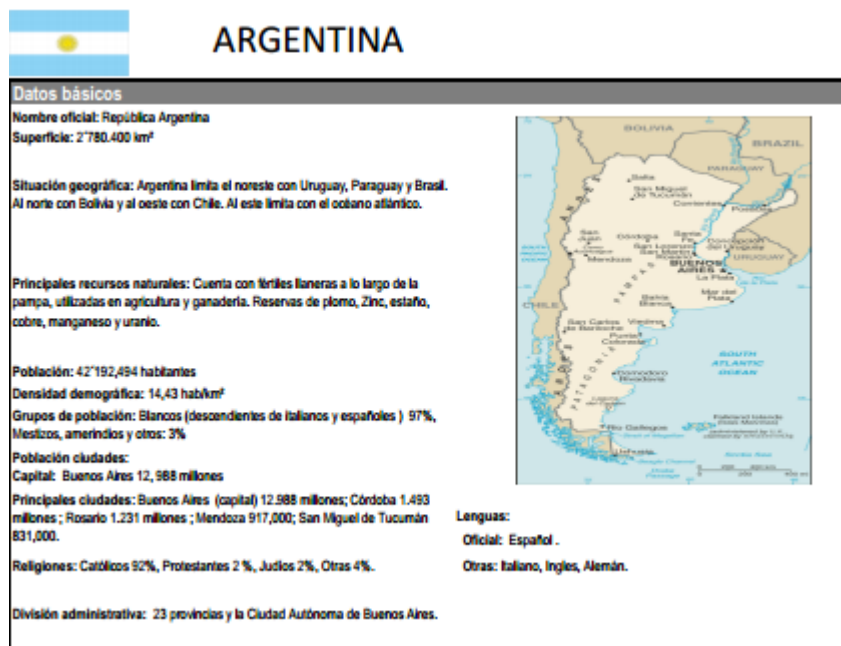
Se escoge Argentina ya que es el país donde hay mayor índice de mascotas por hogar, es un país donde la cultura adopta a las mascotas en el hogar como otro miembro de la familia, en Brasil se ve un alto índice de mascotas por hogar al igual pero el poder de adquisición de las personas de Brasil no es tan alto como las personas de Argentina, lo que apunta a que los argentinos puedan gastar más dinero en el cuidado de sus mascotas, a diferencia de Chile que posee también un alto poder adquisitivo pero no son tan interesados en el cuidado de su mascota

Se descartan Brasil y Chile sobre Argentina ya que hay mayor cantidad de Pets shops por ciudades a diferencia de los otros dos países estudiados.

c) Aplicación de la Medios

El internet nos sirvió como herramienta para investigar la viabilidad de nuestro proyecto en el país de Argentina, el siguiente link es acerca de un artículo donde demuestra con cifras estadísticas la oportunidad de mercado con respecto al número de mascotas que hay en cada hogar del país.

<http://www.infobae.com/2011/09/16/605985-argentina-el-pais-la-region-mas-mascotas-habitante>



ARGENTINA

Datos básicos
Nombre oficial: República Argentina
Superficie: 2'780.400 km²

Situación geográfica: Argentina limita el noreste con Uruguay, Paraguay y Brasil. Al norte con Bolivia y al oeste con Chile. Al este limita con el océano atlántico.

Principales recursos naturales: Cuenta con férriles llanuras a lo largo de la pampa, utilizadas en agricultura y ganadería. Reservas de plomo, Zinc, estaño, cobre, manganeso y uranio.

Población: 42'192,494 habitantes
Densidad demográfica: 14,43 hab/km²
Grupos de población: Blancos (descendientes de italianos y españoles) 97%, Mestizos, amerindios y otros: 3%

Población ciudades:
Capital: Buenos Aires 12, 988 millones
Principales ciudades: Buenos Aires (capital) 12.988 millones; Córdoba 1.493 millones; Rosario 1.231 millones; Mendoza 917,000; San Miguel de Tucumán 831,000.

Religiones: Católicos 92%, Protestantes 2 %, Judíos 2%, Otras 4%.

División administrativa: 23 provincias y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Lenguas:
Oficial: Español .
Otras: Italiano, Inglés, Alemán.



tabla 4

Indicadores sociales			
Población		Bienestar social	
Crecimiento de la población:	0,997%	Índice de desarrollo humano:	45
Estructura por edades		Puesto en ranking mundial, 160 países	
0-14 años	25,4%	Gasto público en salud/PIB: (2010)	9,5%
15-64 años	63,6%	Gasto público en educación/PIB: (2010)	4,9%
65 años o más	11,0%	Índice Gini de desigualdad:	0,379
Distribución por sexos			
Hombres :	49,3%		
Mujeres:	50,7%		
Población urbana:	92%		
Indicadores económicos			
Producción		Empleo	
PIB corriente (millones USD)	370.269	Tasa de desempleo	7,2%
PIB PPA (Miles de Millones USD)	709.700	Población ocupada por sectores	
PIB per cápita (USD)	17.400	Agricultura:	5%
		Industria	23%
		Servicios	72%
		Desempleo por géneros	
Índice de competitividad global (ranking mundial, 142 países, 2011)	85	Mujeres	10%
Crecimiento del PIB: (tasa anual)	8,00%	Hombres	8%
		Precios (2011)	
		Índice de precios al consumidor	9,89%

Tabla 5

d) Resultados del estudio de los consumidores

Población Consumidora

Tipo de consumido: Consumidor

Los criterios de compra: ofrecemos un producto que mejora la calidad de vida de las personas, al facilitarles el suministro de comida para sus mascotas, con un precio moderado para adquirirlo y prestar un muy buen servicio a través de su uso.

El perfil del consumidor: como cliente principal de nuestra comercializadora son las tiendas de mascotas ubicadas en la ciudad de Mendoza en Argentina, ya que es la ciudad donde hay mayor penetración de mascotas por hogar, esta ciudad está ubicada geográficamente en la región en el oeste de Argentina.

El consumidor final que serían los dueños de las mascotas o las personas que están al cuidado de estas deben tener características como una fuerte tendencia a la humanización de las mascotas, integrándolas como un integrante más de la familia, cuidarlas y brindarles el mejor trato y calidad de vida por ser los acompañantes fieles en la vida de sus dueños.

Determinación de la Demanda

La demanda la determinaremos a partir del número de habitantes que hay en Argentina con respecto al porcentaje de personas que tienen mascotas en sus hogares, este último dato es sacado del artículo mencionado anteriormente, “Argentina el país de la región con más mascotas por habitante”.

Argentina tiene 42´192,494 habitantes

El 78% de los habitantes de Argentina tienen mascotas en su hogar.

Lo cual indica que pretendemos llevar nuestro producto a los 32.910.145 habitantes del país de Argentina.

4.4 El Mercado Proveedor

4.4.1 Proveedores

Electrónicas VTR S.A.S poner el logo

4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

Las variables que pretendemos estudiar de los futuros proveedores son:

- Precio
- Calidad
- Confiabilidad
- Eficiencia con respecto a la funcionabilidad del producto

b) Medios a través de los cuales se realizó el estudio del mercado proveedor

El medio por el cual llegamos a nuestro proveedor fue a través de un amigo Johnny Chacón, este es el sobrino de Guillermo Chacón el dueño de Electrónicas VTR S.A.S, quienes son los productores de los Dispensadores electrónicos de alimento para mascotas.

4.5 El Mercado Competidor

4.5.1 Competidores

4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

- La tecnología
- La capacidad de producción
- La imagen del producto
- Precio
- Sistema de comunicación y
- Servicio al cliente

Son variables claves de nuestros competidores para ser estudiadas y tener en cuenta en el momento de la realización del Plan de negocios.

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

Nuestra estrategia implementada en la mayoría de los estudios realizados y la cual nos ha brindado una información importante y veraz es la internet, a través de esta pudimos encontrar un número significativo de competidores en el exterior

c) Resultados del Estudio de la Competencia

COMPETIDOR	PRECIO	UBICACIÓN	TIEMPO DE ENTREGA	FORMA DE PAGO
Shenzhen Pet want Pet Products Co, Ltd	USD 150	China	55 dentro de días de trabajo.	L/C,T/T, Western Union, MoneyGram, Paypal, ESROW
Soleil China ltd	USD 200	China	45 días después de la confirmación de la orden	L/C,T/T
Shenzhen Ameixin Co, Ltd	USD 175	China	12 días después de confirmado con la muestra	L/C,T/T, Western Union, MoneyGram

Tabla 6

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1 Distribución indirecta a través de las tiendas de mascotas

Dirigiremos nuestro producto principalmente a las tiendas de mascotas ubicadas en las principales ciudades del país de Argentina en donde hay mayor volumen de compra sobre nuestro producto, también nos dirigiremos a algunos almacenes agropecuarios y almacenes de cadena donde pueden distribuir nuestro producto y hacérselo llegar al cliente final, distribuiremos nuestro producto a tiendas del país como :

Tienda de mascotas Pilpil Lihue - Rio de Janeiro 441 Ciudad de Buenos Aires



Centro Pet shop avenida córdoba 1475 buenos aires argentina



Neo zoo tienda de mascotas y hospital veterinario



Tienda De Mascotas Mis Amores Av. Vergara 1340



4.6.2 Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)

a) Nuestro producto se va a vender a distribuidores mayoristas y minoristas los cuales van a comercializar nuestro producto. Se hizo un estudio de las principales pet shops, almacenes agropecuarios y almacenes de cadena donde se puede vender el producto, se investigó el precio de venta del producto el cual tiene un rango entre 150.000 \$ colombianos y 520.000 \$ colombianos equivalentes a 419,00 \$ argentinos y 1550.00 \$ argentinos, se va a promocionar nuestro producto como un producto innovador, nuestros distribuidores manejaran toda la información respectiva y todos los servicios de información y garantía sobre nuestro producto satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado distribuidor

Se consultó por medio vía internet los diferentes distribuidores para llegar con facilidad al consumidor final, a través de correo electrónico hicimos contacto con las Pet Shops y empresas distribuidoras de nuestro producto en Argentina.

c) Aplicación de la Medios

Para realizar estos estudios se recurrió a medios tecnológicos como las páginas web de nuestros distribuidores, páginas web de almacenes y sitios donde se venda el producto, se investigó por medio de cotizaciones hechas por correo electrónico enviado a los distribuidores

d) Resultados del Estudio del mercado Distribuidor

PETS SHOPS	DIRECCION	PRECIO
Pilpil Lihue	Rio de Janeiro 441 Ciudad de Buenos Aires	\$ 599,99
Mis Amores	Av. Vergara 1340	\$ 246,00
Neo zoo tienda de mascotas y hospital veterinario	Calle Mariano Fragueiro 1980, 5001, Córdoba	\$ 1.550,00
Centro Pet shop avenida córdoba 1475 buenos aires argentina	Avenida Córdoba 1475 Buenos Aires, Argentina	\$ 799,99

Tabla 7

4.6.3 Manejo de Inventarios

TEORIA DE INVENTARIOS

Al no tener determinado en número de ventas de mensuales y tomando como referencia el tamaño del mercado al cual va dirigido nuestro producto, la comercializadora tiene como plan de distribución, la exportación de 300 Dispensadores electrónicos de comida para mascotas, con un stock en la empresa de 100 unidades del producto.

4.6.4 Comunicación

1. Dispensador electrónico para comida de mascotas
2. PETS S.A.S.



4.6.5 Actividades de promoción y divulgación

Nuestro producto se va a promocionar en ferias, se va a hacer publicidad en los puntos de ventas, se crearan stands llamativos, publicidad por internet, se van a hacer promociones con otros productos suplementarios como la comida del perro que se usa en el producto.

4.7 Precios de los Productos

4.7.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos

- El precio de la competencia
- Valor agregado (calidad)
- Costos de distribución física nacional
- Precio final de termino de negociación

4.7.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

Costos unitarios de los componentes del Producto				
COMPONENTE	COSTOS UNITARIOS	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR TOTAL
Dispensador electrónico de comida para mascotas	\$ 250.000	1	Unidad	\$ 250.000
Transporte Nacional	\$ 400	1	1	\$ 400
Total costo variable unitario del producto				\$ 250.400

Tabla 8

4.7.3 Los Precios de los Productos propuestos

El precio que nosotros le dimos al producto se basa por precios de la competencia, por el valor agregado que se le da en cuanto a calidad.

PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO NETO	PRECIO DE VENTA	MARGEN DE CONTRIBUCION
Dispensador electrónico de comida para mascotas	Unidad	\$ 250.000	\$ 350.000	71 %

Tabla 9

4.8. Costos asociados a las Actividades de Comercialización

ACTIVIDADES	COSTO	TIEMPO	PERSONAL
PROFESIONAL EN NEGOCIOS INTERNACIONALES	\$ 1.500.000	Mensual	1
PROFESIONAL EN PUBLICIDAD Y MERCADEO	\$ 1.500.000	Mensual	1
TRANSPORTE NACIONAL	\$ 120.000	Mensual	1

Tabla 10

4.8 Riesgos y Oportunidades del mercado

Se realizó este estudio a través de la matriz DOFA

ANALISIS: DOFA

DEBILIDADES:

- fallas técnicas del producto ya que no tenemos el personal capacitado para la solución de dicho problema.
- Exceso de inventario.

FORTALEZAS:

- Por medio de los distribuidores se ofrece un buen nivel de servicio al cliente final.
- La empresa tiene contrato fijo con los proveedores y así obtenemos una seguridad fija de venta.

- Sería un proyecto generador de empleo.

OPORTUNIDADES:

- Incursionar en nuevos mercados.
- Dar a conocer a las personas que el dispensador electrónico de comida para mascotas es un producto innovador para así entrar fuertemente en el mercado.

AMENAZAS:

- Falta y errores en las entregas del producto.
- La competencia sería una grande amenaza ya que tienen un fuerte posicionamiento en el mercado meta.
- La creación de empresas productoras nacionales de nuestro producto.

4.9 Plan de ventas

- Saber aprovechar la oportunidad que nos ofrece el mercado para la satisfacción de los clientes.
- Incursionar dentro del mercado meta con un producto innovador y de buena calidad, para obtener los niveles de venta esperados.

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

5.1 Objetivos de comercialización

- Estipular los tiempos de tránsito, para que la mercancía llegue en los tiempos deseados.
- Mantener los buenos procesos de distribución del producto.
- Lograr que el producto llegue al consumidor final, en condiciones óptimas, en el tiempo estipulado y cumpliendo con todos los requisitos de nuestro cliente.

5.2 Descripción del proceso de producción

ACTIVIDAD	DESCRIPCION	TIEMPO	RECURSOS MATERIALES	RECURSOS HUMANOS
Selección del cliente	Preselección y selección del mejor cliente por medio de inteligencia de mercados	2 días	Web E-mail Teléfono	Profesional en Negocios Internacionales
Cotización	Determinar el término de negociación, condiciones de pago, precio del producto y cantidades, puerto de embarque y destino.	3 días	E-mail	Profesional en Negocios Internacionales
Transporte interno	Tránsito de la mercancía desde la ciudad de origen hasta el puerto de salida	1 día	Contratación de transporte, camión	Profesional en Negocios Internacionales

Tabla 11

5.3 Capacidad de comercialización

PRODUCTO	UNIDADES	EVALUACION
Dispensador electrónico de comida para mascotas	300	Mensual

Tabla 12

5.4 Plan de Producción

PROCESO	TIEMPO
Compra de los Dispensadores electrónicos de comida para mascotas	2 Días
Pedido por parte del cliente	1 Día
Preparación de la mercancía	1 Día
Despacho de la mercancía	2 Día

Tabla 13

TIEMPO TOTAL DE DISTRIBUCION: 6 Días.

5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1. Locaciones

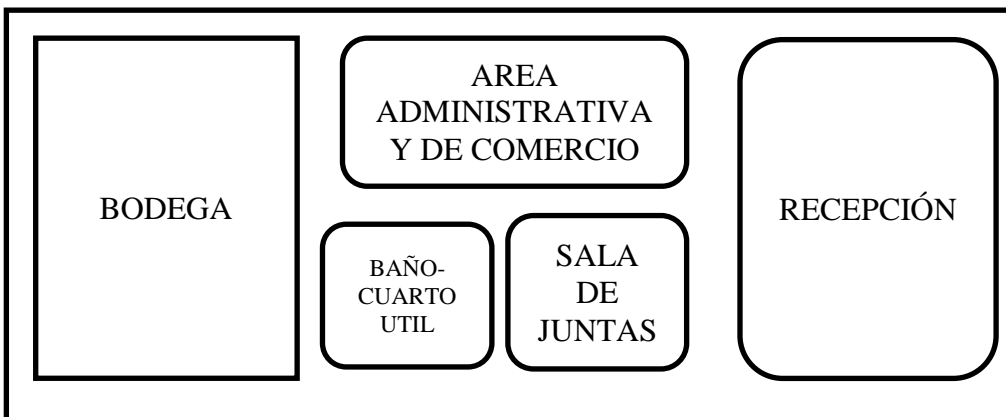
El local en el cual vamos a desarrollar nuestra actividad es arrendado

Está ubicado en el Municipio de Girardota

Dirección: Cra 17 # 10ª36

Valor: 3.500.000

DISTRIBUCION DEL LOCAL



5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

CANTIDAD	EQUIPOS	PROVEEDOR	VALOR UNITARIO	VALOR
1	Computador	Hp.net local 101 C.C Monterrey	\$ 1'600.000	\$ 1'600.000
1	Impresora	Hp.net local 101 C.C Monterrey	\$ 400.00	\$ 400.000
1	Escritorio	Homecenter	\$ 250.000	\$ 250.000
1	Silla ergonómica	Homecenter	\$ 100.000	\$ 100.000
2	Silla visitante	Homecenter	\$ 50.000	\$ 100.000
1	Archivador cajonera	Homecenter	\$ 80.000	\$ 80.000
1	Montacargas	Mercado Libre	\$ 550.000	\$ 550.000
3	Estanterías metálicas	Mercado Libre	\$ 80.000	\$ 240.000
TOTAL				\$ 3'220.000

Tabla 14

5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos.

PRODUCTO	PROVEEDOR	PRECIO
Dispensador electrónico de comida para mascotas	Electrónicas VTR S.A.S	\$ 350.000

Tabla 15

5.5.4 Requerimientos de servicios.

SERVICIOS	PRECIO	TIEMPO
Luz	\$ 75.000	Mensual
Agua	\$ 180.000	Mensual
Teléfono	\$ 65.000	Mensual
Internet	\$ 70.000	Mensual

TOTAL: \$ 390.000

Tabla 16

5.5.5 Requerimientos de personal.

Negociador internacional:

Perfil: Persona capacitada para realizar la comercialización de los Dispensadores electrónicos de alimento para animales, encargada de la DFI de los procesos de internacionalización y los trámites legales que conlleva dichos procesos, maneje las herramientas que el medio nos brinda para contactar clientes y proveedores en el exterior.

Obligaciones: se debe encargar de todas las operaciones de comercio exterior, generando el mejor margen de rentabilidad para la empresa y confiabilidad para nuestros clientes.

SALARIO		1.500.000
SEGURIDAD SOCIAL		
EPS	8.5%	127.500
Pensiones	12%	180.000
ARP	0.52%	7800
<u>Subtotal seguridad social</u>		315.300
PRESTACIONES SOCIALES		
Subsidio de transporte		70.500
Prima	8.33%	130.823
Cesantías	8.33%	130.823
Intereses sobre cesantías	1%	1.308
<u>Subtotal prestaciones sociales</u>		333.454
APORTES PARAFISCALES		
CCF	4%	60.000
ICBF	3%	45.000
SENA	2%	30.000
<u>Subtotal aportes parafiscales</u>	9%	135.000
TOTAL		2'283.753

Tabla 17

Operador de montacargas

Perfil: Persona capacitada para manipular la montacargas

Obligaciones: debe transportar los productos desde las estanterías de la bodega hasta el camión de reparto.

SALARIO		700.000
SEGURIDAD SOCIAL		
EPS	8.5%	59.500
Pensiones	12%	84.000
ARP	0.52%	3.640
<u>Subtotal seguridad social</u>		147.140
PRESTACIONES SOCIALES		
Subsidio de transporte		70.500
Prima	8.33%	64.183
Cesantías	8.33%	64.183
Intereses sobre cesantías	1%	642
<u>Subtotal prestaciones sociales</u>		199.508
APORTES PARAFISCALES		
CCF	4%	28.000
ICBF	3%	21.000
SENA	2%	14.000
<u>Subtotal aportes parafiscales</u>	9%	63.000
TOTAL		\$1'109.648

Tabla 18

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

GERENCIA:

- Representación legal de la empresa.
- Dirigir y supervisar el buen funcionamiento de las diferentes áreas de la empresa
- tomar las decisiones administrativas.

CONTABILIDAD:

- Llevar todo los soportes de los registros de todos los movimientos contables de la empresa
- Este proceso se le hará un seguimiento mensual con el fin de verificar rentabilidad de la empresa.
- La contabilidad de la empresa se hará por medio de un tercero.

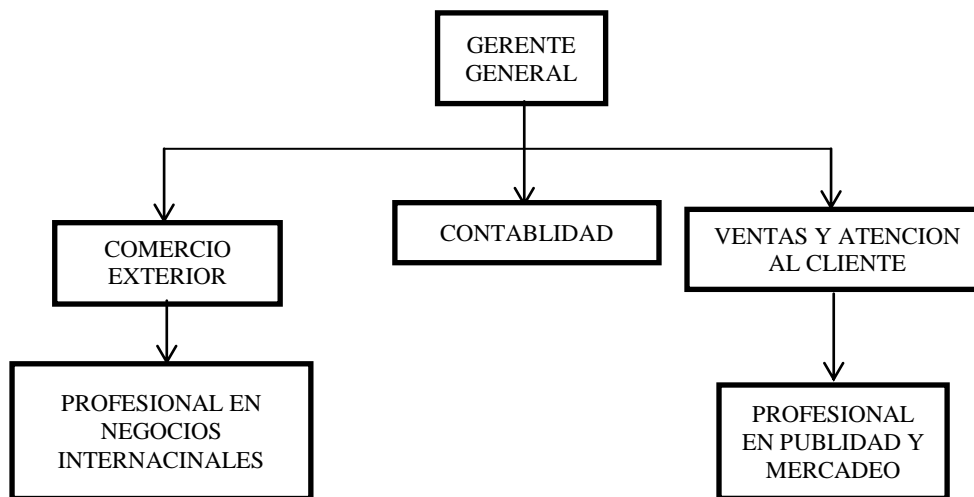
ÁREA DE MERCADEO Y PUBLICIDAD

- El personal de esta área está encargado de realizar investigaciones de mercado, con el fin de expandir el mercado.
- Deberán cumplir con los objetivos trazados a corto plazo con respecto a las ventas.

- Hacer de la publicidad y un buen servicio al cliente elementos fundamentales para incrementar las ventas y la satisfacción de nuestros clientes.

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Organigrama



Grafica 1

6.2.2 Descripción funcional de la Organización

GERENTE GENERAL

- **ADMINISTRADOR DE EMPRESAS:** Es el encargado del funcionamiento de todos los procesos de la empresa, para que la rentabilidad sea lo esperado; también se encarga de la toma de decisiones y obligaciones que tenga la empresa.

COMERCIO EXTERIOR: está conformada por:

- **PROFESIONAL EN NEGOCIOS INTERNACIONALES:** es el encargado de las de los procesos de exportación de los dispensadores electrónicos de comida para mascotas, de los trámites legales del proceso de exportación, de la distribución física internacional,

la búsqueda de clientes y el manejo y despacho de la mercancía. Encargado también de la venta del producto teniendo en cuenta la parte legal de esta.

- **CONTABILIDAD:** es el encargado de toda el área contable de la empresa, de pago de nóminas y de todas las anomalías contables.
- **VENTAS Y ATENCION AL CLIENTE:** está conformada por:

PROFESIONAL EN MERCADEO Y PUBLICIDAD: es el encargado de que el cliente se sienta satisfecho con un buen servicio y una buena presentación del producto. Se encarga de hacer un excelente estudio de mercados y hacer una buena comunicación con los clientes.

Es el encargado de la toda la parte de publicitar y promocionar tanto del producto como de la empresa enfocándose en una buena presentación del producto.

6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1 Locaciones

La Información de este Punto del proyecto esta incluida en las locaciones de distribución.

6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

CANTIDAD	EQUIPOS	PROVEEDOR	VALOR UNITARIO	VALOR
2	Computador	Hp.net local 101 C.C Monterrey	\$ 1'600.000	\$ 3'200.000
2	Impresora	Hp.net local 101 C.C Monterrey	\$ 400.00	\$ 800.000
2	Escritorio	Homecenter	\$ 250.000	\$ 500.000
2	Silla ergonómica	Homecenter	\$ 100.000	\$ 200.000
4	Silla visitante	Homecenter	\$ 50.000	\$ 200.000
2	Archivador cajonera	Homecenter	\$ 80.000	\$ 160.000

2	Teléfonos	Éxito	\$ 70.000	\$ 140.000
TOTAL				\$ 5'200.000

Tabla 19

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

CANTIDAD	MATERIAL DE OFICINA	PROVEEDOR	VALOR UNITARIO	VALOR
1	Resma de papel	Éxito	\$7.500	\$ 7.500
2	Caja de lapiceros x 4 lapiceros	Éxito	\$ 2.200	\$ 4.400
1	Grapadora y ganchos	Exito	\$ 40.000	\$40.000
1	Escoba	Exito	\$ 10.000	\$ 10.000
1	Trapeadora	Exito	\$ 10.000	\$ 10.000
1	Balde	Exito	\$ 8.000	\$ 8.000
1	Jabón FAB	Exito	\$ 5.000	\$ 5.000
1	Jabón antibacterial	Exito	\$ 16.000	\$16.000
1	Paca de papel higiénico	Exito	\$ 16.000	\$ 16.000
1	Toalla de manos	Exito	\$ 15.000	\$ 15.000
4	Basurera	Exito	\$ 18.000	\$ 72.000
1	paquete de vasos desechables	Éxito	\$ 2.000	\$ 2.000
1	Libra de café instantáneo	Éxito	\$ 5.000	\$ 5.000
1	juego de vasos de vidrio	Éxito	\$ 18.000	\$ 18.000
TOTAL				\$ 228.900

Tabla 20

6.3.4 Requerimiento de servicios

EMPLEADOS	TIEMPO	COSTO
Vigilancia	Mensual	600.000
Servicios varios	Mensual	600.000
Total		1.200.000

Tabla 21

6.3.5 Requerimientos de personal

Gerente General:

Debe ser una persona con la capacidad de tomar decisiones y dirigir una empresa, Administrado de Empresas.

Las funciones del Gerente de la empresa es representarla ante terceros, direccionarla hacia el cumplimiento de la meta y vigilar el buen funcionamiento de cada una de las áreas.

SALARIO		3'000.000
SEGURIDAD SOCIAL		
EPS	8.5%	255.000
Pensiones	12%	360.000
ARP	0.52%	15.600
<u>Subtotal seguridad social</u>		630.600
PRESTACIONES		

SOCIALES		
Subsidio de transporte		70.500
Prima	8.33%	255.773
Cesantías	8.33%	255.773
Intereses sobre cesantías	1%	2.558
Subtotal prestaciones		
sociales		584.604
APORTES		
PARAFISCALES		
CCF	4%	120.000
ICBF	3%	90.000
SENA	2%	60.000
Subtotal aportes		
parafiscales	9%	270.000
TOTAL		4'485.204

Tabla 22

Contador Público:

Persona visionaria capaz de crear estrategias anteponiéndose a los posibles sucesos de crisis dentro de una empresa u organización, donde la toma de decisiones es vital para llegar al éxito, desempeñar distintas responsabilidades en áreas económico-administrativas.

SALARIO		1.500.000
SEGURIDAD SOCIAL		
EPS	8.5%	127.500
Pensiones	12%	180.000
ARP	0.52%	7800
Subtotal seguridad social		315.300
PRESTACIONES		

SOCIALES		
Subsidio de transporte		70.500
Prima	8.33%	130.823
Cesantías	8.33%	130.823
Intereses sobre cesantías	1%	1.308
Subtotal prestaciones sociales		333.453
APORTES PARAFISCALES		
CCF	4%	60.000
ICBF	3%	45.000
SENA	2%	30.000
Subtotal aportes parafiscales		135.000
TOTAL		2'283.753

Tabla 23

Profesional en Publicidad y Mercadeo:

Debe ser estratega, creativo gráfico y visual. Diseñador de las investigaciones publicitarias y el conductor de la transformación de las propuestas de campañas en piezas finales para su divulgación.

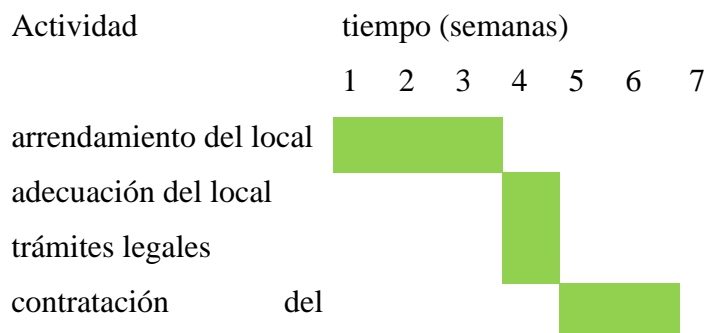
Debe tener una sólida preparación en las nuevas tecnologías y sistemas de organización social, profesional idóneo para satisfacer las necesidades de los enunciadores y consumidores, creativo estratégico formado en las áreas de publicidad, marketing, diseño, administración, investigación y producción audiovisual.

SALARIO		1.500.000
SEGURIDAD SOCIAL		
EPS	8.5%	127.500

Pensiones	12%	180.000
ARP	0.52%	7800
<u>Subtotal seguridad social</u>		315.300
PRESTACIONES SOCIALES		
Subsidio de transporte		70.500
Prima	8.33%	130.823
Cesantías	8.33%	130.823
Intereses sobre cesantías	1%	1.308
<u>Subtotal prestaciones sociales</u>		333.453
APORTES PARAFISCALES		
CCF	4%	60.000
ICBF	3%	45.000
SENA	2%	30.000
<u>Subtotal aportes parafiscales</u>	9%	135.000
TOTAL		2'283.753

Tabla 24

6.4 Programa de administración



personal

manejo de proveedores

manejo financiero

Tabla 25

7. ASPECTOS LEGALES



7.1 Tipo de Organización empresarial

S.A.S. (Sociedad por Acciones Simplificada), nos facilita estipular las normas que van a regir el funcionamiento de la empresa. Este tipo de sociedad nos provee beneficios como:

- Se constituye bajo documento privado, ahorrándonos tiempo y dinero.
- No exige número de accionistas determinado.
- Desaparece la responsabilidad laboral y tributaria que recae sobre los socios de las sociedades limitadas.
- No es necesario que el Representante legal tenga un suplente, reduciéndonos costos.
- Por regla general no exige revisor fiscal.

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

TRAMITE	ENTIDAD	PRECIO(\$)	DURACION
Consulta del Nombre y código CIIU	A través del RUE por internet	N/A	N/A
Minuta de constitución de la empresa	Privada por los mismos socios	0	1 día
Formulario de matrícula mercantil	Cámara de comercio	de 4.000	1 día
RUT y NIT	DIAN	0	1 día
Registro mercantil	Cámara de comercio	de 254.300	1 día
Solicitud de Registro de libros comerciales	Cámara de comercio	de 20.000	1 día

Total costo: 278.300

Tabla 26

8. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 Estructura Financiera del proyecto

8.1.1 Recursos Propios

NOMBRE DE SOCIOS	VALOR APORTE Y/O DONACIONES
Juana paula Gómez toro	\$ 2.932.766
Cindy Osorio Londoño	\$ 2.932.766
Santiago Gutiérrez	\$ 2.932.766

Tabla 27

8.1.2. Créditos y Préstamos Bancarios

Entidad Financiera	BBVA
Fecha de desembolso	Febrero 2 de 2014
Destinación	Creación de la Comercializadora Pets S.A.S.
Valor del préstamo	\$ 93.868.897,95
Plazo años	5
Plazo meses	60
Tasa de Interés	2.19%

Tabla 28

Tabla de amortización Préstamo mensual

Periodo	Cuota Préstamo	Intereses	Capital	Saldo
---------	----------------	-----------	---------	-------

0				\$ 93,868,898
1	\$ 3,620,210	\$ 2,055,728.87	\$ 1,564,482	\$ 92,304,416
2	\$ 3,585,948	\$ 2,021,466.72	\$ 1,564,482	\$ 90,739,935
3	\$ 3,551,686	\$ 1,987,204.57	\$ 1,564,482	\$ 89,175,453
4	\$ 3,517,424	\$ 1,952,942.42	\$ 1,564,482	\$ 87,610,971
5	\$ 3,483,162	\$ 1,918,680.27	\$ 1,564,482	\$ 86,046,490
6	\$ 3,448,900	\$ 1,884,418.13	\$ 1,564,482	\$ 84,482,008
7	\$ 3,414,638	\$ 1,850,155.98	\$ 1,564,482	\$ 82,917,527
8	\$ 3,380,375	\$ 1,815,893.83	\$ 1,564,482	\$ 81,353,045
9	\$ 3,346,113	\$ 1,781,631.68	\$ 1,564,482	\$ 79,788,563
10	\$ 3,311,851	\$ 1,747,369.54	\$ 1,564,482	\$ 78,224,082
11	\$ 3,277,589	\$ 1,713,107.39	\$ 1,564,482	\$ 76,659,600
12	\$ 3,243,327	\$ 1,678,845.24	\$ 1,564,482	\$ 75,095,118
13	\$ 3,209,065	\$ 1,644,583.09	\$ 1,564,482	\$ 73,530,637
14	\$ 3,174,803	\$ 1,610,320.94	\$ 1,564,482	\$ 71,966,155
15	\$ 3,140,540	\$ 1,576,058.80	\$ 1,564,482	\$ 70,401,673
16	\$ 3,106,278	\$ 1,541,796.65	\$ 1,564,482	\$ 68,837,192
17	\$ 3,072,016	\$ 1,507,534.50	\$ 1,564,482	\$ 67,272,710
18	\$ 3,037,754	\$ 1,473,272.35	\$ 1,564,482	\$ 65,708,229
19	\$ 3,003,492	\$ 1,439,010.21	\$ 1,564,482	\$ 64,143,747
20	\$ 2,969,230	\$ 1,404,748.06	\$ 1,564,482	\$ 62,579,265
21	\$ 2,934,968	\$ 1,370,485.91	\$ 1,564,482	\$ 61,014,784
22	\$ 2,900,705	\$ 1,336,223.76	\$ 1,564,482	\$ 59,450,302

23	\$ 2,866,443	\$ 1,301,961.61	\$ 1,564,482	\$ 57,885,820
24	\$ 2,832,181	\$ 1,267,699.47	\$ 1,564,482	\$ 56,321,339
25	\$ 2,797,919	\$ 1,233,437.32	\$ 1,564,482	\$ 54,756,857
26	\$ 2,763,657	\$ 1,199,175.17	\$ 1,564,482	\$ 53,192,376
27	\$ 2,729,395	\$ 1,164,913.02	\$ 1,564,482	\$ 51,627,894
28	\$ 2,695,133	\$ 1,130,650.88	\$ 1,564,482	\$ 50,063,412
29	\$ 2,660,870	\$ 1,096,388.73	\$ 1,564,482	\$ 48,498,931
30	\$ 2,626,608	\$ 1,062,126.58	\$ 1,564,482	\$ 46,934,449
31	\$ 2,592,346	\$ 1,027,864.43	\$ 1,564,482	\$ 45,369,967
32	\$ 2,558,084	\$ 993,602.28	\$ 1,564,482	\$ 43,805,486
33	\$ 2,523,822	\$ 959,340.14	\$ 1,564,482	\$ 42,241,004
34	\$ 2,489,560	\$ 925,077.99	\$ 1,564,482	\$ 40,676,522
35	\$ 2,455,297	\$ 890,815.84	\$ 1,564,482	\$ 39,112,041
36	\$ 2,421,035	\$ 856,553.69	\$ 1,564,482	\$ 37,547,559
37	\$ 2,386,773	\$ 822,291.55	\$ 1,564,482	\$ 35,983,078
38	\$ 2,352,511	\$ 788,029.40	\$ 1,564,482	\$ 34,418,596
39	\$ 2,318,249	\$ 753,767.25	\$ 1,564,482	\$ 32,854,114
40	\$ 2,283,987	\$ 719,505.10	\$ 1,564,482	\$ 31,289,633
41	\$ 2,249,725	\$ 685,242.96	\$ 1,564,482	\$ 29,725,151
42	\$ 2,215,462	\$ 650,980.81	\$ 1,564,482	\$ 28,160,669
43	\$ 2,181,200	\$ 616,718.66	\$ 1,564,482	\$ 26,596,188
44	\$ 2,146,938	\$ 582,456.51	\$ 1,564,482	\$ 25,031,706
45	\$ 2,112,676	\$ 548,194.36	\$ 1,564,482	\$ 23,467,224

46	\$ 2,078,414	\$ 513,932.22	\$ 1,564,482	\$ 21,902,743
47	\$ 2,044,152	\$ 479,670.07	\$ 1,564,482	\$ 20,338,261
48	\$ 2,009,890	\$ 445,407.92	\$ 1,564,482	\$ 18,773,780
49	\$ 1,975,627	\$ 411,145.77	\$ 1,564,482	\$ 17,209,298
50	\$ 1,941,365	\$ 376,883.63	\$ 1,564,482	\$ 15,644,816
51	\$ 1,907,103	\$ 342,621.48	\$ 1,564,482	\$ 14,080,335
52	\$ 1,872,841	\$ 308,359.33	\$ 1,564,482	\$ 12,515,853
53	\$ 1,838,579	\$ 274,097.18	\$ 1,564,482	\$ 10,951,371
54	\$ 1,804,317	\$ 239,835.03	\$ 1,564,482	\$ 9,386,890
55	\$ 1,770,055	\$ 205,572.89	\$ 1,564,482	\$ 7,822,408
56	\$ 1,735,792	\$ 171,310.74	\$ 1,564,482	\$ 6,257,927
57	\$ 1,701,530	\$ 137,048.59	\$ 1,564,482	\$ 4,693,445
58	\$ 1,667,268	\$ 102,786.44	\$ 1,564,482	\$ 3,128,963
59	\$ 1,633,006	\$ 68,524.30	\$ 1,564,482	\$ 1,564,482
60	\$ 1,598,744	\$ 34,262.15	\$ 1,564,482	\$ 0

Tabla 29

8.2. Ingresos y Egresos

8.1.2 Ingresos

8.1.2.1 Ingresos Propios del Negocio.

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO MENSUAL		
Ventas	Participación del total de ventas	
dispensador		

electrónico de comida para mascotas	105.000.000 \$	100%
ventas totales	105.000.000 \$	100%

Tabla 30

8.1.3 Egresos

8.1.3.1 Inversiones

Activos Fijos Exigibles (Vida Util)	Valor	Depreciación Mensual	Activos Fijos Disponibles	Valor
Terrenos	\$ 0,0	\$ 0,0	Terrenos	\$ 0,0
Edificios (20 años)	\$ 0,0	\$ 0,0	Edificios	\$ 0,0
Equipos (5 años)	\$ 0,0	\$ 0,0	Equipos	\$ 0,0
Equipos de Informatica y Comunicaciones (3 años)	\$ 6.140.000,0	\$ 170.555,6	Equipos de Informatica y Comunicaciones	\$ 6.140.000,0
Maquinaria (5años)	\$ 550.000,0	\$ 9.166,7	Maquinaria	\$ 550.000,0
Herramienta (5 años)			Herramienta	\$ 0,0
Muebles y Enseres (10 años)	\$ 1.830.000,0	\$ 15.250,0	Muebles y Enseres	\$ 1.830.000,0
Vehiculos (5 años)	\$ 0,0	\$ 0,0	Vehiculos	\$ 0,0

Tabla Gastos Preoperativos

Gastos Preoperativos				
Gastos Preoperativos Exigibles	Valor	Amortización	Gastos Preoperativos Disponibles	Valor
Constitución y registro	\$ 278.300,0	\$ 4.638,3	Constitución y registro	\$ 278.300,0
Diseño organizacional	\$ 0,0	\$ 0,0	Diseño organizacional	\$ 0,0
Presentación y Promoción	\$ 0,0	\$ 0,0	Presentación y Promoción	\$ 0,0
Estudios financieros	\$ 0,0	\$ 0,0	Estudios financieros	\$ 0,0
Investigación y estudios	\$ 0,0	\$ 0,0	Investigación y estudios	\$ 0,0
Salarios	\$ 0,0	\$ 0,0	Salarios	\$ 0,0
Costos financieros	\$ 0,0	\$ 0,0	Costos financieros	\$ 0,0
Viaje y representación	\$ 0,0	\$ 0,0	Viaje y representación	\$ 0,0
Costos de Capacitación	\$ 0,0	\$ 0,0	Costos de Capacitación	\$ 0,0
Honorarios de Asesores	\$ 0,0	\$ 0,0	Honorarios de Asesores	\$ 0,0
Publicidad y Promoción	\$ 0,0	\$ 0,0	Publicidad y Promoción	\$ 0,0
Puesta en Marcha	\$ 0,0	\$ 0,0	Puesta en Marcha	\$ 0,0
Otros (Especificar)	\$ 0,0	\$ 0,0	Otros Gastos	\$ 0,0
Adecuaciones Locativas	\$ 0,0	\$ 0,0		\$ 0,0
Gastos de Registro	\$ 0,0	\$ 0,0		\$ 0,0
Certificados de salud y Bomberos	\$ 0,0	\$ 0,0		\$ 0,0
	\$ 0,0	\$ 0,0		\$ 0,0
Total Gasto Preoperativos Exigibles	\$ 278.300,0		Total Gasto Preoperativos Disponible	\$ 278.300,0
Toatal Amortización Mensual		\$ 4.638,3		

Tabla 31

8.1.3.2 Costos

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total
DISPENSADOR ELECTRONICO	\$ 250.000,00	1,00	Unidades	\$ 250.000
TRANSPORTE NACIONAL	\$ 400,00	1,00	Unidades	\$ 400
TOTAL COSTOS VARIABLES DEL PRODUCTO				\$ 250.400

Tabla 32

RESUMEN COSTOS		
Cuenta	Valor	Participación
Total Costos Variables	\$ 75.120.000,3	80,26%
Total Costos fijos de producción	\$ 8.483.402,0	9,06%

Total Costos fijos de administración	\$ 7.704.242,7	8,23%
Total Costos fijos de Comercialización y Ventas	\$ 2.283.753,0	2,44%
Costos Totales	\$ 93.591.398,0	100,00%

Tabla 33

8.1.3.3 Gastos

Gastos Administrativos y legales

Gastos de administración

	\$ 6.000.000
	\$ 3.052.710
	\$ 228.900
	\$ 6.000
	\$ 928.761
	\$10.216.371
COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES	

Salarios	\$ 4.500.000
Prestaciones Sociales	\$ 2.268.957
Papelería	\$ 228.900
Mantenimiento (Equipos de Oficina)	\$ 6.000
Imprevistos	\$ 700.386
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 7.704.243

Tabla 35

Tabla gastos distribución y ventas

COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS
--

Publicidad y Mercadeo	\$ 2.283.753
-----------------------	--------------

8.2.2.4 gastos financieros

Gastos y costos financieros	Valor
Pago mensual de intereses	\$ 2.682.953
Total	\$ 2.682.953

Tabla 36

8.2. Estados Financieros Proyectados

8.2.1 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA (ANUAL - 5 AÑOS) y EVALUACIÓN FINANCIERA

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 1.260.000.004	\$ 1.260.000.004	\$ 1.260.000.004	\$ 1.260.000.004	\$ 1.260.000.004
- Costos variables		\$ 901.440.003	\$ 901.440.003	\$ 901.440.003	\$ 901.440.003	\$ 901.440.003
- Costos fijos		\$ 221.656.772	\$ 221.656.772	\$ 221.656.772	\$ 221.656.772	\$ 221.656.772
Costos fijos de Producción		\$ 101.800.824	\$ 101.800.824	\$ 101.800.824	\$ 101.800.824	\$ 101.800.824
Costos fijos de Administración		\$ 92.450.912	\$ 92.450.912	\$ 92.450.912	\$ 92.450.912	\$ 92.450.912
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 27.405.036	\$ 27.405.036	\$ 27.405.036	\$ 27.405.036	\$ 27.405.036
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 2.395.327	\$ 2.395.327	\$ 2.395.327	\$ 2.395.327	\$ 2.395.327
- Intereses Credito		\$ 12.241.755	\$ 9.546.323	\$ 6.850.890	\$ 4.155.458	\$ 1.460.026
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 122.266.147	\$ 124.961.579	\$ 127.657.012	\$ 130.352.444	\$ 133.047.876
- Impuestos	\$ 0	\$ 40.347.829	\$ 41.237.321	\$ 42.126.814	\$ 43.016.307	\$ 43.905.799
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 81.918.319	\$ 83.724.258	\$ 85.530.198	\$ 87.336.137	\$ 89.142.077
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 2.395.327	\$ 2.395.327	\$ 2.395.327	\$ 2.395.327	\$ 2.395.327
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 93.591.398	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 90.413.064
Préstamos	\$ 93.591.398					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 93.591.398
Valor de Salvamento						-\$ 3.178.334
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 102.389.698	\$ 18.718.280	\$ 18.718.280	\$ 18.718.280	\$ 18.718.280	\$ 18.718.280
Activos Fijos	\$ 8.520.000					
Pago Credito (Capital)		\$ 18.718.280	\$ 18.718.280	\$ 18.718.280	\$ 18.718.280	\$ 18.718.280
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 278.300					
Capital de Trabajo	\$ 93.591.398	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	

Tasa Interna de Retorno	9,38%
Valor Presente Neto	314.259.422
Tasa Interna de Retorno	748,44%

Tabla 37

8.2.2 Estado de Pérdidas 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	105.000.000	105.000.000	105.000.000	105.000.000	105.000.000	105.000.000	105.000.000	105.000.000	105.000.000	105.000.000	105.000.000	105.000.000
- Costo Variables	75.120.000	75.120.000	75.120.000	75.120.000	75.120.000	75.120.000	75.120.000	75.120.000	75.120.000	75.120.000	75.120.000	75.120.000
- Costos Fijos Producción	8.483.402	8.483.402	8.483.402	8.483.402	8.483.402	8.483.402	8.483.402	8.483.402	8.483.402	8.483.402	8.483.402	8.483.402
- Gastos Depreciación	194.972	194.972	194.972	194.972	194.972	194.972	194.972	194.972	194.972	194.972	194.972	194.972
= Utilidad Bruta en Ventas	21.201.626	21.201.626	21.201.626	21.201.626	21.201.626	21.201.626	21.201.626	21.201.626	21.201.626	21.201.626	21.201.626	21.201.626
- Costos fijos de Administración	7.704.243	7.704.243	7.704.243	7.704.243	7.704.243	7.704.243	7.704.243	7.704.243	7.704.243	7.704.243	7.704.243	7.704.243
- Costos Fijos de Ventas y Amortización de diferidos	2.283.753	2.283.753	2.283.753	2.283.753	2.283.753	2.283.753	2.283.753	2.283.753	2.283.753	2.283.753	2.283.753	2.283.753
= Utilidad Operativa	11.208.992	11.208.992	11.208.992	11.208.992	11.208.992	11.208.992	11.208.992	11.208.992	11.208.992	11.208.992	11.208.992	11.208.992
+ 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	11.208.992	11.208.992	11.208.992	11.208.992	11.208.992	11.208.992	11.208.992	11.208.992	11.208.992	11.208.992	11.208.992	11.208.992
- Impuestos	3.698.967	3.698.967	3.698.967	3.698.967	3.698.967	3.698.967	3.698.967	3.698.967	3.698.967	3.698.967	3.698.967	3.698.967
= UTILIDAD NETA	7.510.025	7.510.025	7.510.025	7.510.025	7.510.025	7.510.025	7.510.025	7.510.025	7.510.025	7.510.025	7.510.025	7.510.025
- Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
= Utilidades no Repartidas	7.510.025	7.510.025	7.510.025	7.510.025	7.510.025	7.510.025	7.510.025	7.510.025	7.510.025	7.510.025	7.510.025	7.510.025
- Utilidades no Repartidas	7.510.025	15.020.049	22.530.074	30.040.098	37.550.123	45.060.147	52.570.172	60.080.196	67.590.221	75.100.245	82.610.270	90.120.294

Tabla 38

8.3 Evaluación financiera del proyecto

8.3.1 Valor Presente Neto

Tasa Interna de Retorno	0,75%
Valor Presente Neto	145.114.042
Tasa Interna de Retorno	63,39%

Tabla 39

8.3.2 Tasa Interna de Retorno

Tabla 40

Tasa Interna de Retorno	0,75%
Valor Presente Neto	145.114.042
Tasa Interna de Retorno	63,39%

8.3.3 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

Tabla variación de la demanda (+)

Cambio Porcentual en las Ventas	5,00%
Tasa de Retorno	0,75%

Valor Presente Neto	156.238.039
Tasa Interna de Retorno	53,44%

Tabla variación de la demanda (-)

Cambio Porcentual en las Ventas	-5,00%
Tasa de Retorno	0,75%
Valor Presente Neto	133.990.044
Tasa Interna de Retorno	88,27%

Tabla 41

8.3.4 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

Tabla variación del precio (+)

Cambio Porcentual en el Precio	8,00%
Tasa de Retorno	0,75%
Valor Presente Neto	209.469.731
Tasa Interna de Retorno	125,50%

Tabla de variación del precio (-)

Tabla 42

Cambio Porcentual en el Precio	-8,00%
Tasa de Retorno	0,75%
Valor Presente Neto	80.758.353
Tasa Interna de Retorno	21,58%

Tabla 43

9. CONSIDERACIONES FINALES

Dentro de los diferentes estudios realizados se encontró que el proyecto es viable ya que en el

estudio del sector y del subsector, se pudo observar que este es uno de los más atractivos para la inversión, unos de los mas comprometedores hacia un futuro, llevando así a pensar que los pronósticos y datos arrojados por toda la investigación, podrían aumentar considerablemente.

En el estudio de mercado se pudo observar, que somos grandes competidores que va dirigida al sector comercial, con el proceso de distribución fácil de aplicar, y contando con unos buenos proveedores en el exterior.

Desde nuestro punto de vista, el proyecto se debe de ejecutar, ya que los resultados arrojados fueron buenos, y lo más importante es que ya tienen un conocimiento previo en el sector y como saber desenvolverse en el.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- http://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/ficha_pais_argentina.pdf. (2010). Recuperado el 5 de octubre de 2013*
- <http://www.embajadacolombia.ca/documents/PerfilColombia.pdf>. (diciembre de 2011). Recuperado el 22 de septimebre de 2013*
- <http://www.infobae.com/2011/09/16/605985-argentina-el-pais-la-region-mas-mascotas-habitante>. (16 de septiembre de 2011). Recuperado el 22 de septiembre de 2013*
- <https://www.dnp.gov.co/Portals/0/archivos/documentos/Subdireccion/Conpes/3527.pdf>. (23 de junio de 2008). Recuperado el 19 de septiembre de 2013*
- <https://www.google.com.co/search?q=inversion+extranjera+en+colombia>. (2012). Recuperado el 22 de septiembre de 2013*

Bibliografía

http://www.colombiatrade.com.co/sites/default/files/ficha_pais_argentina.pdf. (2010).

Recuperado el 5 de octubre de 2013

<http://www.embajadacolombia.ca/documents/PerfilColombia.pdf>. (diciembre de 2011).

Recuperado el 22 de septimebre de 2013

<http://www.infobae.com/2011/09/16/605985-argentina-el-pais-la-region-mas-mascotas-habitante>. (16 de septiembre de 2011). Recuperado el 22 de septiembre de 2013

<https://www.dnp.gov.co/Portals/0/archivos/documentos/Subdireccion/Conpes/3527.pdf>. (23 de junio de 2008). Recuperado el 19 de septiembre de 2013

<https://www.google.com.co/search?q=inversion+extranjera+en+colombia>. (2012). Recuperado el 22 de septiembre de 2013

