

PLAN DE NEGOCIOS DE “AROMA-NATU LTDA.”

**MARIBEL JOAQUI MALES
NANCY ROJAS ORTEGA**

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA -UNAD-
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
GESTIÓN AGROPECUARIA
BOGOTA D.C.
2009**

PLAN DE NEGOCIOS DE “AROMA-NATU LTDA.”

MARIBEL JOAQUI MALES

Código: 52'386.540

NANCY ROJAS ORTEGA

Código: 52'470.240

**DIRECTOR DE PROYECTO
LUIS FERMIN ORTIZ ZARATE**

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA -UNAD-
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
GESTIÓN AGROPECUARIA
BOGOTA D.C.
2009**

CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	8
INTRODUCCION	10
1. JUSTIFICACION	10
1.1 ESTADO DEL A ARTE DE LA IDEA SELECCIONADA	12
1.2 NOMBRE DE LA EMPRESA	13
1.3 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	13
1.3.1 Tipo de empresa	13
1.3.2 Ubicación y tamaño de la empresa	13
1.4 MISIÓN DE LA EMPRESA	14
1.5 VISION DE LA EMPRESA	14
1.6 OBJETIVOS	14
1.6.1 Objetivo General	14
1.6.2 Objetivos Específicos	14
1.7 VENTAJAS COMPETITIVAS	15
1.8 ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA O SECTOR	15
1.9 PRODUCTOS Y/O SERVICIOS DE LA EMPRESA	16
1.10 CALIFICACIONES PARA ENTRAR AL ÁREA	16
1.11 APOYO BÁSICO PARA LA EMPRESA	16
2. ESTUDIO DE MERCADOS	18
2.1 OBJETIVO DE LA MERCADOTECNIA	18
2.1.1 Objetivos a corto plazo (1 año)	18
2.1.2 Objetivos a mediano plazo (2 años)	18
2.1.3 Objetivos a largo plazo (5 años)	18
2.2 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	19
2.2.1 Tamaño del mercado	19
2.2.2 Consumo aparente	19
2.2.3 Demanda potencial	19
2.2.4 Participación de la competencia en el mercado	20
2.3 ESTUDIO DEL MERCADO	20
2.3.1 Demanda potencial	21
2.3.2 Encuesta	21
2.3.3 Aplicación de la encuesta	23
2.3.4 Resultados obtenidos	24
2.4 DISTRIBUCIÓN Y PUNTOS DE VENTAS	32
2.5 PROYECCIÓN DE VENTAS	32
2.5.1 Corto Plazo (6 meses)	33
2.5.2 Mediano Plazo (12 meses)	33
2.5.3 Largo Plazo (18 meses)	33

2.6	PLAN PROMOCIONAL.....	33
2.6.1	Publicidad.	33
2.6.2	Promoción de ventas.	34
2.6.3	Empaque.	34
2.7	FIJACIÓN Y POLÍTICA DE PRECIOS.....	35
2.8	PLAN DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO.....	36
2.9	COBERTURA DEL PROYECTO	37
2.10	CAMPO DE TRABAJO	37
2.11	RIESGOS DEL MERCADO.....	37
3.	PRODUCCIÓN	38
3.1	OBJETIVOS DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN	38
3.1.1	Objetivo a corto plazo.	38
3.1.2	Objetivo a mediano plazo.	38
3.2	ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	38
3.2.1	Características del producto respecto a su calidad.	39
3.2.2	Características del consumidor.	39
3.3	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO.....	39
3.4	DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO	40
3.5	PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN DEL NEGOCIO	42
3.6	EQUIPO E INSTALACIONES	43
3.7	MATERIA PRIMA.....	44
3.7.1	Necesidades de Materia Prima.	44
3.7.2	Identificación de Proveedores y cotizaciones.	45
3.7.3	Compras.	50
3.8	CAPACIDAD INSTALADA	50
3.9	MANEJO DE INVENTARIOS.....	50
3.10	DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTA Y OFICINAS.....	50
3.11	MANO DE OBRA REQUERIDA.....	52
3.12	PROCEDIMIENTOS DE MEJORA CONTINUA.....	52
3.13	PROGRAMA DE PRODUCCIÓN	53
4.	ORGANIZACIÓN	54
4.1	OBJETIVOS DEL ÁREA DE ORGANIZACIÓN	54
4.2	ANÁLISIS DOFA DEL NEGOCIO.....	54
4.3	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	55
4.4	FUNCIONES ESPECÍFICAS POR PUESTO	55
4.5	CAPTACIÓN DE PERSONAL	59
4.5.1	Reclutamiento.	59
4.5.2	Selección.	59
4.5.3	Contratación.	60
4.5.4	Inducción.	60
4.6	DESARROLLO DE PERSONAL.....	60

4.7	ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS	61
4.8	EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO	62
4.9	RELACIONES DE TRABAJO	62
4.10	LEGALIZACIÓN.....	62
4.11	ASPECTOS LEGALES:.....	62
4.12	TIPO DE ORGANIZACION	66
4.12.1	La sociedad de Responsabilidad Limitada	66
5.	ESTUDIO FINANCIERO	68
5.1	OBJETIVO GENERAL	68
5.1.1	Objetivos Específicos.	68
5.2	INVERSIONES	68
5.2.1	Inversiones en terreno y obras físicas.	68
5.2.2	Inversiones en maquinaria, equipos, vehículos y muebles.....	68
5.2.3	Inversión Diferida.	69
5.2.4	Costos de depreciación.	70
5.2.5	Costos de producción.....	71
5.2.6	Costos Indirectos del Producción.....	71
5.2.7	Gastos Generales de Administración.....	72
5.2.8	Otros Gastos de producción.....	72
5.2.9	Total de Gastos Operacionales.....	73
5.3	FUENTES DE FINANCIACIÓN	73
5.4	PUNTO DE EQUILIBRIO	74
5.4.1	Objetivo de los precios.	74
5.4.2	Determinación de la demanda.....	74
5.5	INGRESOS.....	75
5.6	DISTRIBUCIÓN DE COSTOS.....	75
5.6.1	Cálculo de los costos operacionales.....	76
5.7	CÁLCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO	77
5.7.1	Proyección del capital de trabajo.....	78
5.7.2	Presentación de las proyecciones en un flujo único de fondo.	79
6.	EVALUACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO.....	82
6.1	INTRODUCCIÓN.....	82
6.1.1	Objetivos.	82
6.2	VALOR PRESENTE NETO (VPN)	82
6.3	CALCULO DE LA TASA DE INTERÉS REPRESENTATIVA (TIR).....	84
6.4	CALCULO DE LA RELACIÓN BENEFICIO COSTO (RB/C)	86
6.5	BALANCE GENERAL INICIAL.....	88
6.6	ESTADO DE RESULTADOS	89

7.	EVALUACIÓN DE IMPACTO	90
7.1	OBJETIVOS DEL IMPACTO AMBIENTAL	90
7.1.1	Objetivo General	90
7.1.2	Objetivos específicos	90
7.2	IMPACTO SOCIAL	91
7.3	IMPACTO AMBIENTAL	91
	BIBLIOGRAFÍA	94
	CIBERGRAFIA	95

RESUMEN EJECUTIVO

Al realizar el proyecto “AROMA- NATU LTDA” ubicado en la vereda Tibabuyes de la localidad de Suba del Distrito de Bogotá, se ha tenido en cuenta el ingreso, los gastos y el nivel social los cliente; así como la competencia de todas empresas y negocios que comercializan la línea de de hierbas aromáticas en el sector, por tal motivo, se propone que la empresa patrocine la idea de que la salud depende de los buenos hábitos por medio de las bebidas alimenticias como el uso de las hierbas aromáticas, que genere una mejor imagen y calidad de vida a los habitantes del sector por medio de oferta de empleo de organización. Con la elaboración este plan de negocio se busca que la empresa pueda alcanzar el éxito a nivel de la localidad y en toda la ciudad de Bogotá, siguiendo los correspondientes parámetros legales, productivos, financieros, administrativos y comerciales en el mercado.

El sector agropecuario, especialmente el subsector de las plantas aromáticas, aportan ingresos a la economía Bogotana, más específicamente a la vereda Tibabuyes de la localidad de Suba del Departamento de Cundinamarca, donde más del 50% de la población de ésta, está de acuerdo en que se construya la empresa para que genere un mayor desarrollo socioeconómico y cultural.

La empresa de Hierbas aromáticas “AROMA-NATU LTDA”, aprovechando esta necesidad, especialmente en la localidad Suba, pretende ofrecer una variedad de productos como son las hierbas como el Cidrón, la hierba buena, albaca, limonaría, toronjil entre otras.

Suba Tibabuyes es parte de los municipios adoptados por la ciudad de Bogotá, su desarrollo económico a crecido gracias a las rutas de acceso vale la pena anotar que aun conserva un sector cultivable, que el tipo de terreno nos permite cultivar las hierbas en este sector.

Como resumen de la inversión requerida para la implementación y operación de este proyecto, se buscarán los recursos necesarios de acuerdo a la totalidad de la misma, ubicándolo en un término de cinco (5) años de acuerdo a la proyección de venta de los productos en la Vereda Tibabuyes en la localidad de Suba.

“AROMA-NATU LTDA.” tendrá un aporte del 64,16% del capital de las socias equivalente a \$40'000.000 y se financiará el 35,84% equivalente a \$22'341.173 a un plazo de cinco (5) años, para una inversión total de \$62'341.173.

Basado en el estudio de mercados y teniendo en cuenta la inversión, de la empresa de hierbas aromáticas orgánicas "AROMA-NATU LTDA.", tendrá la siguiente proyección de ventas en el primer año de operaciones de \$148.750.000, se obtendrá como utilidad neta para el primer año \$14.286.257, con una rentabilidad de \$1,65 por cada peso invertido.

Este plan de negocios realizado realizado en la vereda Tibabuyes de la localidad de Suba para el mercado de las aromáticas en la ciudad de Bogotá "AROMA-NATU LTDA.", permite su viabilidad, porque el Valor Presente Neto es de \$26'248.665, el cual es positivo, al tener una Tasa Interna de Retorno del 39,98% y una relación beneficio-costos de \$1,65, lo cual permite a los inversionistas de este proyecto considerarlo financieramente viable.

INTRODUCCIÓN

El propósito de este proyecto es satisfacer una de las tantas necesidades que la comunidad requiere para su salud y nutrición, como es el uso de las hierbas aromáticas, ya sea para el alivio de malestares y ciertos dolores o para complementar la alimentación, por lo que de esta manera, muchas personas buscan una alternativa medicinal en este tipo de plantas, ya que sus propiedades son cien por ciento naturales. Para esto se elaboró una investigación a fondo de los futuros clientes potenciales que podrían adquirir el producto a ofrecer el cual es distintas hierbas aromáticas como toronjil, albahaca, hierbabuena, citrón, limonaria, manzanilla, entre otras, la cuales se ofrecen como producto de presentación de bolsa de esta forma se optimiza la producción, aprovechado el 100% del producto.

Asimismo, este proyecto será dirigido a satisfacer la necesidad de la población de la localidad de Suba de la ciudad de Bogotá, especialmente a todas aquellas personas que gustan de dicho producto o lo consumen por alguna necesidad personal.

La idea principal se determinó tomando como base cinco (4) ideas seleccionadas: la primera, Criadero de conejos; la segunda, Comercializadora de Pescado; la tercera, Cultivo orgánico de plantas aromáticas y la cuarta, Criadero de lombrices.

Se creará un cultivo de plantas aromáticas orgánicas. Este proyecto se está elaborando porque en Colombia, la mayoría de cultivos agrícolas, especialmente los intensivos en su crecimiento y desarrollo se emplean productos químicos para los procesos de fertilización, control de plagas y malezas, al igual que en la conservación de los productos finales (procesos de cosecha y poscosecha); lo cual afecta la salud del consumidor. Por lo tanto este cultivo orgánico se encuentra libre de químicos, esto hace que este producto sea más apetecido por el consumidor. Para la realización de este tipo de cultivos se utilizarán abonos orgánicos, teniendo en cuenta que sean aptos para la aplicación al tipo de cultivos (plantas aromáticas) y siguiendo las especificaciones técnicas para la elaboración de este tipo de abonos.

Para realizar este proyecto se efectuó un estudio al consumidor por medio de encuestas, donde manifestaban la preferencia por productos orgánicos, pues éstos no ofrecen ningún efecto nocivo para la salud, lo cual está demostrado científicamente, ya que el consumo de productos naturales orgánicos en su mayoría no causan efectos perjudiciales para la salud humana, al no tener químicos.

1. JUSTIFICACION

El propósito en la localidad de Suba, en especial en el sector de Vereda Tibabuyes, es el cultivo de las hierbas aromáticas orgánicas, ya que muchos de los productos agrícolas que se comercializan en Colombia son tratados con químicos para la fertilización, el control de plagas, las enfermedades y malezas. Se está buscando con este proyecto ofrecerle al consumidor un producto nuevo que no afecte su salud, además en este momento existe el auge por consumo de productos orgánicos.

Este es un producto que tiene bastante demanda ya que es consumido en las diferentes clases sociales, sea en el hogar, cafeterías, oficinas, restaurantes, hospitales, colegios, etc. A este tipo de productos se le atribuyen efectos medicinales.

Además, este tipo de cultivos beneficia al agricultor, ya que requiere una baja inversión. También, puede hacer uso de los desechos de la cosecha de las hierbas aromáticas y de otras cosechas (pulpa del café, plátano), desperdicios del hogar y excrementos de los animales para su uso como abonos y plaguicidas, con el fin de obtener un producto final cien por ciento natural y de óptima calidad.

Cuadro 1: Análisis por matriz DOFA de las ideas.

PROYECTO	FORTALEZAS	AMENAZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES
Criadero de conejos.	<ul style="list-style-type: none"> Bajo requerimiento de tecnología. 	<ul style="list-style-type: none"> Existencia de demasiada oferta. 	<ul style="list-style-type: none"> Entrada en vigencia del TLC. 	<ul style="list-style-type: none"> Animales de mucho cuidado.
Comercializadora de Pescado.	<ul style="list-style-type: none"> Fácil comercialización. 	<ul style="list-style-type: none"> Demasiada oferta 	<ul style="list-style-type: none"> Cubrir el mercado en épocas de poca oferta. 	<ul style="list-style-type: none"> Inversión elevada. Transporte.
Cultivo orgánico de plantas aromáticas.	<ul style="list-style-type: none"> Nuevo producto. Bajo requerimiento de tecnología. Bajo requerimiento de capital. 	<ul style="list-style-type: none"> Situación de orden público de la región. 	<ul style="list-style-type: none"> Tendencia al consumo de productos sanos. Incentivos tributarios por parte el Estado. 	<ul style="list-style-type: none"> Productos poco conocidos.
Criadero de lombrices.	<ul style="list-style-type: none"> Producto innovador. Tecnologías limpias adecuadas para el ambiente. 	<ul style="list-style-type: none"> Cambios climáticos frecuentes. 	<ul style="list-style-type: none"> Aumento por la utilización de este tipo de tecnologías. 	<ul style="list-style-type: none"> Conocimiento técnico especializado.

Fuente: Gestoras del proyecto

Cuadro 2: Evaluación de criterios.

Idea de criterio	Nivel de innovación	Mercado potencial	Conocimiento Técnico	Requerimiento de capital	Total
Criadero de conejos.	3	2	2	4	11
Comercializadora de Pescado.	3	3	2	2	10
Cultivo orgánico de plantas aromáticas.	4	4	4	4	16
Criadero de lombrices.	3	1	3	4	11

Fuente: Gestoras del proyecto

1.1 ESTADO DEL ARTE DE LA IDEA SELECCIONADA

Las plantas medicinales se han utilizado desde la antigüedad, especialmente con fines medicinales en infusiones, bebidas, apósitos, etc. y son cultivadas en la actualidad para el consumo de bebidas, condimentos, saborizantes, aromatizantes en diferentes recetas y también utilizadas en la medicina naturista. Los cultivos se hacen de manera rudimentaria como también algunas de estas plantas crecen de manera silvestre, o en otros casos aquellas plantas que tienen mayor demanda se cultivan de manera extensiva utilizando productos químicos como fertilizantes, fungicidas, plaguicidas y para su conservación se emplean aditivos artificiales.

Los cultivos orgánicos que ya se están produciendo en el país y que tienen mayor demanda son el café, hortalizas (lechuga, zanahoria) y frutas (banano, guayaba, fresas, entre otras), estos productos tienen buena demanda ya que no tienen ningún efecto adversario para la salud del consumidor y además son atractivos para los agricultores, pues sus precios se sobreestiman en un 30%.

Las hierbas aromáticas se comercializan frescas ó deshidratadas en plazas de mercado y carretas ambulantes. Igualmente, en los supermercados de cadena también se comercializan en las formas antes mencionadas, con la excepción de estar empacadas herméticamente en bolsas plásticas o en capuchones, aunque su precio es más alto. Asimismo, existen hierbas aromáticas instantáneas que se comercializan en todos de almacenes de cadena, supermercados y principales tiendas de barrio.

El principal uso de las plantas aromáticas es la preparación de infusiones. También, se utilizan para la elaboración de productos medicinales y cosméticos.

1.2 NOMBRE DE LA EMPRESA

“AROMA-NATU LTDA.”; Se determinó este nombre por considerar que el producto que se pretende llevar al mercado es netamente natural.

La organización “AROMA-NATU LTDA.”, quiere contribuir al bienestar y a la salud de las personas que gustan ó necesitan de la medicina natural y por tanto, de las hierbas aromáticas.

1.3 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

1.3.1 Tipo de empresa.

El tipo de empresa es agrícola, que se establecerá como una organización de aspecto de índole consumista, ya que su actividad económica permite generar bienestar y empleo a los habitantes de la localidad de Suba.

1.3.2 Ubicación y tamaño de la empresa.

Inicialmente, se determinó que la empresa estará en área rural de la localidad de Suba, específicamente en la vereda Tibabuyes, lugar que fue considerado el más apropiado para poner en marcha el proyecto de “AROMA-NATU LTDA.”, por estar ubicada dentro del territorio geográfico del distrito capital de Bogotá.

Para poner en marcha este proyecto se procedió a investigar la realidad socioeconómica y cultural de los 800.000 habitantes de Suba, por medio del análisis de la segmentación desde el punto de vista geográfico, demográfico y psicográfico.

- El geográfico, consiste en identificar los mercados que operan en una región, escogiendo aquellos en donde se pueden obtener mayores utilidades. El lugar seleccionado es la localidad de Suba, en la ciudad de Bogotá, la cual cuenta con productos agrícolas de invernadero.
- El demográfico, consiste en distinguir grupos por variables como: edad, sexo, tamaño de las familias, ocupación, educación y clase social. Es la más utilizada debido a la facilidad de reconocer las variables relacionadas con la venta de los diversos productos que ofrecerá “AROMA-NATU LTDA.”. Se tendrá en cuenta como población objeto las familias de la localidad de Suba, las cuales están conformadas por un promedio de cinco

(4) miembros mínimo y sus edades oscilan entre los dos (2) y los setenta (80) años.

1.4 MISIÓN DE LA EMPRESA

Producir hierbas medicinales y aromáticas tales como la manzanilla, citrón, toronjil, limonaria, albahaca y hierbabuena; procesarlas para consumo instantáneo de los clientes y así brindarles un producto natural de buen sabor y de buena calidad.

1.5 VISION DE LA EMPRESA.

Establecer de manera técnica y agroecológica 5000 metros cuadrado de hierbas aromáticas y medicinales para su comercialización del producto en forma procesada para consumo instantáneo, consolidando como una de las empresas proveedoras del mercado Bogotano.

1.6 OBJETIVOS

1.6.1 Objetivo General.

Determinar la creación de una empresa de cultivo orgánico de aromáticas en la localidad de Suba en la ciudad de Bogotá, D.C.

1.6.2 Objetivos Específicos.

- Determinar la cantidad de terreno a cultivar las diferentes plantas aromáticas.
- Identificar la cantidad de aromáticas que los consumidores están dispuestos a comprar.
- Comercializar las hierbas aromáticas cultivadas y procesadas en la localidad de Suba y sectores aledaños.
- Recolectar información pertinente para establecer el monto de las inversiones y los costos de operación que tendría la producción.
- Estimar el precio que los consumidores estarían dispuestos a pagar.

- Determinar la cantidad de recurso humano requerido para adelantar el cultivo y empaque de hierbas aromáticas.
- Determinar los posibles canales de distribución.

1.7 VENTAJAS COMPETITIVAS

- “AROMA-NATU LTDA.”, ofrecerá un producto orgánico natural de calidad garantizada.
- Cuenta con todas las especificaciones técnicas y de calidad, exigidas por el ICONTEC, así como las exigencias de la Cámara de Comercio de Bogotá para la puesta en marcha del proyecto en la localidad de Suba.
- El precio de productos aromáticos en general están al alcance del consumidor final.
- La empresa ofrecerá una variedad de hierbas aromáticas de acuerdo a la demanda de los consumidores.
- Se pasa de un producto verde, con posibles bacterias, gérmenes, etc., a un producto higiénico con un empaque, que poco a poco será regido por normas de calidad.

1.8 ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA O SECTOR

El subsector agropecuario de las hierbas aromáticas en Colombia, viene generando gran importancia y rentabilidad tanto para los empresarios como para los clientes que comercializan y consumen sus productos.

Los productos (hierbas aromáticas orgánicas frescas y deshidratadas) cuentan con algunos aspectos determinantes que gustan a los clientes potenciales, como es la variedad de sabores y olores que generan tales plantas, que satisfacen la necesidad de alimentación y bienestar tanto para niños como para adultos.

La organización “AROMA-NATU LTDA.”, contará con un alto grado de aceptabilidad por los futuros clientes potenciales, porque de acuerdo al análisis obtenido por todas aquellas personas encuestadas, se confirmó que este producto sí lo adquirirían por las bondades naturales que generan confianza para consumirlo a cualquier hora del día y complemento de comidas.

Se puede concluir que el producto contará con una excelente calidad para que las personas puedan adquirirlo con toda la confianza correspondiente. Por eso se dice que: “un cliente satisfecho trae a otro cliente”.

1.9 PRODUCTOS Y/O SERVICIOS DE LA EMPRESA

La empresa “AROMA-NATU LTDA.”, ofrecerá un producto netamente natural, con calidad, eficiencia y seguridad, lo cual garantiza una mayor demanda del mismo, el cual será cultivado en la Vereda Tibabuyes de la localidad de Suba en la ciudad de Bogotá.

1.10 CALIFICACIONES PARA ENTRAR AL ÁREA

Para cautivar a los consumidores y poder entrar en este seguimiento del mercado de productos naturales como son las hierbas aromáticas, el producto debe seguir los siguientes aspectos o cuidados que marcarán una diferencia sobresaliente con la competencia:

- 1) Presentación
- 2) Duración
- 3) Colores
- 4) Garantía
- 5) Recomendaciones
- 6) Sugerencia de consumo
- 7) Conocimiento del mercado de las hierbas aromáticas.
- 8) Conocimiento de servicio al cliente.
- 9) Conocimiento del área de administración.
- 10) Conocimiento de las preferencias del cliente.

Las anteriores calificaciones se realizarán con el apoyo de las diferentes asignaturas que se cursan en la carrera de Tecnología en Administración de Empresas.

1.11 APOYO BÁSICO PARA LA EMPRESA

Como la empresa “AROMA-NATU LTDA.”, será mediana desde el punto de vista organizacional, va a necesitar inicialmente para el Departamento Contable, un contador y un auxiliar contable.

- Contador: Blanca Lucila Tovar.
Asociación Colombiana de Contadores Bogotá, Tel.: 5705472
- Auxiliar contable: Pedro Enrique Rincón Rojas
Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) Bogotá, Tel.: 7287443

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 OBJETIVO DE LA MERCADOTECNIA

Esta área estará encargada por el gerente comercial (de ventas) quién tendrá a su cargo procesos y estrategias para lograr el crecimiento de la empresa “AROMANATU LTDA.”, donde se debe centrarse en cumplir algunos objetivos.

2.1.1 Objetivos a corto plazo (1 año).

Alcanzar el reconocimiento del producto en el transcurso de 6 a 12 meses entre la demanda potencial de la localidad de Suba de la ciudad de Bogotá.

- Atender el 2% del mercado actual de las aromáticas en la localidad de Suba.
- Tener una producción de 425.000 unidades de bolsas de aromáticas para el primer año.
- Atender primeramente la demanda de la localidad de Suba de la ciudad de Bogotá y barrios de su alrededor.

2.1.2 Objetivos a mediano plazo (2 años).

Lograr posicionamiento del producto (aromáticas) en los supermercados en cadena y demás negocios que comercializan esta línea de producto en la localidad de Suba.

- Ubicar nuevos puntos de distribución en la localidad y en la ciudad de Bogotá.
- Aprovechar las ventajas que ofrece el producto por cumplir con ciertas expectativas, brindando un valor agregado al consumidor.
- Ofrecer nuevos tipos de hierbas aromáticas para ampliar el mercado.

2.1.3 Objetivos a largo plazo (5 años).

Lograr una mayor comercialización del producto en las demás localidades de la ciudad de Bogotá.

- Permanecer en el mercado como líder en productos de plantas aromáticas en la ciudad de Bogotá.
- Incrementar el crecimiento en atención del mercado de las hierbas aromáticas en más del 10% del proyectado.
- Poder incursionar con el producto de las hierbas aromáticas en los mercados internacionales.

2.2 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.2.1 Tamaño del mercado.

Supermercados de cadena, supermercados medianos, tiendas naturistas.

Dentro del plan de negocios “AROMA-NATU LTDA.”, se pretende contemplar para el estudio de mercado algunas variables como el ingreso, ahorro, consumo, inversión, calidad de vida, estrato socioeconómico, ubicación residencial, la competencia y población que guste de este tipo de producto como son las tisanas.

2.2.2 Consumo aparente.

Para identificar el número de clientes potenciales para el presente estudio, se tuvo en cuenta la población registrada según el censo del DANE de 2005 en la localidad de Suba que es de 800.000 habitantes con un total de 200.000 familias conformadas por cuatro personas promedio por familia y cuyos estratos son 3, 4, 5 y 6.

2.2.3 Demanda potencial.

De acuerdo al consumo aparente antes mencionado con respecto a su crecimiento poblacional en el sector de Suba se determinaron los siguientes objetivos:

CORTO PLAZO: Tener la aceptación del producto “AROMA-NATU LTDA.”, en el mercado de productos de la localidad de Suba en un 5%.

MEDIANO PLAZO: Tener la aceptación del producto en el mercado de la mayoría del los clientes distribuidores en los supermercados de cadena, medianos, tiendas naturistas, cafeterías y otros en la localidad de Suba.

LARGO PLAZO: Ofrecer a los clientes potenciales una variedad de hierbas aromáticas de óptima calidad y a un precio asequible.

Con base a la investigación y a las fuentes de información, se busca cubrir un 2% de la población universo de la localidad de Suba en el primer año y aumentar en 4% gradualmente para el segundo año un 6% para el tercer año y así sucesivamente durante los 5 años de proyección del mercado objetivo.

2.2.4 Participación de la competencia en el mercado.

La participación de la competencia en el mercado tiene posicionamiento en cuanto que las aromáticas son cultivadas y tratadas con algunos insecticidas, mientras que las ofrecidas por el proyecto son 100% orgánicas (al natural).

Las empresas que ya existen en el mercado se dedican a la elaboración y comercialización de aromáticas de manera procesada, presentando sus productos en bolsitas solubles o instantáneas, todos ellos con un proceso de elaboración, que le permite al consumidor el fácil uso del producto. Estas empresas a pesar de su reconocimiento y buen manejo de los procesos no garantizan la frescura y la variedad específica de la aromática deseada. Estos competidores son directos.

Entre las marcas actuales que comercializan hierbas aromáticas en la ciudad de Bogotá tenemos:

- PRODUCTOS SAMOA S.A. Carrera 59C No. 130-14. Colombia - Distrito Capital, Bogotá. Teléfono(s) : (57) (1) 5230914
- BEBIDAS AROMÁTICAS JAIBEL LTDA. CI 18A # 68D-68. Colombia - Distrito Capital, Bogotá. Teléfono(s) : (57) (1) 2922960
- TISANAS ORQUÍDEA. Cr 72I # 37D-53 Sur. Colombia - Distrito Capital, Bogotá. Conmutador : (57) (1) 4513380
- TISANAS PARAÍSO LTDA. Cr 68 # 36-72 Sur. Colombia - Distrito Capital, Bogotá. Teléfono(s) : (57) (1) 2300060

2.3 ESTUDIO DEL MERCADO

Mediante el presente estudio se recopiló la información necesaria para obtener la demanda potencial realizando una encuesta en la localidad de Suba (Tibabuyes).

2.3.1 Demanda potencial.

Con base a las investigaciones y las diferentes fuentes de información, se pretende atender un 2% del universo del mercado objetivo de las aromáticas en el primer año y aumentar gradualmente para los años siguientes.

2.3.2 Encuesta.

El tipo de investigación que más se ajusta al proyecto es la encuesta ya sea directa o indirecta. El objetivo de la encuesta es conocer cuales son los gustos de la población, para satisfacer sus necesidades.

MODELO DE ENCUESTA

Fecha: _____ Ciudad: _____

Marque con una equis (X) la respuesta que considere la más acertada.

1) ¿Acostumbra a utilizar hierbas aromáticas?

SÍ
NO

¿Por qué? _____

2) ¿Cada cuánto compra hierbas aromáticas?

Todos los días
Cada 8 días
Cada 15 días
Una vez al mes

¿Por qué? _____

3) ¿En qué lugares acostumbra a comprar las hierbas aromáticas?

Supermercados de cadena
Supermercados medianos

Tiendas naturistas
Plazas de mercado
Otros lugares

4) ¿De qué forma le agrada comprar sus aromáticas?

Natural
Deshidratadas

¿Por qué? _____

5) ¿Alguna vez ha comprado hierbas aromáticas empaçadas en bolsitas?

SÍ
NO

6) Si respondió sí a la pregunta anterior, ¿Qué cantidad de hierbas aromáticas en cajitas compra?

Una cajita
Dos cajitas
Tres cajitas
Más de tres cajitas

7) De las siguientes presentaciones de cajitas de hierbas aromáticas, ¿Qué tamaño es el que compra normalmente?

6 unidades
10 unidades
20 unidades
Otro

¿Por qué? _____

8) De las siguientes especies de hierbas de aromáticas, ¿Cuáles son las que más le gusta consumir?

Hierbabuena
Albahaca
Limonaria
Toronjil
Citrón

Manzanilla	<input type="checkbox"/>
Anís	<input type="checkbox"/>
Otras	<input type="checkbox"/>

¿Por qué? _____

9) ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por un paquete o cajita de hierbas aromáticas?

\$350	<input type="checkbox"/>
\$450	<input type="checkbox"/>
\$470	<input type="checkbox"/>
\$500	<input type="checkbox"/>

10) ¿Estaría dispuesto a comprar el producto?

SÍ	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

OBSERVACIONES: _____

2.3.3 Aplicación de la encuesta.

Se procedió a tomar como universo a los 191.383 habitantes de la Vereda Tibabuyes en la localidad 11 de Suba, con una población estimada para cinco (5) años manteniendo una tasa poblacional del 1,4% anual aplicando la siguiente fórmula:

$$N = \frac{nZ^2 pq}{E^2(n-1) + pq}$$

$$N = \frac{191.383(1,96)^2(0,50)(0,50)}{(0,10)^2(191.383) + (0,50)(0,50)}$$

$$N = \frac{65644369}{683600}$$

$$N \approx 96,03 = 100 \text{ encuestasa la poblaciónde la Vereda Tibabuyes}$$

Donde:

N Es el tamaño de la muestra

n Es el total de la población objeto de estudio

Z Es la desviación normal de confianza

E Es el coeficiente de confianza del 10%

El resultado del tamaño de la muestra es de cien (100) encuestas que se aplicaron al azar a la población de la Vereda Tibabuyes de la localidad de Suba en la ciudad de Bogotá.

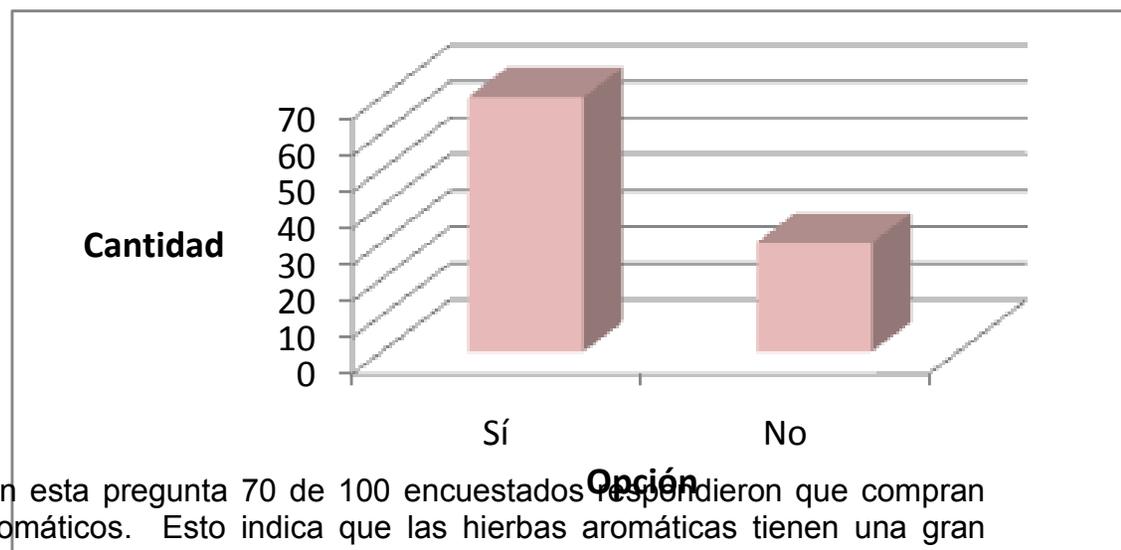
2.3.4 Resultados obtenidos.

1) ¿Acostumbra a utilizar hierbas aromáticas?

Cuadro 1. Tabulación pregunta 1.

No.	Indicador	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Sí	70	70%
2	No	30	30%
TOTAL		100	100%

Gráfica 1. Pregunta 1.



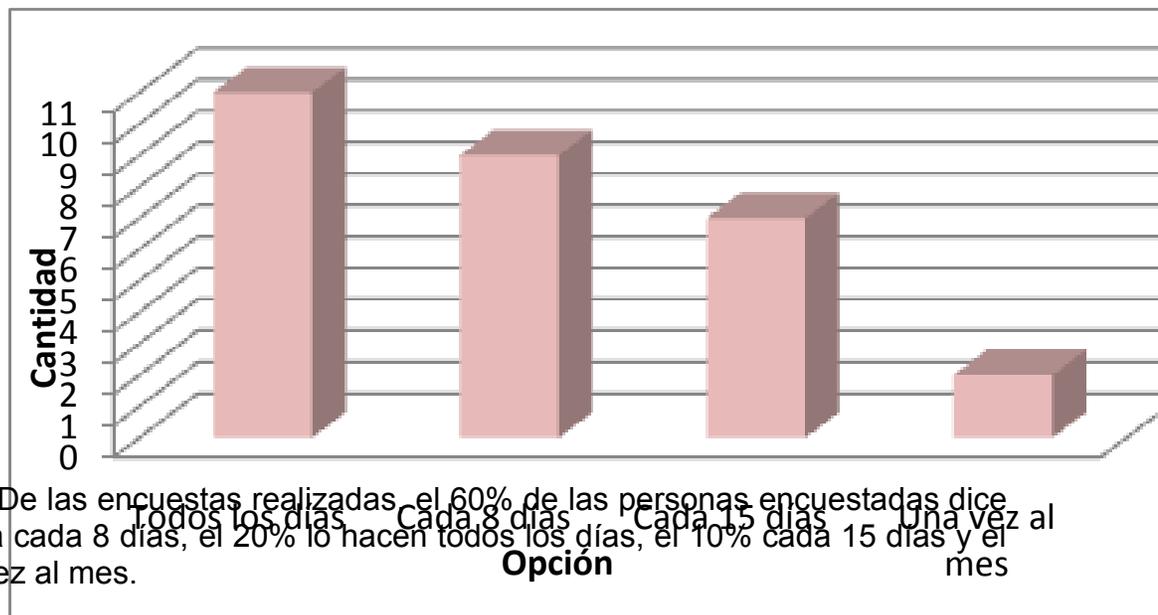
ANÁLISIS: En esta pregunta 70 de 100 encuestados respondieron que compran productos aromáticos. Esto indica que las hierbas aromáticas tienen una gran aceptación.

2) ¿Cada cuánto compra hierbas aromáticas?

Cuadro 2. Tabulación pregunta 2.

No.	Indicador	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Todos los días	20	20%
2	Cada 8 días	60	60%
3	Cada 15 días	10	10%
4	Una vez al mes	10	10%
TOTAL		100	100%

Gráfica 2. Pregunta 2.

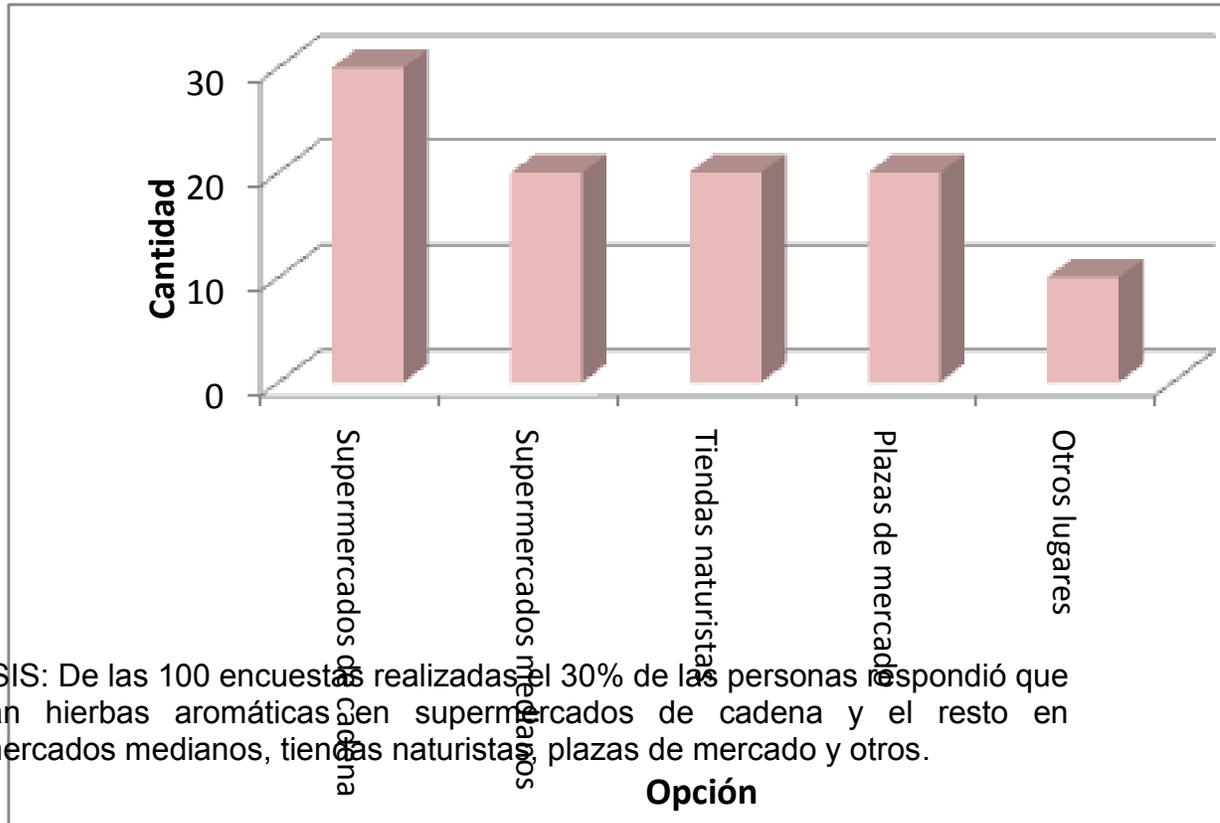


3) ¿En qué lugares acostumbra a comprar las hierbas aromáticas?

Cuadro 3. Tabulación pregunta 3.

No.	Indicador	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Supermercados de cadena	30	30%
2	Supermercados medianos	20	20%
3	Tiendas naturistas	20	20%
4	Plazas de mercado	20	20%
5	Otros lugares	10	10%
TOTAL		100	100%

Gráfica 3. Pregunta 3.



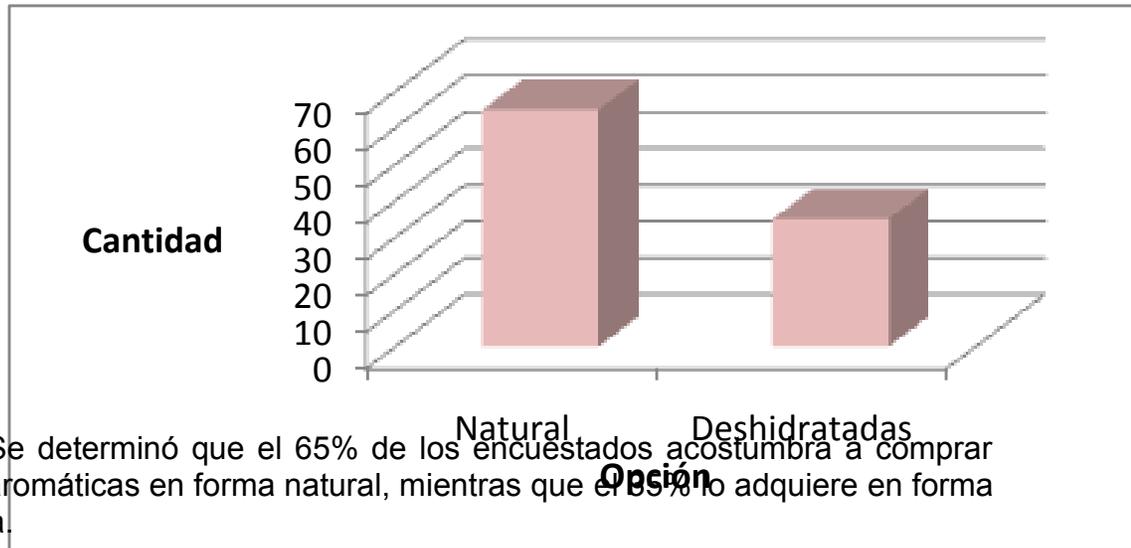
ANÁLISIS: De las 100 encuestas realizadas el 30% de las personas respondió que compran hierbas aromáticas en supermercados de cadena y el resto en supermercados medianos, tiendas naturistas, plazas de mercado y otros.

4) ¿De qué forma le agrada comprar sus aromáticas?

Cuadro 4. Tabulación pregunta 4.

No.	Indicador	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Natural	65	65%
2	Deshidratadas	35	35%
TOTAL		100	100%

Gráfica 4. Pregunta 4.

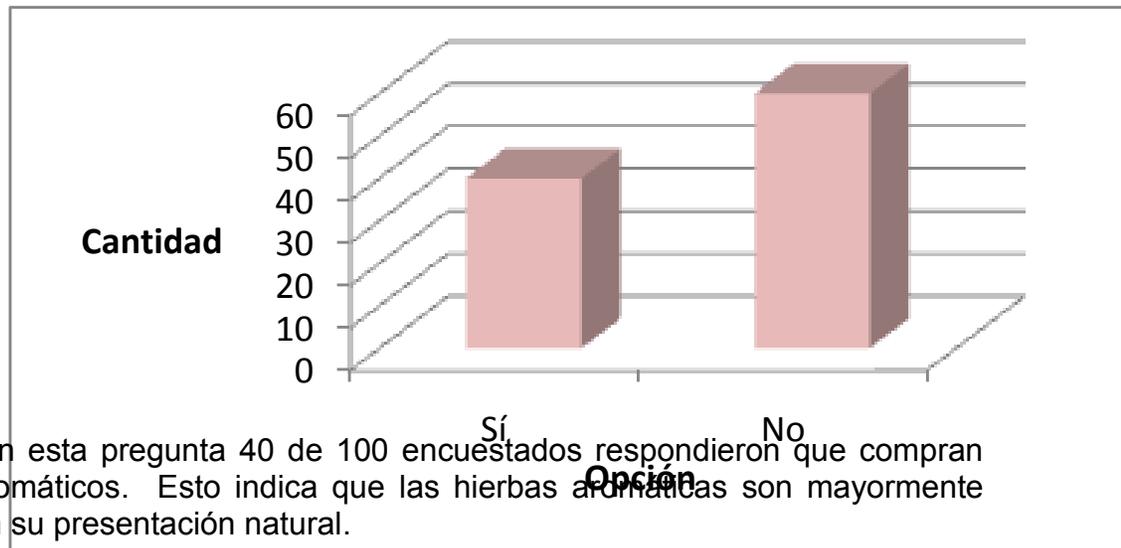


5) ¿Alguna vez ha comprado hierbas aromáticas empacadas en bolsitas?

Cuadro 5. Tabulación pregunta 5.

No.	Indicador	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Sí	40	40%
2	No	60	60%
TOTAL		100	100%

Gráfica 5. Pregunta 5.

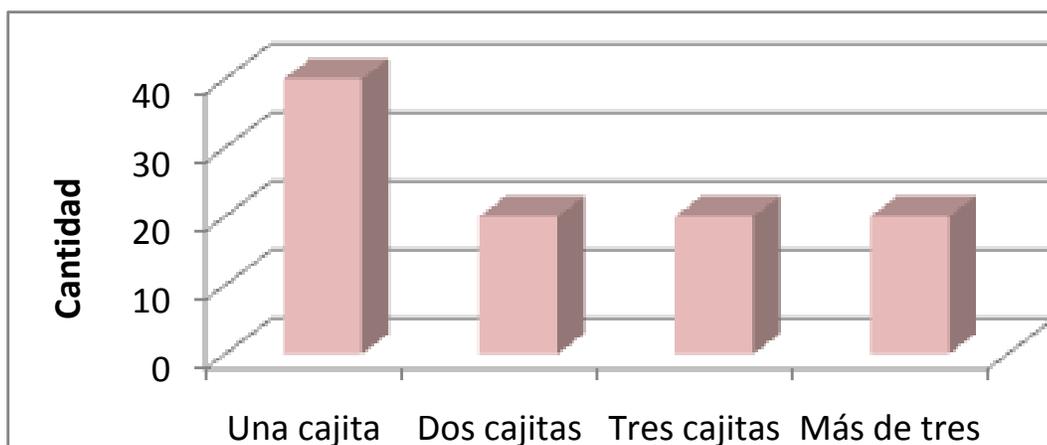


6) Si respondió sí a la pregunta anterior, ¿Qué cantidad de hierbas aromáticas en cajitas compra?

Cuadro 6. Tabulación pregunta 6.

No.	Indicador	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Una cajita	40	40%
2	Dos cajitas	20	20%
3	Tres cajitas	20	20%
4	Más de tres cajitas	20	20%
TOTAL		100	100%

Gráfica 6. Pregunta 6.



ANÁLISIS: De acuerdo a la pregunta anterior, se determinó que el 40% de las personas encuestadas acostumbran a comprar hierbas aromáticas en cajitas.

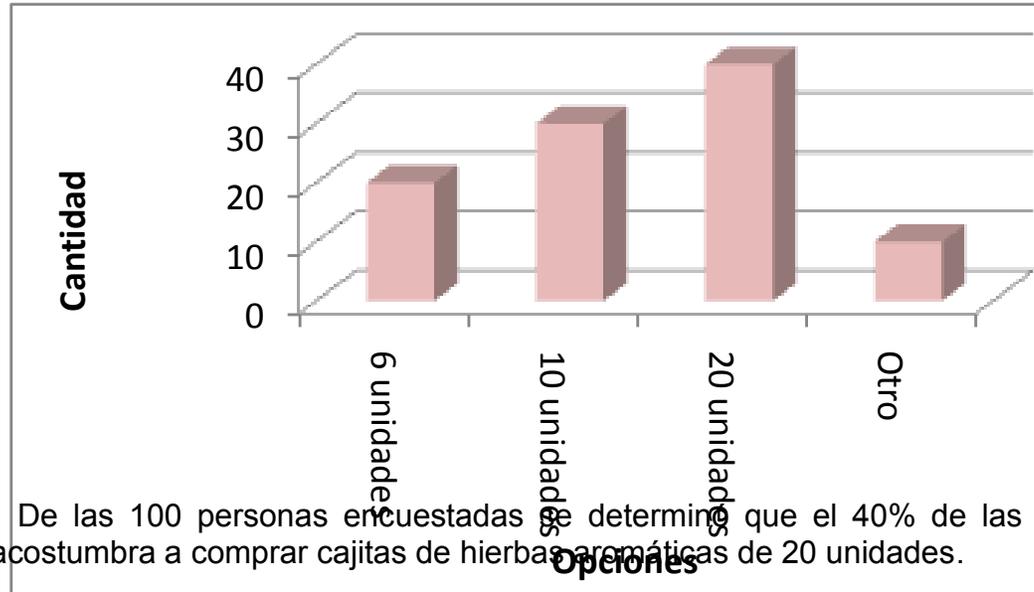
Opción

7) De las siguientes presentaciones de cajitas de hierbas aromáticas, ¿Qué tamaño es el que compra normalmente?

Cuadro 7. Tabulación pregunta 7.

No.	Indicador	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	6 unidades	20	20%
2	10 unidades	30	30%
3	20 unidades	40	40%
4	Otro	10	10%
TOTAL		100	100%

Gráfica 7. Pregunta 7.

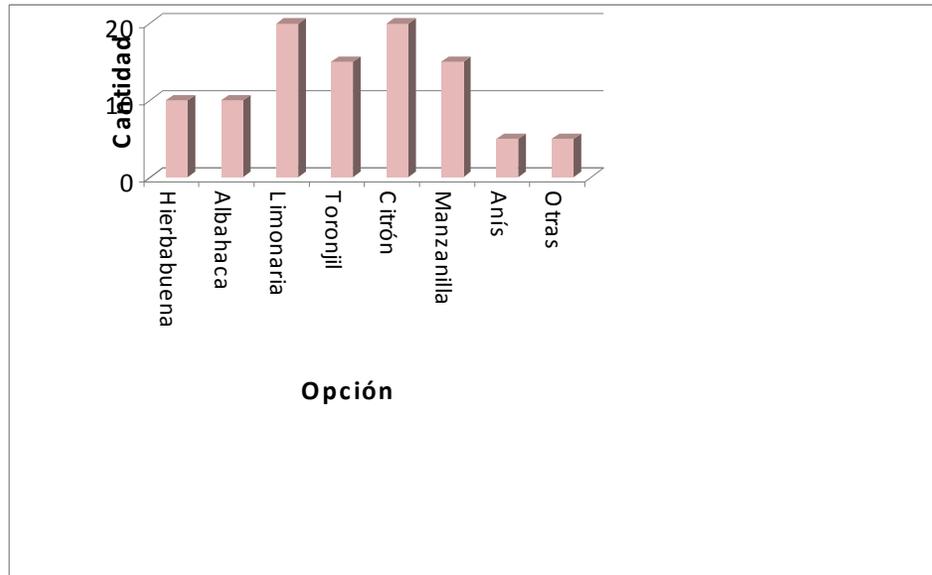


8) De las siguientes especies de hierbas de aromáticas, ¿Cuáles son las que más le gusta consumir?

Cuadro 8. Tabulación pregunta 8.

No.	Indicador	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Hierbabuena	10	10%
2	Albahaca	10	10%
3	Limonaria	20	20%
4	Toronjil	15	15%
5	Citrón	20	20%
6	Manzanilla	15	15%
7	Anís	5	5%
8	Otras	5	5%
TOTAL		100	100%

Gráfica 8. Pregunta 8.



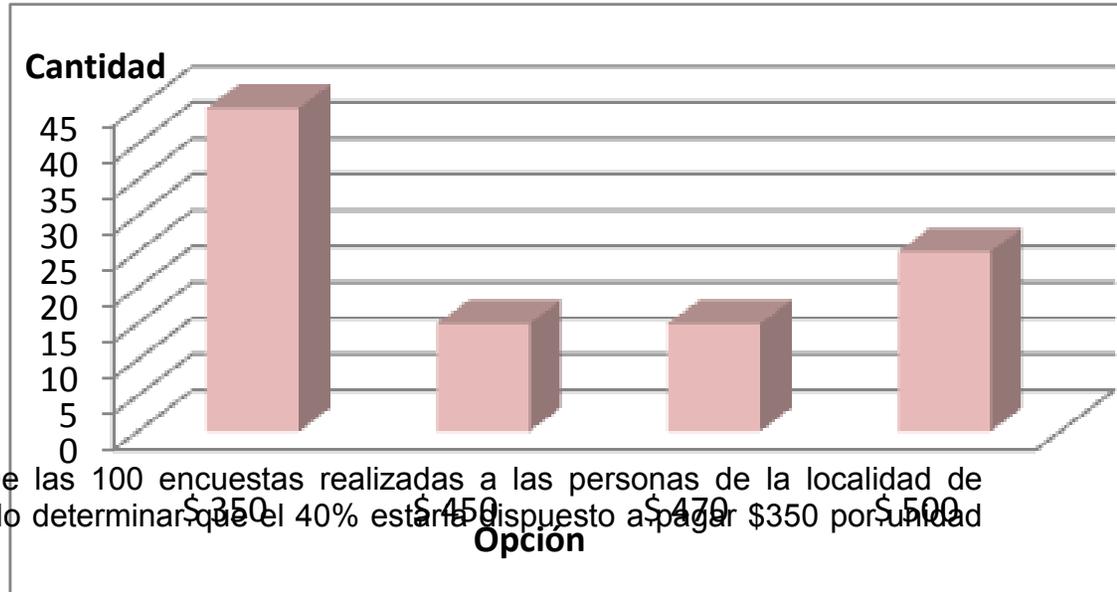
ANÁLISIS: De acuerdo a la pregunta realizada, se obtuvo como resultado que las hierbas que más gustan a los clientes son el citrón y la limonaria en un 20%.

9) ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por un paquete o cajita de hierbas aromáticas?

Cuadro 9. Tabulación pregunta 9.

No.	Indicador	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	\$350	45	45%
2	\$450	15	15%
3	\$470	15	15%
4	\$500	25	25%
TOTAL		100	100%

Gráfica 9. Pregunta 9.



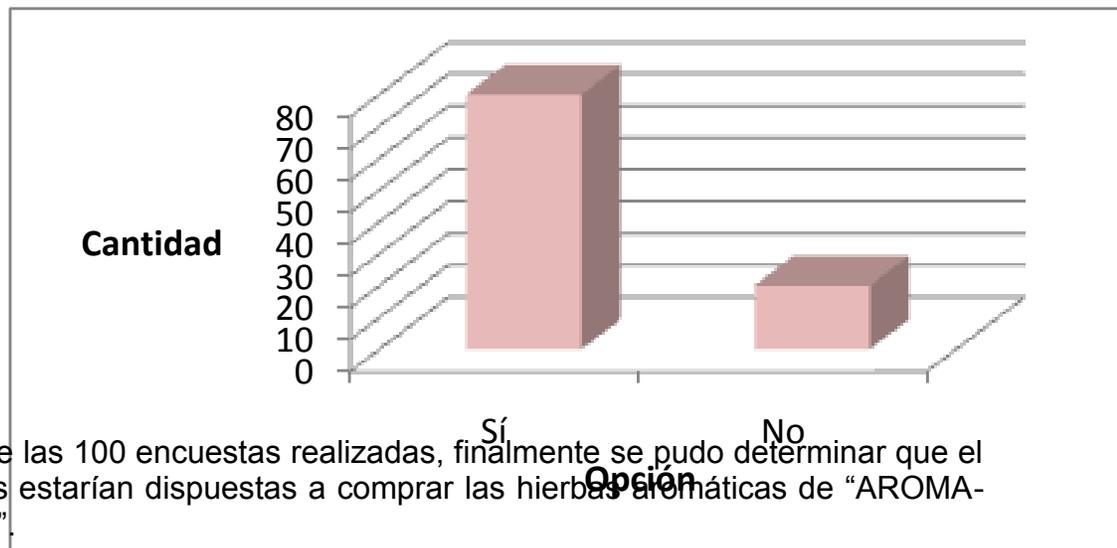
ANÁLISIS: De las 100 encuestas realizadas a las personas de la localidad de Suba, se pudo determinar que el 40% estaría dispuesto a pagar \$350 por unidad del producto.

10) ¿Estaría dispuesto a comprar el producto?

Cuadro 10. Tabulación pregunta 10.

No.	Indicador	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Sí	80	80%
2	No	20	20%
TOTAL		100	100%

Gráfica 10. Pregunta 10.

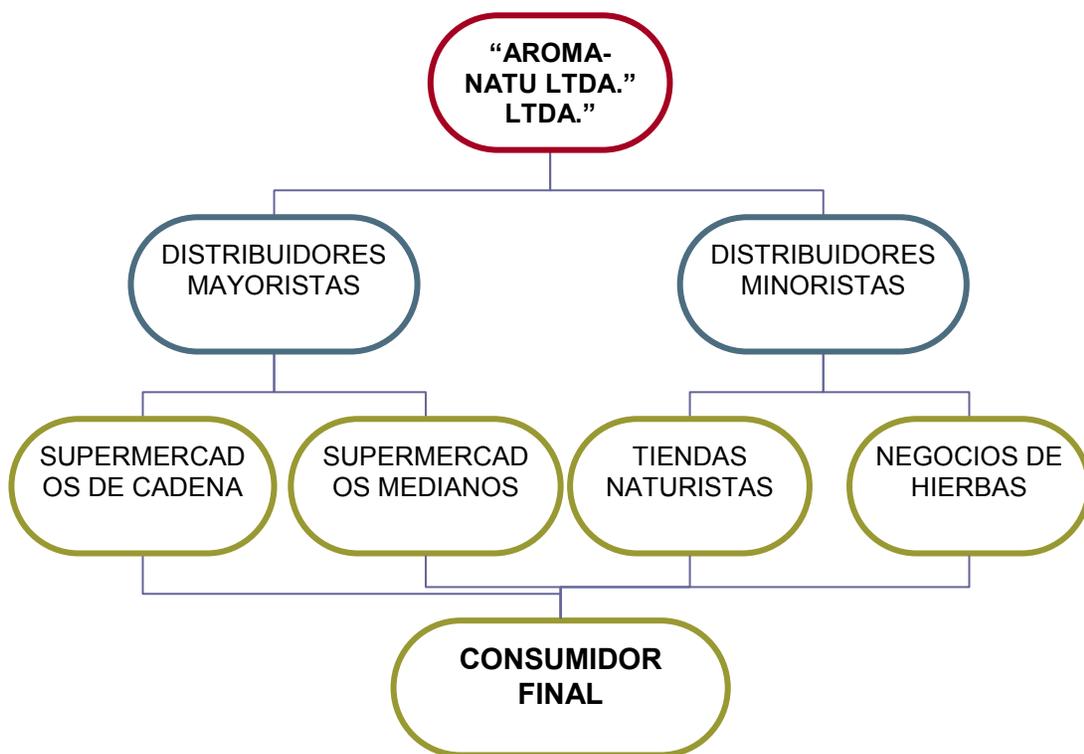


ANÁLISIS: De las 100 encuestas realizadas, finalmente se pudo determinar que el 80% de éstas estarían dispuestas a comprar las hierbas aromáticas de "AROMANATU LTDA."

Una vez aplicadas las encuestas, se procede a tabular y a analizar para determinar qué grado de aceptación se obtuvo por parte de las personas encuestadas para continuar con la gestión de puesta en marcha de la empresa.

2.4 DISTRIBUCIÓN Y PUNTOS DE VENTAS

Se pretende vender las hierbas aromáticas desde la empresa a todos aquellos supermercados de cadena que existen en la localidad de Suba, y demás supermercados, tiendas naturistas, cafeterías y/o tiendas pequeñas por medio de los distribuidores mayoristas y minoristas hasta que llegue al consumidor final.



2.5 PROYECCIÓN DE VENTAS

Según encuestas anteriores las personas consumen desde dos hasta cuatro tazas de aromáticas diarias, según la proyección de venta por el proyecto arroja la siguiente información:

Cuadro 11. Consumo de los 30 encuestados.

Consumidores	Promedio de tazas diarias	Consumo diario	Consumo mensual	Consumo anual
22	4	88	2640	31680

El 70% de la población consumen aromáticas, la cual consume diferentes marcas, entonces mi población objetivo sería un 25% del total de la población consumidora de productos aromáticos.

2.5.1 Corto Plazo (6 meses).

Que el producto tenga el 15% de reconocimiento en el mercado y que tenga aceptación. Sus ventas se mantengan en el mercado y que superen la competencia en un 10%.

2.5.2 Mediano Plazo (12 meses).

Que el producto tenga un 30% de aceptación en el mercado. Sus ventas superen la competencia en un 40%.

2.5.3 Largo Plazo (18 meses).

Llevar el producto a la comercialización en otras ciudades de tal manera que el producto aumente y así cada día ofrecerle mejores productos al consumidor.

2.6 PLAN PROMOCIONAL

2.6.1 Publicidad.

Se entregarán volantes en los supermercados de cadena y demás lugares mencionados donde se comercializará el producto (aromáticas), los volantes que se distribuirán entre los clientes potenciales serán diseñados de forma exclusiva y con colores llamativos, de tal manera que el producto llegue a tener una imagen adecuada que garantice que el consumidor se incline a comprarlo con confianza.

Su ubicará en los supermercados pancartas, afiches y se utilizarán grabaciones de video que den a conocer las bondades y beneficios del producto, teniendo en cuenta su calidad, naturalidad y economía para ser adquirido. Algo que se puede decir que este tipo de publicidad costosa para el propietario del producto (aromáticas). Este costo va entre:

1000 volantes	\$15.000
Grabación	\$15.000
Pancarta	\$50.000
Repartidor	\$30.000
TOTAL	<u>\$120.000</u>

2.6.2 Promoción de ventas.

Se efectuarán degustaciones en diferentes y reconocidos almacenes de cadena, esto hará que el producto empiece a ser reconocido por los diferentes consumidores, se elaborarán anexos de el producto como promoción en el chocolate ya que este es un producto nuevo y se está buscando futuros consumidores para el producto por medio de estos anexos el producto va a entrar en el mercado y a ser reconocido.

Se realizarán promociones pague 1 lleve 2 en supermercado y almacenes de cadena, esto es una promoción que va a generar que el consumidor lleve este producto y de tal forma el producto tendrá mayor comercialización, debido a que el cliente generalmente a la hora de comprar un producto tiene en cuenta las promociones, ya sea el producto conocido o un producto nuevo.

Cuadro 12. Precios de promoción

PROMOCIÓN	PRECIO		DÍAS DE DEGUSTACIÓN	PRECIO TOTAL
	PÚBLICO	PROPIETARIO		
Degustaciones	Gratis	\$ 2.200	3 días	\$ 6.600
Anexo	\$ 2.000	\$ 2.200	Agotar existencias	\$ 2.400
PAGUE 1 LLEVE 2	\$ 2.200	\$ 2.200	Agotar existencias	\$ 4.400

2.6.3 Empaque.

La presentación de cajas para las aromáticas instantáneas que tiene las siguientes especificaciones:

Dimensiones: 20 × 5 × 5 centímetros, para caja de 24 unidades.

Grosor: 0.5 mm

Material: cartón

Cantidad por porción: 1 gramo por bolsita, por caja de 6, 12 y 24 unidades.

Condiciones de almacenamiento: consérvese en un lugar seco y fresco.



2.7 FIJACIÓN Y POLÍTICA DE PRECIOS

Para empezar a ser reconocido por el consumidor se va a dar degustaciones en los principales almacenes de cadena, se harán promociones por medio de otros productos, por ejemplo al chocolate se le anexa una bolsita de aromática o pague una y lleve dos y como publicidad se entregarán volantes. Se tendrá una presentación del producto en diferentes formas, se venderá en bolsitas unitarias, cajas mixtas de 6 bolsas, 12 bolsas.

Los precios actuales de los diferentes productos se presentan en la siguiente tabla:

Cuadro 13. Precios por empresa.

EMPRESA	Hindú	Tisanas Paraíso	Insta-Roma	“AROMA-NATU LTDA.”
PRECIO	\$ 2.500	\$ 2.800	\$ 4.400	\$ 2.200
CANTIDAD	12 bolsitas	12 bolsitas	300 gramos	12 bolsitas

Los precios propuestos para “AROMA-NATU LTDA.”, de acuerdo a su presentación son los siguientes:

Cuadro 7: Presentaciones del producto de “AROMA-NATU LTDA.”.

PRESENTACION	PRECIO
1 Bolsita	\$ 350
6 Bolsitas	\$ 1.100
12 Bolsitas	\$ 2.200

De acuerdo al cuadro 6, podemos observar que el producto llamado “AROMA-NATU LTDA.”, es el más económico en el mercado; y el cuadro 7, se observa que tiene diferentes presentaciones, al igual que diferentes precios. Por lo anterior va a ser un producto aceptable debido a la calidad, naturalidad y economía del producto, ya que estos son los factores que más llaman la atención al consumidor a la hora de comprar un nuevo producto.

2.8 PLAN DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO

En el desarrollo de la presente investigación se acude a diferentes fuentes primarias se tuvo en cuenta la situación de los habitantes de la localidad de Suba y especialmente, los de la Vereda Tibabuyes, quienes cuentan con un gran espíritu de trabajo y de colaboración que realmente requiere nuestra empresa “AROMA-NATU LTDA.”, para que ejecute el desarrollo económico y laboral en la zona antes mencionada.

Una vez recolectada la información, se decidió idear un programa de economía empresarial, donde el objetivo es hacer partícipe a la comunidad de la Vereda Tibabuyes para que labore en el cultivo de hierbas aromáticas de la organización “AROMA-NATU LTDA.”.

Se pretende llevar al mercado de las hierbas aromáticas un portafolio de presentación de la empresa con su eslogan que dice: “CON “AROMA-NATU LTDA.”, MEJORA TU VIDA”, para que sea identificada por los clientes potenciales que gusten de este tipo de producto.

Las fuentes secundarias fueron obtenidas de los datos estadísticos suministrados por la alcaldía local de Suba y de otras entidades públicas como bomberos, Policía Nacional, Cámara de Comercio, Notariado y Registro, Sayco & Acinpro, Ministerio de Medio Ambiente, algunos libros e información obtenida de Internet y de igual manera, algunos libros prestados de la biblioteca de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD.

2.9 COBERTURA DEL PROYECTO

La cobertura de este proyecto está destinada inicialmente a la población de la localidad de Suba y barrios aledaños a ésta en la ciudad de Bogotá, así como también para todas aquellas personas que gustan de las hierbas aromáticas y establecimientos que las comercializan.

A la vez, se ofrecerá el portafolio de “AROMA-NATU LTDA.”, al resto de la ciudad de Bogotá y a otras ciudades del país con el fin de que los colombianos adquieran el producto.

2.10 CAMPO DE TRABAJO

Como campo de trabajo se escogió la Vereda Tibabuyes de la localidad de Suba en la ciudad de Bogotá para la puesta en marcha de las actividades de la organización “AROMA-NATU LTDA.”.

2.11 RIESGOS DEL MERCADO

- La calidad del producto puede ser deficiente.
- Cuando el cliente no responde la encuesta con honestidad, claridad y seguridad.
- La competencia en cuanto precio, calidad y variedad del producto puede afectar la venta de hierbas aromáticas de “AROMA-NATU LTDA.”.
- Puede que los clientes presenten quejas constantes sobre la calidad y precio del producto.

3. PRODUCCIÓN

El área de producción es la razón de ser de una empresa, por lo tanto en este proyecto es indispensable detallar claramente todos los aspectos relacionados con esta área para determinar su factibilidad técnica y apoyándose en los otros aspectos como el estudio de mercado, y la parte financiera hallar la viabilidad del proyecto para una futura puesta en marcha.

El proceso productivo de “AROMA-NATU LTDA.”, comprende dos etapas principales que corresponde al cultivo de las plantas aromáticas y el empaque del producto final, esto en dos presentaciones básicas: tallos tiernos y hojas en forma fresca, y deshidratadas instantáneas en cajas de 24 unidades.

3.1 OBJETIVOS DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN

3.1.1 Objetivo a corto plazo.

Producir 425.000 unidades de aromáticas instantáneas empacadas en diferentes presentaciones (bolsita unitaria, cajas por 6, 12 unidades).

3.1.2 Objetivo a mediano plazo.

Aumentar la producción de plantas aromáticas en un 10 % por ciento y ampliar la línea de producción con otras clases de hierbas aromáticas.

3.2 ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO O SERVICIO

Los productos de “AROMA-NATU LTDA.”, se tendrá una presentación del producto en diferentes formas, se venderá en bolsitas unitarias, cajas mixtas de 6 bolsas, 12 bolsas.

Independiente de la presentación el empaque del producto debe cumplir con las normas de empaque de alimentos, al igual que con la de rotulado de estos productos.

Para los productos deshidratados empacados en bolsas plásticas se conservará la misma presentación que la de las frescas, solo que se resaltará la presentación de deshidratadas y la forma de almacenamiento.

3.2.1 Características del producto respecto a su calidad.

A) Características Físicas.

Externas: se trata de las bolsitas de empaque del producto (hierbas aromáticas) que es de un papel especial con una forma rectangular de 4×5 cm, la cual tiene anexa una etiqueta con el eslogan de la empresa, que describe la frase “Bebida Aromática” y cuyo peso junto con el del contenido de hierba procesada es de 1,5 g.

B) Características Técnicas.

Es un producto de duración perecedera, porque llega a absorber humedad del aire y en consecuencia pierde su aroma y sabor. Por tal motivo, tiene una fecha de vencimiento por seguridad y para mantener una excelente calidad para el consumidor final. También, se puede decir que las hierbas tienen un adecuado tratamiento de secado para picarla, empacarla y comercializarla.

C) Usos del producto.

Las hierbas aromáticas pueden usarse de las siguientes formas:

- Estímulo digestivo.
- Evitar y aliviar dolores corporales ó como acompañante de otros medicamentos.
- Regular el sistema nervioso.
- Aliviar cólicos.
- Desinflamar.
- Regular la circulación.

3.2.2 Características del consumidor.

- Usuarios: Se determinó como clientes potenciales a la población en general, a partir de los cinco (2) años en adelante, sin tener en cuenta su estrato social, sexo, cultura e ingresos.

3.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO

El proceso productivo de este proyecto comprende dos etapas fundamentales que corresponden al cultivo de las plantas y al empaque o embalaje de la respectiva planta aromática; el cultivo de la planta es un proceso que requiere largo tiempo,

por lo tanto se tendrá disposición de cultivos en sus diferentes etapas y tamaños para garantizar producción constante del producto.

Las actividades principales de este proceso son:

- 1) Adecuación del terreno de cultivo.
- 2) Siembra de semillas
- 3) Riego y mantenimiento de las plantas
- 4) Recolección de partes comercializables de las plantas
- 5) Mantenimiento del cultivo.
- 6) Plantación de nuevo cultivo.

Para el procesamiento de las partes comestibles de las plantas se desarrollarán las siguientes etapas:

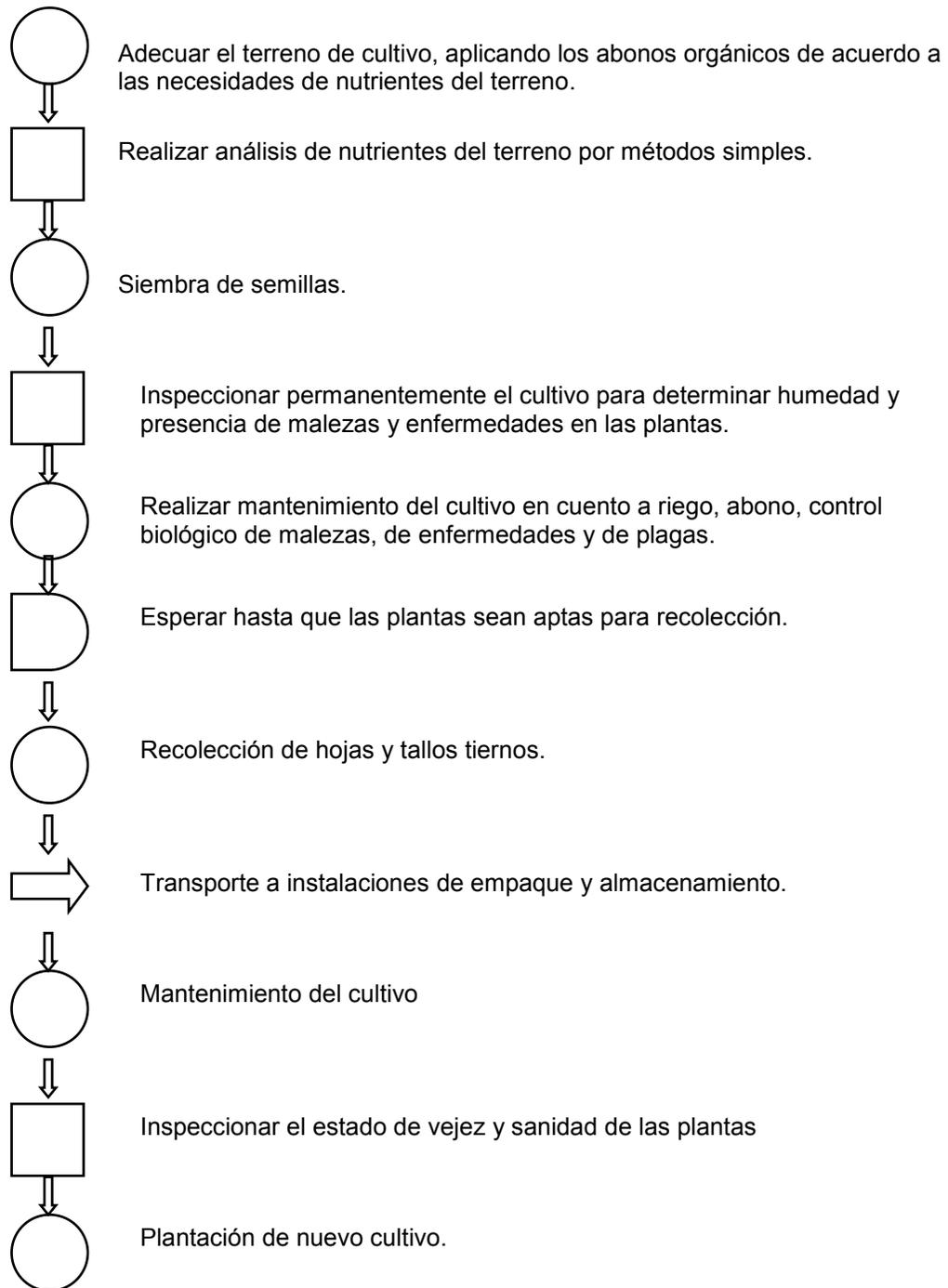
- 1) Recolección de hojas y tallos frescos
- 2) Selección de materia prima y limpieza
- 3) Secado.
- 4) Distribuir de acuerdo a necesidades de presentación (en fresco bolsa o capuchón, deshidratadas o instantáneas)
- 5) Pesado de acuerdo a presentación
- 6) Empaque en bolsas de cierre hermético de 50 gramos o en capuchones.
- 7) Almacenamiento en refrigeración.
- 8) Transporte a puntos de venta.

Los productos deshidratados instantáneos conservan las mismas etapas anteriores hasta el punto 4 y luego se realizan las siguientes actividades:

- Secado en horno deshidratador.
- Molienda hasta tamaño de partícula deseado.
- Dosificación y empaque en bolsitas de 1.5 gramo.
- Embalaje del producto en cajitas de 6, 12 y 24 unidades.

3.4 DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO

El diagrama de flujo para el proceso de producción o cultivo de las plantas aromáticas es el siguiente:



El diagrama de flujo para el proceso de empaque de aromáticas frescas empacadas en bolsas de cierre hermético se presenta en la siguiente figura; para

El proyecto se dará inicio en la Vereda Tibabuyes, en la localidad 11 de Suba en la ciudad de Bogotá, D.C. El análisis poblacional y económico permite jerarquizar los diferentes de flujos y vínculos de la vereda con otros barrios de la localidad, favorecido por las características rurales de este lugar, el cual cuenta con un transporte muy concurrente.

Se necesitan unos recursos para iniciar la empresa “AROMA-NATU LTDA.”, de \$62.341.173, donde una parte debe ser para la inversión total en activos fijos de \$24.617.000 y \$9.298.438 para el capital de trabajo.

3.6 EQUIPO E INSTALACIONES

Los equipos e instalaciones necesarios son:

Herramientas básicas de la industria agropecuaria tales como: palas, azadones, machetes, picas, barras, carretillas, baldes, tijeras, bombas de fumigación, mangueras, surtidores.

Para el proceso de empaque se requiere: balanzas, selladoras, cortadoras, horno deshidratador, mesas de selección, canastas plásticas.

Muebles, enseres y equipos de apoyo: mesas, sillas, archivadores, computador, impresora, teléfono, fax.

La cantidad de equipos, herramientas y enseres se encuentra a continuación:

Equipo o herramienta	Cantidad
Azadón pequeño	5
Azadón mediano	10
Carretilla mediana	4
Pala mediana	8
Machete	10
Tijeras de poda	4
Arado	2
Bomba de fumigación	2
Balanzas	2
Selladoras	2
Cortadoras	1
Horno deshidratador	1
Mesa de selección	2
Canastas plásticas	25

Mesas plásticas	2
Sillas	8
Archivador	1
Computador	1
Impresora	1
Teléfono	1
Fax	1

Las instalaciones necesarias son: terreno de cultivo, área de selección, área de empaque, área de deshidratación, área de almacenamiento y además se contará con un área administrativa.

3.7 MATERIA PRIMA

Las materias primas e insumos que requiere el proyecto son:

- Semillas
- Abonos orgánicos (microorganismos EM). Para la preparación de estos abonos se requieren materias primas como son los desperdicios (trozos de palos, tallos, hojas, desperdicios orgánicos de la cocina, estiércol de aves, vacunos y conejos, pasto), también hay distribuidores que se encargan de comercializar este tipo de agro insumos.
- Materiales de empaque (bolsas herméticas, cajas, cuerdas, bolsas para tisanas).
- Insumos como agua para el riego que es indispensable en el crecimiento de las plantas aromáticas.

3.7.1 Necesidades de Materia Prima.

En el siguiente cuadro se encuentra la materia prima e insumos necesarios para plantar el cultivo inicialmente:

Materia prima	Cantidad
Semilla de manzanilla	500 gramos
Semilla de hierbabuena	500 gramos
Humus de lombriz	3 litros
Alisin	1 litro
Canavalia	1 litro
Extracto de manzanilla	2 litros

La cantidad de agua, y todos los agro insumos de mantenimiento en los cultivos dependen de las necesidades del terreno y del clima, por lo tanto su adición al cultivo se hace de acuerdo a inspecciones permanentes a los sembradíos.

Para el proceso de empaque nos se requiere materia prima diferente a las plantas aromáticas, por lo tanto los insumos que se consumen en este proceso son los empaques que su consumo depende de las cantidades de aromáticas a empaquetar.

3.7.2 Identificación de Proveedores y cotizaciones.

Los abonos orgánicos, al igual que los insumos para el control biológico de plagas serán preparados en el mismo terreno de cultivo y por la misma empresa y cuando sea necesario hay proveedores de estos insumos.

Para los medios de empaque el proveedor será: Carvajal S.A. con su línea CARPACK que provee las cajas con su respectiva impresión. Las bolsas plásticas y capuchones los proveerá Plastilene.

Uno de los proveedores será SEMICOL LTDA (Semillas Colombianas) que comercializa semillas, fungicidas e insecticidas naturales. A continuación se presenta de esta empresa que son de interés para el proyecto.

SEMILLAS DE AROMÁTICAS						
Especie	Nombre Científico	% Pureza	% Germinación	Clima	Rendimiento gr / m2.	Cantidad de gr / Ha.
ALBAHACA	<i>Ocimum basilicum</i>	99	85	CALIDO-MEDIO	2000	500
MANZANILLA	<i>Anthemis nobilis</i>	99	90	FRIO		500
MEJORANA	<i>Origanum marjorana</i>	99	90	MEDIO	660	380
MENTA	<i>Mentha spicata</i>	99	80	MEDIO	800	400
ROMERO	<i>Rosmarinus officinalis</i>	99	90	MEDIO-FRIO	660	400
TOMILLO	<i>Thymus officinalis</i>	99	85	MEDIO	660	380
TORONJIL	<i>Melissa officinalis</i>	99	90	FRIO		380
ANIS	<i>Pimpinella anisum</i>	99	85	MEDIO	1000	2000
HIERBABUENA	<i>Mentha sativa</i>	99	80	MEDIO-FRIO		380
HINOJO	<i>Foeniculum vulgare</i>	99	85	CALIDO-MEDIO	1000	8000
OREGANO	<i>Origanum vulgare</i>	99	80	MEDIO	800	400

LINEA BIOLÓGICA				
Producto	Plagas o enfermedades que controla	Presentación	Ingrediente Activo	Valor
BROGNIARTII	Chinche, Chizas, Trozadores	200 Gr	Brogniarti	19,500
ANISAFER	Broca, Chinche, Chiza, Pulguilla	500 Gr	Metharhizium anisopliae	24,600
SAFELOMYCES	Nemátodos	500 Gr	PaecilomycesLilacinus	24,600
VERCANI	Escamas, Afidios, Mosca blanca	500 Gr	Verticillium Lecanni	24,600
DIPEL	Trozadores, Defoliadores, Cogolleros	500 Gr	Bacillus turingiensis	38,000
FITOTRIPEN	F.Oxisporum, Damping-off, Pudriciones de Raíz	500 Gr	Trichoderma koningii harzianum viride	24,600
TRICHODERMA	F.Oxisporum, Dampin-off, Pudriciones Raíz	Pastillas	Trichoderma sp.	12,000

INSECTICIDAS NATURALES				
Producto	Plagas o enfermedades que controla	Presentación	Ingrediente Activo	Valor
ALISIN	Repelente contra insectos, Virus	Litro	Ajo - Aji	15,500
TABACO	Chizas, Ácaros, Mosca blanca, Trips	Litro	Tabaco	25,000
RYTINAL EXTRACTO RUDA	Nemátodos, Control de larvas de zancudo, Polillas, Escarabajos	Litro	Ruda	16,800
BARBASCO	Insecticida de amplio espectro	Litro	Barbasco	22,250
CANAVALINA	Control de hormiga arriera	Litro	Canavalia	25,000
NEOFAT C.E.	Coadyudante	Litro	Aceite Vegetal	19,000

FUNGICIDAS NATURALES				
Producto	Plagas o enfermedades que controla	Presentación	Ingrediente Activo	Valor
EXTRACTO COLA DE CABALLO	Fungicida control de hongos en solanáceas	Litro	Cola de caballo	15,000
EXTRACTO CITRICO TORONJA	Desinfecciones de suelos, Fusarium, Damping off, Bacterias, Virus activa fitoalexinas	Litro	Aceite cítrico	30,000
EXTRACTO DE MANZANILLA	Mildeos y Gota, Virus - Damping off	Litro	Manzanilla	15,000
EXTRACTO DE ORTIGA	Fungicida Nematicida, Repelente	Litro	Ortiga	15,000
GLUTATION	Desinfecciones fusarium, Damping off, Bacteriosis, Plántulas	Litro	Sulfon	30,000

BIOFERTILIZANTES				
Producto	Plagas o enfermedades que controla	Presentación	Ingrediente Activo	Valor
Real Humus	Fertilizante foliar y edáfico	Litro	Ácidos humicos	11,500
Humus de Lombriz	Acondicionador de suelo y fertilizante	Litro	Lombricultura	15,200
Micorryzafer	Aumento disp. nutrientes y agua. Mejora desarrollo radicular.	1 Kg	Micorrizas	2,000
Micorryzafer	Aumento disp. nutrientes y agua. Mejora desarrollo radicular.	10 Kg	Micorrizas	17,500
Micorryzafer	Aumento disp. nutrientes y agua. Mejora desarrollo radicular.	50 Kg	Micorrizas	65,000

AGROFER: Ofrece herramientas agrícolas tales como: carretillas, azadones, palas, picas, machetes, en general todo tipo de herramientas.

La cotización de las herramientas que provee AGROFER es:

Tipo de herramienta	Precio en pesos
Azadón pequeño	15.000
Azadón mediano	25.000
Carretilla mediana	95.000
Pala mediana	18.500
Machete	8.000
Tijeras de poda	17.000
Arado	120.000

Los equipos de empaque y deshidratación los proveerá COMEK de Colombia y están relacionados a continuación:

- **BALANZA ELECTRÓNICA (Importada)**
 - Operación por pila. Pantalla digital. Plato Transparente 15 × 15 cm.
 - Capacidad: 5 Kilogramos de gramo en gramo
 - Precio: \$ 129.000
 - Modelo LEXUS. Capacidad de 5, 10 o 15 Kgr.....\$ 390.000

- **SELLADORA ELECTRÓNICA PARA BOLSA PLASTICA**
 - Referencia: 200.
 - Marca: (importada).
 - Operación Manual. Selle con terminado grafilado (punteado).
 - Sella y Corta perfectamente cualquier calibre de bolsa hasta 20 cm de longitud.
 - Control de temperatura por temporizador.
 - Precio: \$ 232.000.
 - Referencia: 300 (selle punteado de 30 cm. De ancho)
 - Precio: \$ 356.000
 - Adaptación a pedal (mueble en inox.).....\$ 150.000 Adicionales.

Nota: Disponemos de Selladoras de 50 cm y 10 modelos adicionales.

- **IMPRESORA DPH 100**
 - Marca: DEA LUN CO (Importada)
 - Sistema electrónico 110 Volt – 30 Wat.
 - Impresión numérica, con tipos numéricos que acompañan el equipo.
 - Suministra: Fecha Manufactura: (MANUF)

Fecha de expiración: (VENCE)
Lote: (LOT)
Precio: \$ 1'490.000

- **IMPRESORA AUTOMATICA**

- Marca: (Importada)
- Sistema electrónico 110 Volt.
- Impresión automática dual por intervalos de segundos o pedal electrónico
- Impresión numérica, con tipos numéricos que acompañan el equipo.
- Suministra: Fecha Manufactura: (MANUF)
Fecha de expiración: (EXP)
Lote: (LOT)
Precio: \$ 4.490.000

- **HORNO DESHIDRATADOR**

- Interior Elaborado en acero inoxidable.
- Control automático de temperatura.
- Termostato de seguridad.
- Equipado con tres bandejas en lámina perf. Inox.
- Dimensiones: 100 x 80 x 60 cms.
- Sistema de circulación de aire caliente en la cámara (Convección)
Precio: \$ 4.900.000

- **MESA EN ACERO INOXIDABLE 304**

- Medidas: 1.12 mts x 1.12 mts x 0.75 cms.
- Con un (1) entrepaño en acero inoxidable.
Precio: \$ 690.000 \$ 790.000 (1.12 x 1.50 x 0.75 cms).

- **MESA DE SELECCIÓN**

- Elaborada en acero inoxidable 304.
- Soportada con estructura metálica sólida, revestida con pintura horneable
Precio: \$ 1.090.000 Mesa Auxiliar: \$ 150.000

La calidad de los productos que ofrece los anteriores proveedores es buena, esto hace que sean los elegidos para el proyecto.

3.7.3 Compras.

Las compras se realizarán de acuerdo a las necesidades de los productos, por ejemplo al iniciar el proyecto se comprará en su mayoría las herramientas agrícolas y los equipos de empaque, mientras que las semillas y agro insumos se comprarán constantemente; los agro insumos como los abonos, fertilizantes, controladores de plagas, fungicidas e insecticidas inicialmente se adquirirán externamente en su totalidad y poco se buscará producirlos en la mismo sitio del proyecto. Los proveedores serán evaluados permanentemente para verificar puntualidad, comodidad en precio y servicio posventa.

3.8 CAPACIDAD INSTALADA

La capacidad instalada es un área de cultivo de 3 hectáreas distribuida de acuerdo a las necesidades de cada tipo de hierba aromática, además se cuenta con acuerdos especiales con lotes cercanos para aumentar y agilizar la producción de las plantas aromáticas.

Las instalaciones para el procesamiento y empaque de las hierbas aromáticas cuentan con una adecuada capacidad instalada.

3.9 MANEJO DE INVENTARIOS

Los agro insumos como los abonos naturales (biodesechos) y semillas serán comprados mensualmente de acuerdo a las necesidades y almacenados en un cuarto especialmente diseñado para éstos.

Para los productos frescos solo se permitirá el almacenamiento en la planta de producción durante un día mientras se realiza el transporte a los puntos de venta.

Los productos deshidratados serán almacenados adecuadamente en las instalaciones en época de sobreproducción. Luego, serán distribuidas constantemente hacia los puntos de venta cuando no sea época de cambios climatológicos.

3.10 DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTA Y OFICINAS

El siguiente es el plano de distribución de cultivos y de las instalaciones de procesamiento del producto.

Cultivo 1 de
hierbabuena

Cultivo 2 de
hierbabuena

Cultivo 1 de
Manzanilla

Cultivo 2 de
Manzanilla

Cultivo de
Limonaria

Invernadero y
vivero

Instalaciones de
empaque y
administrativas

EMPAQUE Y
ENTREGAS

Zona de compostaje

El área del terreno es de 5.000 metros cuadrados en forma rectangular, de los cuales están distribuidos de la siguiente forma: 1 lote para cultivos permanentes de plantas aromáticas que corresponde a un área de 3.000 metros cuadrados, 1.000 metros cuadrados para el invernadero y vivero y 1.000 metros cuadrados distribuidos así: para el tratamiento de hierbas aromáticas, la zona de preparación de compostaje, abonos orgánicos y cultivo de especies de plantas utilizadas para el control biológico, 500 metros cuadrados; para las instalaciones administrativas (200 metros cuadrados) y de empaque, almacenamiento y entrega de mercancía (300 metros cuadrados), 500 metros cuadrados restantes.

3.11 MANO DE OBRA REQUERIDA

La mano de obra que requiere el proyecto es:

Área de Producción:

Actividad	No. de personas	Tipo de habilidad
Recolección de hojas aromáticas	2	Agricultura
Selección, lavado y empaque	3	Conocer funcionamiento de equipos (balanzas, selladoras)
Operar horno de secado	1	Saber operar el equipo
Preparación de abonos y biodesechos	1	Tener conocimientos es este campo.

Para el área administrativa es necesario contar con un administrador que es el encargado de coordinar todas las actividades del proyecto, una secretaria quien apoya todas las actividades administrativas, un conductor encargado del transporte de los productos hasta los puntos de venta y de materias primas e insumos hasta las instalaciones de la empresa; además se contará con un jefe de actividades agrícolas, quien supervisará constantemente a los trabajadores en las áreas de cultivo y determinará las actividades que ellos deben desarrollar de acuerdo a las necesidades de las plantas.

3.12 PROCEDIMIENTOS DE MEJORA CONTINUA

Para la mejora continua el proyecto contará con asesores expertos encargados del diseño de cultivos para incorporar nuevas especies herbarias aromáticas para ampliar la línea de producción de la empresa, al igual que las técnicas para la elaboración de fertilizantes, fungicidas, insecticidas y herbicidas orgánicos (de origen cien por ciento natural) necesarios para las plantas cultivadas en los terrenos de la empresa, al igual que el mejoramiento de especies que sean resistentes y aptas para la región, conservando siempre el lema de producción limpia.

3.13 PROGRAMA DE PRODUCCIÓN

Las actividades preoperativas que se deben realizar antes del arranque del proyecto son:

- Contratar trabajadores agrícolas para actividades de adecuación de terreno de cultivo: arado, fertilización inicial, adecuación de sistemas de riego.
- Iniciar construcción de instalaciones de empaque y áreas administrativas.
- Siembra y mantenimiento de los cultivos de las plantas aromáticas.
- Realizar estudios de mercadeo y plan de mercadeo para contactar los clientes.
- Primera recolección de plantas aromáticas.
- Contratar y capacitar personal para el área de empaque.
- Iniciar producción de aromáticas frescas, deshidratadas e instantáneas de acuerdo a los requerimientos de la demanda.

La construcción y adecuación de la planta física del área administrativa y de empaque se desarrollará paralelamente a la plantación de los cultivos, siempre y cuando se garantice que cuando se realice la primera recolección, las instalaciones de empaque y almacenamiento se encuentren totalmente adecuadas para esta fecha.

4. ORGANIZACIÓN

4.1 OBJETIVOS DEL ÁREA DE ORGANIZACIÓN

Los objetivos de “AROMA-NATU LTDA.”, relacionados con la parte organizacional son:

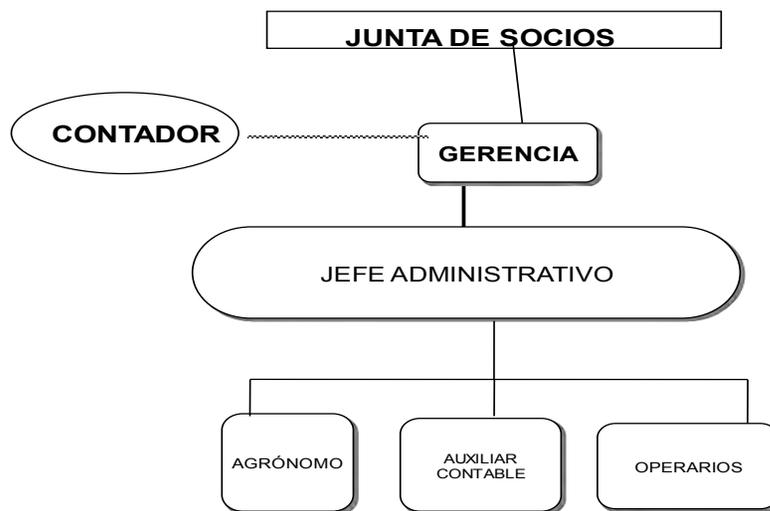
- Definir clara y equitativamente las actividades y funciones de cada uno de los empleados que laboran en esta empresa.
- Realizar capacitación adecuada y oportuna de acuerdo al puesto de trabajo que desempeñe cada empleado.
- Fomentar la comunicación en los diferentes cargos a través de canales de comunicación adecuados.
- Establecer y dar a conocer normas claras en lo relacionados a las relaciones entre empleados y entre jefes y subalternos.

4.2 ANÁLISIS DOFA DEL NEGOCIO

FORTALEZAS	AMENAZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Es producto agrícola orgánico de buena aceptación den el mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Existe muchos proyectos con este tipo de cultivos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lograr un mejor posicionamiento en el mercado por la calidad del producto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Es una empresa pequeña, sin el reconocimiento por parte de los consumidores.
<ul style="list-style-type: none"> • La localización del cultivo presenta un buen clima apto para este tipo de plantas aromáticas. 	<ul style="list-style-type: none"> • El conflicto armado de la región y en general en Colombia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Existe favorecimiento de precios para este tipo de cultivos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lejanía de la zona de cultivo al zona de comercialización, esto hace que el costo en transporte sea elevado.
<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos administrativos para el manejo de la empresa y se va a manejar su administración por parte del propietario de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Inestabilidad de la economía colombiana. 	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo económico por medio de Fondo Emprender a este tipo de proyectos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Plagas y enfermedades de la región.
<ul style="list-style-type: none"> • El terreno del cultivo es familiar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Variación de precios de los insumos agrícolas 	<ul style="list-style-type: none"> • Estímulos por parte del gobierno para la creación de microempresas especialmente agrícolas. 	<ul style="list-style-type: none"> • No se cuenta con personal capacitado para el manejo de los cultivos orgánicos especialmente en la preparación de insumos.
<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo técnico por parte de instituciones estatales SENA, UMATA. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cambios climáticos no aptos para el cultivo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se cuenta con mano de obra barata en la región. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de recursos económicos suficientes para llevar a cabo el proyecto.

4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

El organigrama de la empresa “AROMA-NATU LTDA.”, es el siguiente:



4.4 FUNCIONES ESPECÍFICAS POR PUESTO

Los puestos de trabajo que tiene la empresa depende de las funciones que deben desarrollar, no se requiere que cada puesto lo debe ocupar una persona distinta, pues “AROMA-NATU LTDA.”, es una microempresa y no es necesario tener bastante personal que se encargue del área administrativa; es así que una misma persona puede ocupar dos o más puestos de trabajo, claro está que debe tener muy bien definidas las funciones de cada uno de ellos y cumplirlas a cabalidad.

Las funciones por puesto de trabajo son:

Gerencia:

- Coordinar todas las actividades administrativas y de operaciones para lograr las metas propuestas por la empresa.

- Ser el representante legal de la empresa.
- Definir y llevar al cumplimiento de objetivos para ampliar y consolidar la empresa dentro de la región y en el país.
- Establecer los objetivos y funciones que se deben cumplir en cada cargo y además coordinarlas para que se puedan llevar a cabo.
- Facilitar y proveer los recursos humanos y económicos para llevar al cumplimiento las metas propuestas por la empresa.
- Presentar y firmar los documentos, informes y requerimientos a las diferentes entidades que lo requieran (DIAN, Secretarías de Salud, Administración Municipal).

Jefe Administrativo:

- Coordinar las actividades administrativas de la empresa.
- Administrar los recursos económicos de la empresa.
- Realizar pagos administrativos, a proveedores, a empleados, financieros y pagos tributarios.
- Coordinar la selección y contratación de los empleados de la empresa.
- Llevar y conocer informes detallados de los recursos financieros que posee la empresa (estados de cuenta de bancos, caja menor, cuentas por cobrar, etc.)
- Realizar contactos con los clientes y distribuidores para la buena comercialización del producto.
- Coordinar el equipo de ventas.
- Diseñar las estrategias de mercadeo (promociones, publicidad del producto, diseño de empaque, entre otros).
- Realizar la atención posventa de los productos.
- Coordinar con el jefe de operaciones la cantidad de inventario disponible para poder elaborar y ofrecer productos de acuerdo a las existencias.

- Coordinar la producción de la empresa tanto la parte agrícola como la parte de almacenamiento y empaque.
- Contactar personal experto que sea necesario para asesorar a los trabajadores de la empresa, especialmente de entidades del Estado como asesores del SENA.
- Dirigir las labores de labranza en lo referente al cultivo, abono, mantenimiento y recolección de las plantas aromáticas.
- Realizar estudios para la introducción de cultivos de nuevas especies de plantas aromáticas.
- Elaborar y dar a conocer los procedimientos de empaque, deshidratación y almacenamiento de las hierbas aromáticas.
- Realizar los cronogramas para cada puesto de trabajo.
- Mantener actualizado el inventario de las existencias que posee la empresa e informarlo a los vendedores, gerente, jefe administrativo y jefe de ventas.

Auxiliar Contable:

- Realizar los pagos de salarios a los empleados de acuerdo a la legislación laboral vigente (prestaciones sociales, horas extras).
- Coordinar los turnos de vacaciones.
- Coordinar los cursos de capacitación para los empleados.
- Realizar los pagos parafiscales y aportes a EPS, Fondo de Pensiones, ARP, Fondo de Cesantías y demás pagos exigidos.
- Expedir certificaciones laborales cuando los empleados lo requieran.
- Llevar los libros contables de la empresa consignados en el Código de Comercio y que requiere las entidades Tributarias.
- Registrar facturas de venta de la empresa y facturas de los proveedores.
- Llevar archivo físico de los soportes contables y tributarios que la empresa requiere.

Agricultores:

- Realizar cronograma de plantación, abono, control de malezas, control de plagas, y recolección de las plantas aromáticas.
- Realizar estudios para nuevas plantaciones de cultivos de acuerdo a las necesidades del mercado y las condiciones ecológicas de la región.
- Dar instrucciones y establecer procedimientos para cada una de las labores agrícolas (preparación de abonos orgánicos, preparación de insecticidas, herbicidas y demás productos agrícolas de manera ecológica).
- Inspeccionar el estado de sanidad de los cultivos y tomar las medidas correctivas y preventivas para cada caso.
- Cumplir con las labores agrícolas de acuerdo a los requerimientos de cada cultivo, se debe realizar deshierbe, abono, control de insectos, control de enfermedades, poda y recolección de hojas y tallos tiernos.
- Aplicar herbicidas, abonos, controladores biológicos a los cultivos de acuerdo a requerimientos e instrucciones de los asesores.
- Almacenar adecuadamente los insumos agrícolas y las herramientas utilizadas en la labores de labranza.
- Preparar los terrenos de cultivo realizando la adecuación del suelo, abono y condiciones de humedad para la plantación de las hierbas aromáticas.
- Preparar los abonos orgánicos de acuerdo a instrucciones y procedimientos establecidos por los asesores de este campo.

Operarios:

- Empacar de acuerdo a procedimientos las hierbas aromáticas.
- Realizar labores de inspección en control de calidad a la materia prima y al producto final para lograr un buen manejo del producto.
- Mantener equipos, utensilios e instalaciones en condiciones de higiene y limpieza adecuadas.

- Realizar mantenimiento preventivo y correctivo a equipos, maquinaria e instalaciones de acuerdo a cronogramas y requerimientos de cada uno de ellos.
- Cumplir con todas las tareas y funciones que el jefe de planta y el jefe de operaciones asignen.

4.5 CAPTACIÓN DE PERSONAL

La captación del personal que laborará en empresa se realizará teniendo en cuenta parámetros internos tales como necesidades del puesto de trabajo, condiciones sociales de los habitantes de la vereda de Tibabuyes de la localidad. Siempre se buscará generar desarrollo social en la localidad de Suba con la generación de empleo bien remunerado, estabilidad laboral y atención integral a la comunidad de la vereda.

4.5.1 Reclutamiento.

El reclutamiento del personal de la empresa será a través de anuncio en carteleras de la misma empresa, para que el personal que labore o visite la empresa lo conozca y lo comunique a aquellos interesados, ya sean vecinos o familiares de los trabajadores. También se acudirán a empresas de empleos temporales para el requerimiento de cargos vacantes.

Las necesidades de personal aumentarán en aquellas épocas de recolección de hojas y tallos frescos de las hierbas aromáticas, por lo tanto será necesario contar con personal temporal cuando estas actividades lo requieran.

4.5.2 Selección.

El proceso de selección de personal se realizará teniendo en cuenta aspectos como experiencia, tipo de población vulnerable (desplazados, madres cabeza de familia, jefe de hogar, entre otros), cercanía de la residencia al lugar de trabajo. También se realizará una entrevista para indagar aspectos personales que sean relevantes para el puesto de trabajo y para la empresa.

4.5.3 Contratación.

Los contratos de trabajo de aquellos empleados permanentes se realizarán a término fijo por períodos de tres meses y cumpliendo las normas de legislación laboral para este aspecto. En el contrato de trabajo se especificará el horario de trabajo, el sueldo básico, primas y demás auxilios que la empresa considere, cláusulas de confidencialidad de la empresa, y cumplimiento de funciones y reglamentos propios de la empresa y que el Ministerio de la Protección Social tenga vigente.

Para aquellos empleados permanentes se les pedirá certificaciones laborales anteriores, y dos recomendaciones personales, al igual que copia del documento de identidad, esto con el fin de realizar las afiliaciones respectivas a la Seguridad Social. El período de prueba corresponde a una semana donde se define si de acuerdo a la inducción el trabajador presenta las habilidades propias para el puesto de trabajo.

4.5.4 Inducción.

La inducción se realizará durante dos días por parte del jefe inmediato quien le dará a conocer todas funciones que debe desarrollar, los horarios de trabajo, se le dará a conocer el reglamento interno de trabajo. Y se le entregará la dotación respectiva de acuerdo al puesto de trabajo a desempeñar (overoles, botas de caucho, guantes, cachucha).

4.6 DESARROLLO DE PERSONAL

El proceso de desarrollo de personal comprenderá el entrenamiento inicial, capacitaciones específicas para el puesto de trabajo, charlas relacionadas con aspectos sociales como nutrición, cuidados básicos del cuerpo, y demás conocimientos que puedan ayudar a la formación integral de la familia y comunidad a la cual pertenece el empleado, es decir la capacitación no solo será relacionada con las áreas de trabajo sino también con el área personal del trabajador. Para estas capacitaciones se contactará a personal especializado. Se buscará que el costo a pagar por parte de la empresa sea mínimo, pues se cuenta con personal de entidades del Estado que deben cumplir con este tipo de apoyo a la comunidad; el costo aproximado para estas capacitaciones es de \$ 100.000 por conceptos de material de apoyo y refrigerios tanto para los instructores como para los trabajadores.

4.7 ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS

EL pago de salarios será quincenal será en efectivo en las instalaciones administrativas de la empresa, el detalle de salario recibido será presentado en su recibo respectivo donde se mostrará detalladamente el total devengado (sueldo básico, auxilio de transporte, horas extras, recargos, primas) y las deducciones que se deben realizar con el fin de cumplir con las obligaciones de Seguridad Social por parte de empleador.

Para aquellos empleados que laboran durante temporadas de recolección se le proporcionará salarios correspondientes a jornales equivalentes a \$ 20.000 diarios y al final de la época se le entregará la liquidación respectiva.

Para los empleados permanentes se tendrá en cuenta los conceptos salariales por parte de prestaciones sociales y aportes a que tiene derecho cada empleado y de obligación del empresario, de acuerdo a las normas vigentes del Ministerio de la Protección Social. Estos conceptos son:

Costos Mano de obra

EPS	8,5%
Pensiones	12%
Riesgos profesionales	5,2%
Parafiscales: SENA, ICBF, CCF	9,0%
Vacaciones	4,16%
Cesantías más intereses	9,3%
Primas	8,3%
Total	55,55%

La asignación salarial mensual para los empleados permanentes que laboran en la empresa es:

Cargo	Sueldo básico mensual	No. de empleados	Total
Gerencia, Jefe Administrativo	\$ 800.000	1	\$ 800.000
Auxiliar contable	\$ 500.000	1	\$ 500.000
Jefe de operaciones, Jefe de Planta	\$ 600.000	1	\$ 600.000
Jefe de Ventas, vendedor	\$ 550.000	1	\$ 550.000
Vendedor, auxiliar de recursos humanos	\$ 500.000	1	\$ 500.000
Agricultores	\$ 496.900	5	\$ 2.484.500
Operarios	\$ 496.900	3	\$ 1.490.700

Total: \$ 6.214.000, más un 55,55% por aportes, Prestaciones Sociales y Seguridad Social.

4.8 EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

Se controlará en cuenta el cumplimiento del horario de trabajo, especialmente la hora de entrada, también se debe registrar la hora de salida, esto con el fin de llevar registro de horas extras laboradas.

Semestralmente los jefes de área presentarán un informe a la Gerencia sobre el desempeño del personal a cargo, donde se consigne datos de los empleados como el tiempo laborado en la empresa, y una evaluación del desempeño integral de cada uno de ellos.

4.9 RELACIONES DE TRABAJO

Las relaciones de trabajo se deben realizar mediante una comunicación eficaz entre empleados del mismo rango y con subalterno y jefes. El encargado de los recursos humanos elaborará políticas y velará por el cumplimiento de éstas en lo referente a maltrato laboral, reglamento interno de trabajo y demás aspectos que garanticen un buen clima laboral.

4.10 LEGALIZACIÓN

Dado que “AROMA-NATU LTDA.” es una empresa relacionado con productos para consumo humano debe cumplir la normatividad del Instituto de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos tales como decreto 3075 del Ministerio de Salud, y la resolución de Rotulado de estos productos.

Los aspectos legales relacionados con el montaje y funcionamiento de la empresa en la parte administrativa se encuentran a continuación.

4.11 ASPECTOS LEGALES:

Para la formación y funcionamiento la empresa “AROMA-NATU LTDA.” Ltda es necesario seguir os siguientes pasos:

- VERIFICAR EL NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

- En el puesto de información de cualquiera de las Sedes de la Cámara de Comercio, se solicita un volante para la consulta de nombres.
- Diligenciar el formulario con los nombres que desea consultar y la actividad a que se va a dedicar.
- Presentar el formulario diligenciado en las ventanillas de la Cámara de Comercio, con el fin saber si puede usar dicho nombre o no debido a que ya existe o hay alguno similar.
- Si el nombre fue aprobado pasar al siguiente paso.
- ELABORAR LA MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA CON EL SIGUIENTE CONTENIDO BÁSICO
 - Los datos de los nombres constituyentes: nombres completos, cédulas, nacionalidad, estado civil y domicilio.
 - La clase o tipo de sociedad que se constituye y el nombre de la misma.
 - El domicilio de la sociedad y de las sucursales que se establezcan.
 - El negocio de la sociedad (objeto social), enunciado en forma clara y completa de las actividades principales.
 - El capital social pagado por cada socio. Si es una sociedad por acciones se deberá expresar el capital suscrito y pagado, la forma como se cancelarán las cuotas y el valor nominal de las acciones representativas del capital.
 - Se debe expresar como se administrará la sociedad, las facultades de los administradores, las asambleas y juntas de los socios, según lo establecido legalmente para cada tipo de sociedad (para mayor información consultar Código de Comercio).
 - Los días y la forma de convocar y constituir la asamblea o junta de socios ya sea de manera ordinaria o extraordinaria, y la forma como se decidirá un asunto.
 - Las fechas en que se deben hacerse los balances generales y como se distribuirán las utilidades, así como la reserva legal.

- La duración de la empresa y sus causales para disolverla, y la forma como liquidarla.
 - Establecer el representante legal de la sociedad con su domicilio, sus facultades y obligaciones.
- REGISTRO NOTARIAL

Allí se transcribirá la minuta o documento para efectos de constitución de la empresa ya sea por escritura pública o documento privado.

- REALIZAR EL PAGO DEL IMPUESTO DE REGISTRO SOBRE LA ESCRITURA

Este valor depende del monto sobre el cual se constituye la empresa.

- ADQUIRIR EL FORMULARIO DE MATRÍCULA MERCANTIL:

Adquirir en la cámara de Comercio el formulario de matrícula mercantil, posteriormente debe presentarse en la ventanilla de la Cámara de Comercio lo siguiente:

- 1) El formulario de matrícula mercantil diligenciado, junto con el volante de “consulta de nombres” aprobado.
- 2) Dos copias autenticadas de la escritura pública o documento de constitución de la sociedad.

- REGISTRO DE LIBROS DE COMERCIO:

Están compuestos por los libros de contabilidad, libros de acta, libros de registro de aportes, comprobantes de las cuentas, los soportes de contabilidad y la correspondencia relacionada con sus operaciones.

Los libros que se deben registrar en la Cámara de Comercio con su respetiva carta, numerado consecutivamente, marcados a lápiz con nombre de la empresa y tipo de libro y sin ningún registro contable, son los siguientes:

- Libro auxiliar
- Libro caja-diario
- Libro mayor

- Libro inventario y balance
- Libro de accionistas
- Libro de actas.

Al entregar los libros la Cámara de Comercio debe estar sellada la primera página y las demás hojas rubricadas.

- IR A LA DIAN

Obtener en la DIAN el número de identificación tributaria NIT a través de la inscripción en el RUT (Registro Único Tributario) y la respectiva inscripción en el registro de vendedores si es responsable del IVA.

- AFILIACIÓN A LA SEGURADORA DE RIESGOS PROFESIONALES (ARP)

Solicitar afiliación de la empresa a una aseguradora de riesgos profesionales, que dependiendo de la actividad de la empresa se clasifica en un tipo de riesgo y se establece una tarifa para efectuar los pagos respectivos por este concepto sobre la nómina total.

También se debe vincular a cada trabajador al sistema general de riesgos profesionales.

- RÉGIMEN DE SEGURIDAD SOCIAL:

Inscribir ante una entidad promotora de salud (EPS) a todos sus trabajadores, los empleados podrán elegir libremente la empresa a que deseen vincularse.

Mensualmente se deben realizar los respectivos aportes a la EPS correspondiente diligenciando el formulario suministrado por la misma EPS. El porcentaje a pagar a la EPS es el 12% del total devengado, de los cuales 1/3 lo cubre el trabajador y los 2/3 restantes le corresponden al empleador.

- FONDO DE PENSIONES Y CESANTÍAS:

Afiliar a todos los trabajadores a un Fondo de Pensiones y Cesantía que puede ser de elección libre para el trabajador, suministrando la información del trabajador respectiva y realizando los aportes mensuales que corresponden al 15,5% del salario devengado, de los cuales el 25% le corresponden al trabajador y el 75% al empleador.

- APORTES PARAFISCALES:

Son pagos a que está obligado todo empleador a cancelar sobre el valor de la nómina mensual a través de las cajas de compensación familiar para Subsidio Familiar, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) y SENA. Los aportes parafiscales corresponden al 9% sobre el total devengado de la nómina y están distribuidos de la siguiente forma:

- 2% SENA
- 3% Instituto Colombiano de Bienestar Familiar ICBF
- 4% Caja de Compensación Familiar.

4.12 TIPO DE ORGANIZACION

4.12.1 La sociedad de Responsabilidad Limitada.

La sociedad de responsabilidad limitada es aquella sociedad mercantil en la que el capital social está dividido en participaciones iguales, acumulables e indivisibles, que no pueden incorporarse a títulos negociables ni denominarse acciones, y en la que la responsabilidad de los socios se encuentra limitada al capital aportado.

El capital social deberá estar totalmente desembolsado en el momento de la constitución. Además, podrá ser constituida por un único socio.

La condición de socio no puede transmitirse libremente, existiendo el derecho de tanteo a favor de los socios restantes e incluso de la propia sociedad, que podrá adquirir la participación del socio saliente previa reducción del capital social.

Al igual que en las sociedades anónimas la sociedad se constituirá mediante otorgamiento de la escritura pública e inscripción en el Registro Mercantil.

Así, sus características son:

- Tiene personalidad jurídica propia.
- Su carácter es mercantil cualquiera que sea la naturaleza de su objeto.
- Su constitución se formaliza a través de escritura pública siendo necesaria su posterior inscripción en el Registro Mercantil.
- El nombre de la sociedad habrá de incorporar la expresión “Sociedad de Responsabilidad Limitada”, “Sociedad Limitada”, o su abreviatura “S.R.L.”, “S.L.”.

- El capital social debe estar íntegramente suscrito y desembolsado en el momento de la constitución.
- El capital social está constituido por las aportaciones de los socios, que podrán ser en metálico, bienes o derechos.
- La transmisión de las participaciones sociales se formalizará en documento público.
- Los Órganos de la sociedad son:
 - Junta General.
 - Administradores.

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar el estudio financiero para evaluar la factibilidad del proyecto calculando el monto de los recursos financieros para su desarrollo.

5.1.1 Objetivos Específicos.

- Determinar y calcular el valor de las inversiones en activos fijos.
- Evaluar costos y gastos del proyecto.
- Calculo del capital de trabajo para la operación del proyecto.
- Determinar ingresos.
- Definir forma y fuentes de financiamiento utilizadas para el proyecto.
- Realizar la evaluación económica del proyecto.
- Flujos de fondos e informes financieros.

5.2 INVERSIONES

La vida útil del proyecto es de 5 años, periodo de evaluación inicial y teórico, calculando las proyecciones para este periodo de tiempo.

Para realizar el proyecto es necesario tener los recursos financieros para su instalación y montaje más los requerimientos para el funcionamiento y operación. "AROMA-NATU LTDA." se financiará con un crédito con el banco Agrario lo que permitirá dar solución al desarrollo financiero del proyecto, los demás recursos económicos requeridos correrán por cuenta del emprendedor y socios.

5.2.1 Inversiones en terreno y obras físicas.

Son aquellas inversiones físicas o tangibles en los activos del plan de negocios.

5.2.2 Inversiones en maquinaria, equipos, vehículos y muebles.

Se tienen en cuentas todos los activos que se tienen para ello haremos un cuadro general.

Cuadro 14. Inversiones Fijas

PLAN DE NEGOCIOS "AROMA-NATU LTDA."				
No.	Bien	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
1	Maquinaria y equipo	1	\$ 13'137.000	\$ 13'137.000
2	Muebles y equipo de oficina	1	\$ 11'480.000	\$ 11'480.000
	Total		\$ 24'617.000	\$ 24'617.000

5.2.3 Inversión Diferida.

Son los gastos en que se dan antes de iniciar las operaciones del negocio, lo cual deben ser amortizados estos valores, también se tuvo en cuenta unos gastos por imprevistos los cuales no superan el 15%; determinan el capital de trabajo para los 5 años de vida útil proyectada se aplica el método de proyección en términos corrientes considerando los efectos inflacionarios, y depreciación.

Cuadro 15. Gastos preoperativos diferidos.

INVERSION EN ACTIVOS INTANGIBLES PLAN DE NEGOCIOS "AROMA-NATU LTDA."	
DETALLE DE	COSTO
ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD (33.33%)	\$ 284.552
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD (66.67%)	\$ 569.188
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	\$ 62.502
MONTAJE Y PUESTA EN MARCHA	\$ 20'800.000
PROMOCION Y PUBLICIDAD	\$ 650.000
PLEGABLES	\$ 500.000
CAPACITACION VENDEDORES	\$ 200.000
INVIMA	\$ 3'500.000
ENTRENAMIENTO DE PERSONAL	\$ 80.000
IMPREVISTOS	\$ 1'222.125
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS	\$ 27'868.367

Se tienen en cuenta este valor para su amortización durante los cinco años y se agregará una inflación aproximada del 6% para la evaluación del proyecto.

Fórmula

$$F = P(1+i)^n$$

Donde:

F Es el valor futuro

P Es el precio

i Es la tasa de interés

n Es el período en mes o en año

Cuadro 16. Amortización de diferidos.

PLAN DE NEGOCIOS "AROMA-NATU LTDA."					
VALOR A AMORTIZAR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 27'868.367	\$1'031.583	\$1'114.110	\$1'203.239	\$1'299.498	\$1'403.458
Total	\$1'031.583	\$1'114.110	\$1'203.239	\$1'299.498	\$1'403.458

Estos valores deben reflejarse en el flujo de fondos del proyecto.

5.2.4 Costos de depreciación.

Para calcular los costos de depreciación de activos fijos se tuvieron en cuenta los valores de compra y la vida útil de cada uno, estos valores nos hacen recuperar la inversión en obras físicas y el equipamiento del plan de negocio.

Para evitar ajustes por inflación a la depreciación de los activos fijos, se aumentan los valores acordes con la inflación proyectada para los años de operación del negocio, teniendo en cuenta que los valores cuando la vida útil del bien es superior a la de evolución del negocio estos valores se reflejan como depreciación acumulada en el año 5 de operación.

Cuadro 17. Depreciación de maquinaria y equipo.

Activo	Vida Útil año	Costo total del activo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maquinaria y equipo	10	\$13'137.000	\$1'313.700	\$1'313.700	\$1'313.700	\$1'313.700	\$1'313.700
TOTAL		\$13'137.000	\$1'313.700	\$1'313.700	\$1'313.700	\$1'313.700	\$1'313.700

Cuadro 18. Depreciación de muebles y enseres.

Activo	Vida Útil año	Costo total del activo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles y enseres	10	\$11'480.000	\$1'480.000	\$1'480.000	\$1'480.000	\$1'480.000	\$1'480.000
TOTAL		\$11'480.000	\$1'480.000	\$1'480.000	\$1'480.000	\$1'480.000	\$1'480.000

5.2.5 Costos de producción.

Estos costos son ocasionados en el proceso de producción de bienes y la prestación de servicios, tenemos costos directos y los indirectos de fabricación.

En los costos directos se encuentra los materiales directos, la mano de obra directa y por la depreciación de los activos de producción como son maquinaria y equipo entre otros.

Se calcula la mano de obra directa y la indirecta, se tiene en cuenta los cálculos de prestaciones sociales, equivalentes al 53% del sueldo básico.

Cuadro 19. Mano de Obra Directa.

Cargo	Remuneración Mensual	Remuneración Anual	Prestaciones sociales	1	2	3	4	5
JEFE ADMINISTRATIVO	600.000	7.200.000	3.816.000	11.016.000	11.897.280	12.849.062	13.876.987	14.987.146
AGRICULTORES	496.900	9.600.000	0	9.600.000	10.368.000	11.197.440	12.093.235	13.060.694
OPERARIOS	496.900	9.792.000	0	9.792.000	10.575.360	11.421.389	12.335.100	13.321.908
Total	1.408.800	26.592.000	3.816.000	30.408.000	32.840.640	35.467.891	38.305.322	41.369.748

Cuadro 20. Materiales que se gastan en la producción.

PLAN DE NEGOCIOS "AROMA-NATU LTDA."								
Material	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario (en \$)	AÑOS				
				1	2	3	4	5
A. MATERIALES DIRECTOS								
MATERIAS PRIMAS	MES	12	3.460.000	41.520.000	44.841.600	48.428.928	52.303.242	56.487.502
Subtotal				41.520.000	44.841.600	48.428.928	52.303.242	56.487.502
B. MATERIALES INDIRECTOS								
BOLSAS	Kilo.	50	1.500	75.000	81.000	87.480	94.476	102.637
MARQUILLAS	Und.	80						
IMPREVISTOS	1	1	1.000.000	1.000.000	1.080.000	1.166.400	1.259.712	1.360.489
Subtotal				1.075.000	1.161.000	1.253.880	1.354.188	1.463.126
Total				42.595.000	46.002.600	49.682.808	53.657.433	57.950.027

5.2.6 Costos Indirectos del Producción.

Son los costos que hacen parte del proceso productivo y prestaciones de servicios, estos no se ven reflejados en los productos a comercializar, estos costos se calculan para incorporarlos a los costos totales de operación.

Cuadro 21. Costos Indirectos del Servicio.

PLAN DE NEGOCIOS "AROMA-NATU LTDA."			
Concepto	Unidad Medida	Valor Mes	Costo total Año
Energía Eléctrica	KWh.	\$ 150.000	\$ 1'800.000
Agua	M ³	\$ 50.000	\$ 600.000
Teléfono	Plan	\$ 130.000	\$ 1'560.000
Aseo	Mes	\$ 5.000	\$ 60.000
Gas	M ³	\$ 100.000	\$ 1'200.000
Dotación oficina	-	\$ 50.000	\$ 600.000
Suministros cafetería	-	\$ 20.000	\$ 240.000
Arrendamiento	-	\$ 400.000	\$ 4'800.000
INSUMOS DE ASEO	-	\$ 50.000	\$ 600.000
Total			\$ 11'460.000

5.2.7 Gastos Generales de Administración.

Cuadro 22. Salarios.

Cargo	Remuneración Mensual	Remuneración Anual	Prestaciones sociales	1	2	3	4	5
ADMINISTRADOR	800.000	9'600.000	5'088.000	14'688.000	15'863.040	17'132.083	18'502.650	19'982.862
AUXILIAR CONTABLE	500.000	6'000.000	3'180.000	9'180.000	9'914.400	10'707.552	11'564.156	12'489.289
CONTADOR (HONORARIOS)	400.000	4'800.000	0	4'800.000	5'184.000	5'598.720	6'046.618	6'530.347
Total	1'700.000	20'400.000	8'268.000	28'668.000	30'961.440	33'438.355	36'113.424	39'002.498

5.2.8 Otros gastos de producción.

Son los costos que hacen parte del proceso productivo, estos no se ven reflejados en los productos a comercializar, estos costos se calculan para incorporarlos a los costos totales de operación.

Cuadro 23. Otros gastos de producción.

PLAN DE NEGOCIOS "AROMA-NATU LTDA."								
Concepto	Unidad Medida	Costo Unitario	Cantidad	1	2	3	4	5
SERVICIOS	AÑO	\$1.000.000	1	1'000.000	1'080.000	1'166.400	1'259.712	1'360.489
DOTACIONES OFICINA	MES	\$50.000	12	600.000	648.000	699.840	755.827	816.293
ARRIENDOS	MES	\$200.000	12	2'400.000	2'592.000	2'799.360	3'023.309	3'265.174
ELEMENTOS ASEO	MES	\$50.000	12	600.000	648.000	699.840	755.827	816.293
GASTOS CAFETERIA	MES	\$20.000	12	240.000	259.200	279.936	302.331	326.517
Total				4'840.000	5'227.200	5'645.376	6'097.006	6'584.767

5.2.9 Total de Costos Operacionales.

Son los costos que se causan durante el período de operación para hacer funcionar las instalaciones y activos que se han adquirido mediante inversiones, con la idea de producir y comercializar los bienes o prestación de servicio.

Cuadro 24. Total de Costos Operacionales.

PLAN DE NEGOCIOS "AROMA-NATU LTDA."					
Concepto	Valor año 1	Valor año 2	Valor año 3	Valor año 4	Valor año 5
Costos directos de fabricación					
Mano de obra directa	30'408.000	32'840.640	35'467.891	38'305.322	41'369.748
Materiales de producción	42'595.000	46'002.600	49'682.808	53'657.433	57'950.027
Costo servicios	11'460.000	12'147.600	12'876.456	13'649.043	14'467.986
Subtotal	84'463.000	90'990.840	98'027.155	105'611.798	113'787.761
Costos Indirectos					
Mano de obra indirecta	28'668.000	30'961.440	33'438.355	36'113.424	39'002.498
Otros costos de producción	4'840.000	5'227.200	5'645.376	6'097.006	6'584.767
Subtotal	33'508.000	36'188.640	39'083.731	42'210.430	45'587.265
Total	117'971.000	127'179.480	137'110.886	147'822.228	159'375.026

5.3 FUENTES DE FINANCIACIÓN

El capital de trabajo para la puesta en marcha de la microempresa, está conformado por recursos propios del 64,16% y el otro 35,84% un préstamo otorgado por el Banco Agrario.

Las condiciones del Banco Agrario para otorgar el crédito son: una tasa de interés efectivo anual del 24% sobre el saldo, la amortización será mes vencido con un plazo de 60 meses.

Aplicando la fórmula para calcular las cuotas de amortización con unas cuotas fijas será:

$$A = p \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$$

$$A = \frac{22'341.173 \times 0,24(1,24)^5}{(1,24)^5 - 1}$$

$$A = 22'341.173 \times 0,364247715 = 8'137.721$$

Tenemos una cuota de amortización de \$8'137.721 anual del crédito, con esto ya podemos elaborar la tabla de amortización. Se calcularán los cinco años.

Cuadro 25. Cuota de amortización del crédito.

PLAN DE NEGOCIOS "AROMA-NATU LTDA."				
No.	Valor Cuota	Valor interés al 0,24 mes	Abono a Capital	Saldo
0		0,24		22'341.173
1	8'137.721	5'361.882	2'775.840	19'565.333
2	8'137.721	4'695.680	3'442.041	16'123.292
3	8'137.721	3'869.590	4'268.131	11'855.161
4	8'137.721	2'845.239	5'292.483	6'562.678
5	8'137.721	1'575.043 18'347.433	6'562.678 22'341.173	- 0 -

5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

Se calcula el volumen mínimo de producción, sin ocasionar pérdidas y sin obtener utilidades para el evaluar la rentabilidad del proyecto.

Retomando los Costos Fijos, más los Costos Variables, nos da el Costo Total mientras no halla producción el costo total será igual a los costos fijos, mientras que los ingresos son iguales al precio por el número de unidades producidas.

5.4.1 Objetivo de los precios.

El objetivo de los precios será lograr utilidades satisfactorias, por lo tanto, el precio se fijará teniendo en cuenta los costos, logrando un rendimiento sobre la inversión.

5.4.2 Determinación de la demanda.

Como resultado del análisis de las encuestas realizadas, se pudo establecer que existe un mercado potencial de 35.417 unidades mensuales.

$$VentaTotal_{A\u00f1o1} = PrecioUnitario \times N\u00fameroUnidades$$

$$VentaTotal_{A\u00f1o1} = 425.000 \times 350$$

$$VentaTotal_{A\u00f1o1} = 148'750.000$$

5.5 INGRESOS

Cuadro 26. Proyección de ventas anual.

ACTIVO	VALOR AMORTIZACIÓN ANUAL				
	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas					
Ventas del producto	\$148'750.000	\$160'650.000	\$173'502.000	\$187'382.160	\$202'372.733
TOTAL	\$148'750.000	\$160'650.000	\$173'502.000	\$187'382.160	\$202'372.733

Cuadro 27. Presupuesto de ingresos por venta del producto.

Año	Unidades	Precio Unitario	Valor Total
1	425.000	\$350	\$148'750.000
2	425.000	\$378	\$160'650.000
3	425.000	\$408	\$173'502.000
4	425.000	\$441	\$187'382.160
5	425.000	\$476	\$202'372.733

El incremento del precio de venta está dado por el promedio del incremento de la inflación en 8%. El pronóstico de ventas se aumenta anualmente en un 2%.

5.6 DISTRIBUCIÓN DE COSTOS

COSTO	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
Costo de Producción		
Mano de Obra directa		\$ 30'408.000
Mano de obra indirecta	\$ -	
Materiales directos		\$ 41'520.000
Materiales indirectos		\$ 1'075.000
Depreciación	\$ 1'313.700	
Servicios		\$ 4'220.000
Mantenimiento	\$ 2'400.000	
Subtotal	\$ 3'713.700	\$ 77'223.000
		\$ 80'936.700

Gastos de Administración

Sueldos y prestaciones	\$	28'668.000
Otros gastos	\$	4'840.000
Preoperativos	\$	5'685.147
Depreciación	\$	1'935.500
Subtotal	\$	41'128.647

Gastos de Ventas

Sueldos y prestaciones	\$	-
Depreciación	\$	-
Subtotal	\$	-

TOTAL \$ 44'842.347 \$ 77'223.000

COSTOS TOTALES \$ 122'065.347

5.6.1 Cálculo de los costos operacionales.

COSTOS FIJOS

Número de unidad de punto de equilibrio	266.445
Ingresos Totales del punto de equilibrio	\$93'255.681
Precio por unidad	\$350
Costo Variable Unitario	\$181,70

Para la fabricación del producto los costos fijos son de \$44'842.347, el precio de venta del producto (hierbas aromáticas orgánicas) promedio es de \$350, el costo variable es de \$80'936.700 y la capacidad de venta es de \$93'255.681 en unidades al año.

Aplicando la siguiente fórmula:

$$X_e = \frac{CF}{P - CVU}, \text{ reemplazando se obtiene:}$$

$$X_e = \frac{44'842.347}{350 - 181,70} = \frac{44'842.347}{168,3} = 266.445, \text{ donde:}$$

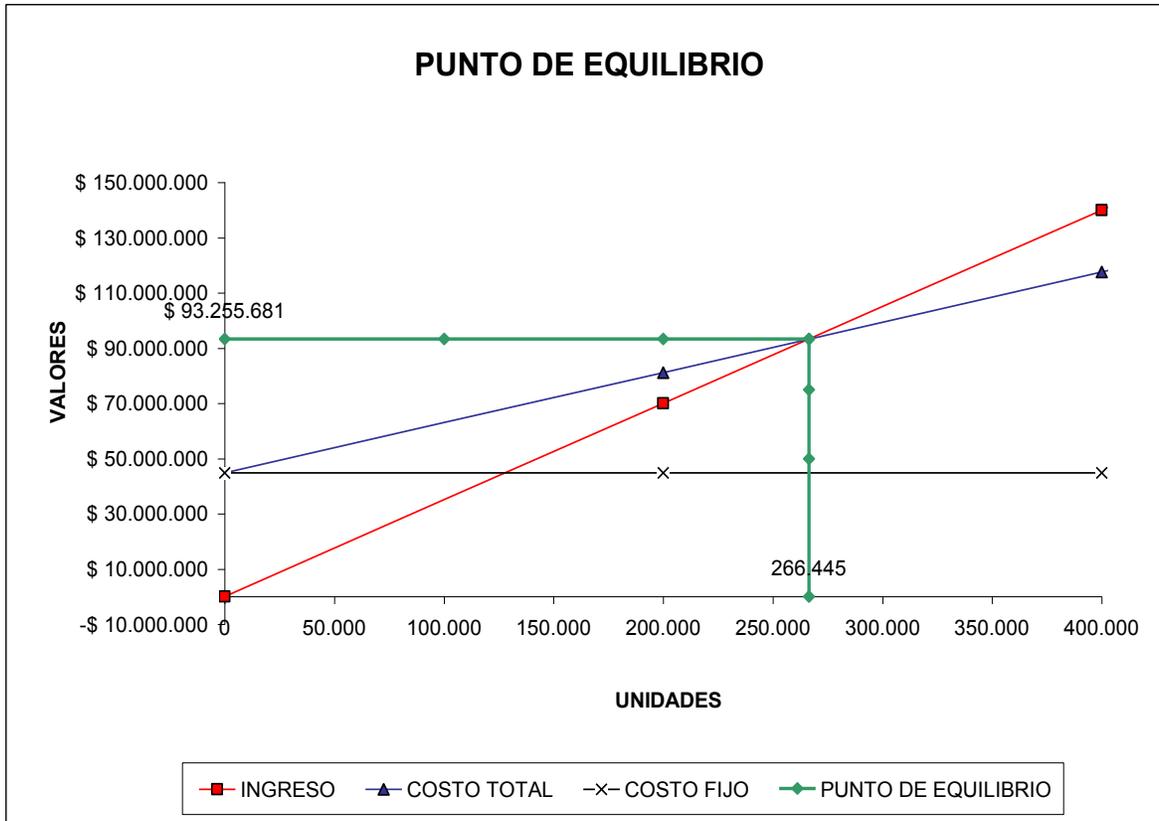
X_e = Número de unidades del punto de equilibrio

CF = Costos fijos

P = Precio unitario

CVU = Costo Variable Unitario

Gráfica 11. Punto de equilibrio.



De acuerdo a la gráfica de punto de equilibrio, se observa una capacidad total de venta de hierbas aromáticas para 740 unidades diarias y un promedio de 22.204 unidades mensuales se puede decir que el punto de equilibrio se alcanzará al finalizar el 9 mes de operación del plan de negocio.

5.7 CÁLCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO

Siendo los recurso que se necesitan para financiar la operación del negocio, suficientes hasta que se recuperen las ventas como es la compra de la materia prima, los insumos, y otros.

Se calcula el capital de trabajo requerido para el ciclo de operación a 30 días los cuales se deben adquirir la materia prima, elaborar los productos y comercializarlos.

Mano de obra total	59'076.000
Costo de materiales	42'595.000
Costo de servicios	6'620.000
Otros	4'840.000
TOTAL	<u>113'131.000</u>

Teniendo ya los costos se calcula el capital de trabajo que se requiere para el ciclo operativo.

$$COPD = 113'131.000/365$$

$$COPD = 113'131.000/365 = 309.948$$

$$CO = 309.948(30) = 9'298.438$$

5.7.1 Proyección del capital de trabajo.

Calculado ya el capital de trabajo para el primer año de operación, se realiza las proyecciones para determinar la cantidad de dinero que debe adicionarse en los próximos años, esto con el propósito de mantener el capital de trabajo en su valor real, por eso de la inflación tenemos:

$$P = F(1+i)^{-n}$$

$$P = 9'298.438(1,06)^{-1} = 8'772.111$$

$$P = 9'298.438 - 8'772.111$$

$$P = 743.875$$

Se tiene en cuenta este valor para su amortización durante los cinco años y se agregará una inflación aproximada del 8% para este tiempo.

Cuadro 28. Proyección del capital de trabajo.

PLAN DE NEGOCIOS "AROMA-NATU LTDA."					
Detalle	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Capital de Trabajo	9'298.438	\$743.875	\$803.385	\$867.656	\$937.068

5.7.2 Presentación de las proyecciones en un flujo único de fondo. Se elabora un flujo de Fondo donde se verá reflejado los cálculos llevados a cabo y se procederá a la evaluación financiera.

Cuadro 29. Proyecciones en un flujo único de fondo.

INVERSIONES	IMPLEMENTACION	OPERACIÓN (AÑOS)				
	0	1	2	3	4	5
Activos fijos tangibles	\$-24.617.000				\$ -	
Gastos preoperativos	\$-27.868.367					
Intereses implementación	\$-557.367					
Capital de trabajo	\$-9.298.438	\$-743.875	\$-803.385	\$-867.656	\$-937.068	\$ -
Inversión total	\$-62.341.173	\$-743.875	\$-803.385	\$-867.656	\$-937.068	\$ -
* Créditos para inversión en activos fijos	\$22.341.173					
Inversión Neta	\$-40.000.000	\$-743.875	\$-803.385	\$-867.656	\$-937.068	\$ -
Amortización créditos		\$-2.775.840	\$-3.442.041	\$-4.268.131	\$-5.292.483	\$-6.562.678
Valor residual						\$8.371.000
Capital de trabajo						\$12.650.423
Activos fijos						
Flujo neto de inversiones	\$-40.000.000	\$-3.519.715	\$-4.245.426	\$-5.135.787	\$-6.229.551	\$14.458.744
OPERACIÓN						
Ingresos:						
* Ventas		\$148.750.000	\$160.650.000	\$173.502.000	\$187.382.160	\$202.372.733
Total ingresos		\$148.750.000	\$160.650.000	\$173.502.000	\$187.382.160	\$202.372.733
Costos						
* Costos de Producción		\$-80.936.700	\$-87.306.540	\$-94.185.967	\$-101.615.749	\$-109.639.912
* Gastos de administración		\$-41.128.647	\$-43.809.287	\$-46.704.378	\$-49.831.077	\$-53.207.911
* Gastos de Venta		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total costos operacionales		\$-122.065.347	\$-131.115.827	\$-140.890.345	\$-151.446.825	\$-162.847.823
Utilidad operacional		\$26.684.653	\$29.534.173	\$32.611.655	\$35.935.335	\$39.524.909
Gastos financieros		\$-5.361.882	\$-4.695.680	\$-3.869.590	\$-2.845.239	\$-1.575.043
Utilidad Gravable		\$21.322.772	\$24.838.493	\$28.742.065	\$33.090.096	\$37.949.867
Impuestos		\$-7.036.515	\$-8.196.703	\$-9.484.881	\$-10.919.732	\$-12.523.456
Utilidad neta		\$14.286.257	\$16.641.790	\$19.257.183	\$22.170.364	\$25.426.411
Depreciaciones		\$3.249.200	\$3.249.200	\$3.249.200	\$3.249.200	\$3.249.200
Amortización diferidos		\$5.685.147	\$5.685.147	\$5.685.147	\$5.685.147	\$5.685.147
Flujo neto de operación		\$23.220.604	\$25.576.137	\$28.191.530	\$31.104.711	\$34.360.757
FLUJO DE FONDOS PARA EL INVERSIONISTA	\$-40.000.000	\$19.700.889	\$21.330.711	\$23.055.743	\$24.875.160	\$48.819.502

Cuadro 30. Programa de inversiones del proyecto con financiamiento (Términos corrientes).

CONCEPTO	FUENTES	AÑOS					
		0	1	2	3	4	5
Activos Fijos Tangibles							
- Maquinaria y equipo	Cr	\$-13.137.000					
- Mobiliario y decoración	Cr	\$ -					
- Muebles y equipo ofic.	Cr	\$-11.480.000				\$ -	
SUBTOTAL		\$-24.617.000					
Activos Diferidos							
- Gastos preoperativos	Pr	\$-27.868.367					
- Intereses durante la instalación	Pr	\$ -557.367					
Capital de Trabajo	Cr	\$-9.298.438	\$-743.875	\$-803.385	\$-867.656	\$-937.068	
TOTAL INVERSIONES		\$-62.341.173	\$-743.875	\$-803.385	\$-867.656	\$-937.068	

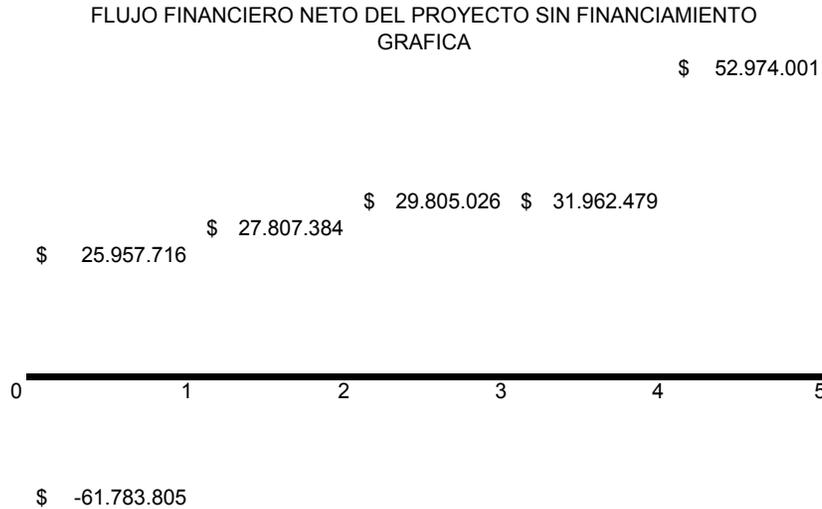
Cuadro 31. Programa de inversiones (Términos corrientes).

CONCEPTO	AÑOS				
	0	1	2	3	4
Inversión Fija	\$-52.485.367				
Capital de Trabajo	\$-9.298.438	\$-743.875	\$-803.385	\$-867.656	\$-937.068
Total de Inversiones	\$-61.783.805	\$-743.875	\$-803.385	\$-867.656	\$-937.068

Cuadro 32. Flujo financiero neto del proyecto sin financiamiento (Términos corrientes).

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Flujo neto de inversión	\$-61.783.805	\$-743.875	\$-803.385	\$-867.656	\$-937.068	\$17.669.438
Flujo neto de operación		\$26.701.591	\$28.610.769	\$30.672.682	\$32.899.548	\$35.304.563
Flujo financiero neto del proyecto sin financiamiento	\$-61.783.805	\$25.957.716	\$27.807.384	\$29.805.026	\$31.962.479	\$52.974.001

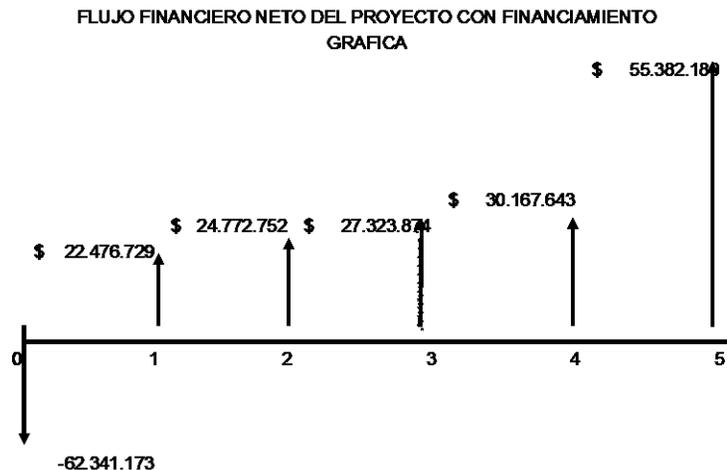
Gráfica 12. Flujo financiero neto del proyecto sin financiamiento.



Cuadro 33. Flujo financiero neto del proyecto con financiamiento (Términos corrientes).

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Flujo neto de inversión	\$62.341.173	\$-743.875	\$-803.385	\$-867.656	\$-937.068	\$21.021.423
Flujo neto de operación		\$23.220.604	\$25.576.137	\$28.191.530	\$31.104.711	\$34.360.757
Flujo financiero neto del proyecto sin financiamiento	\$-62.341.173	\$22.476.729	\$24.772.752	\$27.323.874	\$30.167.643	\$55.382.180

Gráfica 13. Flujo financiero neto del proyecto con financiamiento.



6. EVALUACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO

6.1 INTRODUCCIÓN

La Evaluación de Proyectos permite tomar decisiones y a la vez sirve para comparar y complementar la investigación como tal.

6.1.1 Objetivos.

- Realizar la evaluación financiera del Proyecto.
- Determinar valor presente neto.
- Calcular tasa interna de retorno.
- Calculo de la Relación Beneficio Costo.
- Realizar Estado de Resultado.
- Balance inicial del Plan de Negocios.

6.2 VALOR PRESENTE NETO (VPN)

Para el valor presente neto (VPN) sumamos todos los ingresos llevados al año 0 menos los egresos del año cero (0) en el flujo de fondos para el inversionista. Aplicaremos la fórmula $P = F (1 + i)^{-n}$ para deflactar los valores calculados de los ingresos en los años de operación, donde:

P = Valor presente

F = Valor futuro

1 = Constante

i = Tasa de interés utilizada

n = Año que se deflacta el valor futuro

Calculando el VPN, se aplica la fórmula:

$$P = \frac{F}{(1+i)^n}$$

VPNCF	\$18.711.267	\$17.167.793	\$15.763.498	\$14.488.445	\$22.142.189	
\$-62.341.173	\$22.476.729	\$24.772.752	\$27.323.874	\$30.167.643	\$55.382.180	\$-62.341.173
						\$88.273.192
						\$25.932.020
\$88.273.192						

Valor presente de egresos

\$ -62.341.173

\$ 88.273.192

V.P.N. = \$ 25.932.020

6.3 CALCULO DE LA TASA DE INTERÉS REPRESENTATIVA (TIR)

Aplicamos la fórmula $P = (1+i)^{-n}$ aumentando o disminuyendo la tasa de interés hasta que el VPN sea igual a cero (0) para este cálculo se utiliza los valores del flujo de fondos, donde:

P = Valor presente

F = Valor futuro

1 = Constante

i = Tasa de interés utilizada

n = Año que se deflacta el valor futuro

Cuadro 36. Tasa de Interés Representativa sin financiamiento.

NEGATIVO

AÑO	1	2	3	4	5
F =	\$25.957.716	\$27.807.384	\$29.805.026	\$31.962.479	\$52.974.001
i =	40%	140,00%			
n =	# DE AÑOS				
Potencia =	1,4	1,96	2,744	3,8416	5,37824
TIRSF	\$18.541.226	\$14.187.441	\$10.861.890	\$8.320.096	\$9.849.691

\$-61.783.805 \$25.957.716 \$27.807.384 \$29.805.026 \$31.962.479 \$52.974.001
39,98%

\$61.760.343

Valor presente de egresos

\$ 61.783.805
\$ 61.760.343

V.P.N. = \$ -23.462

POSITIVO

AÑO	1	2	3	4	5
F =	\$25.957.716	\$27.807.384	\$29.805.026	\$31.962.479	\$52.974.001
i =	39%	139,00%			
n =	# DE AÑOS				
Potencia =	1,39	1,9321	2,685619	3,73301041	5,18888447
TIRSF	\$18.674.616	\$14.392.311	\$11.098.010	\$8.562.119	\$10.209.131

\$62.936.187

Valor presente de egresos

\$ 61.783.805

\$ 62.936.187

V.P.N. = \$ 1.152.381

DIFERENCIA ENTRE TASAS UTILIZADAS	SUMA DEL VPN (en valores absolutos)	% DEL TOTAL	AJUSTE AL 1%	TASAS UTILIZADAS AJUSTADAS TIR
		DE DIFERENCIA DE TASAS		
40%	\$-23.462	2,00%	-0,0200	39,9800
39%	\$1.152.381	98,00%	0,9800	39,9800
1%	\$1.175.844	100%	1,00	

Cuadro 37. Tasa de Interés Representativa con financiamiento.

NEGATIVO

AÑO	1	2	3	4	5
F =	\$22.476.729	\$24.772.752	\$27.323.874	\$30.167.643	\$55.382.180
i =	36%	136,00%			
n =	# DE AÑOS				
Potencia =	1,36	1,8496	2,515456	3,42102016	4,652587418
TIRCF	\$16.527.006	\$13.393.573	\$10.862.394	\$8.818.318	\$11.903.523

\$-62.341.173 \$22.476.729 \$24.772.752 \$27.323.874 \$30.167.643 \$55.382.180
35,34%

Valor presente de egresos

	\$	-62.341.173
	\$	61.504.814
V.P.N. =	\$	-836.359

POSITIVO

AÑO	1	2	3	4	5
F =	\$22.476.729	\$24.772.752	\$27.323.874	\$30.167.643	\$55.382.180
i =	35%	135,00%			
n =	# DE AÑOS				
Potencia =	1,35	1,8225	2,460375	3,32150625	4,484033438
TIRCF	\$16.649.429	\$13.592.731	\$11.105.573	\$9.082.519	\$12.350.974

Valor presente de egresos

	\$	-62.341.173
	\$	62.781.226
V.P.N. =	\$	440.053

DIFERENCIA ENTRE TASAS UTILIZADAS	SUMA DEL VPN (en valores absolutos)	% DEL TOTAL	AJUSTE AL 1%	TASAS UTILIZADAS AJUSTADAS TIR
		DE DIFERENCIA DE TASAS		
36%	\$-836.359	66%	-0,66	35,34
35%	\$440.053	34%	0,34	35,34
1%	\$1.276.412	100%	1,00	

6.4 CALCULO DE LA RELACIÓN BENEFICIO COSTO (RB/C)

Este cálculo nos permite determinar el beneficio recibido por cada peso invertido en el plan de negocios.

Tomamos el Valor Presente Neto (VPN) y lo dividimos por la inversión inicial del año (0), tenemos:

$$R_{B/C} = \frac{VPN}{\text{Flujo de fondos para el inversionista Año 0}}$$

$$R_{B/C} = \frac{26'248.665}{40'000.000}$$

$$R_{B/C} = 0,656216625$$

$$R_{B/C} = 1,65$$

Lo anterior indica que por cada peso invertido, el plan de negocio inicialmente genera 65 centavos de utilidad lo que permite afirmar que el plan de negocio es financiera viable y por lo tanto se puede proceder a su ejecución.

6.5 BALANCE GENERAL INICIAL

A continuación se presenta el Balance Inicial Activos – Pasivos = Capital en este balance se muestra el estado en que se inicia la operación del plan de negocios, al finalizar el año cero (0).

“AROMA-NATU LTDA.” BALANCE GENERAL INICIAL De 1 de enero a 31 de diciembre de 2009

ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE		
Caja		
Bancos	\$ 9.298.438	
Inventarios	\$ -	
Total Activo Corriente		\$ 9.298.438
ACTIVOS FIJOS		
Muebles y Enseres	\$ 11.480.000	
Vehículos	\$ -	
Maquinaria y Equipo	\$ 13.137.000	
Mobiliario y Decoración	\$ -	
Total Activos Fijos		\$ 24.617.000
ACTIVOS DIFERIDOS		
Gastos Preoperativos	\$ 28.425.734	
TOTAL ACTIVO DIFERIDOS		\$ 28.425.734
TOTAL ACTIVOS		<u>\$ 62.341.173</u>
PASIVO		
Pasivo a Largo Plazo		
Prestamos por Pagar	\$ 22.341.173	
Total Pasivo a Largo Plazo		\$ 22.341.173
PATRIMONIO		
Capital	\$ 40.000.000	
TOTAL PATRIMONIO		\$ 40.000.000
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO		<u>\$ 62.341.173</u>

6.6 ESTADO DE RESULTADOS

Se elabora el estado de resultados del plan de negocio, tomando el balance inicial del primer año.

“AROMA-NATU LTDA.”
BALANCE GENERAL INICIAL De 1 de enero a 31 de diciembre de 2009

Ventas		\$148.750.000
Costo de Producción		<u>\$80.936.700</u>
Utilidad Bruta en Ventas		\$67.813.300
Gastos de Administración	\$41.128.647	
Gastos de Ventas	\$ -	
TOTAL GASTOS OPERACIONALES		<u>\$41.128.647</u>
Utilidad Operacional		\$26.684.653
Gastos Financieros		<u>\$5.361.882</u>
Utilidad Antes de Impuestos		\$21.322.772
Provisión para Impuestos		<u>\$7.036.515</u>
UTILIDAD NETA		\$14.286.257

7. EVALUACIÓN DE IMPACTO

7.1 OBJETIVOS DEL IMPACTO AMBIENTAL

7.1.1 Objetivo General.

Conocer el impacto que podría tener la realización del presente proyecto en el aspecto social y ambiental en la vereda Tibabuyes de la localidad de Suba.

7.1.2 Objetivos específicos.

- Reconocer la importancia del cuidado que se debe tener en el cuidado y conservación del medio ambiente.
- Identificar las variables de producción que pueden afectar de alguna manera el medio.
- Establecer y mantener los procedimientos para responder ante situaciones potenciales de emergencia y accidentes, al igual que para prevenir y mitigar el impacto ambiental que pudiera asociarse a ellos.
- Implementar un sistema eficaz de producción teniendo en cuenta el aspecto humano, en cuanto a su seguridad y bienestar, pensando igualmente en el producto.
- Establecer procedimientos y prácticas que fomenten el uso eficiente de los recursos y sustitución de materiales, lo mismo que apoyar una cultura de reciclaje, dentro de la empresa y en todos aquellos que intervengan en la comercialización del producto.
- Garantizar en lo posible estabilidad laboral y seguridad social a las personas que hacen parte de la empresa, sin olvidar las personas que están involucradas de forma indirecta en el proyecto, que pueden utilizar las materias primas importadas para fabricar otros productos relacionados con la tecnología agropecuaria.

7.2 IMPACTO SOCIAL

El impacto social que generará este proyecto será favorable ya que proporcionará empleo a la población de la vereda de Tibabuyes , ya que será directo y por lo tanto mejorará la calidad de vida de los trabajadores de la empresa, y que a su vez éstos, podrán mejores condiciones de vida a su familia ya sea en educación, alimentación, vivienda. Por otro lado los consumidores de los productos tendrán una mejor calidad de vida al ser productos totalmente naturales.

7.3 IMPACTO AMBIENTAL

El impacto ambiental que generará el proyecto es favorable, ya que se están cultivando productos totalmente orgánicos, que para su producción se emplean abonos, fungicidas, controladores de plagas, herbicidas totalmente orgánicos y biológicos que son amigables con el medio ambiente.

Se busca con este proyecto generar el mínimo impacto ambiental ya que se buscará elaborar los abonos, y controladores de enfermedades de las plantas en el sitio de cultivo empleando insumos del entorno.

En cuanto al empleo de agua para riego de los cultivos se empleará agua de corriente natural de una quebrada que pasa cerca del terreno de cultivo. Para este caso el sistema de riego y drenaje contará con sistemas que no afecten el terreno como la erosión e inundaciones del terreno de cultivo. El agua que se emplee en el sistema de lavado y tratamiento de los productos en el área de empaque será reutilizada para el sistema de riego de los cultivos.

PLAN OPERACIONAL

- 1) Proceso creativo, generación y selección de ideas.
- 2) Justificación de la empresa, nombre y visión.
- 3) Definición de objetivos a corto, mediano y largo plazo.
- 4) Investigación previa sobre factibilidad del plan de negocios.
- 5) Descripción del producto.
- 6) Cotizar materia prima.
- 7) Análisis sobre posibles costos de producción.
- 8) Investigación sobre segmento de mercado que se quiere atacar.
- 9) Identificación y evaluación de los competidores.
- 10) Análisis DOFA de implementación del plan de negocios.
- 11) Determinación de consumo aparente y demanda potencial.
- 12) Determinación de los objetivos de producción.
- 13) Investigación del proceso de producción.
- 14) Descripción del proceso de producción.
- 15) Fabricación del prototipo y definición del diagrama de flujo de proceso de producción.
- 16) Definición de objetivos área organizacional y sus partes.
- 17) Marco legal de la organización.
- 18) Establecer políticas de inventario.
- 19) Adecuación y montaje de la infraestructura.
- 20) Determinar volúmenes de materia prima requeridos.
- 21) Fijación de precio definitivo.
- 22) Compra de equipos y herramientas.
- 23) Establecimiento de la mano de obra requerida.
- 24) Compra de materia prima.
- 25) Elaboración de flujo de efectivo.
- 26) Elaboración del balance general.
- 27) Elaboración de estados de resultado.
- 28) Determinación de indicadores financieros.
- 29) Toma de decisiones sobre análisis financiero.

Gráfico _____. Cronograma de actividades.

Id.	Nombre de tarea	Comienzo	Fin	Duración	2008												2009	
					mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	ene	feb		
1	Tarea 1	29/02/2008	31/03/2008	4s 2d	■													
2	Tarea 2	01/04/2008	14/04/2008	2s	■													
3	Tarea 3	15/04/2008	21/04/2008	1s	■													
4	Tarea 4	22/04/2008	16/06/2008	8s	■	■	■	■	■									
5	Tarea 5	17/06/2008	14/07/2008	4s			■	■										
6	Tarea 6	15/07/2008	11/08/2008	4s				■	■									
7	Tarea 7	12/08/2008	08/09/2008	4s					■	■								
8	Tarea 8	23/09/2008	20/10/2008	4s						■	■							
9	Tarea 9	21/10/2008	03/11/2008	2s							■	■						
10	Tarea 10	04/11/2008	10/11/2008	1s								■	■					
11	Tarea 11	11/11/2008	08/12/2008	4s									■	■				
12	Tarea 12	09/12/2008	15/12/2008	1s										■	■			
13	Tarea 13	15/12/2008	19/12/2008	1s											■	■		
14	Tarea 14	19/12/2008	25/12/2008	1s												■	■	
15	Tarea 15	26/12/2008	08/01/2009	2s													■	■
16	Tarea 16	08/01/2009	09/01/2009	2d														■
17	Tarea 17	08/01/2009	08/01/2009	1d														■
18	Tarea 18	08/01/2009	08/01/2009	1d														■
19	Tarea 19	07/01/2009	07/01/2009	1d														■
20	Tarea 20	07/01/2009	13/01/2009	1s														■
21	Tarea 21	07/01/2009	08/01/2009	2d														■
22	Tarea 22	07/01/2009	20/01/2009	2s														■
23	Tarea 23	08/01/2009	21/01/2009	2s														■
24	Tarea 24	06/01/2009	19/01/2009	2s														■
25	Tarea 25	06/01/2009	19/01/2009	2s														■
26	Tarea 26	05/01/2009	09/01/2009	1s														■
27	Tarea 27	05/01/2009	09/01/2009	1s														■
28	Tarea 28	05/01/2009	09/01/2009	1s														■
29	Tarea 29	09/01/2009	05/02/2009	4s														■

BIBLIOGRAFÍA

Alcaldía de la localidad Suba, Bogotá. D.C.

ALCAZAR RODRIGUEZ, Rafael. *El emprendedor del éxito: guía de planes de negocio*, México: McGraw Hill Interamericana Editores S.A., 2001, 2ª ed.

CONTRERAS BUITRAGO, Marco Elías. *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Editorial UNAD, 2002.

DE RECASENS, JOSE, LONDOÑO, BERNARDO, *Biología Vegetal*, voluntad, Bogotá 1968.

MARTING UTERMIL, Betty. *Guía para la elaboración y presentación de trabajos de investigación de acuerdo a la norma técnica ICONTEC norma 1486*, Bogotá: Ediciones jurídicas Gustavo Ibáñez, 2001, tercera edición.

Ministerio De Industria, Turismo. *CREACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE UNA EMPRESA*. Madrid Abril De 2005.

RODRÍGUEZ ALCARAZ, Rafael. *El emprendedor de éxito. Guía de planes de negocio*. McGraw Hill, 2005.

Subdirección de Desarrollo Humano y Progreso Social, *Proyecciones 1997*. C. C. R. P. Corporación Centro Regional de Población.

CIBERGRAFIA

<http://www.lopublico.redbogota.com/secciones/localidades/martires/index.htm>
<http://www.bogota.gov.co>
<http://www.clubestancia.com>
adrianvertigo@hotmail.com
www.parc-mervilleux.lu
www.achus.info/no_disponible.asp
www.bap.com.co
www.dongbeihu.net.cn
www.thebutterflyfarm.com
www.grandcountry.com
<http://www.uv.es/ten/p7.htm/>
<http://www.um.es/dp-geografia/turismo/n7/cuadernos-3.pdf>
<http://www.minproteccionsocial.gov.co/>
<http://www.iabogado.com/esp/guialegal/guialegal.cfm?>
<http://www.creaciondempresas.com/sociedades/slimitada.shtml>
http://www.condusef.gob.mx/informacion_sobre/soc_inversion/tipos.htm
<http://www.actinver.com.mx/>