

**“ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTO FITOTERAPÉUTICO
“PROPOLEOTOS” CON PROPIEDADES MEDICINALES EN EL MUNICIPIO DE
MEDELLÍN Y EL ÁREA METROPOLITANA”**

OSCAR ALBERTO CASTAÑO HOYOS

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER
FACULTAD DE ESTUDIOS EMPRESARIALES Y DE MERCADEO
MEDELLÍN - 2015**

**“ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTO FITOTERAPÉUTICO
“PROPOLEOTOS” CON PROPIEDADES MEDICINALES EN EL MUNICIPIO DE
MEDELLÍN Y EL ÁREA METROPOLITANA”**

OSCAR ALBERTO CASTAÑO HOYOS

**Plan de Negocio para optar al título Profesional de Administrador Comercial y de
Mercadeo.**

Asesor: MILTON CESAR TORO CADAVID

Economista

Especialista en Gerencia de Proyectos

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER

FACULTAD DE ESTUDIOS EMPRESARIALES Y DE MERCADEO

MEDELLÍN - 2015

Agradecimientos

Quiero expresar mis sinceros agradecimientos a todos y cada uno de los docentes que de una u otra manera influyeron y motivaron la avidez de conocimiento que ha sido fundamental para la elaboración de este proyecto, en especial al Asesor Milton Cesar Toro Cadavid quien con sus orientaciones oportunas contribuyeron enormemente a la realización de este Plan de Negocio y por último pero no menos importante a mi adorada familia que con su acompañamiento y apoyo incondicional fue de incalculable valor para lograr culminar exitosamente este proyecto.

Contenido

Agradecimientos	3
Abstract	11
1. Resumen del Proyecto.....	12
1.1 Nombre del proyecto.....	12
1.2 Información de los participantes	12
1.3 Resumen Ejecutivo del Proyecto.....	12
2. Información General del Sector	14
2.1 Composición del sector	14
2.2 Situación histórica del sector	15
2.3 Situación actual del sector.....	17
2.4 Perspectivas del sector	22
2.5 Conclusión General del análisis sectorial.....	23
2.5.1 Amenaza de entrada de nuevos productos.....	24
2.5.2 Poder de negociación de proveedores.	25
2.5.3 Poder de negociación de compradores.	25
2.5.4 Amenaza de ingreso de productos sustitutos.....	25
2.5.5 Rivalidad entre competidores.	26
3. Información General del Negocio.....	27
3.1 Propósito del Plan de Negocios.....	27
3.2 Información General de la Futura Empresa (o la Empresa en Funcionamiento)	28
3.3 Historia y antecedentes del Proyecto y/o la Empresa	28
3.4 Misión de la futura Empresa	29
3.5 Describa los objetivos a corto, mediano y largo plazo.....	29
3.5.1 Objetivo General.....	29
3.5.2 Objetivos Específicos.	29
3.6 Relación de los Bienes o Servicios	30
3.7 Ventaja Competitiva del Negocio	30
3.8 Justificación del Negocio	31
3.9 Sector y actividad al que pertenece y se dedicará la Empresa	35
3.10 Localización Geográfica de la Empresa.....	35

4. Análisis del Mercado	37
4.1 Descripción del producto o servicio.....	37
4.1.1 Usos.....	37
4.1.2 Usuarios.....	40
4.1.3 Presentación.....	46
4.1.4 Composición.....	47
4.1.5 Características físicas.....	52
4.1.6 Sustitutos.....	54
4.1.7 Complementarios.....	58
4.2 Demanda.....	58
4.2.1 Comportamiento histórico.....	58
4.2.2 Situación actual: Distribución geográfica del mercado de consumo actual, Temporalidad (Estacionalidad), Políticas gubernamentales.....	59
4.2.3 Situación futura: Características de los usuarios potenciales, Distribución geográfica del mercado de consumo potencial y objetivo, Proyección de la demanda, Tabulación de datos de fuentes primarias.....	60
4.3 Oferta.....	73
4.3.1 Comportamiento histórico.....	73
4.3.2 Situación actual: Mercado del competidor, Plantas nacionales, existentes, Análisis de capacidad ociosa, Calidades, Producción interna, Tasas de crecimiento.....	74
4.4.2 Elasticidad- precio demanda y elasticidad-precio oferta.....	81
4.4.3 Determinación de las principales variables para la definición del precio.....	81
4.4.4 Proyección de precios.....	83
4.5 Estrategia Comercial	84
4.5.1 Canales de comercialización y distribución del producto.....	84
4.5.2 Descripción de los canales de distribución.....	85
4.5.3 Ventajas y desventajas de los canales empleados.....	85
4.5.4 Almacenamiento.....	85
4.5.5 Transporte: Descripción operativa de la trayectoria de comercialización propia y de la competencia.....	86
4.5.6 Publicidad y Promoción.....	86
4.5.7 Conclusión General del análisis de mercados.....	87
4.6 Plan de Mercadeo	87
5. Análisis de la Producción (Aspectos Técnicos).....	89

5.1 Producción.....	89
5.1.1 Descripción técnica del producto o servicio.....	89
5.1.2 Identificación y selección del proceso de producción.....	90
5.1.3 Inversiones en maquinaria y equipo.....	91
5.1.4 Descripción de materia prima, insumos y materiales.....	91
5.1.5 Requerimientos de Mano de Obra (Perfiles y Funciones).....	92
5.1.6 Distribución espacial y requerimientos de Áreas de Trabajo.....	95
5.2 Localización.....	97
5.2.1 Factores de Localización.....	97
5.2.2 Métodos de evaluación.....	98
5.2.3 Macro localización.....	99
5.2.4 Micro localización.....	99
5.3 Capacidad de Producción.....	100
5.3.1 Factores para la definición del Tamaño óptimo (mercado, tecnología, localización, inversiones, otros).....	100
5.3.2 Metodología para la definición del tamaño.....	100
5.4 Plan de Producción.....	101
6. Análisis Organizacional y Legal.....	102
6.1 Procesos Administrativos.....	102
6.1.1 Procesos de selección, reclutamiento y manejo de personal.....	102
6.1.2 Procesos Financieros (contabilidad, pedidos y facturación, otros).....	103
6.1.3 Procesos de Logística (almacenamiento, transporte, manejo inventarios y otros).....	105
6.1.5 Estructura Organizacional (organigrama).....	110
6.1.6 Requerimientos de Personal (perfiles y funciones).....	110
6.1.7 Requerimientos de materiales.....	112
6.1.8 Requerimientos de tecnología.....	113
6.1.9 Requerimientos locativos e infraestructura.....	116
6.2 Aspectos Legales.....	116
6.2.1 Tipo de organización empresarial.....	116
6.2.2 Documentación necesaria para la operación de la empresa.....	118
6.2.3 Costos asociados con asuntos Legales.....	120
7. Análisis Financiero.....	127
7.1 Recursos Propios.....	127

7.2 Créditos y Préstamos Bancarios	127
7.3 Calendario de Ingresos del Proyecto	127
7.4 Inversiones del Proyecto	127
7.4.1 Inversiones en Activos Fijos del modelo financiero.	128
7.4.2 Inversiones en Gastos Pre-operativos.....	128
7.4.3 Inversión en Capital de Trabajo.....	129
7.4.4 Calendario de Inversiones.	130
7.5 Costos y Gastos	130
7.5.1 Costos Variables.	130
7.5.2 Costos Fijos.	131
7.5.3 Gastos Administrativos y Legales.	131
7.5.4 Gastos de ventas.	132
7.5.5 Gastos de distribución.	133
7.5.6 Gastos de Financiación.	133
7.6 Flujo de Caja	134
7.7 Estados Financieros Proyectados	136
7.7.1 Estados de Pérdidas y Ganancias Proyectado.....	136
7.7.2 Balance General Proyectado.....	137
8. Evaluación del Proyecto	138
8.1 Costo del Capital (Tasa de Descuento)	138
8.2 Evaluación Financiera	138
8.2.1 Valor Presente Neto.....	138
8.2.2 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	138
8.2.3 Índices Financieros.	140
8.2.4 Análisis de Sensibilidad y Riesgo.	141
8.2.5 Consideraciones sobre la Evaluación Financiera.	141
8.3 Punto de Equilibrio.....	142
8.4 Consideraciones Sociales	142
8.5 Consideraciones Ambientales	143
9. Consideraciones Finales del proyecto y Recomendaciones.....	144
10. Fuentes de Información.....	145

Lista de Tablas

Tabla 1. Productos aprobados por el Invima.	22
Tabla 2. Ficha Técnica del Producto.	53
Tabla 3. Productos sustitutos y competencia en el mercado.....	58
Tabla 4. Demanda del Producto por Años.....	73
Tabla 5. Costos Fijos.	82
Tabla 6. Costos Variables.	83
Tabla 7. Proyección de Precio.	83
Tabla 8. Características del Producto.	90
Tabla 9. Maquinaria y Equipo. Fuente:	91
Tabla 10. Materias Primas. Fuente:	92
Tabla 11. Personal. Fuente:.....	94
Tabla 12. Costos Operativos.....	95
Tabla 13. Factores ponderados para localización.....	99
Tabla 14. Proyección de la Demanda.	101
Tabla 15. Reserva Inventario.....	101
Tabla 16. Perfil del Gerente.....	111
Tabla 17. Perfil del Promotor de Ventas.....	112
Tabla 18. Costos Registro Empresa.....	125
Tabla 19. Otras Obligaciones Tributarias.....	125
Tabla 20. Total Ventas Anuales.....	127
Tabla 21. Costo Maquinaria y Equipo.....	128
Tabla 22. Costo Registro Invima.....	129
Tabla 23. Valor Producción Primer mes.....	129
Tabla 24. Inversiones Inicio Período.....	130
Tabla 25. Costos Variables.....	130
Tabla 26. Costos Fijos.....	131
Tabla 27. Costos Administrativos y Legales.....	132
Tabla 28. Gastos de Ventas.....	132
Tabla 29. Gastos Actividades de Promoción y Eventos Publicitarios. Fuente: Propia.....	133
Tabla 30. Gastos de Distribución.....	133
Tabla 31. Gastos Financieros.....	133
Tabla 32. Calendario de Costos y Gastos del Proyecto.....	134
Tabla 33. Flujo de Caja.....	135
Tabla 34. Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado.....	136
Tabla 35. Balance General Proyectado.....	137
Tabla 36. Punto de Equilibrio.....	142

Lista de Figuras

Figura 1. Cadena de producción y distribución de productos naturales.	14
Figura 2. Indicadores Ambientales en el 2013.....	33
Figura 3. Morbilidad por Enfermedad Respiratoria Aguda 2013 Municipio de Medellín.	34
Figura 4. Pirámide de población Total Medellín por edades en porcentaje.....	42
Figura 5. Personas por estrato socioeconómico según grupo de edad.....	43
Figura 6. Personas por estrato socioeconómico de la vivienda según afiliación al sistema de seguridad social en salud.	44
Figura 7. Personas por comuna o corregimiento según afiliación al sistema de seguridad social en salud.	46
Figura 8. Antigua presentación del producto.....	47
Figura 9. Eucalipto.....	48
Figura 10. Marañón.....	49
Figura 11. Sauco.	50
Figura 12. Totumo.	51
Figura 13. Miel.....	52
Figura 14. Modelo encuesta.....	63
Figura 15. Pregunta 1.....	64
Figura 16. Pregunta 2.....	65
Figura 17. Pregunta 3.....	65
Figura 18. Pregunta 4.....	66
Figura 19. Pregunta 5.....	66
Figura 20. Pregunta 6.....	67
Figura 21. Pregunta 7.....	68
Figura 22. Pregunta 8.....	68
Figura 23. Pregunta 9.....	69
Figura 24. Pregunta 10.....	69
Figura 25. Pregunta 11.....	70
Figura 26. Pregunta 12.....	71
Figura 27. Pregunta 13.....	71
Figura 28. Plano de la Oficina.	96
Figura 29. Local.....	96
Figura 30. Mapa de la zona de mayor influencia del proyecto.....	97
Figura 31. Software Contable.	103
Figura 32. Proceso de Adquisición de Materia Prima.	107
Figura 33. Distribución y entrega de Producto.	108
Figura 34. Investigación de nuevos mercados.	109
Figura 35. Organigrama.	110
Figura 36. Computador.	114
Figura 37. Escritorio y silla.....	115
Figura 38. Silla Auxiliar.	115
Figura 39. Plano distribución de la Oficina y bodega de almacenamiento del producto.....	116

Resumen

El producto fitoterapéutico “Propoleotos” es una propuesta de negocio que busca satisfacer las necesidades de la población que presenta malestares de la tos y afecciones de la garganta.

Colombia es un país con una riqueza en biodiversidad abundante y posee un gran potencial para la investigación y aplicación de las plantas para mitigar o curar enfermedades con productos de la naturaleza.

Los productos fitoterapéuticos en los años recientes vienen presentando una aceptación por parte de la población, porque ven en ellos una cura natural combatiendo estos malestares con productos a base de plantas medicinales que no poseen efectos indeseables para la salud.

Esta idea nace como alternativa de darle continuidad a un proyecto de producción y comercialización que hasta hace cinco años se venía gestando y por carecer en ese entonces de registro Invima se abandonó esta iniciativa.

Hoy, después de cinco años, capitalizando las bondades de la riqueza botánica de la naturaleza Colombiana y algunas ventajas que ofrece el gobierno nacional para la creación de empresa y emprendimiento, se retoma esta idea de una manera más técnica y más cercana a la realidad para que sea un proyecto sostenible y perdurable en el tiempo.

Desde la concepción de la idea de negocio, hasta su desarrollo y puesta en marcha, pasando por la investigación de mercado, la creación de empresa y todos los otros aspectos para la realización del proyecto, son elementos relevantes que se pueden encontrar en este documento.

Palabras clave: Fitoterapéutico, Biodiversidad, Botánica, Naturista.

Abstract

The phytotherapeutic product "Propoleotos" is a business proposal that seeks to meet the needs of the population with discomforts of coughs and throat problems.

Colombia is a country with a wealth of rich biodiversity and has great potential for research and application of plants to mitigate or cure diseases with products of nature.

Phytotherapeutic products in recent years been presented widely accepted by the population, because they see in them a natural remedy to combat these ailments with products based on medicinal plants that have no side effects on health.

This idea was born as an alternative project to give continuity to production and marketing until five years ago was growing and for lacking registration then Invima this initiative was abandoned.

Today, after five years, capitalizing on the benefits of the Colombian botanical richness of nature and some advantages offered by the national government for the creation of enterprise and entrepreneurship, revives the idea of a more technical way and closer to reality for it is a sustainable and lasting project in time.

From the conception of the business idea, through development and implementation, through market research, business creation and all other aspects of the project are important elements to be found in this document.

Keywords: Phytotherapeutic, Biodiversity, Botany,

1. Resumen del Proyecto

1.1 Nombre del proyecto

Elaboración y comercialización de producto fitoterapéutico “Propoleotos” con propiedades medicinales en el Municipio de Medellín y el Área Metropolitana

1.2 Información de los participantes

Este Plan de Negocio ha sido desarrollado por Oscar Alberto Castaño Hoyos, estudiante de Noveno Semestre de Administración Comercial y de Mercadeo de la Institución Universitaria ESUMER, para optar al título de Administrador Comercial y de Mercadeo.

1.3 Resumen Ejecutivo del Proyecto

“Propoleotos” es un producto fitoterapéutico con propiedades anticatarrales que pretende ser fabricado y comercializado en la ciudad de Medellín y el Valle de Aburrá.

El producto se comercializará en las Tiendas Naturistas del sector, atendiendo población entre los 15 y 64 años de edad.

El plan de negocio nace como propuesta para atender la necesidad de un producto fitoterapéutico que realmente alivie y desaparezca las molestias causadas por la tos y afecciones bronquiales.

Este estudio de mercado, desde su comportamiento histórico, comportamiento actual, tendencias y todos sus aspectos legales y tributarios hasta el análisis de su situación económica y balances de resultado, pretenden mostrar la viabilidad del proyecto.

Es así como en el estudio de mercado se establece que la producción y comercialización del producto “Propoleotos” en el primer año de ejecución del proyecto asciende a un total de 56.160 unidades, Ingresos esperados por valor de \$365.040.000 y una (TIR) Tasa Interna de Retorno del 82,76%

Este Plan de Negocio será adelantado como emprendimiento por Oscar Alberto Castaño Hoyos, estudiante de Administración Comercial y de Mercadeo de la Institución Universitaria ESUMER, quien pretende implementarlo en la ciudad de Medellín y el Valle de Aburrá.

El producto “Propoleotos” será un producto diferenciador del mercado, donde se satisfaga la necesidad de los clientes con un producto de excelente calidad, con las mejores prácticas de manufactura y brinde un acompañamiento y cercanía de los clientes con la empresa y la naturaleza.

2. Información General del Sector

2.1 Composición del sector

Para la caracterización de la cadena productiva del sector de los productos naturales, se presenta a continuación su forma de composición:

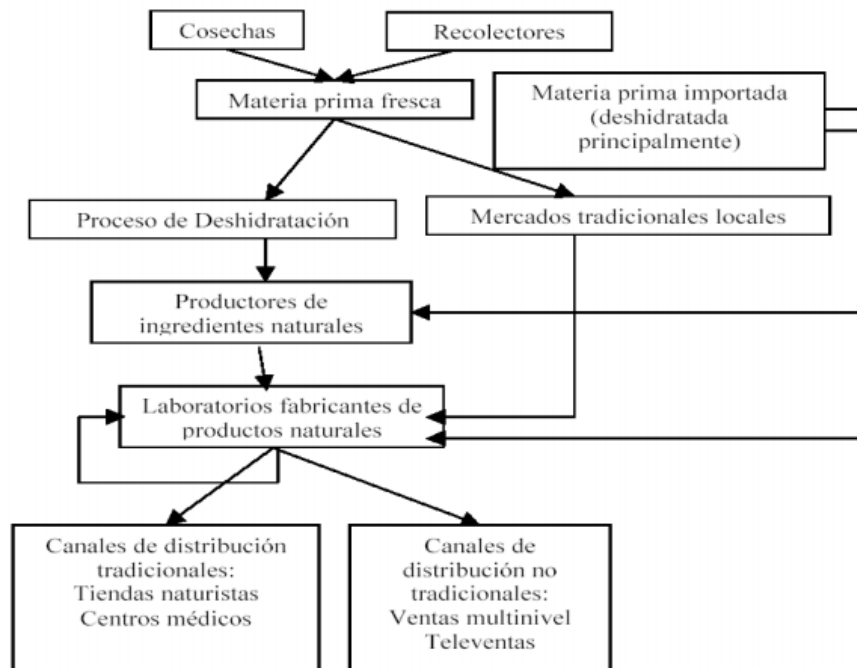


Figura 1. Cadena de producción y distribución de productos naturales. Fuente: http://www.exportapymes.com/documentos/productos/le1945_colombia_productos_naturales.pdf

La cadena de producción y distribución de productos se inicia con la siembra y una vez se da la cosecha o recolección, después de ello se obtienen plantas frescas que pueden ser transadas en su estado natural o entrar a un segundo proceso para obtener plantas deshidratadas, las cuales se comercializan al consumidor final o a un siguiente transformador que las toma como materia prima para la producción de ingredientes naturales o vendidos como producto final o bien intermedio para la producción de bienes para la industria farmacéutica y cosmética. (Agenda prospectiva de investigación y desarrollo tecnológico para la cadena productiva de plantas aromáticas, medicinales, condimentarias y afines con énfasis en ingredientes naturales para la industria cosmética en Colombia, 2009).

La cadena está compuesta por los proveedores que se agrupan en cultivadores, importadores y recolectores. En la actualidad existen dos grandes empresas distribuidoras que poseen gran parte del mercado y algunos laboratorios tienen sus propios cultivos para disminuir costos y asegurar la calidad de las materias primas, asegurando el cultivo técnico y dar valor agregado y hacer más eficiente el proceso para mejorar la calidad. Luego se encuentran los transformadores que lo desempeñan los laboratorios, quienes procesan la materia prima y producen los compuestos naturales y requieren certificados de calidad y permisos otorgados por el Invima, lo cual les garantiza que cumplen con las normas sanitarias y básicas de funcionamiento. Por último están los comercializadores y distribuidores que no solamente son las tiendas naturistas, pues estos productos se pueden encontrar en supermercados de la salud, centros médicos naturistas que promueven el uso de estos productos.

2.2 Situación histórica del sector

Desde hace miles de años, el hombre ha utilizado los productos naturales para el tratamiento y cura de sus enfermedades, las propiedades curativas de las plantas en algunas ocasiones fueron descubiertas por casualidad y luego pasaron a formar parte de la tradición medicinal de los pueblos.

Ya las civilizaciones como la hebrea, egipcia, china, hindú, griega, su recetario en gran medida se componía de productos botánicos con la preparación de aceites, jarabes y ungüentos a base de plantas medicinales.

Hasta comienzos del siglo XIX los medicamentos fueron de origen natural y principalmente de origen vegetal y en menor grado animal y mineral. En este siglo empiezan a descubrirse y a aislarse los principios activos de los medicamentos naturales.

Los antiguos pobladores del territorio colombiano fabricaban preparativos que utilizaban para aliviar el sufrimiento físico; también fabricaban fumatorios y masticatorios que los escapaban de la realidad aliviando en cierta forma las dolencias físicas.

Algunas prácticas comunes eran la aplicación de enemas y lavados, succionar la piel en la región afectada, baños como rituales o como terapia, aplicación de emplastos, masajes, sahumerios elaborados con plantas aromáticas y narcóticas.

Algunas de las plantas más usadas presentan propiedades diuréticas, purgantes, analgésicas, antiespasmódicas y abortivas, las cuales empleaban para el tratamiento de diferentes enfermedades y muchas especies han sido incorporadas a la farmacopea moderna.

En Colombia, José Celestino Mutis en el siglo XVIII produjo un vuelco en la enseñanza y la práctica de la medicina. Mutis desarrolló numerosas observaciones sobre creencias populares y los usos dados por las plantas, descartando aquellas que consideraba supersticiosas y se enfocó en las que poseían verdaderas propiedades medicinales y de fácil adquisición, procurando encontrar la razón científica de su poder curativo.

En el siglo XX, con la influencia de las ciencias europeas, la farmacopea colombiana se inclinó a la preparación de fórmulas magistrales con el empleo de sales y otros productos minerales, lo cual le restaba importancia a las plantas medicinales que se venían usando como remedios eficaces y abandonando el rumbo de las plantas, el cual sólo se mantuvo con las tradiciones indígenas y zonas apartadas de las concentraciones urbanas. Sin embargo, a comienzos de este mismo siglo comenzó el auge por la homeoterapia y científicos que viajaban al viejo mundo mantuvieron vivo el estudio por las plantas medicinales.

La Organización Mundial de la Salud –OMS- propuso en 1977 como objetivo para el año 2000 el programa “salud para todos” y consideró incorporar estrategias para la atención primaria en salud las plantas medicinales tradicionales y elementos terapéuticos con reconocida utilidad como fitoquímica, farmacología, antropología y clínica, lo cual se ha venido realizando en diferentes países del mundo.

De otro lado, el surgimiento de la conciencia ecológica especialmente en los países desarrollados, obligó a dirigir sus miradas a zonas tropicales con gran diversidad de flora y fauna y a su vez están promoviendo el estudio de la etnobotánica con el propósito de encontrar plantas útiles para el ser humano incluyendo su aspecto terapéutico.

A nivel nacional existen otros incentivos para la investigación de las plantas medicinales para la elaboración de esencias y medicamentos. Laboratorios como Naturcol y Labfarve, viene

desarrollando programas para el fomento de la industria nacional de la flora medicinal para la elaboración de extractos y procesamiento de plantas medicinales que compitan con medicamentos de síntesis química.

2.3 Situación actual del sector

En los últimos años, las personas se preocupan cada vez más por su salud, y buscan otras alternativas medicinales que les permitan aliviar sus dolencias con diferentes tratamientos que no causen efectos secundarios o contraproducentes a su organismo.

Latinoamérica es una de las regiones en el mundo con múltiple biodiversidad, Brasil y Colombia, son los países con mayor presencia y potencial de plantas medicinales, cuyo uso tradicional, junto con el limitado acceso y el alto precio de los medicamentos producidos por laboratorios químicos, facilita el tratamiento de diferentes afecciones de la salud. En este sentido, Colombia posee una ventaja competitiva en el sector por su riqueza en recursos naturales y por su estratégica posición geográfica se considera como un país con gran potencial en la producción de productos naturales, gracias a su diversidad florística y gran variedad de ecosistemas que producen plantas medicinales que se usan actualmente. Hoy en día este sector genera unos 21.000 empleos directos y unos 100.000 empleos indirectos. A nivel nacional existen unos 35 laboratorios naturistas dedicados a crear suplementos dietarios y productos fitoterapéuticos elaborados con plantas medicinales y cerca de 40 laboratorios homeopáticos.

Una de las principales dificultades que afronta este sector son los altos costos del registro Invima, como lo expresa la Asociación Nacional de Naturistas de Colombia (Asonatura), para lo cual se espera que el gobierno nacional presente una regulación que brinde flexibilidad en sus costos y fomente el crecimiento de este importante sector de la economía.

Según la Asociación de Naturistas de Colombia, Asonatura, existen unas 5.000 variedades de productos en el mercado nacional, entre los que se encuentran también esencias florales, minerales, vitaminas, complementos, etc.

Sin embargo, la Asociación aseguró que el sector tiene aún un potencial muy grande de crecimiento. Las ventas anuales en el país llegan a los US\$100 millones, mientras que la tradicional industria farmacéutica factura US\$1.600 millones en el mismo periodo.

La OMS Organización Mundial de la Salud, ha trazado directriz para validar los usos tradicionales y de afianzar el conocimiento de la biodiversidad como fuente de medicamentos con beneficios para la población.

La Organización Mundial de la Salud –OMS, ha definido la medicina alternativa y no convencional o complementaria así: “La suma completa de conocimientos, técnicas y prácticas fundamentales en las teorías, creencias y experiencias propias de diferentes culturas y que se utilizan para mantener la salud y prevenir, diagnosticar, mejorar o tratar trastornos físicos o mentales”, y la clasifica de la siguiente manera: Tradicional: (medicina tradicional, medicina ayurvédica, medicina unani y medicina indígena); No tradicional: (homeopática, y quiropraxia). (Universidad del Rosario, 2011).

El Ministerio de la Protección Social en Colombia, ha definido en el Decreto 2266 de 2004 en su artículo 2º en lo que tiene que ver con las terapias con medicación, más puntualmente en la de plantas medicinales y medicina herbaria, que comprende los productos fitoterapéuticos, lo siguiente:

“El producto medicinal empacado y etiquetado, cuyas sustancias activas provienen de material de la planta medicinal o asociaciones de estas, presentado en estado bruto o en forma farmacéutica que se utiliza con fines terapéuticos. También puede provenir de extractos, tinturas o aceites. No podrá contener en su formulación principios activos aislados y químicamente definidos. Los productos obtenidos de material de la planta medicinal que haya sido procesado y obtenido en forma pura no será clasificado como producto fitoterapéutico”.

El biocomercio, ha sido motor de crecimiento en el sector de las plantas medicinales, que actualmente se utilizan para la producción de medicamentos, sino también en la elaboración de productos cosméticos, limpieza, aseo, alimentos y suplementos alimenticios.

En el sector de los productos fitoterapéuticos se presenta un fenómeno de crecimiento y desarrollo en los últimos años. Con la aparición de nuevos agentes en el mercado, los cambios demográficos, las regularizaciones y las nuevas tecnologías, son factores que influyen notoriamente el entorno donde se desarrolla la actividad en el sector:

TRADITIONAL MEDICINE WORLDWIDE

The last two decades have witnessed globally renewed interest in the use of traditional and complementary and alternative medicine.

A recent study of CAM use in the U.S. population reported that in 2007, almost 4 out of 10 adults had used some form of CAM within the past year.

It was estimated that Americans spent 33.9 billion U.S. dollars (USD) out-of-pocket on CAM products and services during the prior year, accounting for 11.2 percent of total out-of-pocket health care expenditures.

In other developed nations the use of CAM is equally extensive.

The use of traditional medicine is even more substantial in the developing world.

According to data provided to WHO, in India 70 percent of the population and in Ethiopia more than 90 percent of the population depend on TM for primary health care. It is reported that more than 70 percent of the population in Chile and 40 percent of the population in Colombia have used traditional medicine. In China, traditional medicine accounts for approximately 40 percent of all health care delivered. (Documenting Traditional Medical Knowledge, 2014). (Traditional Medicine Worldwide, 2014), Referenciado de: http://www.wipo.int/export/sites/www/tk/en/resources/pdf/medical_tk.pdf

Entre las plantas aprobadas por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, Invima en Colombia, están contenidas las que son requeridas para la elaboración del producto fitoterapéutico: Eucalipto, Marañón, Sauco y Totumo.

Nombre Común	Eucalipto
Nombre Científico	<i>Eucalyptus globulus</i> Labill.
Droga	Hojas
Uso Aprobado	Expectorante. Coadyuvante en el tratamiento de la tos.
Contraindicaciones y Advertencias	Hipersensibilidad a los componentes de la planta. Embarazo y lactancia. Inflammaciones del tracto gastrointestinal o de las vías biliares. Insuficiencia hepática. Evitar consumir concomitantemente con ansiolíticos.
Preparaciones Farmacéuticas	SOLUCIÓN ORAL: Cada mL contiene extracto hidroalcohólico (1:3) de hojas de <i>Eucalyptus globulus</i> en etanol del 48 65,0 mL (Acta 01 de 2007) EXTRACTO: Hojas de Eucalipto 2% (Acta 05 de 1999) TINTURA ORAL: Polvo de hojas de eucalipto 25 %. (Acta 03 de 2002)
Condición de Venta	Venta libre

Nombre Común	Marañón
Nombre Científico	<i>Anacardium occidentale</i> L.
Droga	Corteza
Uso Aprobado	Hipoglicemiante. Coadyuvante de uso interno en procesos inflamatorios.
Contraindicaciones y Advertencias	Hipersensibilidad a los componentes de la planta. Embarazo y lactancia.
Preparaciones Farmacéuticas	
Condición de Venta	Venta con fórmula médica

Nombre Común	Sauco
Nombre Científico	Sambucus nigra L
Droga	Flores, frutos maduros, hojas secas.
Uso Aprobado	Flores y frutos maduros: Expectorante. Hojas: Laxante y coadyuvante en el tratamiento de estreñimiento
Contraindicaciones y Advertencias	Hipersensibilidad a los componentes de la planta. Embarazo y lactancia. Estados inflamatorios u obstructivos del tracto digestivo. Apendicitis. Obstrucción biliar. Precaución en uso concomitante con laxantes, hipoglicemiantes, diuréticos y antineoplásicos.
Preparaciones Farmacéuticas	SOLUCIÓN ORAL: Polvo de las hojas de saúco 25%. (Acta 53 de 1997) SOLUCIÓN ORAL: Extracto de flores y frutos de saúco (1:1 en alcohol al 25%) 20mL/100mL (Acta 30 de 1998) TABLETA: Extracto seco de hojas de saúco 520mg. (Acta 28 de 2000) SOLUCIÓN ORAL: Cada 100mL contienen extracto fluido de saúco 33.3mL equivalente a 1g de antocianinas. (Acta 41 de 2001 Para administración a niños mayores de tres años). SOLUCIÓN ORAL: Cada 100mL contienen extracto fluido de saúco 41mL equivalente a 0.5g de antocianinas. (Acta 41 de 2001 Para administración a adultos) SOLUCIÓN: 20g de hojas 100 mL (Acta 01 de 2009) JARABE: Cada 100mL contiene extracto fluido de flores y frutos 20 mL equivalente a 60g de extracto seco (Acta 05 de 2009) SOLUCIÓN ORAL: Cada 100 mL contiene extracto 1:1 de flores y frutos de Saúco (en alcohol del 36%), 10mL (Acta 10 de 2009)
Condición de Venta	Venta libre

Nombre Común	Totumo
Nombre Científico	Crescentia cujete L.
Droga	Fruto
Uso Aprobado	Coadyuvante en el manejo de trastornos respiratorios leves.
Contraindicaciones y Advertencias	Hipersensibilidad a los componentes de la planta. Embarazo y lactancia. Precaución en enfermedad ácido - péptica por ser irritante gástrico.
Preparaciones Farmacéuticas	JARABE: Extracto de pulpa del fruto fresco de totumo (1:1 en alcohol al 36%) 20mL/100mL (Acta 27 de 2004) JARABE: Cada 100 mL contiene 21.335 g de extracto de totumo (Acta 14 de 2005) JARABE: Cada 100 mL contienen Extracto fluido (1:1 en etanol al 36%) de pulpa fresca de Totumo 35 mL (Acta 23 de 2005) JARABE: Cada 100mL contiene extracto fluido de totumo 9.375 mL (Acta 23 de 2005)
Condición de Venta	Venta libre

Tabla 1. Productos aprobados por el Invima. Fuente: <https://www.invima.gov.co/images/pdf/salas-especializadas/productos-naturales/2014/Listado%20de%20Plantas-%20v.Ago%202014.pdf>

2.4 Perspectivas del sector

Actualmente existen las tendencias mundiales en el mercado de los alimentos hacia el consumo de productos inocuos y diferenciados por su origen, sus bondades nutricionales y orgánicas y además del requisito de ser saludables y funcionales.

El retorno a la naturaleza es uno de los principios que siguen ahora los consumidores del mundo, con una fuerte presencia de productos transgénicos, vacas locas, altas tasas de deforestación, seguridad alimentaria, entre otros, han dado un valor especial a los productos naturales, cultivos orgánicos, productos que aseguran procesos de producción con buenas prácticas medioambientales. Por ello se ha extendido lo que se denomina “consumo verde” y Colombia no es la excepción.

En los últimos cuatro años el consumo de esta clase de productos se ha triplicado, siguiendo la tendencia mundial y aprovechando la situación de riqueza en biodiversidad que posee Colombia.

Es una realidad actual la utilización cada vez mayor de productos naturales para trastornos y enfermedades de poca importancia, mientras aumenta el temor de la población al consumo de preparaciones de origen químico por sus efectos secundarios.

En cuanto a la decisión de compra que motiva al consumidor Colombiano, prima el asesoramiento del vendedor del producto, más que el precio o la imagen de marca al momento de la compra, generando un valor agregado al producto mediante sus recomendaciones al cliente. El cliente no solo demanda el producto, sino también el asesoramiento sobre las cualidades y beneficios terapéuticos del producto. Es importante tener en cuenta que más que publicidad y promoción se debe poner especial cuidado en el asesoramiento que brinda el especialista.

De lo anterior se puede concluir que la fidelidad del comprador está supeditada a la asesoría que brinda el vendedor y la efectividad del producto, lo que conlleva a la compra sucesiva del producto y la fidelización a la marca.

En cuanto a la presentación del producto es importante mencionar que la identificación del producto fitoterapéutico se suelen vender en las mismas o similares presentaciones.

2.5 Conclusión General del análisis sectorial

Según ASONATURA, En Colombia existen cerca de 9.200 tiendas naturistas y genera aproximadamente 100 mil empleos directos entre laboratorios, comercializadores, tiendas naturistas, farmacias homeopáticas, farmacias, droguerías, almacenes de gran superficie y médicos independientes. Existen cerca de 25 laboratorios de productos fitoterapéuticos con su respectiva licencia, 40 laboratorios de medicamentos homeopáticos, 100 procesadoras de alimentos integrales y dietéticos y cerca de 300 compañías distribuidoras en todo el país. (Asonatura, 2012).

En la ciudad de Medellín existen cerca de 129 tiendas naturistas y un total de 500 puntos de venta de productos naturales.

Dentro de los métodos alternativos de distribución, están surgiendo con fuerza la venta por televisión, la venta por catálogo, la venta por internet y las ventas multinivel a domicilio. Sin embargo con estos métodos de distribución, el 32% está representado en estas formas de distribución y el restante 68% en los canales tradicionales (tiendas naturistas, droguerías, y en menor cantidad Centros Médicos).

En la actualidad se está presentando un apogeo de este mercado con presencia en grandes cadenas de supermercados (Éxito, Carulla, Olímpica, Carrefour, entre otros) cuentan con establecimientos naturistas pero tiendas totalmente aparte.

Por lo tanto es factible el Proyecto de la Elaboración y comercialización de Propóleo con propiedades medicinales en el Municipio de Medellín y el Área Metropolitana, el cual se elabora con miel y plantas medicinales.

La estrategia comercial se fundamenta en promocionar las cualidades del producto en los diferentes segmentos de mercado que son sensibles a los temas de la salud, enfocándose en aquellos que padecen trastornos bronquiales o catarrales como potenciales consumidores de estos productos.

Ahora bien, realizando un análisis desde la perspectiva de las 5 fuerzas de Porter, encontramos lo siguiente:

2.5.1 Amenaza de entrada de nuevos productos.

Los productores que tienen presencia en el mercado presentan resistencia a la entrada de nuevos productos, los cuales consideran que pueden amenazar sus ingresos y su producción

En cuanto a los comercializadores, ello ven la oportunidad de ampliar su portafolio con la entrada de nuevos productos para ofrecer al mercado variedad y precio, siempre y cuando les genere un margen de rentabilidad satisfactorio.

De otro lado, en cuanto a los consumidores estarían dispuestos a consumir otros productos que compitan con precio y calidad.

2.5.2 Poder de negociación de proveedores.

En el caso particular para la elaboración del Producto “Propóleo” el cual se fabrica con base en miel y extracto de plantas naturales, vemos que la materia prima presenta permanente oferta en todos los tiempos del año y es asequible en el medio y presenta precios muy estables y una oferta variada.

2.5.3 Poder de negociación de compradores.

En el mercado se encuentran de 8 a 10 productos con características similares, con algunas pequeñas variaciones en su contenido y que ofrecen más o menos los mismos beneficios medicinales y terapéuticos, los cuales son vendidos en tiendas naturistas que algunas de ellas están agremiadas o pertenecen a un mismo dueño o grupo económico que pueden influir en cierto grado el tamaño de la compra del nuevo producto.

2.5.4 Amenaza de ingreso de productos sustitutos.

La amenaza se presenta por los medicamentos especializados de farmacia que salen al mercado para atender la demanda de afecciones respiratorias de los pacientes. Pues en el mercado de las tiendas naturistas vemos que esta clase de productos son muy estáticos y presentan poca variabilidad o cambios en los componentes o materias primas para su elaboración.

Según sondeo realizado con algunos consumidores, prefieren los productos naturistas a la hora de adquirirlos para contrarrestar los síntomas catarrales, bronquiales y de la tos; adicionalmente prefieren esta clase de productos por su contenido natural y por su bajo precio.

2.5.5 Rivalidad entre competidores.

La rivalidad que se detecta entre los competidores es por el precio, pues los productos que existen en el mercado se ofrecen a precios similares con similares características o muy pocas variaciones en su presentación y contenido.

Realizado una indagación preliminar entre los productos similares existentes en el mercado, se pudo constatar que no hay más de 8 o 10 marcas que presentan más o menos los mismos beneficios, entre los más destacados están el Bronquisan cuyo precio es de \$7.900, Mieltertos por \$10.200 y Vitaliatox por \$12.000.

Realizado el análisis de las cinco fuerzas de Porter, puede observarse que el sector fitoterapéutico posee un buen nivel atractivo, es un sector donde se presentan barreras de entrada por las exigencias en certificados de calidad y registros sanitarios. El nivel de rivalidad entre competidores es alto, pues se presentan las situaciones de costos ya que en el mercado se ofrecen variedad de proveedores del mismo producto.

En conclusión, considero que analizados los factores presentes en este análisis, es factible ingresar a competir en el sector, puesto que este mercado no posee un monopolio exclusivo de esta clase de productos, hay libre oferta y demanda, los productos que se venden en el mercado son productos que se vienen vendiendo desde hace algún tiempo, no se nota que hayan productos destacados o que presenten aspectos innovadores o relevantes.

3. Información General del Negocio

La fitoterapia es un término que proviene etimológicamente del griego “fyton” que significa planta o vegetal y “therapia” que significa terapia. Consiste en el uso extractivo de las plantas con fines terapéuticos que benefician la salud.

Existe un inmenso conocimiento acerca de las propiedades terapéuticas de las plantas que ha sido acumulado a través de muchos años por diversas culturas y la sabiduría popular y que hoy en día se ha convertido en el foco de numerosas investigaciones de carácter científico por parte de la medicina moderna gracias al innegable éxito que han demostrado.

El uso de las plantas para fines terapéuticos se ha conocido desde tiempos muy remotos y en nuestros días mediante resultados de investigación han sido comprobados por la ciencia, los resultados de las propiedades y sus principios bioactivos.

En Colombia en el sector naturista predominan las pequeñas y medianas empresas, los laboratorios internacionales o multinacionales están incursionando tímidamente, desde hace algunos años vienen incursionando con productos como suplementos dietarios, lo cual ha dinamizado la industria naturista. Este sector se ha convertido en uno de los de mayor perspectiva de crecimiento en Colombia por su riqueza en productos naturales y su uso sostenible con la introducción de buenas prácticas ambientales y de manufactura.

3.1 Propósito del Plan de Negocios

El propósito del negocio es plantear una propuesta innovadora con un producto fitoterapéutico a base de miel y plantas naturales que se diferencie en el mercado por su presentación, precio y efectividad por sus propiedades antitusivas y expectorantes, coadyuvante en el manejo de trastornos respiratorios, asma, bronquitis, catarro, pulmonía, tos, irritación de garganta, resfriados y expulsión de flema.

3.2 Información General de la Futura Empresa (o la Empresa en Funcionamiento)

Por ofrecer flexibilidad en su creación, forma de administración y registro se opta por crear la empresa bajo la modalidad S.A.S.

“Productos GILCAS de Colombia S.A.S“, es una propuesta para la elaboración y comercialización de Propóleo elaborado con miel y plantas medicinales, la cual se diferencia en el mercado por su precio, contenido, presentación y sobre todo por su excelente calidad, la cual satisface la demanda en el mercado de productos diferenciados por su real poder de aliviar los síntomas del catarro, irritación en la garganta y formación de flemas.

Nombre de la Empresa: Productos Gilcas de Colombia S.A.S.

Lugar de Operación: Medellín, Antioquia, Colombia.

Tipo de negocio: Empresa Productora y Comercializadora de Productos Fitoterapéuticos.

Nombre del Producto: “Propoleotos”

3.3 Historia y antecedentes del Proyecto y/o la Empresa

Este producto hasta hace cinco años se elaboraba y comercializaba a nivel informal, el cual tenía gran acogida en el mercado, pero por carecer de Registro Sanitario no se pudo continuar con su elaboración y su comercialización, más aún no se continuó en impulsar el proyecto dado que quien lo elaboraba falleció. El producto era elaborado por mi señor padre Gilberto Castaño Giraldo y en su momento de más comercio se elaboraban y comercializaban hasta 300 frascos mensuales. Hoy con base en las expectativas del mercado y con la formación profesional que he adquirido en la Institución Universitaria ESUMER de la ciudad de Medellín, como Administrador Comercial y de Mercadeo, pretendo retomar este proyecto y darle forma, siguiendo una adecuada investigación de mercado, hasta lograr obtener el Registro Invima para poderlo comercializar libremente, según lo exige el Decreto 2266 de 2004.

3.4 Misión de la futura Empresa

Brindar salud, bienestar, mejor calidad de vida y confiabilidad a nuestros consumidores con el consumo del producto fitoterapéutico expectorante elaborado a base de plantas medicinales y con estrictos estándares de calidad.

Elaboramos y comercializamos productos para la salud, con un gran sentido de responsabilidad y confiabilidad, con un equipo humano comprometido con el bienestar de nuestros clientes

Rentabilidad de la empresa

Promoción y desarrollo integral de nuestro personal y nuestros asociados, buscando siempre obtener un modelo sostenible en el tiempo de nuestro negocio.

3.5 Describa los objetivos a corto, mediano y largo plazo

3.5.1 Objetivo General.

Elaborar un Plan de Negocio para la fabricación, comercialización y obtención de Registro Sanitario e Invima para un producto fitoterapéutico a base de miel y plantas medicinales con propiedades anticatarrales, bronquiales y antitusivas para consumidores en la ciudad de Medellín y el Valle de Aburrá.

3.5.2 Objetivos Específicos.

- Realizar un análisis del mercado para detectar la factibilidad de la fabricación y comercialización del producto en el mercado.

- Desarrollar el estudio legal del sector para determinar la normatividad que rige los productos fitoterapéuticos a base de plantas medicinales.
- Estimar y cuantificar la demanda en la ciudad de Medellín y el Valle de Aburrá de Productos fitoterapéuticos con propiedades anticatarrales, bronquiales y antitusivas
- Elaborar un estudio técnico que permita determinar los recursos humanos, económicos y físicos que se requieren para la fabricación y comercialización del producto fitoterapéutico.
- Realizar evaluaciones económicas y financieras que permitan medir la viabilidad del proyecto.

3.6 Relación de los Bienes o Servicios

El Proyecto está orientado a la elaboración y comercialización de Propóleo como producto natural a base de miel y plantas medicinales con propiedades antitusivas y expectorantes, coadyuvante en el manejo de trastornos respiratorios, asma, bronquitis, catarro, pulmonía, tos, Irritación de garganta, resfriados y expulsión de flema.

3.7 Ventaja Competitiva del Negocio

Los productos fitoterapéuticos tradicionales son productos elaborados con plantas medicinales asociadas con propiedades farmacéuticas aceptadas por su eficacia y que sin realizar estudios científicos profundos y que por tradición e inocuidad y experiencia se les atribuye alivio a síntomas de algunas enfermedades.

Es por esto que este producto elaborado a base de miel con extractos de plantas medicinales tiene gran aceptación en el mercado de las tiendas naturistas y en el comercio en la ciudad de Medellín, ya que este producto tiene su ventaja competitiva en la efectividad y el alivio de síntomas catarrales, bronquiales y de tos.

El producto se elabora con plantas medicinales como Eucalipto, Marañón, Sauco y Totumo, las cuales tienen amplia y reconocida tradición y reconocimiento en la población por sus beneficios a la salud y al sistema respiratorio.

La efectividad, el servicio, el diseño y la marca son aspectos que determinarán la diferencia del producto en el mercado. Es así como la atención especializada al cliente y el servicio posventa serán decisivos para nuestro producto.

3.8 Justificación del Negocio

En el mundo moderno está tomando auge el consumo de alimentos naturales y productos que no causen efectos secundarios en la salud de los consumidores. Los productos naturales como endulzantes artificiales, productos refinados, las harinas, las grasas saturadas y otra serie de alimentos, están siendo reemplazados paulatinamente por los consumidores por productos de origen orgánico, natural o libre de grandes procesos industriales y la medicina no es la excepción.

Prueba de ello es que ya encontramos al alcance de todos, una serie de productos naturales promovidos por grandes industrias especializadas en el estudio y suministro de esta clase de productos.

En Colombia, desde hace ya algunos años ha empezado a entrar en la onda del consumo de esta clase de productos, con los cuales para satisfacer la demanda se presenta en el mercado la apertura y proliferación de tiendas naturistas y el surgimiento de laboratorios locales y extranjeros lo cual denota la aceptación que ha tenido esta clase de productos en los consumidores.

La continua preocupación por el alto precio de los medicamentos y la poca o nula cultura preventiva de la salud hace que los Colombianos acudamos al médico solamente cuando nos

sentimos agobiados por el dolor. Ya sea por falta de tiempo o carencia de recursos aplazamos las visitas al médico para que nos brinde paliativos para aminorar o conjurar el dolor.

Según el Ministerio de Salud y Protección Social de Colombia en su página de Internet publica lo siguiente:

¿Qué es Infección Respiratoria Aguda?

La Infección Respiratoria Aguda (IRA), constituyen un grupo de enfermedades que se producen en el aparato respiratorio, causadas por diferentes microorganismos como virus y bacterias, que comienzan de forma repentina y duran menos de 2 semanas. Es la infección más frecuente en el mundo y representa un importante tema de salud pública en nuestro país. La mayoría de estas infecciones como el resfriado común son leves, pero dependiendo del estado general de la persona pueden complicarse y llegar a amenazar la vida, como en el caso de las neumonías.

En niños menores de 5 años, la causa de la infección en el 95% de los casos son los virus siendo de buen pronóstico, pero un pequeño porcentaje puede padecer complicaciones como otitis, sinusitis y neumonía.

Situación nacional

La incidencia de los virus respiratorios en los dos últimos años, de acuerdo con el Instituto Nacional de Salud, muestra que en 2010 el virus respiratorio causó el 62% de los casos estudiados, seguido de Influenza AH1N1 (18%), Parainfluenza (8%) Influenza A estacional (6%), Influenza B (3%) y los adenovirus (3%).

La población más afectada son los menores de 5 años y los principales síntomas son: fiebre, malestar general, congestión y secreción nasal, asimismo también se pueden presentar síntomas como tos, dolor de garganta, expectoración y dificultad para respirar. (2014, Ministerio

de Salud). Referenciado de: <http://www.minsalud.gov.co/salud/Paginas/Infecciones-Respiratorias-Agudas-%28IRA%29.aspx>

A continuación se muestran algunas cifras correspondientes a resultados publicados por el Municipio de Medellín sobre Indicadores Ambientales en el 2013.

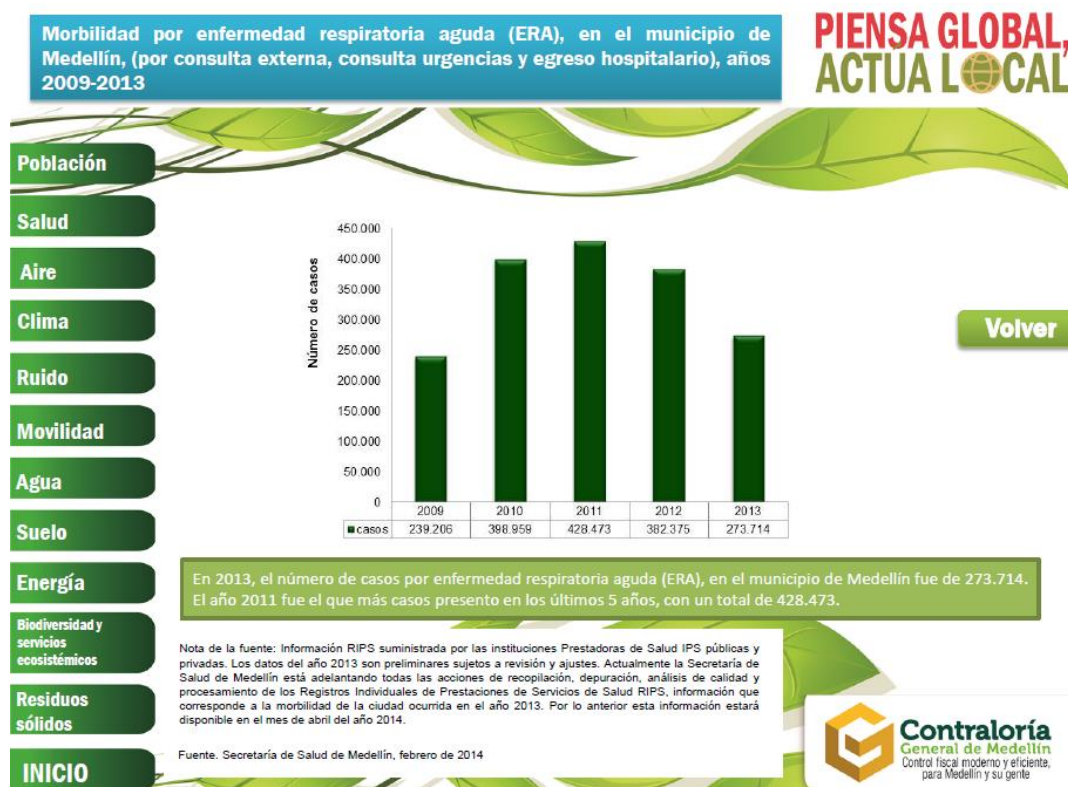


Figura 2. Indicadores Ambientales en el 2013. Fuente: Indicadores Ambientales Municipio de Medellín 2013

En el anterior cuadro, se puede visualizar que la presencia de las enfermedades respiratorias en el Municipio de Medellín durante los años del 2009 al 2013, no fue inferior a 239.206 casos en el año 2009, casos que son reportados por consulta externa, consulta de urgencias y egreso hospitalario.

Esto nos permite deducir que existe una alta presencia de afecciones respiratorias en el Municipio de Medellín

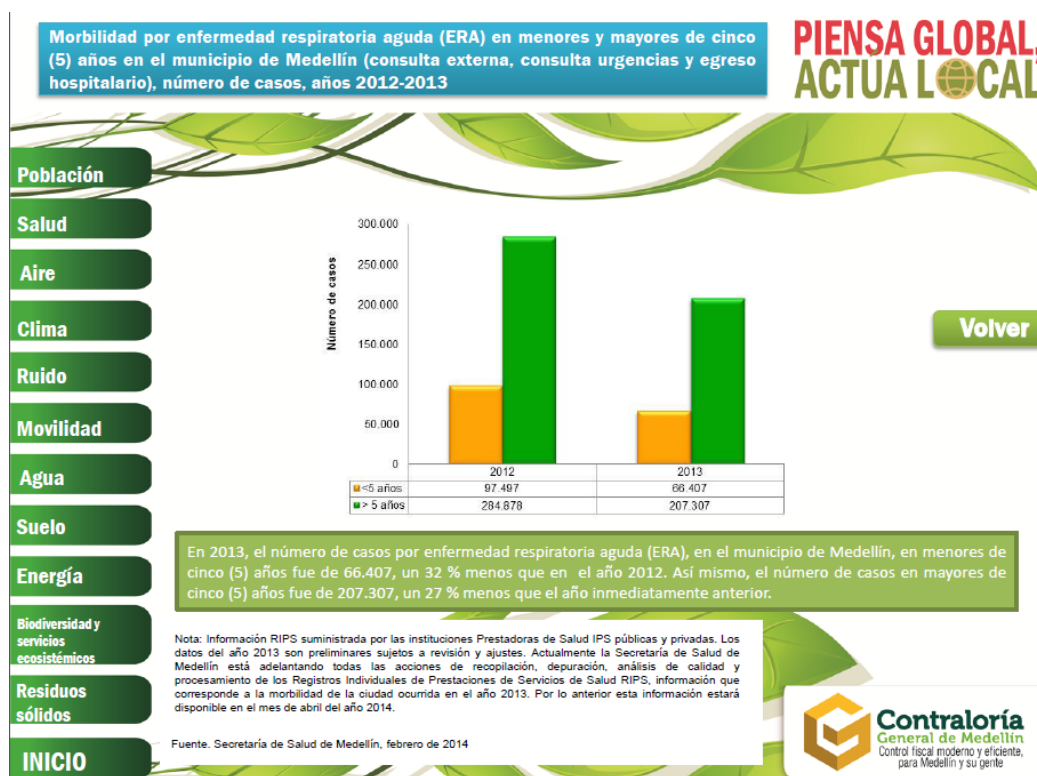


Figura 3. Morbilidad por Enfermedad Respiratoria Aguda 2013 Municipio de Medellín. Fuente: Indicadores Ambientales Municipio de Medellín 2013

Entre los años 2012 y 2013, la morbilidad por enfermedad respiratoria aguda en pacientes mayores de 5 años fue de 284.878 en el 2012 y de 207.307 en el año 2013, en niños con menos de 5 años fue de 97.497 en el año 2012 y de 66.407 en el año 2013.

Como se puede evidenciar, la presencia de enfermedad respiratoria aguda con sus diferentes manifestaciones, tiene amplia presencia en la ciudad de Medellín, no obstante este informe no menciona los casos no reportados mediante las consultas médicas, es decir que en estos casos se podría decir que aplicarían los métodos de automedicación o espera hasta que los síntomas pasen. (2013, Municipio de Medellín, Indicadores Ambientales). Referenciado de: http://www.cgm.gov.co/medio_ambiente/Indicadores%20Ambientales/Indicadores%20Ambientales/Indicadores%20Ambientales%20municipio%20de%20Medell%C3%ADn%202013.pdf

Los jarabes y las famosas bebidas caseras son comúnmente usados en nuestra sociedad para mitigar las afecciones pulmonares o bronquiales y que desde hace ya algún tiempo en

nuestro medio han venido tomando auge e importancia los productos naturales con plantas medicinales que brindan alivio en las afecciones respiratorias.

3.9 Sector y actividad al que pertenece y se dedicará la Empresa

El Producto es un Producto Fitoterapéutico Tradicional PFT, que es aquel producto de fabricación nacional elaborado a partir de material de planta medicinal o asociaciones entre sí cultivadas en nuestro país en las formas farmacéuticas aceptadas cuya eficacia y seguridad, aún sin haber realizado estudios clínicos, se deduce de la experiencia por su uso registrado a lo largo del tiempo y en razón de su inocuidad está destinado para el alivio de manifestaciones sintomáticas de una enfermedad.

Según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas, revisión 4 adaptada para Colombia CIIU Rev. 4, las para el desarrollo del plan de negocio se clasificarían así:

- 2100 Fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos de uso farmacéutico.

3.10 Localización Geográfica de la Empresa

El domicilio de la empresa para su comercialización se localizará en el barrio Robledo de la ciudad de Medellín, por ser un sitio cercano y de fácil acceso tanto para el acopio de la materia prima para la elaboración del producto, así como para la distribución del producto terminado, por ser un sitio con buenas vías de acceso para acceder a los mercados que se encuentran distribuidos en la zona céntrica de la ciudad de Medellín y de su área de influencia en el Área Metropolitana, compuesta por los municipios de Caldas, La Estrella, Sabaneta, Itagüí, Envigado, Bello, Barbosa y Copacabana.

De otro lado, el laboratorio que maquilará nuestro producto está ubicado en la ciudad de Medellín, también por la cercanía con los lugares de comercialización y acopiado de la materia prima y el bodegaje para su posterior distribución y entrega.

4. Análisis del Mercado

4.1 Descripción del producto o servicio

El expectorante “Propoleos” es un producto natural a base de miel y plantas medicinales con propiedades antitusivas y expectorantes, coadyuvante en el manejo de trastornos respiratorios, asma, bronquitis, catarro, pulmonía, tos, irritación de garganta, resfriados y expulsión de flema.

4.1.1 Usos.

En Colombia y algunas partes de Suramérica se utilizan jarabes naturales para atacar los problemas respiratorios como la bronquitis, asma, gripe, resfriado, tos y otras dolencias comunes como la ronquera, congestión nasal y dolor de garganta, para los cuales se usa el poder curativo tradicional de las plantas y sus propiedades medicinales.

Los remedios caseros o jarabes, han pasado de generación en generación hasta hoy en día, los cuales aún conservan su prestigio tradicional en el alivio de esta clase de dolencias y afecciones comunes en el trastorno de las vías respiratorias.

Entre otros productos se encuentran los jarabes o bebidas caseras elaboradas con plantas medicinales con propiedades curativas en las afecciones respiratorias como el eucalipto, sauco, totumo, rábano, limón, jengibre, cebolla, menta y la miel de abejas.

Categoría: Sistema Respiratorio.

Ingredientes: Extracto de las plantas de Eucalipto, Marañón, Sauco y Totumo en principio activo de miel.

Recomendación de Uso: Adultos: 1 cucharada (15 ml) 3 veces al día.

Indicaciones: Jarabe coadyuvante en el tratamiento de la tos.

Contraindicaciones: No administrar en caso de embarazo, lactancia, diabetes y enfermedades neurológicas.

Vía de Administración: Oral.

Interacciones: Ninguna Conocida.

Precauciones: Manténgase fuera del Alcance de los Niños, consérvase en un lugar fresco y seco, absténgase de usar con antecedentes de úlcera, si los síntomas persisten consulte a su médico.

Registro Sanitario: A continuación se detalla el procedimiento para el registro sanitario según trabajo de grado realizado por María Carolina Díaz Jiménez y María José Suárez Mora, estudiantes de la Universidad Javeriana (Trabajo de Grado, 2000) “Preparaciones Farmacéuticas elaboradas con base en productos naturales, Regulación Sanitaria”.

En desarrollo del numeral 9 del artículo 4° y del artículo 21 del Decreto 1290 de 1994, el artículo 5 del Decreto 677 de 1995, permite al Invima, autorizar a las entidades públicas, una vez verificada su idoneidad técnica, científica y administrativa, para realizar estudios técnicos, inspecciones y comprobaciones analíticas necesarias, previas al otorgamiento de los registros sanitarios y las licencias de funcionamiento.

En su artículo 6°, el decreto señala que los establecimientos fabricantes de los productos a los que él hace referencia, deben contar con una licencia sanitaria de funcionamiento expedida por el Invima o la autoridad delegada por éste. Para estos efectos, dichos establecimientos deben ceñirse a las buenas prácticas de manufactura, en el caso de los medicamentos y de las preparaciones farmacéuticas a base de recursos naturales.

Para obtener la licencia sanitaria de funcionamiento, el interesado debe solicitar al Invima o a la entidad acreditada, la certificación del cumplimiento de las buenas prácticas de manufactura, que implica una visita de inspección a las instalaciones del establecimiento, en todos los eventos, a diferencia de lo previsto en el Decreto 374 de 1994, en el que esta visita era facultativa. Si en la visita se establece que el establecimiento no cumple con las buenas prácticas de manufactura, el interesado debe realizar las acciones recomendadas por el Invima o la entidad

acreditada, según sea el caso, y solicitar una nueva certificación de cumplimiento, para lo cual debe realizarse una nueva visita de inspección. Si el resultado de la nueva visita es positivo, se expide la certificación. Expedida la certificación y pagados los derechos de expedición y publicación respectivos, el Invima se pronuncia sobre la expedición.

De conformidad con el artículo 13 del Decreto 677 de 1995, la producción, importación, exportación, procesamiento, envase, empaque, expendio y comercialización de medicamentos y preparaciones farmacéuticas a base de recursos naturales, requieren registro sanitario expedido por el Instituto nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, Invima, o por la autoridad sanitaria delegada.

El registro sanitario puede otorgarse en las modalidades de fabricar y vender; importar y vender; importar, envasar y vender; importar, semielaborar y vender; y semielaborar y vender. El registro tiene una vigencia de diez (10) años, contados a partir de la ejecutoria del acto administrativo por medio del cual se otorga. El capítulo I de este título, regula el registro sanitario de los medicamentos.

El trámite del registro sanitario de las preparaciones farmacéuticas elaboradas con base en recursos naturales incluidos en la lista básica oficialmente aceptada, es el mismo previsto para el registro sanitario de los medicamentos. Es decir, el interesado debe solicitar al Invima la realización de la evaluación farmacéutica; posteriormente debe presentar al Invima o la autoridad delegada la solicitud de registro, acompañada del resultado de la evaluación farmacéutica, y la documentación técnica y legal previstas en el decreto. Si es del caso, el Invima o la autoridad delegada puede solicitar la complementación o aclaración de la información presentada; a continuación el Invima o la autoridad delegada deben conceder o negar el registro sanitario por medio de acto administrativo.

El trámite del registro sanitario de las preparaciones farmacéuticas a base de recursos naturales no incluidos en la lista básica oficialmente aceptada, requiere además una evaluación de la sustentación histórica de los recursos utilizados. Esta evaluación “Comprende el procedimiento mediante el cual la autoridad sanitaria se forma un juicio sobre la utilidad,

conveniencia y seguridad del recurso natural a ser utilizado en una preparación farmacéutica”. La evaluación para la sustentación histórica es función privativa de la Comisión Revisora de Medicamentos, Cosméticos, Productos Alimenticios, Plaguicidas de Uso Doméstico, y demás productos que incidan en la salud individual o colectiva, la cual, para todos los efectos, debe citar a expertos en el área, designados por el Invima.

4.1.2 Usuarios.

El destinatario de nuestro producto pertenece a la población de estrato 2, 3 y 4, consumidor habitual de productos naturistas, que acude a productos homeopáticos para aliviar sus dolencias o prevenir enfermedades, la población objetivo está comprendida entre las edades de 15 a 64 años, cuya población en la ciudad de Medellín representa un 71.62% de una totalidad de 2.417.325. (Encuesta Calidad de Vida Medellín 2014), esto equivaldría a 1.731.288 personas de ambos sexos.

De otro lado, personas con ocupaciones diarias de trabajo o estudio, con ingresos mensuales del hogar, superiores a \$400.000 y que por el desempeño de múltiples actividades diarias se ven expuestos a cambios climáticos repentinos, contacto con otras personas que puedan padecer afecciones respiratorias.

Nuestro consumidor es una persona que busca aliviar sus dolencias o afecciones respiratorias en forma rápida y eficiente y que por sus múltiples ocupaciones, poca disponibilidad de tiempo se les dificulta consultar o acceder a citas médicas, así mismo son personas que buscan la cura rápida de sus dolencias con el uso o aplicación de productos naturales y que no producen efectos secundarios y no requieren formulación médica, adicionalmente son personas que también consumen esta clase de productos de manera preventiva por su agradable sabor.

El consumidor de esta clase de productos los adquiere por confiabilidad y por los conocidos beneficios tradicionales que aportan a su salud, esta clase de consumidores también

han sido influenciados por el voz a voz de parientes y amigos para la adquisición de esta clase de productos.

Este producto es a base de miel, la cual es asociada desde la infancia a aliviar afecciones pulmonares, bronquiales y de garganta y en preparación con plantas medicinales con conocidas bondades para disminuir estas dolencias hacen que el recuerdo en la mente se asocie con bienestar como cuando en nuestra infancia nos procuraban los remedios caseros.

Características de la población

La población de la ciudad de Medellín según la Encuesta de Calidad de Vida de 2014, está distribuida en los siguientes rangos de edades:

Pirámide de Población Total Medellín en porcentaje

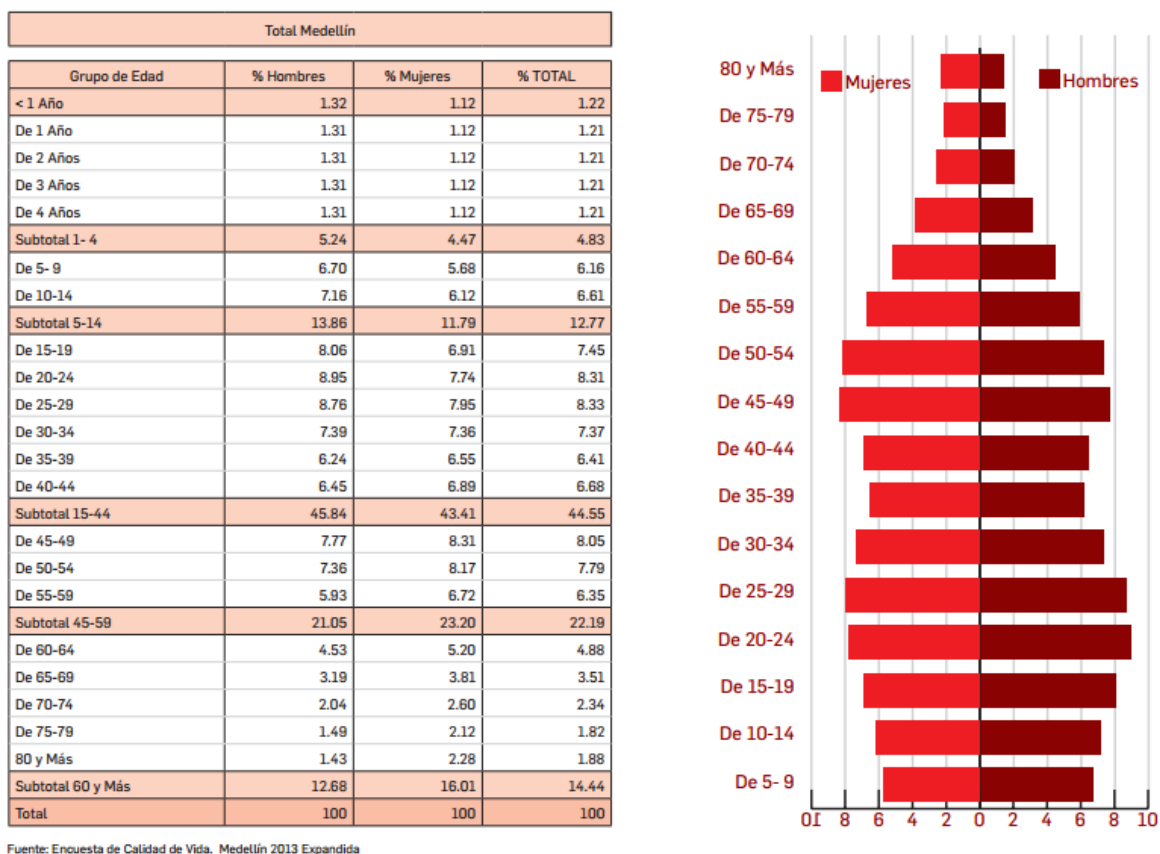


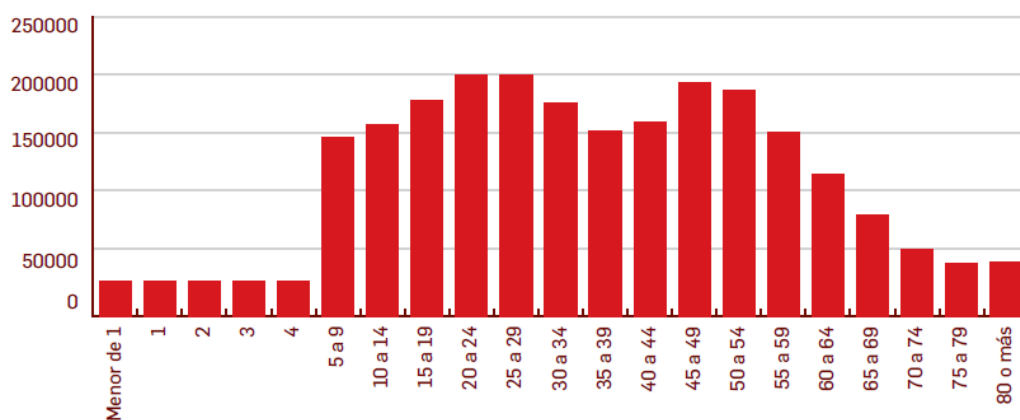
Figura 4. Pirámide de población Total Medellín por edades en porcentaje. Fuente: (2015, Encuesta Calidad de Vida 2014) Referenciado de: https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/pccdesign/SubportaldelCiudadano_2/PlandeDesarrollo_0_17/IndicadoresyEstadsticas/Shared%20Content/Encuesta%20Calidad%20de%20Vida/ECV2013/PDFs/01Poblaci%C3%B3n.pdf

En el anterior cuadro podemos observar que la población con edades entre los 15 y los 64 años de edad representan un 71,62% de la población. Esta población es la que se ha planteado como objeto de nuestro interés.

En el siguiente cuadro vemos la distribución de la población de Medellín por estratos socioeconómicos y por grupos de edad:

Personas por estrato socioeconómico según grupo de edad

Estrato de la Vivienda	Personas		Grupo de edad																				
	Total	%	Menor de 1	1	2	3	4	5 a 9	10 a 14	15 a 19	20 a 24	25 a 29	30 a 34	35 a 39	40 a 44	45 a 49	50 a 54	55 a 59	60 a 64	65 a 69	70 a 74	75 a 79	80 o más
1. Bajo bajo	311,098	12.97	6,078	5,675	6,021	5,723	5,907	29,997	30,146	29,571	26,999	28,089	23,750	20,398	18,617	20,131	16,760	12,260	9,118	6,210	4,576	2,389	2,682
2. Bajo	889,097	36.78	13,658	13,248	12,479	13,467	12,517	64,510	68,525	73,743	82,603	79,714	66,337	60,130	62,770	64,518	60,222	45,711	33,483	23,933	14,426	12,532	10,573
3. Medio bajo	718,689	29.73	7,069	7,375	7,575	6,815	7,304	37,996	40,605	52,227	60,092	56,754	51,141	43,879	48,706	65,896	63,269	51,402	37,061	26,012	18,124	14,005	15,583
4. Medio	236,021	9.76	1,480	1,138	1,611	1,841	1,488	8,408	9,636	13,555	14,454	18,468	17,224	14,635	14,352	21,581	22,387	21,204	17,712	12,724	8,195	5,798	8,130
5. Medio Alto	167,303	6.92	521	1,212	919	923	1,411	4,692	5,869	6,345	11,267	12,534	13,703	9,712	9,651	12,972	14,561	14,647	14,202	11,563	7,772	6,552	6,287
6. Alto	95,118	3.93	599	576	558	405	608	3,298	3,987	4,685	5,392	6,832	6,065	6,094	7,438	9,771	11,025	9,187	6,488	4,518	3,435	2,811	2,285
Total	2,417,325	100.00	29,405	29,221	29,163	29,173	29,236	148,892	159,768	180,125	200,806	201,452	179,220	154,847	161,533	194,669	188,224	153,410	118,064	84,960	56,528	44,088	45,541
%	100.0		1.22	1.21	1.21	1.21	1.21	6.16	6.61	7.45	8.31	8.33	7.37	6.41	6.68	8.05	7.79	6.35	4.88	3.51	2.34	1.82	1.88



Fuente: Encuesta de Calidad de Vida. Medellín 2013 Expandida

Figura 5. Personas por estrato socioeconómico según grupo de edad. Fuente: (2015, Encuesta Calidad de Vida 2014). Referenciado de: https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/pccdesign/SubportaldelCiudadano_2/PlandeDesarrollo_0_17/IndicadoresyEstadsticas/Shared%20Content/Encuesta%20Calidad%20de%20Vida/ECV2013/PDFs/01Poblaci%C3%B3n.pdf

En el anterior cuadro podemos observar que los estratos: Bajo, Medio Bajo, Medio y Medio Alto, representan un 83,19% que también hacen parte del foco de nuestro interés. (2015, Encuesta Calidad de Vida 2014) Referenciado de: https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/pccdesign/SubportaldelCiudadano_2/PlandeDesarrollo_0_17/IndicadoresyEstadsticas/Shared%20Content/Encuesta%20Calidad%20de%20Vida/ECV2013/PDFs/01Poblaci%C3%B3n.pdf

Indicadores económicos

Salud

En el siguiente cuadro se presenta la composición de la población por estratos socioeconómicos afiliados al sistema de seguridad social en salud. Vemos como en los estratos bajo, medio bajo, medio y medio alto, representan un 83,19% del total de la población que también representan interés en nuestro estudio.

Estrato de la Vivienda	Personas		Afiliación al Sistema de Seguridad Social en Salud							
	Total	%	No sabe/ N°	Es contributivo cotizante. Tiene EPS.	Beneficiario del régimen contributivo.	Subsidiado. Tiene EPS-Subsidiada.	Régimen especial: (FFAA, Ecopetrol y magisterio)	Beneficiario del régimen especial.	No está afiliado y está encuestado en el SISBÉN	No está afiliado y no está encuestado en el SISBÉN
1. Bajo bajo	311.098	12,87	860	51.964	63.120	153.051	495	6.048	28.135	7.424
2. Bajo	889.097	36,78	2.591	215.658	229.096	355.873	3.514	17.745	44.285	20.336
3. Medio bajo	718.689	29,73	1.988	249.523	218.558	173.011	7.779	22.168	24.499	21.162
4. Medio	236.021	9,76	845	123.160	78.537	15.488	3.526	4.143	2.311	8.010
5. Medio Alto	167.303	6,92	588	97.989	50.959	8.688	1.239	2.246	1.337	4.257
6. Alto	95.118	3,93	328	59.028	31.341	2.962	466	134	288	570
Total	2.417.325	100,00	7.200	797.323	671.610	709.074	17.020	52.484	100.855	61.759
%	100,0		0,30	32,98	27,78	29,33	0,70	2,17	4,17	2,55

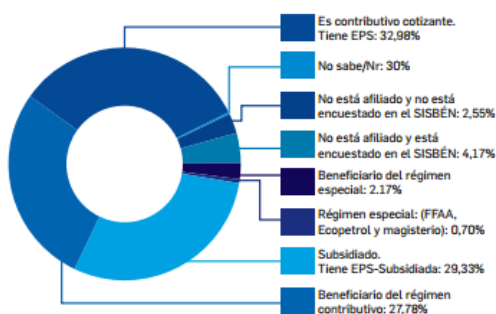


Figura 6. Personas por estrato socioeconómico de la vivienda según afiliación al sistema de seguridad social en salud. Fuente: 2015, Encuesta Calidad de Vida 2014) Referenciado de: https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/pccdesign/SubportaldelCiudadano_2/PlandeDesarrollo_0_17/IndicadoresyEstadisticas/Shared%20Content/Encuesta%20Calidad%20de%20Vida/ECV2013/PDFs/06Salud%20y%20seguridad.pdf

El enfoque de nuestra propuesta va dirigido inicialmente a la ciudad de Medellín a los estratos: bajo (889.097), medio bajo (718.689), medio (236.021) y medio alto (167.303) 83,19% de la población.

El siguiente cuadro muestra la composición por corregimiento de la afiliación al sistema de seguridad social en salud:

Personas por comuna o corregimiento según afiliación al sistema de seguridad social en salud

Comuna o corregimiento	Personas		Afiliación al Sistema de Seguridad Social en Salud							
	Total	%	No sabe/Nr	Es contributivo cotizante. Tiene EPS.	Beneficiario del régimen contributivo.	Subsidiado. Tiene EPS-Subsidiada.	Régimen especial: (FFAA, Ecopetrol y magisterio)	Beneficiario del régimen especial.	No está afiliado y está encuestado en el SISBÉN	No está afiliado y no está encuestado en el SISBÉN
1 Popular	129.144	5,34	532	25.771	27.104	69.951	88	648	2.076	2.975
2 Santa Cruz	110.202	4,56	312	23.384	27.335	47.829	105	707	8.983	1.547
3 Manrique	158.028	6,54	366	35.047	34.946	70.600	555	971	11.756	3.787
4 Aranjuez	161.491	6,68	239	36.591	37.317	46.172	315	19.066	16.541	5.249
5 Castilla	148.490	6,14	161	52.279	45.222	41.785	2.344	2.679	1.281	2.739
6 Doce de Octubre	192.381	7,96	246	45.578	48.372	87.201	1.494	2.399	2.589	4.503
7 Robledo	168.624	6,98	644	53.743	51.744	52.438	1.029	1.629	1.680	5.716
8 Villa Hermosa	136.375	5,64	511	36.225	36.504	54.796	484	925	3.944	2.987
9 Buenos Aires	136.154	5,63	323	46.554	40.213	35.453	1.205	3.426	4.635	4.345
10 La Candelaria	85.323	3,53	215	36.766	22.014	20.104	1.021	982	1.015	3.205
11 Laureles Estadio	121.678	5,03	568	70.421	37.430	5.514	1.223	2.522	536	3.464
12 La América	95.523	3,95	596	46.746	32.240	8.504	1.263	1.477	1.050	3.648
13 San Javier	136.689	5,65	937	40.716	36.578	45.644	644	1.507	8.467	2.196
14 El Poblado	125.841	5,21	328	76.642	40.954	5.147	655	538	800	778
15 Guayabal	93.326	3,86	482	32.874	25.333	22.044	1.263	2.276	5.366	3.687
16 Belén	195.588	8,09	217	82.082	63.419	30.951	1.976	4.733	7.353	4.857
50 Palmitas	5.476	0,23	17	849	917	1.477	27	625	1.357	207
60 San Cristóbal	71.518	2,96	276	15.528	18.485	26.504	177	3.471	5.317	1.759
70 Altavista	33.466	1,38		5.778	10.981	9.308	88	129	5.821	1.361
80 San Ant de Prado	95.392	3,95	230	29.819	30.050	25.347	1.063	1.771	5.000	2.112
90 Santa Elena	16.616	0,69		3.930	4.454	2.304			5.291	636
Total	2.417.325	100,00	7.200	797.323	671.610	709.074	17.020	52.484	100.855	61.759
%		100,0	0,30	32,98	27,78	29,33	0,70	2,17	4,17	2,55

Fuente: Encuesta de Calidad de Vida. Medellín 2013 Expandida

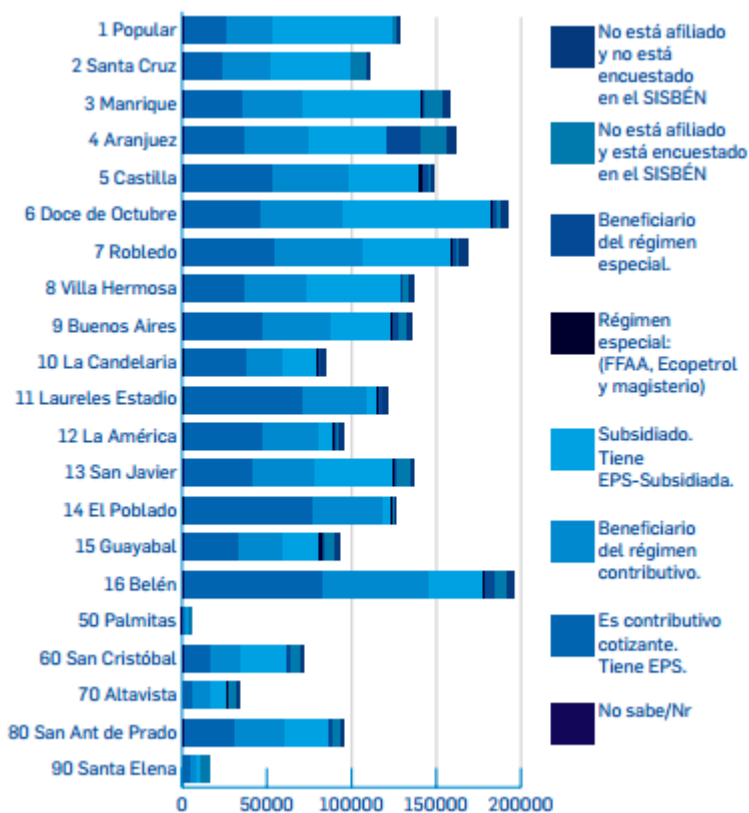


Figura 7. Personas por comuna o corregimiento según afiliación al sistema de seguridad social en salud. Fuente: 2015, Encuesta Calidad de Vida 2014). Referenciado de: https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/pccdesign/SubportalDelCiudadano_2/PlandeDesarrollo_0_17/IndicadoresyEstadsticasyShared%20Content/Encuesta%20Calidad%20de%20Vida/ECV2013/PDFs/06Salud%20y%20seguridad.pdf

En el objeto de nuestro estudio se centra en las poblaciones con más densidad de población, entre ellas encontramos: Doce de Octubre, Belén, Castilla, Robledo, Manrique, Aranjuez, Villa Hermosa, Buenos Aires, Popular, Santa Cruz, San Javier, El Poblado, La América y Guayabal. Estas poblaciones representan una alta concentración de la población de la ciudad de Medellín.

4.1.3 Presentación.

Presentación: Frasco de vidrio con un contenido de 240 ml, cierre hermético sellado al vacío al ser empacado, con sello de plástico para mayor seguridad para los consumidores, con contenido de jalea expectorante de color ámbar, de consistencia espesa por su concentración de los componentes de miel y plantas naturales, agradable sabor al paladar.

Etiqueta con información del producto, fecha de fabricación, lote de producción, fecha de vencimiento, registro sanitario, laboratorio o empresa productora, domicilio de la empresa, teléfono, contenido del producto, ingredientes para su elaboración, beneficios o bondades que aporta y sus contraindicaciones.



Figura 8. Antigua presentación del producto. *Fuente: Propia*

4.1.4 Composición.

Producto Broncodilatador Antiasmático especial para la tos.

Dentro del conjunto de enfermedades del sistema respiratorio podemos encontrar el uso de plantas medicinales en el uso de la fitoterapia. A continuación describiremos algunos beneficios de las plantas medicinales y de la miel con las cuales se fabrica el producto:

Propiedades Medicinales del Eucalipto (Eucalyptus globulus)



Figura 9. *Eucalipto*. Fuente: www.farmaconsejos.com

El Eucalipto es un árbol perenne de la familia de las mitáceas de 40 a 65 m de altura, de tallo erecto con corteza que se deshace de color gris azulado, hojas lanceoladas de hasta 30 cms de longitud, pecioladas, con el nervio central muy marcado, verde oscuro, brillante, de textura endurecida; hojas jóvenes sin peciolo que abrazan el tallo, de color verde gris y opuestas, tiene fuertes propiedades desinfectantes y mata la microflora presente en el humus a tal punto, que en plantaciones de eucalipto ni sus propias hojas se pudren al caer al suelo.

Es natural de Australia y Tasmania, a Colombia fue ingresado hacia los años de 1860. Es considerada una de las mejores especies vegetales para el tratamiento de enfermedades del aparato respiratorio. Al ser ingeridos se eliminan a través de las vías respiratorias que al disolverse en ellas, desarrollan sus propiedades medicinales en el sistema respiratorio.

Posee propiedades expectorantes, es decir tiene la propiedad de eliminar el exceso de mucus de las vías respiratorias y entre otras, las siguientes:

Anti inflamatorias: Disminuyen la inflamación y permiten respirar mejor, en el caso de las vías nasales, sus componentes apertura en las vías aéreas por estimulación de la vellosidad que se encuentran en las fosas nasales y libera a las mismas del exceso de mucosidad.

Anti inflamatorias, anti microbianas y anti fúngicas que son capaces de eliminar microorganismos que causan enfermedades infecciosas, posee propiedades antibacterianas

Es reconocido para el tratamiento del catarro, la gripe, el asma y otros problemas respiratorios.

Tos: Disminuye la necesidad de toser, suaviza la garganta, calma la irritación bronquial.

Faringitis: Suaviza la faringe, ayuda a eliminar los gérmenes que provocan la inflamación.

Catarro: Combate el catarro, rebaja la inflamación, ayuda a eliminar el exceso de mucus suavizando la garganta.

Gripe: Mejora los síntomas de la enfermedad, permite respirar mejor y reduce el malestar.

Bronquitis: Rebaja la inflamación, permite eliminar el exceso de secreciones.

Propiedades Medicinales del Marañón (Anacardium occidentale)



Figura 10. Marañón. Fuente: <http://tumedicinaturista.com/beneficios-del-maranon/>

Esta fruta tropical, que fue descubierta en Brasil y se extendió hacia toda la cuenca amazónica e incluso a Centro América.

Contiene aceites esenciales, proteínas, fibras, minerales, ácido ascórbico, tiamina, caroteno, riboflavina, terpenos, politerpenos, taninos, fenoles, anacardiol y ácido anacárdico, este último causante de serias irritaciones en la piel, por lo que se tiene que tener cuidado cuando el fruto está demasiado verde.

El Marañón contiene grandes cantidades de vitamina C, útil para el crecimiento y reparación de tejidos en todo el cuerpo, fortaleciendo nuestro sistema inmunológico.

Además que nos ayuda a perder líquido y grasa de nuestro cuerpo y entre sus usos terapéuticos se conoce que la cocción de su corteza y hojas son usadas para el tratamiento de cólicos estomacales, inflamaciones, insomnio, neuralgias, diabetes, paludismo y hemorroides.

Se usa para tratar el colesterol, las afecciones pulmonares, la tosferina, la diabetes. Se utiliza en jarabe para combatir la tos.

El marañón vigoriza el cerebro, contiene las hemofilias y es astringente, considerado como la fruta de la memoria. La semilla se utiliza para fortalecer la memoria.

El jugo de marañón contiene las vitaminas B1, B2, B3, y también calcio, hierro y beta caroteno.

Propiedades Medicinales del Sauco (Sambucus Nigra)



Figura 11. Sauco. Fuente: www.botanical-online.com

Combate las enfermedades de tipo respiratorio, es un buen sudorífico, útil en problemas respiratorios especialmente para aliviar la tos, reducir la fiebre que producen los trastornos gripales, resfriados y bronquitis.

El INVIMA por su parte, solo aprueba en su lista básica, el uso del sauco como expectorante y como laxante coadyuvante en el tratamiento de estreñimiento.

El Sauco que se consume en Antioquia proviene principalmente de Marinilla, Rionegro, Belmira y San Cristóbal.

Propiedades Medicinales del Totumo (Crescentia Cujete)



Figura 12. Totumo. Fuente: recursosbiologicos.eia.edu.co

Es un árbol común que abunda en planicies así como en laderas esencialmente secas, crece de cinco a 10 metros de alto, de copa redondeada y diámetro corto. Los frutos son esféricos de nueve a 20 centímetros de diámetro, de piel dura y lustrosa, la pulpa es blanca aromática y contiene muchas semillas aplanadas.

Se le atribuyen propiedades analgésicas, aperitivas, antisépticas, calmantes, desinflamantes, expectorantes, entre otras, muy recomendado por sus propiedades en suministro por vía oral para tratar afecciones respiratorias como asma, resfriados, bronquitis, tos, pulmonía y catarro. (2015, Botánica). Referenciado de: www.botanical-online.com

Miel

Este producto es utilizado como vehículo para la disolución de los extractos de las plantas naturales, y permitir que el producto tenga un agradable sabor al paladar, pues está elaborado a base de endulzante natural derivado de la panela.



Figura 13. Miel. Fuente: gastronomiaycia.com

4.1.5 Características físicas.

Propoleos es un producto en jalea de aspecto traslucido, obtenido de la cocción y concentración de extractos de poderosas plantas medicinales como eucalipto, totumo, sauco, borraja y marañón. Es un producto de color ámbar madera, adecuadamente preparado con edulcorantes naturales y adición de agua, sin aditivos ni conservantes.

Producto de consumo final, perecedero, de consumo frecuente por quienes ya conocen las bondades de esta clase de productos.

Es un producto elaborado artesanalmente pero con todo el rigor que la normatividad sanitaria exige.

Propoleos es un producto tradicional, de rotación media, su consumo aumenta por temporadas invernales por la propagación de síntomas gripales, catarrales y bronquiales.

Ficha Técnica del Producto	
Nombre del Producto	Propoleotos
Descripción del Producto	Producto fitoterapéutico expectorante elaborado a base de plantas medicinales y con estrictos estándares de calidad.
Lugar de Elaboración	Calle 77BB No. 85B 37 Barrio Robledo, Medellín, Antioquia, Colombia.
Composición	Miel, Eucalipto, Sauco, Borraja, Totumo y Marañón.
Características Organolépticas	La melaza o miel de caña se obtiene mediante la extracción del jugo de caña, el cual se somete a un proceso de cocción hasta que se evapora el agua y se concentra el azúcar natural del vegetal. la cual se usa como vehículo para combinarla con extractos de Eucalipto, Sauco, Marañón, Totumo y Borraja.
Presentación y Empaque	Frasco de vidrio con un contenido de 240 ml, cierre hermético sellado al vacío al ser empacado, con sello de plástico para mayor seguridad para los consumidores, con contenido de jalea expectorante de color ámbar, de consistencia espesa por su concentración de los componentes de miel y plantas naturales, agradable sabor al paladar.
	
Tipo de Conservación	Temperatura Medio Ambiente
Consideraciones para el almacenamiento	Conservar a temperatura medio ambiente que no exceda de los 30 grados centígrados y libre de humedad.
Vida Útil estimada	(1) un año a partir de la fecha de su elaboración bajo buenas condiciones de almacenamiento.
Instrucciones para su consumo	Una vez abierto el frasco consumir lo antes posible, dejando en condiciones de refrigeración debidamente tapado.

Tabla 2. Ficha Técnica del Producto. Fuente: Propia

Marca

Al considerar que es el vínculo más significativo de posicionamiento en la mente del consumidor, se le asigna al producto el nombre de “Propoleotos” con el fin de resaltar su palabra

compuesta “Propóleo” que se asocia con productos expectorantes y por ser el nombre comercial con que se producía años atrás; y la palabra “tos” para reforzar el mensaje de que es un producto para afecciones pulmonares como la tos.

Imagen de la Empresa

Queremos resaltar que la imagen que proyecte la empresa “Productos Gilcas de Colombia S.A.S.” -De la Naturaleza para tu salud-, sea una imagen que el consumidor la perciba asociándola con productos para la salud y bienestar en su vida, caracterizada por la elaboración de productos libres de químicos que causan efectos indeseables en la salud y que tiene compromiso con el medio ambiente y la generación de empleo y comercio.

Servicio

Disposición de una línea telefónica, correo electrónico y página web, donde se brindará soporte permanente y seguimiento del nivel de satisfacción de los clientes sobre el producto, así como atención oportuna de quejas y reclamos.

4.1.6 Sustitutos.

Los sustitutos directos de los productos fitoterapéuticos son los productos alopáticos, que representan una gran amenaza dado que son tradicionalmente reconocidos en medicina y las recomendaciones médicas generan confianza, pues los clientes o consumidores emplean los productos de origen natural como alternativa complementaria.

En el siguiente cuadro se aprecian los productos de la competencia y los productos sustitutos según estudio de mercado realizado:

Sustitutos						
Presentación	Nombre Producto	Tamaño	Descripción del Producto	Características del Producto	Fabricante o Laboratorio	Valor
	Savitos	120 ml	Jarabe para la Tos SaviTos Adultos X 120ml - Único con Sábila	SAVITOS Adultos es un jarabe expectorante 100% natural con contenido neto de 120ml, único en el mercado con Sábila, cuenta con agradable sabor a miel de abejas para mayor gusto a la hora de consumirlo. Está indicado para tos rebelde y crónica fluidificando las flemas responsables de la tos, SAVITOS es un suplemento dietario, no es un medicamento.	DISDELFO	\$ 8.900
	Mucosar	120 ml	Mucosar Sambucus Jarabe X 120 ML - Expectorante	Contiene sauco, eucalipto, propóleo. Jarabe. Vía oral	Laboratorios Pronabell S.A.S.	\$ 11.700
	Noraver	120 ml	Noraver Tos Jarabe, con miel natural, Frasco por 120 ml.	Indicado para el manejo agudo y crónico de las enfermedades broncopulmonares asociadas a la secreción mucosa anormal y trastornos del transporte mucoso como la bronquitis aguda, exacerbaciones leves de la Enfermedad Pulmonar Obstructiva Crónica (EPOC).	Noraver	\$ 13.400

Sustitutos						
Presentación	Nombre Producto	Tamaño	Descripción del Producto	Características del Producto	Fabricante o Laboratorio	Valor
	Metoxinan	120 ml	Metoxinan Jarabe FCO X 120 ML	Antitusivo-Expectorante	LABORATORIOS BAGO DE COLOMBIA LTDA	\$ 4.656
	Bisolvon	120 ml	Degrada el moco y ayuda a eliminar la congestión tenaz del pecho.	Bisolvon® Linctus Jarabe para Adultos ha demostrado ser efectivo para el tratamiento de la Tos con flema. Esa sensación de opresión y silbidos en el pecho es el resultado de la presencia de flemas demasiado espesas en sus vías aéreas. La respuesta natural del organismo es eliminarlas mediante la tos. Bisolvon® Linctus Jarabe para Adultos ayuda a su cuerpo a eliminar las flemas al tornarlas más fluidas, facilitando su expectoración. Su fórmula, que no provoca somnolencia, permite que su empleo sea seguro cuando se debe conducir u operar maquinarias	Boehringer Ingelheim	\$ 15.100

Competencia						
Presentación	Nombre Producto	Tamaño	Descripción del Producto	Características del Producto	Fabricante o Laboratorio	Valor
	Bronquisan	240 ml	Propoleo Expectorante Bronquisan Adultos Jalea X 240ml – Con Totumo	<p>Bronquisan Adultos Jalea es un producto fitoterapéutico 100% natural con vitaminas A y C, elaborado a base de propoleo, es broncodilatador y está indicado para tos rebelde y crónica fluidificando las flemas responsables de la tos, sirviendo como coadyuvante en el tratamiento de trastornos respiratorios leves. Gracias a las propiedades de sus componentes Bronquisan se convierte en el producto perfecto para mejorar las afecciones del sistema respiratorio.</p> <p>Su acción es antiséptica, antitusiva, expectorante y antiinflamatoria des congestionando las vías respiratorias, además alivia y refresca la garganta.</p>	Productos Naturales El Ma	\$ 7.900
	VitaliaTOX	300 Grs		<p>Agua Miel, Propóleo, Concentrado de cebolla, Vitamina A, Concentrado de Limon, Vitamina C, Sabor natural de Eucalipto</p>	Punto Natural	\$ 12.000
	Mielertor	350 Mg	Mielertor Propoleo Jalea Frasco X 350 Mg - Expectorante	<p>Contiene polen, eucalipto y vitamina A y C Producto natural Jalea. Vía oral</p>	Farmalisto Colombia	\$ 10.200

Competencia						
Presentación	Nombre Producto	Tamaño	Descripción del Producto	Características del Producto	Fabricante o Laboratorio	Valor
	Mieltertos	240 ml	Mieltertos jarabe: Totumo, sauco, eucalipto miel y propóleo, fórmula reforzada contra la tos	Antitusivo y expectorante con componentes naturales como Totumo, Sauco, Eucalipto con miel de abejas y propóleo, especiales para el alivio de la tos.	Natural Freshly	\$ 18.200
	Mieltertos	240 ml	Mieltertos jarabe+ totumo, sauco, eucalipto, miel propóleo x 240 ml	Extracto de pulpa fresca de Totumo en alcohol etílico al 36% 25 ml Extracto de flores frescas de Saúco en alcohol etílico al 36% 2,5 ml Aceite de Eucalipto 0,12 ml Excipientes c.s.	Natural Freshly	\$ 21.500
	Broncoforte		Este producto está compuesto a base de: Sabila, sauco, malta, eucalipto, jalea.	Asma, bronquitis crónica, expectorante, tosferina, broncodilatador, principios de tuberculosis, tos, cáncer pulmonar	Productos Naturales Hermanas Concepcionistas de pasto	\$ 17.000

Tabla 3. Productos sustitutos y competencia en el mercado. Fuente: Propia

4.1.7 Complementarios.

El consumo del producto no está condicionado a la disponibilidad de otros bienes, es totalmente independiente, pues los consumidores lo usan exclusivamente por sus propiedades expectorantes.

4.2 Demanda

4.2.1 Comportamiento histórico.

Los productos naturistas conocidos en el mercado como “Propóleo” con marcas, laboratorios y/o nombres diferentes, a los cuales se les atribuyen beneficios para quitar la tos y

molestias en la garganta, vienen comercializándose en el mercado desde hace ya varios años. Ante la abundancia de productos naturales sin registro Invima y adulterados indiscriminadamente y con el ánimo de preservar la salud pública, el gobierno nacional aumentó las exigencias para la elaboración y comercialización de estos productos, lo que redujo drásticamente la presencia a solo 8 o 10 productos o marcas en el mercado.

Las diferentes marcas presentan una serie de productos que satisfacen la misma necesidad variando en algunos de ellos la composición de sus principios activos.

Por ser elaborados con plantas medicinales con agentes activos reconocidos tradicionalmente por sus beneficios para la salud y en especial para atacar la tos, los malestares de la garganta y afecciones bronquiales y catarrales, han sido identificados por los consumidores como productos efectivos que disminuyen estos malestares; siendo estos síntomas las principales causas por los cuales son adquiridos esta clase de productos fitoterapéuticos.

El consumo de estos productos se presenta gracias a que son fáciles de adquirir en las tiendas naturistas y no requieren de fórmula médica para su expendio.

4.2.2 Situación actual: Distribución geográfica del mercado de consumo actual, Temporalidad (Estacionalidad), Políticas gubernamentales.

El Consumo de los productos fitoterapéuticos hoy en día están teniendo mucha aceptación por parte de la población, que busca en ellos paliativos para su salud.

Los consumidores que más consumen estos productos son de estratos 2, 3, y 4, que por su valor económico, su facilidad de acceso y su poder curativo son los que más consumen esta clase de productos naturales.

Las tiendas naturistas ofrecen cada vez más, mayor variedad de productos y con el respaldo acreditado de laboratorios responsables en la fabricación y comercialización de estos productos, máxime por las exigencias que cada vez son mayores implementadas por el gobierno nacional encargado de la vigilancia de la salud pública.

Estos productos naturales para la tos y afecciones de la garganta, tienen su mayor consumo en las épocas de invierno o lluvia, épocas en las cuales se incrementan las afecciones bronquiales, catarrales o pulmonares. Adicionalmente la población de las partes altas de la zona, son más susceptibles de padecer estos síntomas por la presencia de bajas temperaturas, propicias para el desarrollo de estos cuadros sintomáticos.

Temporalidad:

Los productos expectorantes son consumidos en todo tiempo del año, pero se incrementa el consumo en las épocas de invierno por el aumento de afecciones pulmonares y bronquiales.

Políticas gubernamentales:

En Colombia actualmente se encuentran en el mercado 196 plantas medicinales con propiedades terapéuticas reconocidas y de las cuales solo 159 de ellas podrían cumplir la condición de venta bajo fórmula médica por su composición.

En el año 2014, se emitió la Circular No. 600-4188-14 dirigida a industriales y comercializadores de la cadena de producción de productos fitoterapéuticos donde manifiesta la actualización de los usos terapéuticos, contraindicaciones y las advertencias de estos productos. Considera adicionalmente que no todos los productos por ser naturales son inocuos. (2014, 09 de Octubre). Radio Santafé: El gobierno nacional se encuentra actualmente adelantando gestiones para poner más control a la producción y comercialización de los productos fitoterapéuticos. Gobierno colombiano reafirma decisión de controlar venta de medicamentos naturistas. Recuperado de: <http://www.radiosantafe.com/2014/10/09/gobierno-colombiano-reafirma-necesidad-de-controlar-venta-de-medicamentos-naturistas/>

4.2.3 Situación futura: Características de los usuarios potenciales, Distribución geográfica del mercado de consumo potencial y objetivo, Proyección de la demanda, Tabulación de datos de fuentes primarias.

El consumidor de los productos naturales y fitoterapéuticos son personas con conocimiento de lo que desean y esperan de esta clase de productos, cada vez más, gracias a la tendencia del “consumo verde” es más notoria y sensible en el consumo de esta clase de productos.

El consumidor habitual es aquella persona que presenta síntomas bronquiales o molestias de la garganta, afecciones gripales, que busca mediante el consumo de productos naturales disminuir o curar la sintomatología de estos malestares. Son personas de hogares con ingresos superiores a \$400.000 y que están dispuestas a que por una inversión considerablemente asequible puedan curar estas dolencias. Son personas que tiene facilidad de acceso a los mercados donde se encuentran ubicadas las tiendas naturistas y que pueden por relativamente bajo costo adquirir productos naturales que satisfagan sus necesidades sin producir efectos secundarios.

La armonía con la naturaleza y el no causar efectos indeseables en su consumo, es entre otros beneficios los que hacen de estos productos llamativos para la población.

En Medellín la población del 2014 fue de 2.417.325 según la Encuesta Calidad de Vida, de la cual los estrados 2, 3 y 4 representan un 76,27% para un total de 1.843.807 habitantes.

De otro lado, el 71,62% de la población de la ciudad de Medellín se encuentra comprendida entre los rangos de los 14 a los 64 años de edad.

Estos grupos poblaciones están mayoritariamente concentrados en las comunas 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 13 y 16 de la ciudad de Medellín.

Proyección de la demanda:

Se determina la proyección de la demanda y se realizó la siguiente actividad

- Tipo de Investigación: Encuesta
- Mercado Potencial 1.400.000 personas
- Nivel de confianza: 90%
- Margen de error: 5%

- Fórmula para el cálculo de la proyección:

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

- Tamaño de la muestra: 271

ENCUESTA PARA INTRODUCCIÓN DE NUEVO PRODUCTO EN EL MERCADO			
Municipio de Medellín			
Encuestador: _____		Fecha: _____	
1. ¿Rango de Edad?			
<input type="checkbox"/> 15-19	<input type="checkbox"/> 30-34	<input type="checkbox"/> 45-49	<input type="checkbox"/> 60-64
<input type="checkbox"/> 20-24	<input type="checkbox"/> 35-39	<input type="checkbox"/> 50-54	<input type="checkbox"/> Más de 65
<input type="checkbox"/> 25-29	<input type="checkbox"/> 40-44	<input type="checkbox"/> 55-59	
2. ¿Conoce productos expectorantes para la tos elaborados con plantas medicinales?			
<input type="checkbox"/> Sí		<input type="checkbox"/> No	
3. ¿Los ha consumido?			
<input type="checkbox"/> Sí		<input type="checkbox"/> No	
4. ¿Para qué los usa?			
<input type="checkbox"/> a. Gripe	<input type="checkbox"/> c. Dolor en la garganta		
<input type="checkbox"/> b. Tos	<input type="checkbox"/> d. Otro. Cuál? _____		
5. ¿Con qué frecuencia presenta afecciones gripales?			
<input type="checkbox"/> a. Nunca	<input type="checkbox"/> c. Algunas veces	<input type="checkbox"/> e. Muy Frecuentemente	
<input type="checkbox"/> b. Casi nunca	<input type="checkbox"/> d. Frecuentemente		
6. ¿Cuál es el nombre del producto que ha consumido?			
<input type="checkbox"/> a. Bronquisan	<input type="checkbox"/> c. Bronquisol	<input type="checkbox"/> e. Otra. Cuál? _____	
<input type="checkbox"/> b. Mieltertós	<input type="checkbox"/> d. Bisolvon	_____	
7. ¿Por qué toma este producto?			
<input type="checkbox"/> a. Eficacia	<input type="checkbox"/> c. Seguro	<input type="checkbox"/> e. Recomendación	
<input type="checkbox"/> b. Natural	<input type="checkbox"/> d. Económico	<input type="checkbox"/> f. Otra. Cuál? _____	
8. ¿Cuánto dinero paga por la presentación del producto que consume?			
<input type="checkbox"/> a. Menos de \$5.000	<input type="checkbox"/> c. Entre \$10.000 y \$15.000		
<input type="checkbox"/> b. Entre \$5.000 y \$10.000	<input type="checkbox"/> d. Más de \$15.000		
9. Cuando compra el producto, ¿dónde lo compra?			
<input type="checkbox"/> a. Tienda Naturista	<input type="checkbox"/> c. Por Catálogo	<input type="checkbox"/> d. Otro. Cuál? _____	
<input type="checkbox"/> b. Farmacia/Droguería	<input type="checkbox"/> d. Por Internet	_____	
10. ¿Con qué frecuencia consume productos expectorantes para la tos?			
<input type="checkbox"/> a. Nunca	<input type="checkbox"/> c. Algunas veces	<input type="checkbox"/> e. Muy Frecuentemente	
<input type="checkbox"/> b. Casi nunca	<input type="checkbox"/> d. Frecuentemente		
11. ¿Estaría dispuesto(a) a consumir un nuevo producto natural para las afecciones respiratorias, bronquiales y/o pulmonares?			
<input type="checkbox"/> Sí		<input type="checkbox"/> No	
12. ¿Cuál considera que es la probabilidad siendo 10 la mayor y 1 la menor de que usted consuma un nuevo producto natural?			
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 10
<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8	
<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 9	
13. ¿Cuál considera que es la probabilidad siendo 10 la mayor y 1 la menor de que usted consuma un producto natural, por recomendación de su círculo de amigos(as)?			
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 10
<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8	
<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 9	

Figura 14. Modelo encuesta. Fuente: Propia

Resultados de la encuesta:

1. ¿Rango de Edad?

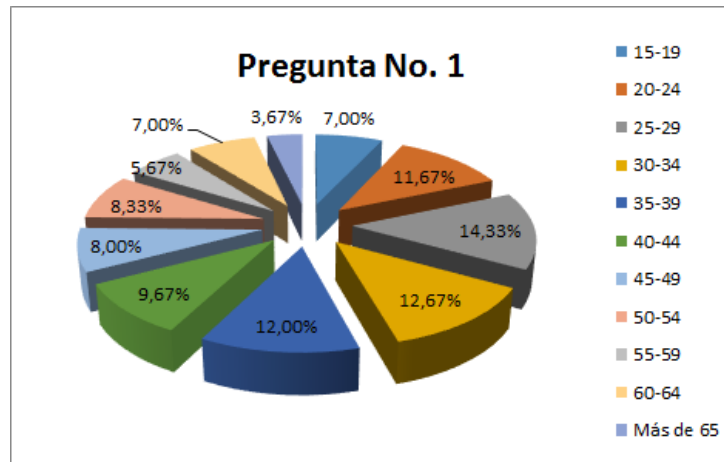


Figura 15. Pregunta 1. Fuente: Propia

Como puede observarse en la gráfica, el mayor rango de edad de las personas encuestadas está entre los 20 y 44 años, que representan un total de 60,34%, representando una gran parte del rango de edad de las personas que consumen productos naturistas, que es uno de los factores que se han tenido en cuenta para la viabilidad del proyecto.

2. ¿Conoce productos expectorantes para la tos elaborados con plantas medicinales?

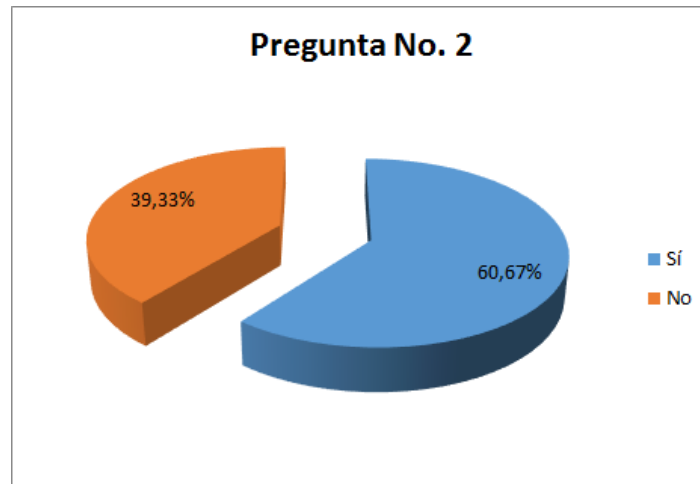


Figura 16. Pregunta 2. Fuente: Propia

Esta gráfica muestra que el 60,67% de los encuestados conocen productos expectorantes de origen natural, que es otro de los factores concluyentes de que un amplio porcentaje de la población conoce los productos expectorantes naturales.

3. ¿Los ha consumido?

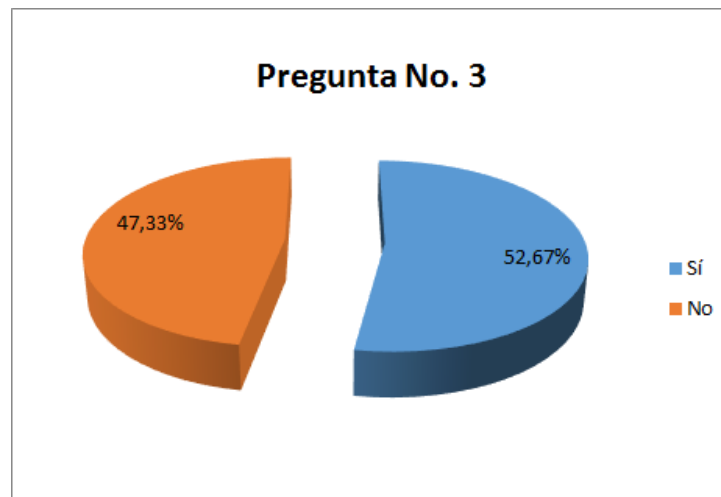


Figura 17. Pregunta 3. Fuente: Propia

En la pregunta No. 3 sobre si ha consumido productos de origen natural, el 52,67% de los encuestados respondieron que sí los ha consumido, mientras el 47,33% respondieron que

no, esta respuesta evidencia que el mayor porcentaje de los encuestados ha consumido los productos naturales.

4. ¿Para qué los usa?

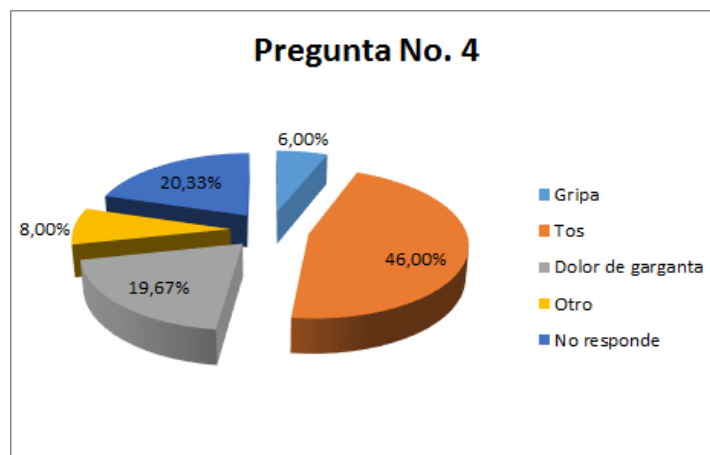


Figura 18. Pregunta 4. Fuente: Propia

Esta gráfica nos muestra que el 46% de los encuestados han usado productos fitoterapéuticos para la tos, seguido del 19,67% que ha consumido el producto para dolor de la garganta. Se sigue apreciando que el 65,67% dan uso al producto para afecciones de la garganta y malestar de la tos.

5. ¿Con qué frecuencia presenta afecciones gripales?

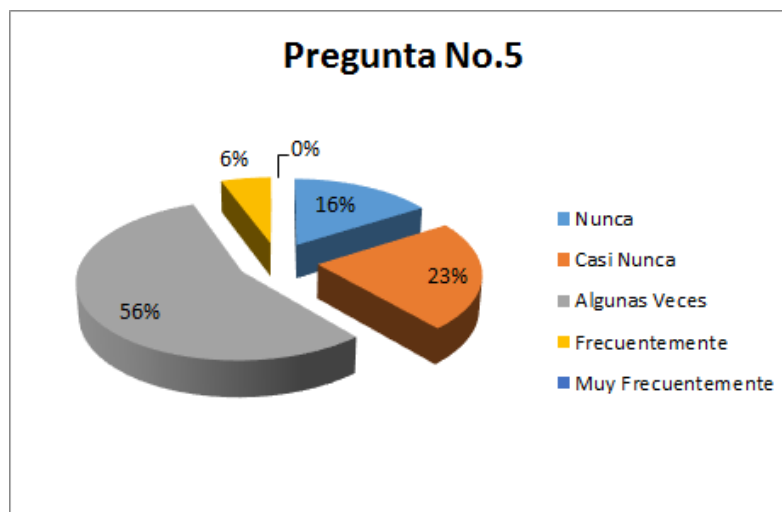


Figura 19. Pregunta 5. Fuente: Propia

El 56% de los encuestados opina que Algunas Veces presenta afecciones gripales. Se evidencia en esta respuesta que un alto porcentaje de la población encuestada presenta afecciones gripales, lo que hace aún más viable el proyecto evidenciándose aquí una oportunidad.

6. ¿Cuál es el nombre del producto que ha consumido?

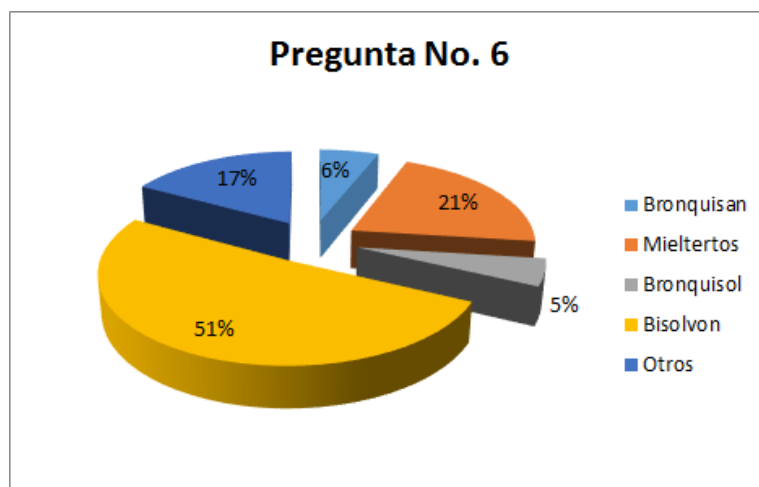


Figura 20. Pregunta 6. Fuente: Propia

El 51% de los encuestados opinaron que han consumido el Bisolvón como producto para las afecciones respiratorias. Se evidencia que productos de origen químico son aún muy consumidos por la población y que el 21% consume Mieltertós y el 17% consume otros productos. El consumo de Bisolvón puede ser alto debido a la imagen o recordación del consumidor. Este porcentaje debe analizarse con mayor detalle puesto que aquí se evidencia que se deben adelantar campañas agresivas de publicidad para posicionar mejor nuestro producto.

7. ¿Por qué toma este producto?

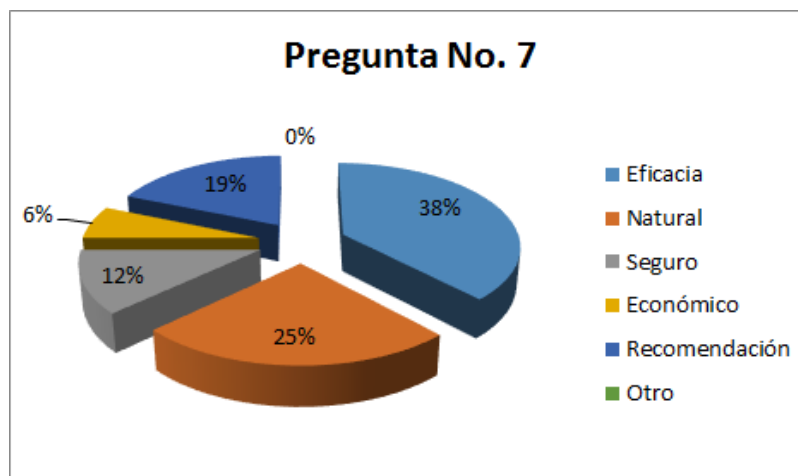


Figura 21. Pregunta 7. Fuente: Propia

El 38% de los encuestados opinan que el producto lo consumen por su eficacia, seguido del 25% como producto natural y el 19% porque se lo recomiendan. La eficacia es el factor mayor calificado por la población, se concluye que es lo que más busca el cliente a la hora de adquirir productos fitoterapéuticos que realmente satisfagan su necesidad de combatir las afecciones bronquiales y de la garganta.

8. ¿Cuánto dinero paga por la presentación del producto que consume?

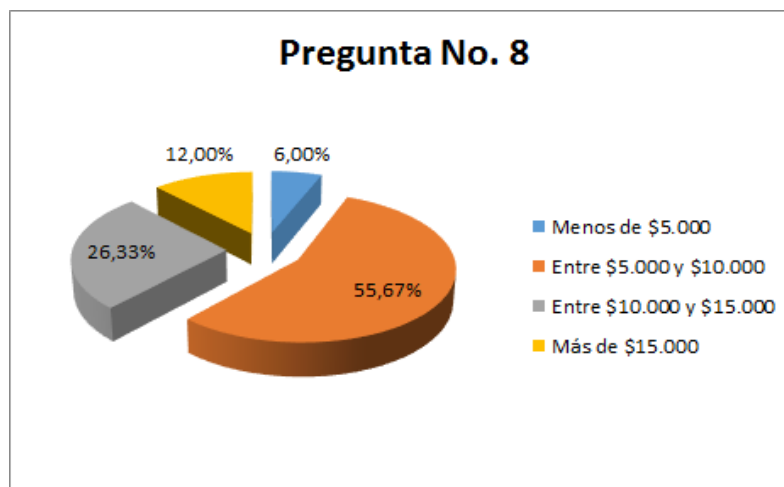


Figura 22. Pregunta 8. Fuente: Propia

El 55,67% indica que pagan por el producto que consumen entre \$5.000 y \$10.000, seguido del 26,33% que opinan que pagan entre \$10.000 y \$15.000 por los productos que

consume. Nuestro producto está ubicado entre el rango de \$5.000 y \$10.000, lo que hace susceptible que adquieran nuestro producto.

9. Cuando compra el producto, ¿dónde lo compra?

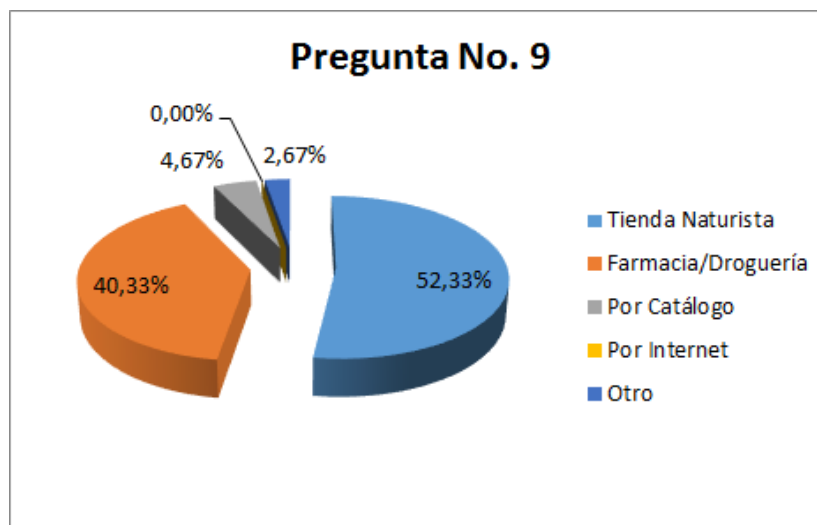


Figura 23. Pregunta 9. Fuente Propia

Las Tiendas Naturistas representan el 52,33% donde compran el producto y el 40,33% lo adquiere en una Farmacia o Droguería. El objetivo de nuestro proyecto es la venta del producto en tiendas naturistas y vemos que un amplio porcentaje adquieren el producto en ellas.

10. ¿Con qué frecuencia consume productos expectorantes para la tos?

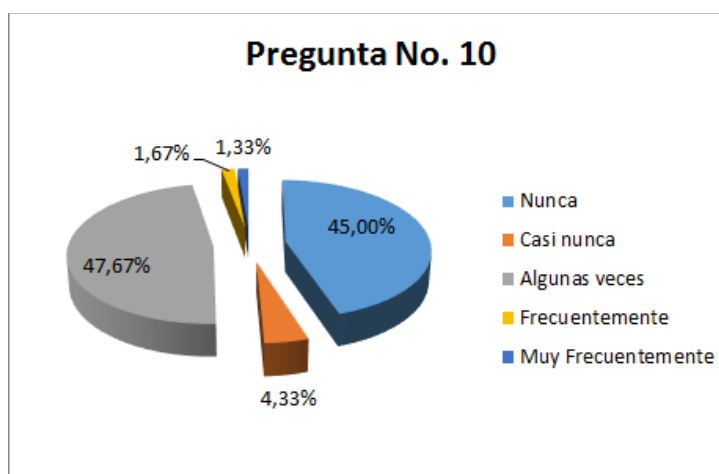


Figura 24. Pregunta 10. Fuente: Propia

El 46,67% indica que Algunas Veces consume productos expectorantes para la tos y que el 45% Nunca ha consumido estos productos. Aunque el 46,67% indica que algunas veces consume productos expectorantes, es necesario realizar campañas publicitarias para aumentar este porcentaje.

11. ¿Estaría dispuesto(a) a consumir un nuevo producto natural para las afecciones respiratorias, bronquiales y/o pulmonares?

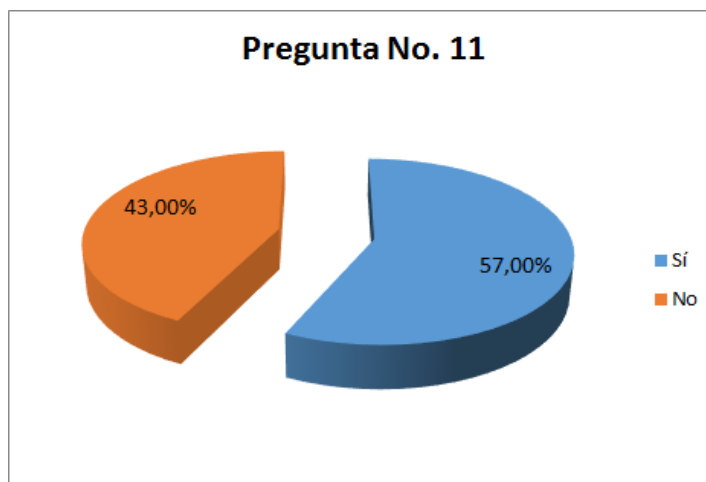


Figura 25. Pregunta 11. Fuente: Propia

El 57% de los encuestados opinan que estarían dispuestos a consumir un producto natural para las afecciones respiratorias, bronquiales y/o pulmonares. Es un porcentaje amplio que muestra la aceptación que tienen los productos naturales en la población encuestada.

12. ¿Cuál considera que es la probabilidad siendo 10 la mayor y 1 la menor de que usted consuma un nuevo producto natural?

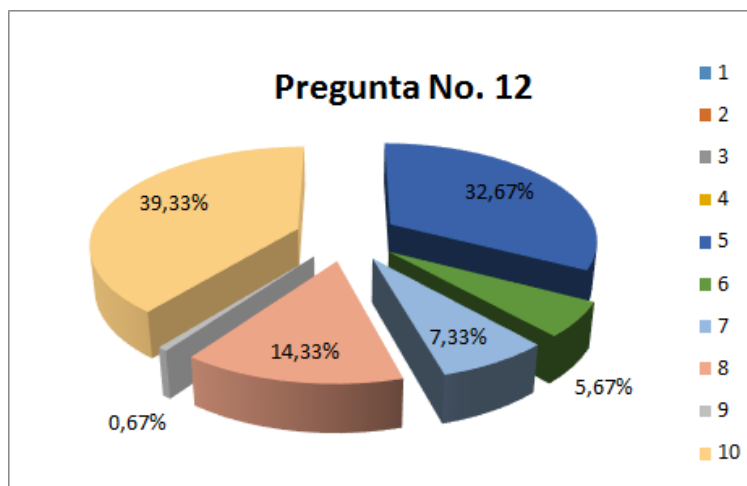


Figura 26. Pregunta 12. Fuente: Propia

El 39,33% opina que es muy probable que consuma un producto natural para las afecciones respiratorias, el 14,33% que puede ser probable, pero el 32,67% está en el término medio. Este 39,33% significa que aunque es probable que consuma productos naturales, se debe posicionar el producto con campañas publicitarias bien diseñadas para aumentar este porcentaje.

13. ¿Cuál considera que es la probabilidad siendo 10 la mayor y 1 la menor de que usted consuma un producto natural, por recomendación de su círculo de amigos(as)?

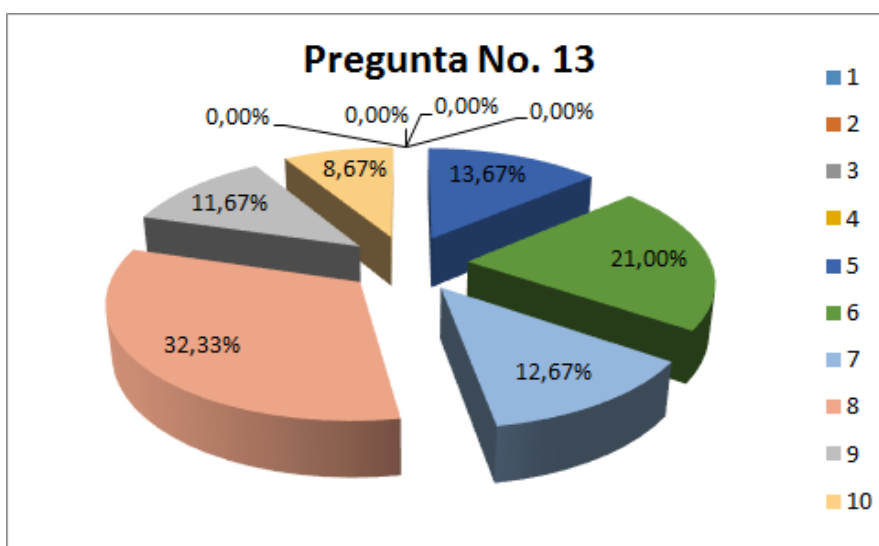


Figura 27. Pregunta 13. Fuente: Propia

El 32,33% indica que puede ser probable que consuman el producto por recomendación de alguien cercano a su círculo de amigos. Una de las mayores influencias encontradas en el análisis de mercado es la de la influencia notoria que ejercen los vendedores de las tiendas naturistas en recomendar los productos, lo cual hace que se convierta en un voz a voz efectivo.

Calculo de la demanda: Método de Proyección de la Demanda utilizando el Modelo de Difusión Bass.

El Modelo de Difusión Bass se debe a Frank M. Bass, es una herramienta que describe y algunas veces predice la cantidad de compras de nuevos productos por parte de consumidores o de productos no predecibles. Considera la influencia simultánea de 2 factores en el proceso de compra de un consumidor: Un factor de influencia externa o innovación impulsado por los medios de comunicación de masas; y un factor de influencias interna o imitación, derivado de la comunicación personal con adoptadores previos.

De acuerdo a este modelo, la difusión de un nuevo producto en un mercado específico, puede ser caracterizada a través de las siguientes expresiones:

$$n(t) = \frac{dN(t)}{dt} = \left(p + \frac{q}{m} N(t) \right) (m - N(t))$$

$$n(t) = \frac{dN(t)}{dt} = p(m - N(t)) + \frac{q}{m} N(t)(m - N(t))$$

Donde,

$n(t)$ es el número de adoptadores en el instante t . El modelo original no considera las ventas repetitivas, por lo que el número de ventas durante un período es igual al número de adoptadores.

$N(t)$ representa el número de adopciones acumuladas al instante t , (sin incluir el instante t).

m es el mercado potencial, el número de potencialidades usuarios del producto.

p es el coeficiente de innovación (la influencia externa). Corresponde a la probabilidad de que alguien, que aún no utiliza el producto, comience a utilizarlo en respuesta a la influencia de los medios de comunicación o de otros factores externos.

q es el coeficiente de imitación (la influencia interna) corresponde a la probabilidad de que alguien que aún no utiliza el producto, comience a utilizarlo debido a la influencia del boca en boca o de otros que ya utilizan el producto.

Los coeficientes de innovación y de imitación, p y q , son constantes a lo largo del tiempo.

Año	Demanda
Año 1	56.160,37
Año 2	150.288,07
Año 3	295.541,05
Año 4	493.392,78
Año 5	721.581,22

Tabla 4. Demanda del Producto por Años. Fuente: Propia

Una vez aplicada la fórmula, el resultado de la proyección de la demanda para el primer año es de 56.160 unidades.

4.3 Oferta

4.3.1 Comportamiento histórico.

Desde hace miles de años, el hombre ha utilizado los productos que la naturaleza le provee en su estado original para satisfacer sus necesidades y calmar sus dolencias, producto de la observación y del método empírico de investigación prueba error. Algunas de las plantas que le sirvieron para sus diferentes propósitos fueron incorporadas a su estilo de vida y de su legado tradicional para su descendencia. Algunas comunidades se especializaron en cultivar estas prácticas y adquirieron notables descubrimientos que trascendieron y adoptaron a lo largo de los siglos.

Hasta nuestros días, perduran hoy estos legados y hoy en día con los adelantos de la ciencia se ha podido evidenciar las virtudes curativas que tienen algunas plantas para el beneficio de la salud de los humanos.

No obstante, el hombre en su condición natural de perpetuarse, ha buscado en su entorno cercano la cura a sus dolencias y ha adquirido la destreza de combinar algunos elementos naturales para potenciar los beneficios otorgados por los elementos naturales para su bienestar.

4.3.2 Situación actual: Mercado del competidor, Plantas nacionales, existentes, Análisis de capacidad ociosa, Calidades, Producción interna, Tasas de crecimiento.

El esfuerzo constante por parte de los laboratorios para tener estándares de calidad ha contribuido a que estos comiencen procesos de certificación inclusive a niveles internacionales para aumentar su competitividad e incrementar el reconocimiento y su confiabilidad entre los clientes.

La falta de conocimiento por parte del consumidor es un factor que debe trabajarse para dar a conocer las propiedades y características de los productos fitoterapéuticos, pues hoy en día son relativamente poco conocidas por parte de la población.

El rompimiento de los esquemas mentales para romper paradigmas en los que se promuevan los medicamentos naturales, que son más económicos y que no poseen efectos secundarios.

En cuanto a las restricciones gubernamentales en Colombia se encuentra el Invima como entre regulador, lo cual es una barrera debido a las restricciones para el trámite de los registros que son necesarios para la fabricación y comercialización de los productos.

El retorno a la naturaleza es una opción para los consumidores del mundo, en épocas de productos transgénicos, afectación a la capa de ozono, altas tasas de deforestación, seguridad alimentaria, entre otros, ha inducido a la población a lo que se denomina “consumo verde”

seguido por las prácticas de consumo y hábitos saludables y Colombia no es una excepción; esto se ha convertido en elemento básico para tener una buena salud. (Revista ARTEMISA No. 8, 2012).

En Colombia, la venta de productos naturistas anuales asciende a 23 millones de dólares y se está realizando de manera y por venta directa en las grandes superficies y en el mundo supera los 10.000 millones de dólares y se estima que crece a un ritmo que oscila entre el 10% y el 12%. En Colombia hay por lo menos 100 laboratorios naturistas de los cuales el 52% están registrados en el Invima. Existen en Colombia cerca de 160 plantas medicinales que se utilizan para la obtención de medicamentos, pero sólo el 46% de estas plantas están autorizadas por el Invima, esto refleja la informalidad del sector industrial. Las tiendas naturistas superan las 5.000 en todo el país y con la y ahora con la entrada de los grandes laboratorios al negocio, se está masificando para que se puedan adquirir estos productos donde se hace el mercado. (Revista Dinero, 2010).

A continuación se relacionan algunas de las tiendas naturistas más importantes de la ciudad de Medellín que distribuyen productos naturales para combatir las mismas afecciones que ataca “Propoleos”, muchas de ellas se encuentran situadas en la zona céntrica de la ciudad:

ALASKA

Cr 51 44-72

Tel: (57) (4) 5124472

ALCACHOFA TIENDAS NATURISTAS

Cr 77 28-46

Tel: (57) (4) 2382546

AROMAS DEL CAMPO

Cr 53 53-10

Tel: (57) (4) 5141110

AROMAS DE ORIENTE

Cl 52 49-113

Tel: (57) (4) 2318634

BOROJÓ TIENDA NATURISTA

Cr 76 28-47

Tel: (57) (4) 3412279

CALÉNDULA NATURAL SHOP

Cl 18 35-69 L-221

Tel: (57) (4) 2666774

CASA NATURISTA ITAGÜÍ

Cr 51 53-27 Itagüí

Tel: (57) (4) 3740694

CASA NATURISTA TIERRA VERDE

Cr 48 10-45 L- 101

Tel: (57) (4) 3124392

CASA VEGETARIANA LA PLAYA

Cl 52 45-26

Tel: (57) (4) 2317173

CENTRO ESOTÉRICO JOSÉ NOÉ

Cl 50 49-58 Apto 201 Itagüí

Tel: (57) (4) 3728527

CENTRO NATURISTA BIOCENT

Cr80 45 GG-114

Tel: (57) (4) 4110072

CENTRO NATURISTA GIRASOL

Cr 45 49-39

Tel: (57) (4) 2519624

CÍRCULO ESOTÉRICO TIENDA NATURISTA

Cl 52 51-40 Itagüí

Tel: (57) (4) 3773666

COMERCIALIZADORA MUNDONAT

Cl 53 # 40-03

Tel: (57) (4) 2165227

DISTRIBUIDOR INDEPENDIENTE HERBALIFE ESTEFANÍA ANGEL

Cr 46 41-16 B-10 Ap 640

Tel: (57) (4) 2620245

DISTRIBUIDOR NATURAL

Cl 53 49-45 Of 111

Tel: (57) (4) 2933760

EL GALENO

Cl 49 51-12

Tel: (57) (4) 5143110

ENERGÍA VITAL

Cr 21 19-05 El Retiro

Tel: (57) (4) 5413199

HAREN

Cl 33 65B-75 Apto 200

Tel: (57) (4) 2351192

HERBALIFE DISTRIBUIDOR INDEPENDIENTE ISABEL HENAO

Cr80 44-61

Tel: (57) (4) 4136841

LA ASUNCIÓN TIENDA NATURISTA

Cr 49 49-20 Copacabana

Tel: (57) (4) 4532290

LABORATORIO LAPRONAT

Cl 60 51-33

Tel: (57) (4) 5124730,(57) (4) 5124722

MOLI PRODUCTOS NATURALES

Cl 54 47-105 L-132

Tel: (57) (4) 2315675

NATURAL ESTETIC

Cl 52 47-28 Of 531

Tel: (57) (4) 2517627

NATURAMERICA

Cr32 1-24 L-115

Tel: (57) (4) 2683446

NATURE'S SUNSHINE PRODUCTS DE COLOMBIA S.A.

Centro Comercial Monterrey L-87

Tel: (57) (4) 3110778

NATURISTA BAENA

Cl 52 50A-29 Bello

Tel: (57) (4) 4566647

PLANTAS MEDICINALES Y ESOTÉRICOS EL PALO

Cr45 49-55

Tel: (57) (4) 2519602

RITUALES TIENDA ESOTÉRICA

Cl 50 45-45 Apto 136

Tel: (57) (4) 2317859

SALUD NATURAL Y BIENESTAR AYURVIDA

Cr 52 46-36 Int 99

Tel: (57) (4) 5128406

SIDDHARTA TERAPIAS NATURALES

Cr80 35 A-22

Tel: (57) (4) 4163464

SOL Y VIDA

Cl 48 76-44

Tel: (57) (4) 2340453

TIENDA ESOTÉRICA Y PRODUCTOS NATURALES JUNÍN

Cr 49 53-51

Tel : (57) (4) 2312940

TIENDA NATURISTA LA 10

Cl 10 42-67

Tel : (57) (4) 2680948

TIENDA NATURISTA LA 45

Cr 45 76-10

Tel : (57) (4) 2120939

TIENDA NATURISTA ABEDULES

Cl 35 80A-26

Tel : (57) (4) 4163312

TIENDA NATURISTA AMISÍ

Cl 50 45-45 L- 155

Tel : (57) (4) 2513050

TIENDA NATURISTA BALSAN

Cl 50 53-10

Tel : (57) (4) 5123819

TIENDA NATURISTA BELÉN ROSALES

Cr 70 30A-50

Tel : (57) (4) 2355512

TIENDA NATURISTA BELLO HORIZONTE

Cr 57 55A-73 Sector 1 L-503

Tel: (57) (4) 2510924

4.4 Precio

4.4.1 Análisis histórico y actual de precios

Los productos fitoterapéuticos para las afecciones como la tos, malestar de la garganta y síntomas de la gripa, en la actualidad oscilan entre \$6.000 y \$8.000; estos productos por ser de comercio popular han presentado tradicionalmente bajos costos partiendo también de sus costos de producción y un margen de utilidad entre el 20% y 25%.

4.4.2 Elasticidad- precio demanda y elasticidad-precio oferta.

La demanda de productos para la paliación sintomática de la tos puede caracterizarse por ser un mercado donde existen muchos competidores en cuanto a los medicamentos alopáticos, sin embargo es menos competido en cuanto a los medicamentos naturales donde no existe una gran variedad de productores, entonces la competencia se ve determinada por la preferencia de los consumidores entre los productos naturales y los sustitutos químicos.

La elasticidad de este producto puede por lo tanto definirse como una elasticidad de bienes normales, es decir los consumidores no son muy sensibles a las variaciones del precio, como se trata de un bien de consumo masivo y necesario para disminuir las molestias de salud generadas por episodios de tos, las personas siguen consumiendo los propóleos aunque se presenten variaciones pequeñas en el precio.

4.4.3 Determinación de las principales variables para la definición del precio.

Para la fijación del precio, se han fijado los siguientes criterios

- Costos Fijos y Costos Variables
- Precio de la competencia
- Valor percibido por el cliente.
- Nicho o mercado a satisfacer

A continuación detallo los Costos Fijos y Variables para la producción de 1000 unidades del producto para una presentación de 240 ml:

Costos Fijos				
Nómina				
Insumo	Cantidad	Unidad de Medida	Valor Unitario	Costo Total
Gerente	1	Honorarios	\$1.789.640	\$1.789.640
Promotor de Ventas	1	Salario	\$1.146.275	\$1.146.275
Contador	1	Honorarios	\$200.000	\$200.000
Subtotal				\$2.935.915
Servicios				
Combustible (Gas)	5	Metro cúbico	\$7.000	\$35.000
Agua	20	Metro cúbico	\$1.193	\$23.860
Energía	200	Kwh	\$211	\$42.200
Teléfono Fijo	1	Consumo ilimitado	\$98.940	\$98.940
Subtotal				\$200.000
Arrendamientos				
Local Oficina	1	Mensualidad	\$600.000	\$600.000
Subtotal				\$600.000
Transporte				
Transporte pedidos	8	Entrega	\$30.000	\$240.000
Subtotal				\$240.000
Total				\$6.358.000

Tabla 5. Costos Fijos. Fuente: Propia

Costos Variables				
Materia Prima				
Insumo	Cantidad	Unidad de Medida	Valor Unitario	Costo Total
Sauco (Sambucus Nigra)	100	Libra	\$3.200	\$320.000
Eucalipto (Eucalyptus globulus)	100	Libra	\$3.200	\$320.000
Marañon (Anacardium occidentale)	100	Libra	\$3.100	\$310.000
Totumo (Crescentia Cujete)	100	Libra	\$3.000	\$300.000
Azucar morena	500	Libras	\$1.500	\$750.000
			Subtotal	\$2.000.000
Otros Costos Variables				
Envase	1000	Frasco	\$500	\$500.000
Adhesivo información del producto	1000	Etiqueta	\$75	\$75.000
Empaque	150	Metro	\$500	\$75.000
Mano de obra fabricación producto	1000	Maquilado	\$2.668	\$2.668.000
			Subtotal	\$3.318.000
			Total	\$5.318.000

Tabla 6. Costos Variables. Fuente: Propia

La utilidad esperada en el proyecto es del 25%

4.4.4 Proyección de precios.

El precio del producto según los estudios con las cifras analizadas se inicia en el año 1 y se proyecta hasta el año 5

Proyección Precio del Producto					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio Producto	\$6.500	\$6.723	\$6.967	\$7.209	\$7.450

Tabla 7. Proyección de Precio. Fuente: Propia

4.5 Estrategia Comercial

Entre otros aspectos importantes a analizar están: Precio, Producto, Plaza y Promoción, los cuales son decisivos en el estudio del proyecto:

- **Precio:** El precio entre los productos fitoterapéuticos mantiene rangos variables, dependiendo del laboratorio que los produce. La diversidad de presentaciones que poseen los diferentes productos de los diversos laboratorios contribuye a la gran variedad de precios que se encuentran presentes en el mercado.
- **Producto:** Los consumidores dedican gran atención a las propiedades que ofrecen los productos fitoterapéuticos, los componentes activos del producto son el factor principal de reconocimiento, por su efectividad en la prevención o curación de las afecciones es donde radica la credibilidad de los consumidores. El aspecto más importante que tienen en cuenta los consumidores es el de no poseer efectos secundarios o contraindicaciones.
- **Plaza:** Se puede identificar gran variedad de espacios donde se comercializan los estos productos como: tiendas naturistas, tiendas de cadena, internet, lo que más contribuye a su adquisición es la visibilidad y la facilidad de acceso.
- **Promoción:** La publicidad es importante en el mercado, pero en este caso particular no resulta de gran trascendencia, pues los productores se enfocan más en mejorar la calidad de sus productos y no en la promoción o estrategias de mercadeo intensivas.

4.5.1 Canales de comercialización y distribución del producto.

El canal de distribución que se implementará en este proyecto es la distribución directa sin intermediarios. El producto se fabricará mediante la modalidad de maquila y una vez

entregado por el laboratorio se hará entrega al cliente o se almacenará hasta cuando sea necesario entregar el pedido solicitado.

4.5.2 Descripción de los canales de distribución.

El canal de distribución será directo:

- Laboratorio que elabora el producto
- Empresa “Productos Gilcas S.A.S. que lo comercia.
- Consumidor “Tienda Naturista” que lo expende para el cliente final.

4.5.3 Ventajas y desventajas de los canales empleados.

Ventajas:

Menor intermediación.

Optimización de costos.

Rapidez en la entrega del producto.

Desventajas:

Acceso a sitios muy alejados de las zonas donde se concentra el mercado.

Presencia del producto en zonas apartadas.

4.5.4 Almacenamiento.

Para el almacenaje del producto se dispone de una oficina con una bodega de 4 Mts. X 2 Mts., para un total de 8 Mts., espacio suficiente para el almacenamiento de productos que estén pendientes de entrega y mercadeo. Por ser un producto de consumo humano, requiere unas

condiciones de almacenamiento óptimas, donde se preserve de humedad y temperaturas extremas que pueden alterar la composición del producto, la temperatura ambiente (30 ± 5 °C).

4.5.5 Transporte: Descripción operativa de la trayectoria de comercialización propia y de la competencia.

El transporte de la materia prima, el producto terminado desde el laboratorio hasta las tiendas naturistas o el sitio de almacenaje será contratado inicialmente con vehículos que sean aptos para el transporte de alimentos y productos de consumo humano, que estén acondicionados con espacio dedicado exclusivamente para la mercancía a transportar, cerrado para protección de la intemperie y los efectos directos del sol y otras partículas o elementos que puedan atentar o alterar la composición del producto.

4.5.6 Publicidad y Promoción.

Por tratarse de un producto nuevo que entrará al mercado a competir con otros que ya están posicionados, se debe adelantar una campaña publicitaria agresiva con descuentos de introducción de un 5% de descuento y concediendo plazos de pago hasta por 30 días.

Las campañas publicitarias se centrarán en sitios aledaños a las Tiendas Naturistas mediante volanteos periódicos mensuales, patrocinios a eventos deportivos dos veces en el año (febrero y julio) u obsequios de implementos deportivos en eventos o torneos y vinculación permanente a boletines o periódicos parroquiales y ayudas a festividades patronales y/o parroquiales, dos en el año. Todas estas actividades se realizarán en el área de influencia del proyecto, es decir en el sector donde se encuentra ubicada la oficina o entre el mismo gremio de los vendedores de las tiendas naturistas.

Es de anotar que en el comercio de estos productos tiene gran influencia el agente vendedor de las tiendas naturistas a quienes se les puede ofrecer una comisión por la

recomendación y venta del producto del 4% durante los primeros 6 meses y luego del 1,5% durante los restantes 6 meses, mientras se posiciona el producto en el mercado.

4.5.7 Conclusión General del análisis de mercados.

El mercado no se encuentra saturado con esta variedad de producto, es factible entrar a competir, pues no hay elementos verdaderamente diferenciadores entre los productos existentes. El producto “Propoleotos” será diferenciado por ser un producto que verdaderamente alivie las molestias de la tos y afecciones de la garganta, por ser un producto netamente natural, libre de compuestos químicos y comparativamente al mismo precio de los competidores.

4.6 Plan de Mercadeo

El Plan de Mercadeo se centrará en posicionar el producto con el eslogan “De la naturaleza para tu salud”

Se hará hincapié en los beneficios que conceden los productos de la naturaleza en especial las plantas medicinales.

Se elaborarán volantes que se distribuirán en zonas claves de flujo de personas que transitan cerca a Tiendas Naturistas.

Se creará una página web de la empresa donde se destaquen los productos elaborados, así como sus beneficios y donde se darán tips saludables y consejos para una vida sana.

Se contará con un perfil en Facebook para crear una comunidad con afinidad al producto.

Se tendrá un correo electrónico donde las personas puedan solicitar información tanto del producto como sus precios y se pueda tener un contacto con el cliente que genere cercanía con los consumidores.

Es importante para esta serie de actividades dedicar un presupuesto apreciable, pues dado que el producto está en período de introducción, deben realizarse campañas y expectativas comunicacionales bien enfocadas al cliente objetivo.

5. Análisis de la Producción (Aspectos Técnicos)

5.1 Producción

La producción se realizará mediante maquilado por carecer en el momento de las condiciones técnicas necesarias para elaborar el producto y dado que en el mercado se cuenta con industrias de reconocida trayectoria en el mercado de maquilado de productos fitoterapéuticos se recurre a ellas por ser más rentable en el momento inicial del desarrollo del proyecto.

5.1.1 Descripción técnica del producto o servicio.

La ficha técnica del producto, detalla las características más importantes.


Ficha Técnica del Producto	
Nombre del Producto	Propoleos
Descripción del Producto	Producto fitoterapéutico expectorante elaborado a base de plantas medicinales y con estrictos estándares de calidad.
Lugar de Elaboración	Calle 77BB No. 85B 37 Barrio Robledo, Medellín, Antioquia, Colombia.
Composición	Miel, Eucalipto, Sauco, Totumo y Marañón.
Características Organolépticas	La melaza o miel de caña se obtiene mediante la extracción del jugo de caña, el cual se somete a un proceso de cocción hasta que se evapora el agua y se concentra el azúcar natural del vegetal. la cual se usa como vehículo para combinarla con extractos de Eucalipto, Sauco, Marañón, Totumo y Borraja.
Presentación y Empaque	Frasco de vidrio con un contenido de 240 ml, cierre hermético sellado al vacío al ser empacado, con sello de plástico para mayor seguridad para los consumidores, con contenido de jalea expectorante de color ámbar, de consistencia espesa por su concentración de los componentes de miel y plantas naturales, agradable sabor al paladar.
	
Tipo de Conservación	Temperatura Medio Ambiente
Consideraciones para el almacenamiento	Conservar a temperatura medio ambiente que no exceda de los 30 grados centígrados y libre de humedad.
Vida Útil estimada	(1) un año a partir de la fecha de su elaboración bajo buenas condiciones de almacenamiento.
Instrucciones para su consumo	Una vez abierto el frasco consumir lo antes posible, dejando en condiciones de refrigeración debidamente tapado.

Tabla 8. Características del Producto. Fuente: Propia

5.1.2 Identificación y selección del proceso de producción.

El proceso inicia con la adquisición de la materia prima necesaria para la producción, plantas (sauco, eucalipto, borraja, marañón, totumo y panela pulverizada), se pone a hervir con agua las plantas una vez lavadas y desinfectadas hasta obtener una concentración de las mismas,

mientras tanto se coloca a hervir en otro fondo el agua con la panela pulverizada hasta obtener una jalea, a la cual se le deposita el concentrado de las plantas una vez tamizado y se revuelve hasta formar una mezcla homogénea. Posteriormente se procede a empaçar el producto con el cucharón dosificador en frascos previamente esterilizados y luego se realiza el empaçado, tapado, sellado, etiquetado y rotulado del producto para su distribución y entrega.

5.1.3 Inversiones en maquinaria y equipo.

A continuación se detallan cada uno de los costos en que incurre la empresa para su normal operación:

Maquinaria y Equipo	
Descripción	Costo
Muebles y Enseres	
Escritorio y silla ejecutiva	\$ 350.000
Sillas auxiliares (3)	\$ 240.000
Subtotal	\$ 590.000
Equipo de Oficina	
Computador de escritorio	\$ 1.100.000
Papelería	\$ 100.000
Programa Contable (Siigo Pyme)	\$ 2.990.000
Subtotal	\$ 4.190.000
Total...	\$ 4.780.000

Tabla 9. Maquinaria y Equipo. Fuente: Propia

5.1.4 Descripción de materia prima, insumos y materiales.

Para la fabricación del producto, se requiere de las siguientes materias primas:

Producción 1000 Frascos de 240 Mlts.		
Insumo	Cantidad	Unidad de Medida
Materia Prima		
Sauco (Sambucus Nigra)	10	Libra
Eucalipto (Eucalyptus globulus)	10	Libra
Marañón (Anacardium occidentale)	10	Libra
Totumo (Crescentia Cujete)	10	Libra
Azucar morena	50	Libras
Envase, etiqueta y empaque		
Envase	100	Frasco
Etiqueta	100	Etiqueta
Empaque	15	Metro
Servicios		
Combustible (Gas)	5	Metro cúbico
Agua	20	Metro cúbico
Energía	200	Kwh
Teléfono Fijo	1	Consumo ilimitado
Arrendamientos		
Local	1	Cánon
Transporte		
Transporte	8	Entrega

Tabla 10. Materias Primas. Fuente: Propia

5.1.5 Requerimientos de Mano de Obra (Perfiles y Funciones).

Para el desarrollo de la actividad comercial se requiere de la siguiente mano de obra:

Cargo:	Gerente
Objetivo General:	Coordinar, implementar y desarrollar políticas y estrategias encaminadas al crecimiento y sostenibilidad de la empresa.
Superior inmediato:	Accionistas
Tipo de vinculación:	Contrato a término indefinido
Formación Profesional:	Profesional en Administración de Empresas o Administrador Comercial y Mercadeo.
Experiencia:	Un año de experiencia en cargos similares.
Conocimientos específicos:	Conocimientos en Planeación, mercadeo, comercialización, atención al cliente y en general funciones relacionadas con la gerencia de empresas PYME
Competencias:	Dirección de Personal Liderazgo Trabajo en Equipo Pensamiento analítico y crítico Compromiso con la Empresa Iniciativa Orientación a Resultados
Habilidades:	Dirección de Personal Estrategia de negocios Capacidad y poder de negociación Promover y gerenciar proyectos orientados al logro de los objetivos de la empresa
Destrezas:	Manejo de herramientas Office
Funciones, actividades y/o tareas:	Planear, organizar, dirigir y diseñar políticas empresariales para cumplir los objetivos propuestos. Organización en el manejo de los recursos. Representar a la empresa frente a los clientes, proveedores, entidades estatales y al personal de la empresa. Implementar, ejecutar y controlar los planes de la empresa para su respectivo seguimiento y cumplimiento. Diseñar políticas que permitan el crecimiento y sostenibilidad de la empresa. Coordinar la selección de personal. Las demás que le asignen los accionistas.
Salario con prestaciones sociales:	\$1.789.640

Cargo:	Promotor de Ventas
Objetivo General:	Ofrecer y promocionar los productos que produce la empresa, brindando atención oportuna y cálida a los clientes.
Superior inmediato:	Gerente
Tipo de vinculación:	Contrato a término indefinido
Formación Profesional:	Técnico en ventas, mercadeo, comercio u otras técnicas afines.
Experiencia:	Un año en cargos similares
Conocimientos específicos:	Conocimiento del mercado, conocimiento del producto, conocimiento de la empresa.
Competencias:	Confianza en sí mismo. Trabajo en equipo. Liderazgo. Tolerancia al fracaso. Orientación al logro de resultados. Iniciativa. Atención y servicio al cliente.
Habilidades:	Conseguir y cultivar clientes determinando las necesidades. Realizar presentaciones eficaces para cerrar ventas. Realizar seguimiento a las ventas para retroalimentar el comportamiento del mercado y el suministro de los productos. Poseer facilidad en la comunicación. Comunicación asertiva. Empatía.
Destrezas:	Manejo de herramientas office
Funciones, actividades y/o tareas:	Cultivar las buenas relaciones con los clientes. Cumplir con los presupuestos de ventas fijados. Presentar informes periódicos de las ventas sobre los presupuestos asignados. Mantener un control detallado de las operaciones con cada cliente de la empresa. Elaborar y ejecutar semanalmente la programación de visitas y cobros a los clientes. Informar diariamente al Gerente sobre el desarrollo de sus visitas. Elaborar informes periódicos para la gerencia sobre el comportamiento de la competencia en el mercado.
Salario con prestaciones sociales:	\$1.146.275

Tabla 11. Personal. Fuente: Propia

Costos Operativos	
Descripción	Costo
Costos Operativos	
Arrendamiento	\$ 600.000
Servicios Públicos	\$ 200.000
Publicidad (volanteos)	\$ 50.000
Subtotal	\$ 850.000
Servicios Personales (mes con prestaciones)	
Gerente	\$ 1.789.640
Promotor de Ventas	\$ 1.146.275
Manipulador de Alimentos	\$ 1.146.275
Contador (Asesoría)	\$ 200.000
Entregas de pedidos y transporte materia prima (por contrato)	\$ 240.000
Subtotal	\$ 4.522.190
Total...	\$ 5.372.190

Tabla 12. Costos Operativos. Fuente: Propia

5.1.6 Distribución espacial y requerimientos de Áreas de Trabajo.

La distribución espacial está concebida en dos espacios.

1. *Oficina Administrativa:* Es el área donde se realizan las actividades administrativas y se ejerce la actividad comercial y el domicilio de la empresa.

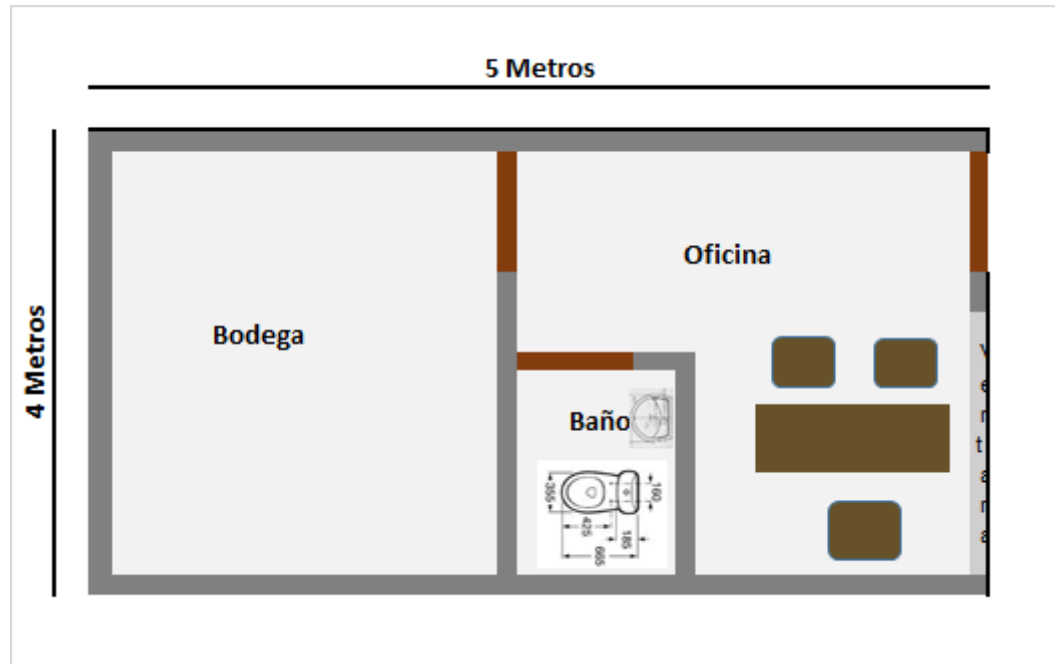


Figura 28. Plano de la Oficina. Fuente: Propia

2. *Área de Almacenamiento del Producto:* Es el área donde se acopia el producto elaborado para su posterior entrega y distribución.



Figura 29. Local. Fuente: Propia

5.2 Localización

5.2.1 Factores de Localización.

La localización ha sido un factor determinante y estratégico para el funcionamiento de la empresa, dado que el sitio que se ha escogido para su funcionamiento es cercano a los centros de abastecimiento de la materia prima, así como las tiendas naturistas a las cuales pretendemos llevar el producto para su distribución y comercialización.

El Barrio Robledo Bello Horizonte es cercano a la Plaza Minorista de donde se abastece de la materia prima para su fabricación, así mismo este mismo barrio se encuentra ubicado cerca de la zona céntrica de la ciudad de Medellín en donde existe una gran concentración de tiendas naturistas.

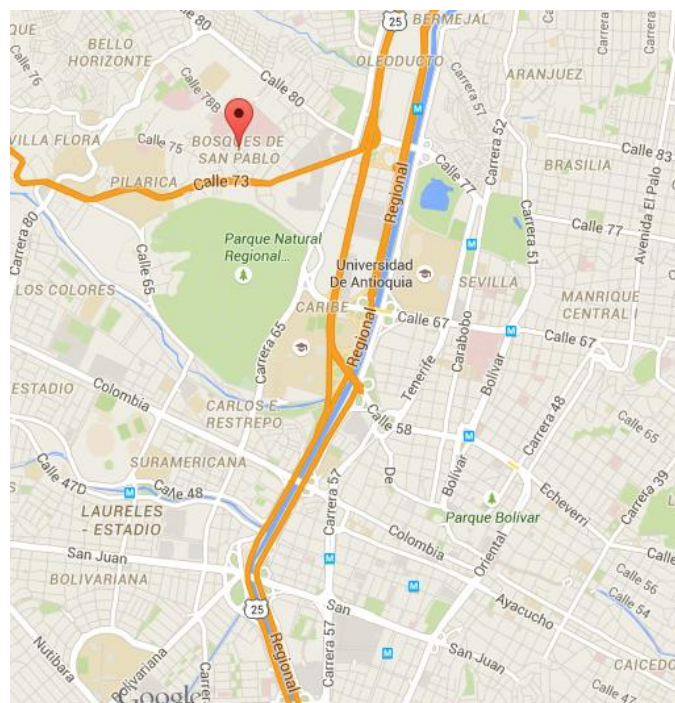


Figura 30. Mapa de la zona de mayor influencia del proyecto. Fuente Imagen: <https://www.google.com/maps/place/Bosques+De+San+Pablo,+Medell%C3%ADn,+Antioquia,+Colombia/@6.2656565,-75.5861145,14z/data=!4m2!3m1!1s0x8e44292536ea49eb:0x3e54fd3de7526f51>

5.2.2 Métodos de evaluación.

Para la evaluación del lugar para la ubicación de la planta de producción del proyecto, se ha seleccionado el método de valoración por puntos que son un método de gran aceptación por sus características técnicas y su fácil aplicación.

Los factores que se han tenido en cuenta para la valoración del punto de localización de la fábrica y del proyecto lo consideramos como un factor estratégico, previo el análisis de los siguientes aspectos:

- Disponibilidad de la mano de obra.
- Sistema de transporte
- Proximidad a los mercados
- Proximidad a los materiales
- Arrendamientos
- Servicios Públicos
- Seguridad

Entre los sitios o barrios de Medellín en los cuales es posible ubicar la oficina para el ejercicio de la actividad comercial tenemos:

- Barrio San Javier.
- Barrio Robledo
- Barrio Aranjuez

Cada uno de los factores y los barrios, se han seleccionado de acuerdo a la importancia y la susceptibilidad en el desempeño del proyecto.

Factores ponderados para localización							
Evaluación por Puntos							
Factor	Peso %	Barrio San Javier		Barrio Robledo		Barrio Aranjuez	
		Puntos	Total	Puntos	Total	Puntos	Total
Disponibilidad de la mano de obra	15	3	18	4	19	3	18
Sistema de transporte	16	4	20	5	21	5	21
Proximidad a los mercados	20	3	23	5	25	5	25
Proximidad a los materiales	20	3	23	5	25	5	25
Arrendamientos	10	4	14	4	14	3	13
Servicios Públicos	9	3	12	5	14	4	13
Seguridad	10	2	12	5	15	4	14
Total	100	22	122	33	133	29	129

Tabla 13. Factores ponderados para localización. Fuente: Propia

Una vez se realizaron los respectivos análisis se determina que el barrio Robledo del Municipio de Medellín como sitio especialmente idóneo para la ubicación de la empresa.

5.2.3 Macro localización.

El Proyecto se localiza en la ciudad de Medellín, ciudad que posee 16 comunas y 4 corregimientos y su cercanía e integración con el Valle de Aburrá, el cual está comprendido con los municipios de La Estrella, Itagüí, Envigado, Bello, Sabaneta, y Copacabana. Como puede observarse la zona es muy concentrada demográficamente y representa un gran potencial para la comercialización de nuestro producto.

Según la Encuesta de Calidad de Vida 2013, Medellín posee una población de 2'417.325 habitantes y si se le suma estas otras áreas que están influenciadas por el enorme comercio de la ciudad de Medellín, representa un atractivo interesante para el desarrollo del proyecto.

De otro lado, Medellín se perfila como ciudad innovadora y de desarrollo de grandes proyectos que son apoyados desde la institucionalidad.

5.2.4 Micro localización.

La sede de la empresa estará localizada en el Barrio Robledo Bello Horizonte, concretamente en la Calle 77BB No. 85B 37. Esta zona es muy comercial en el sector y posee disponibilidad en arrendamiento de locales para la transformación de alimentos a costos favorables.

Esta zona es muy comercial y de muy buen tránsito vehicular, dista de la zona céntrica de la ciudad a 15 minutos aproximadamente.

5.3 Capacidad de Producción

5.3.1 Factores para la definición del Tamaño óptimo (mercado, tecnología, localización, inversiones, otros).

La capacidad de la producción estará dada inicialmente por la demanda, la cual estimamos según análisis de cifras puede ser de unos 3.584 productos al mes. La elaboración del producto será contratada mediante el sistema de maquilado con el Laboratorio Medick S.A.S., ubicado en la ciudad de Medellín y cuenta con reconocida experiencia en el sector y posee una capacidad suficiente de producción industrial para satisfacer nuestros requerimientos.

5.3.2 Metodología para la definición del tamaño.

La metodología esta aplicada en función de la proyección de demanda y se utilizó el Modelo de Difusión Bass.

A continuación se presenta la proyección de la demanda a cinco años:

Año	Demanda
Año 1	56.160,37
Año 2	150.288,07
Año 3	295.541,05
Año 4	493.392,78
Año 5	721.581,22

Tabla 14. Proyección de la Demanda. Fuente: Propia

5.4 Plan de Producción

Para e Plan de Producción se toma un 2% sobre la producción para Reserva de Inventario.

Año	Demanda	Reserva de Inventario
Año 1	56.160,37	1.123,21
Año 2	150.288,07	3.005,76
Año 3	295.541,05	5.910,82
Año 4	493.392,78	9.867,86
Año 5	721.581,22	14.431,62

Tabla 15. Reserva Inventario. Fuente: Propia

6. Análisis Organizacional y Legal

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Procesos de selección, reclutamiento y manejo de personal.

Para la puesta en marcha del proyecto se requiere en su etapa inicial el siguiente personal:

- ***Promotor de ventas:*** Persona que se encargará de promocionar el producto en las diferentes tiendas y naturistas.
Requisitos: Conocimientos o experiencia en la venta de esta clase de productos.
- ***Administrador Comercial y Mercadeo:*** Encargado de realizar los estudios técnicos, legales, comerciales y financieros para asegurar la sostenibilidad y la rentabilidad de la empresa.
Requisitos: Conocimientos en Mercadeo, contabilidad y normatividad legal.
- ***Contador:*** Será el responsable de asesorar y avalar todos los procesos contables de la empresa, así mismo como la firma de los estados financieros requeridos ante los entes respectivos.
Requisito: Tener tarjeta profesional vigente.

Proceso de Reclutamiento: Como el proyecto será desarrollado por miembros de una misma familia, inicialmente no se realizará un proceso de reclutamiento como tal, dado que las funciones serán desempeñadas por los mismos socios y/o emprendedores.

Proceso de Selección: Para este proceso que se realizará acorde con las funciones requeridas en el proyecto, no es necesaria la selección, pues las actividades serán desarrolladas por los mismos integrantes de la unidad familiar.

Manejo de Personal: El manejo del personal estará a cargo del Administrador Comercial y de Mercadeo, pues es la persona que conoce lo relativo a la administración del recurso humano, situaciones administrativas, recursos financieros y recursos físicos.

6.1.2 Procesos Financieros (contabilidad, pedidos y facturación, otros).

El Proceso financiero es de capital importancia para el ejercicio legal de la actividad comercial, desde cómo registrar los diferentes movimientos financieros, hasta la rendición de informes y pago de impuestos y declaraciones ante la Dian. Por ello es necesario contar con un aplicativo que nos permita realizar todos los procesos contables.

Software Contable

SIIGO Pyme



Para pequeñas y medianas empresas
que necesiten administrar
todas las áreas de su
negocio

Figura 31. Software Contable. Fuente: <http://www.siigo.com/precios/>

Funcionalidades

- NIFF
- Contabilidad
- Impuestos
- Cotizaciones, pedidos y facturas
- Recibos de caja
- Cuentas por cobrar
- Inventarios
- Gestión de clientes
- Ordenes de compras, compras y gastos
- Múltiples informes, excel e indicadores
- Cuentas por pagar
- Tesorería
- Activos fijos
- Presupuesto

Costo Programa y licencia: \$2.990.000

Datos del proveedor:

(571) 633 7150

01 8000-977-070

comercial@siigo.com

Cr. 18 No. 79 A - 42

Bogotá, Colombia

El Proceso Financiero

El Proceso financiero será desarrollado acorde con las necesidades y requerimientos del proyecto:

Esta empresa debe contar con todos los requisitos legales para su funcionamiento su respectivo registro en la Dian, trámite de RUT, autorización para expedir factura y poseer el respectivo Registro Sanitario para la producción y comercialización del producto.

Es importante anotar que se debe contar con un manual de procesos y procedimientos para la elaboración del producto con el ánimo de estandarizar las actividades propias en la manipulación de alimentos.

Para la selección de las materias primas, estas serán adquiridas en reconocidos establecimientos que ofrezcan calidad y confiabilidad en los productos, para así asegurar que el producto cumpla con los estándares exigidos por la ley.

Los envases serán adquiridos en el mercado por empresa que ofrezca nuestros requerimientos a un precio económico.

Las etiquetas y los sellos para el producto, serán adquiridos en empresas de reconocida experiencia en la elaboración de este tipo de material, pues considero que son claves para la presentación del producto.

6.1.3 Procesos de Logística (almacenamiento, transporte, manejo inventarios y otros).

La logística será un factor clave en el proyecto puesto que como no se cuenta con vehículo propio para transportar la materia prima, ni para la distribución y entrega de pedidos, por ello, esta será contratada con vehículos con las condiciones y características adecuadas para el transporte de productos para el consumo humano. Este proceso se desarrollará mediante la contratación acorde con las necesidades de acopiado de materia prima y de distribución y entrega del producto terminado.

El manejo del inventario en el sitio de producción será de 3.584 unidades (Acorde con modelo Bass en el primer mes) que permitan las ventas, pues no es conveniente tener demasiada producción, si la misma no ha sido mercadeada con anticipación.

6.1.4 Procesos Propios y Externos.

El sistema de maquilado:

Consiste en contratar total o parcialmente la producción de productos con empresas o industrias especializadas en el sector. En la ciudad de Medellín se encuentran varias empresas dedicadas a esta actividad específica para nuestro segmento, entre ellas tenemos:

- Laboratorios Funat.
- Laboratorios Médick S.A.S.
- Herbaplant
- Laboratorios Naturcol S.A.
- Tecnas S.A.
- Quality Natural Productos.

El Proceso para la elaboración del producto será realizado a través del sistema de maquilado, para el cual existen tres modalidades:

- **Maquila a todo costo:** Es aquella en la cual el maquilador aporta todo el proceso desde la consecución de la materia prima hasta el empaque y etiquetado.
- **Maquila de Producción:** Aquella en la cual el empresario proporciona en empaque y la etiqueta y el maquilador adquiere la materia prima y elabora el producto.
- **Maquila de mano de obra:** Es aquella en la cual el empresario provee toda la materia prima desde las plantas, frascos, etiquetas y el maquilador provee solamente la mano de obra.

Por ser esta una alternativa en ahorro de costos, se opta por esta modalidad de producción lo que nos evita tener una planta de producción propia o alquilada.

Realizadas las cotizaciones y la reconocida trayectoria en el mercado se ha optado por la empresa Laboratorios Medick S.A.S. quien nos elabora el producto solamente la mano de obra a razón de \$2.300 más IVA por unidad de producto.

Las materias primas, los envases, las etiquetas y las envolturas para el producto serán suministrados por nuestra empresa.

El Proceso de adquisición y compra de la materia prima estará a cargo del gerente de la empresa.

El Proceso para la comercialización, mercadeo y promoción estará a cargo de un promotor de ventas de tiempo completo exclusivamente para esta actividad.

Las labores contables, financieras, fiscales y tributarias serán contratadas a través de un contador.

A continuación describimos en diagramas de flujo, las actividades más importantes a realizar en la empresa:

Proceso Adquisición de las materias primas: medio día

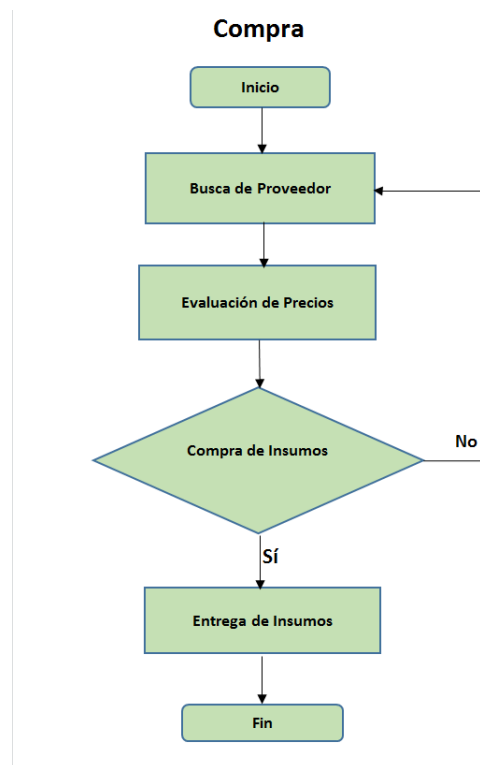


Figura 32. Proceso de Adquisición de Materia Prima. Fuente: Propia

Venta de Producto: Dos días a la semana

Fuente: Propia

Distribución y entrega del producto: Tres días a la semana.

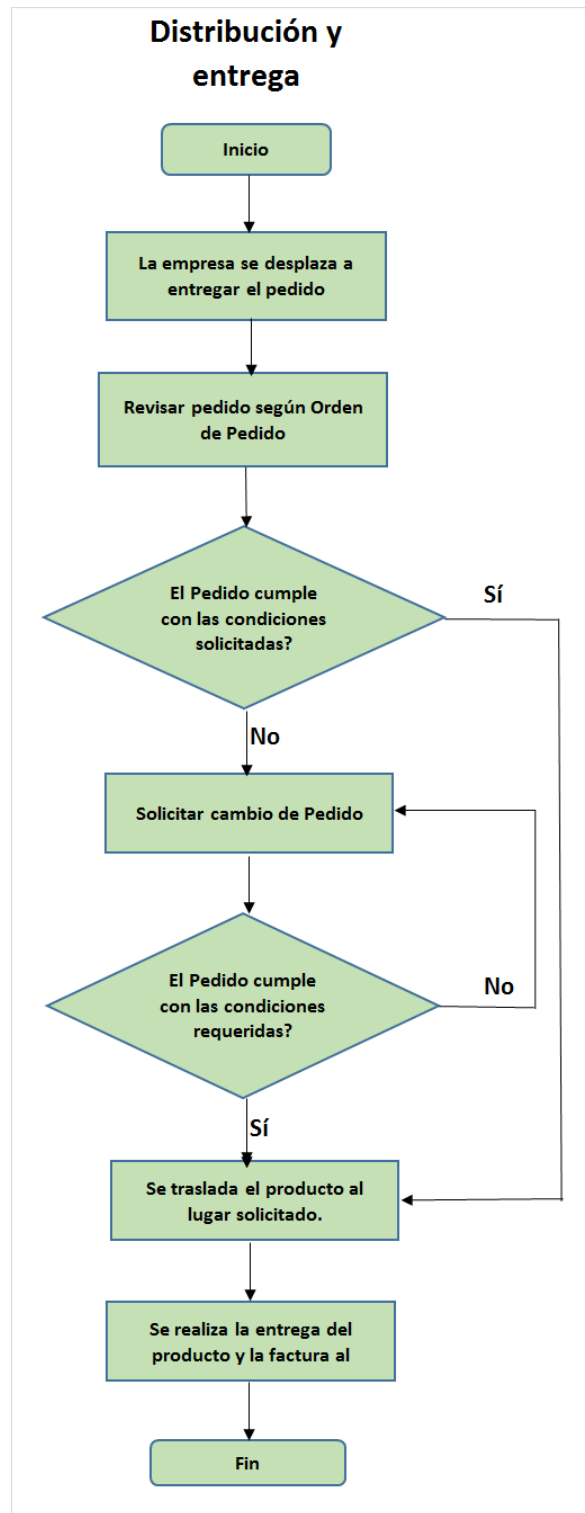


Figura 33. Distribución y entrega de Producto. Fuente: Propia

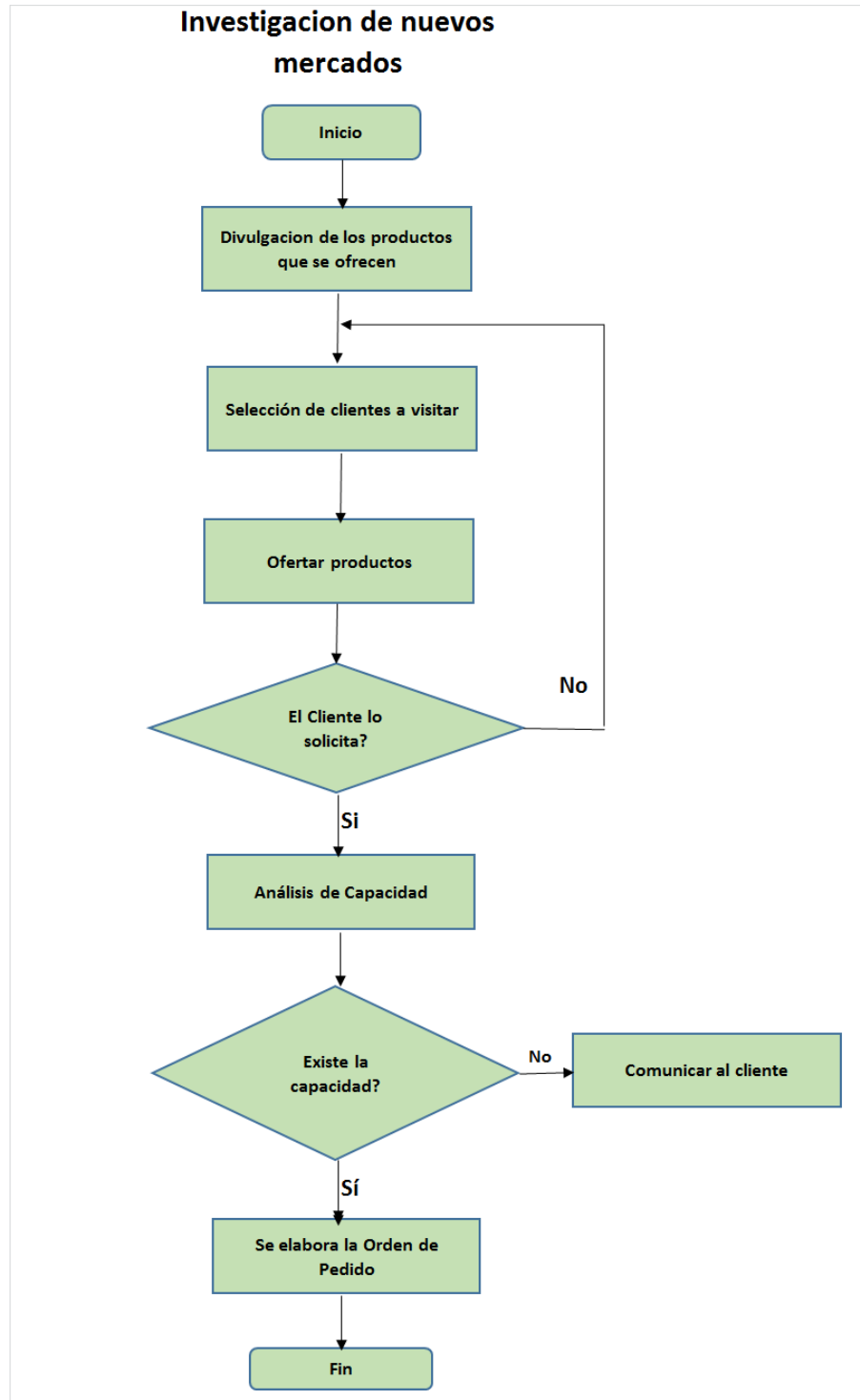
Investigación de nuevos mercados: Un día a la semana.

Figura 34. Investigación de nuevos mercados. Fuente: Propia

6.1.5 Estructura Organizacional (organigrama).

A continuación se presenta el Organigrama mediante el cual se regirá la empresa, el cual se concibe de esta manera por su simplicidad para la administración de la misma:

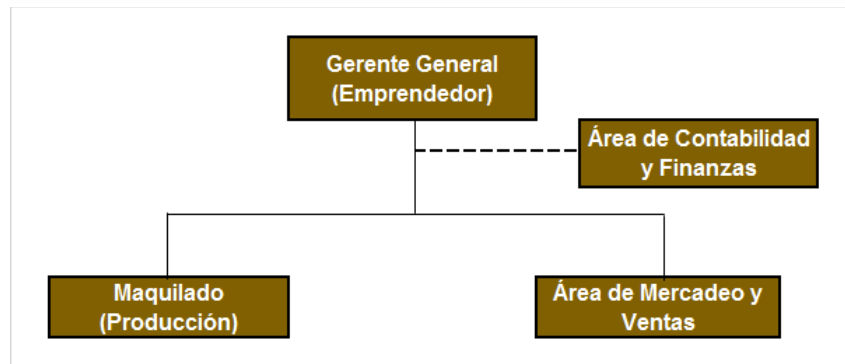


Figura 35. Organigrama. Fuente: Propia

6.1.6 Requerimientos de Personal (perfiles y funciones).

Los requerimientos de personal para el funcionamiento de la empresa está dado acorde con las necesidades iniciales para dar cumplimiento a las actividades básicas para su funcionamiento:

Cargo:	Gerente
Objetivo General:	Coordinar, implementar y desarrollar políticas y estrategias encaminadas al crecimiento y sostenibilidad de la empresa.
Superior inmediato:	Accionistas
Tipo de vinculación:	Contrato a término indefinido
Formación Profesional:	Profesional en Administración de Empresas o Administrador Comercial y Mercadeo.
Experiencia:	Un año de experiencia en cargos similares.
Conocimientos específicos:	Conocimientos en Planeación, mercadeo, comercialización, atención al cliente y en general funciones relacionadas con la gerencia de empresas PYME
Competencias:	Dirección de Personal Liderazgo Trabajo en Equipo Pensamiento analítico y crítico Compromiso con la Empresa Iniciativa Orientación a Resultados
Habilidades:	Dirección de Personal Estrategia de negocios Capacidad y poder de negociación Promover y gerenciar proyectos orientados al logro de los objetivos de la empresa
Destrezas:	Manejo de herramientas Office
Funciones, actividades y/o tareas:	Planear, organizar, dirigir y diseñar políticas empresariales para cumplir los objetivos propuestos. Organización en el manejo de los recursos. Representar a la empresa frente a los clientes, proveedores, entidades estatales y al personal de la empresa. Implementar, ejecutar y controlar los planes de la empresa para su respectivo seguimiento y cumplimiento. Diseñar políticas que permitan el crecimiento y sostenibilidad de la empresa. Coordinar la selección de personal. Las demás que le asignen los accionistas.
Salario con prestaciones sociales:	\$1.789.640

Tabla 16. Perfil del Gerente. Fuente: Propia

Cargo:	Promotor de Ventas
Objetivo General:	Ofrecer y promocionar los productos que produce la empresa, brindando atención oportuna y cálida a los clientes.
Superior inmediato:	Gerente
Tipo de vinculación:	Contrato a término indefinido
Formación Profesional:	Técnico en ventas, mercadeo, comercio u otras técnicas afines.
Experiencia:	Un año en cargos similares
Conocimientos específicos:	Conocimiento del mercado, conocimiento del producto, conocimiento de la empresa.
Competencias:	Confianza en sí mismo. Trabajo en equipo. Liderazgo. Tolerancia al fracaso. Orientación al logro de resultados. Iniciativa. Atención y servicio al cliente.
Habilidades:	Conseguir y cultivar clientes determinando las necesidades. Realizar presentaciones eficaces para cerrar ventas. Realizar seguimiento a las ventas para retroalimentar el comportamiento del mercado y el suministro de los productos. Poseer facilidad en la comunicación. Comunicación asertiva. Empatía.
Destrezas:	Manejo de herramientas office
Funciones, actividades y/o tareas:	Cultivar las buenas relaciones con los clientes. Cumplir con los presupuestos de ventas fijados. Presentar informes periódicos de las ventas sobre los presupuestos asignados. Mantener un control detallado de las operaciones con cada cliente de la empresa. Elaborar y ejecutar semanalmente la programación de visitas y cobros a los clientes. Informar diariamente al Gerente sobre el desarrollo de sus visitas. Elaborar informes periódicos para la gerencia sobre el comportamiento de la competencia en el mercado.
Salario con prestaciones sociales:	\$1.146.275

Tabla 17. Perfil del Promotor de Ventas. Fuente: Propia

6.1.7 Requerimientos de materiales.

Los materiales que se requieren para el desarrollo del proyecto tenemos: papelería, y elementos de oficina, entre otros materiales se pueden contar los artículos de aseo, los cuales básicamente serían para la operatividad de la oficina.

6.1.8 Requerimientos de tecnología.

Para la fabricación del producto es necesario contar con unos requerimientos mínimos para una adecuada operatividad de la empresa. Es menester poseer una logística adecuada de materia prima con productos de excelente calidad, un local acondicionado con los requerimientos exigidos por la ley para la fabricación de esta clase de productos, los elementos necesarios para su procesamiento, empaçado y sellado hermético, así como también los diferentes elementos de oficina como computador, softwares, teléfono y papelería para la respectiva administración de todo lo relativo al negocio y el desarrollo de su actividad comercial.

Para el inicio de la operación de la empresa, se tienen como proveedores a vendedores de reconocida tradición en el sector tanto de materia prima (plantas medicinales), como de los diferentes insumos para el envasado, empaçado y sellado del producto. No obstante, aunque el costo es importante no se sacrificará la calidad en ningún momento de adquisición de todos los elementos necesarios para la producción del producto. Veamos entre otros los requerimientos más importantes:

Computador

Características:

HP 18-5011 LA.

Procesador Intel Celeron J1800 (2,41 GHz)

Memoria de 4 GB PC3-12800 DDR3-1600 SDRAM(3)

Unidad de disco duro 1TB.

Sistema Operativo: Windows 8.

Grabador de DVD SuperMulti con bandeja delgada.

Tarjeta AMD Radeon HD 7310.

Teclado USB con control de volumen y mouse óptico.

Red 10/100 Base.

Lector de tarjetas de memoria 6 en 1.

LAN inalámbrica 802.11b/g/n que ofrece banda única (2,4 Ghz) 1x1.

4 puertos USB 2.0

Altavoces integrados

Cámara web HP TrueVision HD(10): 720p HD y micrófonos incorporados.

Pantalla 18,5" pulgadas de diagonal HD(33) con luz de fondo LED.

Costo: \$1.100.000



Figura 36. Computador. Fuente: http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-415097232-computador-todo-en-uno-hp-185intelceleron4gb1tbwindows8-_JM



Figura 37. Escritorio y silla. Fuente: http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-415133103-escritorio-en-l-estructura-metalica-_JM

Características:

Estructura metálica de alta resistencia color gris Mesa en madera aglomerada de alta densidad, cubierta con lámina de color wengue El escritorio es de fácil armado Medidas: 153 cm de ancho x 118 de largo x 73 cm de alto. Silla giratoria tipo ejecutivo tapizado cuero sintético

Costo: \$350.000



Figura 38. Silla Auxiliar. Fuente: http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-414585626-silla-espera-auxiliar-recibo-interlocutora-auditorios-r1799-_JM

Características:

Silla auxiliar espera interlocutora auditorios, asiento tapizado en paño cualquier color, estructura metálica carcazas espalda disponibles en negro azul gris verde.

Valor unitario: \$ 80.000 por 3 unidades: \$ 240.000

6.1.9 Requerimientos locativos e infraestructura.

La instalación locativa para iniciar el proyecto debe estar acondicionada con las características asépticas para el almacenamiento del producto elaborado.

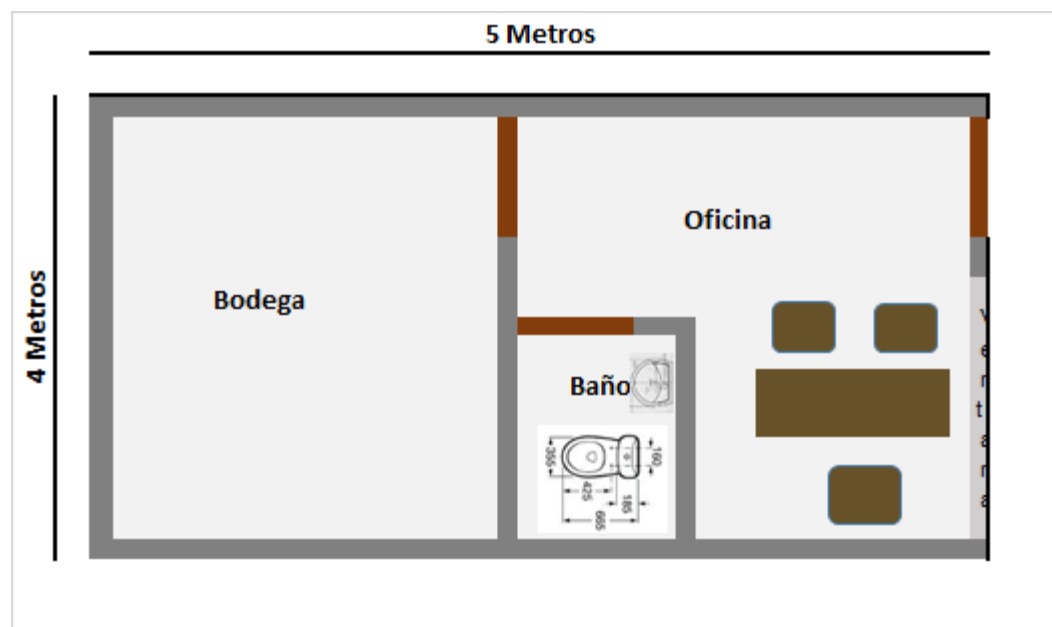


Figura 39. Plano distribución de la Oficina y bodega de almacenamiento del producto. Fuente: Propia

6.2 Aspectos Legales

6.2.1 Tipo de organización empresarial.

Para el funcionamiento del proyecto es conveniente constituir una sociedad por acciones simplificada, este tipo de sociedad de capitales es de naturaleza comercial, independientemente

de las actividades previstas y su objeto social se rigen por las normas aplicables a las sociedades anónimas.

Este tipo de empresas ha sido considerado como nueva figura con la promulgación de la Ley 1258 de 2008, la cual permite crear empresas a bajo costo y de poca formalidad, no requiere escritura pública y adicionalmente fomentan la creación de empresas por parte de emprendedores.

Para la creación de la empresa se ha escogido la modalidad de asociación empresarial conocido como Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), la cual ofrece flexibilidad para formar empresa.

Veamos algunas de las ventajas que presenta:

- Simplificación de trámites.
- Bajo presupuesto.
- No requiere Revisor Fiscal cuando sus activos no superen los 3.000 smlmv al 31 de diciembre del año inmediatamente anterior.
- Pueden ser personas naturales o jurídicas.
- Se puede crear mediante documento privado.
- Limitación de la responsabilidad de sus socios.
- El objeto social puede ser indeterminado.
- El pago del capital puede diferirse hasta por dos años.
- Mayor facilidad en la operación y administración.
- No está obligada a tener junta directiva, las funciones las asume el representante legal.
- El trámite de la liquidación es más ágil.

Básicamente todas las personas naturales o jurídicas que desarrollen actividades comerciales pueden constituirse formalmente haciendo uso de la figura de la S.A.S., no importando si son nacionales o extranjeras o que sean micros, pequeñas, medianas o grandes empresas.

Procedimiento para la constitución de la S.A.S.

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

- Redactar el contrato o acto unilateral constitutivo de la SAS. Este documento debe incluir: nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; razón social o denominación de la sociedad (seguida de la palabra Sociedad por Acciones Simplificada); el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales; el capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones; y la forma de administración y el nombre de sus administradores, especificando sus facultades.
- Autenticar las firmas de las personas que suscriben el documento de constitución. La autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado en la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio.
- Inscribir el documento privado en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio. Adicionalmente, ante la Cámara de Comercio se diligencian los formularios del Registro único Empresarial (RUE), el Formulario de inscripción en el RUT y el pago de la matrícula mercantil, el impuesto de registro y los derechos de inscripción.

6.2.2 Documentación necesaria para la operación de la empresa.

Trámite para la creación de la empresa

1. Consulta de nombre.
2. Consulta de clasificación por actividad económica –Código CIIU.
3. Consulta de uso de suelo.
4. Matrícula mercantil.
5. Elaborar documento de constitución de la sociedad.
6. Presentar los documentos en cualquier sede de la Cámara de Comercio.

Trámite de funcionamiento

1. Matrícula Mercantil en Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia.
2. Autorización para facturación en Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.
3. Declaración de Industria y Comercio en Secretaría de Hacienda Municipal.
4. Trámite de Seguridad Social y pago de Aportes.

Dependiendo de la Actividad Económica

1. Certificado Sanitario en la Secretaría de Salud del Municipio de Medellín.
2. Visto bueno de seguridad establecimientos públicos y comerciales en Cuerpo de Bomberos.
3. y Salvo por Derechos de Autor.
4. Registro de la Marca en la Superintendencia de Industria y Comercio SIC.

Exigencias de la Etiqueta:

Las etiquetas y envases de las preparaciones farmacéuticas a base de recursos naturales deberán ser acordes con el contenido y naturaleza de las mismas y contener la siguiente información:

- Nombre común y nombre científico
- Forma farmacéutica

- Composición cualitativa y expresión cuantitativa en peso, del recurso natural utilizado, usando el sistema centesimal, según forma farmacéutica
- Número del registro sanitario
- Posología
- Nombre del establecimiento fabricante
- Director técnico
- Contenido neto en el envase
- Número de lote
- Uso aprobado
- Contraindicaciones y advertencias
- Condiciones de almacenamiento y fecha de vencimiento
- Leyendas: "Manténgase fuera del alcance de los niños", "Si los síntomas persisten, consulte a su médico", "No consumir dosis superiores a las indicadas", "Usar bajo supervisión médica durante el embarazo".
- La información adicional que a juicio técnico del INVIMA, sea conveniente.

6.2.3 Costos asociados con asuntos Legales.

La regulación normativa para la producción y comercialización de productos fitoterapéuticos en Colombia se viene incrementando la rigurosidad para esta clase de productos, por ser productos de consumo vía oral y que pueden generar un alto riesgo en la salud pública.

En cuanto a la regulación gubernamental para la producción y comercialización de productos fitoterapéuticos tenemos las siguientes (página web INVIMA):

Decretos:

- Decreto 4927. Diciembre 17 de 2009 “Por el cual se modifica el artículo 6 del Decreto 2266 de 2004, modificado por el artículo 3 del Decreto 3553 de 2004 y se dictan otras disposiciones”.

- Decreto 272. Enero 30 de 2009. “Por el cual se modifica el párrafo del artículo 24 del Decreto 3249 de 2006, modificado por el artículo 6 del Decreto 3863 de 2008”,
- Decreto 3752. Octubre 27 de 2006. “Por el cual se modifica el Decreto 2350 del 26 de julio de 2004 y se dictan otras disposiciones”.
- Decreto 162. Enero 22 de 2004. “Por el cual se modifica el artículo 3° del Decreto 549 de 2001”.
- Decreto 2266. Julio 15 de 2004. “Por el cual se reglamentan los regímenes de registros sanitarios, y de vigilancia y control sanitario y publicidad de los productos fitoterapéuticos”.
- Decreto 3553. Octubre 28 de 2004- “Por el cual se modifica el Decreto 2266 de 2004 y se dictan otras disposiciones”.
- Decreto 549. Marzo 29 de 2001. “Por el cual se establece el procedimiento para la obtención del Certificado de Cumplimiento de la Buenas Práctica de Manufactura por parte de los laboratorios fabricantes de medicamentos que se importen o produzcan en el país”.
- Decreto 337. Febrero 17 de 1998. “Por el cual se dictan disposiciones sobre recursos naturales utilizados en preparaciones farmacéuticas, y se amplía el plazo establecido en el artículo 1° del Decreto 341 de 1997”.
- Decreto 677. Abril 26 de 1995. “Por el cual se reglamenta parcialmente el Régimen de Registros y Licencias, el Control de Calidad, así como el Régimen de Vigilancia Sanitaria de Medicamentos, Cosméticos, Preparaciones Farmacéuticas a base de Recursos Naturales, Productos de Aseo, Higiene y Limpieza y otros productos de uso doméstico y se dictan otras disposiciones sobre la materia”.

Resoluciones:

- Resolución 527. Febrero 11 de 2010. “Por la cual se modifica el párrafo del artículo 6° y el artículo 13 de la Resolución 126 de 2009”.
- Resolución 000126. Enero 20 de 2009. “Por la cual se establecen las condiciones esenciales para la apertura, funcionamiento, vigilancia y control sanitario de las tiendas naturistas y se dictan otras disposiciones”.
- Resolución 2834. Julio 30 de 2008. “Por la cual se adopta el Vademécum de Plantas Medicinales Colombiano y se establecen los lineamientos para su actualización.
- Resolución 004320. Diciembre 10 de 2004. “Por la cual se reglamenta la publicidad de los medicamentos y productos fitoterapéuticos de venta sin prescripción facultativa o de venta libre”.
- Resolución 005107. Diciembre 29 de 2005. Por la cual se adopta el Instrumento de Verificación de Cumplimiento de Condiciones Sanitarias para los Laboratorios que elaboren Productos Fitoterapéuticos”.
- Resolución 243710. Septiembre 30 de 1999. “Mediante la cual se fijan pautas sobre las etiquetas, empaques y rótulos, el uso de sticker y autorizaciones de agotamiento de empaques”.
- Resolución 03131. Agosto 6 de 1998. “Se adopta el anexo técnico del manual de BPM de preparaciones farmacéuticas con base en recursos naturales”.

Recuperado de:

https://www.invima.gov.co/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=168&Itemid=229&limitstart=5

El artículo 5 de la ley 1258 de 2008 indica que el documento de constitución deberá contener por lo menos los siguientes requisitos:

1. Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen).
2. Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S.
3. El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
4. El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
5. Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita.

Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.

6. El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.
7. La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

La falta de uno o más requisitos en el documento de constitución, impide la inscripción de la constitución y ocasiona la devolución de todos los documentos por parte de la Cámara de Comercio.

- La solicitud de PRE-RUT, es un trámite enteramente gratuito.
- Teniendo en cuenta que usted desea constituir una compañía, tipo S.A.S, no es necesario que los estatutos consten en escritura pública, con lo que sólo deberá ser autenticada en la notaría más cercana. El valor de una autenticación es de \$3.450 por firma y huella.

- El registro de la empresa en cámara de comercio, genera un impuesto de registro con cuantía que corresponde al 0.7% sobre el valor del capital suscrito.
- Los derechos de inscripción corresponden a \$32.000 por el registro del documento.
- Si se vincula a los beneficios de la Ley 1429, el costo de la matrícula del primer año es gratuita
- El formulario de Registro Único Empresarial: \$4.000.
- La apertura de la cuenta en un banco, requisito fundamental para establecer el RUT como definitivo, no genera costos.
- Tanto para la entidad bancaria, como para la cámara de comercio es necesario contar con certificados originales de existencia y representación legal, el valor de éstos es de aproximadamente \$4.300.
- Los trámites ante la DIAN se atienden de forma gratuita.
- La inscripción de los libros obligatorios, que son, el libro de actas, y de accionistas tiene un costo de \$10.300 por cada libro que desee registrar sin importar el número de hojas.

Ejemplo: Teniendo en cuenta la creación de una S.A.S. con un capital de \$20'000.000 y dos socios:

Concepto	VALOR
Autenticación notaría. (2 socios)	\$ 6.900
Registro en Cámara de Comercio (Base \$20'000.000)	\$ 220.500
Formulario de registro	\$ 4.000
Derecho de inscripción	\$ 31.000
Matrícula Primer año	\$ -
Certificados de existencia (s)	\$ 8.600
Inscripción de los libros	\$ 10.300
TOTAL...	\$ 281.300

Tabla 18. Costos Registro Empresa. Fuente: Propia

En Cámara de Comercio debe diligenciarse el formulario para el registro de empresa, previo diligenciamiento del RUT

Otras obligaciones tributarias:

Obligaciones	Descripción
Impuesto de Renta y Complementarios	Se cancela anualmente, puede pagarse en dos cuotas diferidas en el año.
Declaración bimestral del Impuesto a las Ventas IVA	Se cancela bimestralmente ante la DIAN, es el generado en las ventas gravadas con el 16%, es descontable de la declaración.
Declaración mensual de Retención en la Fuente	Todos los meses se debe declarar ante la DIAN, Se cancela de acuerdo al dígito de verificación asignado.
Impuesto de Industria y Comercio	Se declara en la Secretaría de Hacienda del Municipio de Medellín, se liquida sobre el total de las ventas brutas.
Impuesto de Vallas y Avisos	Se declara y cancela anualmente conjuntamente con el Impuesto de Industria y Comercio, equivale al 15%.

Tabla 19. Otras Obligaciones Tributarias. Fuente: Propia.

El Acuerdo 064 de 2012, “Por medio del cual se expide la normativa sustantiva aplicable a los ingresos tributarios en el Municipio de Medellín” adopta las tarifas y requerimientos para ejercer la actividad comercial en el Municipio de Medellín.

Para el registro del establecimiento se debe diligenciar el formulario suministrado por la Tesorería de rentas Municipales, diligenciarlo y cancelar las tarifas mensuales acorde a la declaración de ventas del establecimiento. (Acuerdo 064 de 2012, Municipio de Medellín)

Clase. 2100

Código: 104

Tarifa: 5 por mil

Impuesto de Avisos y Tableros: 15% del Impuesto

A continuación se presenta el formulario de Industria y Comercio para la declaración.

7. Análisis Financiero

7.1 Recursos Propios

Para el inicio y puesta en marcha del proyecto se contará con un capital de \$10.000.000 el cual será aportado por los socios, quienes se constituirán en empresa SAS mediante escritura pública debidamente registrada.

7.2 Créditos y Préstamos Bancarios

Para asumir costos de materia prima, producción, promoción y comercialización del producto, se hace necesario gestionar un crédito por la suma de \$20.000.000 con un plazo de 5 años DTF + 12%

7.3 Calendario de Ingresos del Proyecto

El total de ventas anuales está dado por el precio promedio del producto en el año por la cantidad de productos que espera venderse en el mismo año.

Total Ventas					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio Promedio	\$ 6.500	\$ 6.723	\$ 6.967	\$ 7.209	\$ 7.450
Productos año	56.150	94.127	145.252	197.852	228.188
Total Ventas	\$ 364.975.000	\$ 632.811.115	\$ 1.011.969.680	\$ 1.426.403.002	\$ 1.699.890.829

Tabla 20. Total Ventas Anuales. Fuente: Propia

7.4 Inversiones del Proyecto

7.4.1 Inversiones en Activos Fijos del modelo financiero.

Para el ejercicio de la actividad comercial se debe realizar una inversión inicial en Activos Fijos que ascienden a la suma de \$4.780.000

Maquinaria y Equipo	
Descripción	Costo
Muebles y Enseres	
Escritorio y silla ejecutiva	\$ 350.000
Sillas auxiliares (3)	\$ 240.000
Subtotal	\$ 590.000
Equipo de Oficina	
Computador de escritorio	\$ 1.100.000
Papelería	\$ 100.000
Programa Contable (Siigo Pyme)	\$ 2.990.000
Subtotal	\$ 4.190.000
Total...	\$ 4.780.000

Tabla 21. Costo Maquinaria y Equipo. Fuente: Propia

7.4.2 Inversiones en Gastos Pre-operativos.

Para la adquisición del Registro Invima, entre otros se requieren tener en cuenta los siguientes aspectos:

- La tarifa establecida por el Invima para productos fitoterapéuticos.
- Validación analítica dependiendo de los elementos activos del producto.
- Estudio del principio activo de cada planta y su respectiva técnica analítica.
- Estudios de estabilidad acelerada.
- Proclamas medicinales
- Honorarios Abogado para presentar la solicitar del registro Invima.

Estos conceptos pueden ascender a un total de \$19.500.000

Concepto	Valor
Tarifa Invima	\$3.500.000
Validación analítica, estudio principios activos y técnica analítica, estudio estabilidad acelerada, proclamas medicinales.	\$15.000.000
Honorarios Abogado presentación solicitud registro	\$500.000
Contrato de confidencialidad	\$500.000
Total	\$19.500.000

Tabla 22. Costo Registro Invima. Fuente: Propia

La obtención del Registro Invima y la firma del contrato con un laboratorio para la maquila, el laboratorio ofrece el derecho a explotar hasta (3) tres marcas con el mismo registro y el mismo producto.

7.4.3 Inversión en Capital de Trabajo.

La primera producción está dada por la cantidad de unidades proyectadas a producir en el primer mes por el valor

Total Ventas Primer Mes	
Concepto	Mes 1
Precio Promedio	\$ 6.500
Productos año	3.584
Total Ventas	\$ 23.296.000

Tabla 23. Valor Producción Primer mes. Fuente: Propia.

7.4.4 Calendario de Inversiones.

El Calendario de inversiones para el inicio del período representa la inversión en activos necesarios para el ejercicio comercial.

Inversiones (Inicio Período)	
Terrenos	\$ -
Construcciones y Edificios	\$ -
Maquinaria y Equipo	\$ -
Muebles y Enseres	\$ 590.000
Equipo de Transporte	\$ -
Equipos de Oficina	\$ 4.190.000
Total Inversiones	\$ 4.780.000

Tabla 24. Inversiones Inicio Período. Fuente: Propia

7.5 Costos y Gastos

7.5.1 Costos Variables.

Costos Variables				
Materia Prima				
Insumo	Cantidad	Unidad de Medida	Valor Unitario	Costo Total
Sauco (Sambucus Nigra)	100	Libra	\$3.200	\$320.000
Eucalipto (Eucalyptus globulus)	100	Libra	\$3.200	\$320.000
Marañón (Anacardium occidentale)	100	Libra	\$3.100	\$310.000
Totumo (Crescentia Cujete)	100	Libra	\$3.000	\$300.000
Azucar morena	500	Libras	\$1.500	\$750.000
Subtotal				\$2.000.000
Otros Costos Variables				
Envase	1000	Frasco	\$500	\$500.000
Adhesivo información del producto	1000	Etiqueta	\$75	\$75.000
Empaque	150	Metro	\$500	\$75.000
Mano de obra fabricación producto	1000	Maquilado	\$2.668	\$2.668.000
Subtotal				\$3.318.000
Total				\$5.318.000

Tabla 25. Costos Variables. Fuente: Propia

7.5.2 Costos Fijos.

Costos Variables				
Materia Prima				
Insumo	Cantidad	Unidad de Medida	Valor Unitario	Costo Total
Sauco (Sambucus Nigra)	100	Libra	\$3.200	\$320.000
Eucalipto (Eucalyptus globulus)	100	Libra	\$3.200	\$320.000
Marañon (Anacardium occidentale)	100	Libra	\$3.100	\$310.000
Totumo (Crescentia Cujete)	100	Libra	\$3.000	\$300.000
Azucar morena	500	Libras	\$1.500	\$750.000
			Subtotal	\$2.000.000
Otros Costos Variables				
Envase	1000	Frasco	\$500	\$500.000
Adhesivo información del producto	1000	Etiqueta	\$75	\$75.000
Empaque	150	Metro	\$500	\$75.000
Mano de obra fabricación producto	1000	Maquilado	\$2.668	\$2.668.000
			Subtotal	\$3.318.000
			Total	\$5.318.000

Tabla 26. Costos Fijos. Fuente: Propia

7.5.3 Gastos Administrativos y Legales.

Estos gastos son los gastos en que incurre la empresa para su funcionamiento ante los diferentes organismos gubernamentales.

Concepto	VALOR
Autenticación notaría. (2 socios)	\$ 6.900
Registro en Cámara de Comercio (Base \$20'000.000)	\$ 220.500
Formulario de registro	\$ 4.000
Derecho de inscripción	\$ 31.000
Matrícula Primer año	\$ -
Certificados de existencia (s)	\$ 8.600
Inscripción de los libros	\$ 10.300
TOTAL...	\$ 281.300

Concepto	Valor
Tarifa Invima	\$3.500.000
Validación analítica, estudio principios activos y técnica analítica, estudio estabilidad acelerada, proclamas medicinales.	\$15.000.000
Honorarios Abogado presentación solicitud registro	\$500.000
Contrato de confidencialidad	\$500.000
Total	\$19.500.000

Tabla 27. Costos Administrativos y Legales. Fuente: Propia

7.5.4 Gastos de ventas.

Gastos Operacionales	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Publicidad y Ventas	\$1.200.000	\$1.300.000	\$1.400.000	\$1.500.000	\$1.600.000

Tabla 28. Gastos de Ventas. Fuente: Propia

Los gastos de Publicidad van enfocados en distribución de volantes en sitios cercanos a las tiendas naturistas, también se participará en vinculación con periódicos o publicaciones parroquiales y en los cuales figure nuestra publicidad a cambio del patrocinio.

Actividad	Valor
Volanteos (\$50.000 Trimestral)	\$ 200.000
Vinculacion eventos parroquiales (Dos en el año)	\$ 400.000
Patrocinio publicaciones parroquiales (Una mensual)	\$ 300.000
Vinculación Eventos Deportivos (Dos en el año)	\$ 300.000
Total	\$ 1.200.000

Tabla 29. Gastos Actividades de Promoción y Eventos Publicitarios. Fuente: Propia.

7.5.5 Gastos de distribución.

Los gastos de distribución son los gastos en que se incurren para la entrega de los pedidos a las diferentes tiendas naturistas y puntos de venta del producto

Gastos de Distribución				
Distribución y entrega	56.160	Entregas	\$200	\$11.232.000
Total				\$11.232.000

Tabla 30. Gastos de Distribución. Fuente: Propia.

7.5.6 Gastos de Financiación.

Concepto	Año 1
Gastos Financieros	\$ 20.000.000

Tabla 31. Gastos Financieros. Fuente: Propia.

Los gastos financieros corresponden a crédito que se requiere para la operación del proyecto con un plazo para su pago de 5 años.

7.5.7 Calendario de Costos y Gastos del Proyecto.

Costos Unitarios Materia Prima	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Materia Prima Producto	\$ 2.000	\$ 2.073	\$ 2.145	\$ 2.216	\$ 2.287
Costos Unitarios Mano de Obra					
Costo Mano de Obra Producto	\$ 2.668	\$ 2.765	\$ 2.861	\$ 2.956	\$ 3.051
Costos Variables Unitarios					
Materia Prima (Costo Promedio)	\$ 2.000	\$ 2.073	\$ 2.145	\$ 2.216	\$ 2.287
Mano de Obra (Costo Promedio)	\$ 2.668	\$ 2.765	\$ 2.861	\$ 2.956	\$ 3.051
Materia Prima y M.O.	\$ 4.668	\$ 4.837	\$ 5.006	\$ 5.173	\$ 5.338
Otros Costos de Fabricación					
Otros Costos de Fabricación	\$ 36.497.500	\$ 37.822.359	\$ 39.138.577	\$ 40.441.892	\$ 41.731.988
Costos Producción Inventariables					
Materia Prima	\$112.300.000	\$195.087.620	\$311.525.811	\$ 438.468.893	\$ 521.829.657
Mano de Obra	\$149.808.200	\$260.246.885	\$415.575.431	\$ 584.917.503	\$ 696.120.762
Materia Prima y M.O.	\$262.108.200	\$455.334.506	\$727.101.242	\$1.023.386.396	\$1.217.950.419
Depreciación	\$ 1.514.667	\$ 1.514.667	\$ 1.514.667	\$ 118.000	\$ 118.000
Agotamiento	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total	\$263.622.867	\$456.849.172	\$728.615.909	\$1.023.504.396	\$1.218.068.419
Margen Bruto	27,77%	27,81%	28,00%	28,25%	28,34%
Gastos Operacionales					
Gastos de Publicidad y Ventas	\$ 1.200.000	\$ 1.300.000	\$ 1.400.000	\$ 1.500.000	\$ 1.600.000
Gastos Administración	\$ 63.190.980	\$ 65.358.431	\$ 67.730.942	\$ 70.087.978	\$ 72.421.908
Total Gastos	\$ 64.390.980	\$ 66.658.431	\$ 69.130.942	\$ 71.587.978	\$ 74.021.908

Tabla 32. Calendario de Costos y Gastos del Proyecto. Fuente: Propia

La materia prima para la producción del Propoleotos, son plantas medicinales con reconocido y tradicional beneficio en el medio para la salud, en especial para los malestares de la tos y afecciones de la garganta, tales como: Eucalipto, Sauco, Totumo y Marañón; como vehículo para estos extractos se utiliza la miel, esta materia prima asciende a un total de \$112.300.000 en el primer año

La mano de obra para el ejercicio comercial del proyecto cuenta con dos personas: Gerente de la Empresa y un promotor de Ventas, los cuales ascienden a un total de \$149.808.200 en el primer año para la producción de 56.150 unidades.

Los Gastos Administrativos comprenden los gastos de legalización y constitución de la empresa tales como: Registro Cámara de Comercio, Impuesto de Industria y Comercio y el Registro Invima, para un total de \$19.781.300

7.6 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de Caja Operativo						
Utilidad Operacional		\$22.293.388	\$35.494.203	\$119.953.837	\$214.957.863	\$280.618.158
Depreciaciones		\$ 1.514.667	\$ 1.514.667	\$ 1.514.667	\$ 118.000	\$ 118.000
Amortización Gastos		\$ 3.900.000	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000	\$ -
Agotamiento		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Provisiones		\$ 608.292	\$ 446.394	\$ 631.931	\$ 690.722	\$ 455.813
Impuestos		\$ -	-\$ 75.000	-\$ 8.109.696	-\$ 29.443.425	-\$ 53.382.260
Neto Flujo de Caja Operativo		-\$16.270.430	\$41.280.264	\$117.890.738	\$190.223.160	\$227.809.712
Flujo de Caja Inversión						
Variación Cuentas por Cobrar		-\$30.414.583	-\$22.319.676	\$ 31.596.547	-\$ 34.536.110	-\$ 22.790.652
Variación Inv. Materias Primas e insumos3		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Variación Inv. Prod. En Proceso		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Variación Inv. Prod. Terminados		-\$10.984.286	-\$ 8.051.096	-\$ 11.323.614	-\$ 12.287.020	-\$ 8.106.834
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros Activos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Variación Cuentas por Pagar		\$21.842.350	\$16.102.192	\$ 22.647.228	\$ 24.690.430	\$ 16.213.669
Variación Acreedores Varios		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Variación Otros Pasivos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Variación del Capital de Trabajo	\$ -	-\$19.556.519	-\$14.268.580	-\$ 20.272.933	-\$ 22.132.701	-\$ 14.683.818
Inversión en Maquinaria y Equipo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversión en Muebles	-\$ 590.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversión en Equipos de Oficina	-\$ 4.190.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversión Otros Activos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversión Activos Fijos	-\$ 4.780.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Neto Flujo de Caja Inversión	-\$ 4.780.000	-\$19.556.519	-\$14.268.580	-\$ 20.272.933	-\$ 22.132.701	-\$ 14.683.818
Flujo de Caja Financiamiento						
Desembolsos Capital Semilla	\$ -					
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	\$20.000.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		-\$ 4.000.000	-\$ 4.000.000	-\$ 4.000.000	-\$ 4.000.000	-\$ 4.000.000
Intereses Pagados		-\$ 3.881.582	-\$ 3.055.418	-\$ 2.180.136	-\$ 1.428.823	-\$ 726.712
Dividendos Pagados		\$ -	\$23.624.973	-\$ 21.896.180	-\$ 79.497.248	-\$144.132.102
Capital	\$10.000.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Neto Flujo de Caja Financiamiento	\$30.000.000	-\$ 7.881.582	\$16.569.555	-\$ 28.076.316	-\$ 84.926.071	-\$148.858.814

Tabla 33. Flujo de Caja. Fuente: Propia

En el cuadro se detalla el Flujo de Caja que es el flujo de efectivo en los diferentes períodos.

El cálculo en el flujo de caja, los valores dan negativos en el flujo de caja con financiamiento y se derivan del pago de los dividendos en su mayoría y la salida de las amortizaciones de pasivos e intereses pagados, es positivo en el año 2 porque se requiere financiamiento ya que no hay utilidades para ese periodo, hasta ahí se viene arrastrando una pérdida, pero del año 3 en adelante se presenta el flujo de caja con financiamiento negativo es porque no se requiere ninguna financiación y por el contrario se están generando dividendos positivos.

7.7 Estados Financieros Proyectados

7.7.1 Estados de Pérdidas y Ganancias Proyectado.

ESTADO DE RESULTADOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$364.975.000	\$632.811.115	\$1.011.969.680	\$1.426.403.002	\$1.699.890.829
Devoluciones y rebajas en ventas	\$ 18.248.750	\$ 31.640.556	\$ 50.598.484	\$ 71.320.150	\$ 84.994.541
Materia Prima, Mano de Obra	\$262.108.200	\$455.334.506	\$ 727.101.242	\$1.023.386.396	\$1.217.950.419
Depreciación	\$ 1.514.667	\$ 1.514.667	\$ 1.514.667	\$ 118.000	\$ 118.000
Agotamiento	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros Costos	\$ 36.497.500	\$ 37.822.359	\$ 39.138.577	\$ 40.441.892	\$ 41.731.988
Utilidad Bruta	\$ 46.605.883	\$ 106.499.027	\$ 193.616.709	\$ 291.136.564	\$ 355.095.880
Gasto de Ventas	\$ 1.200.000	\$ 1.300.000	\$ 1.400.000	\$ 1.500.000	\$ 1.600.000
Gastos de Administracion	\$ 63.190.980	\$ 65.358.431	\$ 67.730.942	\$ 70.087.978	\$ 72.421.908
Provisiones	\$ 608.292	\$ 446.394	\$ 631.931	\$ 690.722	\$ 455.813
Amortización Gastos	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000	\$ -
Utilidad Operativa	-\$ 22.293.388	\$ 35.494.203	\$ 119.953.837	\$ 214.957.863	\$ 280.618.158
Otros ingresos					
Intereses	\$ 3.881.582	\$ 3.055.418	\$ 2.180.136	\$ 1.428.823	\$ 726.712
Otros ingresos y egresos	-\$ 3.881.582	-\$ 3.055.418	-\$ 2.180.136	-\$ 1.428.823	-\$ 726.712
Utilidad antes de impuestos	-\$ 26.174.970	\$ 32.438.785	\$ 117.773.701	\$ 213.529.040	\$ 279.891.446
Impuestos (25%)	\$ 75.000	\$ 8.109.696	\$ 29.443.425	\$ 53.382.260	\$ 69.972.862
Utilidad Neta Final	-\$ 26.249.970	\$ 24.329.089	\$ 88.330.276	\$ 160.146.780	\$ 209.918.585

Tabla 34. Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado. Fuente: Propia.

En este informe financiero se muestra la rentabilidad de la empresa en los diferentes años proyectados.

7.7.2 Balance General Proyectado.

BALANCE GENERAL	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo						
Efectivo	\$ 9.620.000	-\$34.088.531	\$ 9.492.707	\$ 79.034.196	\$162.198.584	\$226.465.664
Cuentas X Cobrar	\$ -	\$30.414.583	\$52.734.260	\$ 84.330.807	\$118.866.917	\$141.657.569
Provisión Cuentas por Cobrar		-\$ 608.292	-\$ 1.054.685	-\$ 1.686.616	-\$ 2.377.338	-\$ 2.833.151
Inventarios Materias Primas e Insumos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inventarios de Producto en Proceso	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inventarios Producto Terminado	\$ -	\$10.984.286	\$19.035.382	\$ 30.358.996	\$ 42.646.017	\$ 50.752.851
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos Anticipados	\$15.600.000	\$11.700.000	\$ 7.800.000	\$ 3.900.000	\$ -	\$ -
Total Activo Corriente:	\$25.220.000	\$18.402.046	\$88.007.664	\$195.937.383	\$321.334.179	\$416.042.932
Terrenos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Construcciones y Edificios	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Maquinaria y Equipo de Operación	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Muebles y Enseres	\$ 590.000	\$ 472.000	\$ 354.000	\$ 236.000	\$ 118.000	\$ -
Equipo de Transporte	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Equipo de Oficina	\$ 4.190.000	\$ 2.793.333	\$ 1.396.667	\$ -	\$ -	\$ -
Total Activos Fijos:	\$ 4.780.000	\$ 3.265.333	\$ 1.750.667	\$ 236.000	\$ 118.000	\$ -
Total Otros Activos Fijos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
ACTIVO	\$30.000.000	\$21.667.380	\$89.758.330	\$196.173.383	\$321.452.179	\$416.042.932
Pasivo						
Cuentas X Pagar Proveedores	\$ -	\$21.842.350	\$37.944.542	\$ 60.591.770	\$ 85.282.200	\$101.495.868
Impuestos X Pagar	\$ -	\$ 75.000	\$ 8.109.696	\$ 29.443.425	\$ 53.382.260	\$ 69.972.862
Acreedores Varios		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Obligaciones Financieras	\$20.000.000	\$16.000.000	\$12.000.000	\$ 8.000.000	\$ 4.000.000	\$ -
Otros pasivos a LP		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Obligacion Capital Semilla	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
PASIVO	\$20.000.000	\$37.917.350	\$58.054.238	\$ 98.035.195	\$142.664.460	\$171.468.730
Patrimonio						
Capital Social	\$10.000.000	\$10.000.000	\$10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000
Reserva Legal Acumulada	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.432.909	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ -	-\$ 2.624.997	-\$ 2.624.997	\$ 3.640.939	\$ 19.655.617
Utilidades del Ejercicio	\$ -	-\$26.249.970	\$24.329.089	\$ 88.330.276	\$160.146.780	\$209.918.585
Revalorizacion patrimonio	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
PATRIMONIO	\$10.000.000	-\$16.249.970	\$31.704.092	\$ 98.138.187	\$178.787.719	\$244.574.202
PASIVO + PATRIMONIO	\$30.000.000	\$21.667.380	\$89.758.330	\$196.173.383	\$321.452.179	\$416.042.932

Tabla 35. Balance General Proyectado. Fuente: Propia

El Balance General Proyectado es la situación económica financiera del proyecto con los recursos asignados al proyecto.

8. Evaluación del Proyecto

8.1 Costo del Capital (Tasa de Descuento)

La tasa de descuento o costo de capital se puede definir como el precio que se debe pagar por aquellos fondos que son requeridos para realizar la inversión, es decir, representa una medida de la rentabilidad mínima que se espera que genere el proyecto de acuerdo con el riesgo de la inversión, de forma tal que el retorno esperado permita cubrir la totalidad de la inversión inicial, los egresos de la operación, los intereses pagados y la rentabilidad que el inversionista le exige a su propio capital invertido. Para el caso del Plan de Negocios para la comercialización de Propoleotos, se evaluará el proyecto con una tasa de descuento del 18% que equivale a una tasa del DTF + 13,5 puntos.

8.2 Evaluación Financiera

8.2.1 Valor Presente Neto.

VPN: \$198.309.240

El VPN, descontando los flujos de caja a una tasa del 18% como rentabilidad mínima esperada por el emprendedor; en el sector de productos químicos la rentabilidad promedio es de 21,2 % y este proyecto por ser proyecto nuevo la tasa de rentabilidad esperada es solo 3,2 puntos por debajo de la tasa sectorial y es mayor que cero (positivo), lo que indica que el proyecto es viable desde el punto de vista financiero. Este criterio de decisión indica que la empresa aumentará su valor en el tiempo y que el plan de negocios para la producción de “Propoleotos”, se acepta desde el punto de vista financiero.

8.2.2 Tasa Interna de Retorno (TIR).

TIR: Tasa Interna de Retorno = 82,75%

La tasa interna de retorno de una inversión o proyecto es la tasa efectiva anual compuesto de retorno o tasa de descuento que hace que el valor actual neto de todos los flujos de efectivo (tanto positivos como negativos) de una determinada inversión igual a cero.

En términos más específicos, la TIR de la inversión es la tasa de interés a la que el valor actual neto de los costos (los flujos de caja negativos) de la inversión es igual al valor presente neto de los beneficios (flujos positivos de efectivo) de la inversión.

Las tasas internas de retorno se utilizan habitualmente para evaluar la conveniencia de las inversiones o proyectos. Cuanto mayor sea la tasa interna de retorno de un proyecto, más deseable será llevar a cabo el proyecto. Suponiendo que todos los demás factores iguales entre los diferentes proyectos, el proyecto de mayor TIR probablemente sería considerado el primer y mejor realizado.

Fórmula de la TIR:

$$VPN = \frac{\sum R_t}{(1+i)^t} = 0$$

Donde:

t - el tiempo del flujo de caja

i - la tasa de descuento (la tasa de rendimiento que se podría ganar en una inversión en los mercados financieros con un riesgo similar) .

Rt - el flujo neto de efectivo (la cantidad de dinero en efectivo, entradas menos salidas) en el tiempo t. Para los propósitos educativos, R0 es comúnmente colocado a la izquierda de la suma para enfatizar su papel de (menos) la inversión.

La TIR del proyecto es superior a la rentabilidad esperada por el emprendedor la cual es 18% esto significa que es conveniente invertir en el plan de negocios para la producción de

Propoleos debido a que la rentabilidad que generará supera los rendimientos que se obtendrían si se destinara la misma inversión en otro tipo de proyecto con la tasa de rentabilidad mencionada.

Adicionalmente, la TIR es aquella tasa que hace el VPN igual a cero.

8.2.3 Índices Financieros.

PRI: Periodo de Recuperación de la Inversión = 0,32

Este indicador muestra que los recursos invertidos en el proyecto, se recuperan aproximadamente en 4 meses de operación lo que ratifica la viabilidad financiera del plan de negocios si se contempla un escenario temporal de 5 años de evaluación del proyecto. Este indicador nos demuestra que las inversiones efectuadas son fácilmente recuperables si se cumplen con los supuestos de operación del mismo.

MARGEN OPERATIVO: En promedio en los 5 años en que se evaluó el proyecto se obtiene un margen operativos de 8,6%.

MARGEN NETO: En promedio en los 5 años en que se evaluó el proyecto se obtiene un margen neto de 5,8%

ÍNDICE DE LIQUIDEZ: La razón corriente promedio en los 5 años de evaluación es 1,93 lo cual indica que por cada peso que se debe en el corto plazo se cuenta con aproximadamente \$2 de activos corrientes para respaldar la deuda. Esto demuestra que la empresa contará con índices de liquidez adecuados para el cubrimiento de sus obligaciones.

RENTABILIDAD DEL ACTIVO - RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO

La rentabilidad del Activo promedio en los 5 años de evaluación es 10,3%

Y la rentabilidad del Patrimonio promedio en los 5 años de evaluación es 100,7%

Se espera que cuando un proyecto es rentable se cumpla la siguiente condición:

La Rentabilidad mínima esperada por los inversionistas, debe ser menor o igual a la rentabilidad del patrimonio, y a la vez ésta debe ser mayor que la rentabilidad del activo y mayor que el costo de la deuda en los casos en que se requiere endeudamiento, es decir:

$$\text{TMRR} \leq \text{Rent. Patrimonio} > \text{Rent. Activo}$$

TMRR: Tasa mínima requerida de rendimiento

En el caso de Propoleotos vemos que se cumple esta condición:

$$18\% \leq 100,7\% > 10,3\%$$

Aquí se ratifica los buenos índices de rentabilidad que se esperan, lo cual demuestra que es viable invertir recursos en este proyecto.

8.2.4 Análisis de Sensibilidad y Riesgo.

Realizando un análisis de sensibilidad y riesgo en el posible escenario de reducir el costo del producto en un 5% de su valor inicial, el proyecto sigue siendo viable.

De otro lado, si se reduce la producción en porcentajes de 5% y 10% aún sigue presentando margen de rentabilidad.

8.2.5 Consideraciones sobre la Evaluación Financiera.

El Plan de Negocios para la comercialización de Propoleotos, es viable desde el punto de vista financiero, presenta indicadores que demuestran una adecuada rentabilidad para los inversionistas. Además después de analizar los indicadores del proyecto se puede ver que el Plan de Negocios además de ser rentable es sostenible en el tiempo como empresa, presenta un índice de liquidez adecuado que puede respaldar los pasivos que se generan en la empresa. Tiene una Tasa Interna de Retorno que cumple la condición de ser mayor a la rentabilidad esperada por los inversionistas y por lo tanto puede concluirse que el plan de negocios debería llevarse a cabo.

8.3 Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO VARIOS PRODUCTOS						
año 1						
Productos	Cantidad	%	Precio de Venta	C. Vble Unitario	M. Contrib. Unitario	% Margen Contribución
Producto 1	56.160	100%	\$ 6.500	\$ 5.318	\$ 1.182	18%
TOTAL	56.160		\$ 6.500	\$ 5.318	\$ 1.182	
COSTOS FIJOS TOTALES				\$ 64.390.980		
PRECIO DE VENTA PONDERADO				\$ 6.500		
PUNTO DE EQUILIBRIO (Uds)				54476		
PUNTO DE EQUILIBRIO (\$)				\$ 354.095.914		
PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRODUCTO						
PRODUCTO	P.E (Unidades)		P.E (\$)			
Producto 1	54476		\$ 354.095.914			

Tabla 36. Punto de Equilibrio. Fuente: Propia

El Punto de Equilibrio del producto Propoleotos en el primer año es de 54.476 unidades.

8.4 Consideraciones Sociales

El emprendimiento, la creación de empresa, la generación de empleo y el ofrecer a la población un producto natural que alivie los malestares gripales como la tos y molestias en la garganta, son los principales alicientes que mueven la implementación y puesta en marcha de este proyecto.

La elaboración del producto Propoleotos, ayuda a mejorar el nivel de vida no solo de los accionistas de la empresa, sino también de aquellos que tienen que ver con cada uno de los

procesos de la empresa y lo más importante es la verdadera satisfacción del cliente al ver aliviadas sus dolencias con los beneficios del producto aumentando su calidad de vida.

8.5 Consideraciones Ambientales

El producto Propoleotos se envasa en un recipiente plástico, el cual es considerado para tener o contener productos alimenticios, farmacéuticos, cosméticos, de aseo, deportivos, agroquímicos, veterinarios, electrónicos, automotriz entre otros, por ser químicamente inertes y envasar con absoluta seguridad para los consumidores.

En cuanto a las políticas para el reciclaje o tratamiento de nuestros envases, no se ha determinado aún las actividades o acciones a realizar.

9. Consideraciones Finales del proyecto y Recomendaciones

La elaboración de este Plan de Negocio ha sido una experiencia muy edificante, el cual me ha permitido poner en práctica aspectos importantes vistos en la carrera de Administración Comercial y de Mercadeo en la Institución Universitaria ESUMER.

La orientación oportuna y siempre diligente de cada uno de los docentes a lo largo de la carrera ha sido muy importante para la adquisición y afianzamiento de conocimientos.

La materialización de los conocimientos adquiridos en la formulación de este Plan de Negocio, evidencia que es importante el contacto con la academia y el inculcar en nosotros un permanente espíritu investigativo para generar conocimiento.

La elaboración de este Plan de Negocio, pretende ser una alternativa de crear empleo, generar emprendimiento y dinamizar la economía, buscando con ello la sostenibilidad en el tiempo del proyecto.

10. Fuentes de Información

Bibliografía y Cibergrafía

Trespalacios Juan, Vásquez R, Bello L, (2005) *Investigación de Mercados (1ª.Ed.)*. Madrid, España.

http://www.exportapymes.com/documentos/productos/Ie1945_colombia_productos_naturales.pdf

http://www.wipo.int/export/sites/www/tk/en/resources/pdf/medical_tk.pdf

<http://www.urosario.edu.co/Administracion/documentos/Documentos-de-Investigacion/BI-104-Web/>

<http://www.asonatura.com/files/COLOMBIA%20Y%20EL%20BIOCOMERCIO.pdf>

www.dinero.com/imprimir/28439

www.valledelcauca.gov.co/agricultura/descargar.php?id=6253

<http://www.minsalud.gov.co/salud/Paginas/Infecciones-Respiratorias-Agudas-%28IRA%29.aspx>

http://www.cgm.gov.co/medio_ambiente/Indicadores%20Ambientales/Indicadores%20Ambientales/Indicadores%20Ambientales%20municipio%20de%20Medell%C3%ADn%202013.pdf

https://www.invima.gov.co/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=168&Itemid=229&limitstart=5

<https://bitacorafarmaceutica.wordpress.com/2009/09/28/mercado-naturista-en-via-de-expansion-colombia/>

https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/pccdesign/SubportaldelCiudadano_2/PlandeDesarrollo_0_17/IndicadoresyEstadsticas/Shared%20Content/Encuesta%20Calidad%20de%20Vida/ECV2013/PDFs/01Poblaci%C3%B3n.pdf

<https://www.google.com/maps/place/Bosques+De+San+Pablo,+Medell%C3%ADn,+Antioquia,+Colombia/@6.2656565,-75.5861145,14z/data=!4m2!3m1!1s0x8e44292536ea49eb:0x3e54fd3de7526f51>

<https://www.invima.gov.co/images/pdf/salas-especializadas/productos-naturales/2014/Listado%20de%20Plantas-%20v%20jul%202014.pdf>

<http://www.radiosantafe.com/2014/10/09/gobierno-colombiano-reafirma-necesidad-de-controlar-venta-de-medicamentos-naturistas/>

<http://www.finanzaspersonales.com.co/impuestos/articulo/por-que-vale-pena-constituirsas/37888>

http://www.anla.gov.co/documentos/318_Sauco.pdf

http://www.konfirma.com.co/Portals/0/Users/001/01/1/CCMA_Formulario_Inscripcion_20140217.pdf

<http://www.esu.com.co/esu/images/Descargables/PDF/Normatividad/AcuerdosMunicipales/Acuerdo64estatutotributario2012.pdf>