

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE GOMAS AROMÁTICAS EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ**

**VERONICA JULIETH SUAREZ SALAS ID. 490630
MARTHA MILENA ROJAS BARRETO ID. 486533**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTÁ – COLOMBIA
2018**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
DE GOMAS AROMÁTICAS EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ**

VERONICA JULIETH SUAREZ SALAS ID. 490630

MARTHA MILENA ROJAS BARRETO ID. 486533

PROFESOR PROYECTO DE GRADO:

MANUEL RICARDO REY ROMERO

Administrador De Empresas

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BOGOTÁ – COLOMBIA

2018

TABLA DE CONTENIDO

Capítulo 1. Generalidades

Descripción del problema.....	3
Pregunta de Investigación.....	5
Árbol de Problemas	6
Objetivos.....	7
Objetivo general.	7
Objetivos específicos.....	7
Justificación.....	8
Marco teórico.....	9-10
Metodología	10
Cronograma.....	11
Presupuesto.....	11
Capítulo 2. Estudio de Mercado	11-12
Descripción del producto.....	12-13-14-15
Segmentación del Mercado.....	15-16-17
Innovación del Producto	17-18
Análisis de la Competencia.....	19-20-21-22
Competidores Indirectos.....	23
Análisis Dofa.....	24-25-26
Análisis Dofa Competencia.....	27
Marketing Mix.....	28-29
Estrategia de Producto.....	30

Estrategia de Plaza	31
Cadenas Productivas.....	31-32
Capítulo 3. Estudio Técnico.....	33
Descripción del Proceso.....	33-34-35-36
Localización del Proyecto.....	36-37
Materia Prima	38
Planta física.....	40-41
Controles de Calidad.....	42
Capítulo 4. Estudio Administrativo y legal	43-44
Control De Desperdicios.....	45
Objeto Social	47
Capítulo 5. Estudio Financiero	43-44
Inversión Inicial.....	48
Tabla de Amortización.....	49-50
Inversión en Gastos.....	51
Proyección en Ventas.....	52
Estado de Resultados.....	53
Flujo de Efectivo	57
Estado de Resultados	58
Balance General Proyectado	59
Factibilidad el proyecto	60
Referencias Bibliográficas.....	61
Anexos.	

CAPITULO 1. GENERALIDADES

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Actualmente existen diversos productos de aromáticas en el mercado, pero muy pocos llegan a distribuir sus productos ya que debe realizarlo a través de intermediarios y de esta manera estas empresas monopolizan el mercado llevándose toda la rentabilidad de los proyectos realizados por los productores minoritarios.

Este mercado es dinámico y cambiante sin embargo hay algunas industrias que han tomado fuerza y realizan sus innovaciones, desarrollando nuevos objetivos de mercado, ofertas de producto y nuevas líneas, empaques y presentaciones.

En Colombia, la mayoría de las empresas que requieren plantas aromáticas las adquieren en el exterior, importan su materia prima, esto es paradójico en un país que tiene el potencial para cubrir su demanda y generar excedente, pero la falta de cantidad y continuidad por parte de los productores obliga a que esto ocurra (Duque, s.f.).

Las plantas consideradas como aromáticas tienen una característica principal, es el uso culinario; son utilizadas para la preparación de alimentos, condimentos o productos de consumo fresco utilizado en la preparación como infusiones (Amado, s.f.).

La Stevia (rebaudiana Bertoni) es una planta que regula el azúcar en la sangre, que reduce la presión arterial, que regula el aparato digestivo en general, actúa favorablemente en muchas personas con ansiedad, reduce la grasa en personas obesas y es diurética. A su vez es muy útil

para las personas diabéticas puesto que tiene efectos beneficiosos en la absorción de la grasa y la presión arterial.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cuáles son las condiciones del mercado, técnicas, financieras y legales para realizar un estudio de factibilidad para la producción y fabricación de Gomas aromáticas?

ÁRBOL DE PROBLEMAS



OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la fabricación y comercialización del producto Natural Gums en la ciudad de Bogotá.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Definir estrategias adecuadas para la comercialización del producto.

Diseñar un plan de negocio de acuerdo con las necesidades del mercado.

Establecer la constitución legal y estratégica del negocio.

Determinar los rubros financieros principales del proyecto que permitan conocer su viabilidad financiera y económica.

Evaluación del proyecto para identificar la viabilidad de la fabricación y distribución del producto Natural Gums.

JUSTIFICACIÓN

Esta idea de fabricación y comercialización de nuestro producto nace como una nueva forma de disfrutar los beneficios de las hierbas aromáticas en presentación de gomas coloridas, naturales y solubles al contacto con el agua caliente. Estas aromáticas están hechas con ingredientes 100% natural como endulzante principal la Stevia, producto cultivado y propio de nuestra región con todas sus características junto con las diferentes plantas medicinales como lo son la yerbabuena, manzanilla, albahaca entre otras, que al introducirse en agua caliente 80° C temperatura, para que el producto se diluya con facilidad sin dejar muestras de ningún producto, únicamente su color y sabor concentrados en el agua, ideal para personas que no les gusta el azúcar o le es perjudicial para la salud. se disuelve ocasionando el mismo efecto que las bolsas aromáticas tradicionales de una forma innovadora y llamativa.

Los competidores más importantes de la bebida aromática de frutas tienen aspectos negativos, mientras que esta puede ser consumida por todos los segmentos, también un aspecto negativo que se ha investigado es el azúcar para los diabéticos y obesos, pero esto se corrige fácilmente utilizando endulzantes especiales como el aspartame, lo que podría ser una fabulosa extensión de línea para la aromática de frutas. (Murillo,2005).

El desarrollo del plan de negocios es satisfactorio a nivel académico teniendo en cuenta que permite realizar una investigación y análisis exhaustivo los cuales van a ampliar nuestra visión como futuros empresarios y poder demostrar los beneficios de las gomas aromáticas, Con esta investigación se puede establecer un negocio rentable a partir de la fabricación y comercialización de las gomas aromáticas producto innovador y natural.

MARCO TEÓRICO

La fabricación y comercialización de las gomas aromáticas surgen como una nueva forma de disfrutar los beneficios de las hierbas aromáticas en presentación de gomas coloridas, naturales y solubles al contacto con el agua caliente o fría. Estas aromáticas están hechas con ingredientes 100% natural como endulzante principal la Stevia, producto cultivado y propio de nuestra región con todas sus características junto con las diferentes plantas medicinales como lo son la yerbabuena, manzanilla, albahaca entre otras, que al introducirse en agua caliente 80° C temperatura, para que el producto se diluya con facilidad sin dejar muestras de ningún producto, únicamente su color y sabor concentrados en el agua, ideal para personas que no les gusta el azúcar o le es perjudicial para la salud. se disuelve ocasionando el mismo efecto que las bolsas aromáticas tradicionales de una forma innovadora y llamativa.

El Centro de Investigación para el Desarrollo (CID) de la Universidad Nacional de Colombia, considera que los productos de las PAMC son utilizados: como plantas de consumo en fresco, para uso culinario y medicinal; como deshidratados o pulverizados, para la preparación de tisanas, uso condimentario y medicinal; como ingredientes naturales para la industria farmacéutica, cosmética y alimentaria; y como productos terminados con fines farmacéuticos, cosméticos y culinarios. El uso tradicional de las plantas aromáticas, un tanto diferente a su uso comercial, se basa en teorías, creencias y experiencias de los oriundos de las diferentes culturas, sean estas explicables o no. La ventaja de la tradición, en este caso el uso de las aromáticas es que encierra un conocimiento empírico valioso que puede ser utilizado con fines comerciales; el riesgo está en que ese REV. COLOMB. CIENC. HORTIC. 116

conocimiento, si no se formaliza o aprovecha, se puede perder (Ceuta, 2000; Aguilera, 2003; Arruda y Vieira, 2003; Marcus, 2003).

Stevia: Planta de origen tropical (Paraguay), tiene un comportamiento distinto del natural en climas mediterráneos, donde los días acortan mucho durante el otoño-invierno, provocando así una parada importante en el crecimiento de la planta (en cambio, en las islas Canarias su comportamiento es más similar al de sus orígenes tropicales).

Los objetivos del plan de negocios son, servir de guía para iniciar un negocio y poderlo gestionar que permita ser más eficiente al planear, coordinar, organizar y controlar las actividades y los recursos; el segundo objetivo es conocer la rentabilidad y la viabilidad del proyecto para saber si vale la pena realizarlo o no; y por último demostrar lo llamativo que es el negocio al momento de solicitar un préstamo.

“1. Generar al interior de la Universidad la cultura de la producción intelectual, científica y de innovación, fundada en la investigación. 2. Conformar, fortalecer y consolidar los grupos de investigación y el semillero de jóvenes investigadores. 3. Cualificar el ejercicio docente mediante la actividad investigativa con el fin de enriquecer el modelo pedagógico.” (Universidad de la Salle, 2008). *Revista Inclusión y Desarrollo*, 5 (2) 2018, 81-95

Salomón (2002) advirtió que las universidades tradicionalmente han tenido tres funciones: la producción del conocimiento, la enseñanza del conocimiento acumulado y la preservación. Lo excepcional hoy es, que los medios tecnológicos actuales reemplazan de manera veloz a los anteriores, especialmente lo que es muy preocupante es la función de la enseñanza y aprendizaje. Es preocupante por la facilidad con la que los estudiantes pueden encontrar abundante información en estos medios. *Revista Inclusión y Desarrollo*, 5 (2) 2018, 61-76

Antonio y Rusel Bolívar (2014) la Universidad es un entorno que no solo enseña, sino que socializa pensamiento y relaciones, en las ciencias y en la sociedad. Ellos sostienen que la

información que se puede transmitir digitalmente no es nunca conocimiento, precisa un proceso de conversión, mediado y reconstruido socialmente. Revista Inclusión y Desarrollo, 5 (2) 2018, 61-76

Podemos comprender que para ese proceso de transformación de una cultura de violencia a una cultura de paz, es fundamental un cambio en la enseñanza que promueva la transformación social, hacia una sociedad no violenta en donde la cultura del respeto, la tolerancia, de la paz sea la protagonista en el día a día de la sociedad (Fisas Vicent, 1998). Revista Inclusión y Desarrollo, 5 (2) 2018, 99-118

“La observación participante consiste en residir durante largos periodos en el lugar donde se adelanta la investigación con el propósito de observar aquello que es de interés del etnógrafo” (Restrepo, 2016). Revista Inclusión y Desarrollo, 5 (2) 2018, 99-118

METODOLOGÍA

Se realizará una investigación cuantitativa por medio de la cual se identificarán los hechos, procesos y estructuras en su totalidad, lo anterior para poder interactuar con los sujetos de estudio.

La investigación cuantitativa da cuenta de la credibilidad de la comunicación, o de los conceptos y los beneficios ofrecidos. Los estudios cuantitativos observan al individuo encuestado y también observan el producto u objeto de la investigación sobre la que se encuesta y que es el estímulo generador de determinadas conductas entre los individuos.

Con el objeto de estudiar las características del producto se indaga en las diferentes formas de elaborarlo, adelantando entrevistas con expertos, personas vinculadas a instituciones que desarrollen elementos similares y material disponible sobre el tema con el propósito de determinar aspectos tecnológicos y económicos que permitan un acercamiento a la implementación del proyecto.

Se llevarán a cabo entrevistas y encuestas para recopilar información importante que permita identificar aspectos relevantes.



CRONOGRAMA

NOVIEMBRE				
ACTIVIDADES	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
Análisis del proyecto				
Descripción del problema				
Desarrollo Marco teórico				
Socialización con el Docente				
Retroalimentación y ajustes				

PRESUPUESTO

INVERSIÓN	
DETALLE	MONTO
ACCESO A INTERNET	\$ 40.000
UTILES DE OFICINA	\$ 10.000
TRANSPORTES	\$ 40.000
REFRIGERIOS	\$ 25.000
IMPREVISTOS Y OTROS	\$ 12.000
TOTAL	\$ 127.000

CAPITULO 2. ESTUDIO DE MERCADO

Actualmente existen diversos productos de aromáticas en el mercado, pero muy pocos llegan a distribuir sus productos ya que debe realizarlo a través de intermediarios y de esta manera estas empresas monopolizan el mercado llevándose toda la rentabilidad de los proyectos realizados por los productores minoritarios [RV1] . Crece Negocios (2015).

Este mercado es dinámico y cambiante sin embargo hay algunas industrias que han tomado fuerza y realizan sus innovaciones, desarrollando nuevos objetivos de mercado, ofertas de producto y nuevas líneas, empaques y presentaciones [RV2]. TRAUB, Pablo. (2014)

“En Colombia, la mayoría de las empresas que requieren plantas aromáticas las adquieren en el exterior, importan su materia prima, esto es paradójico en un país que tiene el potencial para cubrir su demanda y generar excedente, pero la falta de cantidad y continuidad por parte de los productores obliga a que esto ocurra”. (Duque, Encuesta nacional de plantas medicinales y aromáticas. Una aproximación al mercado de las PMyA en Colombia)

“Las plantas consideradas como aromáticas tienen una característica principal, es el uso culinario; son utilizadas para la preparación de alimentos, condimentos o productos de consumo fresco utilizado en la preparación como infusiones” (AMADO, Miguel Andrés, (s.f) Monografía Cultivos de más alto valor en Colombia. Bogotá: Colinagro S.A).

La Stevia (rebaudiana Bertoni) es una planta que regula el azúcar en la sangre, que reduce la presión arterial, que regula el aparato digestivo o en general, actúa favorablemente en muchas personas con ansiedad, reduce la grasa en personas obesas y es diurética. A su vez es muy útil para las personas diabéticas puesto que tiene efectos beneficiosos en la absorción de la grasa y la presión arterial [RV3] . Trujillo, (2014) Scientia Agropecuaria vol.5 no.3.

2. DESCRIPCIÓN PRODUCTO

Las plantas aromáticas ofrecen muchas ventajas además de los beneficios económicos y para la salud, debido a las características de estas plantas. Esto unido a su intenso sabor, convierte a las plantas aromáticas en unas magníficas aliadas para la salud y bienestar del ser humano.

El plan de negocio para la creación de esta empresa que fabrica y comercializa aromáticas en goma dulce, cuidando la salud de las personas es importante implementar la Stevia siendo una de las varias opciones de sustitutos de azúcar disponibles. Vitónica (2015) afirma:

“Se dice que la Stevia es entre 100 y 300 veces más dulce que el azúcar, no contiene calorías o ningún macronutriente. La Stevia se ha promocionado como un endulzante ideal para aquellas personas que buscan bajar de peso y para las personas que quieren controlar su diabetes, ya que pueden reducir las calorías sin renunciar al sabor, ni afectar los niveles de glucosa o la respuesta de la insulina”.

Hoy en día podemos encontrar una gran variedad de alimentos y bebidas endulzados con Stevia. Soluble al contacto con el agua con ingredientes naturales y sin azúcar junto con un diseño y presentación bastante innovadora, muestra como objetivo central ofrecer un producto innovador y diferente. Sin olvidar el sabor tradicional, la nutrición y la calidad. A un precio acorde a las bondades y a la calidad de nuestros productos. Ingredientes 100% natural para bebida aromática, poseemos una gran variedad de sabores con características variadas de cada referencia.

Empaque del producto: Empacado por unidad en bolsas de polietileno que ayudan a conservar el producto fresco y protegido de agentes contaminantes externos, empacadas en cajas de 12 y 24 unidades con sabores surtidos (Albahaca, Apio Sidrón, Hierbabuena, Limoncillo, Manzanilla. Toronjil [RV1]) El producto se empaqa en bolsas de 500 gramos.

<i>PRODUCTO</i>	<i>IMAGEN</i>
<p>Infusión de Canela y Manzana en goma, bebida aromática con un sabor delicioso y perfecto para disfrutar en cualquier momento del día brindando beneficios al cuerpo.</p> <p>Apto para diabéticos.</p> <p>Sin Azúcar Añadido.</p> <p>Endulzado Naturalmente con Stevia.</p>	

Para Ellas: Infusión de manzanilla, flor de Jamaica, canela, anís estrellado y salvia bebida aromática en goma, perfecta para perder peso y sentirte única.

Apto para diabéticos

Sin Azúcar Añadido.

Endulzado Naturalmente con Stevia.



Infusión de té verde, piña, toronja, apio y alcachofa para preparar bebida aromática en goma refrescante perfecta para disfrutar en cualquier momento del día, para contribuir con el proceso digestivo.

Apto para diabéticos

Sin Azúcar Añadido.

Endulzado Naturalmente con Stevia.



<p>Infusión de Manzanilla con Anís, bebida aromática en goma, perfecta después de las comidas.</p> <p>Apto para diabéticos</p> <p>Sin Azúcar Añadido. Endulzado Naturalmente con Stevia.</p>	
<p>Infusión de Alcachofa, maracuyá, té verde aromática en goma, deliciosa infusión con grandes beneficios para proteger el hígado mejorando el metabolismo.</p> <p>Apto para diabéticos</p> <p>Sin Azúcar Añadido. Endulzado Naturalmente con Stevia.</p>	

3. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Análisis del consumidor

Este producto está dirigido a las familias colombianas hombres y mujeres mayores de 18 años ya que se tiene un hábito generalizado del consumo porque las personas buscan el cuidado de su salud, y como bebida caliente. El consumo de productos aromáticos en Colombia es superior

al consumo en otros países y los estratos que contribuyen a esta estadística son principalmente los estratos 2 ,3 ,4 y 5 teniendo en cuenta que es un producto económico en comparación con otros productos similares de la canasta familiar.

Se espera comercializar el producto en la localidad del Santafé en el Barrio San Diego (Centro Internacional) se contaría con una demanda de 259.580 (3.4% de la población de Bogotá) en el sector del Centro de Bogotá.

La localidad de Santa Fe ocupa el lugar número quince en tamaño poblacional, cuenta con presencia de hogares de nivel socioeconómico 2 y 3 principalmente, los cuales reciben por hogar unos ingresos mensuales promedio de \$2.600.000 aproximadamente, es una de las zonas comerciales donde se encuentran joyerías, almacenes de ropa y cueros, artesanías, salones de belleza, librerías, almacenes de regalos, zonas de restaurantes y comidas rápidas, agencias de viajes, gimnasio, bancos y corporaciones, estudio fotográfico, minimercado entre otros.

EDAD	DESCRIPCIÓN
ADULTOS > 18 AÑOS	En esta categoría se incluye los compradores de oficinas, algunas amas de casa, que ven en el producto de hierbas aromáticas una importancia moderada. Este es uno de los tipos de compradores que más atacaremos ya que son clientes potenciales, y compradores que pueden volverse habituales.
LOCALES COMERCIALES DISTRIBUIDORAS DE BARRIO ALMACENES DE CADENA CAFETERIAS	En este grupo de compradores están aquellos lugares dedicados a la estética, a la salud, a la belleza, los cuales consideran un elemento clave para ofrecer a sus clientes, para comercializar y para acompañar sus Productos. Requieren buen servicio y precio.

En este caso encontramos a los almacenes de cadena, tiendas de barrio, y otros en donde se pueda comercializar el producto de manera que, por sus grandes ventas, por su acceso al mercado y por su posicionamiento exigen descuentos (con el fin de obtener ellos mayor margen de ganancia) y un excelente servicio ya que, de no ser así, podría irse con la competencia.

LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

Este proyecto será implementado en la ciudad de Bogotá, el cual tiene las siguientes características:

BOGOTÁ

Bogotá es la capital de Colombia, oficialmente llamada Bogotá D.C., es la ciudad más grande de este país, está considerada como una de las metrópolis de mayor crecimiento en los últimos años de América del Sur, es una ciudad bastante cosmopolita, moderna y multicultural, a la que se le ha llamado La Atenas Sudamericana.



Bogotá, capital de la República de Colombia, fue fundada el 6 de agosto de 1538 por Gonzalo Jiménez de Quesada. Hoy cuenta con 6'865.997 habitantes, una extensión urbana aproximada

de 35 kilómetros cuadrados y se ubica al oriente de la Sabana de Bogotá a una altura de 2.630 metros sobre el nivel del mar. Las coordenadas geográficas de la ciudad son: Latitud Norte 4°35'56"57 Longitud Oeste de Greenwich 74°04'51"30.

Fuente: Bogotá - Campus - Universidad de los Andes



Datos de Encuesta

Lugar: Barrio San Diego Centro Internacional de la ciudad de Bogotá, en Colombia. Pertenece a la localidad de Santa Fe.

Total, encuestados: 100

Consumidores de bebidas calientes

Tabulación:

GENERO	EDAD
HOMBRE De 20 A 35 AÑOS	21
HOMBRE De 36 A 60 AÑOS	12
MUJER de 20 A 35 AÑOS	47
MUJER DE 36 A 60 AÑOS	20

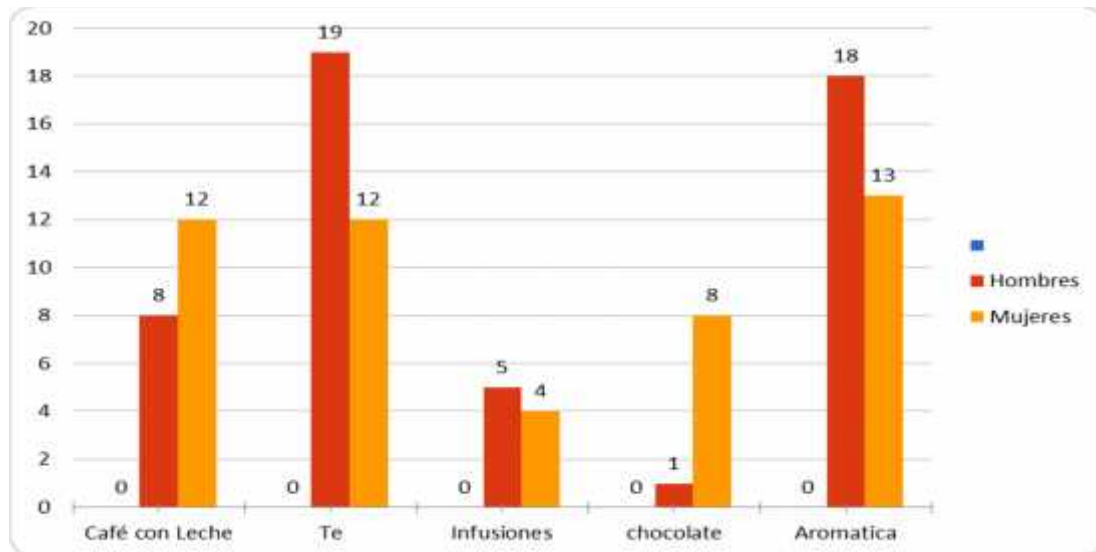
Número de Hombres: 33

Número de Mujeres: 67

1. ¿Qué bebida caliente le gusta consumir con mayor frecuencia?

- a. Café con leche
- b. Te
- c. Infusiones
- d. Chocolate
- e. Aromática

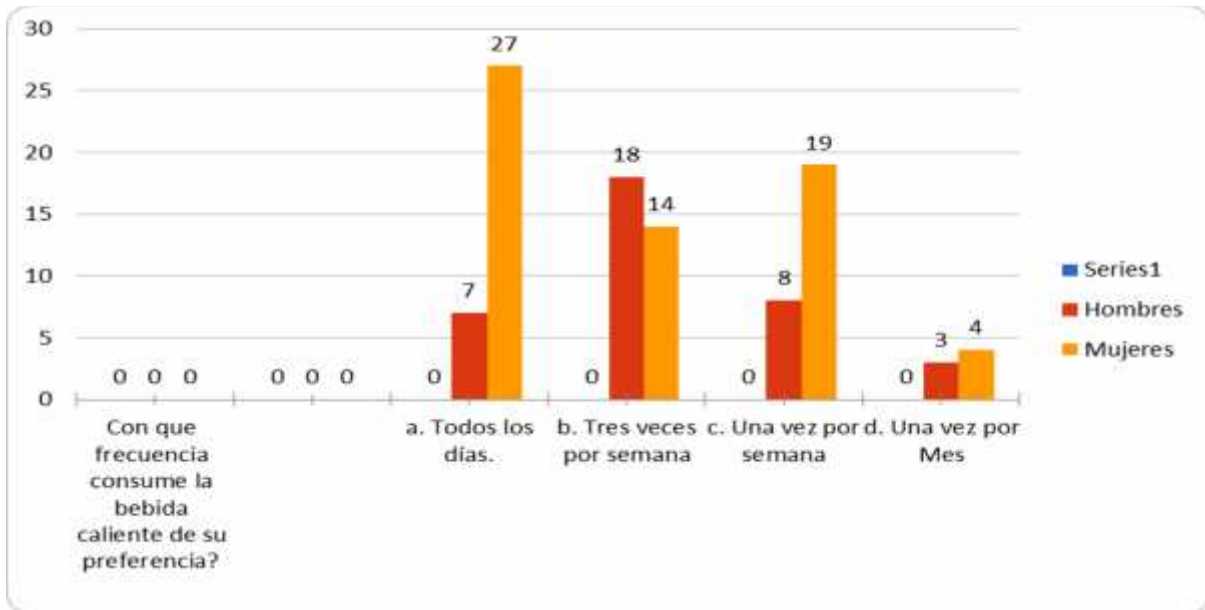
		Hombres	Mujeres		
A	Café con Leche	8	12	16%	24%
B	Te	19	12	37%	24%
C	Infusiones	5	4	10%	8%
D	chocolate	1	8	2%	16%
E	Aromatica	18	13	35%	27%



2. Con que frecuencia consume la bebida caliente de su preferencia?

- a. Todos los días.
- b. Tres veces por semana
- c. Una vez por semana
- d. Una vez por Mes

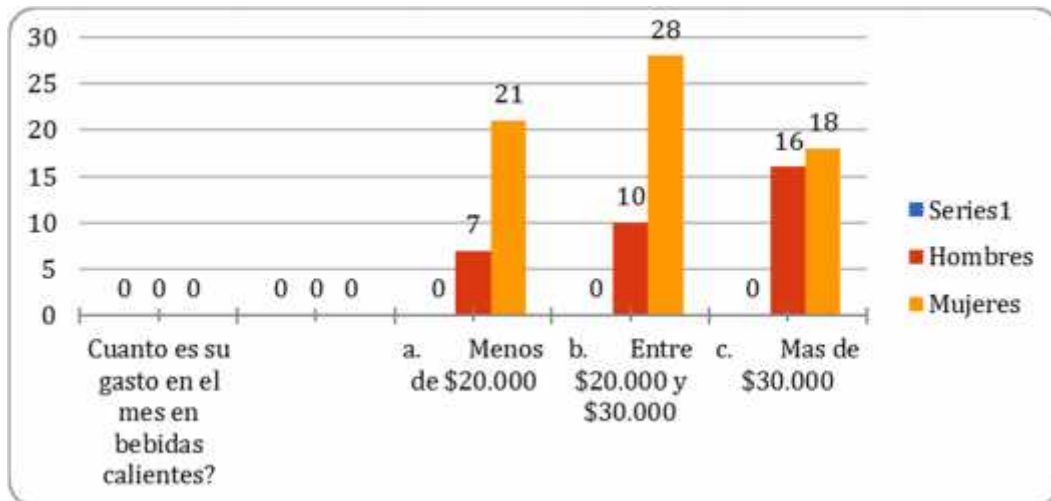
	Hombres	Mujeres		
a. Todos los días.	7	27	19%	42%
b. Tres veces por s	18	14	50%	22%
c. Una vez por sem	8	19	22%	30%
d. Una vez por Mes	3	4	8%	6%



3. Cuanto es su gasto en el mes en bebidas calientes?

- a. Menos de \$20.000
- b. Entre \$20.000 y \$30.000
- c. Mas de \$30.000

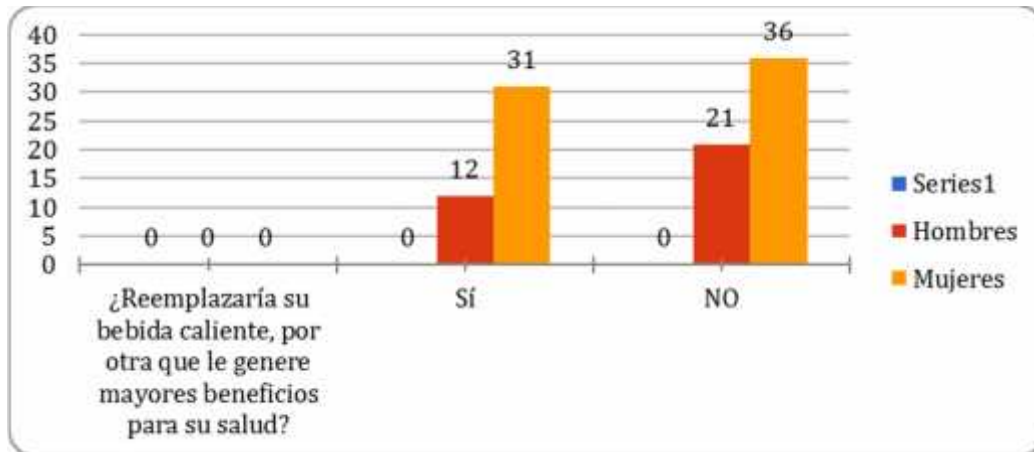
	Hombres	Mujeres		
a. Menos de \$20.000	7	21	21%	31%
b. Entre \$20.000 y \$30.000	10	28	30%	42%
c. Mas de \$30.000	16	18	48%	27%



4. ¿Reemplazaría su bebida caliente, por otra que le genere mayores beneficios para su salud?

Sí _____ No _____

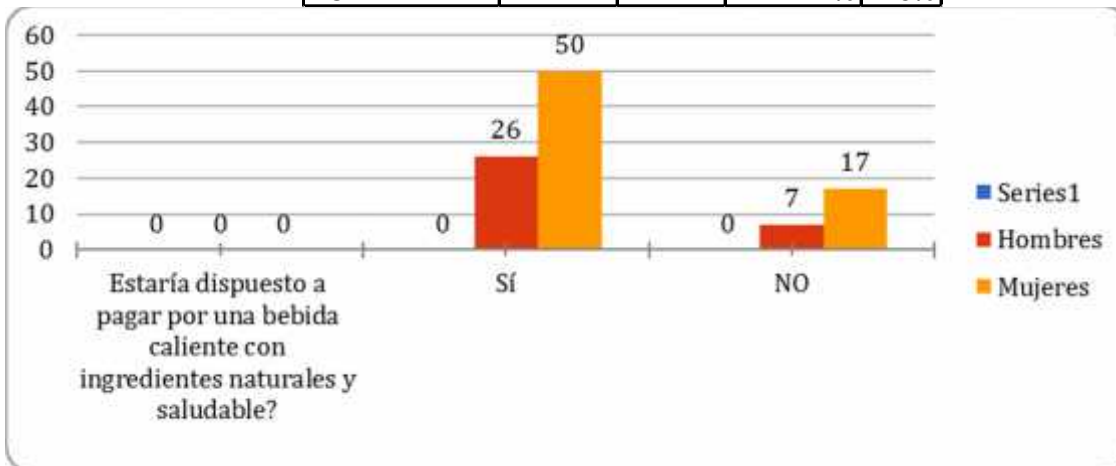
	Hombres	Mujeres		
Sí	12	31	36%	46%
NO	21	36	64%	54%



5. Estaría dispuesto a pagar por una bebida caliente con ingredientes naturales y saludable?

Sí _____ No _____

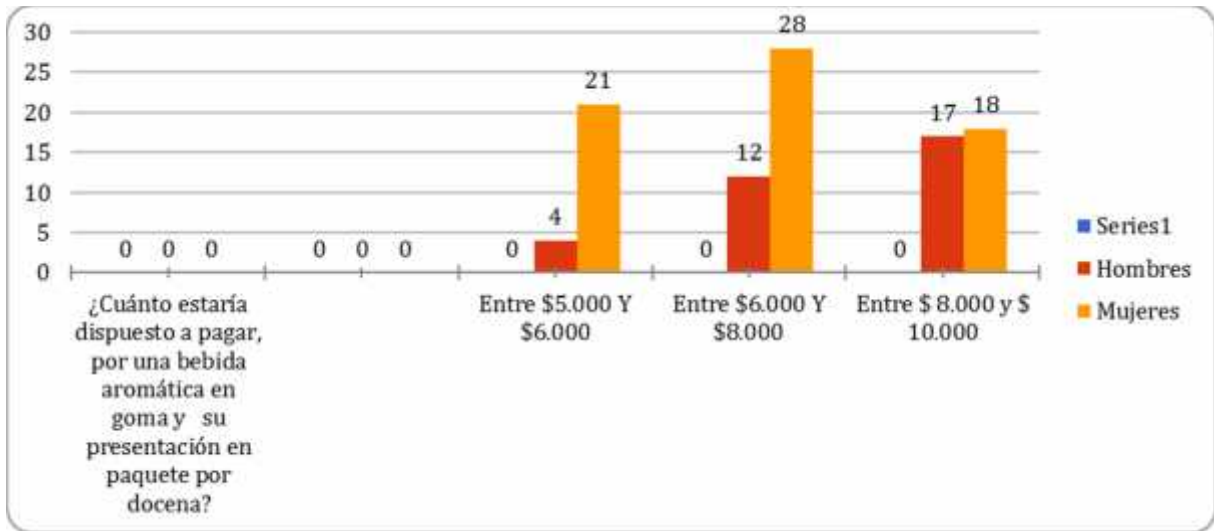
	Hombres	Mujeres		
Sí	26	50	79%	75%
NO	7	17	21%	25%



6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar, por una bebida aromática en goma y su presentación en paquete por docena?

- a) Entre \$ 5.000 y \$6.000
- b) Entre \$ 6.000 y \$8.000
- c) Entre \$ 8.000 y \$ 10.000

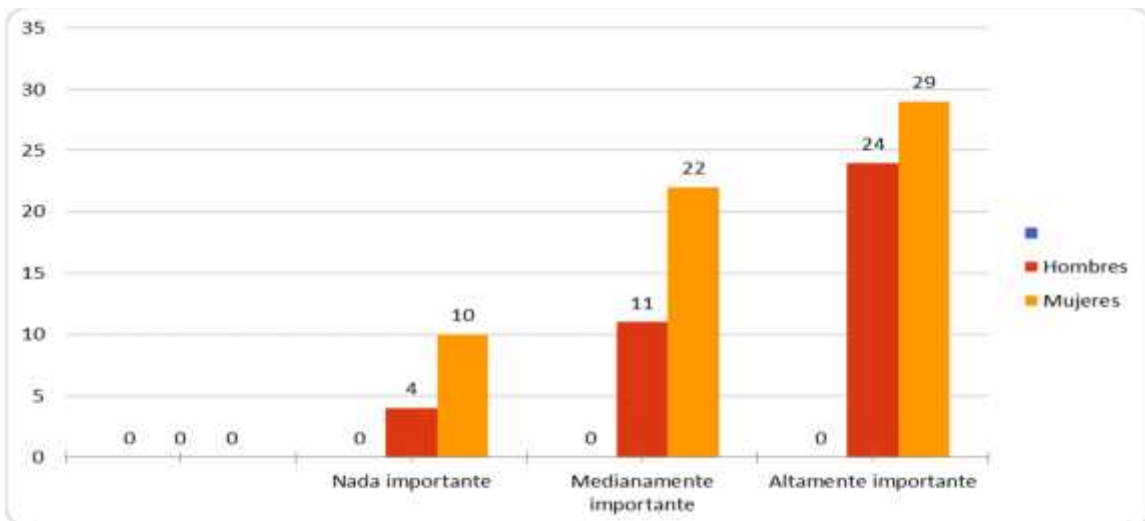
	Hombres	Mujeres		
Entre \$5.000 Y \$6.000	4	21	12%	31%
Entre \$6.000 Y \$8.000	12	28	36%	42%
Entre \$ 8.000 y \$ 10.000	17	18	52%	27%



7. ¿Qué escala de importancia le merece para usted tomar una bebida caliente y que sea saludable?

- a. Nada importante
- b. Medianamente importante
- c. Altamente importante

	Hombres	Mujeres		
Nada importante	4	10	10%	16%
Medianamente importante	11	22	28%	36%
Altamente importante	24	29	62%	48%



DÓNDE ESTÁ LA INNOVACIÓN DEL PRODUCTO

Esta idea de fabricación y comercialización de nuestro producto nace como una nueva forma de disfrutar los beneficios de las hierbas aromáticas en presentación de gomas coloridas, naturales y solubles al contacto con el agua caliente. Con este producto se busca sorprender en el mercado de una manera saludable ayudando a mantener una buena salud y a prevenir problemas como la diabetes o la hipertensión, entre otros males. Muestra de ello son las tradicionales recomendaciones de las abuelas: el agua de hierbabuena, para los dolores de estómago y la pesadez estomacal; la de caléndula, para la gastritis, y la de canela, para los cólicos menstruales.

Es apropiado consumirlas a cualquier momento del día ya que estas infusiones crean un factor protector de la mucosa gástrica y son cicatrizantes de úlceras y otros problemas gástricos. ¡Las aromáticas en goma son benditas! Si se consumen regularmente, en la noche ayudan a un buen dormir y en la mañana a un despertar agradable para un día largo y lleno de mucha actividad. Estas aromáticas están hechas con ingredientes 100% natural como endulzante principal la Stevia (endulzante no calórico), producto cultivado y propio de nuestra región con todas sus características junto con las diferentes plantas medicinales como lo son la yerbabuena, manzanilla, albahaca entre otras, que al introducirse en agua caliente 80° C temperatura, para que el producto se diluya con facilidad sin dejar muestras de ningún producto, únicamente su color y sabor concentrados en el agua, ideal para personas que no les gusta el azúcar o le es perjudicial para la salud. Se disuelve ocasionando el mismo efecto que las bolsas aromáticas tradicionales de una forma innovadora y llamativa.

Este proyecto que fabrica y comercializa aromáticas en goma dulce, soluble al contacto con el agua con ingredientes naturales y sin azúcar junto con un diseño y presentación bastante innovadora, muestra como objetivo central ofrecer un producto innovador y

diferente. Sin olvidar el sabor tradicional, la nutrición y la calidad. A un precio acorde a las bondades y a la calidad de nuestros productos, este producto en esta presentación “ Goma aromática “ no se encuentra aún en el mercado.



ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Una parte de la competencia son los proveedores que comercializan productos naturistas o bioenergéticas, así como multinacionales como “TIZANA” o “EL HINDÚ”, el mercado campesino, los productos sustitutos (sintéticos como los saborizantes artificiales, panela saborizada, y otros que contienen altos índices hormonales, Etc.). Estos productos amenazan

el mercado porque tienen un ciclo de vida más largo, algunos de ellos están bien posicionados y se distribuyen de una manera organizada.

La principal fortaleza frente a la competencia es la innovación, ya que no existe en el mercado un producto con las características ofrecidas, las propiedades energéticas, su presentación y que sea 100% natural para ello se espera patentar el producto ante la Superintendencia de Industria y Comercio de acuerdo con los requisitos de la entidad.


COMPETIDORES INDIRECTOS EN LA LÍNEA DE AROMÁTICAS

<i>EMPRESA</i>	<i>PRODUCTO</i>	<i>DESCRIPCIÓN</i>
Jaibel Ltda. 	Aromáticas 	Infusiones herbales de plantas como la albahaca, apio, manzanilla, hierbabuena, limonaria, toronjil, entre otras, que básicamente alivian el dolor de estómago, calmar las náuseas, ayudan a eliminar líquidos, combaten la úlcera y la gastritis.

<p>Termo aromas Ltda.</p> 	<p>Aromáticas</p> 	<p>Tisana (hierbas medicinales) de Colores, Tisana para la Noche, Tisana Kioto, Tisana Té Verde, Té Oriental Tradicional, Té Saborizado, Cóctel de Hierbas Té Herbal a Granel, Tisana Bombay, Harinas Bombay.</p>
<p>Tisanas Orquídea S.A</p> 	<p>Aromáticas</p> 	<p>Panela en Cuadros, Tisanas Aromáticas, Té en Papeleta, Té Verde, Roibo.</p>
<p>Hindú</p> 	<p>Aromáticas</p> 	<p>Té Original, Té Premium, Té Negro con Sabores, Té Verde, Té Rojo, Aromáticas, Infusiones Saludables, Pasión Frutal, Ice Tea, Tepuccino, Ola Frutal.</p>

<p>Hiplantro la Teresita (Envigado-Antioquia):</p> 	<p>Aromáticas</p> 	<p>Infusiones hechas con hierbas, frutas o especias, que se prepara mediante un proceso de sumergir en agua caliente y en este, las hierbas, frutas o especias sueltan sus aceites esenciales, dándole sabor y aroma.</p>
--	---	---

COMPETIDORES INDIRECTOS EN LA LÍNEA DE GOMAS

<i>EMPRESA</i>	<i>PRODUCTOS</i>	<i>DESCRIPCIÓN</i>
<p>Empresa de producción y comercialización de confitería - SUPER</p>	 <p>Gomitas Trululu Gusanos Gomitas Trululu Retro Gomitas Trululu Sabores Gomitas Trululu Aros Gomitas Trululu fresitas Gomitas Trululu Casquitos</p>	<p>Empresa productora de comestibles y productos de confitería.</p>

<p>COLOMBINA S. A</p>	 <p>Grissly Aros Grissly Delfin Grissly Ferias Grissly Clasica Grissly Corazon Grissly Gusanos Grissly Splash Acid</p>	<p>Compañía global de alimentos más de 84 años de experiencia en la fabricación y comercialización de alimentos.</p>
------------------------------	---	---

7. TIPO DE MERCADO

En el mercado de las aromáticas la competencia es perfecta, caracterizándose por la libertad de compra y venta de productos tipificados (semejante/parecido/ y/o igual teniendo en cuenta la innovación del producto) existe libertad para compradores y vendedores. No hay control sobre los precios ni reglamentos para fijarlos.

8. ANALISIS DOFA

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none">• Falta de experiencia en el mercado Nacional e internacional.• Capital de trabajo limitado.• Empresa en iniciación de operaciones.• Falta de experiencia en la comercialización de productos alimenticios.• Poca fuerza de la marca debido a que no es conocida por los consumidores	<ul style="list-style-type: none">• Estructura organizacional pequeña y horizontal.• Baja estructura de Gastos Fijos.• Conocimiento de fabricación del producto.• Posibilidad a futuro de capitalización por parte de un fondo de riesgo.• El producto es novedoso y diferenciador• Alta capacidad de asumir riesgos de mercado.• Producción permanente que permite una oferta constante al cliente• Facilidad de manipulación y transporte del producto.

<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Una Investigación de Mercados realizada, con estadísticas actuales. • Incremento en la tendencia de productos orgánicos en el mercado. • Tratados de Libre Comercio con los mercados de los países alternos y sustitutos. • Alternativas y facilidades de Financiación por parte del sector financiero privado (BANCA COMERCIAL) y Público – (BANCOLDEX). • Mercado creciente debido a la tendencia marcada de productos saludables. • Alto poder adquisitivo de los consumidores. 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desplazamiento de la mano de obra a otros sectores productivos. • Oferta de la Materia Prima Orgánica con certificación. • Nuevos competidores. • Posicionamiento a largo plazo del producto en el mercado objetivo. • Escasez de proveedores colombianos con altos estándares de seguridad.
---	---

ANÁLISIS DOFA – COMPETENCIA

<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> · Falta de poder de negociación con los compradores. · Falta de información de mercado · Escasez de capital · No cuenta con página web · Faltan estrategias de Comercialización. 	<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> · Nuestro producto no contará con ninguna clase de químico será 100% natural. · Producto endulzado con Stevia · Tendencia hacia lo saludable y sano. · Aplica para todas las personas · Servicio de calidad que garantizara la buena imagen de nuestro producto.
--	---

OPORTUNIDADES

- La fácil accesibilidad a nuestro producto por tener un precio que se ajusta al mercado.
- Producto innovador

AMENAZAS

- Concentración de empresas compradoras
- Competencia desleal
- Marcas de precio más agresivas.
- Los productos competitivos no cubren con las expectativas de los clientes.

9. MARKETING MIX



ESTRATEGIAS DEL PRODUCTO

Un producto de calidad es muy importante para la satisfacción de una necesidad.

- Empleo de materias primas e insumos totalmente orgánicos sin la implementación de productos químicos.
- No perder las propiedades y características propias de las plantas al momento de la deshidratación.
- Presentación del producto en un empaque seguro, manteniendo en buenas condiciones el producto y que sea innovador para el consumidor.

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

Se va a crear un sitio WEB de la empresa, donde se colocará información acerca del producto, valor nutricional, características del producto, eventos en donde se ha compartido el producto, así mismo desde allí podrán hacer sus pedidos y sugerencias.

Promoción	Presencia en:	
PUBLICIDAD BTL	Página Web Wix Redes Sociales (WhatsApp, Facebook, Instagram, YouTube) Correos electrónicos	

El segundo método de marketing consistirá en Publicidad BTL, anuncios con mucha creatividad a través de las redes sociales, imágenes que logren captar la atención de las personas, utilizando el marketing digital, donde a través de fotos y videos llevemos a las personas al consumir el producto.

ESTRATEGIAS DE PRECIO

El precio de este producto varía de acuerdo con las temporadas, escasez, épocas de mayor o menor oferta. Por lo mismo es importante aplicar estrategias de precios que no representen una resistencia a la comercialización de nuestro producto.

- a. Definir un precio que sea realmente competitivo en el mercado.
- b. Aplicación de descuentos por grandes compras.

- c. Aplicar promociones en ciertas temporadas.

ESTRATEGIAS DE PLAZA

Inicialmente estará ubicado en una bodega en el Noroccidente de Bogotá, ya que cuenta con todas las condiciones favorables para lograr los objetivos del proyecto, las gomas aromáticas se despacharán desde el lugar donde se preparan.

La distribución de productos se llevará a cabo a través del servicio delivery a los consumidores.

Delivery (reparto o entrega) es una actividad parte de la función logística que tiene por finalidad colocar bienes, servicios, fondos o información directo en el lugar de consumo o uso (Al cliente final).

CADENAS PRODUCTIVAS

Las cadenas productivas son etapas que van desde la producción, su procesamiento, fabricación y entrega del producto final, donde cada una de las etapas de transformación se compone por un encadenamiento y en cada uno de estos eslabones contiene un proceso determinado orientado a mejorar las estrategias de producción para el país.

El marco de acción se centra en las cadenas productivas, donde el conocimiento del entorno tecnológico propende sustentar y justificar la inversión de recursos humanos y materiales en distintos proyectos de investigación, a partir de la vigilancia tecnológica como herramienta de direccionamiento estratégico.

Para la constitución de una Organización de Cadena debe contener los siguientes aspectos:

1. Mejora de la productividad y competitividad.
2. Desarrollo del mercado de bienes y factores de la cadena.

3. Disminución de los costos de transacción entre los distintos agentes de la cadena.
4. Desarrollo de alianzas estratégicas de diferente tipo.
5. Mejora de la información entre los agentes de la cadena.
6. Vinculación de los pequeños productores y empresarios a la cadena.
7. Manejo de recursos naturales y medio ambiente.
8. Formación de recursos humanos.
9. Investigación y desarrollo tecnológico.

En Bogotá-Cundinamarca se seleccionaron 17 apuestas productivas correspondientes a 6 cadenas agroindustriales, 4 de servicios y 7 de industria. Así mismo, se identificaron ciertos sectores promisorios.

AGROINDUSTRIA

Flores, frutales exportables, hierbas aromáticas y medicinales, hortalizas, lácteos con valor agregado, productos alimenticios procesados.

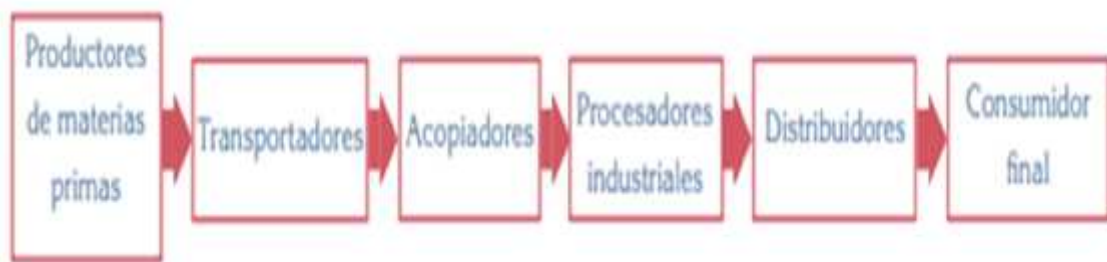


PLANTAS AROMÁTICAS Y MEDICINALES

La cadena de plantas aromáticas, medicinales, condimentarias y afines, el gobierno está realizando un trabajo con productores, comercializadores, universidades y centros de investigación para el desarrollo del Acuerdo Nacional de Competitividad.

Este cultivo se ha convertido en un importante componente del ingreso de la población rural, especialmente de pequeños y medianos productores y grupos de mujeres, por lo tanto, la cadena productiva sirve como escenario para diseñar estrategias encaminadas a proteger éste subsector productivo naciente y lo preparen para insertarse en los nuevos escenarios de comercialización, los cuales se están generando bajo las expectativas de una potencial exportación a países de economías desarrolladas.

Esquema de una cadena productiva



Adaptado de Onudi (2004). Manual de minicadenas productivas, Onudi (oficina regional en Colombia), Bogotá, 25 p.

CAPITULO 3. ESTUDIO TÉCNICO

FLUJOGRAMA PARA LA ELABORACIÓN DE LAS GOMAS AROMÁTICAS



1. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PARA LA ELABORACIÓN DE GOMAS AROMÁTICAS

Pasos para realizar

1. Para hacer las gomitas aromáticas, introduce todos los ingredientes (agua de hierbas aromáticas, gelatina, edulcorantes, Stevia, sabores y colores), en un recipiente y llevar a fuego lento. Remueve la mezcla sin parar durante 10 minutos. Es muy importante que no hierva para que los ingredientes no pierdan ninguna de sus propiedades. Para preparar las gomitas aromáticas utiliza agua y clasifica las hierbas, la gelatina es un compuesto inodoro e insípido que no contiene grasas, edulcorantes y saborizantes se añaden para dar a las gomitas su sabor.



2. Para dar forma a las gomitas aromáticas, coge una cubitera de silicona y píntala con el aceite de girasol. Utilizando un pincel de cocina o uno normal limpio que no suelte pelos. Las cubiteras son un recurso muy útil para crear gomitas aromáticas, puesto que los hay de muchas formas para escoger la que más nos guste.



3. Introduce la mezcla en los moldes de silicona y déjalo enfriar durante 12 horas. Pasado este tiempo, retirar las gomas aromáticas caseras de los moldes y colócalos sobre una base plana o recipiente. Si no tienes ningún molde de silicona, puedes coger una platera, pintarla con el aceite de girasol, dejar enfriar, cortar la pasta a trocitos y continuar con el siguiente paso.



4. Ahora es el momento de dar a estas gomas aromáticas caseras su toque más característico, la Stevia. Pon un poco en un plato y baña las gomas aromáticas con este endulzante.



5. Ya tienes tu goma aromática listos para consumir en infusión, es una receta muy sencilla hecha con productos saludables que no harán daños a los más pequeños de la casa, siempre que los tomen en cantidades moderadas.



Comercialización:

Se llevará a cabo a través de las visitas a las tiendas, en el punto de venta y centros comerciales mostrando el portafolio de las gomas aromáticas como producto innovador. También se dará a conocer el producto a través del marketing digital en redes sociales (WhatsApp, Facebook, Instagram, YouTube y página web) para que puedan realizar sus pedidos.

Distribución:

La distribución de productos se llevará a cabo a través del servicio delivery a los consumidores para compras al por mayor.

Delivery (reparto o entrega) es una actividad parte de la función logística que tiene por finalidad colocar bienes, servicios, fondos o información directo en el lugar de consumo o uso (Al cliente final).

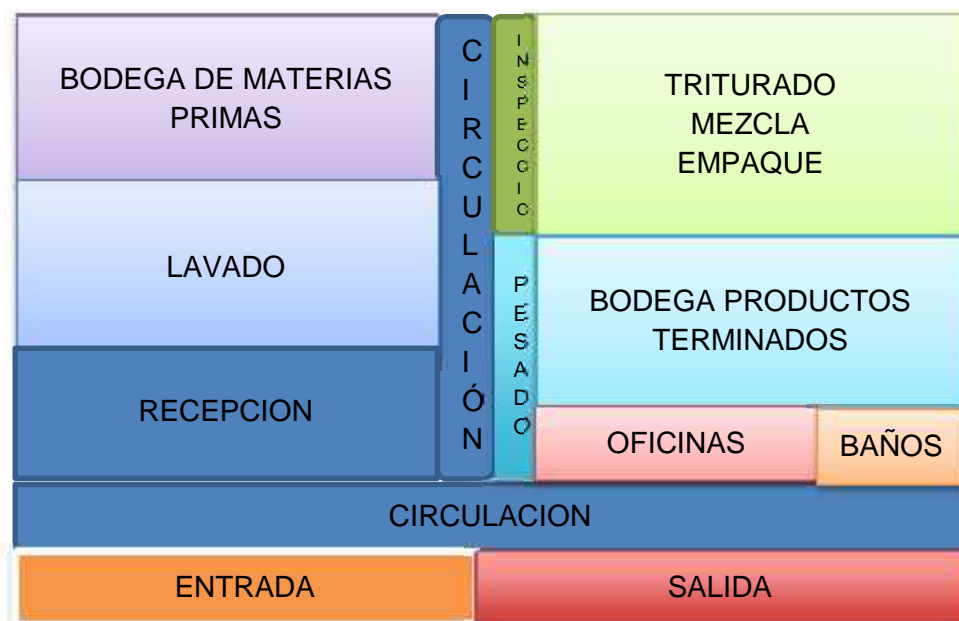
MATERIA PRIMA

- a. Stevia
- b. Gelatina sin sabor
- c. Colorantes
- d. Hierbas aromáticas
- e. Glucosa
- f. Almidón
- g. Agua

4. clientes

- a. Distribuidoras de barrio
- b. Almacenes de cadena
- c. Locales comerciales

6. planta física



Bodega de 500 mts²

REQUISITOS PARA LA PRODUCCIÓN

La mayoría de los requerimientos específicos se han definido en base a la Norma Técnica Colombiana para productos alimenticios, gomas, jaleas y marmelos, (NTC, 5592).

1. La temperatura de proceso que se debe obtener para la realización de gomas comestibles es la denominada: Fase de Hebra y Perla, para lo que se debe obtener una temperatura de 103 a 110°C.
2. La humedad máxima permitida es de 10 a 25% El porcentaje de azúcar debe ser de un 50% Debe poseer una textura suave, esponjosa.

PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL

Alcanzar la ebullición del jarabe aproximadamente a 90°C. Obtener la temperatura de proceso 103-110°C.

Tabla 1: requisitos técnicos obligatorios para gomas

Requisito	Contenido Máximo	Método de Ensayo
Humedad, %	3.0	NTE INEN 265
Pérdida de peso por rozamiento, %	10.0	
Dióxido de azufre, mg/kg	15.0	NTE INEN 266

Fuente: (Inen,2011)

MATERIALES Y MÉTODOS

Material instrumental y equipos

Material por ensayar, insumos y reactivos, los requeridos son:

- a. Stevia
- b. Gelatina sin sabor
- c. Colorantes
- d. Hierbas aromáticas
- e. Glucosa
- f. Agua
- g. Ácido cítrico

Equipos e instrumental, se requieren los siguientes:

- a. Batidora
- b. Termómetro
- c. Balanza
- d. Cocina
- e. Moldes
- f. Probetas 250 ml
- g. Pipetas 10 ml
- h. Recipientes de plástico

Cuadro 1: formulación para la obtención de goma.

INSUMOS	(%)
Gelatina	5.5
Agua (mezcla)	13
Stevia	40
Agua	20
Acido citrico	0.2
Colorante	0.2

Fuente: Grupo de trabajo. Estudiantes corporación Universitaria Uniminuto.

Manipulación de alimentos

La temperatura de proceso que se debe obtener para la realización de gomas comestibles una temperatura de 103 a 110°C.

Se deben tener medidas de higiene, y buenas prácticas de manufactura puesto que es un producto de consumo humano.

Realizar adecuadamente los procesos para obtener un buen producto.

CONTROLES DE CALIDAD DE LAS GOMAS

El control de calidad de las gomas debe poseer las siguientes características:

Valor organoléptico (calidad sensorial): Se debe tener en cuenta la forma y color, sabor y consistencia típica de las gomas.

Valor sanitario (Calidad higiénica): La tasa de gérmenes, infestación microbiana, sustancias tóxicas (Incluidos residuos indeseables), cuerpos extraños en nuestro producto.

Carecer de microorganismos patógenos o causantes de la descomposición del producto.

No deben de contener sustancias no permitidas ni sustancias contaminantes.

Se deben emplear conservantes autorizados.

Una humedad máxima de 15%.

Contenido de sacarosa de 68%.

Sustancias ligantes o aglutinantes máximos de 4% del peso total.

Valor nutritivo (Calidad fisiológica): Contenido de nutrientes, digestibilidad, utilidad,

adecuación dietética.

Valor de empleo (Valor de utilidad valor de uso): Envasado, capacidad de depósito, conservación, capacidad de porción, conveniencia, viscosidad (presentación atractiva).

REQUISITOS PARA SER MANIPULADOR DE ALIMENTOS.

Para ser manipulador de alimentos se requiere:

Ley 1122 de 2007 en la que se establecen las competencias del INVIMA.

1. Certificado de capacitación en educación sanitaria para el manejo adecuado de alimentos expedido por las Empresas Sociales del Estado ó capacitador particular autorizado por el ente rector de salud o quien haga sus veces en el Distrito Capital.

2. Reconocimiento médico con certificado sobre las condiciones del estado de salud del manipulador de alimentos.

1. Las personas Naturales y Jurídicas – establecimientos donde se, almacenen, distribuyan, transporten, expendan y manipulen alimentos que no estén considerados en el numeral anterior y que deberán obtener constancia de asistencia al curso de educación sanitaria en manejo adecuado de alimentos, mínimo una vez al año, el cual no podrá ser inferior a seis (6) horas.

CAPITULO 4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

MISIÓN

NATURALGUMS SAS, Se interesa por tener un clima laboral óptimo en todas sus áreas y así mismo se preocupa por mantener a sus clientes satisfechos con un concepto de responsabilidad y cumplimiento. Nuestra proyección es ingresar a los diferentes mercados a nivel nacional.

VISIÓN

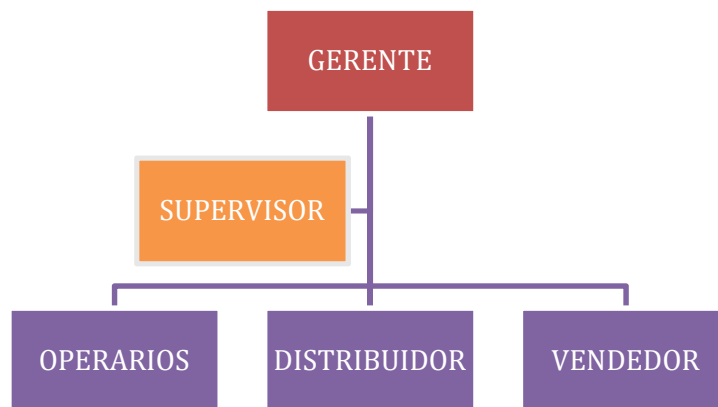
Nuestra empresa para el año 2025 se proyecta como una de las más reconocidas en la fabricación y comercialización de productos aromáticos innovadores a nivel nacional, gracias a la calidad de nuestro producto, a la planeación asertiva y al bienestar de sus empleados.

POLÍTICAS GENERALES

Proporcionar a los accionistas una rentabilidad atractiva, información veraz y oportuna, generación de valor y el fortalecimiento del buen nombre de la empresa. Construir relaciones a largo plazo con clientes y proveedores basadas en la integridad, respeto, espíritu de servicio y comunicación efectiva.

Contribuir con el desarrollo del país por medio del trabajo incansable y la búsqueda del mejoramiento continuo.

ORGANIGRAMA NATURAL GUMS SAS



CONTRATACIÓN DE EMPLEADOS

FUNCIONES

El **departamento de Producción** fábrica la producción más el stock objetivo que luego será comercializado por Ventas cumpliendo los objetivos de gastos.

El **departamento de Administración** contabiliza las facturas emitidas y recibidas, cobra a los clientes, paga a los proveedores y plantilla, y liquida los impuestos en las fechas correspondientes.

El **departamento de Marketing** colabora con el Comercial para conseguir más ventas y atender mejor a los clientes.

El **departamento de Recursos Humanos** gestiona a las personas para garantizar el cumplimiento de las distintas funciones en cada jornada y que los puestos estén siempre cubiertos, aplica las fórmulas de contratación más adecuadas en cada caso, remunera a los trabajadores y los mantiene motivados.

La **Dirección/Gerencia** marca los objetivos estratégicos a alcanzar por la empresa, y funcionales a alcanzar por cada departamento, y supervisa y coordina su cumplimiento, asignando recursos y presupuestos para cada uno.

CONTROL DE DESPERDICIOS

REGISTRO INVIMA

Obtener la autorización para Fabricar y/o envasar y comercializar un producto alimenticio con destino al consumo humano de alto, medio y bajo riesgo, ES RENOVABLE, el Registro Sanitario tiene una vigencia de 5 años, el Permiso Sanitario tiene una vigencia de 7 años, la Notificación Sanitaria tiene una vigencia de 10 años.

El INVIMA realizará una revisión previa de los documentos y le informará por correo si la solicitud fue aprobada.

Concepto		SMLDV	TARIFA \$
Certificaciones y Autorizaciones.			
Certificación de venta libre en formato OMS; Certificación de venta libre con observaciones específicas por registro sanitario, permiso sanitario, permiso de comercialización, notificación sanitaria obligatoria o Notificación Sanitaria de Alimentos.		3,59	\$ 93.489
2300	Notificación Sanitaria de Alimentos "NSA" de Bajo Riesgo (variedades de 1 a 10)	99	\$ 2.578.099

Fuente: Invima, 2018

Disposición de residuos líquidos:

Disponer de sistemas sanitarios adecuados para la recolección, el tratamiento y la disposición de aguas residuales, aprobadas por la autoridad competente.

El manejo de residuos líquidos dentro del establecimiento debe realizarse de manera que impida la contaminación del producto, del ambiente y del personal de la empresa.

Disposición de residuos sólidos:

Los residuos sólidos deben ser removidos frecuentemente de las áreas de producción, de manera que no generen olores y plagas.

El establecimiento debe disponer de recipientes e instalaciones para la recolección y almacenamiento temporal de los residuos sólidos.

2. Constitución de la empresa: legal, pasos crear empresa, permisos para hacer y distribuir los alimentos.

NATURALGUMS SAS Los suscritos identificados como aparece a continuación, hemos constituido mediante este documento una **SOCIEDAD ANÓNIMA SIMPLIFICADA**, la cual se registrará por la ley 1258 de 2008, y muy especialmente por los siguientes estatutos:

- 1. CONSTITUYENTES: VERONICA JULIETH SUAREZ SALAS**, mayor de edad, identificada con cédula de ciudadanía número 1.049.602.813 de Bogotá; **MARTHA MILENA ROJAS BARRETO**, mayor de edad, identificada con cedula de ciudadanía número 65.556.647 de Guamo Tolima, todas de nacionalidad colombiana y actuando en nombre e interés propio.
- 2. TIPO O ESPECIE.** La compañía que se constituye es **UNA SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA (S.A.S.)**, regulada por la Ley 1258 de 2008. Es una sociedad de naturaleza comercial. En lo no previsto en la Ley 1258 de 2008, se registrará por las disposiciones contenidas en estos estatutos, por las normas legales que rigen a la sociedad anónima y, en su defecto, en cuanto no resulten contradictorias, por las disposiciones generales que rigen a las sociedades previstas en el Código de Comercio. La inspección, vigilancia y control al momento de su constitución le está dada a la Superintendencia de Sociedades.

3. **DOMICILIO SOCIAL.** La sociedad tendrá como domicilio principal la ciudad de Bogotá, Cundinamarca, pero podrá abrir sucursales o agencias en cualquier parte del territorio nacional o en el exterior, para lo cual se procederá como aparece previsto en las normas correspondientes.
4. **NOMBRE DE LA SOCIEDAD ó RAZÓN SOCIAL:** La sociedad actuará bajo la denominación social “**NATURALGUMS SAS.**”.
5. **TÉRMINO DE DURACIÓN:** La duración de la sociedad es de veinte (10) años, contados a partir del REGISTRO MERCANTIL, correspondiente. La sociedad tendrá un término de duración definido, pero podrá disolverse cuando los socios así lo decidan con una mayoría singular o plural que represente cuando menos la mitad más una de las acciones presentes en la respectiva reunión, esta determinación se hará constar en documento privado que deberá ser inscrito en el registro mercantil.
6. **OBJETO SOCIAL:** Esta compañía se dedicará principalmente a las siguientes actividades:
 - a. Fabricación del producto Natural Gums en la ciudad de Bogotá.
 - b. La comercialización de las gomas aromáticas antes mencionadas.
 - c. La comercialización y transformación de plantas aromáticas de productores nacionales
 - d. La comercialización al por mayor y al detal
 - e. La compra y venta de productos, herramienta, maquinaria e insumos para el desarrollo de la actividad social de contado y a crédito.



Módulo 9. Registros, licencias y leyes regulatorias

Legislación vigente que regule la actividad económica y la comercialización de los P/S (urbana, ambiental, laboral y protección social, registros, tributaria, protección intelectual y ambiental)

Para la comercialización del producto debe cumplir con la Resolución 5109 de 2005 para etiquetado y rotulado de productos alimenticios para el consumo humano. Anexo 2
El decreto 612 de 2000 que reglamenta el registro de los productos regulados por el INVIMA donde se encuentra el producto ofrecido.

El decreto 60 del 2002 por el cual se promueve la aplicación del Sistema de Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico - HACCP en las fábricas de alimentos y se reglamenta el proceso de certificación.

El decreto 4444 de 2005 reglamenta el régimen de permiso sanitario para la fabricación y venta de alimentos elaborados por microempresarios.

Además de esto el cultivo debe cumplir con el POT del municipio. Las normas y conformaciones de la sociedad deben ir acordes con el código sustantivo de trabajo y con el código de comercio. La entidad reguladora del cultivo es el ICA y de la transformación, transporte y comercialización del producto es el INVIMA en todo el territorio nacional.

CAPITULO 5. ESTUDIO FINANCIERO

1. Inversión Inicial

El total de la inversión inicial estará dividida en dos montos: \$30.000.000 que se obtiene por medio de un préstamo con BANCOLOMBIA por medio de su línea de crédito que se llama Micro pymes, con un plazo de 4 años para su cancelación, sus socias respaldan el crédito como codeudoras y el monto restante equivale a \$5.500.000 que se pagara con el aporte de los socios.

NATURAL GUMS SAS					
NIT 900 000 000					
BALANCE INICIAL					
ACTIVO			PASIVO		
Activo Circulante			Pasivo Circulante		
Caja y Bancos	\$	30.000.000	Pasivo		
			Cuentas por Pagar	\$	-
Total Activo Circulante	\$	30.000.000	Total Pasivo Circulante	\$	-
Activo Fijo			Pasivo a Largo Plazo		
Equipo de Oficina	\$	2.000.000	Obligaciones financieras	\$	30.000.000
Muebles y enseres	\$	1.500.000			
Maquinaria y equipo de Operación	\$	2.000.000			
TOTAL	\$	35.500.000	TOTAL	\$	30.000.000
			PATRIMONIO		
			Capital Social	\$	5.500.000
			TOTAL PATRIMONIO	\$	5.500.000
			total activo	\$	35.500.000
			Pasivo+Patrimonio	\$	35.500.000

2. Tabla de Amortización Cuota fija

Tabla de Amortización Cuota Fija (Solicitud de Préstamo)				
TIPO DE PERIODO	Meses	Tasa	mensual	1,60%
TASA BASE DE INFORMACIÓN	Periódica	Tasa	efectiva anual	20,98%
TASA DE INTERES MENSUAL	1,60%	Cuota Fija		\$ 900.172,74
CAPITAL	\$ 30.000.000	Factor		(\$ 0,03000576)
NUMERO DE PERIODOS	48			

TABLA DE AMORTIZACION					
MES	SALDO INICIAL	CUOTA	INTERES	ABONO A CAPITAL	SALDO FINAL
1	30.000.000	900.173	480.000	420.173	29.579.827
2	29.579.827	900.173	473.277	426.896	29.152.932
3	29.152.932	900.173	466.447	433.726	28.719.206
4	28.719.206	900.173	459.507	440.665	28.278.540
5	28.278.540	900.173	452.457	447.716	27.830.824
6	27.830.824	900.173	445.293	454.880	27.375.945
7	27.375.945	900.173	438.015	462.158	26.913.787

8	26.913.787	900.173	430.621	469.552	26.444.235
9	26.444.235	900.173	423.108	477.065	25.967.170
10	25.967.170	900.173	415.475	484.698	25.482.472
11	25.482.472	900.173	407.720	492.453	24.990.019
12	24.990.019	900.173	399.840	500.332	24.489.686
13	24.489.686	900.173	391.835	508.338	23.981.349
14	23.981.349	900.173	383.702	516.471	23.464.877
15	23.464.877	900.173	375.438	524.735	22.940.143
16	22.940.143	900.173	367.042	533.130	22.407.012
17	22.407.012	900.173	358.512	541.661	21.865.352
18	21.865.352	900.173	349.846	550.327	21.315.025
19	21.315.025	900.173	341.040	559.132	20.755.892
20	20.755.892	900.173	332.094	568.078	20.187.814
21	20.187.814	900.173	323.005	577.168	19.610.646
22	19.610.646	900.173	313.770	586.402	19.024.244
23	19.024.244	900.173	304.388	595.785	18.428.459
24	18.428.459	900.173	294.855	605.317	17.823.141
25	17.823.141	900.173	285.170	615.002	17.208.139
26	17.208.139	900.173	275.330	624.843	16.583.296
27	16.583.296	900.173	265.333	634.840	15.948.456
28	15.948.456	900.173	255.175	644.997	15.303.459
29	15.303.459	900.173	244.855	655.317	14.648.142
30	14.648.142	900.173	234.370	665.802	13.982.339
31	13.982.339	900.173	223.717	676.455	13.305.884
32	13.305.884	900.173	212.894	687.279	12.618.605
33	12.618.605	900.173	201.898	698.275	11.920.330
34	11.920.330	900.173	190.725	709.447	11.210.883
35	11.210.883	900.173	179.374	720.799	10.490.084
36	10.490.084	900.173	167.841	732.331	9.757.753
37	9.757.753	900.173	156.124	744.049	9.013.704
38	9.013.704	900.173	144.219	755.953	8.257.750
39	8.257.750	900.173	132.124	768.049	7.489.702
40	7.489.702	900.173	119.835	780.338	6.709.364
41	6.709.364	900.173	107.350	792.823	5.916.541
42	5.916.541	900.173	94.665	805.508	5.111.033
43	5.111.033	900.173	81.777	818.396	4.292.637
44	4.292.637	900.173	68.682	831.491	3.461.146
45	3.461.146	900.173	55.378	844.794	2.616.352
46	2.616.352	900.173	41.862	858.311	1.758.041
47	1.758.041	900.173	28.129	872.044	885.997
48	885.997	900.173	14.176	885.997	0

3. Inversión de Costos proyectada

Es el punto de partida para la sostenibilidad del negocio y la continuidad para satisfacer la necesidad del mercado.

En los costos de mano de obra se toma como base el 7% del incremento del salario mínimo y la carga prestacional será pagada de acuerdo con la normatividad vigente ley 100 de 1993.

COSTOS DE MANO DE OBRA						
Descripción	Valor Unitario	Valor Total	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Remuneración Salarial	\$ 869.453	\$ 2.608.359	\$ 2.790.944	\$ 2.986.310	\$ 3.195.352	\$ 3.419.027
Aportes Parafiscales	\$ 31.250	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Aportes de Seguridad Social	\$ 164.233	\$ 492.698	\$ 527.187	\$ 564.090	\$ 603.576	\$ 645.827
Aportes de Prestaciones Sociales	\$ 186.120	\$ 558.359	\$ 597.444	\$ 639.265	\$ 684.014	\$ 731.895
Total a Pagar	\$ 1.251.055	\$ 3.659.416	\$ 3.915.575	\$ 4.189.666	\$ 4.482.942	\$ 4.796.748
Total por Año		\$ 43.912.995	\$ 46.986.904	\$ 50.275.988	\$ 53.795.307	\$ 57.560.978

NOMINA ADMINISTRATIVA						
Descripción	Valor Unitario	Valor Total	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Remuneración Salarial	\$ 869.453	\$ 1.738.906	\$ 1.860.629	\$ 1.990.873	\$ 2.130.235	\$ 2.279.351
Aportes Parafiscales	\$ 31.250	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Aportes de Seguridad Social	\$ 164.233	\$ 328.465	\$ 351.458	\$ 376.060	\$ 402.384	\$ 430.551
Aportes de Prestaciones Sociales	\$ 186.120	\$ 372.239	\$ 398.296	\$ 426.177	\$ 456.009	\$ 487.930
Total a Pagar	\$ 1.251.055	\$ 2.439.611	\$ 2.610.384	\$ 2.793.110	\$ 2.988.628	\$ 3.197.832
Total por Año		\$ 29.275.330	\$ 31.324.603	\$ 33.517.325	\$ 35.863.538	\$ 38.373.985

	cantidad empleados
Nomina administrativa	2
Mano de obra Directa	3
total	5

4. Inversión en Gastos

Se realiza la proyección para cinco años y se toma como base el IPC promedio de los últimos 12 años para realizar el incremento anual (4,2%).

GASTOS								PROMEDIO IPC		
	COSTO	PERIODO	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5	2007-2018		
GAS	\$ 80.000	MENSUAL	\$ 960.000	\$ 1.000.320	\$ 1.042.333	\$ 1.086.111	\$ 1.131.728	2007	5,69	
ENERGIA	\$ 200.000		\$ 2.400.000	\$ 2.500.800	\$ 2.605.834	\$ 2.715.279	\$ 2.829.320	2008	7,67	
TELEFONIA	\$ 100.000		\$ 1.200.000	\$ 1.250.400	\$ 1.302.917	\$ 1.357.639	\$ 1.414.660	2009	2	
AGUA	\$ 320.000		\$ 3.840.000	\$ 4.001.280	\$ 4.169.334	\$ 4.344.446	\$ 4.526.913	2010	3,17	
ARRIENDO	\$ 600.000		\$ 7.200.000	\$ 7.502.400	\$ 7.817.501	\$ 8.145.836	\$ 8.487.961	2011	3,73	
REGISTRO SANITARIO	\$ 2.578.000		\$ 17.600.000	\$ 18.255.200	\$ 18.937.918	\$ 19.649.311	\$ 20.390.582	2012	2,44	
total	\$ 3.878.000								2013	1,94
									2014	3,66
								2015	6,77	
								2016	5,75	
								2017	4,09	
								2018	3,4	
									50,31	
								Promedio	4,2	

MAQUINARIA Y EQUIPO	
Estufas industrial x 2	\$ 1.700.000
Caldero Olla industrial 140 litros	\$ 300.000
TOTAL	\$ 2.000.000

INSUMOS - MATERIA PRIMA				
PARA ELLAS				
1000 gomaz Canela -Manzana				
	Cantidad	Precio Uni	Precio Total	
Gelatina Sin Sabor	1500 gr	\$ 24	\$	35.500
Stevia	1000 gr	\$ 23	\$	23.000
Hierbas aromaticas	1200 gr	\$ 20	\$	24.000
Glucosa	700 gr	\$ 40	\$	28.000
		\$ 107	\$	110.500
HOMBRES Y MUJERES > 18 AÑOS				
1000 gomaz				
	Cantidad	Precio Uni	Precio Total	
Gelatina Sin Sabor	1500 gr	\$ 24	\$	35.500
Stevia	1000 gr	\$ 23	\$	23.000
Hierbas aromaticas	1200 gr	\$ 20	\$	24.000
Glucosa	700 gr	\$ 40	\$	28.000
		\$ 107	\$	110.500
LINEA SABORES SURTIDOS				
1000 gomaz Cuadros				
	Cantidad	Precio Uni	Precio Total	
Gelatina Sin Sabor	1500 gr	\$ 24	\$	35.500
Stevia	1000 gr	\$ 23	\$	23.000
Hierbas aromaticas	1200 gr	\$ 20	\$	24.000
Glucosa	700 gr	\$ 40	\$	28.000
		\$ 107	\$	110.500

Fuente: Propia

5. Proyección en Ventas

El precio de venta debe permitir cubrir los costos fijos y variables para generar un margen de utilidad, para ello se determinó un precio de venta de \$400 pesos unidad con una proyección de ventas de 30.000 unidades mensuales para un total de 360.000 unidades al año.

Para el primer año se tiene proyectado en todas sus líneas de gomaz un total de \$144.000.000 de pesos en ventas.

Proyección en Ventas			
	Unidades mensuales	TOTAL VENTAS EN EL AÑO	
	30.000	360.000	
total	\$ 12.000.000	\$ 144.000.000	
LINEAS			
	Unidades	Precio Venta	Total
PARA ELLAS	\$ 10.000	\$ 400	\$ 4.000.000
HOMBRES Y MUJERES > 18 AÑOS	\$ 10.000	\$ 400	\$ 4.000.000
LINEA SABORES SURTIDOS	\$ 10.000	\$ 400	\$ 4.000.000

Año 1	Costo 10,000	Costo año	Año 2	Costo 10,000	Costo año	Año 3	Costo 10,000	Costo año	Año 4	Costo 10,000	Costo año	Año 5	Costo 10,000	Costo año
\$ 48.000.000	\$ 1.105.000	\$ 13.260.000	\$ 50.880.000	\$ 1.110.000	\$ 13.320.000	\$ 53.760.000	\$ 1.120.000	\$ 13.440.000	\$ 56.640.000	\$ 1.130.000	\$ 13.560.000	\$ 59.520.000	\$ 1.140.000	\$ 13.680.000
\$ 48.000.000	\$ 1.105.000	\$ 13.260.000	\$ 50.880.000	\$ 1.110.000	\$ 13.320.000	\$ 53.760.000	\$ 1.120.000	\$ 13.440.000	\$ 56.640.000	\$ 1.130.000	\$ 13.560.000	\$ 59.520.000	\$ 1.130.000	\$ 13.560.000
\$ 48.000.000	\$ 1.105.000	\$ 13.260.000	\$ 50.880.000	\$ 1.110.000	\$ 13.320.000	\$ 53.760.000	\$ 1.120.000	\$ 13.440.000	\$ 56.640.000	\$ 1.130.000	\$ 13.560.000	\$ 59.520.000	\$ 1.130.000	\$ 13.560.000
\$ 144.000.000	\$ 3.315.000	\$ 39.780.000	\$ 152.640.000	\$ 3.330.000	\$ 39.960.000	\$ 161.280.000	\$ 3.360.000	\$ 40.320.000	\$ 169.920.000	\$ 3.390.000	\$ 40.680.000	\$ 178.560.000	\$ 3.400.000	\$ 40.800.000

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Ventas	\$ 144.000.000	\$ 152.640.000	\$ 161.280.000	\$ 169.920.000	\$ 178.560.000
Costo insumos	\$ 39.780.000	\$ 39.960.000	\$ 40.320.000	\$ 40.680.000	\$ 40.800.000
Costo Mano Obra	\$ 43.912.995	\$ 46.986.904	\$ 50.275.988	\$ 53.795.307	\$ 57.560.978

6. Punto de Equilibrio

En este proyecto se obtiene el punto de equilibrio al producir 23.762 unidades en el primer año en todas las líneas de producción y se debe vender \$114.055.718, ya que si sucede lo contrario la empresa entraría en pérdidas operativas y en un déficit de producción.

COSTOS VARIABLES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	COSTOS FIJOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
materia prima	\$ 39.780.000,00	\$ 39.960.000,00	\$ 40.320.000,00	SERVICIOS PUBLICOS	\$ 17.600.000,00	\$ 18.255.200,00	\$ 18.937.918,40
Mano de Obra	\$ 45.037.983,12	\$ 45.037.983,12	\$ 45.037.983,12	MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 29.275.329,76	\$ 31.324.602,84	\$ 33.517.325,04
TOTAL COSTOS	\$ 84.817.983,12	\$ 84.997.983,12	\$ 85.357.983,12	TOTAL COSTO FIJO	\$ 46.875.329,76	\$ 49.579.802,84	\$ 52.455.243,44
COSTO FIJO TOTAL	\$ 46.875.329,76	\$ 49.579.802,84	\$ 52.455.243,44				
COSTO VARIABLES	\$ 84.817.983,12	\$ 84.997.983,12	\$ 85.357.983,12				
VENTAS	\$ 144.000.000	\$ 152.640.000	\$ 161.280.000				
PUNTO DE EQUILIBRIO INGRESOS	\$ 114.055.718,97	\$ 111.881.068,23	\$ 111.429.885,69				
PUNTO DE EQUILIBRIO (UNIDADES)	23.762	21.989	20.727				
PUNTO DE EQUILIBRIO %	79,21	73,30	69,09				
SUMA COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES	\$ 131.693.312,88						
COSTO X UNIDAD DE PRODUCCIÓN	\$ 347						
%	\$ 62						
PRECIO DE VENTA	\$ 409						

Fuente: Propia

7. Estado De Resultados

El estado de resultados está proyectado para cinco años, se puede evidenciar detalladamente la forma como se obtuvo el resultado mediante los costos y gastos que dieron origen al ingreso, de esta manera la utilidad neta se va a dividir entre sus socios.

NATURAL GUMS SAS NIT 900 XXX XXX					
ESTADO DE RESULTADOS					
(corte al 31 de Diciembre del Año xx)					
Valores expresados en pesos colombianos					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Operacionales	\$ 144.000.000	\$ 152.640.000	\$ 161.280.000	\$ 169.920.000	\$ 178.560.000
Costo de Ventas	\$ 83.692.995	\$ 86.946.904	\$ 90.595.988	\$ 94.475.307	\$ 98.360.978
Utilidad Bruta	\$ 60.307.005	\$ 65.693.096	\$ 70.684.012	\$ 75.444.693	\$ 80.199.022
Gastos Operacionales	\$ 47.975.330	\$ 50.679.803	\$ 53.555.243	\$ 56.612.849	\$ 59.864.567
Utilidad Operacionales	\$ 12.331.676	\$ 15.013.293	\$ 17.128.769	\$ 18.831.845	\$ 20.334.454
Gastos Financieros	✓ \$ 5.291.760	✓ \$ 4.135.527	✓ \$ 2.736.682	✓ \$ 1.044.321	\$ -
Utilidad Antes Impuestos	\$ 7.039.916	\$ 10.877.766	\$ 14.392.087	\$ 17.787.524	\$ 20.334.454
Impuesto de Renta	\$ 2.393.571	\$ 3.698.440	\$ 4.893.310	\$ 6.047.758	\$ 6.913.714
Utilidad Neta	\$ 4.646.344	\$ 7.179.325	\$ 9.498.777	\$ 11.739.766	\$ 13.420.740

8. Balance General Proyectado

En este balance se puede evidenciar la situación patrimonial es decir los recursos con los que cuenta la empresa Natural Gums SAS y la manera como están siendo aprovechados en cada periodo por lo tanto la empresa esta suficiente capitalizada para cubrir las obligaciones de

manera eficiente durante la proyección.

NATURAL GUMS SAS Nit 900 XXX XXX						
BALANCE GENERAL						
Al 31 de Diciembre año XX						
Valores expresados en Pesos colombianos						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS	\$ 35.500.000	\$ 37.029.600	\$ 38.847.245	\$ 41.475.498	\$ 43.457.508	\$ 48.742.816
Efectivo	\$ 30.000.000	\$ 31.529.600	\$ 33.347.245	\$ 35.975.498	\$ 37.957.508	\$ 43.242.816
Propiedad	\$ 5.500.000	\$ 5.500.000	\$ 5.500.000	\$ 5.500.000	\$ 5.500.000	\$ 5.500.000
Depreciación Acumulada		\$ 1.100.000	\$ 2.200.000	\$ 3.300.000	\$ 4.400.000	\$ 5.500.000
PASIVOS	\$ 30.000.000	\$ 26.883.257	\$ 21.521.581	\$ 14.651.063	\$ 6.047.758	\$ 6.913.714
Obligacion Financiera	\$ 30.000.000	\$ 24.489.686	\$ 17.823.141	\$ 9.757.753	\$ -	\$ -
Impuestos		\$ 2.393.571	\$ 3.698.440	\$ 4.893.310	\$ 6.047.758	\$ 6.913.714
PATRIMONIO	\$ 5.500.000	\$ 10.146.344	\$ 17.325.670	\$ 26.824.447	\$ 38.564.213	\$ 51.984.953
Capital Social	\$ 5.500.000	\$ 5.500.000	\$ 5.500.000	\$ 5.500.000	\$ 5.500.000	\$ 5.500.000
Utilidad Ejercicio		\$ 4.646.344	\$ 7.179.325	\$ 9.498.777	\$ 11.739.766	\$ 13.420.740
Utilidad Acumulada			\$ 4.646.344	\$ 11.825.670	\$ 21.324.447	\$ 33.064.213
PASIVO + PATRIMONIO	\$ 35.500.000	\$ 37.029.602	\$ 38.847.251	\$ 41.475.510	\$ 43.457.508	\$ 48.742.816

Fuente: Propia

9. Flujo de Caja

Se puede evidenciar que el proyecto genera utilidades desde el primer año de funcionamiento y al analizar el comportamiento este siempre está en crecimiento demostrando así la liquidez

de la empresa a lo largo de los cinco años.

NATURAL GUMS SAS - NI 900 XXX XXX FLUJO DE CAJA						
(valores expresados en pesos colombianos)						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo inicial		\$ 30.000.000	\$ 31.529.600	\$ 33.347.245	\$ 35.975.498	\$ 37.957.508
Entradas		\$ 144.000.000	\$ 152.640.000	\$ 161.280.000	\$ 169.920.000	\$ 178.560.000
Ventas		\$ 144.000.000	\$ 152.640.000	\$ 161.280.000	\$ 169.920.000	\$ 178.560.000
Salidas		\$ 142.470.400	\$ 150.822.354	\$ 158.651.747	\$ 167.937.989	\$ 165.139.260
Costo		\$ 83.692.995	\$ 86.946.904	\$ 90.595.988	\$ 94.475.307	\$ 98.360.978
Gastos		\$ 47.975.330	\$ 50.679.803	\$ 53.555.243	\$ 56.612.849	\$ 59.864.567
Prestamo		\$ 10.802.076	\$ 10.802.076	\$ 10.802.076	\$ 10.802.076	\$ -
Impuesto de Renta			\$ 2.393.571	\$ 3.698.440	\$ 6.047.758	\$ 6.913.714
Capital de Trabajo	-\$ 35.500.000					
Saldo Final		\$ 31.529.600	\$ 33.347.245	\$ 35.975.498	\$ 37.957.508	\$ 51.378.248

Fuente: Propia

EVALUACIÓN FINANCIERA

EVALUACIÓN FINANCIERA	
VPN	\$ 122.125.218
TIR	56,4%

Podemos afirmar que el proyecto es viable, ya que obtenemos una ganancia neta de \$122.125.218 VPN), lo que supone una rentabilidad del 56,4% (TIR), los cuales son los futuros rendimientos que se van a percibir para que de esta manera se puedan tomar las mejores decisiones para la compañía, lo que demuestra que el negocio es atractivo para invertir.

Si el VPN es positivo: El proyecto es rentable.

Si el VPN es negativo: El proyecto no es rentable.

FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

Una vez realizado el estudio de factibilidad del presente proyecto se tiene información necesaria para llegar a las siguientes conclusiones:

- Este proyecto se enfoca en el estudio de factibilidad para comercial un producto innovador “Gomas Aromáticas” pero sobre todo promover la posibilidad a la comunidad de usar de manera frecuente un producto saludable y generando buenos hábitos de alimentación.
- El análisis financiero se considera factible al realizar la evaluación del estado de resultados y el balance general, el cual nos muestra una rentabilidad para la idea de negocio generando resultados a corto plazo y la oportunidad de realizar estrategias que permitan incrementar las ventas para que la empresa pueda llegar a nuevos nichos de mercado.
- La factibilidad económica se mantiene de acuerdo con las variaciones en el precio de venta, cantidades y gastos operativos, como se evidencia en la Proyección de Ventas, dejando márgenes de utilidad a sus socios a partir del cuarto año debido al apalancamiento de la empresa y la terminación del pago del crédito realizado con la entidad bancaria.
- Legalmente el proyecto es factible ya que no presenta ningún tipo de restricción legal por lo tanto se tiene la oportunidad de realizar sus operaciones teniendo en cuenta las normas que se rigen en Colombia para su funcionamiento y ofrecer un producto que cumpla con las normas de Calidad.
- La demanda estimada se proyectó a cinco años teniendo en cuenta el promedio (IPC) índice de precios al consumidor de los últimos doce años en Colombia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Cadenas Productivas en Colombia. (2008). [Blog] Definición de Cadenas Productivas. Recuperado de <http://cadprodnaty.blogspot.com/2008/05/definicion-de-cadenas-productivas.html>. 12 Feb. 2018].

Bernal Torres, César Augusto (2006). Metodología de la investigación, México, Pearson Educación.

AMADO, Miguel Andrés, (s.f) Monografía Cultivos de más alto valor en Colombia. Bogotá: Colinagro S.A.

DUQUE, Ángela (s.f). Encuesta nacional de plantas medicinales y aromáticas. Una aproximación al mercado de las PMyA en Colombia. Bogotá, Instituto de investigación Alexander von Humboldt.

TRAUB, Pablo. (2014). Sistemas dinámicos e innovación. Recuperado de <http://www.emb.cl/gerencia/articulo.mvc?xid=3434&sec=12>

Universidad Nacional de Colombia. (2007). Perspectivas del Agronegocio de hierbas aromáticas culinarias y medicinales. Bogotá: Facultad de Agronomía. Primera Edición.

Tesis (Ingeniero en Agro empresas), Universidad San Francisco de Quito, Colegio de Graduados; Quito, Ecuador; noviembre, 2005. Recuperado de <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/1310>

Transformación Plantas Aromáticas Infusiones. Recuperado de

http://repository.lasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/935/1/Trasformacion_plantas_aromaticas_infusiones.pdf

- Invima. 2018. Lista básica del Instituto Nacional de Vigilancia en Medicamentos y Alimentos. Bogotá.
- Cuellas, L; Muñoz-Montenegro, E; Pedraza-Hurtado, A. (2018). Estilos de enseñanza y desarrollo de competencias investigativas en educación superior. *Revista Inclusión y Desarrollo*, 5 (2) 2018, 81-95
- Castro-Tesén, R. (2018). Manejo de tecnología e información científica en la formación universitaria. *Revista Inclusión y Desarrollo*, 5 (2) 2018, 61-76
- Reyes-Escallón, M; Fajardo-Velasco, J. (2018). “Creando y sintiendo”. Prácticas artísticas para la construcción de cultura de paz. *Revista Inclusión y Desarrollo*, 5 (2) 2018, 99-118

ANEXO

Formato de Encuesta (Segmentación del Mercado)

Hombre _____ Mujer _____ Edad _____ Estrato Socioeconómico _____

1. ¿Qué bebida caliente le gusta consumir con mayor frecuencia?

- f. Café con leche
- g. Te
- h. Infusiones
- i. Chocolate
- j. Aromática

2. Con que frecuencia consume la bebida caliente de su preferencia?

- e. Todos los días.
- f. Tres veces por semana
- g. Una vez por semana
- h. Una vez por Mes

3. Cuanto es su gasto en el mes en bebidas calientes?

- d. Menos de \$20.000
- e. Entre \$20.000 y \$30.000
- f. Mas de \$30.000

4. ¿Reemplazaría su bebida caliente, por otra que le genere mayores beneficios para su salud?

Sí _____ No _____

5. Estaría dispuesto a pagar por una bebida caliente con ingredientes naturales y saludable?

Sí _____ No _____

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar, por una bebida aromática en goma y su presentación en paquete por docena?

- a) Entre \$ 5.000 y \$6.000
- b) Entre \$ 6.000 y \$8.000
- c) Entre \$ 8.000 y \$ 10.000

7. ¿Qué escala de importancia le merece para usted tomar una bebida caliente y que sea saludable?

- d. Nada importante
- e. Medianamente importante
- f. Altamente importante