



Vicerrectoría Llanos
Facultad de Ciencias Empresariales
Programa Administración de Empresas

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
JARABE DE LIMONCILLO, EN EL MUNICIPIO DE MITÚ**

Para optar al título de Administrador de Empresas

PRESENTADO POR:

JUAN MACUNA MEJÍA

ID. 000281015

ASESOR:

NELSON LEONARDO MONTOYA ARÉVALO

Mitú, Vaupés, Colombia

Marzo de 2018

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	7
OBJETIVOS.....	10
<i>Objetivo General</i>	10
<i>Objetivos Específicos</i>	10
ANTECEDENTES.....	11
JUSTIFICACIÓN.....	13
1. ESTUDIO DE MERCADOS.....	15
1.1. <i>Análisis del Sector</i>	17
1.1.1. análisis DOFA del sector.....	19
1.2. <i>Análisis del Mercado</i>	20
1.3. <i>Análisis de la Competencia</i>	21
1.4. <i>Investigación de Mercado</i>	24
1.4.1. <i>Planteamiento del problema</i>	26
1.4.2. <i>Análisis de Contexto</i>	27
1.4.3. <i>Método</i>	31
1.4.4. <i>Diseño de Investigación</i>	31
1.4.5. <i>Resultados de la Investigación</i>	32
2. PLAN DE MERCADEO.....	35
2.1. <i>Concepto de Producto</i>	35
2.2. <i>Estrategias de Distribución</i>	36
2.3. <i>Estrategias de Precio</i>	37
2.4. <i>Estrategias de Promoción</i>	37
2.5. <i>Estrategias de Comunicación</i>	38
2.6. <i>Estrategias de Servicio</i>	38
2.7. <i>Presupuesto de la Mezcla de Mercados</i>	38
2.8. <i>Estrategias de Aprovisionamiento</i>	39
2.9. <i>Proyección de Ventas</i>	40

2.10.	<i>Políticas de Cartera</i>	42
3.	ESTUDIO TÉCNICO DE OPERACIÓN O DE INGENIERIA	43
3.1.	<i>Operación</i>	43
3.1.1.	<i>Ficha Técnica del Producto</i>	43
3.1.2.	<i>Estado de Desarrollo</i>	45
3.1.3.	<i>Descripción del Proceso</i>	45
3.1.4.	<i>Necesidades y Requerimientos</i>	49
3.1.5.	<i>Plan de Producción</i>	49
3.2.	<i>Plan de Compras</i>	49
3.2.1.	<i>Costos de Producción</i>	50
3.3.	<i>Infraestructura</i>	53
4.	ESTUDIO ORGANIZACIONAL	56
4.1.	<i>Estrategia Organizacional</i>	56
4.1.1.	<i>Análisis DOFA</i>	57
4.2.	<i>Estructura Organizacional</i>	58
4.3.	<i>Aspectos Legales</i>	60
4.4.	<i>Costos Administrativos</i>	63
4.4.1.	<i>Gastos de Personal</i>	63
4.4.2.	<i>Gastos de Puesta en Marcha</i>	63
4.4.3.	<i>Gastos anuales de Administración</i>	64
5.	ESTUDIO FINANCIERO	65
5.1.	<i>Análisis de Ingresos</i>	65
5.1.1.	<i>Fuentes de Financiación</i>	66
5.2.	<i>Análisis del Riesgo</i>	66
5.3.	<i>Capital de Trabajo</i>	67
5.4.	<i>Modelo Financiero</i>	67
6.	PLAN OPERATIVO	71
6.1.	<i>Cronograma de Actividades</i>	71
6.2.	<i>Metas sociales</i>	72
6.2.1.	<i>Plan Nacional de Desarrollo</i>	72
6.2.2.	<i>Plan Regional de Desarrollo</i>	73
6.2.3.	<i>Cluster o Cadena Productiva</i>	73

6.2.4. <i>Empleo</i>	73
6.2.5. <i>Emprendedores</i>	74
7. IMPACTO ECONOMICO, REGIONAL, SOCIAL Y AMBIENTAL	75
REFERENCIAS	78

INDICEN DE TABLAS

Tabla 1: Presupuesto de Publicidad.....	39
Tabla 2: Costo materia prima x mes	40
Tabla 3: Costos insumos por mes	40
Tabla 4: Capacidad de Producción	41
Tabla 5: Proyección de ventas anuales.....	41
Tabla 6: Proyección de ingresos por año en ventas	42
Tabla 7: Capacidad Instalada Requerida	46
Tabla 8: Análisis de Salarios	47
Tabla 9: Proyección de ventas por mes	49
Tabla 10: Costo materia prima x mes	50
Tabla 11: Costos insumos por mes.....	50
Tabla 12: Costo de Materia prima e Insumos.....	51
Tabla 13: Costos de Personal.....	51
Tabla 14: Costos de Maquinaria, Equipos, Muebles y Enseres	52
Tabla 15: Costo energía eléctrica x mes	52
Tabla 16: Gastos de adecuaciones, permiso y registro.....	54
Tabla 17: Gastos de Personal.....	63
Tabla 18: Puesta en marcha	63
Tabla 19: Gastos Administrativos	64
Tabla 20: Proyección en ventas e Ingresos.....	65
Tabla 21: Gastos anuales y de puesta en marcha	66
Tabla 22: P y G del proyecto	67
Tabla 23: Flujo de Caja del Proyecto	68
Tabla 24: Balance General del Proyecto.....	68
Tabla 25: Tasa Interna de Retorno (TIR)	69
Tabla 26: Valor Presente Neto (VPN).....	69
Tabla 27: Cronograma de Actividades.....	71

INDICE DE GRÁFICOS

Ilustración 1: Productos Naturales en Colombia	16
Ilustración 2: Países solicitantes de patentes en Colombia.	16
Ilustración 3: Solicitudes de patentes en Colombia	17
Ilustración 4: Variación porcentual anual -2017 pr/ 2016 pr (I Trimestre).....	18
Ilustración 5: Estructura Organizacional.....	58
Ilustración 6: Procesos de la empresa.....	59

INTRODUCCIÓN

Los usos de las plantas en diferentes áreas de nuestra cultura han determinado y conformado las bases de nuestra identidad. Nos han sanado y lo más importante, aportado el oxígeno para la supervivencia de nuestra especie y la vida en el planeta. Existen pruebas empíricas y científicas que avalan los beneficios de diversas plantas medicinales en varias afecciones crónicas o leves. Los tratamientos con plantas medicinales, son la forma más popular de medicina tradicional, prevaleciendo a lo largo del tiempo gracias a la transmisión oral. (OMS, 2008). (Pozo Esparza)

De acuerdo lo anterior nuestra cultura no es la excepción, ya que las plantas medicinales han permanecido generación tras generación cuidando a nuestros abuelos y hoy en día a nosotros mismos. Es el aprovechamiento de estos recursos lo que permite que hoy en día podamos disfrutar de una buena salud dentro del contexto social indígena; esto articulado con la medicina occidental y las diferentes investigaciones científicas permiten sacar al mercado nuevos productos que permiten aliviar resfriados y dolores leves de manera casera y con gran efectividad. (Pozo Esparza).

Esta tradición forma parte del acervo cultural de nuestra sociedad y su permanencia en el tiempo y espacio, pueden ayudar a comprender las tradiciones de diferentes culturas que del pasado han llegado hasta nuestro presente. Es relevante conocer y si es preciso conservar, preservar y transmitir el conocimiento sobre las plantas medicinales. (OMS, 2008). (Pozo Esparza).

Si bien la medicina moderna está bien desarrollada en la mayor parte del mundo, según la Organización Mundial de la Salud, en la actualidad, 2/3 de la población de los países con economías periféricas recurren a la medicina tradicional, como un sistema complementario a la medicina alopática o científica. (Paz, 2008). (Pozo Esparza).

La importancia que las plantas medicinales tiene y han tenido en la salud de la población en general radica en varios aspectos, por ejemplo, socialmente: en México, de acuerdo con cifras de la Secretaría de Salud, al menos el 90% de la población usa las plantas medicinales; de ese 90%, la mitad usa exclusivamente a las "yerbas" para atender sus problemas de salud; el otro 50%, además de las hierbas medicinales, usa la medicina alópata. (Pérez, 2009). (Pozo Esparza).

Desde el punto de vista de la importancia taxonómica: México ocupa el segundo lugar a nivel mundial en el número de plantas medicinales registradas con 45 plantas, después de china que tiene registradas 5000. En tercer lugar está Colombia con 2600 plantas. Estos son los primeros lugares mundiales en herbolaria. De esas sólo se han estudiado en toda la historia unas 500. Por lo tanto, el consumo de plantas medicinales guarda una estrecha relación, ya que los tratamientos que se utilizan en la auto-atención en muchos de los casos son a base de infusiones o productos naturales elaborados con plantas medicinales cuyas propiedades curativas se basan en la experiencia de quien los consume o los recomienda. (Pérez, 2009). (Pozo Esparza).

En nuestro país existen aproximadamente 500 especies de plantas medicinales conocidas, solamente en el nororiente ecuatoriano hay alrededor de 200, y en la provincia de Esmeraldas, alrededor de 100 plantas estudiadas. Si bien la información sobre las plantas utilizadas abunda en la literatura etnobotánica, la información actual que se puede encontrar sobre su utilización comercial es incipiente. En la Sierra, tan solo con un estudio sobre las hierbas medicinales de los alrededores de la ciudad de Quito, reportan 167 especies utilizadas y vendidas en los mercados locales. Actualmente, en la última década, algunas especies ya no son tan conocidas, son escasas o ya no se encuentran. (Medicina Aborigen, 2006). (Pozo Esparza).

De todo lo mencionado anteriormente surge la necesidad de que todas las personas interesadas en el uso y consumo de las plantas medicinales, el personal médico y de especialistas junto con el equipo de salud cuenten con información fundamentada de las plantas con propiedades medicinales y del consumo que sus pacientes hagan de ellas. (Study, 2007). (Pozo Esparza).

Revisiones recientes sobre el consumo de hierbas medicinales asocian su uso con efectos adversos durante la consulta y en ocasiones en el periodo perioperatorio, por lo que, todos los profesionales en la salud, deberán interrogar sobre su uso, por las potenciales interacciones con ciertos medicamentos. Las hierbas medicinales se perciben entre la población como inocuas, por lo que se utilizan bajo bases empíricas. (Herranz, 2008). (Pozo Esparza).

Las plantas medicinales contienen principios activos, que si bien son los responsables de las propiedades terapéuticas que se les atribuyen, también lo son de las intoxicaciones y reacciones adversas que pueden aparecer si se emplean en dosis inadecuadas o por períodos prolongados. Actualmente, la causa de muchas consultas médicas e ingresos hospitalarios, es algún efecto indeseable

provocado por el consumo inadecuado de plantas medicinales, se desconoce incluso, que estas sean las responsables de tal efecto. La falta de información objetiva y actualizada sobre los posibles riesgos y beneficios que puede provocar el uso de las plantas medicinales, es una de las causas principales de que la población llegue a auto medicarse con ellas, alegando que son inocuas y más seguras, por el simple hecho de ser naturales. (Kincheloe, 2007). (Pozo Esparza).

Con la finalidad de obtener más información al respecto y profundizar en los puntos anteriormente mencionados, se ha seleccionado al cantón Yacuambi ubicado al suroeste de la región amazónica y al noroccidente de la provincia de Zamora Chinchipe. En esta comunidad se investigó sobre los usos y costumbres que tienen sus habitantes, relacionadas con las plantas medicinales, se abordó un número limitado de plantas medicinales con características de uso común y se obtuvo información de sus principios activos a partir de estudios etnobotánicos considerando también, los beneficios y efectos adversos relacionadas con las plantas medicinales, en el periodo comprendido julio a diciembre del 2011. (Pozo Esparza).

Se sabe también que la selva amazónica cuenta con diversidad de plantas medicinales, las cuales han sido investigadas por algunos centros como el Instituto de Investigación Amazónica –SINCHI-, entre otros dedicados a la investigación. Sin embargo no se debe dejar a un lado el conocimiento empírico de nuestros antepasados, quienes han sabido sobre llevar las dificultades de la vida y las diferentes enfermedades con base en el conocimiento que les ha brindado el medio que el cual han subsistido por años. Es de anotar que algunas de las enfermedades que hoy en día presenta la comunidad indígena han sido transmitidas a causa de la colonización; sin embargo esto no es impedimento para que del mismo modo evoluciones el conocimiento ancestral indígena y permita mitigar dichas enfermedades leves como los son los resfriados, dolores de cabeza, fiebre, entre otros síntomas; todo lo anterior de acuerdo a la cosmovisión y creencias de los pueblos indígenas de Mitú.

Es importante poder contar hoy en día con jarabes, ungüentos, pomadas y otros varios medicamentos de tipo casero que permitan ayudar a combatir síntomas y dolores leves de nuestro diario vivir, permitiendo articular los conocimientos ancestrales indígenas con la medicina occidental la cual tampoco se puede dejar a un lado.

OBJETIVOS

Objetivo General

Realizar un estudio económico y financiero que permita ver la viabilidad para la constitución de una microempresa, productora y comercializadora de jarabe de limoncillo (*Cymbopogon citratus*) en el municipio de Mitú, departamento del Vaupés.

Objetivos Específicos

1. Diseñar una estructura de producción y comercialización de (*Cymbopogon citratus*) jarabe de limoncillo, con tecnología limpias que permita mejorar la competitividad de la producción local.

2. Diseñar la distribución organizacional y administrativa, que permita operar la empresa con eficiencia y eficacia, tanto en la línea de producción como en los procesos para la comercialización del producto.

3. Realizar un estudio técnico que determine los niveles de producción, las instalaciones, materiales necesarios e insumos requeridos.

4. Realizar una evaluación económica, financiera y social al plan de negocios.

5. Determinar los aspectos legales, tributarios y todos aquellos que se deben tener en cuenta para la constitución de una empresa y que permitan su buen funcionamiento.

ANTECEDENTES

El conocimiento obtenido y acumulado por las personas provenientes de todas partes del mundo, que han visitado la selva amazónica en las diferentes etapas de su historia, desde los primeros expedicionarios, ya fueran soldados, conquistadores, encomenderos y misioneros, hasta los exploradores y naturalistas del siglo XIX o los científicos modernos, sin ninguna excepción, ha sido producido y proporcionado por los nativos que han habitado la región. Hombres, mujeres y niños selváticos y ribereños del común, además de los abuelos, conocedores y shamanes, fueron responsables directos de la transmisión de los saberes obtenidos a los exploradores y visitantes europeos. Esos saberes que habían sido producto de sus relaciones sociales y parentales cotidianas, o de la relación con el medio, las mismas que Donald Lathrap, junto con otros arqueólogos llamó la “cultura de selva tropical” (En Mora, S. 2006:91-93) eran ahora transmitidos a los científicos y naturalistas europeos.

La preocupación por la transmisión del conocimiento entre los indígenas y los extranjeros se hizo también patente con la presencia de los misioneros, que llevó por ejemplo a los jesuitas a aprender las lenguas indígenas o a desarrollar “lenguas generales” basadas en el Tupí o el quechua, no solo como herramienta para evangelizar y transmitir una religión y una ideología, sino como el medio adecuado para tener acceso a los saberes y a los modos de pensar aborígenes. En ese contexto, muchos miembros de las etnias amazónicas se convirtieron también en intérpretes, aprendiendo la lengua de los foráneos, para comunicar el saber propio, pero también para dar a conocer las ideas, los propósitos y los modos de hacer de los extraños.

Gran parte de los miembros de las numerosas expediciones demarcatorias que intentaron deslindar las áreas de dominio e influencia en la Amazonia por parte de la corona de Portugal o por la de España, que dieron origen también a la frontera del Vaupés colombiano con el Brasil, con ocasión de las negociaciones y puesta en práctica de los tratados de Madrid en 1750 y San Ildefonso en 1777 durante el periodo colonial, eran reclutados, casi siempre a la fuerza, para actuar como constructores de embarcaciones, carpinteros, cocineros y guías expertos conocedores de las rutas, la topografía selvática, la fauna y la flora (Zárate, C.2012:260-283). Esto también sucedió con las expediciones que delimitaron las fronteras de las actuales naciones, donde la participación indígena ha sido totalmente invisibilizada, como es el caso de Colombia y Perú, en contraste con la política brasilera de aprovechar, así sea como instrumento de sus políticas de

seguridad y soberanía nacionales, el saber y el conocimiento de los nativos, al convertirlos en “guardias de frontera” (Zárate, C. 2012: 189).

Los exploradores y naturalistas que vinieron desde fines del siglo XVIII a lo largo del siglo XIX e incluso del XX, también se hicieron acompañar de conocedores nativos que les descubrieron los secretos y las propiedades de la variada fauna y flora amazónica, o los complejos procesos de construcción de su propio pensamiento, hasta llegar a mediados del siglo XX cuando científicos como Koch Grünberg o Richard Evans Schultes como muchos otros, debieron reconocer y estimar el invaluable papel de sus asistentes y acompañantes indígenas.

La práctica investigativa actual de universidades, institutos, Ong's o entidades estatales, no puede pensarse ni adelantarse sin el conocimiento y la participación de coinvestigadores indígenas. Todo esto representa avances en el reconocimiento de los saberes locales de la gente de la selva y los ríos amazónicos, aunque todavía falta mucho para que estos sistemas de conocimiento locales y las tecnologías a ellos asociadas, tengan un protagonismo decisivo y se puedan asociar a la ciencia moderna, en igualdad de condiciones para los conocedores nativos, sobre todo en la búsqueda de opciones económicas y sostenibles para la Amazonia. (Universidad Nacional de Colombia, sede Amazonía; Instituto Amazónico de Investigaciones - IMANI)

Puntualmente el jarabe de Limoncillo no es un producto que se haya venido desarrollando a gran escala en el departamento; no obstante las investigaciones obtenidas por los científicos y grupos de expedicionarios han logrado extraer el compuesto activo de otras plantas medicinales y observar el beneficio para la salud y la oportunidad de brindar a la población productos naturales los cuales se podrían denominar caseros, en un mundo donde la farmacéutica se basa en compuestos químicos producidos en laboratorios y muchas veces con efectos secundarios o dirigidos a una población en especial. El jarabe de limoncillo es un producto que permite ser utilizado por cualquier persona sin efectos secundarios, ya que es cien por ciento natural.

JUSTIFICACIÓN

Si bien se ha venido hablando de la importancia a nivel mundial del uso de las plantas como fuente no solo de oxígeno, sino también como base principal para aliviar dolores o afecciones leves o en algunos casos crónicas, utilizado por nuestros antepasados y en algunos casos hoy en día, por comunidades indígenas establecidas dentro de la inmensurable selva amazónica colombiana; más en nuestro contexto del departamento del Vaupés, municipio de Mitú, donde se presentan un gran número de etnias las cuales también hacen parte de nuestra población objetivo y consumidor final.

Como bien se sabe dentro del comercio existen un gran número de jarabes y productos que combaten la tos, la fiebre, el malestar general y los síntomas del resfriado común, pero ninguno de ellos contiene extractos de plantas medicinales y mucho menos de la región; pues sus compuestos son químicos, con condiciones, contraindicaciones y efectos secundarios, fabricados en laboratorios de farmacéuticas. Una de las ventajas del producto desarrollado por la empresa “Jarabe de limoncillo Macuna S.L”, es que es un artículo nuevo en el mercado regional y nacional, que posee compuesto activo de la planta de limoncillo; planta que crece especialmente en esta zona del territorio nacional. Por otro lado la empresa es de tipo regional, permitiendo el crecimiento económico del municipio al generar empleos de forma directa e indirecta, impactando de primera mano a los emprendedores que realizan el presente plan de negocio y de manera indirecta al consumidor final quien economiza al encontrar un producto de excelente calidad a un precio más bajo que los encontrados hoy en el mercado.

Los productos o jarabes del mercado cuentan con costos elevados, que no son accesibles a toda la población del municipio, partiendo que en su mayoría son familias campesinas, dedicadas a la chagra como fuente de ingreso, comercializando los excedentes que esta le genera y vendiendo lo recolectado en la caza y la pesca. Familias que no cuentan con entradas fijas mensuales, siendo estas entradas bajas y utilizadas en artículos de primera necesidad, dejando en ocasiones la salud en un segundo plano o en manos de los médicos tradicionales o sabedores, los cuales utilizan como medio de curación los remedios tradicionales como sumos, ungüentos y extractos de plantas medicinales cultivadas en la selva. Es por esto que el alcance del producto generará un impacto positivo en todos los niveles, más en el área de salud aliviando los malestares de toda la familia sin discriminación de género, edad u otro, ya que es un producto netamente natural, sin efectos secundarios y sin preservantes.

Por lo anterior se muestra el presente plan de negocios como una alternativa viable para la solución de una necesidad sentida de la población en el campo de la salud, más en una zona de selva tropical húmeda donde los cambios de clima generan afecciones respiratorias, dolor de huesos, dolor de cabeza y malestar general. Por otro lado como fuente de emprendimiento, empresarismo y asociatividad para los ponentes del trabajo, quienes de manera certiva y gracias al diplomado dado por la Universidad Minuto de Dios (UNIMINUTO) sede CERES Mitú bajo el acompañamiento del ministerio de Salud Pública de Cuba quienes mostraron la importancia de las plantas medicinales y el tratamiento para la elaboración de productos Fito-Farmacéuticos, observó una oportunidad de negocio y la manera de crecer como profesionales en este campo.

1. ESTUDIO DE MERCADOS

La Organización Mundial de la Salud (OMS) define la medicina alternativa y no convencional o complementaria así: “La suma completa de conocimientos, técnicas y prácticas fundamentadas en las teorías, creencias y experiencias propias de diferentes culturas y que se utilizan para mantenerla 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) y,

No tradicional (homeopatía y quiropraxia). Sin embargo, es importante mencionar que este tipo de medicina tiene otras clasificaciones, ya que es muy difícil incluirlas todas en un solo apartado, por la variedad de recursos terapéuticos que usan:

Terapias con Medicación

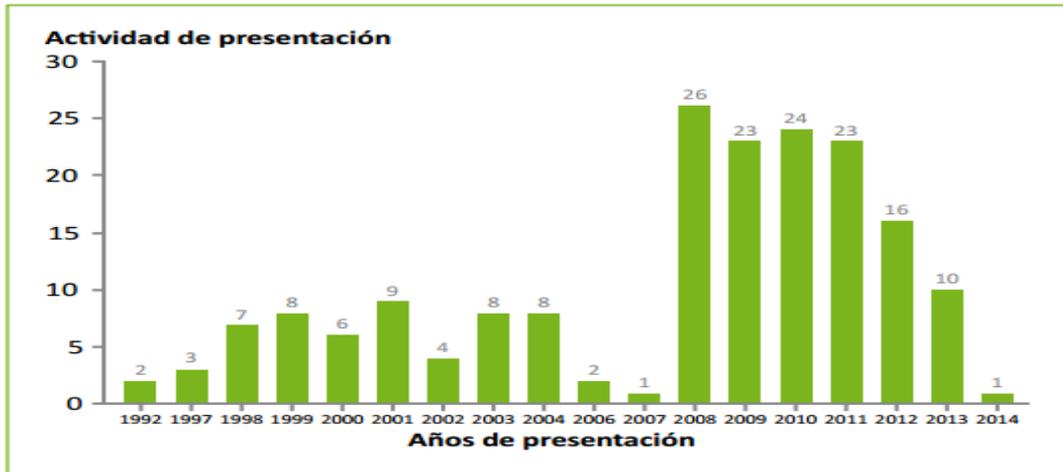
- ✓ Plantas medicinales y medicina herbaria
- ✓ Materiales minerales
- ✓ Materiales animales
- ✓ Régimen alimentario y nutrición

Terapias sin Medicación

- ✓ Acupuntura
- ✓ Terapia manual

Con relación a lo expuesto en el párrafo anterior a continuación se analizarán los factores que hacen que exista una oportunidad de negocio para la creación de la empresa de Jarabe de Limoncillo Macuna S.L, basada en medicina tradicional, en el municipio de Mitú. Extrayendo el compuesto activo de esta planta medicinal y poniéndolo a disposición de las familias indígenas y colonos que habitan el municipio a precios cómodos.

Ilustración 1: Productos Naturales en Colombia

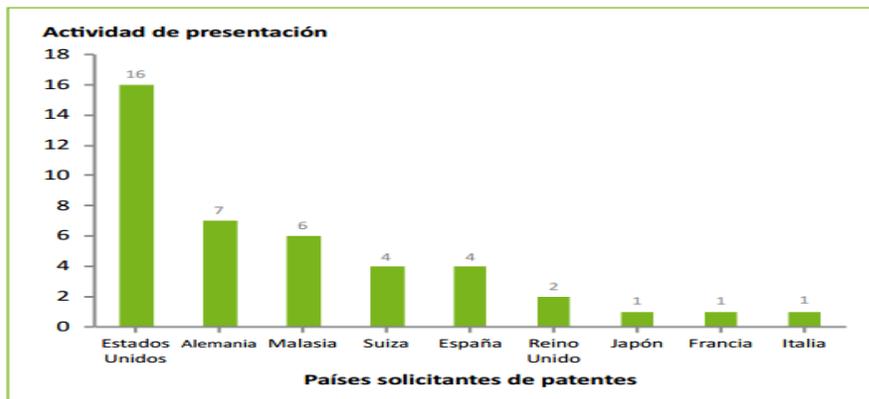


Fuente: PatBase, 2015

Fuente: DANE

En Colombia se han presentado 181 solicitudes de patente relacionadas con fitoterapéuticos. Al analizar la evolución de la tecnología a través del tiempo encontramos varios datos relevantes: en 1992 se realizó la primera solicitud, entre 1997 y 2005 se incrementó el número de solicitudes, en 2006 y 2007 la actividad de presentación fue baja, y desde el 2008 hasta el 2012 aumentó significativamente. A propósito, 2010 fue el año con mayor actividad de presentación con 24 solicitudes.

Ilustración 2: Países solicitantes de patentes en Colombia.

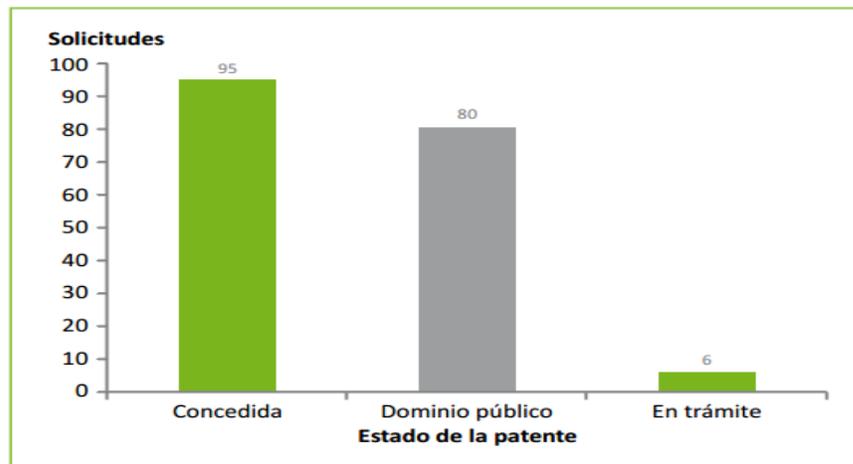


Fuente: PatBase, 2015

Fuente: DANE

ASONATURA cuantifica la presencia en Colombia de 9.200 tiendas naturistas, 25 laboratorios de productos fitoterapéuticos con licencia INVIMA, 40 laboratorios de medicamentos homeopáticos, 100 procesadoras de alimentos integrales y dietéticos y cerca de 300 compañías distribuidoras en todo el país, mostrando de esta manera el auge que ha tenido la medicina tradicional en el mercado nacional.

Ilustración 3: Solicitudes de patentes en Colombia



Fuente: PatBase, 2015

Fuente: DANE

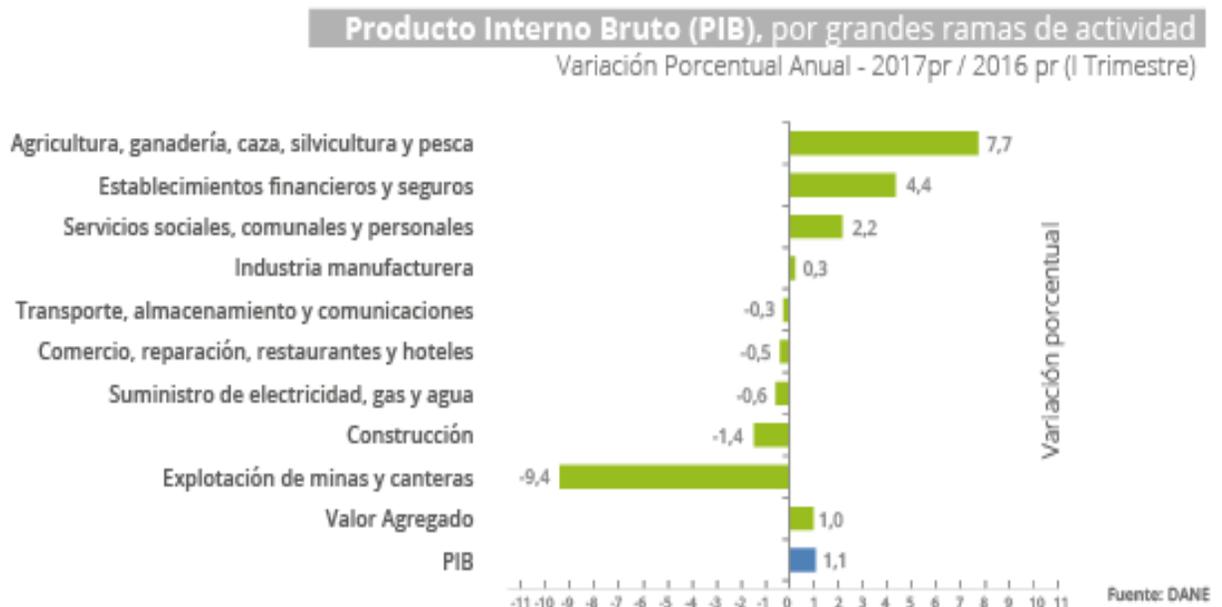
1.1. Análisis del Sector

La empresa que se desea pertenece sector industrial y al subsector de “Elaboración de otros productos alimenticios n.c.p.” En la actividad de Fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales productos botánicos de uso farmacéutico CIU 2100 (Piedrahita, Rodríguez, Gutiérrez, 2012).

El sector de la industria manufacturera en Colombia es uno de los sectores para los cuales más beneficiados en la firma de los tratados de libre comercio con oportunidades de exportación de productos a base de plantas naturales los cuales resultan atractivos para consumidores en países de otras latitudes, estas oportunidades de exportación pueden generar demandas internas que pueden ser aprovechadas por emprendedores en la creación de nuevos negocios (Piedrahita, Rodríguez, Gutiérrez, 2012).

A continuación se presenta una gráfica en la cual se puede ver la contribución del sector industrial manufacturero al PIB colombiano y se pronostica que irá mejorando gracias a los nuevos acuerdos de comercio internacional y la inversión, producto de la cada vez mejor imagen colombiana en el exterior y a los retos planteados en materia económica (Piedrahita, Rodríguez, Gutiérrez, 2012).

Ilustración 4: Variación porcentual anual -2017 pr/ 2016 pr (I Trimestre)



Fuente: DANE

En el primer trimestre de 2017 la economía colombiana creció 1,1%.

La rama con mayor crecimiento en el primer trimestre de 2017 fue Agricultura, caza, silvicultura y pesca con 7,7%, el resultado más alto para un primer trimestre desde el 2001. Por su parte, la rama de Explotación de minas y canteras registró una variación de -9,4% explicado, fundamentalmente, por la caída de la Extracción de petróleo crudo y gas natural (-12,3%). Análisis del sector (Porter).

1.1.1. análisis DOFA del sector

Debilidades:

- son muy pocas las especies vegetales con propiedades medicinales a las que se le han realizado estudios fitoquímicos que ayuden a clasificar las patologías a las que se apunta combatir las enfermedades más comunes en esta parte del territorio nacional.

- El mercado de los productos con propiedades terapéuticas sufre de una característica particular relacionada con la dificultad para fidelidad clientes, lo cual es ocasionado por razones culturales que hacen que las personas pretendan encontrar productos milagrosos para cumplir su objetivo y no poseen la disciplina necesaria y falta de constancia.

- El porcentaje de productos con características similares es aún muy alto.

Oportunidades:

- El porcentaje de personas que buscan una alternativa en los productos naturales es creciente lo cual puede generar un crecimiento en el mercado de estos productos

- En Colombia existen aún un gran número de plantas con propiedades terapéuticas las cuales pueden estudiarse para su comercialización.

- La reciente firma de tratados de libre comercio generan expectativas de crecimiento de los mercados para los productos del sector.

Fortalezas

- La salud es una de las prioridades de todo ser humano esto hace que estos productos sean muy apetecidos por los consumidores

- El sector de los productos naturales es el que menos riesgo corre de desprestigio comparado con otros productos, como cirugías y fármacos, gracias a que no tiene efectos secundarios.

- Los tratamientos de origen natural son relativamente económicos comparados con otros tratamientos.

Amenazas

- Competencia proveniente de productos importados por la existencia de tratados comerciales

- Variaciones en los precios de la materia prima

1.2. Análisis del Mercado

La industria de productos naturales y plantas medicinales tiene dos aspectos fundamentales que le permiten destacarse como un sector potencial dentro de la industria farmacéutica colombiana. En primer lugar, se encuentra la biodiversidad pues es el segundo país más rico en especies del mundo, después de Brasil. En segundo lugar, se destacan los avances en materia de reglamentación para la producción, comercialización, uso, importación y exportación de estos productos que se han adelantado en Colombia”, señala un informe de Proexport (portafolio, 2006).

En Colombia no existe aún un mercado consolidado de plantas medicinales y, a diferencia de los mayores productores y exportadores de éstas, como China, Nepal, Sri Lanka, y Bulgaria, entre otros, su comercialización se realiza a través de plazas de mercado, aunque también se extiende a tiendas naturistas y laboratorios que otorgan un mayor valor agregado al producto (portafolio, 2006)

En el país existen cerca de seis mil especies de flora con algún tipo de característica medicinal, sin embargo, solo son comercializadas 156 especies. Las hierbas y plantas que presentan mayor demanda en el mercado mundial son la caléndula, seguida por la alcachofa, la valeriana y el ajo, aunque también se destacan el diente de león y la ortiga (portafolio, 2006).

Aunque Colombia es un país con una gran diversidad de plantas aproximadamente 50.000, hasta ahora se usan en productos naturales sólo 119 de ellas lo cual representa un potencial enorme en la elaboración de nuevos productos mediante el mismo proceso de deshidratación y que debido a ser especies propias de nuestro país, representan oportunidades de exportación a futuro (Piedrahita, Rodríguez, Gutiérrez, 2012).

Muchos de los productos que actualmente se encuentran en el mercado colombiano de las cremas con propiedades medicinales provienen del exterior y son de origen farmacéutico y aún productos de origen natural que se encuentran en tiendas naturistas son producidas por empresas extranjeras. El producto que se propone en este estudio pretende presentar como un producto nacional a base de plantas nativas del Vaupés con propiedades especiales, las cuales no pueden encontrarse en los productos importados y que sirve como complemento saludable a tratamientos estéticos (Piedrahita, Rodríguez, Gutiérrez, 2012).

1.3. *Análisis de la Competencia*

El producto que se proyecta presentar al mercado es 100% natural sin procesos de síntesis química, extrayendo el principio activo de las hojas de limoncillo (planta que crece especialmente en esta zona del territorio nacional, debido a su tipo de clima), y por su composición fotoquímica está comprobada su efectividad, en patologías como el resfriado, fiebre, dolor de cabeza, entre otros síntomas. Principalmente los más beneficiados serán los niños entre 2 y 12 años, quienes son los que presentan estos síntomas con más frecuencia debido a las variaciones del clima, sin embargo el producto se encuentra diseñado para poder ser consumido por cualquier miembro de la familia, sin importar su edad o en el caso de las mujeres si se encuentra en periodo de gestación. .

Los compradores tienen un poder medio debido a que aunque tienen muchos productos para escoger, existe una diferencia muy marcada entre los distintos tipos de productos y los riesgos que cada uno de ellos implica además ningún consumidor final del producto puede ser el comprador de un porcentaje importante de la producción en ninguno de los productos que se encuentran en el mercado, adicionalmente hay que tener en cuenta que los temas de salud son prioridad para cualquier persona por lo cual en la mayoría de las ocasiones los productos que benefician la salud tienen un nivel de importancia superior a otros bienes de consumo de libre elección.

Competidores

Como productos competidores se encuentran distintos tipos de jarabes traídos del interior del país de laboratorios reconocidos a nivel nacional, pero los cuales no son elaborados de forma natural ni con plantas medicinales propias del Vaupés, entre ellos tenemos:

- ✓ Noraver Jarabe
- ✓ Dolex Jarabe
- ✓ Guayatolato Jarabe

Estos productos son vendidos en supermercados y Droguerías a precios que oscilan entre los \$15.000 y \$25.000 pesos, se puede observar observa que las ventas en las etapas tempranas cercanas al lanzamiento del producto se incrementan notablemente, esto causado por la novedad y la mercadotecnia. Lo que hace que las personas quieran probarlo y se sientan seguras al consumirlo, luego de un tiempo las ventas bajan y se estabilizan.

Productos sustitutos

El mercado de bienes y servicios naturales está conformado por productos de diferentes características, así como en variedad de precios dándole opciones al consumidor final de escoger dependiendo de calidad y precio. A continuación se referencia los principales métodos que se utilizan en el cuidado para combatir los síntomas del resfriado común.

Droguerías: uno de los sitios más concurridos y frecuentados por las personas con esta clase de patología son precisamente las droguerías, que presentan al público una amplia gama de productos para el resfriado común, que tienen un valor aproximado de entre \$15.000 y \$20.000 pesos en promedio por envase de 60 ml, esto debido a que no se le presenta a la comunidad una alternativa diferente a los productos convencionales y las tiendas naturistas son escasas, pues su despliegue de publicidad es bajo.

Terapias respiratorias: estos son procedimientos contienen ingredientes químicos y aunque no presentan costo alguno en los centros de salud, si quita mucho tiempo a los padres de familia que por diferentes motivos tienen labores diversas para realizar, ya que es necesario en primer lugar solicitar la cita para

que esta sea asignada para otro día, siendo prácticamente dos días en estos trámites. Por otro lado en algunos casos no son cubiertos por el POS y deben ser realizados en un centro médico particular, aumentando así el costo.

Nuevos competidores

De los nuevos competidores se puede decir que estos no son representativos, ya que debido a la diversidad de opciones para satisfacer esta necesidad, ninguna de las nuevas propuestas puede tener un tamaño adecuado y considerablemente grande como el que ofrece el Jarabe de Limoncillo Macuna a un precio cómodo para las familias chagreras. Este es un sector en el que la efectividad del producto es alta, sin embargo no radica únicamente en el producto como tal, sino que también depende del compromiso del consumidor al observar los resultados que obtiene al consumirlo, por tal razón ocurre que un gran número de consumidores han probado varios productos del mercado existente sin obtener efectos positivos, pero la necesidad de mantener los niños saludables, libre de resfriados, es un factor que afecta directamente el bienestar de toda una familia.

Proveedores

Dentro del campo de los proveedores para el producto Jarabe de Limoncillo Macuna S.L, se puede observar que la planta de limoncillo se encuentra en zonas específicas del municipio, donde las personas que cuentan con el acceso a esta son pertenecientes a comunidades indígenas, para con quienes se realizará un convenio comercial que permita una materia prima de excelente calidad a un costo justo. Esta planta tendrá un proceso de extracción del compuesto activo que será suministrado en dosis estándar a cada frasco de jarabe y con la medición correcta arrojada por el estudio previamente realizado. Para los demás elementos e insumos necesarios para la fabricación del producto se tomarán como base las empresas debidamente certificadas y avaladas por los entes que regulan este tipo de industrias y bajo la normatividad vigente, para ello se solicitará a cada uno de los proveedores la respectiva documentación que verifique estos datos. Se establecerá una matriz de pertinencia que permitirá al gerente tomar las mejores decisiones frente a los precios ofrecidos por cada una de ellas y sus políticas para pago. Es decir, si es necesario solicitar crédito por insumos, envases, empaques, entre otros, o si por el contrario la empresa Jarabe de Limoncillo Macuna S.L realiza pagos de contado, cuáles serán los posibles descuentos. Temas que serán analizados durante el desarrollo del presente plan de negocios cuando se muestren los costos por producto y se realicen los respectivos análisis económicos y financieros.

A partir del análisis de estas fuerzas de Porter se puede concluir que este subsector permite una competencia pareja entre los distintos productos y debido al creciente número de personas con esta necesidad, se puede decir que hay una buena oportunidad para entrar a competir y emprender. (Piedrahita Cubillos, S.F.)

1.4. Investigación de Mercado

El crecimiento del sector Industria manufacturera en 2016 fue 3,0 %. Se destaca, además de Productos de la refinación de petróleo (23,2 %), Elaboración de bebidas (8,4 %), Maquinaria y equipo (7,0 %) y Productos de la molinería (4,8 %). Durante todo el año 2016 la Industria manufacturera registró un comportamiento positivo y 15 de las 24 ramas de actividad crecieron positivamente (DANE, 2017).

En el 2016 el sector Servicios sociales, comunales y personales presentó un crecimiento de 2,2 %, explicado por Servicios de educación de mercado con 4,0 %, Servicios de asociación y esparcimiento con 2,4 %, Servicios sociales y de salud con 2,0 % y Administración pública y defensa con 1,8 % (DANE, 2017).

Las ramas de actividad que presentaron variaciones negativas durante el 2016 fueron: Explotación de minas y canteras con -6,5 % y Transporte, almacenamiento y comunicaciones con -0,1 %. El comportamiento negativo de Explotación de minas y canteras está asociado con la dinámica del sector Hidrocarburos. Sin embargo se destaca el crecimiento positivo de la producción de Carbón mineral que aumentó 5,8%, de Mineral de oro 6,0 % y de Mineral de níquel 3,3 %, entre otros. El comportamiento negativo del sector Transporte, almacenamiento y comunicaciones se explica por el Servicio de transporte de tuberías (-7,4 %) que depende del sector Hidrocarburos (DANE, 2017).

En 2016 el sector Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca creció 0,5 %. Se destaca el crecimiento de 2,6 % presentado en el cuarto trimestre del año, que está influenciado por la producción de café pergamino (5,4 %), arroz (42,7 %), hortalizas frescas (11,7 %) y otras frutas (4,0 %), (DANE, 2017).

El director del Dane resaltó que en 2016 los sectores Industria manufacturera y Construcción tuvieron un mejor comportamiento que en el año anterior.

De acuerdo con el informe del Dane, en el segundo trimestre la economía colombiana registró un crecimiento de 1,3%, cifra superior a la de los primeros tres meses del año. El informe del Producto Interno Bruto (PIB) por oferta estableció que desde 2010 la economía no crecía a tan bajo nivel. La cifra era superior a 2%, incluso con algunos toques de 5,2% como sucedió en 2011. Sin embargo, el Gobierno espera una reactivación para la segunda mitad del año.

Según explicó el ministro de Hacienda, Mauricio Cárdenas, con un crecimiento del semestre en 1,25% y un pronóstico de 2,75% para el segundo semestre, el promedio anual estaría en 2%. (Gusman Pinilla, S.F.)

Sergio Olarte, analista macroeconómico de BTG Pactual, comentó que “se esperaba una mejor cifra que en el primer trimestre de 2017, porque algunos resultados han venido mejorando, como por ejemplo, la confianza en el consumidor y la empresarial, la producción industrial y el comercio”. (Gusman Pinilla, S.F.)

Mauricio Perfetti, director del Dane, dijo que “en el segundo trimestre de 2017, siete de las nueve ramas de actividad económica crecieron positivamente”. (Gusman Pinilla, S.F.)

Los sectores que tuvieron los mayores crecimientos fueron: agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca con una variación de 4,4%; establecimientos financieros con 3,9%, y servicios sociales, comunales y pensionales con 3%. (Gusman Pinilla, S.F.)

Otros sectores que registraron un crecimiento fueron: suministro de electricidad, gas y agua (1,2%); comercio, reparación, restaurantes y hoteles (0,9%); transporte, almacenamiento y comunicaciones (0,7%); y construcción (0,3%). (Gusman Pinilla, S.F.)

Entre tanto, los segmentos que disminuyeron en la variación del Producto fueron: industria manufacturera con -3,3%, y explotación de minas y canteras -6%. (Gusman Pinilla, S.F.)

Carlos Sepúlveda, decano de la Facultad de Economía de la Universidad del Rosario, comentó que “el agro y el sector financiero volvieron a sacar la cara por la economía nacional como sucedió en el primer semestre de este año (...) específicamente en el agro se pueden hacer más inversiones y recibir más dividendos”. (Gusman Pinilla, S.F.)

De acuerdo a lo anterior se puede decir que la economía nacional ha venido en crecimiento, permitiendo el aumento en la producción de bienes de consumo. De igual manera en el sector regional, concretamente en el municipio de Mitú, se ha podido observar que las contrataciones de las entidades públicas, así como la inversión del sector privado han aumentado permitiendo que mejoren los ingresos de las familias y por ende el ingreso per cápita; lo que hace que el producto Jarabe de Limoncillo Macuna S.L, cuente con mayor rotación mes a mes.

1.4.1. Planteamiento del problema

¿Por qué es importante tener un centro de producción de jarabe a base de limoncillo en el municipio de Mitú?

De acuerdo PBOT. (2016); es importante contar con el centro de producción regional, que explote los recursos de manera sostenible, y que represente al departamento generando empleo en busca de calidad de vida para sus propios habitantes del municipio y comunidades más aún de las comunidades indígenas. Ya que estos cultivos son prácticas diarias de los habitantes de la región, incluyendo a indígenas (los cuales ocupan gran parte del sector rural y urbano) y colonos que habitan en el municipio de Mitú. Por tal motivo se evidencia viable el proyecto en la producción de jarabe a base de limoncillo (planta que crece especialmente en esta zona del territorio nacional). Por otro lado al ser un producto a un costo cómodo, todas las familias tendrán acceso a éste, el cual permitirá combatir los síntomas del resfriado común de niños, niñas, jóvenes y adultos sin efectos secundarios.

¿Es viable la creación de una empresa productora y comercializadora de jarabe a base limoncillo, en el municipio de Mitú departamento de Vaupés?

Después de una etapa de investigación y práctica con el curso del diplomado de plantas medicinales en el segundo periodo del año 2016, se evidencio que es muy favorable producción de jarabe a base de la planta de

limoncillo, con las potencialidades de los productos para la población indígenas y colonos. Para ellos fue algo novedoso la recuperación de usos tradicionales como lo es la medicina tradicional. Viendo la necesidad y el sobre costo de canasta familiar, así como la crisis de atención en salud en el departamento y por ende en el municipio de Mitú, de allí se abre una nueva alternativa a mediano y a largo plazo para los ponentes del presente plan de negocio.

1.4.2. Análisis de Contexto

Marco Cultural

De manera general y simplista, aunque ilustrativa, podemos decir que el modo de apropiación, extracción y uso de recursos originarios de la Amazonia destinados al mercado mundial, en un mundo primero mercantilista, colonial y luego capitalista, ha acabado por imponer su ley dando sello y carácter a la economía regional, durante los tres últimos siglos, como oferente de materias primas y productos para el resto del mundo. Esto ha sido a expensas de las modalidades de uso y extracción de recursos destinados al autoconsumo, a la reproducción y a la subsistencia de las sociedades que han habitado y habitan la región, tanto en los asentamientos dispersos por toda la geografía amazónica, como en las urbes que se han venido conformando, principalmente desde la irrupción de la explotación de gomas elásticas durante el cambio de los siglos XIX a XX y hasta la actualidad. De alguna manera estas dos modalidades han encarnado y direccionado los requerimientos de conocimiento y de tecnología que cada una ha necesitado para realizar su objeto y su destino. Si bien la sobreposición y primacía de la primera sobre la segunda nos permite hablar en cierto modo de la existencia y del dominio de una ciencia y una tecnología colonizadoras en la Amazonia, no podemos pensar que la o las modalidades de conocimiento y tecnologías surgidas y desarrolladas en la misma región hayan desaparecido o que sean inviables. Solamente podemos decir que éstas han estado presentes en el proceso de generación de conocimiento sobre la región y que, sin embargo, siguen invisibles y ocultas, pero aun ofrecen alternativas actuales y para el futuro no solo dentro de la región sino eventualmente para subsidiar a otras regiones. (Universidad Nacional de Colombia, sede Amazonía; Instituto Amazónico de Investigaciones - IMANI)

Otra perspectiva posible, subsidiaria de la que habla de una ciencia y una tecnología colonizadas, puede ser la que plantea un choque irreconciliable entre dos modos de saber y hacer, el occidental por una parte y el saber tradicional y nativo, por la otra. En este caso, es preferible plantear que las dos formas y sistemas de conocimiento, la europea y la nativa, han coexistido así sea de manera inequitativa y diferenciada, fundamentando una suerte de diálogo de

saberes, no solo como fórmula transaccional y compensatoria, sino simplemente para reconocer que el conocimiento acumulado sobre la Amazonia es el producto de la interacción y si se quiere fusión del saber académico y científico, con el saber ancestral y colectivo de las sociedades nativas pero, el problema no es solo la producción de conocimiento y tecnologías utilizados en las actividades extractivas, sino además al servicio de quién y de quiénes éstas han estado en el pasado y al servicio de quién deberían y podrían estar en el futuro. (Universidad Nacional de Colombia, sede Amazonía; Instituto Amazónico de Investigaciones - IMANI)

Marco Climático

Se consolidará una capacidad en CTel en la perspectiva de un desarrollo durable y sustentable económico, social y ambiental, aprovechando las ventajas de sus sistemas productivos propios, su riqueza paisajística y los recursos maderables y no maderables de sus selvas y cursos de agua, manteniendo bajo control y subordinando las formas de producción y extracción no sustentables.

En este Plan se sustenta la necesidad de manejar estos dos ejes o sectores de manera integrada para intentar resolver definitivamente la disyuntiva, muchas veces aparente, entre la priorización de la preservación y manejo de los recursos naturales y el medio ambiente o el fomento de un desarrollo económico, al margen de considerar su costo o consecuencias ambientales. Esto es posible a través de una aproximación que emprenda la valoración de las ventajas y las alternativas para el uso y transformación de los recursos naturales en perspectivas de larga duración, contemplando su incidencia en el equilibrio de los sistemas ecológicos y el bienestar de la población, versus las propuestas cortoplacistas que perpetúan las modalidades extractivas que han generado riqueza temporal para unos pocos o para empresas foráneas, a lo largo de su historia y hasta el presente, con base en la destrucción de la diversidad natural y cultural de la región amazónica y del departamento del Vaupés. Lo anterior significa que las posibilidades de desarrollo económico deben estar fuertemente determinadas por la necesidad de conservar y usar los activos naturales, garantizando su permanencia y reproducción, priorizando el beneficio local y regional, así como la investigación y el desarrollo de tecnologías alternativas o de bajo impacto ambiental y cultural. (Universidad Nacional de Colombia, sede Amazonía; Instituto Amazónico de Investigaciones - IMANI).

Marco Político

La política siempre ha estado inmersa dentro de las decisiones en la puesta en marcha de proyectos, más cuando estos cuentan con un impacto social y

económico. El siguiente escrito es un análisis propuesto en el Plan Estratégico Departamental de Ciencia, Tecnología e Innovación (PEDECTI).

Desarrollará propuestas de CTel, en el marco de un proceso de ordenamiento territorial finalizado del Vaupés, basado en una organización estatal pública con funcionamiento pleno, eficiente y coordinado de los niveles departamental, municipal y de las entidades territoriales indígenas, con estructuras básicas para el diseño, articulación e implementación eficiente de políticas territoriales de CTel. (Universidad Nacional de Colombia, sede Amazonía; Instituto Amazónico de Investigaciones - IMANI)

Hoy por hoy, en el departamento del Vaupés, así como en Amazonas y Guainía, se presenta un rezago en la organización territorial fundamentado en la persistencia de figuras territoriales obsoletas y declaradas inexecutable o inconstitucionales como son los corregimientos departamentales. Por otra parte, aunque grandes extensiones del territorio del Vaupés se organizan bajo diferentes figuras jurídicas de preservación y manejo –parques nacionales naturales, reservas naturales, resguardos indígenas- éstas han venido siendo transformadas y por esta razón se hace necesario generar estrategias de ordenamiento territorial que permitan superar los conflictos por el control y el acceso al territorio y que hagan posible el aprovechamiento más eficiente de sus recursos. La solución de este rezago debe permitir no solo regular el uso del suelo y el subsuelo y las actividades productivas, sino que propicia escenarios territoriales definidos, con sus respectivos instrumentos y mecanismos para la creación, reorganización y promoción de la ciencia, la tecnología y la innovación en el departamento. La profundización de los principios de la descentralización política y administrativa y de la autonomía regional se resuelven de manera irreversible con el fortalecimiento de los municipios con sus centros urbanos y de los territorios indígenas, de la mano de las competencias y recursos consignados en la Constitución Política y en las normas reglamentarias. La democracia participativa, la transparencia y la calidad de la función pública de las entidades territoriales, al servicio del desarrollo sostenible de sus jurisdicciones y sociedades, es el gran desafío para orientar la C T e I hacia el progreso económico, social y ambiental del Vaupés. Todo lo anterior se podría resumir en una sentencia: sin ordenamiento del territorio será más difícil la consolidación de las actividades de C T e I en el departamento del Vaupés y por tanto más difícil que puedan tener expresión local o territorial. Por esta razón este PEDCTI también debe contribuir a la solución de estos problemas. (Universidad Nacional de Colombia, sede Amazonía; Instituto Amazónico de Investigaciones - IMANI)

Marco Demográfico

El municipio de Mitú cuenta con una superficie cerca de 16.422 Km², con una población aproximada de 16.580 habitantes, donde predomina la raza indígena con una variedad de 31 etnias diferentes (DANE, 2012), al discriminar la población por sexo, el sexo masculino representado en el 50.9% y el femenino el 49.1% del total de la población del departamento, la población de menos de 15 años representa una parte importante del total poblacional del departamento índice de juventud del 40% clasificando la población como joven.

En contraposición se encuentra que las personas que se encuentran en el grupo de edad de mayores de 60 años representa el 6,5% (2693/41534) de la población, el 14,2 % de este grupo poblacional sobrepasan los 80 años, el índice de envejecimiento departamental es del 16,11% (Departamento del Vaupés, secretaria de salud Departamental, 2010).

Actualmente en el mercado regional no existe un producto que sea elaborado con plantas medicinales extrayendo su principio activo, en este caso se pretende lanzar al mercado un jarabe a base de limoncillo, que por sus compuesto químicos combate la gripa en sus primeros síntomas; este compuesto ha sido utilizado por muchas generaciones dentro del contexto regional indígena de una forma artesanal para combatir esta patología. El jarabe de limoncillo Macuma S.L, ofrece un producto elaborado con las normas técnicas colombianas que permitan dar confianza al consumidor, de igual manera cuenta con estudios científicos certificando su calidad para el consumo. Por otro lado el producto ha sido diseñado de tal manera que su costo es bajo lo que permite ser utilizado por personas con cualquier ingreso económico.

La tendencia en la actualidad es la preocupación de ciudadano por su salud y la sus familias, toda vez que hoy en día es común observar exámenes de prevención y no como anteriormente que solo se asistía al médico cuando se estaba enfermo. Sin embargo siempre es necesario tener en la casa un producto que me permita mitigar las los síntomas del resfriado y ayude a aliviar otras dolencias o malestares.

Como se pudo observar en la discriminación demográfica del municipio, el potencial para su consumo es bastante alto, ya que no todas las personas cuentan con los ingresos para poder consumir medicina occidental, más cuando ésta difiere de la cosmovisión de los pueblos indígenas.

1.4.3. Método

Una de las principales variables a considerar dentro de nuestro estudio es la población objetivo ya que ésta se caracteriza por no tener una entrada de dinero constante. Es decir, en su mayoría no cuenta con un contrato fijo que le permita tener una entrada mensual constante de recursos económicos; ya que la población laboralmente activa de cada una de las familias por lo general se desplaza al casco urbano a trabajar por jornales que por lo general están por debajo del salario mínimo y los trabajos no son constantes o a término definido.

Es por esto que la principal hipótesis que podemos establecer es que con la puesta en marcha del proyecto se obtendrán unas excelentes utilidades, pues el costo del jarabe es accesible para todos los individuos que trabajen por contrato o como se mencionó anteriormente, por quienes laboren por jornales sin las condiciones de seguridad social o EPS pero que necesiten mitigar los síntomas del resfriado común. También es una oportunidad para quienes de manera objetiva y saludable, desean utilizar productos cien por ciento naturales y que al momento de usarse no tenga efectos secundarios o contraindicaciones que puedan ser perjudiciales para la salud.

Como segunda hipótesis podemos afirmar que al ser éste un producto natural, tipo casero; será recibido con beneplácito por la mayoría de familias indígenas y por aquellos que centros de estética y tiendas naturistas, donde su fin es disminuir el consumo de químicos por el cuerpo, químicos que son el componente principal de la mayoría jarabes que se encuentran en el mercado actual y que muchos de ellos cuentan con contraindicaciones y efectos secundarios para la salud.

1.4.4. Diseño de Investigación

Para el desarrollo del presente trabajo se aplicó la investigación cuantitativa la cual es el procedimiento de decisión que pretende señalar, entre ciertas alternativas, usando magnitudes numéricas que pueden ser tratadas mediante herramientas del campo de la estadística. Por eso la investigación cuantitativa se produce por la causa y efecto de las cosas. (wikipedia, s.f.)

Para que exista metodología cuantitativa se requiere que entre los elementos del problema de investigación exista una relación cuya naturaleza sea representable por algún modelo numérico ya sea lineal, exponencial o similar. Es

decir, que haya claridad entre los elementos de investigación que conforman el problema, que sea posible definirlo, limitarlos y saber exactamente dónde se inicia el problema, en qué dirección va y qué tipo existe entre sus elementos:

- ✓ Su naturaleza es descriptiva.
- ✓ Permite al investigador "predecir" el comportamiento del consumidor.
- ✓ Los métodos de investigación incluyen experimentos y encuestas.
- ✓ Los resultados son descriptivos y pueden ser generalizados.
(wikipedia, s.f.)

Para poder obtener datos confiables se aplicó una encuesta con una muestra poblacional de cien personas del municipio de Mitú, así como también a diferentes centros de belleza y droguerías las cuales mostraron su aceptación por el producto y mediante convenios comerciales realizar su distribución y venta. La encuesta muestra la aceptación por parte de las familias chagreras, ya que se entrevistaron a mujeres y hombres cabeza de hogar quienes mostraron su total aceptación al producto, más aun con el precio, el cual les pareció justo y cómodo para sus bolsillos. En la siguiente parte del plan de negocios se realiza un análisis de las preguntas realizadas a la muestra poblacional.

1.4.5. Resultados de la Investigación

A continuación se muestra el análisis de resultados correspondientes al modelo de entrevista realizado a cien personas del municipio de Mitú y el cual permitió el planteamiento de las hipótesis, la encuesta se anexará al presente plan de negocios.

Para la pregunta 1. Sobre la ocupación, se evidenció que el 90 por ciento de los encuestados son personas cabeza de hogar que no cuentan con un ingreso mensual estable.

Para la pregunta 2. La mayoría de los encuestados vive en las periferias del municipio o viene de comunidad indígena. Algunos de ellos son contratistas de las diferentes entidades y que habitan en el casco urbano.

Para la pregunta 3. El 72 por ciento son personas en edad de trabajar y por lo general cabeza de hogar que desean contar con productos naturales que les permita aliviar a sus hijos y al núcleo familiar en general. El 25 por ciento son

personas entre los 50 y 60 años que también desean productos cómodos en precio y de alta calidad.

Para la pregunta 4. El 95 por ciento de las personas utilizan remedios naturales para calmar los síntomas del resfriado común. Solo unos pocos utilizan los jarabes del comercio común y que se consiguen en droguerías. Sin embargo muchos de ellos manifiestan que igualmente no confían mucho en este tipo de medicamentos.

Para la pregunta 5. Frecuencia para utilizar estos productos es constante, ya que como se saben las familias son numerosas y por lo general cuando se enferma uno de los miembros, la patología se trasmite a los demás.

Para la pregunta 6. El cien por ciento de los encuestados está en toda la disposición de adquirir un producto cien por ciento natural, más aún si es un remedio utilizado por los antepasados y ancestros indígenas. También se sienten el deseo de apoyar la industria de la región, ya que en el momento no se cuenta con un centro de investigación o planta de producción que produzca un bien extrayendo el componente activo de una planta natural.

En cuanto al producto se realizaron también algunas preguntas. Para la pregunta 7. ¿Qué tipo de problemas debiera combatir un producto Natural como el jarabe de limoncillo? Un producto debe aliviar la tos, el resfriado, la fiebre y el dolor de cabeza; que son los síntomas del resfriado común.

Para la pregunta 8. El 83 por ciento de los encuestados desea que el producto sea natural y con un rico sabor, más cuando la mayoría son niños los que los van a consumir el producto.

Para la pregunta 9. El 68 por ciento de los encuestados están de acuerdo con que sea elaborado de manera tradicional, más que artesanal. Aunque los dos procesos van muy de la mano y el consumidor final es consciente de eso, sin embargo la calidad del producto se evidenciará en los soportes legales como lo es el registro INVIMA, y los controles de calidad.

Para la pregunta 10. El 89 por ciento de la población manifiesta que para ellos lo que más importa al momento de adquirir un producto es la efectividad para aliviar los síntomas del resfriado común.

Para las preguntas 11 y 12. El 78 por ciento de la población estima conveniente pagar seis mil pesos por un Jarabe de 60 ml. Manifiestan de igual manera que los costos de los jarabes del comercio se encuentran por encima de los ingresos, más en Mitú donde no se tiene clara una regulación de precios para los productos que llegan por vía aérea o fluvial. Para efectos de pago el cien por ciento de los encuestados pagará el producto en efectivo.

Para la pregunta 13. El 85 por ciento de los encuestados manifiesta querer adquirir el producto directamente en el local sin intermediarios. Aunque les parece interesante el poder encontrarlo por internet y solicitarlo para que sea llevado a la puerta de la casa en cualquier momento del día e incluso algunos dicen que en la noche también.

Para la pregunta 14. El 92 por ciento desean conocer el producto por medio directo; es decir, mediante muestra directa al consumidor final. Aunque el catalogo ayuda es preferible ver el producto, manifiestan algunos de los encuestados.

Para la pregunta 15. Los encuestados manifiestan que sería importante poder tener una muestra gratis, que les ayude a observar la eficacia y calidad del producto es lo dicho por el 62 por ciento de los encuestados. Al 24 por ciento les gustaría obtener rebajas de precio.

Para las preguntas 16 y 17. Les parece que debido al auge que tienen las Tecnologías de la Información y Comunicación –TIC-, la promoción, información y publicación de productos debería realizarse por medio de las páginas WEB o redes sociales, claro está que sin desestimar los catálogos los cuales ayudan a la población que no tiene acceso a las plataformas digitales.

2. PLAN DE MERCADEO

Para organizar el plan de mercadeo se tomó como base los resultados de la encuesta realizada a cien pobladores del municipio de Mitú especialmente de las comunidades que quedan en la periferia. Esto permitió realizar los análisis para escoger los mejores métodos y mecanismos de mercadotecnia para publicidad, canales de distribución y todo aquello que esté relacionado con los gustos de los encuestados y que redunden en la satisfacción al cliente.

2.1. *Concepto de Producto*

Las principales características del producto son:

- Producto empacado en envase plástico de 60 ml, elaborando técnicamente en el laboratorio artesanal sin alteraciones químicas o físicas con el principio activo de la planta de limoncillo.
- Cada envase tiene una duración de aproximadamente un año.

Proceso de producción:

A continuación se describe el proceso de producción para la fabricación del jarabe de limoncillo para el resfriado común.

- a) Recepción de la materia prima: Se recibe la droga vegetal y se realiza una inspección visual corroborando su peso y control de calidad.
- b) Se realiza un lavado de las plantas en las tinas de lavado con el propósito de eliminar agentes externos.
- c) Se escurren las plantas para eliminar el exceso de agua después del proceso de lavado.
- d) Se realiza un corte para disminuir el tamaño de las hojas lo cual permite acelerar el proceso de deshidratación en el horno.
- e) Se introduce al horno de secado en los cuales se deshidrata la planta mediante la circulación de aire caliente y seco perdiendo así el 60% de su masa, cada horno podrá cargarse con 15 Kilogramos de los cuales se

obtiene 6 kilogramos de hoja de limoncillo deshidratada suficiente 1000 ml de principio activo.

- f) Una vez deshidratado la hoja de limoncillo se procede a dejarlo en proceso de percolación por un término de 8 días, el cual contiene 6 kilogramos de masa vegetal y alcohol etílico al 96% y agua al 30%.
- g) Luego del procedimiento anterior se realiza el jarabe simple, a 100 ml de agua destilada se le agrega 85 gr. De azúcar refinada, 0.25 gr, de metilparbano, 0.15 gr, de propilparabeno, estos últimos son los conservantes; seguidamente se agita constantemente a fuego lento hasta lograr una solución viscosa.
- h) Seguidamente se elabora el jarabe: a 100 ml de extracto fluido de limoncillo, se le agrega 10% de alcohol etílico, seguidamente se mezcla 1000 ml de jarabe simple.
- i) Se lleva el producto cargado a la máquina de empacado para que sea empacado en envases plásticos de 60 ml.
- j) Luego de este proceso se almacena el producto y queda listo para la distribución en los puntos de venta.

2.2. Estrategias de Distribución

Las estrategias de distribución se tomaron en cuenta de acuerdo a las características de la población objetivo, la cual en su mayoría son indígenas de las comunidades aledañas al municipio y que no cuentan con los recursos para costear un jarabe de una marca comercial o de un laboratorio reconocido, ya que estos llegan al municipio por vía aérea, muy pocos por fluvial lo que encarece los productos que se internan desde el interior del país.

La distribución para el jarabe Macuna S.L, se realizará de dos maneras una directa donde el productor establecerá un centro de venta dentro de la misma distribución de planta teniendo un contacto directo con el consumidor final, disminuyendo de esta forma el intermediario.

Por otro lado también se tomará en cuenta la distribución indirecta, toda vez que se dejara este producto en tiendas naturistas, droguerías y centros de belleza. El producto para estos establecimientos se dejará en consignación, lo cual es más

viable para las dos partes y al final de mes se realiza una revisión de inventarios que permite observar el nivel de ventas. De igual manera, se establecerá un convenio comercial entre las partes que permita un margen de utilidad sin afectar el bolsillo del consumidor final.

A la fecha no se ha contemplado la distribución a diferentes zonas del país, lo cual aumentaría los costos ya que el comprador debe asumir los gastos de transporte y dado que en el municipio de Mitú solo existen tres empresas que realizan envío de paquetes a los diferentes municipios o departamentos, las cuales son 472, Interrapidísimo y Envía; estas empresas también cuentan con servicio puerta a puerta. Es de anotar que esta se cataloga como una carga delicada para el transporte aéreo o fluvial.

2.3. Estrategias de Precio

De acuerdo a la encuesta realizada a la muestra poblacional de cien personas y a los estudios de costos de producción realizados el costo del Jarabe de Limoncillo Macuna S.L se estima en \$10.000 pesos por frasco de jarabe de 60 ml. Teniendo en cuenta que este costo es competitivo con relación a las marcas que se encuentran en el mercado hoy en día.

Aunque la encuesta arrojó que para la población el costo más accesible era de \$6.000 pesos. Los costos de producción no permiten bajar el precio de esta manera; sin embargo, para el lanzamiento se estima obsequiar muestras gratis y realizar promociones pague 1 y lleve 2 entre otros costos que están ya previstos en las proyecciones financieras.

2.4. Estrategias de Promoción

Como se mencionó anteriormente, para la promoción del producto se estima conveniente realizar actividades que satisfagan al consumidor final como lo es obsequiar muestras gratis, promociones de pague 1 y lleve 2, disminuir los costos por compras masivas (cuando el cliente adquiere más de 4 el valor del producto disminuye a \$6.000), estas serán las actividades más relevantes para la promoción.

Por otro lado el lanzamiento del producto se pretende dar a conocer por redes sociales, contando con que la mayoría de personas hoy en día cuentan con este servicio en celulares (smartfone), que les permite el acceso a datos. Aunque

en Mitú la red es lenta y en ocasiones se cae, se sabe que el manejo de las TIC es una moda mundial.

2.5. Estrategias de Comunicación

Como se dijo en el párrafo y punto anterior se hará uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para promocionar el lanzamiento del producto; no obstante estas no solo promocionaran el lanzamiento, también permitirán estar actualizando al consumidor final sobre el producto, su modo de aplicación, dosis relacionadas de acuerdo a los síntomas presentados, variación de precios, otras promociones, entre muchos otros datos informativos de carácter general.

Se pretende utilizar estos medios masivos de comunicación ya que son gratuitos y no exigen costos en plataformas virtuales, si el pago de un equipo con excelente resolución de cámara y video, conexión a datos móviles y el pago de un plan mensual de datos con un operados de telefonía celular.

2.6. Estrategias de Servicio

Para garantizar la satisfacción al cliente se estima conveniente otorgarle un servicio posventa el cual está dirigido a resolver dudas e inquietudes en cualquier momento que este lo requiera, por vía telefónica si este no se encuentra dentro del casco urbano y las condiciones lo ameritan se realizará una visita técnica que permita verificar la calidad del producto.

Para los establecimientos que adquieran el producto, la distribución se hará a domicilio sin costo adicional, de igual manera si algún cliente que se catalogue como fiel lo desea también se le puede prestar este tipo de servicio a cualquier hora del día.

2.7. Presupuesto de la Mezcla de Mercados

Como se mencionó anteriormente, la empresa no destinará muchos recursos en la promoción y divulgación, ya que las familias en las comunidades les interesan más la voz a voz o lo que manifiesta el vecino y amigo sobre el producto, esto es lo que se ha podido observar no solo en el desarrollo del proyecto sino como experiencia en la zona. Sin embargo si se destinará un recurso inicial para la promoción y divulgación del producto dentro y fuera del casco urbano; así como se puede ver en el siguiente cuadro:

Tabla 1: Presupuesto de Publicidad

PRESUPUESTO PUBLICIDAD	Valor
Diseño de Imagen	\$350.000
Volantes con la información de la empresa y el producto	\$500.000
Patinadoras que repartan los volantes (2 patinadoras por una semana)	\$ 400.000
Arañas de calidad con el logo, información de la empresa y el producto (2 arañas de 2X1.5 mts)	\$700.000
Muestras gratis del Jarabe de Limoncillo Macuna (500 muestras gratis)	\$3.000.000
Compra de celular de última generación para la administración de redes sociales.	\$800.000
Plan de datos con un operador	\$70.000
TOTAL INVERSIÓN	\$ 5.820.000

Fuente: Elaboración propia

2.8. Estrategias de Aprovisionamiento

Para el aprovisionamiento de la materia prima la planta de producción cuenta con un centro de bodegaje o almacenamiento adecuado que permite su acopio en condiciones óptimas para su uso durante el periodo de transformación, que como se mencionó anteriormente, la planta de producción trabajará 8 horas diarias y de lunes a viernes; eventual mente los sábados o en su defecto, se laborarán horas extra cuando la demanda de producción así lo requiera. Es tos costos por horas extras, sábados o dominicales no serán incluidos dentro del análisis financiero, pues son eventualidades o variaciones del mercado; sin embargo serán pagas de acuerdo a la normatividad vigente o a los acuerdos internos establecidos con los trabajadores de la empresa. Tampoco a la fecha se contempla la contratación de más personal que el dispuesto en el presente estudio.

Los proveedores cuentan con la disponibilidad de la materia prima en cualquier momento, sin embargo mes a mes es necesario realizar una proyección de ventas para de ese mismo modo hacer la solicitud de insumos. A continuación se presenta el registro de la materia prima y el costo mensual de la misma.

Tabla 2: Costo materia prima x mes

Costo materia prima	Unidad de Medida	Valor Unitario	Cantidad	Costo por LMP
Masa vegetal (Limoncillo)	Kilogramo	\$2.000	70	\$140.000
Stiker exterior	Unidad	\$150	1.200	\$180.000
Envase-colapcible tapa roja	Unidad	\$700	1.200	\$840.000
TOTAL				\$1.160.000

Fuente: Elaboración propia

De igual manera para los insumos utilizados en la elaboración del producto, se requiere de un almacenamiento adecuado. Para lo cual la planta cuenta con el espacio que permite su buen almacenaje, de igual manera se realizaran controles de calidad para verificar las condiciones de los insumos. También los proveedores cuentan con estrategias de servicio posventa, lo que significa que si en un caso fortuito es necesario realizar algún cambio o ajuste esto se puede hacer sin que se incrementen los costos de producción o de inversión mensual. A continuación se muestra las cantidades por mes necesarias y los costos de los mismos.

Tabla 3: Costos insumos por mes

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Alcohol etílico	Galón	50	\$20.000	\$1.000.000
Propil parabeno	Libra	2	\$22.000	\$44.000
Metil parabénos puro	Libra	2	\$22.000	\$44.000
TOTAL				\$1.088.000

Fuente: Elaboración Propia

2.9. Proyección de Ventas

Teniendo en cuenta que la demanda insatisfecha es bastante alta, las unidades a vender se relacionan directamente con la capacidad de producción en planta, es por eso que a continuación se muestra un breve análisis de ésta.

Capacidad de producción:

A continuación se presenta una tabla con la capacidad de producción de las maquinas utilizadas en el proceso, la cantidad necesaria y las capacidades por hora y las horas trabajadas al mes. Los datos de producción por hora ya tienen en cuenta los tiempos muertos de preparación y ajuste.

Tabla 4: Capacidad de Producción

Equipo	Cantidad	Proceso/ hora	Unidad de medida	Hora mes
Horno de Deshidratación	1	1.2	Kg/h	160
Percolador	1	1.2	ml	160
Operario empacador	1	1.2	hh	160

Fuente: Elaboración propia

La tabla indica la capacidad de producción mensual de cada equipo, iniciando con el horno de deshidratación, éste tiene una capacidad de producir 1,2 kg de plantas deshidratadas por hora y puede trabajar 160 horas al mes lo cual nos daría una producción de 160 kg al mes, pero como la unidad de venta contiene solamente 60ml de producto, esto sumado al desperdicio causado por el proceso, la capacidad de producción sería de aproximadamente 1.200 unidades de venta al mes. De igual manera el empacador tiene una capacidad de envasar 6,25 envases por hora y al trabajar 160 horas mensuales producen 1.000 productos de unidades de venta, para aumentar el empaque se tendría que trabajar horas extra o compensatorios, estos acuerdos serian internos con el trabajador de línea. A continuación se presenta un cuadro de proyecciones anuales, que permite observar el crecimiento en ventas programado por la empresa.

Tabla 5: Proyección de ventas anuales

PROYECCION DE VENTAS ANUALES JARAVE DE LIMONCILLO MACUNA					
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
	AÑO 1+10%	AÑO 2+10%	AÑO 3+10%	AÑO 4+10%	AÑO 5+10%
14.400	17.280	20.736	24.883	29.860	32.846

Fuente: Elaboración Propia

De igual manera a continuación se presenta la proyección de ingresos de acuerdo al cuadro anterior. Es de anotar que el aumento en los precios obedece al incremento que ha tenido el IPC que ha sido del 5%, según las proyecciones del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).

Tabla 6: Proyección de ingresos por año en ventas

PROYECCIÓN DE INGRESOS POR AÑO EN VENTAS					
Ingresos por unidad de producción (en pesos)					
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
10.000	10.500	11.050	11.600	12.200	12.800
Ingresos por cantidad anual de producción (en pesos)					
\$144.000.000	\$181.440.000	\$229.132.800	\$288.645.120	\$364.290.048	\$420.428.800

Fuente: Elaboración propia

2.10. Políticas de Cartera

Para el caso del Jarabe de Limoncillo Macuna S.L, las políticas de cartera se definen de dos maneras; las que se aplican para las ventas en el local de la corporación para venta directa del cliente que llega de la comunidad o de aquel que reside en el pueblo y que busca un contacto directo con el productor. Para este primer caso la venta se realizará en efectivo, no se otorgaran crédito a los clientes; solo en caso de que el comprador sea un distribuidor o comerciante de alguna comunidad, para lo cual debe acreditar una solvencia económica y la documentación que permita verificar los estados financieros dando la fiabilidad buen cliente.

La segunda política es aplicable para los centros de estética, droguerías y tiendas naturistas a los cuales se les dejará en consignación la mercancía; al igual que se negociará el porcentaje de utilidad para estos distribuidores la cual en un sondeo inicial oscila entre el 12 al 15 por ciento. Para esto último los costos de venta para estas tiendas se reducen ya que en el mercado el valor de un jarabe de Limoncillo debe costar al cliente un total de \$10.000 para el primer año.

3. ESTUDIO TÉCNICO DE OPERACIÓN O DE INGENIERIA

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita. (Rosales, 2005)

De acuerdo a lo anterior a continuación se mostrará el proceso que llevará a cabo la empresa para su buen y correcto funcionamiento.

3.1. Operación

Jarabe de limoncillo Macuma S.L, es un producto de origen natural, elaborado para combatir el resfriado común, fitoterapéutico cuyas propiedades ayudan a los síntomas de la gripa, este producto se ofrece como complemento a tratamientos, médicos y caseros, el producto es fabricado a base de la planta de limoncillo, el cual se somete a un proceso de deshidratación que luego es llevado a un percolador por 6 días para lograr extraer el principio activo y los componentes curativos de la droga vegetal. Este producto puede ser utilizado por niños mayores de 2 años y adultos mayores 3 veces al día.

3.1.1. Ficha Técnica del Producto

Producto es empacado en un envase plástico de 60 ml. Este producto es elaborado técnicamente en el laboratorio micro-empresarial Macuna, sin alteraciones químicas o físicas del principio activo de la planta de limoncillo.

El limoncillo (*Cymbopogon Citratus*): Es una planta herbácea, perenne, aromática y robusta que se propaga por esquejes y pertenece a la familia de las Gramíneas. Las flores se reúnen en espiguillas de 30-60 cm de longitud formando racimos. Las hojas son muy aromáticas y alargadas como listones, ásperas, de color verde claro que brotan desde el suelo formando matas densas. Las flores están agrupadas en espigas y se ven dobladas al igual que las hojas (wikipedia, s.f.)

Recibe también los nombres comunes de: hierba limón, toronjil de caña, limonaria, limoncillo, zacate de limón, té de limón, pajete, caña de limón, caña santa, hierba de la calentura, paja de limón, malojillo, pasto limón, cedrón paraguayo cedron capii. En francés se llama "citronnelle". En Venezuela es conocida como "malojillo" o "citronera". También se conoce como yerba luisa, hierba luisa en el Perú, aunque estos nombre se aplican con más propiedad a una planta bien diferente pero de olor similar, *Aloysia citriodora* (wikipedia, s.f.).

Propiedades

- De ella se obtiene el aceite esencial denominado *Lemongrass*.
- Es carminativo, digestivo y para el tratamiento de flatulencia.
- En infusión se utiliza como tónico aromático y febrífugo.
- Es muy usado como repelente de insectos, particularmente mosquitos
- Pese a este efecto, es por contra, atrayente de las abejas, por lo que se utiliza para recuperar enjambres
- Tiene efecto conservante sobre algunos alimentos (wikipedia, s.f.).

Los componentes activos principales de su extracto, geraniol y citronelol, son antisépticos y le confieren propiedades fungistáticas e incluso bactericidas. La hierba limón crece en climas templados y cálidos. Requiere para su crecimiento la presencia de luz. Resiste a las severidades del invierno, ya que soporta lluvias pero no en exceso. No tolera las nieblas (wikipedia, s.f.).

La cantidad de aceite esencial de planta varía de mes en mes en el año, siendo los meses de junio, julio y agosto los que más aceite esencial produce la planta. Esto se debe principalmente a que el calor y el sol de estos meses hacen que la planta acumule más aceite esencial, mientras que en épocas más húmedas el rendimiento de aceite disminuye (wikipedia, s.f.)

Unas de las causas principales para que este cultivo varíe en su producción son los factores ambientales (condiciones climáticas, nutricionales y otros), los cuales afectan directamente en la expresión de los genes responsables de la producción de los principios activos (wikipedia, s.f.).

3.1.2. Estado de Desarrollo

Para el Jarabe de Limoncillo Macuna S.L, se tiene que el proyecto ha sido investigado e inició su desarrollo por medio de la universidad Uniminuto, la cual mediante un seminario mostro la importancia de las plantas medicinales, más aquellas de la selva amazónica las cuales cuentan con propiedades curativas especiales. De igual manera estas plantas han servido a los antepasados en la mejora de sus dolencias y en aliviar los síntomas más comunes que se presentan en este tipo de clima como lo es el dolor de cabeza, la fiebre, la congestión nasal, la irritación de la garganta, entre otros.

Por otro lado este seminario brindó las herramientas necesarias para la elaboración de un producto de alta calidad de buena receptividad en el ámbito municipal y regional, pues aunque ya se ha venido trabajando es algo novedoso e innovador en el mercado, más en el farmacéutico donde la incursión en este sector y el rompimiento del nicho de mercado es una ardua labor.

3.1.3. Descripción del Proceso

A continuación se realiza una descripción del proceso de producción de Jarabe de Limoncillo Macuna S.L, para el resfriado común.

- Recepción de la materia prima: Se recibe la droga vegetal y se realiza una inspección visual corroborando su peso y control de calidad.
- Se realiza un lavado de las plantas en las tinas de lavado con el propósito de eliminar agentes externos.
- Se escurren las plantas para eliminar el exceso de agua después del proceso de lavado.
- Se realiza un corte para disminuir el tamaño de las hojas lo cual permite acelerar el proceso de deshidratación en el horno.
- Se introduce al horno de secado en los cuales se deshidrata la planta mediante la circulación de aire caliente y seco perdiendo así el 60% de su masa, cada horno podrá cargarse con 15 Kilogramos de los cuales se obtiene 6 kilogramos de hoja de limoncillo deshidratada suficiente 1000 ml de principio activo.

- Una vez deshidratado la hoja de limoncillo se procede a dejarlo en proceso de percolación por un término de 8 días, el cual contiene 6 kilogramos de masa vegetal y alcohol etílico al 96% y agua al 30%.
- Luego del procedimiento anterior se realiza el jarabe simple, a 100 ml de agua destilada se le agrega 85 gr. De azúcar refinada, 0.25 gr, de metilparbano, 0.15 gr, de propilparabeno, estos últimos son los conservantes; seguidamente se agita constantemente a fuego lento hasta lograr una solución viscosa.
- Seguidamente se elabora el jarabe: a 100 ml de extracto fluido de limoncillo, se le agrega 10% de alcohol etílico, seguidamente se mezcla 1000 ml de jarabe simple.
- Se lleva el producto cargado a la máquina de empackado para que sea empackado en envases plásticos de 60 ml.
- Luego de este proceso se almacena el producto y queda listo para la distribución en los puntos de venta.

A continuación se muestra la relación de los equipos y maquinaria necesaria para la producción, sin embargo estos ya se habían mencionado anteriormente; la capacidad instalada requerida para la producción y la mano de obra necesaria para el correcto y buen funcionamiento de la empresa.

Tabla 7: Capacidad Instalada Requerida

Equipo	Cant.	Procesa/ hora	Unidad	Hora mes
Horno de Deshidratación	1	1.2	Kg/h	160
Percolador	1	1.2	ml	160
Operario empackador	1	1.2	hh	160

Fuente: *Elaboración Propia*

En cuanto al recurso humano o planta de personal necesario para la operación óptima de la empresa se planea tener un equipo integrado de trabajo de la siguiente manera:

- Gerente (1).
- Operarios (1).
- Asistente de Ventas (1)

A continuación se presenta una tabla con el cálculo de los pagos que se deben asumir por concepto de salarios de cada tipo de empleado en la empresa.

Tabla 8: Análisis de Salarios

Concepto	operario	Gerente	Asistente de Ventas
Salario Básico	900.000,00	2.000.000,00	900.000,00
APROPIACIONES			
Cesantías	81.895,56	166.600,00	81.895,56
Vacaciones	37.530,00	83.400,00	37.530,00
Prima	81.895,56	166.600,00	81.895,56
Salud	76.500,00	170.000,00	76.500,00
Pensión	108.000,00	240.000,00	108.000,00
ARL	4.698,00	10.440,00	4.698,00
ICBF	27.000,00	60.000,00	27.000,00
Sena	18.000,00	40.000,00	18.000,00
Caja de compensación	36.000,00	80.000,00	36.000,00
Interese/cesantías	9.831,40	20.000,00	9.831,40
Total, apropiaciones	481.350,52	1.037.040,00	481.350,524

Fuente: Elaboración Propia

Perfiles de los cargos:

Gerente: Hombre o mujer, profesional en administración de empresas, ingeniería industrial, ingeniería de alimentos y afines; con conocimientos en gestión de calidad y producción con experiencia en el sector cosmético o naturista.

Auxiliar operario: Tecnólogo con conocimiento en herramientas informáticas office, con conocimiento en contabilidad básica. Como hay dos diferentes operarios se necesitan dos diferentes habilidades una en cada una de ellos además de las habilidades básicas anteriormente mencionadas.

Conocimiento en producción (químico farmaceuta)

Conocimientos en procesos administrativos de oficina

Asistente de ventas: Habilidades comerciales, técnico en ventas, buena presentación personal y buena capacidad de expresión oral, preferiblemente que este cursando una carrera profesional del área de la administración.

Otros requerimientos: Para completar las instalaciones hay otras necesidades técnicas que se listaran a continuación:

Muebles de oficina

Computadores

Vehículo (motocarro para la distribución)

Percolador industrial

Balanza o pesa electrónica

Estos son los requerimientos necesarios para cumplir con lo planeado en la producción y adecuar las instalaciones de tal manera que cumplan con los requerimientos para obtener la certificación de buenas prácticas de manufactura para productos fitoterapéutico del INVIMA de acuerdo con el decreto 2266 de 2004 y la resolución 005107 de 2005 del Ministerio de la protección social.

Para la adecuación del inmueble en el que se desea instalar la empresa se tendrán en cuenta los requerimientos del INVIMA y se destinará una parte de los recursos para su adecuación.

3.1.4. Necesidades y Requerimientos

Como se mencionó anteriormente, debido a la demanda insatisfecha tan alta se tomará como base la capacidad de producción de la planta. Es decir, la planta de producción cuenta con una capacidad instalada para originar 1.200 embaces de jarabe mensualmente. Sin embargo, es de anotar que si se requiere en determinado momento más producto terminado se puede ampliar el horario de trabajo mediante la modalidad de horas extra o compensatorias, de acuerdo al arreglo que se llegue con el trabajador de línea. Por tal motivo la producción va a ser constante durante el año, de acuerdo al siguiente cuadro.

Tabla 9: Proyección de ventas por mes

AÑO 1 DE PRODUCCIÓN											
M. 1	M. 2	M. 3	M. 4	M. 5	M. 6	M. 7	M. 8	M. 9	M. 10	M. 11	M. 12
1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200

Fuente: Elaboración Propia

3.1.5. Plan de Producción

El plan de producción se ajusta al cuadro anterior. Teniendo en cuenta que es la capacidad de planta instalada y la línea de producción base, la cual se puede ampliar de acuerdo a las necesidades del mercado. Lo que se pretende es que con el tiempo se logre ampliar la producción por aumento del consumo, lo que implicaría realizar la compra de más maquinaria y equipos, así como de aumentar los pedidos de materia prima e insumos. No obstante por el momento no las utilidades de acuerdo a las ventas permiten la sostenibilidad de la empresa y el pago de los respectivos cargos fijos y variables, los cuales se analizarán más adelante.

3.2. Plan de Compras

El plan de compras está sujeto a la producción mensual de Jarabe de Limoncillo Macuna S.L. Lo cual se ha venido explicando en el desarrollo del presente plan de negocios; por otro lado para la compra de insumos y materia prima se realizó una evaluación a los diferentes proveedores seleccionando aquellos que cuentan con la mejora calidad tanto de producto como de políticas de atención al cliente y posventa.

Por otro lado teniendo en cuenta que la producción es constante por mes, en ese mismo orden los pedidos de insumos y materia prima serán constantes los primeros años, ya que solo se aumentará la producción en caso de que haya una mayor demanda. La prelación por compra de materias primas e insumos se relaciona a continuación.

Tabla 10: Costo materia prima x mes

Costo materia prima	Unidad de Medida	Cantidad	M.1	M.2	M.3	M.4	M.5	M.6	M.7	M.8	M.9	M.10
Masa vegetal (Limoncillo)	Kilo	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
Stiker exterior	Unidad	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200
Envase-colapcible tapa roja	Unidad	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 11: Costos insumos por mes

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	M.1	M.2	M.3	M.4	M.5	M.6	M.7	M.8	M.9	M.10	M.11
Alcohol etílico	Galón	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Propil parabeno	Libra	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Metil parabénos puro	Libra	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2

Fuente: Elaboración Propia

3.2.1. Costos de Producción

De acuerdo a la descripción realizada en puntos anteriores se estima conveniente unos costos mensuales de producción y unas cantidades de materia prima e insumos, para la elaboración de 1.200 Jarabes de Limoncillo Macuna S.L.

Tabla 12: Costo de Materia prima e Insumos

Costo mataría prima	Unidad de Medida	Valor Unitario	Cantidad	TOTAL COSTO MENSUAL
Masa vegetal (Limoncillo)	Kilogramo	\$2.000	70	\$140.000
Stiker exterior	Unidad	\$150	1.200	\$180.000
Envase-colapcible tapa roja	Unidad	\$700	1.200	\$840.000
INSUMOS				
Alcohol etílico	Galón	\$20.000	50	\$1.000.000
Propil parabeno	Libra	\$22.000	2	\$44.000
Metíl parabénos puro	Libra	\$22.000	2	\$44.000
COSTO TOTAL DE PRODUCIR 1.200 JARABES				\$2.248.000

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 13: Costos de Personal

Concepto	operario	Gerente	Asistente de Ventas
Salario Básico	900.000,00	2.000.000,00	900.000,00
APROPIACIONES			
Cesantías	81.895,56	166.600,00	81.895,56
Vacaciones	37.530,00	83.400,00	37.530,00
Prima	81.895,56	166.600,00	81.895,56
Salud	76.500,00	170.000,00	76.500,00
Pensión	108.000,00	240.000,00	108.000,00
ARL	4.698,00	10.440,00	4.698,00

ICBF	27.000,00	60.000,00	27.000,00
Sena	18.000,00	40.000,00	18.000,00
Caja de compensación	36.000,00	80.000,00	36.000,00
Interese/cesantías	9.831,40	20.000,00	9.831,40
Total, apropiaciones	481.350,52	1.037.040,00	481.350,524
TOTAL COSTO POR EMPLEADO MENSUAL	1.381.350,52	3.037.040,00	1.381.350,52

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 14: Costos de Maquinaria, Equipos, Muebles y Enseres

Nombre del Gasto	Cant.	Valor	Total
Percolador	1	\$350.000	\$350.000
Horno de secado	1	\$500.000	\$500.000
Empacadora	1	2.000.000	2.000.000
Muebles de Oficina y para el centro de ventas	1	\$4.000.000	\$4.000.000
Hoyas de lavado	2	\$380.000	\$380.000
Herramientas varias	1	\$1.000.000	\$1.000.000
Computadores	2	\$1.800.000	\$3.600.000
Total			\$11.830.000

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 15: Costo energía eléctrica x mes

Maquinas	Potencia kw	Precio kw/h	Valor hora	Unidades/hora	\$ energía/unidad	Costo por mes
Horno de secado	8	350	2.800	13,332	\$210,02	\$10.501.05
Empacadora	1,5	350	525	26,667	\$19,69	\$984.38
Total					\$229,71	\$11.485.43

Fuente: Elaboración Propia

3.3. Infraestructura

Para la puesta en marcha del presente plan de negocios se requiere adquirir un horno de secado y un percolador, quienes son los responsables extraer el compuesto activo del limoncillo y la producción del Jarabe de Limoncillo Macuna S.L. La planta debe gozar de una excelente movilidad para quienes desean comprar directamente, como también para quienes desean conocer la línea de producción y para que la empresa logre agilidad en el momento de la distribución del producto.

Internamente se cuenta con un salón donde se ubicará la maquinaria y equipo necesario para realizar el montaje de la línea de producción, con un área de aproximadamente 30 metros cuadrados. Con ventilación para evitar la humedad y problemas de circulación de oxígeno para los trabajadores de línea; el piso será en material resistente que permita soportar el peso de la maquinaria y el desplazamiento o transporte de materia prima y producto terminado. Para el almacenamiento se cuenta con un salón de aproximadamente 16 metros cuadrados, de igual manera con piso en material que permita nivelar las estivas para las cajas que serán distribuidas a los centros de estética, droguerías y centros naturistas; por otro lado también permite el ubicar los estantes de tal manera que faciliten la movilidad de quien realizará los cargues o salidas de almacén. Por último se cuenta con un espacio que será destinado como sala de ventas, que permitirá el contacto directo con el consumidor final acogiendo a las políticas de atención al cliente.

En cuanto a la maquinaria que se va adquirir, esta se relaciona a continuación:

Filtro Percolador: Es una de las tecnologías más populares para el tratamiento biológico de aguas residuales, industriales y domésticas. Esta tecnología está muy extendida en todo el mundo por varios motivos, que se pueden resumir de la siguiente manera:

- Es una tecnología bien conocida, asociada a menores costos de instalación y funcionamiento.
- Capaz de proporcionar excelentes resultados, es decir, si están bien diseñados y operados, cumplirán con sus requerimientos.
- La instalación, operación y mantenimiento se pueden realizar de una manera extremadamente simple.

- Muy baja producción de lodo.
- Poco dependientes de la temperatura ambiente (tratamientodelagua, s.f.)

Horno de secado: también llamado horno de laboratorio es un tipo de horno comúnmente usado para deshidratar reactivos de laboratorio o secar instrumentos. El horno aumenta su temperatura gradualmente conforme pase el tiempo así como también sea su programación, cuando la temperatura sea la óptima y se estabilice, el térmico mantendrá la temperatura; si esta desciende volverá a activar las resistencias para obtener la temperatura programada; posee un tablero de control que muestra el punto de regulación y la temperatura real dentro del horno, está montada al frente para su fácil lectura, aunque algunos modelos anteriores no lo tienen, estos cuentan con una perilla graduada la cual regula temperatura del horno (wikipedia, s.f.).

En la adecuación de la planta física se debe realizar unas mejoras las cuales deben estar incluidas en la inversión inicial. El costo de la maquinaria, equipos, muebles y enceres se describió en la parte anterior, por lo tanto se discriminará lo referente a adecuaciones, registros y varios.

Tabla 16: Gastos de adecuaciones, permiso y registro

Inversión Inicial	Cant.	Valor	Total
Permiso gastos legales	1	\$600.000	\$600.000
Reg. Sanitario INVIMA	1	\$4.000.000	\$4.000.000
Adecuaciones	1	\$7.000.000	\$7.000.000
Total			\$11.600.000

Fuente: *Elaboración Propia*

Las instalaciones donde funcionará la empresa Jarabe de Limoncillo Macuna S.L. será una vivienda de propiedad del gerente lo que implica no tener gastos de arrendamiento o pago a terceros. Lo que si es necesario, es realizar la adecuación de la infraestructura por lo tanto se coloca como un valor dentro de la inversión inicial para la puesta en marcha del plan de negocios.

Es de anotar que aunque el bien inmueble pertenece al proponente del proyecto (gerente general), éste no entra a hacer parte de los bienes patrimoniales

de la empresa. Es por esto que no se verá reflejado en el estudio financiero, el cual se realizará más adelante.

4. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

El estudio organizacional busca determinar la capacidad operativa de la organización dueña del proyecto con el fin de conocer y evaluar fortalezas y debilidades y definir la estructura de la organización para el manejo de las etapas de inversión, operación y mantenimiento. Es decir, para cada proyecto se deberá determinar la estructura organizacional acorde con los requerimientos que exija la ejecución del proyecto y la futura operación (estudio-organizacional, s.f.).

De acuerdo con esto la organización Jarabe de Limoncillo Macuna S.L realizó un análisis para determinar la estructura organizacional y de igual manera que le permita establecer las funciones de cada uno de los miembros del grupo de trabajo con sus respectivas funciones y requisitos para su contratación. Más adelante se mostrara la matriz que permita observar las fortalezas con las que cuenta la empresa.

4.1. Estrategia Organizacional

Para la creación de estrategias organizacionales es necesario iniciar con las bases fundamentales de la empresa las cuales se definen con la misión y la visión de la misma. Esto permite darle un norte o un rumbo para lograr alcanzar los objetivos o metas propuestos a mediano y largo plazo.

Misión: Vender productos de alta calidad, con un gran sentido de pertenecía y mirando la satisfacción del cliente como herramienta no solo de promoción, sino como crecimiento profesional de quienes laboramos en esta organización. Estamos comprometidos con cada uno de nuestros clientes para crear una sólida relación de beneficio mutuo. Sobre las bases del conocimiento, respeto, profesionalismo, calidad y desarrollo. Obteniendo como resultado satisfacción y crecimiento rentable para el JARABE DE LIMONCILLO MACUMA, y un mejoramiento de la salud para nuestros clientes

Visión: Ser en el año 2.024 una de las empresas mejor posicionadas en el sector farmacéutico y de venta de productos naturales para el cuidado del resfriado común. Con clientes a nivel nacional e internacional, aplicando políticas de calidad, eficacia y eficiencia. Desarrollando nuevos productos para el cuidado de la salud siendo pioneros en la explotación de productos naturales propios de la selva Amazónica.

4.1.1. Análisis DOFA

Para marcar un objetivo estratégico inicial para la empresa es necesario analizar los factores internos y externos que puedan afectar el éxito del negocio, para tomar decisiones que permitan seguir una ruta estratégica en el proyecto de emprendimiento.

DEBILIDADES

- Empresa nueva sin reconocimiento aun.
- El éxito del producto depende de la disciplina del consumidor (Genera riesgo de desprestigio).
- Buscar ofrecer el producto como complemento de otros tratamientos.
- Competir con buen precio para ganar reconocimiento, certificar el producto con estándares internacionales para exportación., buscar nuevos mercados diferentes al definido en el plan de negocios.
- Incorporar personal especializado que asesoren en el equipo de ventas.
- El producto tiene un alto porcentaje de efectividad.
- Invertir en promocionar e producto como de origen natural incluir testimonios de personas beneficiadas con el producto en campañas publicitarias.
- Alianzas con productores y distribuidores de materia prima.

FORTALEZAS

- Producto relativamente económico con respecto a las opciones para el resfriado común.
- Producto de origen natural, sin contraindicaciones.

OPORTUNIDADES

- El incremento en el número de personas con problemas respiratorios.

- El creciente interés por hábitos saludables.
- El producto puede ser complementario a otros tratamientos para el resfriado.

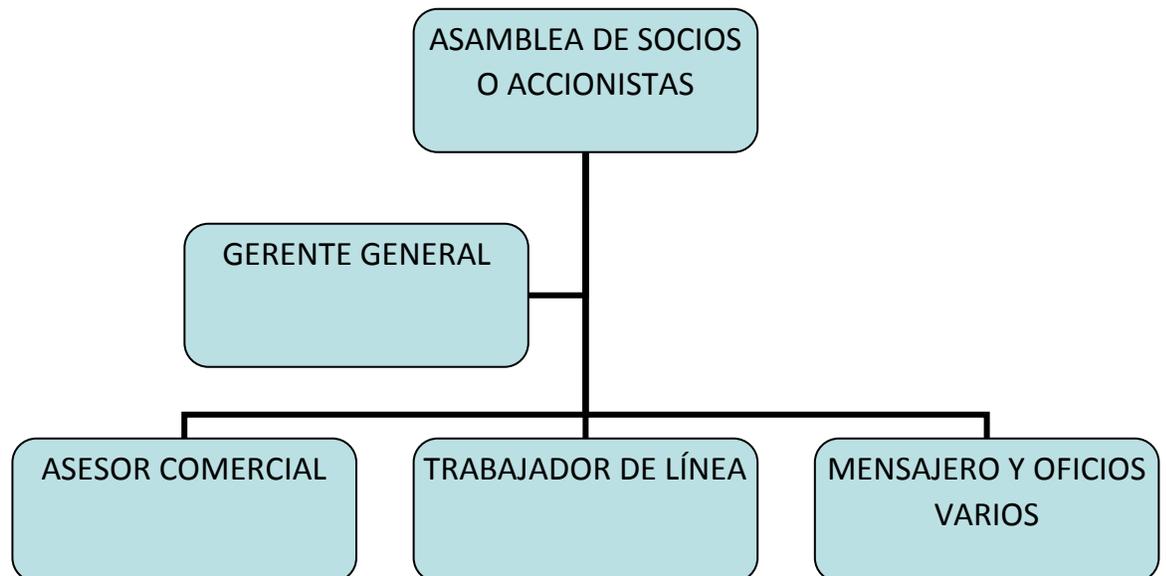
AMENAZAS

- Mercado competido con un gran número de competidores indirectos.
- Escases de materia prima.

4.2. Estructura Organizacional

La estructura organizacional del **JARABE DE LIMONCILLO MACUNA** estará conformada de acuerdo con el siguiente organigrama en el cual se pueden identificar los cargos y para los cuales se han especificado sus funciones.

Ilustración 5: Estructura Organizacional



Procesos de la organización:

La empresa funcionará en una estructura por procesos los cuales se dividirán en tres grupos principales:

- Procesos de dirección

- Procesos de realización
- Procesos de soporte

En el siguiente cuadro se presentan el mapa de procesos propuesto para la empres y se puede identificar a qué grupo pertenece cada uno de los procesos:

Ilustración 6: Procesos de la empresa



Fuente: Elaboración Propia

Procesos de dirección: El grupo de procesos de dirección está conformado por dos procesos:

Proceso de direccionamiento estratégico que será realizado por la junta directiva la cual estará conformada por el gerente y los socios inversionistas de la empresa y tendrá como fin tomar decisiones estratégicas de la empresa a partir del análisis de factores externos y condiciones internas de la empresa.

Proceso de dirección medición análisis y mejora será realizado por el gerente y el auxiliar administrativo de gerencia quienes serán los responsables de llevar a cabo las acciones para que se cumplan las metas y las decisiones tomadas en el direccionamiento estratégico además de recopilar la información necesaria para alimentar las reuniones de la junta directiva.

Procesos de realización: El grupo de procesos de realización está conformado por los procesos encargados de la realización y distribución del producto.

Proceso de producción: estará coordinado por el asistente administrativo de producción y será realizado en conjunto con los operarios de la planta y su fin es garantizar que la producción cumpla con los requerimientos de calidad, eficiencia y cantidades necesarias del producto.

Proceso de ventas: será realizado por el auxiliar administrativo de ventas en conjunto con los vendedores y la nutricionista y el conductor, su fin es programar y realizar las visitas necesarias para garantizar un nivel de ventas planeado y aumentar el número de clientes, también será el encargado de la distribución del producto de acuerdo con los pedidos.

Proceso de soporte: Son procesos que tienen el fin de apoyar el buen funcionamiento de la empresa que están indirectamente relacionados con la misión de la empresa:

Proceso de compras: Es el encargado de realizar los trámites necesarios para las compras de la empresa y sean materia prima, papelería, equipos, etc. Esta tarea será realizada por el auxiliar administrativo de acuerdo con las solicitudes de los diferentes departamentos de la empresa.

Proceso de control de calidad: será coordinado por el auxiliar de producción quien programara la toma y él envió de las muestras que deben ser analizadas periódicamente a los laboratorios externos y tendrá un registro de los resultados que evidencien la realización de esta tarea además de cumplir con todos las demás actividades programadas.

Proceso de Recursos: estará realizado por el asistente de la dirección quien será el encargado de programar y realizar las actividades de selección de equipos y personal así como sus mantenimientos, inducciones y capacitaciones.

4.3. Aspectos Legales

Para la creación de la empresa se tomaron en consideración varios factores, los cuales arrojaron como determinación, el constituir una empresa de carácter limitado. Los aspectos contemplados en el decreto 410 de 1971 de Nivel Nacional, establecen las responsabilidades de la sociedad limitada. Los artículos del 353 hasta el 372 muestran el marco legal sobre el cual se regir este tipo de sociedad. Estos pueden ser consultados en el link que se describe a continuación: (www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=41102)

El tipo de sociedad con el que se creará esta empresa y como se mencionó anteriormente, es “Sociedad Limitada (SL o Ltda)” o “Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL)”, este acrónimo debe ir en el nombre de la empresa. Por consiguiente la empresa a constituir se llamará “Jarabe de Limoncillo Macuna Ltda. Este tipo de sociedades tiene características que encajan dentro de las necesidades del proyecto que son las siguientes:

- ✓ Registra la sociedad mediante escritura pública. Cuando se cuenta con los estatutos de la sociedad, se deben registrar ante un notario público. El representante legal deberá llevar los estatutos y presentarlos ante el notario para su revisión. También lo puede hacer un abogado pero solo a través de un poder firmado por los socios. Todos los socios de la sociedad deben aprobar y firmar la escritura antes de ser notariada. (es.wikihow.com/crear-una-sociedad-limitada-en-Colombia).
- ✓ Registra la sociedad ante la DIAN. Cuando se tiene listo el registro público de la sociedad, se debe registrar ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN). Para ello se hay que diligenciar el Registro Único Tributario (RUT). Con el formulario, La DIAN podrá asignar el número de Identificación Tributaria (NIT) que se necesitará para realizar pasos posteriores. (es.wikihow.com/crear-una-sociedad-limitada-en-Colombia).
- ✓ Registra la sociedad en la cámara de comercio. Cuando se tiene listo el registro público de tu sociedad, es necesario expedir la matrícula mercantil ante la cámara de comercio. Es necesario que la matrícula mercantil sea expedida en la cámara de comercio con jurisdicción en la ciudad en donde se encuentre el domicilio de la sociedad.

Se debe solicitar el formulario de Registro Único Empresarial y Social (RUES) en la página web de la cámara de comercio, anexar el original o una copia autenticada del documento público y radicarlos de manera presencial en la sede de la cámara de comercio.

También se debe tener listo el formulario del RUT. Al terminar, la cámara de comercio se hará entrega del certificado de existencia de la sociedad. (es.wikihow.com/crear-una-sociedad-limitada-en-Colombia)

Por otro lado se debe tener en cuenta las siguientes características en la constitución de la empresa. Se constituye mediante escritura pública entre mínimo dos socios y máximo veinticinco, quienes responden con sus respectivos aportes

y, en algunos casos según el Código de Comercio artículos 354, 355 y 357, se puede autorizar la responsabilidad ilimitada y solidaria, para alguno de los socios.

Los socios deben definir en la escritura pública el tiempo de duración de la empresa y podrán delegar la representación legal y administración en un gerente, quien se guiará por las funciones establecidas en los estatutos. El capital se representa en cuotas de igual valor que para su cesión se pueden vender o transferir en las condiciones previstas en la ley o en los respectivos estatutos.

Para ser algo más claros en las ventajas que se puede tener en la constitución de una empresa de responsabilidad limitada continuación se presenta el siguiente comparativo:

Ventajas de la sociedad limitada

La principal ventaja de una sociedad limitada es el nivel de responsabilidad sobre las deudas adquiridas en la empresa. Ante cualquier problema, los socios sólo responderán con el capital invertido en la empresa, dejando de lado su patrimonio personal, salvo en algunos casos excepcionales relacionados con temas laborales o fiscales.

Otra de las ventajas de las sociedades limitadas consiste en que, al tener personería jurídica propia, los derechos y obligaciones que le son inherentes recaen sobre la empresa y no sobre sus socios.

Desventajas de la sociedad limitada

La desventaja más marcada que presenta la sociedad limitada radica en que para su constitución se requiere aportar el capital social íntegro, lo que en muchos casos representa una suma de dinero muy elevada. Esta particularidad dificulta en muchas ocasiones la formación de la sociedad limitada, pues los socios no disponen del capital mínimo necesario para establecerse.

Por ello muchas empresas empiezan utilizando otras formas jurídicas, hasta lograr acumular un capital que les permita cubrir el monto que dedicarán a la fundación de la sociedad limitada.

En resumen, la sociedad limitada es una forma jurídica que permite que dos o más personas reúnan sus capitales individuales para crear una empresa mayor y más sólida. Si bien es más difícil de formar, sobre todo en lo relativo al capital inicial necesario, cuenta con la ventaja de que sólo responderá ante las deudas adquiridas con dicho capital, protegiendo así a los socios de posibles situaciones de pérdida de su patrimonio personal ante una situación de riesgo dentro de la empresa. (<http://www.colombialelegalcorp.com/sociedades-mercantiles-en-colombia/>)

De acuerdo lo anterior la constitución de la empresa Jarabe de limoncillo Macula Ltda., Se plantea como una opción viable para los emprendedores. Es de anotar que de la constitución de la empresa se derivan responsabilidades laborales, tributarias, entre otras, que se son de ley por el estado colombiano, he inherentes a toda industria.

4.4. Costos Administrativos

A continuación se relacionan los costos administrativos que darán origen a las proyecciones financieras. En este ítem se mostraran los diferentes gas en los que se incurre para la puesta en marcha del plan de negocios, es desde aquí donde el analista estima si es confiable la realización del plan o que ajustes son necesarios para su funcionamiento.

4.4.1. Gastos de Personal

Son los gastos fijos que tiene la empresa por contrataciones de personal. Estos costos incluyen el pago de la seguridad social y las prestaciones de ley.

Tabla 17: Gastos de Personal

CARGO	CANTIDAD	Sueldo Mensual	Nomina anual
Gerente general	1	\$3.037.040	\$36.444.480
Asistente Comercial	1	\$1.381.350	\$16.576.200
Trabajador de línea	1	\$1.381.350	\$16.576.200
Total		\$5.799.740	\$69.596.880

Fuente: Elaboración Propia

4.4.2. Gastos de Puesta en Marcha

Dentro de este rubro se proyectan únicamente los costos relacionados con permisos, estudios, registros, certificados, entre otra documentación requerida para el funcionamiento de la empresa.

Tabla 18: Puesta en marcha

Inversión Inicial	Cant.	Valor	Total
Permiso gastos legales	1	\$600.000	\$600.000

Mes 1 de producción (Materia Prima + Insumos)	1	\$2.248.000	\$2.248.000
Reg. Sanitario INVIMA	1	\$4.000.000	\$4.000.000
Total			\$6.848.000

Fuente: *Elaboración Propia*

4.4.3. Gastos anuales de Administración

En esta parte del plan se registra los costos fijos y variables de manera anual y que permiten el buen funcionamiento de la empresa.

Tabla 19: Gastos Administrativos

Gastos Administrativos	Unidad	Total mensual	Anual
Costos fijos			
Salarios	Global	\$5.799.740	\$69.596.880
Celulares	Global	\$74.000	\$888.000
Papelería	Global	\$2.000.000	\$24.000.000
Total			\$94.484.880
Costos variables			
Servicios (agua, luz)	Global	\$11.486	\$137.832
Materia prima	Global	\$1.160.000	\$13.920.000
Insumos	Global	\$1.088.000	13.056.000
Total			27.113.832
TOTAL COSTOS FIJOS +COSTOS VARIABLES ANUALES			\$121.598.712

Fuente: *Elaboración Propia*

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Análisis de Ingresos

Le plan de negocios cuenta con un capital de inversión prestado, en bancas de segundo piso como lo es BANCAMIA, la cual cuenta con un interés por debajo del comercial (el 1,6% E.M.), permitiendo un menor pago de intereses a capital. Por otro lado es necesario tener claras los costos del producto por año, así como las proyecciones en ventas. A continuación se mostrarán los cuadros que permiten observar estos datos, igualmente estos cuadros se han registrado en el desarrollo del proyecto.

Tabla 20: Proyección en ventas e Ingresos

PROYECCIÓN DE INGRESOS POR AÑO EN VENTAS					
Ingresos por unidad de producción (en pesos)					
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
10.000	10.500	11.050	11.600	12.200	12.800
Ingresos por cantidad anual de producción (en pesos)					
\$144.000.000	\$181.440.000	\$229.132.800	\$288.645.120	\$364.290.048	\$420.428.800
Proyección de ventas anuales					
14.400	17.280	20.736	24.883	29.860	32.846

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar para el primer año de producción se estima unas ventas de \$144.000.000 pesos; lo que es atractivo para una empresa nueva en el mercado farmacéutico y de pequeñas proporciones. Sin embargo las metas a largo plazo son el crecimiento en el sector, posicionamiento en el mercado y aumento de ventas para mejora de la utilidad. Sin embargo se realiza una proyección a seis años con el fin de obtener lo mínimo para su funcionamiento y utilidades atractivas para inversionistas.

5.1.1. Fuentes de Financiación

Para la puesta en marcha del plan de negocios se pretende solicitar un crédito a la banca de segundo piso; para nuestro caso en particular será con BANCAMIA, quien es una de las corporaciones que ha analizado el plan de negocios y ha observado su rentabilidad en el mercado. También es una de las bancas que ofrece una de las tasa de interés más bajas del mercado con tan solo un 1,6% E.M. este préstamo permitirá poner en funcionamiento la empresa y la aprovisionará durante el primer año de actividad. Es en este tiempo aproximado que se presente recuperar la inversión por parte de los capitalistas.

5.2. Análisis del Riesgo

La empresa Jarabe de Limoncillo Macuna S.L. cuenta con unos egresos mensuales distribuidos en costos fijos, variables y aprovisionamientos o pagos a terceros por préstamos, entre otros. Estos egresos son discriminados en la siguiente tabla, donde se puede evidenciar los gastos de la puesta en marcha del proyecto y aquellos que por la naturaleza de empresa se generen de manera anual. Es de anotar que las proyecciones a realizar se harán para un término de cinco años.

Tabla 21: Gastos anuales y de puesta en marcha

Descripción del Gasto	Gastos anuales de funcionamiento Puesta en marcha del Plan de Negocio
Publicidad	\$ 5.820.000
Adecuaciones	\$7.000.000
Costos fijos	\$94.484.880
Costos variables	\$27.113.832
Inversión en activos fijos	\$11.830.000
Permiso y gastos legales	\$600.000
Registro sanitario INVIMA	\$4.000.000
TOTAL	\$139.017.880

Fuente: Elaboración Propia

5.3. Capital de Trabajo

El capital de trabajo corresponde al dinero necesario para poner en funcionamiento la empresa durante el primer mes de funcionamiento. Para el caso de la empresa Jarabe de Limoncillo Macuna S.L. el capital de trabajo sería lo correspondiente a un total de \$39.383.226; para efectos del Plan de Negocios este sería el capital que deberían aportar los socios en el momento del arranque del proyecto. Sería el capital que la empresa podría solicitar a la banca BANCAMIA como capital de trabajo inicial, que como se manifestó en puntos anteriores ésta inversión será recuperada en un término no mayor a 15 meses, lo cual también se puede observar en la tabla de ingresos por ventas.

5.4. Modelo Financiero

A continuación se presenta el modelo financiero que nos permitirá observar la rentabilidad de la empresa, permitirá de igual manera mostrar al analista que desde todo punto de vista el plan de negocios es rentable y cuenta con el respaldo del mercado, de acuerdo a los estudios realizados. Para tal efecto se inicia con el P y G y se termina con los análisis de la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Presente Neto (VPN) con su respectiva la rentabilidad.

Tabla 22: P y G del proyecto

Estado de Pérdidas y Ganancias					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$144.000.000	\$ 181.440.000	\$ 229.132.800	\$ 288.645.120	\$364.290.048
Costo de Ventas	\$39.383.226	\$41.352.387	\$43.420.007	\$45.591.007	\$47.870.557
Mano de Obra Directa	\$69.596.880	\$73.076.724	\$76.730.560	\$80.567.088	\$84.595.443
Materias Primas	\$26.976.000	\$28.324.800	\$29.741.040	\$31.228.092	\$32.789.497
Utilidad bruta en Ventas	104.616.774	\$140.087.613	\$185.712.793	\$243.054.113	\$316.419.491
Gastos de Administración	\$94.622.712	\$99.353.848	\$104.321.540	\$109.537.617	\$115.014.498
Gerente	\$36.444.480	\$38.266.704	\$40.180.039	\$42.189.041	\$44.298.493
Asesor Comercial	\$16.576.200	\$17.405.010	\$18.275.261	\$19.189.024	\$20.148.475
Trabajador de Línea	\$16.576.200	\$17.405.010	\$18.275.261	\$19.189.024	\$20.148.475
Celulares	\$888.000	\$932.400	\$979.020	\$1.027.971	\$1.079.370
Papelería	\$24.000.000	\$25.200.000	\$26.460.000	\$27.783.000	\$29.172.150
Servicios Públicos	\$137.832	\$144.724	\$151.960	\$159.558	\$167.536
Utilidad o Pérdida Operacional	\$9.994.062	\$40.733.765	\$81.391.253	\$133.516.496	\$201.404.993

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 23: Flujo de Caja del Proyecto

Flujo de Efectivo					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo Inicial	\$112.296.000	\$117.910.800	\$123.806.340	\$129.996.657	\$136.496.490
Ingresos por ventas	\$144.000.000	\$181.440.000	\$229.132.800	\$288.645.120	\$364.290.048
Total Disponible	\$256.296.000	\$299.350.800	\$352.939.140	\$418.641.777	\$500.786.538
Gastos por Administración	\$94.622.712	\$99.353.848	\$104.321.540	\$109.537.617	\$115.014.498
Costos de ventas	\$39.383.226	\$41.352.387	\$43.420.007	\$45.591.007	\$47.870.557
Amortización prestamos	\$35.760.000	-	-	-	-
Total Egresos	\$130.382.712	\$99.353.848	\$104.321.540	\$109.537.617	\$115.014.498
Saldo flujo de efectivo	\$86.530.062	\$158.644.565	\$205.197.593	\$263.513.153	\$337.901.483

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 24: Balance General del Proyecto

BALANACE GENERAL	
Descripción	Año Inicial
Activos Corrientes	\$ 88.296.000
Caja - Bancos	\$ 88.296.000
Total Activo Corriente	\$ 88.296.000
Activos Fijos	\$ 31.704.000
Depreciación Acumulada	0
Total Activo Fijo	\$ 31.704.000
Total Activo	\$ 120.000.000
Pasivos Corrientes	0
Impuestos por Pagar	0
Total Pasivo Corriente	0
Pasivos Largo Plazo	0
Obligaciones Financieras	35.760.000
Total Pasivo Largo Plazo	-
Total Pasivo	35.760.000
Capital Social	\$ 60.000.000
Utilidad del Periodo	0
Utilidad Acumulada	0
Total Patrimonio	\$ 60.000.000
Total Pasivos y Patrimonio	\$ 95.760.000

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 25: Tasa Interna de Retorno (TIR)

Tasa Interna de Retorno						
Inversión Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TIR
\$ 139.017.880	\$ (43.852.650)	\$ 59.290.717	\$ 100.876.053	\$ 153.975.536	\$ 222.886.985	34,57%

Fuente: Elaboración Propia

Se puede observar en la tabla 25 que la Tasa Interna de Retorno –TIR- del proyecto es de 34,57%, la cual es muy atractiva para cualquier inversionista. Si bien el primer año es negativo y esto debido a que toda la inversión se pretende pagar, incluso el préstamo realizado al banco por un valor de \$30.000.000 de pesos con una tasa de interés del 19,2% E.A. sin embargo este valor puede ser diferido hasta por un plazo de 60 meses como capital de libre inversión; por otro lado, es de anotar que la tasa de interés es una de las más bajas del mercado dentro del sector bancario, ya que esta entidad se encarga de apoyar a las pequeñas y medianas empresas.

Pagando las inversiones y lo gastos de funcionamiento de la empresa, en el segundo año se obtienen grandes rendimientos o utilidades, permitiendo de esta manera ubicar el punto de equilibrio en los tres primeros años de la puesta en marcha de la empresa. Partiendo del año tres se incrementan las utilidades significativamente lo que resulta muy atractivo para cualquier inversionista que con recursos propios o capital de la banca comercial de primero o segundo piso desee invertir de manera confiable ya que los rendimientos futuros son muy prometedores.

Tabla 26: Valor Presente Neto (VPN)

Valor Presente Neto						
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Rentabilidad	VPN
\$ (43.852.650)	\$ 59.290.717	\$ 100.876.053	\$ 153.975.536	\$ 222.886.985	15%	\$ 132.859.559,36

Fuente: Elaboración Propia

Teniendo en cuenta el valor del dinero en el tiempo, el Valor Presente Neto –VPN-, permite analizar el costo de la inversión dentro de un futuro proyectado y dentro de un rango de rentabilidad lo que permite observar las variaciones que pueden surgir con la inversión.

Para el caso del presente plan de negocios, se observa un Valor Presente Neto –VPN- de \$132.859.559, con una rentabilidad al 15%. Lo que desde todo

punto de vista resulta ser atractivo para los inversionistas quienes pueden observar la fortaleza de la inversión en un término de cinco (5) años de acuerdo a la proyección. De igual manera permitirá a las entidades bancarias pueden analizar la solidez económica y financiera con que se cuenta. Más aún cuando estas entidades bancarias serán quienes darán la viabilidad para el crédito planteado dentro del desarrollo del proyecto y el cual ayudará a la puesta en marcha del plan de negocio.

6. PLAN OPERATIVO

6.1. Cronograma de Actividades

A continuación se presenta el cronograma de actividades que permite hacer seguimiento a las diferentes actividades del plan de negocio y de esta manera analizar los avances del mismo.

Tabla 27: Cronograma de Actividades

No.	ACTIVIDADES	TIEMPO DE EJECUCIÓN										
		S.1	S.2	S.3	S.4	S.5	S.6	S.7	S.8	S.9	S.10	S.11
1	Formulación de la pregunta problema que da origen al plan de negocio	■										
2	Análisis del mercado mediante la aplicación de encuestas		■	■								
3	Análisis técnico de viabilidad			■	■							
4	Análisis legal y social				■	■						
5	Análisis administrativo					■	■					
6	Análisis económico y financiero					■	■					
7	Evaluación del proyecto y análisis de sensibilidad						■	■	■			
8	Resumen ejecutivo							■	■	■		
9	Revisión documento final									■	■	■

6.2. Metas sociales

El presente plan de negocio cuenta con un impacto social bastante alto ya que como se ha venido mencionando en su desarrollo, va dirigido más que todo a perdonas, familias e individuos de escasos recursos que habitan en el municipio de Mitú y sus comunidades aledañas. De igual manera a todos aquellos que vean en el producto un impacto regional de negocio.

La creación de esta empresa permite también hacer crecer la economía local y ayuda a algunas familias brindándoles la oportunidad de ser proveedores de la materia prima, pues como bien se sabe el limoncillo es una planta que se encuentra internándose en la selva y su recolección es difícil. También se le brinda la oportunidad de trabajar dentro de la empresa como operario de la maquinaria o como asistente de ventas.

6.2.1. Plan Nacional de Desarrollo

El presente plan de negocios se articula desde todo punto de vista con el plan de desarrollo nacional “Todos por un Nuevo País”, expuesto por el señor presidente de la republica Dr. Juan Manuel Santos Calderón. Ya que estipula como parte fundamental, el apoyo al sector microempresarial, al desarrollo de nuevas y productivas empresas que reactiven la economía nacional; más aún cuando estas partan de la base innovadora y permitan ser competitivas dentro del marco industrial, agrícola, comercial, entre otros.

Pilares del Plan Nacional de Desarrollo. El Plan Nacional de Desarrollo se basa en los siguientes tres pilares: 1. Paz. El Plan refleja la voluntad política del Gobierno para construir una paz sostenible bajo un enfoque de goce efectivo de derechos. 2. Equidad. El Plan contempla una visión de desarrollo humano integral en una sociedad con oportunidades para todos. 3. Educación. El Plan asume la educación como el más poderoso instrumento de igualdad social y crecimiento económico en el largo plazo, con una visión orientada a cerrar brechas en acceso y calidad al sistema educativo, entre individuos, grupos poblacionales y entre regiones, acercando al país a altos estándares internacionales y logrando la igualdad de oportunidades para todos los ciudadanos. (Artículo 3°. Pilares del Plan Nacional de Desarrollo). Con relación a esto se puede observar el compromiso que tiene el gobierno nacional en apoyar al microempresario, en donde el país cuenta con oportunidades de desarrollo para todas las personas convirtiendo a la sociedad en equitativa.

6.2.2. Plan Regional de Desarrollo

Dentro del plan de desarrollo departamental 2016 – 2019, “Vaupés, un compromiso de toso”, cuenta entre uno de apartes con el sector “generación de ingresos, empleo y emprendimiento” el cual también a su vez cuenta con el programa “emprendimiento productivo para un Vaupés competitivo”. Lo que permite observar como desde el gobierno departamental el apoyo a la creación de empresa innovadora es total. Es de anotar que los recursos para el desarrollo de esta estrategia no son amplios, pero son el capital semilla de muchos microempresarios, como lo es el caso nuestro.

6.2.3. Cluster o Cadena Productiva

El presente plan de negocios pertenece al sector farmacéutico, aunque los compuestos del jarabe son netamente naturales no se puede desconocer que su proceso de transformación se deriva de la química, pues son estos conocimientos los que nos permiten obtener el compuesto activo de las hojas de limoncillo para ser agregado al Jarabe.

Estos ingredientes utilizados en la producción del jarabe son los que diferencian al producto de los otros jarabes del mercado y los cuales son procesados en laboratorio y con bases de medicamentos sintéticos que por lo general cuentan con contraindicaciones, ya que no todos los metabolismos están dispuestos para asimilar estos productos.

Se puede manifestar que dentro de la cadena productiva la empresa Jarabe de Limoncillo Macuna S.L., se encuentra bien posicionada ya que cuenta con metas claras en asociatividad, capacidad técnica para la producción y comercialización del producto, disposición de personal altamente calificado para las diferentes labores a ejercer dentro de la empresa, personal capacitado para la atención al cliente, entre otras características importantes a la hora del posicionamiento en el sector farmacéutico. Todo esto hace que la empresa sea integral desde la hora de adquirir la materia prima hasta el momento de la venta al consumidor final, sumado a esto se cuenta con el valor agregado de ser un la primera empresa en producir un jarabe con estos compuestos.

6.2.4. Empleo

De acuerdo a lo mencionado en el desarrollo del plan de negocios, se crearán tres empleos directos los cuales serán vinculados a la empresa con las prestaciones y requerimientos exigidos por la ley. Por otro lado se pretende

generar empleos indirectos los cuáles serán los los convenios comerciales con las comunidades donde se comprará la materia prima para la producción del jarabe; es decir las hojas de limoncillo.

Otra manera de generar empleo indirecto es la consignación que se realizará a las tiendas naturistas, droguerías y centros estéticos; los cuales solamente serán distribuidores del producto y quienes reciben una comisión las ventas realizadas. También se pretende dejar en consignación en algunas comunidades de acuerdo a la hoja de vida de algunos comerciantes, la cual debe ser la mejor en el sector comercial y sin moras o deudas pendientes por pago para poder acceder a las oportunidades de la empresa.

6.2.5. Emprendedores

El proponente del presente plan de negocios y emprendedor JUAN MACUNA, estará al frente de la empresa la cual llevará el apellido como marca registrada y con una participación accionaria del cien por ciento de la empresa "Jarabe de Limoncillo Macuna S.L.", la cual es innovadora y revolucionaria en el mercado ya que dentro del municipio no se cuenta con una planta de producción que permita extraer el componente activo de las plantas medicinales para ser la base de un producto que permite calmar los síntomas del resfriado común y otras dolencias, y que goza de un sabor agradable al paladar.

Es de anotar que la empresa parte de la innovación y genera dentro del municipio un punto de arranque para las personas que deseen realizar proyectos productivos, comerciales o industriales; saliéndose del marco del ecoturismo, etnoturismo y el avistamiento de aves, mercados que se encuentran saturados hoy en día en el municipio y en casi todo el departamento del Vaupés.

7. IMPACTO ECONOMICO, REGIONAL, SOCIAL Y AMBIENTAL

La empresa dentro de su desarrollo cuenta con un alto impacto económico, ya que permite el crecimiento del sector dentro del municipio y por ende dentro de la región. Los empleos generados de manera directa e indirecta permiten que las familias tengan una manera de vivir mejor ampliando sus ingresos mensuales y brindando otra manera de empleo diferente al de la chagra o comercialización de productos agrícolas, esto sin desmeritar a las familias chagreras quienes son las encargadas producir lo que a diario consumimos en la casa y a sabiendas de que es un trabajo duro y mal remunerado.

Por otro lado se encuentra el impacto regional, el cual como se mencionó anteriormente está directamente vinculado con el plan de desarrollo departamental quien le apunta al emprendimiento, la innovación y el empresarismo dentro del departamento. Por lo que la puesta en marcha de esta empresa sería un punto de partida no solo para el crecimiento económico, sino también un eje dentro del desarrollo regional.

Dentro del campo social la empresa permite que sus empleados cuenten con un contrato a término indefinido, lo cual es poco común en el municipio, ya que por lo general las contrataciones se realizan por Orden de Prestación de Servicios o jornales mal pagos en ocasiones. Esto permite mejorar la calidad de vida de quienes intervienen dentro de la empresa y por ende de sus familias, lo que redundaría en mejorar el ambiente social.

En el marco ambiental, la empresa plantea ser amigable con el medio ambiente pues la generación de desperdicios o emisión de gases tiende a cero; los desechos sólidos y líquidos son biodegradables y no contaminan de manera directa ni indirecta las fuentes hídricas, aguas superficiales o subterráneas, mantos freáticos o cualquier tipo de recurso hídrico que se encuentre en cercanías a la fábrica o planta de producción. De igual manera se estima conveniente realizar revisiones mensuales para que la estrategia cero contaminación sea toda una realidad.

RESUMEN EJECUTIVO

El plan de negocios parte de una idea impartida por la universidad Uniminuto con sede en el municipio de Mitú, quien a través de un seminario con profesionales traídos del exterior imparten el conocimiento adquirido de años de estudio con plantas medicinales, y los cuales soportan sus estudios especialmente con la planta de limoncillo; planta que crece en los climas de selva tropical húmeda como los es el municipio y en sí todo el departamento.

De allí parte la idea de crear una empresa que permita aprovechar el compuesto activo de la planta de limoncillo e incorporarla a un jarabe que permita combatir los síntomas del refriado común, dolor de cabeza, fiebre, entre otras dolencias. Más aun cuando esta planta ha sido utilizada por los antepasados como fuente de medicina tradicional, lo que da más fiabilidad a la hora de vender pues en el estudio de mercado las personas manifiestan que les parece importante dos cosas, la primera es poder contar con un producto que permita ser accesible a sus bolsillo y como segunda característica que sea natural de las plantas medicinales de la región.

Por otro lado y de acuerdo a lo mencionado, la demanda insatisfecha es muy amplia, lo que nos permite realizar ventas mensuales por 1.200 unidades que es lo establecido en la planta de producción. Sin embargo, de ser necesario la planta puede producir muchos más de acuerdo a la demanda del mercado la que es demasiado alta. Al realizar la proyección se estima que en el año se vendan 14.000 unidades a un costo de venta de \$10.000 pesos; lo que permite obtener una proyección en ventas anuales de \$144.000.000, las cuales pueden aumentar de acuerdo a las necesidades del mercado. Anualmente se realizará un ajuste de precio al producto el cual sería el 5%, que es lo concerniente al IPC según las cifras del DANE. La inversión inicial no es muy alta lo que permite recuperar el recurso en un término de casi 12 meses, siendo esto atractivo para cualquier inversionista.

La planta de producción se encuentra ubicada en la periferia del municipio, pro cuenta con gran movilidad y es de fácil acceso para que cualquier persona que desee adquirir el producto lo pueda hacer. También permite que se realicen los desplazamientos a los diferentes lugares donde el producto se dejará en consignación, pues se pretende utilizar las droguerías, tiendas naturistas y centros de estética como distribuidores directos del producto. Esto permite un cubrimiento

casi total del mercado regional, y es por ende el generar utilidades tentadoras para los inversionistas.

Es de anotar que los competidores directos no cuentan con el conocimiento del mercado interno del municipio de Mitú, lo que le da a la empresa Jarabe de Limoncillo Macuna S.L. una oportunidad de negocio muy amplia. Igualmente los precios que manejan los diferentes laboratorios son demasiado altos con relación al proyectado en el estudio de la estrategia de precios, es por esto que las familias chagreras y las cuales basan su economía en la agricultura y la venta de productos extraídos de la chagra no logran comprarlos debido a que les desbalancea la canasta familiar.

Por último se debe tener en cuenta que el sector farmacéutico está poniendo los ojos en productos alternativos a los ya existentes en el mercado, donde la empresa de jarabe Macuna S.L, sería pionera en este aspecto. Esto debido a que el producto es netamente natural y no tiene contraindicaciones, también lo puede utilizar cualquier persona bien sea niño, niña, joven, adolescente, adulto o adulto mayor; esto amplia las oportunidades de negocio y el mercado. Más cuando por cuestiones de clima es muy común observar personas con síntomas de gripa o diferentes dolores tanto en el casco urbano como en las comunidades, siendo estas las más propensas y donde se requiere el producto ya que no se cuenta con un médico o centro de salud.

REFERENCIAS

Hellriegel, Don; Slocum, John W. Jr.; Woodman, Richard W. (1998). "Comportamiento Organizacional". 8a Edición. México: Editorial International Thomson Editores.

Hernández, Sampieri Roberto, Carlos Fernández Collado, Pilar Baptista Lucio. (1996). "Metodología de la Investigación". México: Editorial McGraw Hill.

Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos y Baptista Lucio, Pilar, Metodología de La Investigación, 3a Edición, 2003, McGraw Hill, México.

Johnson, Gerry; Scholes, Kevan y Whittington, Richard, Dirección Estratégica, 7ª Edición, 2006, Pearson Educación, Madrid. •

Robbins, Stephen P. y Coulter, Mary, Administración, 8ª Edición, 2005, Prentice Hall, México.

Stanton, William J., Etzel, Michael j. y Walker, Bruce J., Fundamentos de Marketing, 13a Edición, 2003, McGraw Hill, México.

Steiner, George A., Planeación Estratégica. Lo que todo director debe saber, 32ª Edición, 2005, CECSA, México.

Plan Estratégico Departamental de Ciencia, Tecnología e Innovación (PEDCTI). Departamento del Vaupés

Plan de desarrollo departamental 2016 – 2018. "Vaupés, un compromiso de todos". Dr. Jesús María Vásquez Caicedo, Gobernador.

https://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3%B3n_cuantitativa).

(https://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3%B3n_cuantitativa).

www.dane.gov.co Estudios estadísticos y proyecciones del mercado farmacéutico en Colombia.