	<b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b>			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	<b>FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO</b>	<b>F-AC-DBL-007</b>	<b>10-04-2012</b>	<b>A</b>
Dependencia	Aprobado		Pág.	
<b>DIVISIÓN DE BIBLIOTECA</b>	<b>SUBDIRECTOR ACADEMICO</b>		<b>i(90)</b>	

## RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	<b>YUSBey ANDREINA CASTRILLO CASTELLARES RONALDO VASQUEZ MORATTO</b>		
FACULTAD	<b>CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS</b>		
PLAN DE ESTUDIOS	<b>ADMINISTRACION DE EMPRESAS</b>		
DIRECTOR	<b>MARTHA LUCIA TORRADO ALVAREZ</b>		
TÍTULO DE LA TESIS	<b>ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA FABRICANTE DE TISANAS DE HOJAS DE GUANABA, GUAYABA CON CASCARA DE NARANJA EN EL MUNICIPIO DE CURUMANÍ, CESAR</b>		
<b>RESUMEN</b> (70 palabras aproximadamente)			
<p>ESTE PROYECTO SE REALIZÓ CON EL FIN DE HACER UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA FABRICANTE DE TISANAS DE HOJAS DE GUANÁBANA, GUAYABA CON CASCARA DE NARANJA. EN EL MUNICIPIO DE CURUMANÍ CESAR, BUSCANDO DARLE UN MEJOR PROVECHO A LAS RIQUEZAS DE ÁRBOLES FRUTALES QUE EXISTE EN ESTA REGIÓN, POR MEDIO DE UN PRODUCTO QUE LLEVA GRANDES BENEFICIOS PARA LA SALUD HUMANA COMO SON LAS TISANAS.</p>			
<b>CARACTERÍSTICAS</b>			
PÁGINAS:76	PLANOS: 0	ILUSTRACIONES: 13	CD-ROM: 1



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA FABRICANTE  
DE TISANAS DE HOJAS DE GUANABA, GUAYABA CON CASCARA DE NARANJA EN  
EL MUNICIPIO DE CURUMANÍ, CESAR

Autores:

YUSBey ANDREINA CASTRILLO CASTELLARES

RONALDO VASQUEZ MORATTO

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Administrador de empresas

Directora:

MARTHA LUCIA TORRADO ALVAREZ

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER SECCIONAL OCAÑA

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Ocaña, Colombia

Febrero, 2020

## Índice

<b>Capítulo 1. Estudio de factibilidad para la creación de una empresa fabricante de tisanas de hojas de guanábana, guayaba con cascara de naranja en el municipio de Curumaní, Cesar.....</b>	<b>1</b>
1.1 Planteamiento del problema.....	1
1.2 Formulación del problema .....	2
1.3 Objetivos.....	2
1.3.1 Objetivo general.....	3
1.3.2 Objetivos específicos.....	3
1.4 Justificación .....	3
1.5 Delimitaciones .....	5
1.5.1 Delimitación operativa.....	5
1.5.2 Delimitación conceptual.....	5
1.5.3 Delimitación geográfica.....	8
1.5.4 Delimitación temporal.....	8
<b>Capítulo 2. Marco referencial.....</b>	<b>9</b>
2.1 Marco histórico.....	9
2.1.1 Antecedentes históricos a nivel mundial.....	9
2.1.2 Antecedentes históricos a nivel nacional.....	11
2.2 Marco teórico.....	12
2.2.1 Teoría de la demanda.....	12
2.2.2 Teoría de la oferta .....	12
2.2.3 Teoría de las necesidades.....	13
2.3 Marco contextual .....	15
2.4 Marco conceptual.....	16
2.4.1 Demanda.....	16
2.4.2 Consumidor. Es aquella persona que adquiere bienes y servicios, con el fin de satisfacer una necesidad.....	16
2.4.3 Mercado.....	17
2.4.4 Producto.....	17
2.4.5 Competencia.....	17
2.4.6 Tisanas.....	17
2.4.7 Estudio de factibilidad.....	17
2.4.8 Estudio administrativo.....	17
2.4.9 Estudio de mercado.....	18
2.4.10 Estudio económico y financiero.....	18
2.4.12 Estudio legal.....	18

2.4.13 Estudio técnico.....	18
2.5 Marco legal.....	19
2.5.1 Decreto 3075 de 1997.....	19
2.5.2 Constitución Política de Colombia artículo 38.....	19
2.5.3 Código de Comercio Artículo 10 (comerciantes-concepto-calidad).....	19
2.5.4 Artículo 13. (Presunción de estar ejerciendo el comercio).....	20
2.5.5 Obligaciones de los comerciantes Artículo 19.....	20
2.5.6 Resolución 2674 de 2013.....	21
2.5.7 Capítulo I. Edificación e instalaciones.....	22
2.5.8 Capítulo II. Equipos y utensilios.....	23
2.5.9 Registro sanitario de INVIMA.....	23
<b>Capítulo 3. Diseño metodológico.....</b>	<b>27</b>
3.1 Tipo de investigación.....	27
3.2 Población.....	27
3.3 Muestra.....	27
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	28
3.5 Procesamiento y análisis de la información.....	29
<b>Capítulo 4. Administración del proyecto.....</b>	<b>30</b>
4.1 Recursos humanos.....	30
4.2 Recursos institucionales.....	30
4.3 Recursos financieros.....	31
<b>Capítulo 5. Presentación de resultados.....</b>	<b>32</b>
5.1 Tabulación y análisis del instrumento aplicado a la población de Curumaní, Cesar.....	32
5.2 Establecer en el estudio la oferta y demanda del producto que ofrecerá la empresa Tisanas Fruits que impulse el desarrollo económico en el municipio de Curumaní, Cesar y la región, a través de un estudio de mercados.....	44
5.2.1 Descripción del producto.....	44
5.2.2 Características de la empresa.....	44
5.2.3 Determinación de la demanda.....	46
5.2.4 Determinación de la oferta.....	46
5.2.5 Análisis de la competencia.....	47
5.2.6 Determinación del precio.....	47
5.2.7 Canales de distribución.....	47
5.2.8 Estrategias de publicidad.....	48
5.3 Estudio técnico.....	48

5.3.1 Macro localización .....	48
5.3.2 Micro localización.....	49
5.3.3 Maquinaria y herramientas .....	49
5.3.4 Requerimientos de equipo de cómputo y comunicación. ....	49
5.3.5 Requerimientos y elementos de oficina.....	50
5.3.6 Tamaño del proyecto. ....	50
5.4 Estudio económico y financiero .....	53
5.4.1 Estudio financiero .....	53
5.4.2 Estudio económico .....	62
<b>Capítulo 6. Conclusiones .....</b>	<b>68</b>
<b>Capítulo 7. Recomendaciones .....</b>	<b>69</b>
<b>Referencias.....</b>	<b>70</b>
<b>Apéndices.....</b>	<b>74</b>

## Lista de tablas

Tabla 1 <i>Recursos financieros</i> .....	31
Tabla 2 <i>Género</i> .....	32
Tabla 3 <i>Edad</i> .....	34
Tabla 4 <i>Consumo de tisanas</i> .....	35
Tabla 5 <i>Sabores de tisanas</i> .....	36
Tabla 6 <i>Frecuencia de consumo de tisanas</i> .....	37
Tabla 7 <i>Selección de las tisanas</i> .....	39
Tabla 8 <i>Lugar de adquisición del producto</i> .....	40
Tabla 9 <i>Nuevo producto de tisanas</i> .....	41
Tabla 10 <i>Presentación del nuevo producto</i> .....	42
Tabla 11 <i>Precio por una caja de tisanas</i> .....	43
Tabla 12 <i>Proyección de la demanda</i> .....	46
Tabla 13 <i>Proyección proyectada</i> .....	47
Tabla 14 <i>Estrategias de publicidad</i> .....	48
Tabla 15 <i>Maquinaria y herramientas</i> .....	49
Tabla 16 <i>Equipo de cómputo y comunicación</i> .....	49
Tabla 17 <i>Requerimientos y elementos de oficina</i> .....	50
Tabla 18 <i>Área administrativa</i> .....	52
Tabla 19 <i>Área operativa</i> .....	52
Tabla 20 <i>Muebles, equipos y enseres</i> .....	53
Tabla 21 <i>Equipo de cómputo y comunicación</i> .....	54
Tabla 22 <i>Papelería y útiles</i> .....	54

Tabla 23 <i>Gastos de personal</i> .....	55
Tabla 24 <i>Nómina del recurso humano</i> .....	56
Tabla 25 <i>Gastos varios</i> .....	56
Tabla 26 <i>Gastos constitucionales</i> .....	57
Tabla 27 <i>Depreciación</i> .....	57
Tabla 28 <i>Ingresos operacionales</i> .....	58
Tabla 29 <i>Estado de costos</i> .....	58
Tabla 30 <i>Estado de resultados</i> .....	59
Tabla 31 <i>Flujo de caja</i> .....	60
Tabla 32 <i>Balance general</i> .....	61
Tabla 33 <i>Valor presente neto</i> .....	64
Tabla 34 <i>Tasa interna de retorno 12%</i> .....	65
Tabla 35 <i>Tasa interna de retorno 14%</i> .....	65

## Lista de figuras

Figura 1. Género .....	33
Figura 2. Edad .....	34
Figura 3. Consumo de tisanas.....	35
Figura 4. Sabores de tisanas .....	37
Figura 5. Frecuencia de consumo de tisanas .....	38
Figura 6. Selección de las tisanas .....	39
Figura 7. Lugar de adquisición del producto.....	40
Figura 8. Nuevo producto de tisanas .....	41
Figura 9. Presentación del nuevo producto .....	42
Figura 10. Precio por una caja de tisanas. ....	43
Figura 11. Logotipo .....	45
Figura 12. Canales de distribución .....	47
Figura 13. Distribución en planta .....	51



## Lista de apéndices

Apéndice A. Encuesta a los habitantes del municipio de Curumaní, Cesar .....	74
--	----

## Resumen

Este estudio se crea con la necesidad de crear algo diferente con relación a las bebidas naturales. Ya que estamos en una sociedad en constante cambio y dispuesta a nuevos retos; es por esto que nace la idea de crear una tisana de hojas de guanábana, guayaba con cascara de naranja, con esto se plantea llevar a cabo esta propuesta innovadora apoyándonos con investigaciones acerca de las tisanas y su funcionamiento que están siendo comercializadas en el mercado.

La elaboración de la tisana se llevará a cabo implementado todas las prácticas de higiene pertinentes, buscando así entregarles a los clientes un producto con alta calidad y buenos beneficios para la salud humana.

Para obtener el estudio de factibilidad, se desarrollaron unos objetivos en los cuales se establecieron realizar el estudio de mercado, el estudio técnico, el análisis económico y los requerimientos técnico. Este proyecto busca generar sostenibilidad en los habitantes de este municipio, por medio de la generación de empleo que permita brindarle una oportunidad de progreso tanto a las personas como al municipio en general.

## Introducción

En este proyecto se presenta un estudio de factibilidad para la creación de una empresa fabricante de tisanas a base de hojas de guanábana, guayaba con cascara de naranja en el municipio de Curumaní, Cesar. Con este, se busca aumentar la tasa de empleo de este municipio, por medio de la fabricación de un producto que beneficiara la salud humana como el estrés que muchas veces las personas padecen en su lugar de trabajo o en su vida cotidiana

El problema de este plan de negocio parte de la pregunta: ¿Qué tan factible es la creación de una empresa fabricante de tisanas a base de hojas de guanábana, guayaba con cascara de naranja en el municipio de Curumaní, Cesar?, la cual deriva en los siguientes objetivos específicos:

Realizar un estudio de mercado que permita conocer la aceptación de las tisanas a base de hojas de guanábana, guayaba con cascara de naranja en el municipio de Curumaní, Cesar.

Identificar los requerimientos técnicos, aspectos logísticos, y de fabricación del producto, y la posible localización del establecimiento a través de un estudio técnico.

Realizar el análisis económico que permita establecer los indicadores, valor presente y actual neto, tasa interna de retorno y la razón de costo beneficio de la empresa.

De igual forma, para el desarrollo del estudio de factibilidad se utilizará el tipo de investigación descriptiva que tiene un enfoque cuantitativo, ya que busca especificar las propiedades importantes y relevantes del objeto de estudio, con esto se logra conocer la viabilidad y la factibilidad del proyecto; para la creación de una empresa fabricante de tisanas a base de hojas de guanábana, guayaba con cascara de naranja en el municipio de Curumaní Cesar.

# **Capítulo 1. Estudio de factibilidad para la creación de una empresa fabricante de tisanas de hojas de guanábana, guayaba con cascara de naranja en el municipio de Curumaní, Cesar.**

## **1.1 Planteamiento del problema**

Curumaní es un municipio que está ubicado en las zonas de los valles de los ríos Cesar y Magdalena, donde la precipitación oscila entre 900y 1500mm y su bajo valor es debido a la acción secante de los vientos alisios del noroeste, donde no se encuentra obstáculos orográficos. Presenta una temperatura promedio actual de 28°C con una máxima de 39°C y una mínima de 22°C, dependiendo del régimen de lluvia anual. (PNUD, 2015)

La economía del municipio de Curumaní, Cesar está basada en el sector primario: la agricultura, la ganadería y la minería, destacándose por tener mucho potencial económico en sus suelos. En donde es conocido por sus cultivos permanentes y transitorios; dentro de los cultivos transitorios hacen partes diversos cultivos de árboles frutales como lo son: las guayabas, las guanábanas y las naranjas, ya sea por hectáreas o de manera artesanal, los cuales son alternativas potenciales de la economía rural del municipio. (PNUD, 2015)

Analizando el entorno en que vivimos vemos que Curumaní es un municipio en donde se tiene una gran tradición, que es, que las personas en media tarde se toman su taza de café, sin importar el clima que se tiene por esta región, es por eso que vemos la necesidad de realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa fabricantes de tisanas aprovechando el alto consumo de bebidas calientes. Lo cual estamos frente a una sociedad consumista en constante cambio y evolución; y que cada día son más exigentes al momento de comprar productos. Se sabe que las tisanas no eran muy reconocidas en la sociedad, pero desde hace unas décadas para acá se ha identificado una afluente demanda sobre este producto ya sea por hobbies o por salud las personas las consumen.

Es por esto que nace la idea de las tisanas de hojas de guanábana, guayaba con cascara de naranjas en donde además de eso se busca adicionarle algo novedoso y diferente a las tisanas, ya que siempre los consumidores han percibido las mismas elaborada a base de hierbas tradicionales.

## **1.2 Formulación del problema**

¿Qué tan factible es la creación de una empresa fabricante de tisanas de hojas de guanábana, guayaba con cascara de naranja en el municipio de Curumaní, Cesar?

## **1.3 Objetivos**

### **1.3.1 Objetivo general.**

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa fabricante de tisanas de hojas de guanábana, guayaba con cascara de naranja en el municipio de Curumaní, Cesar

### **1.3.2 Objetivos específicos**

Realizar un estudio de mercado que permita conocer la aceptación de las tisanas a base de hojas de guanábana, guayaba con cascara de naranja en el municipio de Curumaní, Cesar.

Identificar los requerimientos técnicos, aspectos logísticos, y de fabricación del producto, y la posible localización del establecimiento a través de un estudio técnico.

Realizar el análisis económico que permita establecer los indicadores, valor presente y actual neto, tasa interna de retorno y la razón de costo beneficio de la empresa.

## **1.4 Justificación**

Teniendo en cuenta que Curumaní es un municipio, con grandes riquezas de árboles frutales y al mismo tiempo se desaprovechan estos recursos, por esta razón, se toma la decisión

de realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa fabricante de tisanas que permita la recolección de estos insumos y transformarlos en un producto final.

Por la poca variedad existente en el mercado de tisanas se busca conocer la aceptación de un nuevo producto a base de hojas de guanábana, de guayaba con cascaras de naranja aprovechando sus innumerables beneficios que trae consigo para la sociedad.

Además, las hojas y cascaras de los frutos poseen numerosas ventajas y bondades que hacen de estas tisanas un tipo de bebida muy saludable con alto contenido nutricional, con fibras, vitaminas y minerales aptas para el cuerpo humano y su buen funcionamiento, contribuyendo en el mejoramiento de la salud y la calidad de vida. Las tisanas, se han convertido en productos de consumo cotidiano en Colombia; Así mismo se ayudará a disminuir la contaminación visual, evitando que las hojas de guayaba, guanábana y cascaras de naranja, sean desechadas en lugares no aptos.

Por otra parte, se brindará ayuda a la comunidad a través de la generación de empleo que permita el desarrollo personal y del municipio de Curumaní, cesar.



## 1.5 Delimitaciones

**1.5.1 Delimitación operativa.** Para la recopilación de la información necesaria, se llevará a cabo dicha investigación, y se acudirá a fuentes de información secundaria, como referencias documentales electrónicas y bibliográficas; igualmente se hará uso de fuentes de recolección primaria como la aplicación de una encuesta a los habitantes de la comunidad Curumanilense.

**1.5.2 Delimitación conceptual.** Este proyecto comprende la realización de un estudio de factibilidad para la creación de una empresa fabricante de tisanas de hojas frutales y cascara de naranja en el municipio de Curumaní, Cesar. Por lo cual se tendrá en cuenta la terminología como demanda, producto, competencia, tisanas, mercado, consumidor, estudio de factibilidad, estudio de mercado, estudio técnico.

**Demanda.** La demanda es la cantidad total de un bien o servicio que la gente desea adquirir (Peiro Ucha, 2015).

**Consumidor.** Es aquella persona que adquiere bienes y servicios, con el fin de satisfacer una necesidad. (Barrera, 2010)

**Mercado.** Lugar donde se pueden adquirir los bienes o servicios, con el propósito de generar una satisfacción en el individuo.. (Hernandez, s.f.)

Producto. Se conoce como producto a aquello que ha sido fabricado, es decir, producido (Pérez Porto , 2009).

Competencia. Disputa entre personas que aspiran a un mismo objetivo o a la superioridad en algo. (El captor, 2019)

Tisanas. Es una bebida que se logra a partir de hervir distintas combinaciones de hierbas o especias en agua. (Tisana, 2018)

Estudio de factibilidad. El estudio de factibilidad es la observación que se le hace a una empresa para determinar si el negocio es rentable o no, y en cual entorno se debe desarrollar para que este tenga una gran aceptación por parte del mercado. (Luna & Chaves, 2001).

Estudio administrativo. Un estudio administrativo de un proyecto es aquel que representa los elementos propios de la actividad eficaz de su administración: organización, procedimientos administrativos, aspectos legales y reglamentos ambientales, por lo cual el estudio Administrativo hace énfasis en determinar los aspectos organizativos que debe tener una empresa para su establecimiento, tales como su planeación estratégica, estructura organizacional, aspectos legales, fiscales, laborales. (López Parra & Aceves López, 2008).

Estudio de mercado. Este se encarga de establecer si existe o no, una demanda que demuestre la participación de un programa de producción de algunos bienes o servicios, en un espacio de tiempo. (Estudio de factibilidad de proyectos, 2010)

Estudio económico y financiero. Su objetivo es establecer y sistematizar la información de carácter monetario que suministraron las etapas anteriores, como elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto, evaluar los informes para comprobar su rentabilidad. (Estudio de factibilidad de proyectos, 2010)

Estudio legal. Este estudio se encarga de investigar la posibilidad de un proyecto a la luz de los planes de desarrollo, planes de ordenamiento territorial, como también las normas relacionadas con localización aspectos presupuestales, ambientales, uso de patentes, legislación tributaria, aspectos laborales y contratación, entre otros. (Departamento Nacional De Colombia, 2013)

Estudio técnico. Busca proporcionar información para cuantificar la cantidad de las inversiones y el costo de las actividades pertinentes en esta área. Generalmente se estima que deben emplearse los procedimientos y las tecnologías más actuales, esta medida puede ser óptima técnicamente, pero puede no serlo financieramente (Estudio de factibilidad de proyectos, 2010)

**1.5.3 Delimitación geográfica.** Este estudio se realizara en el municipio de Curumaní Cesar, que se encuentra ubicado en la zona de los Valles de los ríos Cesar y Magdalena, donde su precipitación oscila entre 900 y 1500 mm, y su bajo valor es debido a la acción secante de los vientos Alisios del noreste, que no encuentran obstáculos orográficos en estos sectores. Su temperatura promedio de 28°C, con una población total de 26.740 habitantes de la zona urbana. Limita al norte con Chiriguaná, al este con Venezuela y El Carmen (Norte de Santander), al sur y oeste con Chimichagua. (PNUD, 2015)

**1.5.4 Delimitación temporal.** Esta investigación se llevará a cabo en un periodo de dos meses.

## Capítulo 2. Marco referencial

### 2.1 Marco histórico

**2.1.1 Antecedentes históricos a nivel mundial.** Las producciones de las tisanas han tomado gran fuerza en todo el mundo, la cual las catalogan algunas personas como una de las tres bebidas más populares. Esta industria nace de una leyenda que cuenta, que el gran descubrimiento fue en China por uno de sus emperador llamado Shen-Nung, en el año 2700 Ante de Cristo (A.de C.) quien, al notar que las personas eran más sanas cuando bebían agua caliente, el cual les sugirió a que todos tomaran esta precaución; un día cayó entre una de estas aguas hirvientes una hoja de té que fue aprobada por el emperador como una de los más placenteros aromas acompañado de un agradable sabor. Desde entonces en China se empezó a expandir el té hasta Asia; en el siglo XVI llegó a Europa y un tiempo más tarde se comercializo en Norteamérica, donde Thomas Sullivan en 1900 decidió envasarlo en pequeñas bolsas de seda (Álvarez Jaramillo, Botero Riveros, & Suárez Daza, 2011)

Según la leyenda hindú, el descubrimiento del té como bebida saludable fue obra del monje Bodhi-Dharma. Esto se dio al momento que el realizaba largos viajes predicando la forma de budismo Zen, lo que le resultaba tremendamente agotador. Siguiendo el consejo de unos sabios decidió inficionar unas hojas del árbol que le habían recomendado (el del té) para recuperarse de

su cansancio. Tras probar sus efectos, comenzó a utilizarlo como bebida medicinal (Álvarez Jaramillo, Botero Riveros, & Suárez Daza, 2011).

Todas estas historias tienen un factor en común: la casualidad a la hora de conocer el té como infusión. Lo que sí parece estar claro es que en el siglo XXVII Antes de Cristo (A.de.C.) ya era consumido el té en China y en la época de las seis dinastías (589-222 A.de.C.) el cual comenzó a expandirse su uso como bebidas medicinales. Posteriormente el comercio marítimo entre continentes hizo el resto y el té se fue expandiendo paulatinamente en todo el mundo, sobre todo para usos medicinales (Álvarez Jaramillo, Botero Riveros, & Suárez Daza, 2011).

Se conoce que el primer europeo en probar la bebida fue el sacerdote Jesuita Jasper de la Cruz, quien hizo parte de la primera expedición portuguesa que desembarcó en territorio chino. Gradualmente fue ocupando espacios en Europa del Norte y del Sur, y en las islas británicas. Después de echar raíces en Inglaterra, emigró a las colonias de Norteamérica y posteriormente inició su recorrido hacia la zona austral. En todos estos territorios, igual que ocurrió en Oriente, los miembros de la nobleza o de las clases privilegiadas fueron los responsables de su popularidad. Luego su ingesta se extendió al resto de pobladores (Redacción Cromos, 2016).

Con el pasar de los siglos, las metodologías de cultivos del té se adaptaron a las distintas tradiciones y circunstancias. En general, los tipos de té más conocidos y explotados son cuatro: blanco, verde (no fermentado), Oolong (semifermentado) y negro (fermentado). A su vez, cada uno de ellos se subdivide en más de 3.000 variedades distintas. (Redacción Cromos, 2016)

**2.1.2 Antecedentes históricos a nivel nacional.** siguiendo la historia las tisanas surgieron en Colombia en el año 1950 cuando el Sr Alberto Llano Buenaventura cuando empezó a sembrar planta de té originarias de la india y china, en la región de Bitaco Valle del Cauca, los cuales mostro los muchos beneficios este micro- clima que fueron idóneos para crear la plantación de jardines de té que la familia conserva hasta hoy en las terrazas y colinas protegida por los bosques vírgenes y agua de manantial de la propiedad (EL PAIS, 2014).

En Colombia llegó en 1960 de la mano de Jaibel, una de las compañías más importantes del sector en este momento. Esta organización comenzó sus fabricaciones con una máquina empacadora manual que producía dos bolsas por minuto y se envasaba todo de manera artesanal en cada bolsa aromática. Lo cual hoy en día, esta industria ha ido tomando fuerza por el mundo, y su cadena operativa la cual ha ido creciendo y llenándose de innovación la cual ha sido favorecida por cuatro de las compañías más importantes del sector: Jaibel, hindú, Tisanas Oriental - Termoaromas y Tisanas Orquídea. Estas están ubicadas en los departamentos del Valle (hindú y Termoaromas), y cuenta con una participación de \$1.983 miles de millones, con un porcentaje de variación del 5,76% en el PIB en el período 2006-2007, en la categoría de alimentos y bebidas. Por otra parte, el departamento de Cundinamarca (Jaibel y Tisanas Orquídeas) tuvo un aporte considerable de \$1.273 miles de millones con una tasa de variación del 24,2% en el PIB en el mismo período (Álvarez Jaramillo, Botero Riveros, & Suárez Daza, 2011).

La compañía agro industrial fabricante de productos alimenticios de alto valor agregado a base de té, frutas y plantas aromáticas, los que son comercializados para el consumidor final nacional e internacionalmente. Propietaria de los únicos cultivos de té en Colombia, la cual se encuentra ubicada en el Corregimiento de Bitaco, Municipio de La Cumbre. Desde 1960 lidera la categoría de té e infusiones en Colombia con la marca hindú. También participa en el segmento de los “specialty teas” con la marca “Bitaco Unique Colombian Tea” y en la categoría de tés solubles. (Da Silva, Baker, & Shepherd, 2013)

## **2.2 Marco teórico**

**2.2.1 Teoría de la demanda.** Está basada en el interés de adquirir algo. De tal forma en economía, la teoría de la demanda es la cantidad general de un bien o servicio que es deseado por algún consumidor que está dispuesto a adquirir. Este comprende una extensa gama de bienes y servicios que pueden ser obtenidos a precios de mercado, ya sea por un consumidor específico o por el conjunto total de consumidores que se encuentran en un determinado lugar, a fin de satisfacer sus necesidades y deseos. (Peiro Ucha, 2015).

**2.2.2 Teoría de la oferta.** La oferta está enfocada a la cantidad de bienes y servicios que los ofertantes están dispuestos a colocar en venta a unos costos determinados. La oferta son las cantidad de bienes y servicios que muchas organizaciones, instituciones, personas o empresas están orientadas a colocar en venta en un lugar determinado (un pueblo, una región, un continente...) a un precio dado, ya sea por el interés del oferente o por la determinación real de la



economía. Los precios siempre tienen que ir encaminados a diferentes para cada tipo de productos. (Pedrosa, s.f.).

**2.2.3 Teoría de las necesidades.** En 1943, Maslow propone su “Teoría de la Motivación humana” esta proviene de las ciencias sociales y fue grandemente manejada en la psicología clínica; esta se ha convertido en la principal teoría en el campo de la motivación, la gestión empresarial y el desarrollo y comportamiento organizacional. De acuerdo con este modelo, a medida que el hombre satisface sus necesidades surgen otras que cambian o modifican el comportamiento del mismo; considerando que solo cuando una necesidad está “razonablemente” satisfecha, se disparará una nueva necesidad. (Vergara, 2015).

La caracterización de la jerarquía de necesidades propuesta por Maslow es la siguiente:

**2.2.3.1 Necesidades fisiológicas:** Son de origen biológico y están orientadas hacia la supervivencia del hombre; se consideran las necesidades básicas e incluyen cosas como: necesidad de respirar, de beber agua, de dormir, de comer, de sexo, de refugio (Vergara, 2015).

**2.2.3.2 Necesidades de seguridad:** Las necesidades fisiológicas se encuentran en su gran parte satisfechas, llega un segundo escalón de necesidades encaminadas hacia la seguridad personal, el orden, la estabilidad y la protección. Dentro de estas necesidades encontramos: seguridad física, de empleo, de ingresos y recursos, familiar, de salud y contra el crimen de la propiedad personal. (Vergara, 2015).

**2.2.3.3 Necesidades de amor, afecto y pertenencia:** Estas necesidades de seguridad y de bienestar fisiológico se encuentran medianamente satisfechas, la sucesiva clase de necesidades contiene el amor, el afecto y la pertenencia o afiliación a un cierto grupo social y van situadas, a superar los sentimientos de soledad y alienación. En la vida diaria, estas necesidades se presentan continuamente cuando el ser humano muestra deseos de casarse, de tener una familia, de ser parte de una comunidad, ser miembro de una iglesia o simplemente asistir a un club social (Vergara, 2015).

**2.2.3.4 Necesidades de estima:** cuando se tiene que las tres primeras clases de necesidades se encuentran moderadamente reparadas, luego llegan las necesidades de estima enfocadas al autoestima, el reconocimiento, el logro particular y el respeto con los demás; luego de satisfacer estas necesidades, las personas terminan sintiéndose seguras de sí misma y apreciables dentro de una sociedad; por otra parte cuando estas no son satisfechas, las personas llegan a sentirse inferiores y sin valor. Maslow señaló dos necesidades de estima: una que es inferior e incluye el respeto de los demás, la necesidad de estatus, fama, gloria, reconocimiento, atención, reputación, y dignidad; y esta otra que es más superior, busca inculcar la necesidad de respeto de sí mismo, agregando sentimientos como confianza, competencia, logro, maestría, independencia y libertad. (Vergara, 2015).

**2.2.3.5 Necesidades de auto-realización:** Estas son superiores y se encuentran en la parte alta de la jerarquía; Maslow narra la auto-realización como la necesidad de una persona para

lograr ser y hacer lo que la persona "nació para hacer", es decir, promover el cumplimiento del potencial personal a través de una tarea específica; así mismo una persona que este inspirada para la música debe hacer música, un artista debe pintar, y un poeta debe escribir. (Vergara, 2015).

### **2.3 Marco contextual**

Las tisanas son infusiones aromáticas que surgen al hervir varias especies de hierbas aromáticas en agua; En la cual van quedando las sustancias hidrosolubles que logran contribuir efectos beneficiosos en la salud de las personas. Actualmente se utilizan dentro de la medicina alternativa, y también son llamadas bebidas aromáticas o té (Tisana, 2018). este proceso de elaboración debe tener en cuenta varios factores, uno de ellos se base en que los ingredientes empleados en la elaboración de esta no contengan activos incompatibles.

Las frutas, hojas y cascaras de esta misma deben revolverse, triturarse, o cortarse teniendo en cuenta para que se van a utilizar. Un elemento significativo, y que en algunos casos es muy difícil de conseguir, es que la tisana resultante, de la mezcla de hierbas o ingredientes, llegue a tener un sabor y aroma agradable. Actualmente existen numerosas formas de encontrar estas tisanas: supermercados, tiendas de té, centros comerciales, farmacias... antiguamente solo podían ser recetadas en médicos o compradas en boticas. (Tisana, 2018)

Las plantas aromáticas o medicinales nos ofrecen innumerables maneras para preparar una infusión. Ellas deleitan a nuestro paladar con un agradable aroma y sabor, contribuyendo al buen

funcionamiento del organismo. Estas plantas contienen principios activos (fotoquímicos), que varían en función a la especie y al momento de maduración de las mismas. Varios de estos compuestos operan como antioxidantes protegiendo a nuestro cuerpo (ácidos nucleicos, proteínas, lípidos, etc.) del daño oxidativo, el cual afecta o mata las células del organismo. Diversos factores ambientales causan estrés oxidativo: la contaminación atmosférica, la acción de los herbicidas, las temperaturas extremas, la luz ultravioleta, además de las infecciones causadas por patógenos y el humo del tabaco. Cerca del 40% de los componentes que afectan a la duración de vida se controlan, esto quiere decir que no sólo se pueda prolongar la vida, sino también que se puede mejorar su calidad a través de una buena salud (de Felipe, 2005).

Muchos trabajos han justificado que los antioxidantes naturales de plantas medicinales y aromáticas van afines con la reducción de enfermedades crónicas. Estos antioxidantes naturales aparecen como una opción interesante, en especial los aceites esenciales o los extractos obtenidos de plantas comestibles que pueden utilizarse como aditivos de los alimentos. (Hui y col., 2006).

## **2.4 Marco conceptual.**

**2.4.1 Demanda.** La demanda es la cantidad total de un bien o servicio que la gente desea adquirir (Peiro Ucha, 2015).

**2.4.2 Consumidor.** Es aquella persona que adquiere bienes y servicios, con el fin de satisfacer una necesidad . (Barrera, 2010)

**2.4.3 Mercado.** Lugar donde se pueden adquirir bienes o servicios, con el propósito de generar una satisfacción en el individuo . (Hernandez, s.f.)

**2.4.4 Producto.** Se conoce como producto a aquello que ha sido fabricado, es decir, producido ( Pérez Porto , 2009).

**2.4.5 Competencia.** Disputa entre personas que aspiran a un mismo objetivo o a la superioridad en algo. (El captor, 2019)

**2.4.6 Tisanas.** Es una bebida que se obtiene al hervir determinadas composiciones de hierbas o especias en agua. También se refiere a frutas secas o deshidratadas y cortezas. Habitualmente, tiene un parentesco medicinal. (Tisana, 2018)

**2.4.7 Estudio de factibilidad.** El estudio de factibilidad es la observación que se le hace a una empresa para determinar si el negocio es rentable o no, y en cual entorno se debe desarrollar para que este tenga una gran aceptación por parte del mercado. (Luna & Chaves, 2001).

**2.4.8 Estudio administrativo.** Un estudio administrativo de un proyecto es aquel que representa los elementos propios de la actividad eficaz de su administración: organización, procedimientos administrativos, aspectos legales y reglamentos ambientales, por lo cual el

estudio Administrativo hace énfasis en determinar los aspectos organizativos que debe tener una empresa para su establecimiento, tales como su planeación estratégica, estructura organizacional, aspectos legales, fiscales, laborales. (López Parra & Aceves López, 2008).

**2.4.9 Estudio de mercado.** Este se encarga de establecer si existe o no, una demanda que demuestre la participación de un programa de producción de algunos bienes o servicios, en un espacio de tiempo. (Estudio de factibilidad de proyectos, 2010)

**2.4.10 Estudio económico y financiero.** Su objetivo es establecer y sistematizar la información de carácter monetario que suministraron las etapas anteriores, como elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto, evaluar los informes para comprobar su rentabilidad.. (Estudio de factibilidad de proyectos, 2010)

**2.4.12 Estudio legal.** Su objetivo es establecer y sistematizar la información de carácter monetario que suministraron las etapas anteriores, como elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto, evaluar los informes para comprobar su rentabilidad. (Departamento Nacional De Colombia, 2013)

**2.4.13 Estudio técnico.** Busca proporcionar información para cuantificar la cantidad de las inversiones y el costo de las actividades pertinentes en esta área. Generalmente se estima que deben emplearse los procedimientos y las tecnologías más actuales, esta medida puede ser

óptima técnicamente, pero puede no serlo financieramente.. (Estudio de factibilidad de proyectos, 2010)

## **2.5 Marco legal**

La siguiente investigación se enmarca ciertos parámetros legales determinados en la constitución política de Colombia.

**2.5.1 Decreto 3075 de 1997.** Por el cual se reglamenta parcialmente la ley de 09 de 1979 y se dictan otras disposiciones generales para empresas que elaboren, manufactura, procesen envases, y maquillen alimentos. Se debe regir por la normatividad colombiana para la creación de una empresa y como apoyo al emprendimiento se aplica la ley colombiana de fomento de cultura de emprendimiento (Forero, 2014).

**2.5.2 Constitución Política de Colombia artículo 38.** Derecho de Asociación Se garantiza el derecho de libre asociación para el desarrollo de las distintas actividades que las personas realizan en sociedad (Constitución política de Colombia, 2016).

**2.5.3 Código de Comercio Artículo 10 (comerciantes-concepto-calidad).** Son comerciantes aquellas personas que realicen actividades que la ley considera mercantiles.

La característica de comerciante se obtiene, aunque la actividad mercantil se practique por medio de mandatario, intermediario. (Constitución política de Colombia, 2016)

**2.5.4 Artículo 13. (Presunción de estar ejerciendo el comercio).** Para todos los efectos legales se presume que una persona ejerce el comercio en los siguientes casos (Instituto nacional de contadores publicos, 1971):

- 1) Cuando se halle inscrita en el registro mercantil;
- 2) Cuando tenga establecimiento de comercio abierto, y
- 3) Cuando se anuncie al público como comerciante por cualquier medio

#### **2.5.5 Obligaciones de los comerciantes Artículo 19.**

Matricularse en el registro mercantil (Instituto nacional de contadores publicos, 1971);

1. Registrar en el registro mercantil todos los hechos, libros y documentos con relación a lo que la ley exige;
2. Hacer contabilidad habitual de sus negocios acorde a las órdenes legales;
3. Exponer, con arreglo a la ley, la correspondencia y aquellos otros documentos encaminados con sus negocios o actividades;



4. Manifestar ante el juez competente la cesación en el pago normal de sus obligaciones mercantiles, y

5. Abstenerse de establecer actividades de competencia desleal.

### **2.5.6 Resolución 2674 de 2013**

#### ***2.5.6.1 Título 1. Disposiciones generales***

Artículo 1. Objeto. La presente resolución tiene por objeto establecer los requisitos sanitarios que deben cumplir las personas naturales y/o jurídicas que ejercen actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos y los requisitos para la notificación, permiso o registro sanitario de los alimentos, según el riesgo en salud pública, con el fin de proteger la vida y la salud de las personas. (Alcaldía de Bogotá, 2013)

Artículo 2. Ámbito de aplicación. Las prácticas adjuntas en la actual resolución se usaran en todo el territorio nacional a (Alcaldía de Bogotá, 2013):

a) Aquellas personas naturales y/o jurídicas dedicadas a todas o alguna de las siguientes actividades: fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución, importación, exportación y comercialización de alimentos.

b) Al personal operador de suministro.

c) aquellos individuos naturales o jurídicos que elaboren, embotellen, procesen, exporten e importen y distribuyan materias primas e insumos.

d) Las autoridades sanitarias en las actividades de intervención, vigilancia y control que realicen sobre la elaboración, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución, importación, exportación y comercialización de víveres para el consumo humano y materias primas para alimentos..

### **2.5.7 Capítulo I. Edificación e instalaciones**

Artículo 8. Condiciones generales. Los establecimientos destinados a la fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, distribución, comercialización y expendio de alimentos deberán cumplir las condiciones generales que se establecen a continuación (Sistema unico de información normativa, 1997):

1. Localización y accesos. La empresa estará ubicada en el barrio San Isidro del municipio de Curumaní Cesar; lo cual es un lugar muy cómodo y estable para el desarrollo de una fábrica, ya que se encuentra en la parte afuera de este municipio.

1.1. La empresa contará con buenas prácticas de manufacturas para su funcionamiento; lo cual se colocará en práctica la manipulación, la preparación e elaboración, envasado y almacenamiento del producto. Con lo cual no se colocará en riesgo la salud y el bienestar de la comunidad implementando estas prácticas en la empresa.

1.2. La empresa contará con una buena edificación, en la cual se implementarán instalaciones sanitarias para una mayor comodidad del personal, y se tendrá el espacio requerido para los residuos sólidos, esto pensando en el bienestar del personal y del producto.

### **2.5.8 Capítulo II. Equipos y utensilios**

Artículo 8. Condiciones generales. La empresa contará con la elaboración de las tisanas, que se hace de manera artesanalmente en donde se implementarán los equipos como son; el molino y la empacadora, esto es con el fin de obtener el producto.

### **2.5.9 Registro sanitario de INVIMA**

En Colombia todo alimento que se expendia directamente al consumidor debera obtener, de acuerdo con el riesgo en salud publica, la correspondiente autorizacion de comercializacion (Notificacion Sanitaria - NSA, Permiso Sanitario - PSA o Registro Sanitario - RSA), expedida por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos - Invima. (INVIMA, 2016)

Los pasos que debe seguir para solicitar dichos Registros, Permisos o Notificaciones sanitarias de Alimentos son:

1. Paso. Realice la inscripcion de la fabrica como se dispone en el Articulo 126 del Decreto – Ley 019 de 2012. Si ya se encuentra inscrita continúe con el siguiente paso.

2. Paso. Identifique la condicion del peligro para su producto, segun Anexo 1 de la Resolucion 719 de 2015. Si tiene una duda sobre la clasificacion consúltelo en ventanilla en la Oficina de Atencion al ciudadano, Call Center 57-(1) 2948700 grupo de registros sanitarios de alimentos de la direccion de alimentos y bebidas o a traves de conexion chat todos los lunes de 8:00 a.m. a 12 M.

3. Paso. Al tener identificada la clasificacion del peligro de su producto tenga en cuenta que si corresponde a riesgo alto requiere RSA, riesgo medio requiere PSA o riesgo bajo requiere NSA, segun el Articulo 37 de la Resolucion 2674 de 2013 y Resolucion 3168 de 2015.

4. Paso. Tener en cuenta que puede acoger alimentos bajo un mismo Registro, Permiso o Notificación Sanitaria en los casos establecidos en el artículo 42 de la Resolución 2674 de 2013.

5. Paso. Al tratarse de un producto de riesgo alto o medio verifique los requisitos para la obtención de RSA o PSA establecidos en el Artículo 38 de la Resolución 2674 de 2013. Si se trata de un alimento de bajo riesgo, verifique los requisitos establecidos en el Artículo 40 de la misma Resolución para solicitar una NSA.

6. Paso. Tramitar los formularios tanto de información básica, como de solicitud de Registro, Permiso o Notificación Sanitaria, según sea el caso, los cuales se encuentran en el archivo Excel “Formato único de Alimentos registros Sanitarios o Permiso Sanitario o Notificación Sanitaria y tramites asociados (Resolución 2674 de 2013, Resolución 3168 de 2015)” que puede descargar aquí los formularios.

7. Paso. Comprobar el costo que se debe pagar según la diligencia requerida en nuestro manual tarifario, el cual puede descargar aquí y realice el pago en cualquier oficina de Davivienda en la cuenta No. 00286999868-8 o a través de pago en línea aquí.

8. Paso. Mostrar o remitir dicha documentación en carpeta blanca foliada en la Oficina de Atención al Ciudadano ubicada en la sede central del Invima, dirección Carrera 10 N° 64–28, primer piso – Bogotá D.C. Si sus productos corresponden a alimentos dirigidos a poblaciones especiales (p.ej. deportistas, pacientes con alguna enfermedad), surta el trámite de consulta a la

Sala Especializada de Alimentos y Bebidas – SEAB, antes de solicitar la Notificación Sanitaria — NSA, el Permiso Sanitario — PSA o el Registro Sanitario — RSA. Las actas de la Sala Especializada de Alimentos y Bebidas (INVIMA, 2016).

## **Capítulo 3. Diseño metodológico**

### **3.1 Tipo de investigación**

La investigación descriptiva tiene un enfoque cuantitativo, y por medio de esta se van a detallar las propiedades más significativas y notables del objeto de estudio. A través de esta investigación descriptiva se pretende expresar el sujeto, el espacio, el tiempo, el método, como también la justificación del sujeto de estudio. De tal manera, se busca medir o evaluar aquellos aspectos, dimensiones o componentes con mayor notabilidad del fenómeno o fenómenos que están siendo parte de la investigación. (Investigación, 2015).

### **3.2 Población**

La población objeto de estudio de esta investigación son los habitantes del municipio de Curumaní Cesar, la cual se encuentra conformada por 26.740 habitantes.. (Curumani)

### **3.3 Muestra**

Como muestra de la población objeto de estudio se tomará a la población del municipio de Curumaní Cesar (Curumani).

$$n = \frac{Z^2 (p) (q) (N)}{e^2(N - 1) + Z^2 (p) (q)}$$

Donde:

N: 26.740 personas

Z: 1.96 (95%)

E: 0,05

P: 0.50

Q: 0.50

$$\frac{1,96^2 (0,05) (0,50) (26.740)}{0,05^2(26.740 - 1) + 1,96^2 (0.50) (0.50)}$$

n = 251 Personas

Nuestra muestra será de 251 personas de municipio de Curumaní Cesar

### **3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**



La técnica de recolección y la cual se implementara será la encuesta, buscando obtener la información de manera directa, de tal modo el instrumento a aplicar es el cuestionario, cuya aplicación se estará realizando a las 251 personas, datos arrojados por la muestra que se le realizo a la población del municipio de Curumaní Cesar, lo cual nos suministrarán la información que permita el desarrollo del proyecto. (Matalon, 1978).

### **3.5 Procesamiento y análisis de la información**

La información recolectada será evaluada de manera cuantitativa a través de tablas y gráficos y de carácter cualitativa con el pertinente análisis de cada pregunta y de esta forma conocer más los gustos y distinciones de los consumidores al momento de elegir un nuevo producto que satisfaga sus necesidades en el mercado (Técnicas de investigación, s.f.).

## **Capítulo 4. Administración del proyecto**

### **4.1 Recursos humanos**

La presente investigación será realizada por: Yusbey Castrillo Castellares, Ronaldo Vásquez Moratto, estudiantes de Administración de Empresas y dirigido por la docente Martha Lucia Torrado Álvarez.

### **4.2 Recursos institucionales**

Biblioteca Argemiro Bayona Portillo de la universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.

Universidad Francisco de Paula Santander de Ocaña.

Alcaldía municipal de Curumaní, Cesar.

### 4.3 Recursos financieros

Tabla 1

Recursos financieros

Aportes	Ingresos	Egresos
Yusbey Castrillo	\$ 1.000.000	
Ronaldo Vásquez		
Aportes científicos		\$500.000
Papelería		\$200.000
Transporte		\$250.000
Imprevistos		\$50.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$1.000.000</b>	<b>\$1.000.000</b>

**Fuente:** Autores del proyecto.

## Capítulo 5. Presentación de resultados

**Objetivo:** Desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa fabricante de tisanas de hojas de guayaba, guanábana con cascara de naranja en el municipio de Curumaní Cesar.

### 5.1 Tabulación y análisis del instrumento aplicado a la población de Curumaní, Cesar

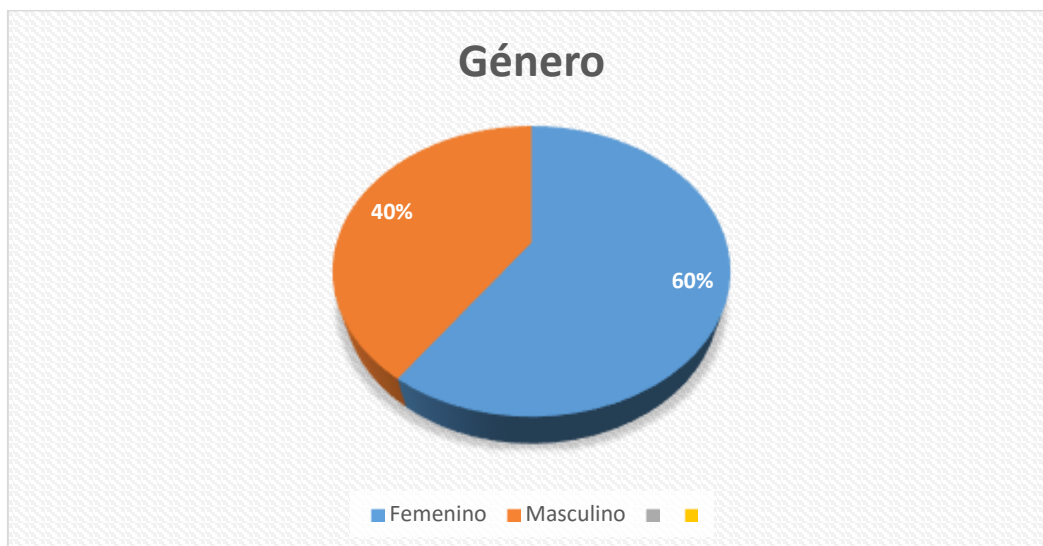
Tabla 2

Género

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	150	60%
Masculino	101	40%
<b>Total</b>	<b>251</b>	<b>100%</b>

**Nota fuente.** Autores del proyecto, basada en la encuesta realizada a diferentes personas del municipio de Curumaní

Cesar.



*Figura 1. Género*

**Discusión:** Según el boletín general del Dane la población curumanilense el 50,3% son hombres y el 49,7% son mujeres; pero al realizar la encuesta se pudo evidenciar que un porcentaje de estas personas estuvieron dispuestas e interesadas acerca del tema de investigación los cuales el 60% de los que respondieron fueron mujeres y el 40% fueron hombres. **Fuente. Dane censo General & autores del proyecto, basada en la encuesta realizada a diferentes personas del municipio de Curumaní Cesar.**

Tabla 3

Edad

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
15-25 años	110	39%
26-35 años	70	25%
36-45 años	40	22%
Más de 45 años	31	14%
<b>Total</b>	<b>251</b>	<b>100%</b>

**Nota fuente.** Autores del proyecto, basada en la encuesta realizada a diferentes personas del municipio de Curumaní Cesar.

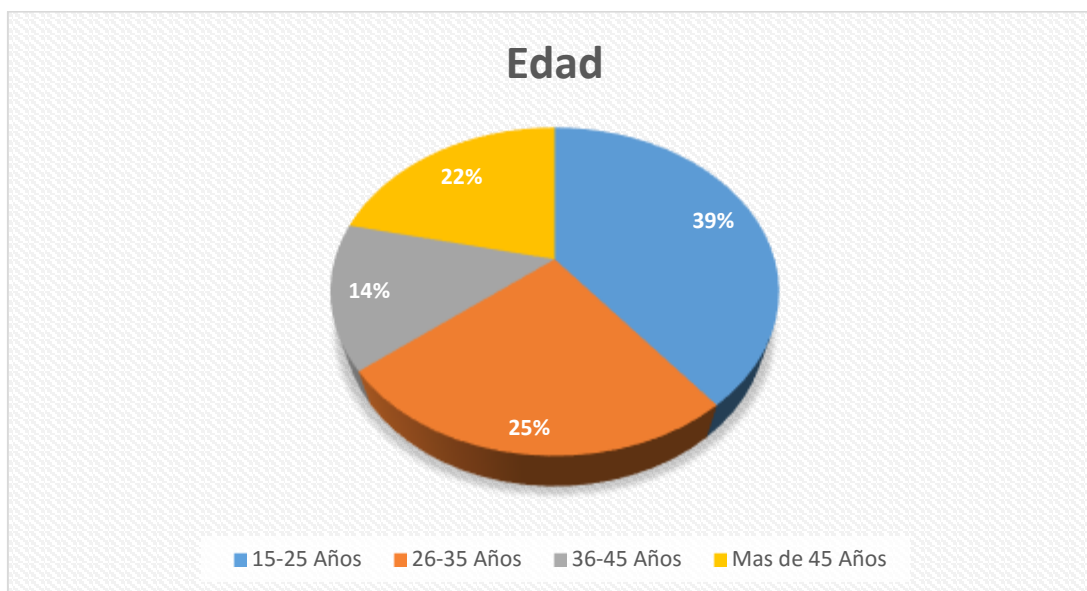


Figura 2. Edad

**Discusión:** Analizando los resultados obtenidos y comparándolos con el plan de desarrollo municipal se tiene una gran coincidencia con el rango de edades; ya que entre la edad promedio de 15-25 años representan el 19,5% de la población. Y en relación el mayor porcentaje de edad lo obtuvo el rango de 15-25 años con un 39%, seguido del rango de 26-35 años con un 25% siendo estos las derivaciones que conllevan a deducir que la mayor parte de población de la

muestra se encuentran en una edad en la cual están inmerso a cambio e innovación ya sea hobbies o por salud. **Fuente. Plan de Desarrollo Municipal & autores del proyecto, basada en la encuesta realizada a diferentes personas del municipio de Curumaní Cesar.**

Tabla 4

Consumo de tisanas

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	200	80%
No	51	20%
<b>Total</b>	<b>251</b>	<b>100%</b>

**Nota fuente.** Autores del proyecto, basada en la encuesta realizada a diferentes personas del municipio de Curumaní Cesar.



Figura 3. Consumo de tisanas

**Discusión:** Se ha notado la afluente demanda que ha tenido el consumo de tisanas en Colombia.

Es por eso que ha tenido un crecimiento: en 2008, una persona tomaba en promedio 8,5 tazas al año y, en 2012, la cifra promedio aumentó a 9,7 tazas, esto lo señaló un estudio de la

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación y la firma Euromonitor. Al realizar un comparativo con la encuesta realizada observamos que 80% de las personas han consumido y el 20% todavía no las han consumido, esto quiere decir que es una buena aceptación que han tenido las tisanas. **Fuente. Análisis de la industria del té y las aromáticas en Colombia & autores del proyecto, basada en la encuesta realizada a diferentes personas del municipio de Curumaní Cesar.**

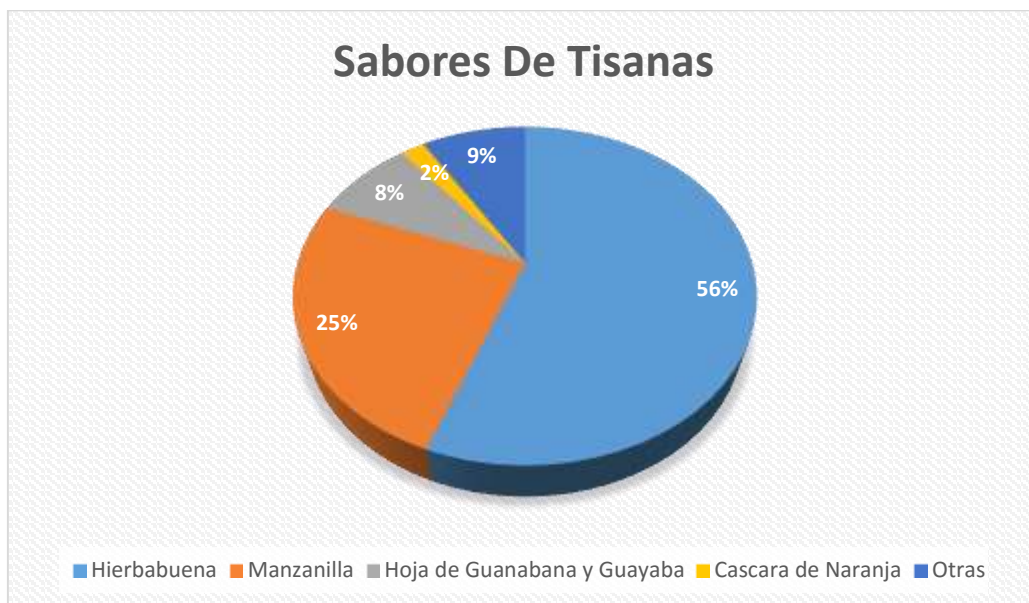
Tabla 5

Sabores de tisanas

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Hierbabuena	140	56%
Manzanilla	63	25%
Hojas de guanábana y guayaba	21	9%
Cascaras de Naranja	5	2%
Otras	22	8%
<b>Total</b>	<b>251</b>	<b>100%</b>

**Nota fuente.** Autores del proyecto, basada en la encuesta realizada a diferentes personas del municipio de Curumaní Cesar.





*Figura 4.* Sabores de tisanas

**Discusión:** Según la compañía objeto de estudio como es Jaibel que fue la que incursiono a las tisanas en Colombia, tiene en sus presentaciones los sabores más destacados como son las hierbabuenas con un 56% y la manzanilla con un 25% esto demuestra que tiene una alta demanda entre sus consumidores. En lo cual, se observa que existe cierta igualdad de productos en las empresas del sector y que, a pesar de las diferentes estrategias en sus sabores. **Fuente. Análisis de la industria del té y las aromáticas en Colombia & autores del proyecto, basada en la encuesta realizada a diferentes personas del municipio de Curumaní Cesar.**

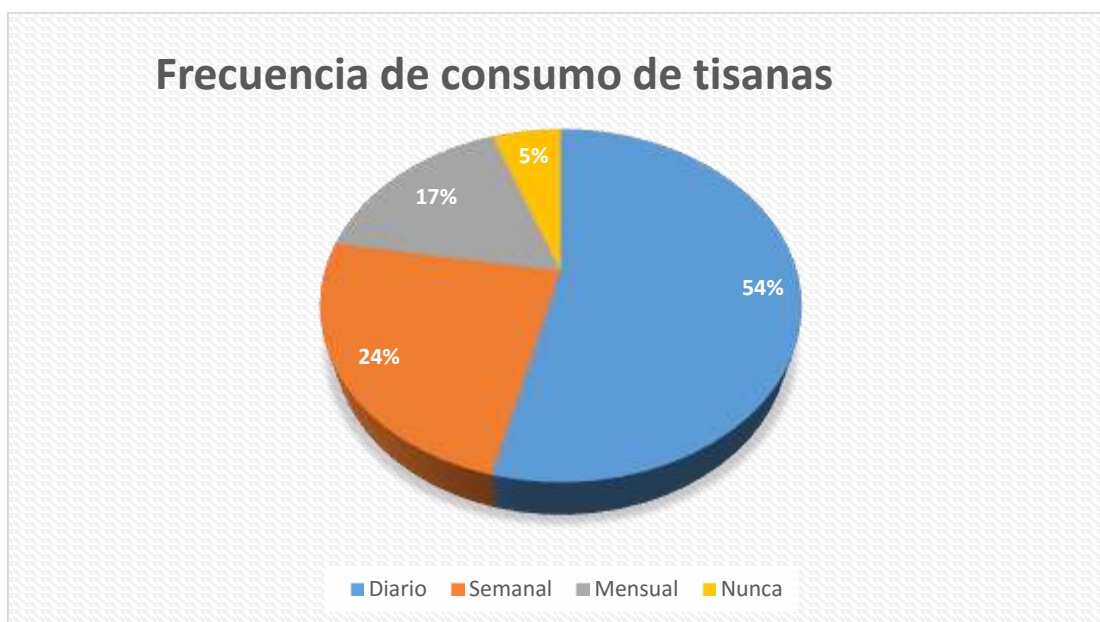
Tabla 6

Frecuencia de consumo de tisanas

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Diario	135	54%
Semanal	60	24%
Mensual	42	17%
Nunca	14	5%

**Total****251****100%**

**Nota fuente.** Autores del proyecto, basada en la encuesta realizada a diferentes personas del municipio de Curumaní Cesar.



*Figura 5.* Frecuencia de consumo de tisanas

**Discusión:** Según información suministrada por el diario El colombiano, el consumo de tisanas en Colombia ha ido aumentando significativamente al transcurrir los años, y eso es notable ya que al momento de realizar la encuesta vemos que los consumidores lo hacen diariamente con un 54% y semanalmente con un 24%, esto quiere decir que lo hacen ya sea por hobbies o por salud teniendo en cuenta sus propiedades y beneficios. **Fuente. El colombiano & autores del proyecto, basada en la encuesta realizada a diferentes personas del municipio de Curumaní Cesar.**

Tabla 7

## Selección de las tisanas

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Precio	115	46%
Sabor	60	24%
Calidad	50	20%
Promociones	26	10%
<b>Total</b>	<b>251</b>	<b>100%</b>

**Nota fuente.** Autores del proyecto, basada en la encuesta realizada a diferentes personas del municipio de Curumaní Cesar.



*Figura 6.* Selección de las tisanas

**Discusión:** Estamos frente a una sociedad consumista, es por eso, que, al momento de comprar productos, en su mayoría lo hacen enfocados por los recursos disponibles (tiempo, dinero y esfuerzo) según la real academia. Es por esto que al observar esta encuesta realizada vemos que el rango más importante es el precio con un 46% y el sabor con un 24%, lo cual lo hacen por la toma de decisiones. **Fuente.** La real academia española & autores del proyecto, basada en la encuesta realizada a diferentes personas del municipio de Curumaní Cesar.

Tabla 8

## Lugar de adquisición del producto

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Supermercado	105	42%
Centro Naturista	52	21%
Vendedores Ambulante	53	21%
Otros	41	16%
<b>Total</b>	<b>251</b>	<b>100%</b>

**Nota fuente.** Autores del proyecto, basada en la encuesta realizada a diferentes personas del municipio de Curumaní Cesar.

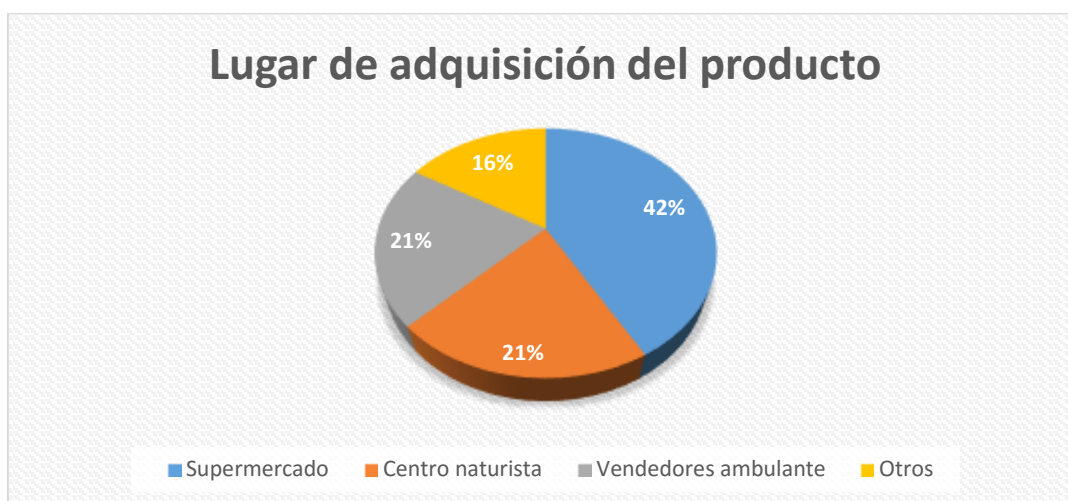


Figura 7. Lugar de adquisición del producto

**Discusión:** El periódico el economista nos indica que el 65% de los consumidores prefieren los supermercados para realizar sus compras habituales, buscando encontrar calidad y buen precio. Analizando esta información con la encuesta realizada vemos gran similitud ya que el 42% de las personas respondieron que adquieren sus productos en los supermercados. **Fuente. El**

**Economista & autores del proyecto, basada en la encuesta realizada a diferentes personas del municipio de Curumaní Cesar.**

Tabla 9

Nuevo producto de tisanas

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	226	90%
No	25	10%
<b>Total</b>	<b>251</b>	<b>100%</b>

**Nota fuente.** Autores del proyecto, basada en la encuesta realizada a diferentes personas del municipio de Curumaní Cesar.



Figura 8. Nuevo producto de tisanas

**Discusión:** Se puede evidenciar que los consumidores están prestos a cualquier cambio e innovación; es por eso que están aceptando probar una nueva tisana, de hojas de guanábana, guayaba con cascara de naranja; lo cual permite que nuestro estudio de factibilidad sea aceptado, ya que el 90% de las personas están dispuestas a comprarlo mientras tanto el 10% no les interesa.

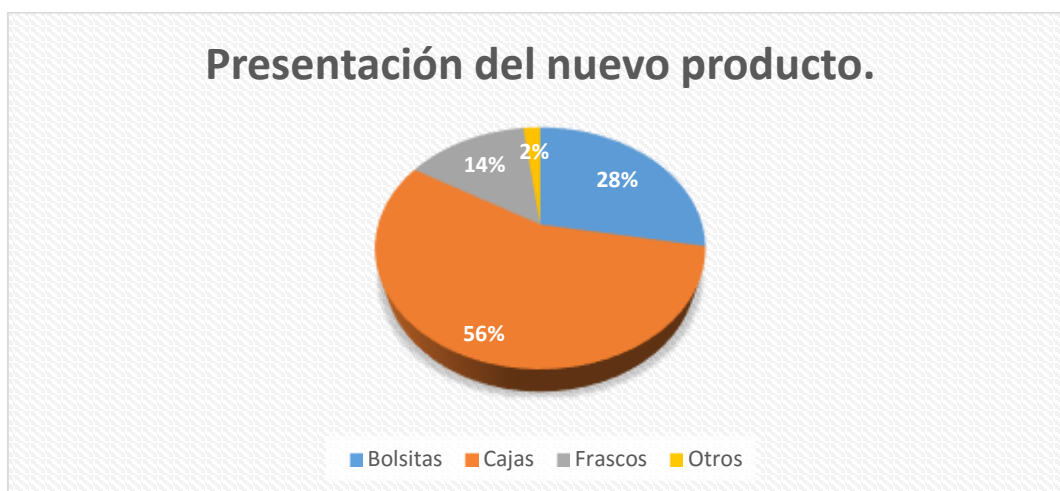
**Fuente. Autores del proyecto, basada en la encuesta realizada a diferentes personas del municipio de Curumaní Cesar.**

Tabla 10

Presentación del nuevo producto

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Bolsitas	70	28%
Cajas	140	56%
Frascos	36	14%
Otros	5	2%
<b>Total</b>	<b>251</b>	<b>100%</b>

**Nota fuente.** Autores del proyecto, basada en la encuesta realizada a diferentes personas del municipio de Curumaní Cesar.



*Figura 9.* Presentación del nuevo producto

**Discusión:** En la encuesta realizada a los consumidores, ellos prefieren comprar su nuevo producto de tisanas, en cajas con un 56% lo demuestran, lo cual, lo hacen ya sea por higiene, o

por comodidad al momento de comprar sus productos. **Fuente. Autores del proyecto, basada en la encuesta realizada a diferentes personas del municipio de Curumaní Cesar.**

Tabla 11

Precio por una caja de tisanas

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
2000-3000	64	27%
3000-4000	140	58%
5000-7000	30	12%
Más de 8000	7	3%
<b>Total</b>	<b>251</b>	<b>100%</b>

**Nota fuente.** Autores del proyecto, basada en la encuesta realizada a diferentes personas del municipio de Curumaní Cesar.

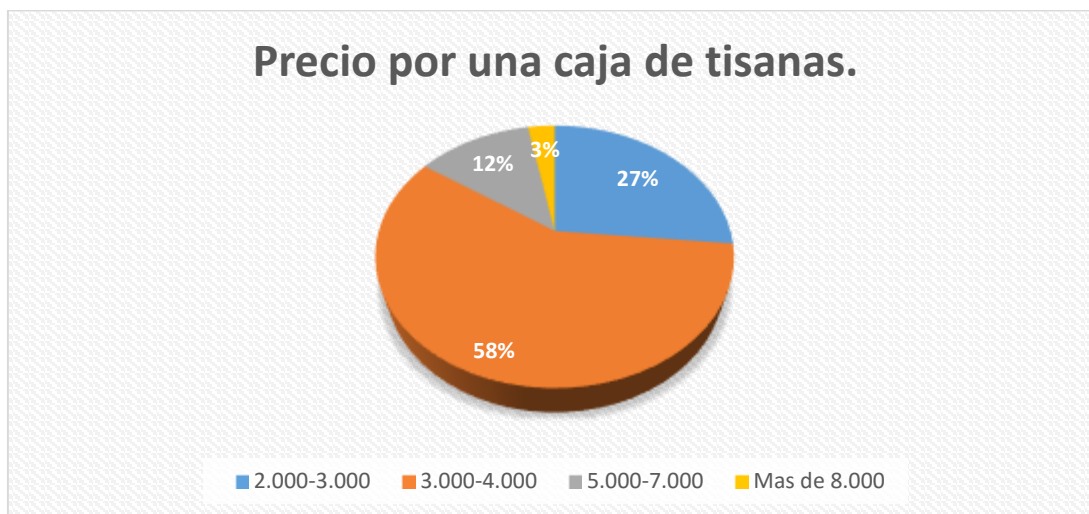


Figura 10. Precio por una caja de tisanas.

**Discusión.** Las personas están dispuestas a pagar entre \$3.000-\$4000 pesos por una caja de tisanas de 8 sobres; comparándolas con los precios de compañías con alto reconocimiento como hindú, Jaibel en nuestro país. Esto nos lleva a sacar una conclusión que el precio es asequible

para todas las personas sin importar su estrato socioeconómico. **Fuente. Éxito Autores del proyecto, basada en la encuesta realizada a diferentes personas del municipio de Curumaní Cesar.**

## **5.2 Establecer en el estudio la oferta y demanda del producto que ofrecerá la empresa Tisanas Fruits que impulse el desarrollo económico en el municipio de Curumaní, Cesar y la región, a través de un estudio de mercados**

Para la realización del presente objetivo, se tienen en cuenta las respuestas dadas por la población encuestada en el municipio de Curumaní, Cesar:

**5.2.1 Descripción del producto.** Nuestro producto es una tisana hecha a base de hojas de guanábana, guayaba con cáscaras de naranjas, el cual lleva como nombre tisanas Fruits. Este producto tiene una textura de color verde y un aroma agradable debido a sus ingredientes, los cuales reflejan grandes beneficios para sus consumidores.

**5.2.2 Características de la empresa.** La empresa fabricante de tisanas tendrá las siguientes características.

**5.2.2.1 Nombre y/o razón social.** La empresa se identificará con la siguiente razón social  
**“TISANAS FRUITS”**



**5.2.2.2 El eslogan.** La empresa se identificará con el siguiente eslogan “te relaja en todo momento.”

**5.2.2.3 El logotipo.** El logotipo de la empresa “TISANAS FRUITS”, será el siguiente:



*Figura 11.* Logotipo

**Fuente.** Autores del proyecto

Con el logotipo se quiere dar a resaltar la preservación del medio ambiente

**5.2.3 Determinación de la demanda.** Al realizar el estudio del producto ofrecido al consumidor, se les aplicó la encuesta a las personas del municipio de Curumaní Cesar, por lo cual el objeto de estudio fueron 251 personas que serían posibles potenciales clientes del producto demandado.

**5.2.3.1 Proyección de la demanda.** Para la proyección de la demanda, se toma como base las cantidades de tisanas que se pretenden vender cada año. La empresa planea estar en constante crecimiento, de tal manera se ha proyectado aumentar 1500 tisanas cada año, buscando incrementar los ingresos de la empresa

Tabla 12

Proyección de la demanda

Años	Cantidad	Precio	Valor Anual	Valor mensual
Año 1	42.000	4.000	168.000.000	14.000.000
Año 2	43.500	4.100	178.350.000	14.862.500
Año 3	45.000	4.200	189.000.000	15.750.000
Año 4	46.500	4.300	199.950.000	16.662.500
Año 5	48.000	4.400	211.200.000	17.600.000

**Fuente.** Autores del proyecto

**5.2.4 Determinación de la oferta.** Se ha notado que la competencia actualmente en el municipio de Curumaní Cesar, es baja ya que no se encuentra una empresa fabricante o distribuidora de este producto, solo se encuentran en supermercados o tiendas naturistas que ofrezcan estos productos.

Tabla 13

Proyección proyectada

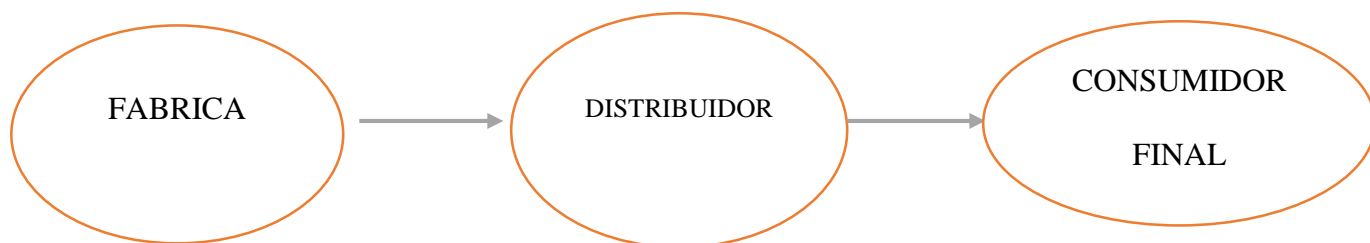
Producción proyectada					
Productos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidades de tisanas	42.000	43.500	45.000	46.500	48.000

**Fuente.** Autores del proyecto

**5.2.5 Análisis de la competencia.** El motivo fundamental para la realización de este proyecto es la inexistencia en el municipio de Curumaní Cesar de una empresa que se dedique a la fabricación de tisanas a base de hojas de guanábana, guayaba con cascara de naranja.

**5.2.6 Determinación del precio.** El precio de las tisanas para el primer año, será de \$4.000 pesos; tomando como base los resultados que nos arrojó la encuesta realizada. De igual forma es un precio estándar de los productos de ventas similares a este producto ofrecido.

**5.2.7 Canales de distribución.** Se utilizará el canal indirecto corto, ya que una vez terminado el producto, quien se encargara de llevarlo al consumidor final es el distribuidor.

*Figura 12.* Canales de distribución

**5.2.8 Estrategias de publicidad.** Es de gran importancia dar a conocer el producto que se ofrece, esto ayudara a que muchas empresas logren interesarse en el trabajo que llevamos a cabo, para esto se tiene previsto en primera instancia la creación de una página web, con este medio se pretende dar a conocer información acerca de nuestra organización, cual es nuestra misión, visión y el trabajo que desarrollamos en el mercado de forma masiva y más sencilla.

Tabla 14

Estrategias de publicidad

ITEM	Valor Mensual	Valor Anual
Medios publicitarios.	\$70.000	\$840.000
<b>Total</b>	<b>\$70.000</b>	<b>\$840.000</b>

**Fuente:** Autores del proyecto

### 5.3 Estudio técnico

Identificar los requerimientos técnicos, aspectos logísticos, y de fabricación del producto, y la posible localización del establecimiento a través de un estudio técnico.

**5.3.1 Macro localización.** Este proyecto se llevará a cabo en el municipio de Curumaní, Cesar.

**5.3.2 Micro localización.** La empresa fabricante de tisanas de hojas frutales y cascara de naranja, comenzara las actividades en un establecimiento ubicado en el barrio San Isidro del municipio de Curumaní, Cesar.

**5.3.3 Maquinaria y herramientas.** El equipo adecuado para las actividades contempla:

Tabla 15

Maquinaria y herramientas

<b>Artículos</b>
Empacadora
Molino
Bolsas
Cajas
Frascos

**Fuente:** Autores del proyecto

**5.3.4 Requerimientos de equipo de cómputo y comunicación.** En lo referente a equipos de cómputo y comunicación, en la siguiente tabla se evidencia las necesidades.

Tabla 16

Equipo de cómputo y comunicación

<b>Artículos</b>
Computador
Impresora
Teléfono

**Fuente:** Autores del proyecto

**5.3.5 Requerimientos y elementos de oficina.** Requeridos para el funcionamiento de las actividades se evidencian en la siguiente tabla.

Tabla 17

Requerimientos y elementos de oficina

<b>Artículos</b>
Escritorio
Mesa de reunión
Sillas
Papelería

**Fuente:** Autores del proyecto

### **5.3.6 Tamaño del proyecto.**

**5.3.6.1 Capacidad diseñada e instalada.** La empresa fabricante de Tisanas de hojas frutales y cascaras de naranja, está proyectada a producir 3.500 tisanas en la presentación de caja, cada 30 días, tomando como base las herramientas, maquinarias y personal profesional que se espera tener al momento de entrar en funcionamiento.

### 5.3.6.2 Distribución en planta.

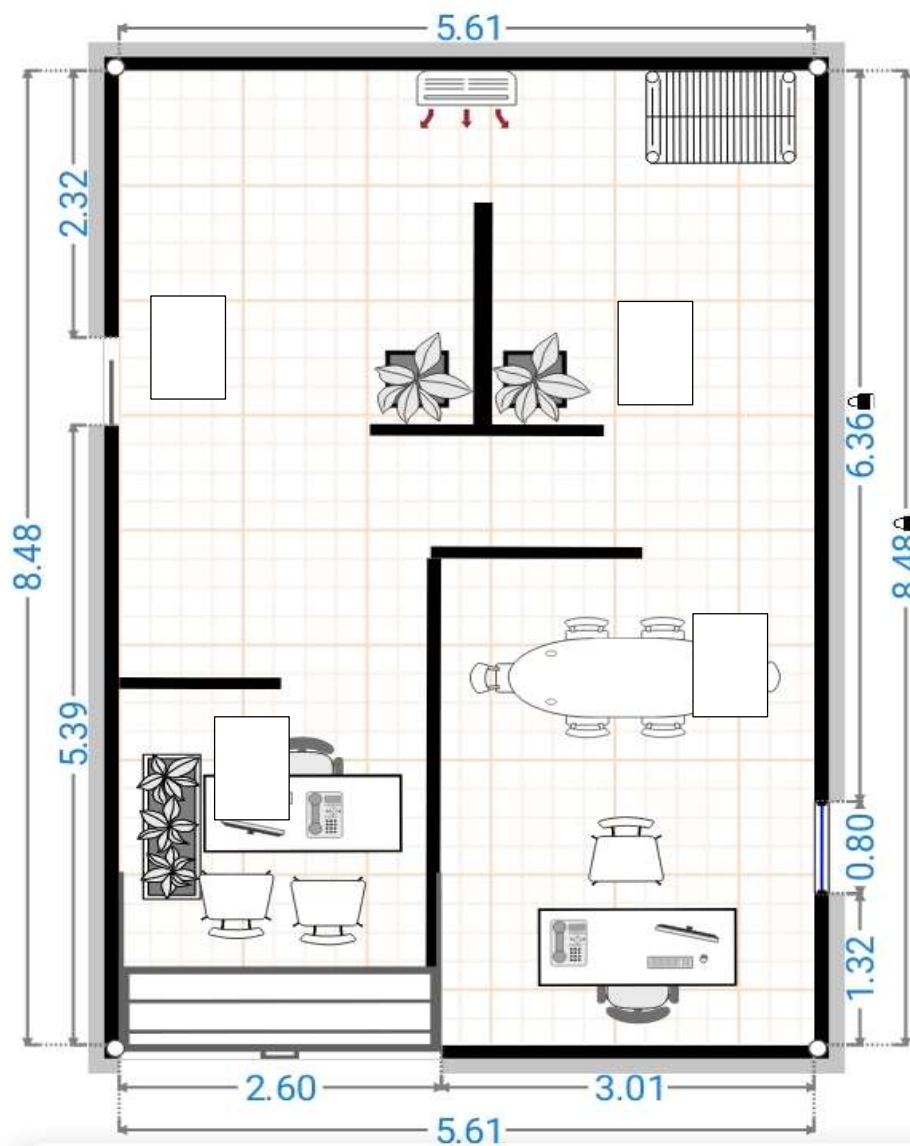


Figura 13. Distribución en planta

- 1 Almacenamiento.
- 2 Empacadora, molienda.
- 3 Sala de venta.

#### 4 Oficina

**5.3.6.3 Necesidades de recursos humanos.** Para iniciar labores, la empresa fabricante de tisanas de hojas frutales y cascaras de naranja, deberá contar con el siguiente recurso humano.

Tabla 18

Área administrativa

<b>Área Administrativa</b>
1 gerente
1 Secretaria
1 Vendedor
1 Auxiliar Contable

**Fuente.** Autores del proyecto

Tabla 19

Área operativa

<b>Área operativa</b>
1 Operario

**Fuente.** Autores del proyecto



## 5.4 Estudio económico y financiero

### 5.4.1 Estudio financiero

**5.4.1.1 Gastos de funcionamiento.** Los consumos debido al funcionamiento corresponden a la cantidad necesaria para la operación normal de la empresa y hace énfasis a los activos fijos y derivados.

**5.4.1.2 Muebles, equipos y enseres.** En la tabla se relacionan los muebles, equipos y enseres y valor de cada uno.

Tabla 20

Muebles, equipos y enseres

Artículo	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Empacadora	1	\$2.000.000	\$2.000.000
Molino	1	\$900.000	\$900.000
Bolsas	40.000	\$10	\$400.000
Cajas marcadas	5.000	\$60	\$300.000
<b>Total</b>			<b>\$ 3.600.000</b>

**Fuente.** Autores del proyecto

**5.4.1.3 Equipos de cómputo y comunicación.** A continuación, se relacionan los equipos de cómputo y comunicación, con sus respectivos valores y cantidades.

Tabla 21

## Equipo de cómputo y comunicación

Artículo	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computadores	3	\$1.100.000	\$3.300.000
Teléfonos	3	\$100.000	\$300.000
Impresoras	1	\$450.000	\$450.000
<b>Total</b>			<b>\$4.050.000</b>

**Fuente.** Autores del proyecto

**5.4.1.4 Papelería y útiles.** En lo consecuente se presentan los equipos de oficina, materiales necesarios para el desarrollo de las actividades.

Tabla 22

## Papelería y útiles

Artículo	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorios completos.	2	\$600.000	\$1.200.000
Mesa de reunión.	1	\$1.200.000	\$1.200.000
Papelería.	1	\$150.000	\$150.000
<b>Total</b>			<b>\$1.550.000</b>

**Fuente.** Autores del proyecto

**5.4.1.5 Gastos de personal.** En la siguiente tabla se relaciona el salario de los profesionales con los respectivos pagos establecidos por la ley.

Tabla 23

## Gastos de personal

Concepto (mensual)	Gerente	Secretaria	Operador (1)	Vendedor (1)	Contador
Salario	\$1.000.000	\$750.000	\$800.000	\$800.000	
Honorarios bonificaciones					\$600.000
Auxilio de transporte	\$97.032	\$97.032	\$97.032	\$97.032	
Salud (-)	\$40.000	\$30.000	\$32.000	\$32.000	
pensión (-)	\$40.000	\$30.000	\$32.000	\$32.000	
Vacaciones	\$41.700	\$31.275	\$33.360	\$33.360	
Cesantías	\$83.300	\$62.475	\$66.640	\$66.640	
Intereses sobre cesantías	\$9.996	\$7.497	\$7.997	\$7.997	
Primas	\$83.300	\$62.475	\$66.640	\$66.640	
Salud	\$85.000	\$63.750	\$68.000	\$68.000	
pensión	\$120.000	\$90.000	\$96.000	\$96.000	
ARL 0.522	\$5.220	\$3.915	\$4.176	\$4.176	
caja de compensación	\$40.000	\$30.000	\$32.000	\$32.000	
I.C.B.F	\$30.000	\$22.500	\$24.000	\$24.000	
SENA	\$20.000	\$15.000	\$16.000	\$16.000	
<b>Total</b>	<b>\$1.438.516</b>	<b>\$1.175.919</b>	<b>\$1.247.845</b>	<b>\$1.247.845</b>	<b>\$600.000</b>

**Fuente.** Autores del proyecto

**5.4.1.6 Gastos de nómina proyectada.** A continuación, se especifica el salario proyectado de los profesionales, este mismo tendrán un aumento anual del 12% lo cual se toma como promedio del IPC.

Tabla 24

## Nómina del recurso humano

Personal	Salario mensual	Año 1	Año 2	Año 3	año 4	año 5
Gerente	\$1.438.516	\$17.262.192	\$17.780.058	\$18.313.459	\$18.862.863	\$19.428.749
Secretaria	\$1.175.919	\$14.111.028	\$14.534.359	\$14.970.390	\$15.419.501	\$15.882.086
Operario	\$1.247.845	\$14.974.138	\$15.423.362	\$15.886.063	\$16.362.644	\$16.853.524
Vendedor	\$1.247.845	\$14.974.138	\$15.423.362	\$15.886.063	\$16.362.644	\$16.853.524
Contador	\$600.000	\$7.200.000	\$7.416.000	\$7.638.480	\$7.867.634	\$8.103.663
<b>Total</b>	<b>\$5.710.125</b>	<b>\$68.521.495</b>	<b>\$70.577.140</b>	<b>\$72.694.454</b>	<b>\$74.875.288</b>	<b>\$77.121.547</b>

**Fuente.** Autores del proyecto

**5.4.1.7 Gastos varios.** A continuación, se presentan los gastos varios necesarios para el normal funcionamiento de la empresa.

Tabla 25

## Gastos varios

Ítem	Valor Mensual	Valor Anual
Servicios Públicos ( luz, agua, internet )	\$ 150.000	\$1.800.000
Publicidad	\$ 50.000	\$600.000
Elementos de aseo	\$60.000	\$720.000
Arrendamiento	\$600.000	\$7.200.000
<b>Total</b>	<b>\$860.000</b>	<b>\$10.320.000</b>

**Fuente.** Autores del proyecto

**5.4.1.8 Gastos constitucionales.** Estos gastos se aplican una sola vez.

Tabla 26

## Gastos constitucionales

Ítem	Valor mensual	Valor anual
Gastos legales	\$600.000	\$600.000
<b>Total</b>	<b>\$600.000</b>	<b>\$600.000</b>

**Fuente.** Autores del proyecto

#### 5.4.1.9 Depreciación

Tabla 27

## Depreciación

Cantidad	Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Empacadora	\$2.000.000	\$200.000	\$200.000	\$200.000	\$200.000	\$200.000
1	Molino	\$900.000	\$90.000	\$90.000	\$90.000	\$90.000	\$90.000
1	Mesa Reunión	\$1.200.000	\$240.000	\$240.000	\$240.000	\$240.000	\$240.000
3	Teléfono	\$100.000	\$20.000	\$20.000	\$20.000	\$20.000	\$20.000
3	Computador	\$1.100.000	\$220.000	\$220.000	\$220.000	\$220.000	\$220.000
2	Escritorios completos	\$600.000	\$120.000	\$120.000	\$120.000	\$120.000	\$120.000
	<b>Total depreciación administrativa</b>	<b>\$5.900.000</b>	<b>\$890.000</b>	<b>\$890.000</b>	<b>\$890.000</b>	<b>\$890.000</b>	<b>\$890.000</b>

**Fuente.** Autores del proyecto

**5.4.1.10 Ingresos operacionales.** Se aumentan 1500 tisanas cada año, hasta cumplir los 5 años, con el fin de aumentar los ingresos de la empresa.

Tabla 28

## Ingresos operacionales

Cantidad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	42.000	43.500	45.000	46.500	48.000
Valor	\$4.000	\$4.100	\$4.200	\$4.300	\$4.400
Ingreso Mensual	\$14.000.000	\$14.862.500	\$15.750.000	\$16.662.500	\$17.600.000
<b>Ingreso Anual</b>	<b>\$168.000.000</b>	<b>\$178.350.000</b>	<b>\$189.000.000</b>	<b>\$199.950.000</b>	<b>\$211.200.000</b>

**Fuente.** Autores del proyecto

#### 5.4.1.11 Estado de costos

Tabla 29

## Estado de costos

Estado de costos de productos vendidos a 31 de diciembre de año					
Inventario inicial de materias primas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) Compras netas	\$9.077.419	\$9.349.742	\$9.630.234	\$9.919.141	\$10.216.715
Compras brutas	\$9.077.419				
(+) Fletes	\$0				
(-) Devoluciones y descuentos en compras					
(=) Total materiales disponibles para el uso	\$9.077.419	\$9.349.742	\$9.630.234	\$9.919.141	\$10.216.715
(-) Inventario final de materias primas	-	-	-	-	-
(=) Total materiales usados	\$9.077.419	\$9.349.742	\$9.630.234	\$9.919.141	\$10.216.715
(-) Materiales indirectos usados	\$8.400.000	\$8.652.000	\$8.911.560	\$9.178.907	\$9.454.274
(=) Total materiales directos usados	\$677.419	\$697.742	\$718.674	\$740.234	\$762.441
(+) Mano de obra directa	\$14.974.138	\$15.423.362	\$15.886.063	\$16.362.644	\$16.853.524
(+) Costos indirectos de fabricación	\$9.240.000	\$9.517.200	\$9.802.716	\$10.096.797	\$10.399.701
(=) Costos de fabricación del producto	\$24.891.557	\$25.638.303	\$26.407.452	\$27.199.676	\$28.015.666
<b>(=) Total costo de producción</b>	<b>\$24.891.557</b>	<b>\$25.638.303</b>	<b>\$26.407.452</b>	<b>\$27.199.676</b>	<b>\$28.015.666</b>

**Fuente.** Autores del proyecto

### 5.4.1.12 Estado de resultados

Tabla 30

## Estado de resultados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos operacionales	\$168.000.000	\$178.350.000	\$189.000.000	\$199.950.000	\$211.200.000
Comercio al por mayor y menor					
(-) descuentos y devoluciones de ventas					
(-) costo de venta	\$24.891.557	\$25.638.303	\$26.407.452	\$27.199.676	\$28.015.666
(=) utilidad operacional	\$143.108.443	\$152.711.697	\$162.592.548	\$172.750.324	\$183.184.334
(-) gastos de administración	\$76.611.495	\$78.883.140	\$81.000.454	\$83.181.288	\$85.427.547
Gastos de personal	\$68.521.495				
Depreciación	\$890.000				
Arrendamiento	\$7.200.000				
(=) utilidad o pérdida operacional	\$66.496.948	\$73.828.557	\$81.592.093	\$89.569.036	\$97.756.787
(+) ingresos no operacionales	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
(-) gastos no operacionales	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Financieros					
(=) utilidad o pérdida neta antes de los impuestos	\$66.496.948	\$73.828.557	\$81.592.093	\$89.569.036	\$97.756.787
(-) provisión impuesto de renta	\$21.943.993	\$24.363.424	\$26.925.391	\$29.557.782	\$32.259.740
(=) utilidad líquida	\$44.552.955	\$49.465.133	\$54.666.703	\$60.011.254	\$65.497.047
(-) reserva legal	\$4.455.296	\$4.946.513	\$5.466.670	\$6.001.125	\$6.549.705
<b>(=) utilidad o pérdida del ejercicio</b>	<b>\$40.097.660</b>	<b>\$44.518.620</b>	<b>\$49.200.032</b>	<b>\$54.010.129</b>	<b>\$58.947.343</b>

**Fuente.** Autores del proyecto

### 5.4.1.13 Flujo de caja

Tabla 31

## Flujo de caja

Flujo de caja					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>INGRESOS</b>					
Ventas	\$168.000.000	\$178.350.000	\$189.000.000	\$199.950.000	\$211.200.000
Crédito	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Capital propio	\$40.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$208.000.000</b>	<b>\$178.350.000</b>	<b>\$189.000.000</b>		



#### 5.4.1.14 Balance general

Tabla 32

## Balance general

Balance general			
ACTIVO		\$106.496.948	
	Corriente		\$106.496.948
Efectivo		\$101.486.948	
Inventario		\$0	\$0
	No corriente		\$5.010.000
Propiedad planta y equipo		\$5.900.000	
(-) Depreciación acumulada		\$890.000	
Diferidos			\$0
PASIVO			\$21.943.993
	Corriente		\$0
Obligaciones financieras			\$0
	Costos y gastos por pagar		
Impuesto de renta		\$21.943.993	
Proveedores		\$0	
PATRIMONIO			\$84.552.955
Capital social		\$40.000.000	
Reservas		\$4.455.296	
Utilidad del ejercicio		\$40.097.660	
Utilidad Acumulada			
<b>Total pasivo + patrimonio</b>			<b>\$106.496.948</b>

**Fuente:** Autores del proyecto

#### 5.4.1.15 Punto de equilibrio

Costos fijos = \$9.240.000

Costos variables = \$9.077.419

Ventas totales = \$168.000.000

$$P.E. = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas Totales}}}$$

Se despeja la formula anterior.

$$P.E. = \frac{\$9.240.000}{1 - \frac{\$9.077.419}{\$168.000.000}}$$

$$P.E. = \frac{\$9.240.000}{0.945967744}$$

P. E = \$9.767.775 Anual

Para alcanzar el punto de equilibrio la empresa deberá poseer ingresos, el primer año, de \$9.767.775, teniendo que vender 2.442 unidades de Tisanas.

#### 5.4.2 Estudio económico

Realizar el análisis económico que permita establecer los indicadores valor presente y actual neto, tasa interna de retorno y la razón de costo beneficio de la empresa.

**5.4.2.1 Evaluación económica.** La cual permite estudiar ventajas y desventajas que permita retribuir al proyecto, los recursos que se le han asignado para su realización. Además de comparar los beneficios y costos del proyecto, y observar la rentabilidad mediante la tasa interna de retorno y el riesgo económico que tiene la realización del proyecto para determinar si es viable o no.

**Valor presente neto**

$$VPN = -P + \frac{FNE}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \dots$$

Dónde:

P: Inversión inicial; FNE: Flujo de efectivo

I: Tasa de descuento; Tasa de descuento: 10%

Tabla 33

Valor presente neto

VPN Tasa 10%		
AÑO	FLUJO DE CAJA	
1	\$101.486.948	\$92.260.862
2	\$175.056.384	\$159.142.168
3	\$254.356.539	\$231.233.217
4	\$339.553.469	\$308.684.972
5	\$430.812.183	\$391.647.439
<b>Total VPN</b>		<b>\$1.182.968.658</b>

**Fuente:** Autores del proyecto

Lo anterior indica que el proyecto, dentro de cinco (5) años valdrá \$1.182.968.658 lo cual es muy favorable si se tiene en cuenta que la inversión inicial fue de \$40.000.000

**5.4.2.2 Tasa interna de retorno (TIR).** También es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje.

Inversión Inicial = Valor Presente Neto

\$ 40.000.000 = \$ 1.182.968.658

Para su terminación se toman dos tasas (t1 u t2) tentativas.

**Primera tasa = 12%**

Tabla 34

Tasa interna de retorno 12%

Año	Flujo de caja	Valor presente neto
1	\$101.486.948	\$90.613.346
2	\$175.056.384	\$156.300.343
3	\$254.356.539	\$227.104.053
4	\$339.553.469	\$303.172.741
5	\$430.812.183	\$384.653.735
<b>VPN</b>		<b>\$1.161.844.218</b>

**Fuente:** Autores del proyecto**Segunda tasa = 14%**

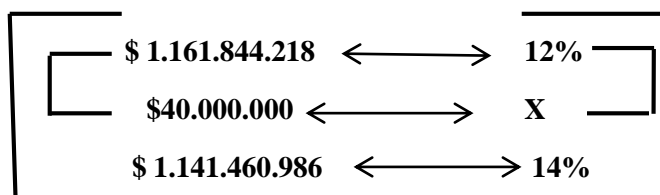
Tabla 35

Tasa interna de retorno 14%

Año	Flujo de caja	Valor presente neto
1	\$101.486.948	\$89.023.639
2	\$175.056.384	\$153.558.232
3	\$254.356.539	\$223.119.771
4	\$339.553.469	\$297.853.921
5	\$430.812.183	\$377.905.424
<b>VPN</b>		<b>\$1.141.460.986</b>

**Fuente:** Autores del proyecto

Para encontrar la TIR se realiza la interpolación.



$$\$1.161.844.218 - \$1.141.460.986 = \$20.383.232$$

$$\$1.161.844.218 - \$40.000.000 = \$1.121.844.218$$

$$0,14 - 0,12 = 0,02$$

$$X/0,02 = \$1.121.844.218 / \$20.383.232$$

$$X * \$20.383.232 = \$1.121.844.218 * (0,02)$$

$$X = \$ 22.436.884 / \$ 20.383.232$$

$$X = 1.1\%$$

Con este indicador se busca establecer el porcentaje con el que se recupera la inversión inicial más rápido durante un periodo de tiempo. Con la realización de dos tasas para la interpolación se procura hallar un promedio, por consiguiente, se utilizó dos tasas una inferior a la base que corresponde al 12%, y una tasa superior del 14%; arrojando como resultado la recuperación de la inversión en un 1.1% lo que indica la favorabilidad de la inversión.

#### **5.4.2.3 Razón costo beneficio (RCB)**

$$RCB = \frac{VPN}{INVERSION}$$

$$RCB = \frac{\$1.182.968.658}{40.000.000}$$

$$\mathbf{RCB= 30}$$

B/C > 1 al observar que los beneficios superan los costes, por lo cual el proyecto debe ser considerado, que cada peso que se invierta se obtendrá como beneficio 30% lo cual es favorable para el estudio de factibilidad.

## Capítulo 6. Conclusiones

Realizamos un diagnóstico sobre la aceptabilidad de las tisanas en los habitantes del municipio de Curumaní Cesar, empleando una encuesta, la cual arrojó que muchas personas están dispuestas en la compra del producto, tomando como base los beneficios que les traerá a su salud, tales como disminuir el estrés que muchas veces las personas padecen por exceso de trabajo o cualquier otra rutina.

En cuanto al objetivo de los requerimientos técnicos, aspectos logísticos, y de fabricación del producto, se realizaron cotizaciones para la obtención de muebles, maquinarias e equipos de oficina, por otro lado, también se ejecutó la distribución en planta en una forma adecuada, buscando reducir la pérdida de tiempo en las diferentes actividades de la empresa.

En la parte económica y financiera se llegó a concluir que el proyecto es factible para la creación de la empresa, por medio de las encuestas aplicadas podemos observar la aceptación que tiene este producto en el municipio de Curumaní, Cesar.



## Capítulo 7. Recomendaciones

Tener en cuenta el diagnóstico realizado sobre las tisanas en el municipio de Curumaní Cesar, con el propósito de darle un buen manejo, ya que estamos en una población donde no existe ninguna empresa dedicada a la producción y distribución de tisanas elaboradas a base de hojas de guanábana, guayaba con cascara de naranja

Se consideró que se debe realizar una inversión en los requerimientos técnicos, aspectos logísticos, y las herramientas de fabricación del producto, buscando entregarle al consumidor un producto con altos estándares de calidad, como también se desea reducir el tiempo en las actividades realizadas en la empresa.

Se recomienda seguir con la factibilidad de la creación de la empresa, ya que se puede observar la aceptación que tiene este nuevo producto en el municipio de Curumaní Cesar.

## Referencias

- Pérez Porto , J. (2009). *Definicion de producto*. Obtenido de <https://definicion.de/producto/>
- Alcaldia de Bogota. (2013). *Regimen legal de bogotá*. Obtenido de <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjurMantenimiento/normas/Norma1.jsp?i=5124>
- Álvarez Jaramillo, J. F., Botero Riveros, D., & Suárez Daza, R. (2011). *Documento de investigación*. Obtenido de Análisis de la industria del té y las aromaticas en colombia: <https://www.urosario.edu.co/Administracion/documentos/Documentos-de-Investigacion/BI-103-Web.pdf>
- Barrera, C. (04 de 09 de 2010). *Teoria del consumidor*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/cuaeconomia/0-contenidos-de/5-teor>
- Constitución politica de Colombia. (2016). Obtenido de <http://www.corteconstitucional.gov.co/inicio/Constitucion%20politica%20de%20Colombia.pdf>
- Contribuciones a la economia*. (2009). Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2009a/amr.htm>
- Curumani, a. (s.f.). Obtenido de <https://www.municipio.com.co/municipio-curumani.html>
- Curumani, a. (s.f.). Obtenido de <https://www.municipio.com.co/municipio-curumani.html>
- Da Silva, C. A., Baker, D., & Shepherd, A. W. (Edits.). (2013). *Agroindustria para el desarrollo*. Obtenido de <http://www.fao.org/3/a-i3125s.pdf>

Departamento Nacional De Colombia. (12 de 04 de 2013). *Gestion de la inversion publica*.

Obtenido de <http://red.unal.edu.co/cursos/eLearning/dnp/2/html/contenido-2.2.2-estudio-legal.html>

*Departamento nacional de planeación*. (12 de 04 de 2013). Obtenido de

<http://168.176.239.58/cursos/eLearning/dnp/2/html/contenido-2.2.2-estudio-legal.html>

El captor. (12 de 04 de 2019). *Conceptos economicos*. Obtenido de

<http://www.elcaptor.com/economia/competencia-perfecta-imperfecta-ejemplos>

EL PAIS. (12 de Diciembre de 2014). Un té colombiano está entre los mejores del mundo. *EL*

*PAIS*. Obtenido de <https://www.elpais.com.co/california/un-te-colombiano-esta-entre-los-mejores-del-mundo.html>

*Estudio de factibilidad de proyectos*. (24 de 10 de 2010). Obtenido de

<http://estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com/>

Forero, M. (05 de 09 de 2014). *Decreto 3075 de 1997*. Obtenido de

[https://www.minsalud.gov.co/Normatividad\\_Nuevo/DECRETO%203075%20DE%201997.pdf](https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/DECRETO%203075%20DE%201997.pdf)

Hernandez, A. (s.f.). *Estructura del mercado*. Obtenido de

<https://www.coursehero.com/file/25308447/MERCADOdocx/>

Instituto nacional de contadores publicos. (29 de 03 de 1971). *codigo de comercio*. Obtenido de

<https://incp.org.co/Site/productosyservicios/legislativa/410/11410.htm>

Investigación, m. d. (2015). Obtenido de [http://Metodología de la investigación. \(2015\). En C. F.](http://Metodología de la investigación. (2015). En C. F.)

[Collado.com](http://Collado.com)

INVIMA. (11 de 11 de 2016). *8 Pasos Para Obtener Su Registro Sanitario De Alimentos*.

Obtenido de <https://www.invima.gov.co/8-pasos-para-obtener-su-registro-sanitario-de-alimentos>

Iñiguez, F. (1995). Obtenido de [https://elpais.com/autor/fernando\\_iniguez/a/5](https://elpais.com/autor/fernando_iniguez/a/5)

López Parra, M. e., & Aceves López, J. N. (2008). *Estudio administrativo*. Obtenido de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudioadmtivo.pdf>

Lopez, P. &. (2017). Obtenido de <http://parra&acedes lopez.com>

Luna, R., & Chaves, D. (2001). *Guia para elaborar estudios de factibilidad*. Obtenido de [http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-04/semana4/4Guia\\_Factibilidad\\_Proyectos\\_Ecoturisticos\\_CAPAS.pdf](http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-04/semana4/4Guia_Factibilidad_Proyectos_Ecoturisticos_CAPAS.pdf)

Matalon, G. &. (1978). Obtenido de [http://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/2628/1/AignerrenJose\\_cuestionarioinstrumentorecoleccion.pdf](http://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/2628/1/AignerrenJose_cuestionarioinstrumentorecoleccion.pdf)

Pedrosa, S. J. (s.f.). *Oferta*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/oferta.html>

Peiro Ucha, A. (2015). *Demanda*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/demanda.html>

PNUD, C. (2015). *perfil productivo Curumani*. Obtenido de [https://issuu.com/pnudcol/docs/perfil\\_productivo\\_curuman\\_\\_](https://issuu.com/pnudcol/docs/perfil_productivo_curuman__)

Redacción Cromos. (08 de 07 de 2016). Descubriendo la historia del té. *El Espectador*. Obtenido de el espectador: <https://www.elespectador.com/cromos/opinion/articulo-el-mundo-del-te>

SAPAG. (2003). Obtenido de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/lote01/Montalvan-Hector.pdf>

SAPAG. (2003). Obtenido de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/lote01/Montalvan-Hector.pdf>

*Sistema unico de información normativa.* (12 de 1997). Obtenido de <http://www.suin-juriscal.gov.co/viewDocument.asp?id=1780021>

*Tecnicas de investigación.* (s.f.). Obtenido de <https://www.obs-edu.com/es/blog-investigacion/marketing-y-comunicacion/tecnicas-de-investigacion-cuantitativa-para-el-analisis-de-datos>

*Teoria de la oferta.* (2017). Obtenido de wikipedia.

*Teoria de la oferta.* (2017). Obtenido de <http://teoriadelaoferta2017.com>

Tisana. (27 de 12 de 2018). *wikipedia.* Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Tisana>

UNAM, f. d. (2011). Obtenido de

<http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>

Vergara, c. (22 de 07 de 2015). *¿Necesita la teoría de las necesidades de Maslow ser revisada?*

Obtenido de <https://www.actualidadenpsicologia.com/actualizando-piramide-maslow/>

## Apéndices

Apéndice A. Encuesta a los habitantes del municipio de Curumaní, Cesar

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER SECCIONAL OCAÑA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA Y ECONOMICAS**

**ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

Objetivo: Desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa fabricante de tisanas de hojas de guayaba, guanábana con cascara de naranja en el municipio de Curumaní Cesar.

Edad: \_\_\_\_\_

fecha: \_\_\_\_\_

Género: \_\_\_\_\_

1. ¿Alguna vez ha consumido tisanas?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

2. Cuáles de los siguientes sabores de tisanas ha consumido.

- a) Hierbabuena
- b) manzanilla
- c) hojas de guanábana y guayaba
- d) cascaras de naranjas
- e) Otras

Cual \_\_\_\_\_

3. ¿Con que frecuencia consume tisana?

- a) Diario
- b) Semanal
- c) Mensual
- d) Nunca

4. ¿Cuáles de las siguientes razones incide más en la selección de las tisanas?

- a) Precio
- b) Sabor
- c) Calidad
- d) Promociones

5. En qué lugar acostumbra adquirir este producto

- a) Supermercado
- b) Centro naturista
- c) Vendedores ambulantes
- d) Otros

Cual \_\_\_\_\_

6. Estaría dispuesto a comprar un nuevo producto de tisanas elaborados a base de hojas de guayaba, guanábana con cascara de naranja.

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

7. ¿En qué tipo de presentación le gustaría adquirir este nuevo producto?

- a) Bolsitas
- b) Cajas
- c) Frascos
- d) Otros

8. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una caja de tisanas con un contenido de ocho sobres?

- a) 2000-3000
- b) 3000-4000
- c) 5000-7000
- d) Más de 8000