

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	Código F-AC-DBL-007	Fecha 08-07-2021	Revisión B
Dependencia DIVISIÓN DE BIBLIOTECA		Aprobado SUBDIRECTOR ACADEMICO		Pág. 1(117)

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	Sindy Paola Caballero Ramírez Airen Yareice Quintero Contreras		
FACULTAD	Ciencias Administrativas y Económicas		
PLAN DE ESTUDIOS	Tecnología en Gestión Comercial y Financiera		
DIRECTOR	MSc. Sheyla Vanessa Calvete Lobo		
TÍTULO DE LA TESIS	Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de productos naturales a base de Aloe Vera en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander		
TITULO EN INGLES	Feasibility study for the creation of a natural products company based on Aloe Vera in the city of Ocaña, Norte de Santander		
RESUMEN (70 palabras)			
<p>El presente trabajo de investigación surge de la necesidad de darle valor a la sábila cultivada en la región, debido que actualmente es ofertada como materia prima, teniendo en cuenta que en Ocaña no se cuenta con una empresa que realice la transformación de esta planta, se realizó un estudio de factibilidad en la ciudad, con el fin de satisfacer la necesidad mencionada y promover el uso de productos naturales.</p>			
RESUMEN EN INGLES			
<p>The present research work arises from the need to give value to the aloe cultivated in the region, since it is currently offered as a raw material, taking into account that in Ocaña there is no company that performs the transformation of this plant, it is carried out a feasibility study in the city, in order to satisfy the aforementioned need and promote the use of natural products.</p>			
PALABRAS CLAVES	Estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo y legal, estudio económico-financiero, estudio socio ambiental.		
PALABRAS CLAVES EN INGLES	Market study, technical study, administrative and legal study, economic-financial study, socio-environmental study.		
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 117	PLANOS: 0	ILUSTRACIONES: 0	CD-ROM: 1



Vía Acolsure, Sede el Algodonal, Ocaña, Colombia - Código postal: 546552
 Línea gratuita nacional: 01 8000 121 022 - PBX: (+57) (7) 569 00 88
 atencionalciudadano@ufpso.edu.co - www.ufpso.edu.co

**Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de productos naturales a base de
Aloe Vera en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander**

Sindy Paola Caballero Ramírez 940942

Airen Yareice Quintero Contreras 940956

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Universidad Francisco de Paula

Santander Ocaña

Tecnología En Gestión Comercial Y Financiera

MSc. Sheyla Vanessa Calvete Lobo

16 de Octubre del 2022

Índice

Capítulo 1. Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de productos naturales a base de Aloe Vera en la ciudad de Ocaña Norte de Santander	16
1.1 Planteamiento del problema	16
1.2 Formulación del problema	18
1.3 Objetivos	18
1.3.1 Objetivo General	18
1.3.2 Objetivos Específicos	18
1.4 Justificación	19
1.5 Delimitaciones	21
1.5.1 Geográfica	21
1.5.2 Temporal	21
1.5.3 Conceptual	21
1.5.4 Operativa	22
Capítulo 2. Marco referencial	23
2.1 Marco Histórico	23
2.1.1 Antecedentes a nivel internacional	23
2.1.2 Antecedentes a nivel nacional	24
2.1.3 Antecedentes a nivel local	25
2.2 Marco conceptual	26

	4
2.2.1 Estudio de factibilidad	26
2.2.2 Estudio de mercado	27
2.2.3 Estudio técnico	27
2.2.4 Estudio administrativo y legal	28
2.2.5 Estudio económico-financiero	28
2.2.6 Estudio socio-ambiental	29
2.2.7 Planificación estratégica	29
2.2.8 Estructura organizacional	30
2.3 Marco Teórico	30
2.3.1 Teoría del desarrollo económico	30
2.3.2 Teoría del mercado	31
2.3.3 Teoría de la oferta	31
2.3.4 Teoría de la demanda	32
2.3.5 Teoría del marketing	32
2.3.6 Teoría general de la administración	33
2.4 Marco Legal	33
2.4.1 Constitución política de Colombia	33
2.4.2 Congreso de la República	34
2.4.3 Ley de emprendimiento juvenil	35
2.4.4 Ley mi pyme ley 590 de 2000	36

	5
2.4.5 Ley de fomento a la cultura del emprendimiento	37
Capítulo 3. Diseño metodológico	38
3.1 Tipo de investigación	38
3.2 Población y Muestra	38
3.2.1 Población	38
3.2.2 Muestra	39
3.2.3 Técnicas e instrumentos de recolección de la información	40
3.2.4 Procesamiento y análisis de la información	40
Capítulo 4. Presentación de resultados	41
4.1 Estudio de mercados	41
4.1.1 Análisis de la encuesta realizada a los hogares de la ciudad de Ocaña.	41
4.1.2 Descripción de la empresa	54
4.1.3 Descripción del producto	54
4.1.4 Características del producto.	55
4.1.5 Descripción de la demanda	58
4.1.6 Determinación de la oferta	60
4.1.7 Análisis de la competencia	61
4.1.8 Determinación de los costos	62
4.1.9 Canal de distribución	69
4.1.10 Estrategias de promoción y publicidad	69

4.2 “Determinar los elementos técnicos necesarios para llevar a cabo la correcta ejecución de los procesos de la empresa tales como localización, materiales y tecnología”	70
4.2.1 Macro localización.	70
4.2.2 Micro localización	70
4.2.3Requerimiento de muebles, equipos y enseres.	71
4.2.4 Requerimiento elementos de oficina.	72
4.2.5 Requerimiento de equipos de cómputo y comunicación.	73
4.2.6 Tamaño del proyecto	74
4.2.7 Necesidades de Recurso Humano.	74
4.3 Establecer un estudio administrativo y legal que determine aspectos como la planificación estratégica y la estructura organizacional de la empresa teniendo en cuenta los aspectos legales requeridos para su debido cumplimiento.	75
4.3.1 Misión	75
4.3.2 Visión	75
4.3.3 Valores	76
4.3.4 Objetivos organizacionales.	77
4.3.5 Estructura Organizacional.	78
4.3.6 Manuales de funciones	78
4.3.7 Manual de procedimientos	85
4.3.8 Reglamento interno de trabajo	86

4.3.9 Requisitos legales	90
4.4 Realizar un análisis de los recursos económicos necesarios y un estudio financiero con el fin de determinar los costos, precio, ingresos y la viabilidad financiera de este proyecto.	95
4.4.1 Gastos de Funcionamiento.	95
4.4.2 Muebles, equipos y enseres.	95
4.4.3 Elementos de oficina.	96
4.4.4 Equipos de cómputo y comunicación.	97
4.4.5 Gastos de personal.	97
4.4.6 Otros gastos de funcionamiento.	98
4.4.7 Ingresos	99
4.4.8 Depreciación.	100
4.4.9 Balance inicial	101
4.4.10 Estado de resultados proyectado.	102
4.4.11 Flujo de caja	102
4.4.12 Evaluación Económica.	103
4.5. Hacer un estudio socio ambiental con el fin de prevenir y mitigar los impactos sociales y ambientales asociados al proyecto en ejecución y lograr un desarrollo sostenible del mismo.	106
4.5.1 Impacto social.	106
4.5.2 Impacto ambiental.	106

Capítulo 5. Conclusiones	108
Capítulo 6. Recomendaciones	110
Referencias	111
Apéndices	116

Lista de tablas

Tabla 1. Proyección de la demanda	60
Tabla 2. Proyección de la oferta	61
Tabla 3. Materia prima directa	63
Tabla 4. Mano de obra directa (MOD).....	64
Tabla 5. Costos indirectos de fabricación (CIF).....	65
Tabla 6. Materia Prima (producto 2)	66
Tabla 7. MOD producto 2	67
Tabla 8. Costos indirectos de Fabricación (producto 2).....	68
Tabla 9. Requerimiento de Muebles, equipos y enseres.....	72
Tabla 10. Requerimiento elementos de oficina.	73
Tabla 11. Requerimiento de equipos de cómputo y comunicación.....	73
Tabla 12. Necesidades de recurso humano.....	75
Tabla 13. Manual de funciones gerente general.....	79
Tabla 14. Manual de funciones contador.....	80
Tabla 15. Manual de funciones operario	81
Tabla 16. Manual de funciones operario de empaque	82
Tabla 17. Manual de funciones operario de distribución y despacho	83
Tabla 18. Manual de funciones vendedor.....	84
Tabla 19. Manual de procedimientos	85
Tabla 20. Muebles equipos y enseres	96
Tabla 21. Elementos de oficina	96
Tabla 22. Equipo de cómputo y comunicación	97

Tabla 23. Gastos de personal.....	98
Tabla 24. Otros gastos de funcionamiento	99
Tabla 25. Proyección de los ingresos operacionales	100
Tabla 26. Proyección de los ingresos operacionales	100
Tabla 27. Balance inicial	101
Tabla 28. Estado de resultados proyectado	102
Tabla 29. Flujo de caja	102

Lista de figuras

Figura 1. ¿En su hogar utilizan productos a base de Aloe Vera?	41
Figura 2 ¿Con que fin ha utilizado los productos a base de Aloe Vera en su familia?	42
Figura 3 ¿Con qué frecuencia utilizan en su hogar los productos a base de Aloe Vera?	43
Figura 4 ¿Qué productos a base de Aloe Vera conocen en su familia?	44
Figura 5 ¿Al momento de comprar productos naturales para su familia, que aspecto tiene en cuenta?	45
Figura 6. ¿En qué lugar adquieren normalmente los productos naturales para su hogar? ..	46
Figura 7¿En su familia les gustaría que en Ocaña existiera una empresa dedicada a la fabricación de productos a base de Aloe Vera?.....	47
Figura 8 ¿A través de que medio les gustaría recibir información sobre los productos?	48
Figura 9 ¿En su hogar les gustaría adquirir un producto de sábila 100% natural?.....	49
Figura 10 ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una pulpa de Aloe Vera?	50
Figura 11¿Comprarán en familia su sachet de Aloe Vera en polvo para el uso de mascarillas?	51
Figura 12 ¿Cuánto estarán dispuestos a pagar en su familia por un sachet en polvo de Aloe Vera?.....	52
Figura 13 ¿Qué otros productos a base de Aloe Vera le gustaría que ofertará la empresa?	53
Figura 14 Logo	55
Figura 15 Etiqueta 1	57
Figura 16 Etiqueta 2	58
Figura 17 Canal de distribución.....	69

Figura 18 Estructura Organizacional..... 78

Figura 19 Mapa de procesos 94

Resumen

El presente trabajo de investigación surge de la necesidad de darle valor a la sábila cultivada en la región, debido que actualmente es ofertada como materia prima, teniendo en cuenta que Ocaña no cuenta con una empresa que realice la transformación de esta planta, se realizó un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de productos naturales a base de Aloe Vera en la ciudad de Ocaña Norte de Santander, con el fin de satisfacer la necesidad mencionada y de promover el uso de productos naturales, para lo cual se desarrollaron cinco estudios esenciales, iniciando por el estudio de mercados, en el cual se llevó a cabo una encuesta a los hogares de la ciudad en donde se pudo evidenciar una gran aceptación de la mayor parte de la población siendo clave para continuar con el estudio, así mismo, se realizó la descripción de la empresa y de los productos que se ofertarán en un principio, la determinación de la demanda y oferta, un análisis de la competencia, además, se determinaron los costos y precios de los productos, igualmente, se diseñó el canal de distribución que más se adapta a las necesidades de los consumidores, y las estrategias de promoción y publicidad que le permitirán a la empresa darse a conocer en el mercado, posteriormente en el estudio técnico se especificó la macro y micro localización de la empresa, se determinaron los requerimientos de equipos y elementos de oficina, el tamaño del proyecto, la distribución en planta, y las necesidades de recurso humano, seguidamente se estableció un estudio administrativo y legal en el cual se diseñaron la misión, visión, valores, objetivos, la estructura organizacional, y otros aspectos importantes como el manual de funciones y el reglamento interno del trabajo, luego se procedió a realizar un estudio económico y financiero en donde se tuvieron en cuenta los gastos de funcionamiento, de personal, a su vez, los ingresos, la depreciación de los equipos, y el

respectivo balance general de la empresa, el estado de resultados y el flujo de caja, dentro de este estudio fue de vital importancia la evaluación económica comprendida por el Valor Presente Neto, la Razón Costo Beneficio y la Tasa Interna de Retorno, puesto que, se logró determinar que si es conveniente invertir en el proyecto, por último, se describió el estudio socio ambiental analizando así el impacto que pueda ser generado a la sociedad y el medio ambiente, dando como resultado que brindará grandes beneficios sin ninguna negatividad.

Introducción

El sector campesino es uno de los más abandonados y con menores oportunidades en el mercado actualmente, haciendo un énfasis más delimitado en Ocaña y sus alrededores, está es una gran problemática teniendo en cuenta que es una zona poco industrial y la materia prima cultivada en la región no es aprovechada para crear nuevos productos, por tanto este trabajo relaciona el resultado de una ardua investigación realizada en donde a través de cinco estudios, que incluyen datos numéricos, gráficos, y descriptivos, se muestra que factibilidad tiene la creación de una empresa de productos naturales a base de Sábila, como alternativa para dar valor a la materia prima cultivada en la región.

Capítulo 1. Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de productos naturales a base de Aloe Vera en la ciudad de Ocaña Norte de Santander

1.1 Planteamiento del problema

Los productos naturales se encuentran actualmente en auge, debido que, las personas vienen presentando mayor concientización sobre la importancia de cuidarse y llevar un estilo de vida saludable, es por eso que han dejado de ser productos ofertados solamente en tiendas naturistas a ser de fácil acceso en cualquier tipo de tiendas y supermercados. En este sentido, la sábila es una planta muy conocida por sus cualidades altamente eficaces, ha obtenido gran aceptación en diferentes ámbitos como la salud, belleza, alimentación y cuidado personal, de ahí encontramos que la demanda de productos a base de Aloe Vera ha venido incrementando con el paso del tiempo, debido a los múltiples beneficios, y a la seguridad y confianza que brindan a los consumidores. (Camara de comercio de Bogotá, 2018).

A nivel mundial, Europa cuenta con la mayor cantidad de productos demandados a base de Aloe Vera, principalmente en Alemania, Holanda, Francia e Italia, a pesar de que el éxito del Aloe se dio primero en Estados Unidos, en donde inmediatamente se generó el cultivo y transformación de esta planta en productos terminados, pero en Europa las personas tomaron mayor conciencia referente al uso de productos orgánicos y a los beneficios que estos generan tanto propios como al medio ambiente, se estima que la

demanda mundial ha crecido notablemente hasta llegar hoy en día a unas 2.000 toneladas métricas anuales. (Osorio Hernández , 2020)

En Colombia a pesar de que existen cultivos de sábila, es importador de esta planta por parte de países con iguales o inferiores ventajas de producción a causa de la falta de tecnología competitiva y de procesos estandarizados lo que hace que no sea posible satisfacer la demanda nacional, lo cual hace indispensable diseñar políticas para este sector con el fin de potenciar la competitividad del país e insertarse en el mercado internacional y así, aumentar las exportaciones y superar el déficit de la oferta, los subproductos de la sábila participan principalmente en la industria cosmética, de alimentos y farmacéutica, siendo estos los más consumidos en el mercado colombiano. (Minagricultura, 2018)

En Ocaña y sus alrededores se encuentran cultivos de sábila, que son vendidos como materia prima, sin embargo, esta planta no ha sido aprovechada para la creación de productos terminados, actualmente en la región existe una demanda de la cual una parte ha sido cubierta con productos a base de Aloe Vera importados de otras ciudades o países, sin embargo, no son completamente naturales, y no se encuentra gran variedad de este tipo de productos ya que, los más ofertados son aquellos en beneficio de la salud como jarabes y cápsulas para la digestión, en cuanto a los productos para la belleza, cuidado personal y alimentación no son ofrecidos en la localidad.

Por lo anterior, se ve la necesidad de crear una empresa dedicada a las actividades de elaboración y comercialización de productos naturales a base de Aloe Vera, con el fin de

generar valor a la materia prima que se da como cultivo en la región y a su vez impulsar el desarrollo económico ofreciendo productos propios de la localidad.

1.2 Formulación del problema

¿Cómo la creación de una empresa de productos naturales a base de Aloe Vera en la ciudad de Ocaña Norte de Santander se convierte en una alternativa para darle valor a la materia prima cultivada en la región?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Identificar la factibilidad para la creación de una empresa de productos naturales a base de Aloe Vera en la ciudad de Ocaña Norte de Santander como alternativa para darle valor a la materia prima cultivada a la región.

1.3.2 Objetivos Específicos

Realizar un estudio de mercado con el fin de determinar la demanda, la competencia y el sistema de comercialización más adecuado para la empresa.

Determinar los elementos técnicos necesarios para llevar a cabo la correcta ejecución de los procesos de la empresa tales como localización, material y tecnología.

Llevar a cabo un estudio administrativo y legal que determine aspectos como la planificación estratégica y la estructura organizacional de la empresa teniendo en cuenta los aspectos legales requeridos para su debido cumplimiento.

Elaborar un análisis de los recursos económicos necesarios y un estudio financiero con el fin de determinar los costos, precio, ingresos y la viabilidad financiera de este proyecto.

Hacer un estudio socio ambiental con el fin de prevenir y mitigar los impactos sociales y ambientales asociados al proyecto en ejecución y lograr un desarrollo sostenible del mismo.

1.4 Justificación

La importancia de crear la empresa consiste en impactar el sector económico de Ocaña trascendiendo de la parte agrícola a un proceso semi industrial, ofreciendo productos terminados con ingredientes 100% naturales y conocidos como el Aloe Vera, debido que, no hay una transformación de la materia prima de la penca de sábila en la región existe una gran oportunidad de hacerlo en nuestro territorio.

Mediante una investigación exploratoria por el método de observación realizada a droguerías, tiendas naturistas, supermercados y almacenes de cadena, se ha identificado que

en Ocaña existe un alto consumo de productos a base de Aloe Vera, los cuales son traídos de otras ciudades del país ya que no hay una empresa local que elabore esta clase de productos, y a su vez, no son suficientes para satisfacer la demanda, debido que, no se encuentra gran variedad y que sean completamente naturales. Teniendo en cuenta los establecimientos comerciales visitados, se pudo observar que el portafolio de productos de este tipo es muy limitado, los que generalmente se ofrecen son jarabes con fines digestivos y capsulas para diversos usos.

Con la implementación de la empresa se busca ofrecer nuevos productos que ayuden a cubrir la demanda local y probablemente expandirnos en el territorio nacional, así mismo, se incentivará el uso de productos naturales, seguros, efectivos, y aptos para todo tipo de consumidores ya que no generan efectos secundarios al ser propiamente naturales, además, se logrará beneficiar a aquellas personas que llevan un estilo de vida saludable, ya que los productos sintéticos, son producidos a partir de elementos químicos que son perjudiciales para la salud de las personas y son los que tienen mayor oferta en la región.

Por tanto, al tener una empresa propia de la localidad, se contribuirá al desarrollo económico de Ocaña y la región, favoreciendo a la generación de nuevos empleos, también se beneficiará a los campesinos dedicados al cultivo de sábila de esta zona, debido que, serán los principales proveedores, igualmente, la Universidad Francisco de Paula Santander se verá beneficiada en la medida que a partir de estos espacios académicos se generan emprendimientos que apoyan al desarrollo de la comunidad local y regional, así como a la evidencia del ejercicio del perfil profesional planteado por la carrera de Tecnología en Gestión Comercial y Financiera, de igual manera, como estudiantes también se obtienen

ventajas favorables gracias a que al generar un emprendimiento propio podría convertirse en una alternativa laboral una vez finalizado el proceso académico.

1.5 Delimitaciones

1.5.1 Geográfica

La investigación se llevará a cabo en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

1.5.2 Temporal

La realización de la presente investigación tendrá una duración de ocho (8) semanas.

1.5.3 Conceptual

Para el desarrollo de la investigación se abordarán los siguientes términos: Aloe Vera, estudio de factibilidad, estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo y legal, estudio económico-financiero, estudio socio ambiental, planificación estratégica, estructura organizacional.

1.5.4 Operativa

Para la presente investigación se utilizará la encuesta como instrumento para la recolección de información, algunos de los inconvenientes que se podrían presentar es la falta de colaboración por parte de algunos encuestados y el distanciamiento social que se debe mantener a causa de los efectos actuales de la pandemia, en este caso, se acudirá a otra persona que permita cumplir con la finalidad de la misma.

Capítulo 2. Marco referencial

2.1 Marco Histórico

2.1.1 Antecedentes a nivel internacional

El mercado de los extractos de la sábila ha venido aumentando constantemente con el pasar de los años, teniendo en cuenta que en 1992 la participación era del 25% a nivel mundial y tuvo un crecimiento considerable del 75% para el 2012, esto se debe gracias a que la sábila en cualquier tipo de producto y presentaciones, ya sea en geles, jugo y polvos, está siendo utilizada para satisfacer diferentes tipos de necesidades humanas debido a las múltiples vitaminas, proteínas, enzimas, entre otras propiedades que contiene esta planta y que aportan positivamente a la salud y bienestar de las personas, además, está siendo aplicada en la fabricación de productos para diversas industrias, así como la química, la cosmética, farmacéutica y también la industria de alimentos, ya que es una planta con múltiples funciones y que puede ser consumida, por lo que están teniendo una alta demanda, mayormente en los países industrializados, de esta manera se está originando una demanda insatisfecha a causa del elevado aumento. (Sánchez Amaya , 2016)

Actualmente México es el país que más produce sábila en el mundo, a partir del año 2014 ha venido presentando el notorio crecimiento, además, a esta planta le realizan el debido procesamiento para obtener mayor valor de su penca, obteniendo así, variedad de productos para diversos usos, ya sean shampoos, cosméticos, farmacéuticos, entre otros, países como Estados Unidos y Costa Rica permanecen aproximadamente en el mismo

rango de crecimiento de México, en los últimos dos años Estados Unidos ha alcanzado un crecimiento significativo del 15%. (Minagricultura, 2018)

Las importaciones del Aloe Vera a nivel internacional han tenido un crecimiento en los últimos años del 9,25%, por su parte, las exportaciones tuvieron un porcentaje del 6,62%, La balanza comercial para Colombia continúa siendo negativa, teniendo en cuenta que son mayores las importaciones que realiza a otros países, por otra parte, Ecuador ha sido el país que más presenta exportaciones, en vista que, a partir del 2015 ha venido obteniendo un aumento del 52% en toneladas exportadas. (Minagricultura, 2018)

2.1.2 Antecedentes a nivel nacional

Colombia es uno de los países que realiza más importaciones de productos naturales a base de Aloe Vera, mientras que sus exportaciones son un poco bajas. Brasil es el país mayor proveedor de Sábila para Colombia, con un promedio de 80 toneladas para el 2016, luego esta Alemania, del cual se importaron 35 toneladas en 2015, con una participación del 16%. (Minagricultura, 2018)

Los productos a base de Aloe Vera representan un mercado prácticamente nuevo en Colombia, dado a la falta de colaboración por parte del sector público y privado, por lo tanto, hasta este siglo fue que grupos particulares tuvieron que tomar iniciativa y comenzaron a unirse con el fin de desarrollar productos con alto potencial para ser comercializados a nivel nacional e internacional. En la actualidad el ministerio de agricultura cuenta con la Cadena Nacional Productiva de la Sábila que es la institución

encargada de diseñar programas y estrategias con el objetivo de incrementar el desarrollo de este tipo de cultivos, y de esta manera, favorecer no solo la parte agrícola si no que, también busca beneficiar el sector rural en general, por medio de la generación de nuevos empleos, aumentando la participación de pequeñas y medianas empresas, con el propósito de mejorar la producción y así ser más competitivos, lo que permitirá la expansión hacia nuevos mercados. (Carrascal Ortiz, 2020)

Uno de los años más relevantes para el cultivo de Sábila fue el 2015, puesto que mantuvo un crecimiento estable del 10%, aunque el mayor número de producción en toneladas se presentó en el 2017, a pesar de que el área cultivada era menor con respecto al año 2015, esto fue gracias a las nuevas técnicas de cultivo y la implementación de nuevos insumos que ayudaron a sacar un mejor provecho a la producción. A nivel de departamento Valle del Cauca es el departamento mayor productor de sábila, más- específicamente en el municipio de Dagua que posee 230 ha cultivadas, y su producción es del 22%, mientras que otros departamentos como el Quindío y Risaralda, mantienen un rango de área sembrada, cabe destacar que el departamento de Risaralda, desde el año 2014 al año 2017 ha tenido un crecimiento considerable que es aproximadamente del 30%, aunque todavía no alcanza el nivel de siembra del Mayor productor que sigue siendo Valle del Cauca. (Minagricultura, 2018)

2.1.3 Antecedentes a nivel local

Según la investigación de carácter exploratorio realizada en Ocaña, se pudo determinar que el mercado de los productos a base de Aloe vera en la ciudad han ido

umentando con el pasar de los años, hace aproximadamente 18 años algunas tiendas naturistas comenzaron a incluir dentro de su portafolio los productos a base de sábila, y desde entonces ha ido incrementando la demanda.

Actualmente en Ocaña existe un comercio de productos a base de Aloe Vera que son ofertados en diferentes establecimientos comerciales, en las droguerías se ofrecen productos industriales como jarabe para la digestión y capsulas para diversos usos, en algunas tiendas naturistas se ofrecen cremas corporales y faciales, jabones, pomadas, jarabes, y gel de sábila, en el Éxito se ofrecen desodorantes, bandas depilatorias, y la pulpa de sábila natural.

2.2 Marco conceptual

Los conceptos que se tendrán en cuenta para la realización del estudio son los siguientes.

2.2.1 Estudio de factibilidad

Se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso. (Argota Vega , 2017)

Es importante tener en cuenta este concepto ya que será de utilidad para determinar la factibilidad del proyecto a través del análisis de cinco estudios los cuales son el estudio de mercado, técnico, administrativo y legal, económico financiero y socio ambiental que brindan la información pertinente y detallada para determinar la posibilidad de éxito del proyecto.

2.2.2 Estudio de mercado

“Consiste en la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de comercialización” (Bacca Urbina , 2012). Conocer este concepto es importante ya que permitirá de manera más clara determinar los factores necesarios en el estudio de mercado, como la demanda teniendo en cuenta las personas dispuestas a adquirir los productos de la empresa, además de una proyección de la oferta y la competencia, y la determinación del precio teniendo en cuenta el análisis de los costos

2.2.3 Estudio técnico

“El estudio técnico tiene por objetivo proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área.” (Sapag Chain, 2008). Es necesaria la comprensión de este concepto con el fin de identificar los aspectos fundamentales para la correcta operatividad de la empresa, como son las herramientas y equipos necesarios de manera detallada para el adecuado procesamiento de los productos, además del tamaño del proyecto a realizar, la distribución en planta y el pago de sueldo del recurso humano.

2.2.4 Estudio administrativo y legal

El análisis administrativo y legal implica dejar claro dos aspectos muy importantes, por un lado, cómo se planearán y controlarán todos los recursos con los que dispondrá la empresa, y por el otro lado, dejar claro todas las actividades que se llevarán a cabo para cumplir las disposiciones de ley y que inciden en la actividad económica del proyecto de negocio (Serrano Plazas , 2021)

Este término será de utilidad para la realización de la estructura de este estudio, es decir, la redacción de la misión, visión y valores de la empresa, así mismo los valores que regirán la conducta, la elaboración del reglamento interno y los requisitos legales del proyecto en ejecución.

2.2.5 Estudio económico-financiero

“Es el proceso a través del que se analiza la viabilidad de un proyecto. Tomando como base los recursos económicos que tenemos disponibles y el coste total del proceso de producción” (Pérez , 2021) .Este concepto ayudará a conocer la manera como se evaluará la factibilidad del proyecto, mediante la determinación del costo de producción y el precio de venta de los productos de la empresa, con el propósito de determinar si es rentable o no económicamente y si el precio para ofrecerlos al mercado cumple las expectativas de los consumidores y la organización.

2.2.6 Estudio socio-ambiental

Es el procedimiento destinado a identificar e interpretar, así como a prevenir las consecuencias o efectos que acciones o proyectos públicos o privados puedan causar al equilibrio ecológico, al mantenimiento de la calidad de vida y a la preservación de los recursos naturales existentes. (Quintero, 2012).

Este término aporta la información necesaria para la correcta ejecución del proyecto con respecto al medio ambiente, con el fin de mitigar el impacto que puede ocasionar la puesta en marcha del mismo, y a su vez facilitar la realización de este estudio.

2.2.7 Planificación estratégica

Según Chiavenato (1995) “Se refiere a la manera como una empresa intenta aplicar una determinada estrategia para alcanzar los objetivos propuestos. Es generalmente una planeación global y a largo plazo”. Este concepto es de vital importancia para la puesta en marcha del proyecto, ya que establece la forma como se diseñarán planes de trabajo encaminados a cumplir los objetivos propuestos por la organización a corto mediano y largo plazo, con el fin de garantizar que todos los procesos se realicen de manera eficiente y eficaz asegurando el éxito de las acciones implementadas por la empresa.

2.2.8 Estructura organizacional

Es “la distribución formal de los empleos dentro de una organización, proceso que involucra decisiones sobre especialización del trabajo, departamentalización, cadena de mando, amplitud de control, centralización y formalización” (Robbins, 2005). Este concepto servirá de soporte para el establecimiento del organigrama, y la asignación de cargos y departamentos a cada uno de las personas que trabajan dentro de la organización, así mismo, en la elaboración de los manuales de funciones y procedimientos con el propósito de asentar las acciones de la empresa y que los miembros dentro y fuera de la organización conozcan hacia donde se dirige su enfoque, y los procedimientos que se deben llevar a cabo en cada actividad y en cada cargo.

2.3 Marco Teórico

2.3.1 Teoría del desarrollo económico

Existen múltiples posturas sobre esta teoría “Schumpeter considera que el desarrollo económico está dado por dos tipos de fuerzas materiales e inmateriales: La fuerza material se da por los Factores Productivos (trabajo, tierra y capital) y la fuerza inmaterial, se presenta por los Factores Técnicos y Sociales”. (René Moreno, 2019)

Esta teoría aporta al proyecto la importancia de la combinación de los tres factores productivos tradicionales con el fin de favorecer el desarrollo económico de la región de

Ocaña, mediante la transformación de la materia prima como lo es la penca de sábila en la creación de productos terminados haciendo uso de tecnologías como la maquina despulpadora y otros elementos como el molino eléctrico.

2.3.2 Teoría del mercado

“Un mercado es el conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio” (Kotler, 2002). Esta teoría es trascendental para el proyecto al momento de llevar a cabo un análisis detallado con el fin de conocer las necesidades, gustos y preferencias de los compradores reales y potenciales de la empresa, con el propósito de ofrecer productos que satisfagan la demanda y llevar a cabo una relación de intercambio.

2.3.3 Teoría de la oferta

Para Laura Fisher y Jorge Espejo, autores del libro Mercadotecnia, "son las cantidades de una mercancía que los productores están dispuestos a poner en el mercado, las cuales, tienden a variar en relación directa con el movimiento del precio, esto es, si el precio baja, la oferta baja, y ésta aumenta si el precio aumenta".

Se tendrá en cuenta esta teoría ya que permitirá determinar la cantidad de productos que se pueden ofertar en el mercado a un precio determinado, considerando los gastos y costos generados en la producción de manera que favorezca a los clientes y a su vez

aumente las utilidades de la empresa, teniendo en cuenta las variaciones de la oferta, esto es, si el precio baja, la oferta de productos baja, al no ser beneficioso para la empresa vender los productos y obtener una ganancia mínima.

2.3.4 Teoría de la demanda

Para Simón Andrade, autor del libro Diccionario de Economía, "Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca".

Se utilizará esta teoría ya que ayudará a identificar la cantidad de productos que los consumidores desean adquirir realizando un estudio detallado de sus expectativas y los lugares que prefieren frecuentar a la hora de llevar a cabo sus compras de productos naturales, a su vez, el precio más pertinente con el fin de aumentar la demanda.

2.3.5 Teoría del marketing

Según la American Marketing Association (2017) "la mercadotecnia es la actividad, conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes, socios y la sociedad en general".

Esta teoría servirá como base en la formulación de estrategias para dar a conocer los productos de la empresa, con el objetivo de generar valor e impactar de manera positiva en la mente de los consumidores, a su vez, mejorar la comunicación con los grupos de interés, y establecer un sistema de distribución que beneficie a las partes involucradas.

2.3.6 Teoría general de la administración

Según Idalberto Chiavenato (1995) autor de Introducción a la teoría general de la administración “es el campo del conocimiento humano que se ocupa del estudio de la administración en general, independientemente de si ésta se aplica en organizaciones con ánimo de lucro o en aquellas que no lo tienen”. Esta teoría aportará los aspectos necesarios para llevar a cabo el direccionamiento estratégico por medio de la planeación, organización, coordinación y ejecución, con el fin de guiar las acciones de la empresa y cumplir los objetivos organizacionales, comprendiendo todos los sistemas de gestión administrativa de los reconocimientos del mercado, de la interacción con el cliente y el consumidor.

2.4 Marco Legal

2.4.1 Constitución política de Colombia

Conforme a lo estipulado en la Constitución política de Colombia, se promueve la libertad económica y de asociación para constituir organizaciones y grupos de forma lícita, garantizando el libre ejercicio de empresas privadas, contribuyendo así al desarrollo económico y social. Lo cual se manifiesta que:

Se garantiza el derecho de libre asociación para el desarrollo de las distintas actividades que las personas realizan en sociedad. (Congreso de la República de Colombia, 1991, artículo 38)

La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, son autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades. (Congreso de la República de Colombia , 1991, artículo 333)

2.4.2 Congreso de la República

Es conveniente tener en cuenta la reglamentación del código de comercio, en donde se dan a conocer las obligaciones de los comerciantes que deben llevar a cabo, en el ejercicio de la constitución de nuevas organizaciones conforme lo estipula el decreto 410 de 1971, contemplado en el siguiente artículo:

Es obligación de todo comerciante:

- 1) Matricularse en el registro mercantil;
- 2) Inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad;

- 3) Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales;
- 4) Conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades;
- 5) Denunciar ante el juez competente la cesación en el pago corriente de sus obligaciones mercantiles, y
- 6) Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal. (Congreso de la República de Colombia , 1971, artículo 19)

2.4.3 Ley de emprendimiento juvenil

La ley 1780 de 2016 promueve la creación de nuevas empresas para los jóvenes, con el fin de incentivar la generación de empleo y de emprendimiento, logrando así, un impacto social positivo, establecido de la siguiente manera:

La presente Ley tiene por objeto impulsar la generación de empleo para los Jóvenes entre 18 y 28 años de edad, sentando las bases institucionales para el diseño y ejecución de políticas de empleo, emprendimiento y la creación de nuevas empresas jóvenes, junto con la promoción de mecanismos que impacten positivamente en la vinculación laboral con enfoque diferencial, para este grupo poblacional en Colombia.

Para los efectos de presente Ley se entiende por pequeña empresa joven la conformada por personas naturales o jurídicas que cumplan con las condiciones definidas en el numeral primero del artículo 2 de la Ley 1429 de 2010. Tendrán derecho a acogerse a los beneficios establecidos en este artículo las personas naturales que tengan hasta 35 años. En el caso de las personas jurídicas, deben tener participación de uno o varios jóvenes menores de 35 años, que represente como mínimo la mitad más uno de las cuotas, acciones o participaciones en que se divide el capital. (Congreso de la República de Colombia, 2016, artículos 1 y 2)

2.4.4 Ley mi pyme ley 590 de 2000

Por medio de la ley 590 del 2000 se busca facilitar el ingreso al mercado para las micro pequeñas y medianas empresas, mediante la provisión de los recursos necesarios para su creación, incentivando de esta manera el emprendimiento en Colombia, establecido de la siguiente manera:

Promover una más favorable dotación de factores para las micro, pequeñas y medianas empresas, facilitando el acceso a mercados de bienes y servicios, tanto para la adquisición de materias primas, insumos, bienes de capital y equipos, como para la realización de sus productos y servicios a nivel nacional e internacional, la formación de capital humano, la asistencia para el desarrollo tecnológico y el acceso a los mercados financieros institucionales. (Congreso de la República de Colombia , 2000, artículo 1)

2.4.5 Ley de fomento a la cultura del emprendimiento

La ley 1014 del 2006 permite a través del ministerio de comercio, industria y turismo, que los emprendedores tengan acceso a fuentes de apoyo y formalización, generando así condiciones que permitan un mayor avance en las regiones, consolidada a través de la siguiente forma:

Programas de promoción y apoyo a la creación, formalización y sostenibilidad de nuevas empresas. Con el fin de promover el emprendimiento y la creación de empresas en las regiones, las Cámaras de Comercio, las incubadoras de empresas desarrollarán programas de promoción de la empresarialidad desde temprana edad, procesos de orientación, formación y consultoría para emprendedores y nuevos empresarios, así como servicios de orientación para la formalización. (Congreso de la República de Colombia , 2006, artículo 20)

Capítulo 3. Diseño metodológico

3.1 Tipo de investigación

La presente investigación ha implicado un enfoque descriptivo, toda vez que ayudó a evidenciar las variables y rasgos importantes, a nivel de viabilidad de una empresa productora y comercializadora de productos a base de Aloe Vera, se utilizó un método por enfoque mixto, cuantitativo, ya que permitió realizar un análisis detallado sobre los datos numéricos, a su vez, cualitativo, ya que facilitó conocer la población y sus características principales como los gustos, preferencias y hábitos de compra de los consumidores, de esta manera, se pudo determinar la viabilidad para la creación de una empresa de productos a base de Aloe Vera en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

3.2 Población y Muestra

3.2.1 Población

La población que se utilizó para realizar el estudio fueron los hogares de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander, que corresponde a 23.607 hogares según lo indicado en los estados financieros 2020 y 2021 de la empresa de servicios públicos de Ocaña ESPO S.A.

3.2.2 Muestra

Para calcular la muestra de la presente investigación fue necesario aplicar la fórmula estadística para poblaciones finitas, debido que era una población numerosa, la cual se muestra a continuación:

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

Donde:

Zc = indicador de confianza = 95% = 1,96

p = proporción de aceptación = 50% = 0,5

q = proporción de rechazo = 50% = 0,5

e = Error = 5% = 0,05

Entonces,

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 23.607 \times 0,50 \times 0,50}{(0,06)^2 \times (23.607 - 1) + (1,96)^2 \times 0,50 \times 0,50}$$

$$n = \frac{22.672,1628}{85,942}$$

$$n = 379$$

Teniendo en cuenta el resultado de la fórmula para poblaciones finitas el instrumento se aplicará a 379 hogares de la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

3.2.3 Técnicas e instrumentos de recolección de la información

La técnica que se empleó para el desarrollo de la investigación es la encuesta, el instrumento que se usó es el cuestionario, y fue aplicada a los 379 hogares de la ciudad de Ocaña Norte de Santander como resultado de la fórmula muestral.

3.2.4 Procesamiento y análisis de la información

El análisis de la información obtenida a través de las encuestas realizadas a la muestra escogida de los hogares de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander, se realiza a través de la tabulación de los resultados mediante tablas y gráficas, las cuales permiten una mejor interpretación de los resultados, que son fundamentales para el cumplimiento de los objetivos propuestos.

Capítulo 4. Presentación de resultados

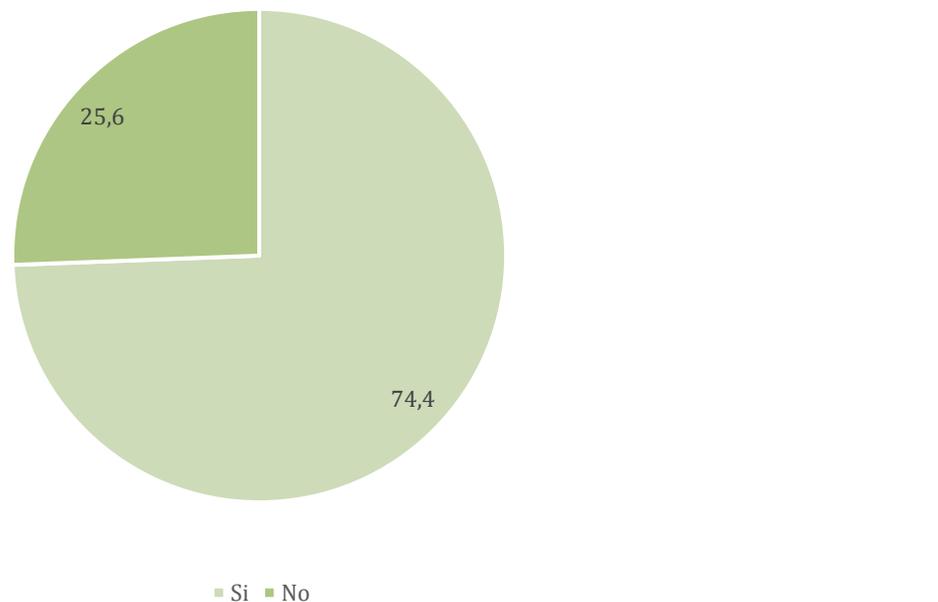
4.1 Estudio de mercados

4.1.1 Análisis de la encuesta realizada a los hogares de la ciudad de Ocaña.

Por medio del análisis de la encuesta realizada se clasifico la información recolectada de los hogares de la ciudad de Ocaña Norte de Santander esto con el fin de obtener un balance detallado que permita una mayor efectividad al momento de realizar los cinco estudios correspondientes

Figura 1

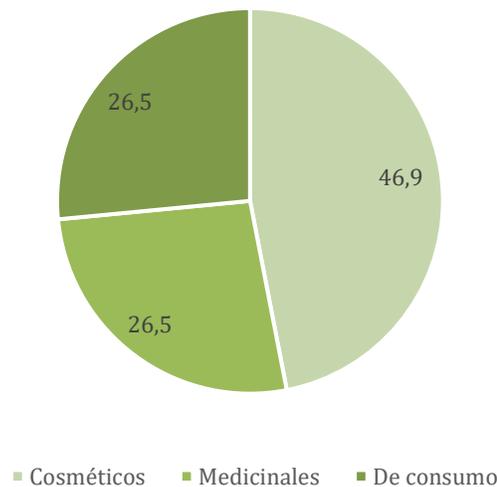
¿En su hogar utilizan productos a base de Aloe Vera?



A partir de esta pregunta se pudo determinar dos aspectos muy importantes, el mercado potencial, los que conocen y utilizan productos a base de Aloe vera, y los que no, donde fue posible evidenciar que la mayor parte de la población, un 74,4% consumen este tipo de productos, lo que quiere decir que sí existe un alto conocimiento acerca de los beneficios que ofrece esta planta y que hay un buen mercado, por otro lado, se considera necesario implementar estrategias para que el 25.5% de la población que no los adquiere obtenga información acerca los tipos y beneficios de los productos a base de Aloe Vera.

Figura 2

¿Con que fin ha utilizado los productos a base de Aloe Vera en su familia?

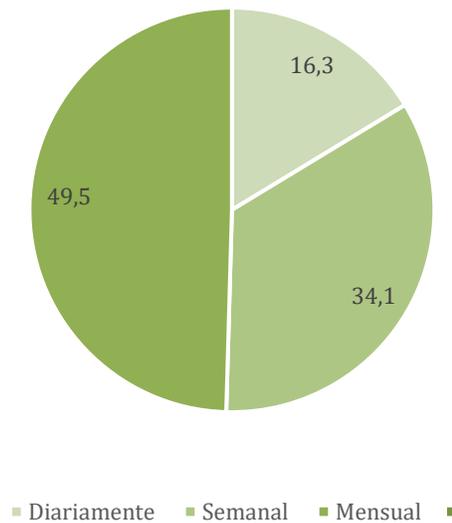


Teniendo en cuenta las familias que mencionaron que sí adquieren productos a base de Aloe Vera, en esta pregunta se pudo clasificar la finalidad por la cual los hogares utilizan estos productos, ya sean cosméticos, de consumo, o medicinales, obteniendo así, que la mayoría de las familias utilizan este tipo de productos con fines cosméticos, lo que

quiere decir, que estos constituyen una mayor parte de la demanda, por lo cual, representa una oportunidad favorable para que las empresas que desean entrar al mercado de los productos naturales en la ciudad de Ocaña, hagan mayor énfasis en la categoría de productos para el uso cosmético.

Figura 3

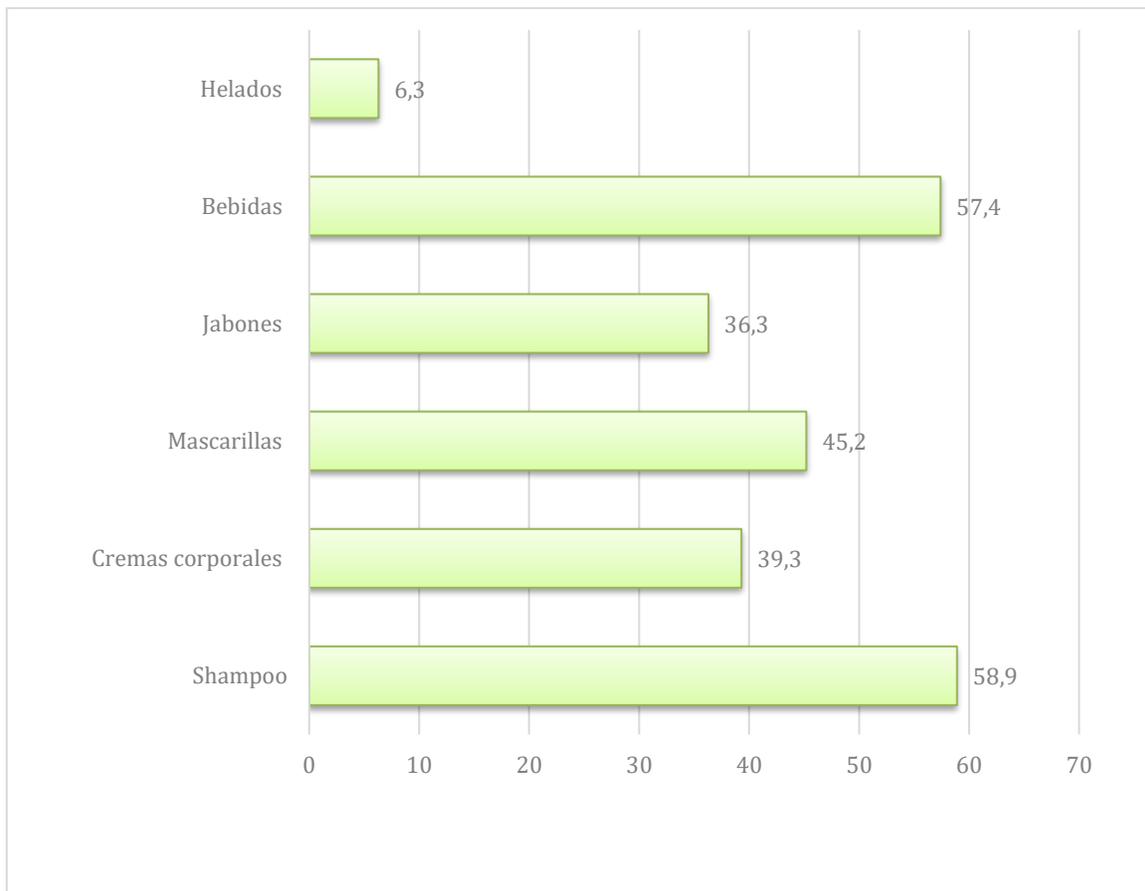
¿Con qué frecuencia utilizan en su hogar los productos a base de Aloe Vera?



De las familias que utilizan productos a base de Aloe Vera, se pudo determinar que la frecuencia de compra de la mayoría de estos hogares es mensualmente, aunque otra parte considerable de la población también lo adquiere semanal o diariamente, por lo que es necesario que los establecimientos comerciales en los que se ofertan este tipo de productos sean abastecidos semanalmente para satisfacer la demanda de todos los consumidores en general.

Figura 4

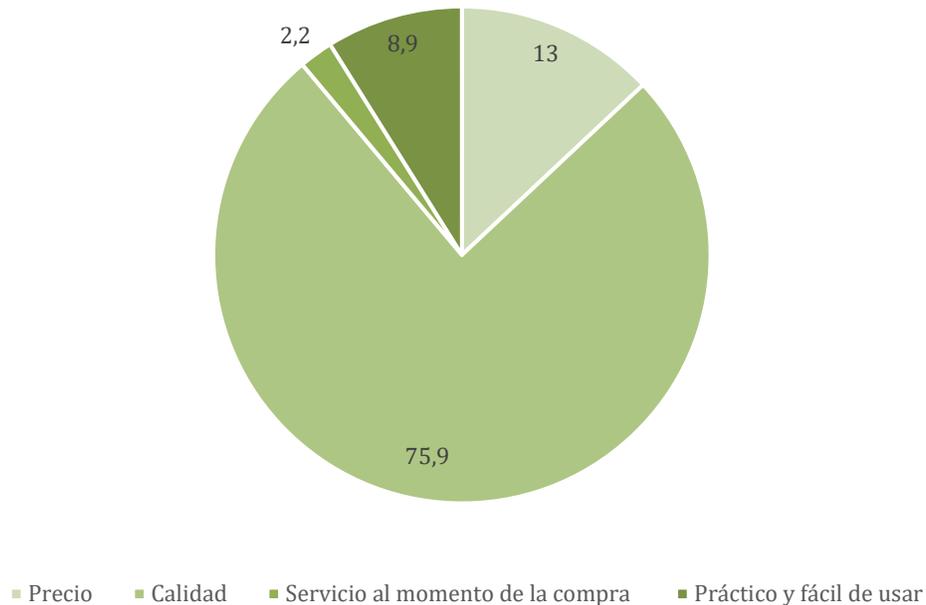
¿Qué productos a base de Aloe Vera conocen en su familia?



Los productos a base de Aloe Vera que más conocen las familias de Ocaña según lo anterior, son shampoos, bebidas y mascarillas, por otra parte, también tienen conocimiento de productos como cremas corporales y jabones, pero en menor medida, siendo así, los helados los menos conocidos por los hogares, por lo tanto, se puede deducir que existe una gran variedad de este tipo de productos que pueden ser ofertados en el mercado por las empresas de la localidad.

Figura 5

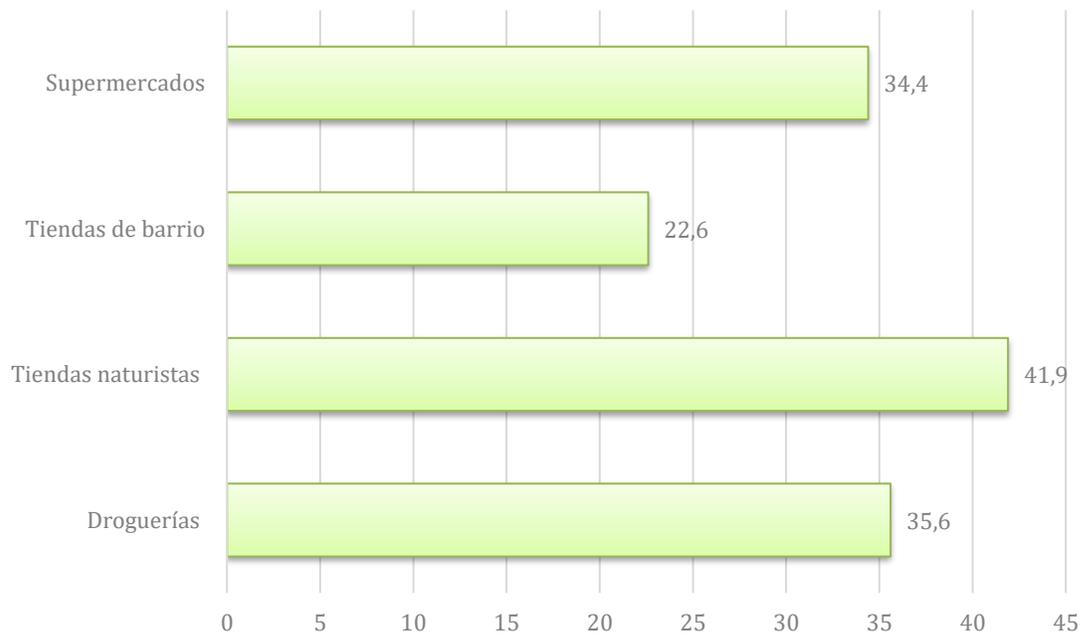
¿Al momento de comprar productos naturales para su familia, que aspecto tiene en cuenta?



De lo anterior, se puede concluir que el principal aspecto que tienen en cuenta los hogares ocañeros al momento de realizar la compra de productos naturales, es la calidad, teniendo en cuenta que un 75,9% de las familias encuestadas voto a favor de este ítem, sin embargo, también se tienen en cuenta otros factores como el precio, el servicio al momento de la compra o que sea practico y fácil de usar, por lo cual, se recomienda que las empresas de la localidad tengan en cuenta esta serie de factores en la producción de bienes y servicios.

Figura 6

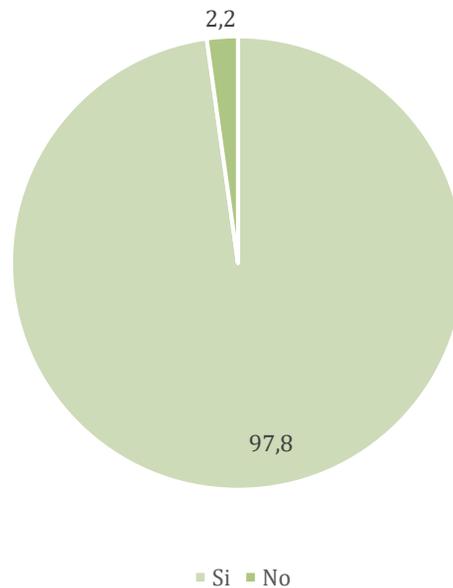
¿En qué lugar adquieren normalmente los productos naturales para su hogar?



Se pudo determinar que normalmente las familias ocañeras obtienen los productos en tiendas naturistas, sin embargo, hay quienes prefieren comprar este tipo de productos en droguerías, supermercados, y en menor proporción en las tiendas de barrio, teniendo en cuenta que las droguerías constituyen la mayor cantidad de establecimientos de los mencionados anteriormente, mientras que existe poca cantidad de tiendas naturistas en la ciudad, se considera pertinente que los productos a base de Aloe Vera sean distribuidos tanto en tiendas naturistas como en droguerías, puesto que estos establecimientos son los más frecuentados por los hogares representando así, los principales puntos para la distribución de productos naturales.

Figura 7

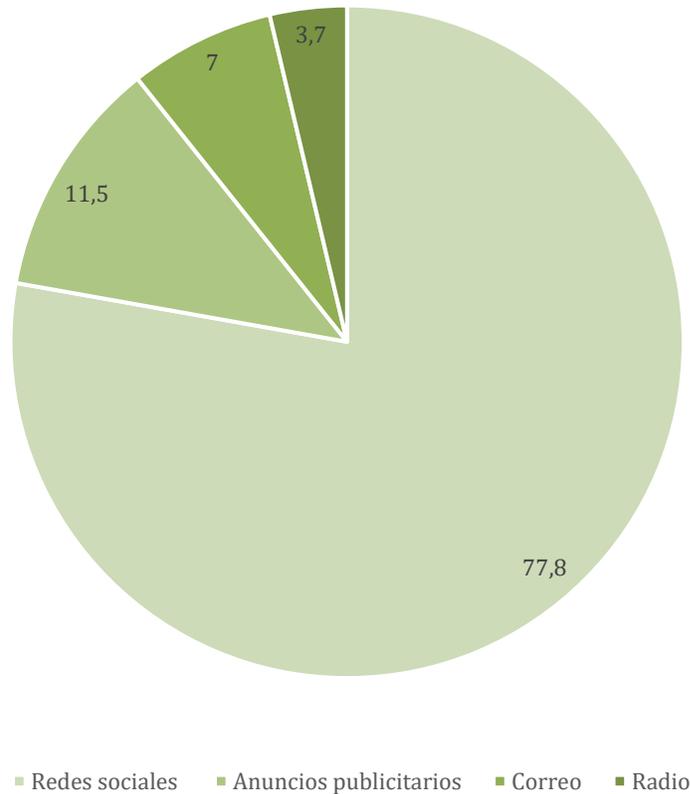
¿En su familia les gustaría que en Ocaña existiera una empresa dedicada a la fabricación de productos a base de Aloe Vera?



Se puede inferir que la creación de una empresa de productos naturales a base de Aloe Vera tendrá una buena aceptación en la Ciudad de Ocaña teniendo en cuenta que la mayor parte de los hogares encuestados respondieron que sí, y sólo un 2,2% de la población no está interesado con que exista una empresa propia de la localidad con este tipo de productos, por lo que no representa un riesgo significativo al momento de llevar a cabo la creación de una empresa en la ciudad con estas características.

Figura 8

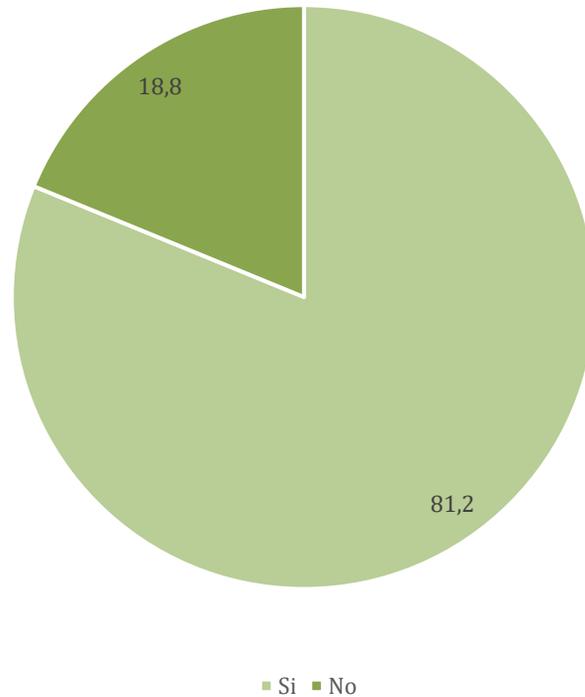
¿A través de que medio les gustaría recibir información sobre los productos?



Con respecto a los medios por los cuales los hogares prefieren recibir la información, las redes sociales son el medio por el cuál la mayor parte de la población prefiere recibir información, aplicaciones como Facebook, Instagram y WhatsApp son los medios más conocidos y a los cuáles la mayoría de familias tienen acceso, y por tanto son los que más frecuentan constantemente, sin embargo, también hay que tener en cuenta otros medios como los anuncios publicitarios, correo electrónico y la radio con el fin de llegar a todos los hogares de la ciudad de Ocaña.

Figura 9

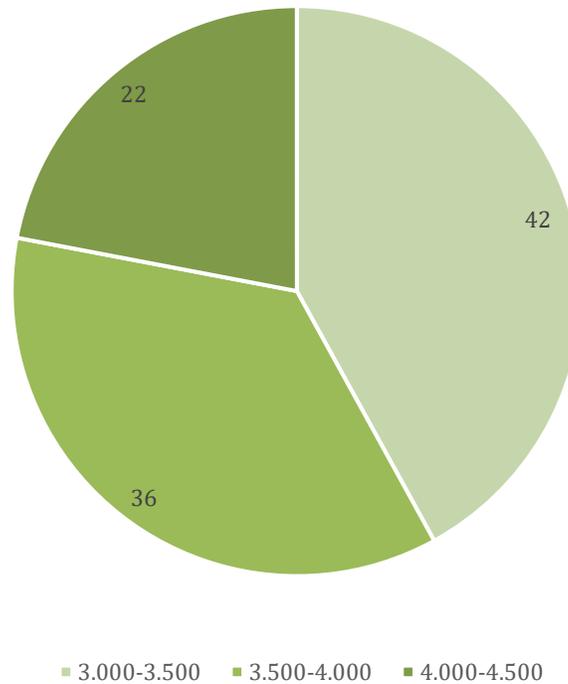
¿En su hogar les gustaría adquirir un producto de sábila 100% natural?



A partir de los datos arrojados, es posible conocer un mercado potencial de los productos naturales a base de Aloe Vera en la ciudad de Ocaña que son las familias a las cuales les gustaría adquirir la pulpa de Sábila 100% natural y pura, donde se pudo determinar que un 95,6 % de la población está interesada en adquirir un producto con estas características, y un 4.4% no está interesado, lo que quiere decir que existe una demanda y que la creación de una empresa que ofrezca este tipo de productos tendrá una buena aceptación a nivel local.

Figura 10

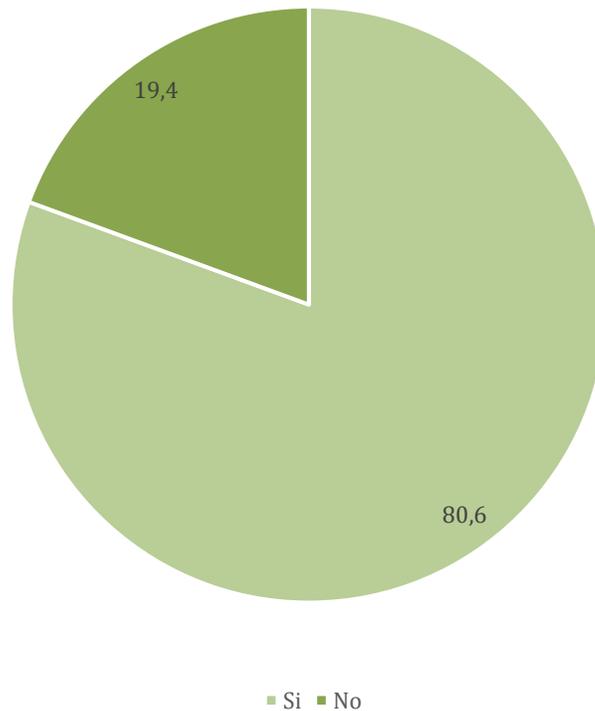
¿Cuánto está dispuesto a pagar por una pulpa de Aloe Vera?



Con lo anterior, se puede inferir que el precio más adecuado para un producto de pulpa de Aloe Vera está en un rango de \$3.000 a \$3.500, teniendo como base los precios del producto en el mercado actualmente y el nivel de ingresos de los hogares ocañeros que determina su capacidad adquisitiva.

Figura 11

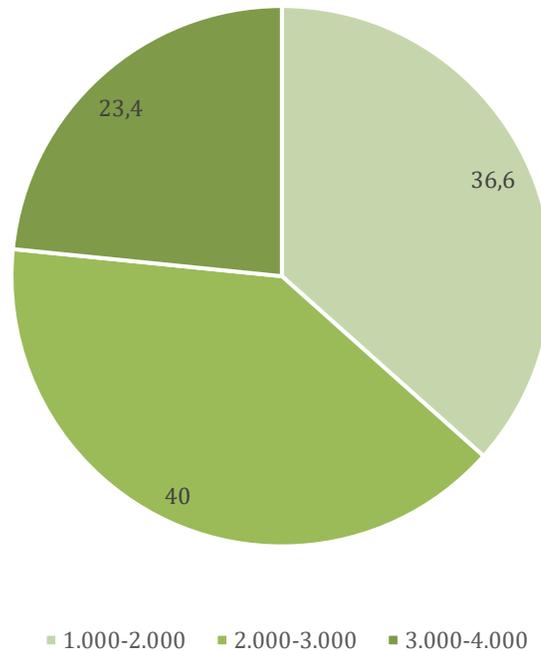
¿Comprarían en familia su sachet de Aloe Vera en polvo para el uso de mascarillas?



Con base en la encuesta realizada se pudo determinar que un 91.1% de la población compraría un sachet de Aloe Vera para el uso de mascarillas, teniendo en cuenta la tendencia que ha tomado actualmente el uso de productos naturales, y que las personas son más conscientes y han adoptado nuevos hábitos de cuidado personal, por lo que resulta favorable para las empresas ofertar este tipo de productos.

Figura 12

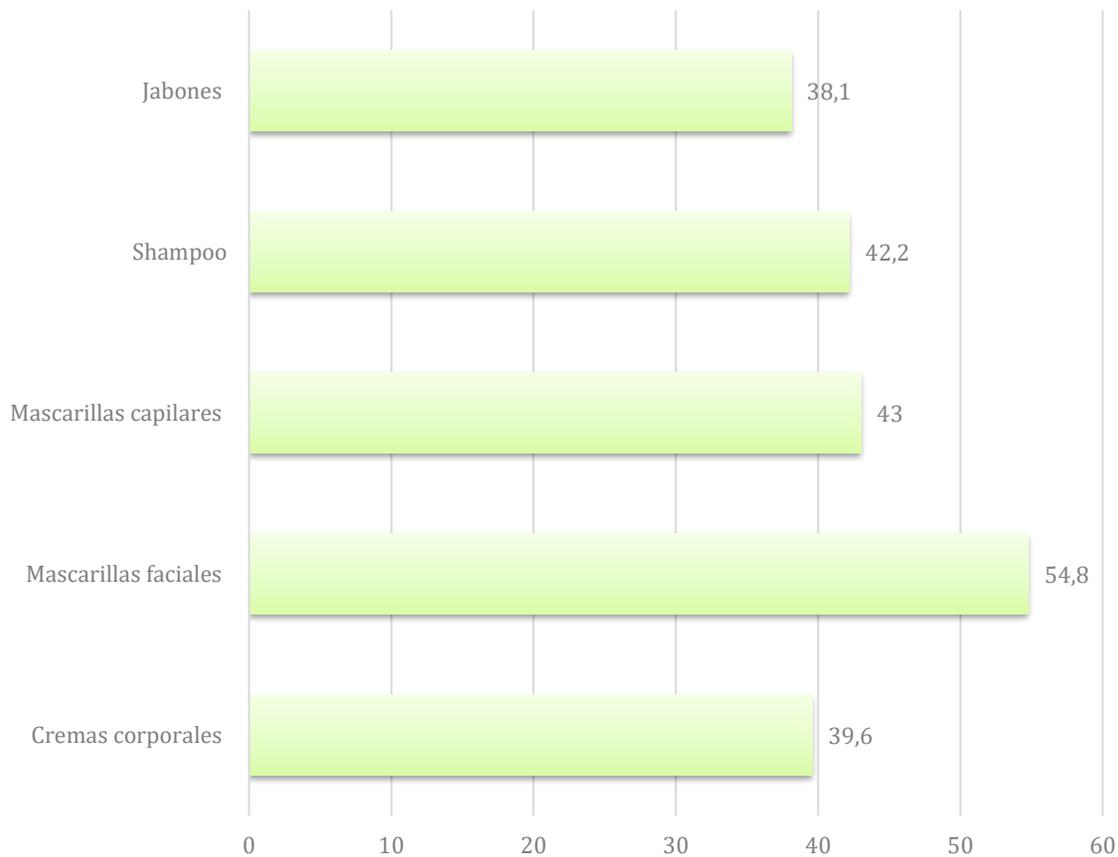
¿Cuánto estarán dispuestos a pagar en su familia por un sachet en polvo de Aloe Vera?



Teniendo en cuenta el nivel de ingresos y la capacidad adquisitiva de los hogares Ocañeros se pudo determinar que el mejor precio para un sachet en polvo esta entre 2.000 y 3.000, según los resultados arrojados por la encuesta un 40% de las familias estaría dispuesta a pagar éste precio ya que es el que más se adapta a sus necesidades y su capacidad de compra.

Figura 13

¿Qué otros productos a base de Aloe Vera le gustaría que ofertará la empresa?



Se pudo determinar que la población ocañera demanda diferentes tipos de productos naturales y en diferentes presentaciones como lo son cremas corporales, mascarillas faciales, capilares, shampoos y jabones lo que representa una buena oportunidad para que una nueva empresa pueda entrar al mercado ofreciendo diferentes tipos de productos innovadores que le permita tener reconocimiento y un buen posicionamiento a nivel local, teniendo en cuenta el déficit de empresas locales en Ocaña y sus alrededores.

4.1.2 Descripción de la empresa

La empresa productora y comercializadora de productos a base de Aloe Vera será conocida como SABILAPY, nombre que ha sido dado haciendo referencia a la planta de sábila que será la materia prima principal, y estará ubicada en la ciudad de Ocaña Norte de Santander, teniendo en cuenta que el objetivo inicial es incurrir en el mercado local de los productos naturales, en donde gracias a una encuesta realizada se pudo determinar que un 74,4% de los hogares ocañeros utiliza productos a base de Aloe Vera. (Figura 1)

4.1.3 Descripción del producto

SABIPALY ofrecerá inicialmente dos tipos de productos, en primer lugar, la pulpa de Aloe Vera producto de la hoja de Sábila a través del proceso de limpieza y extracción de la cutícula gruesa o corteza que cubre la hoja, y el gel resultante podrá ser usado para fines cosméticos medicinales y de consumo ya que es completamente natural no presentará alteraciones, y será empacada en bolsas plásticas y prácticas para facilitar la conservación y el consumo del mismo.

El segundo producto creado con el objetivo de aprovechar al máximo la materia prima, se obtiene de la cutícula ya obtenida en el proceso anterior, llevada a secar, y

finalmente siendo molida, obteniendo un polvo que puede ser utilizado para el uso de mascarillas, y será distribuido en bolsas pequeñas que acompañaran el producto inicial.

4.1.4 Características del producto.

A continuación, se darán a conocer los aspectos esenciales que permitirá identificar la empresa y los productos en el mercado y por medio del cual las personas pueden conocer los atributos más sobresalientes que permitirán crear la imagen empresarial que queremos proyectar.

4.1.4.1 Logo. Representa el sello de la empresa, y como se dará a conocer al público en general, por medio de éste las personas podrán identificar la organización en cualquier lugar y momento, está diseñado con el nombre de la empresa, escrito en minúscula, tipo de fuente Brush Script MT, acompañado de cuatro imágenes de referencia al Aloe Vera, en la parte inferior y posterior.

Figura 14

Logo



El color verde representa la naturalidad de los productos, asemeja la relación entre empresa-medio ambiente, haciendo referencia a la materia prima que será la base principal de los productos.

4.1.4.2 Slogan. “Disfruta el poder de la naturaleza”

El uso de este slogan pretende transmitir un sentido de cuidado y magia, el aprovechamiento de los beneficios que ofrece el Aloe Vera para el cuidado de la salud y de la piel a través de los productos, además, busca crear un sentido en el que el consumidor realmente disfrute el producto bajo un esquema natural de relajación y tranquilidad.

4.1.4.3 Presentación de los productos. A continuación, se relaciona la etiqueta del producto, teniendo en cuenta la resolución 810 de 2021 del Ministerio de Salud y Protección Social con respecto al etiquetado nutricional, diseñado con el nombre de la empresa, en la cual se menciona información sobre las vitaminas que contiene, con una imagen de referencia cuyo objetivo es llamar la atención del consumidor, adicionalmente el contenido del producto, que fue obtenido de un prototipo realizado donde se pudo determinar la cantidad de pulpa que va en cada producto. En la parte trasera, se da información relacionada con el uso y consumo del producto, además contiene información relevante para la conservación del mismo.

Figura 15*Etiqueta 1*

A continuación, se muestra la etiqueta del producto 2, con un estilo de diseño consistente con el mencionado anteriormente, evitando el exceso de información, para no desviar la atención del consumidor y lograr que capte aspectos relevantes del producto al tener contacto visual con el mismo en cualquier establecimiento comercial donde se ofertará al momento de realizar sus compras.

Figura 16*Etiqueta 2*

4.1.5 Descripción de la demanda

Para la determinación de la demanda se tuvo en cuenta la encuesta realizada a los hogares de la ciudad de Ocaña Norte de Santander, tomando como base las personas que están dispuestas a adquirir los productos ofertados que corresponde a un 81,2% de la pulpa de Aloe Vera (Figura No.9) y un 80,6 % dispuesto a comprar el sachet de Aloe Vera en polvo (Figura No. 11) de lo que se puede determinar que:

$$\text{Pulpa de aloe vera} = 307/379 = 81.2 \%$$

$$23.607 \text{ hogares} * 81,2 \% = 19.168$$

$$\text{Sachet de Aloe Vera} = 305 / 379 = 80,6 \%$$

$$23.607 \text{ hogares} * 80,6\% = 19.037$$

De lo anterior se puede concluir que la demanda de los productos para SABILAPY será de 19.168 y 19.037 hogares respectivamente, y que pueden ser adquiridos en diferentes frecuencias de tiempo, diario, semanal o mensual (Figura No.3) dependiendo la capacidad adquisitiva de los consumidores, por tanto, la demanda inicial se calculó teniendo en cuenta un porcentaje intermedio del consumo mensual de productos naturales actualmente 49,5% (Figura No.3) , es decir, se trabajará un porcentaje de 24,75% mensual a partir de la demanda total, de la siguiente manera:

$$\text{Demanda total } 19.168 * 24,75\% = 4.744 \text{ demanda mensual}$$

$$\text{Demanda total } 19.037 * 24,75\% = 4.711 \text{ demanda mensual.}$$

4.1.5.1 Proyección de la demanda. La proyección de la demanda se realizó teniendo en cuenta los resultados obtenidos de la encuesta, tomando los porcentajes y los valores calculados en la descripción, de los cuales se trabajará con un 40% de la demanda inicial para ir aumentando progresivamente con un 5% anual para los siguientes 5 años, teniendo en cuenta que es una empresa nueva en el mercado y que el campo económico puede no ser tan favorable debido a que la economía se está recuperando a raíz de la pandemia, y por tanto algunos consumidores han disminuido su capacidad adquisitiva. Se trabajó la siguiente fórmula.

$$\text{Demanda inicial año 1} = (\text{Demanda mensual estimada} * 40 \%) * 12 \text{ meses}$$

$$\text{Demanda inicial año 1} = (4.744 * 40\%) * 12 = 22.771$$

$$\text{Demanda inicial año 1} = (4.711 * 40\%) * 12 = 22.612$$

Tabla 1*Proyección de la demanda*

Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cant. demandada de pulpa de aloe vera	22.771	23.909	25.104	26.359	27.676
Cant. demandada de polvo de aloe vera	22.612	23.742	24.929	26.175	27.483
Total	45.383	47.651	50.033	52.534	55.159

4.1.6 Determinación de la oferta

Teniendo en cuenta que la demanda actual en Ocaña es bastante alta, y que los recursos con los que cuenta la empresa para operar son muy limitados inicialmente, así mismo, la capacidad de planta es bastante reducida, para iniciar se pretende ofertar una cantidad que cubra el 40% de la demanda mensual teniendo en cuenta que la empresa está en proceso de penetración al mercado y no se puede determinar con exactitud qué tan favorable va a ser su aceptación una vez los productos se encuentren en el mercado. Cabe resaltar que estos valores están sujetos a continuos cambios dependiendo la aceptación real de los productos en la región y la posibilidad de ampliar la capacidad de planta y la adquisición de nuevas tecnologías que permitirán aumentar la producción.

Demanda mensual 4.744 *40% = 1.897 oferta mensual

Demanda mensual 4.711 *40% = 1.884 oferta mensual

4.1.6.1 Proyección de la oferta. La proyección se realizó teniendo en cuenta la demanda mensual estimada (4.744) multiplicada por el 40% y a su vez por los doce meses del año con una proyección del 5% anual considerando que al término del primer año alcanzar un punto de equilibrio entre la cantidad ofrecida y la demanda total.

Tabla 2

Proyección de la oferta

Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cant. demandada de pulpa de aloe vera	22.771	23.909	25.104	26.359	27.676
Cant. demandada de polvo de aloe vera	22.612	23.742	24.929	26.175	27.483
Total	45.383	47.651	50.033	52.534	55.159

4.1.7 Análisis de la competencia

Para determinar la competencia de SABILAPY se hizo necesario realizar una investigación de tipo exploratorio en la ciudad de Ocaña donde se pudo observar que las tiendas implican una competencia directa para la empresa, debido que estas ofrecen gran variedad de productos entre los que están jabones, pastillas y jarabes para la digestión a base de Aloe Vera, además, se encontró que en el almacén de cadena Éxito se oferta la pulpa de Aloe Vera natural en una presentación muy similar, asimismo, en algunos locales

comerciales de la zona del mercado se ofrece la planta sin ningún tipo de proceso, lo que puede conformar un bien sustituto de la pulpa de sábila, pues los consumidores pueden preferir comprar la planta completa por un precio más económico, en cuanto al polvo para mascarillas a base de sábila se encontró que no hay productos similares actualmente en el mercado local.

Por lo anterior, un factor importante que nos puede hacer diferentes a la competencia son en primer lugar la calidad del producto, que sea 100% orgánico sin ningún tipo de alteraciones químicas, el almacenamiento también juega un papel importante ya que el mantener el producto bien refrigerado hace que perdure más tiempo, además el precio del producto es un factor favorable, gracias a que al ser una empresa productora local, se incurre en un menor costo, teniendo en cuenta que los productos de la competencia son importados, por tanto el precio de venta es mayor. De igual manera, la atención al cliente, será otro elemento diferenciador, puesto que al tener un contacto directo de la empresa con los clientes se tendrá una mayor interacción al momento de realizar la venta, además permitirá incrementar un servicio post venta más eficiente que ayude a mejorar la experiencia del cliente con el producto.

4.1.8 Determinación de los costos

Los costos se determinaron por unidad producida, dado que se fabricarán dos tipos de productos utilizando la misma unidad de materia prima, mano de obra y algunos CIF se determinó un porcentaje aproximado de uso de estos elementos de cada producto de la siguiente manera:

Pulpa de Aloe Vera: 80%

Polvo de Aloe Vera: 20%

4.1.8.1 Materia prima directa. Para la determinación del costo de la materia prima se tuvo en cuenta los precios ofrecidos en el mercado local, para lo que se hizo necesario realizar un sondeo de tipo exploratorio donde se pudo determinar que el precio de la hoja de sábila a nivel general oscila entre 1.000 y 2.000 pesos, teniendo en cuenta que compraremos al por mayor, se pactará un proveedor que se encargue de surtir esta materia prima al menor precio, teniendo en cuenta que se necesita ½ de hoja por producto, y que la corteza excedente es utilizada para la elaboración del producto número 2, por tanto se dividirá el costo de la siguiente manera :

$(\text{Costo de hoja} / 2) = \500 Costo unitario materia prima

$\$500 \text{ Costo unitario MP} * 80\% = \400 Costo unitario pulpa de Aloe Vera

Tabla 3

Materia prima directa

Materia Prima	Cant.	Vr. Unit.	Vr. Total
½ hoja de sábila	1	\$400	\$400
Total		\$ 400	\$400

4.1.8.2 Mano de obra directa. En este caso, se realizó un análisis y evaluación del personal requerido para la producción, estableciendo que cada colaborador recibirá un SMMLV, (puesto que los contratos se realizarán por prestación de servicios), aplicando los

porcentajes de producción para cada producto, en este caso para la pulpa, un 80% usando la siguiente formula:

$$\text{\$ } 900.000 \text{ Vr Salario} * 80\% = \text{\$ } 720.000 \text{ Costo mensual MOD}$$

$$\text{\$ } 720.000 \text{ Costo mensual MOD} / 22 \text{ Días laborales} = \text{\$ } 32.727 \text{ Costo diario}$$

$$\text{\$ } 32.727 \text{ Costo diario} / 86 \text{ Unidades diarias producidas} = 380 \text{ costo unitario}$$

Las unidades diarias producidas se calcularon teniendo en cuenta la cantidad ofertada mensual establecida en la descripción de la oferta (1.897 und) dividida por la cantidad de días laborales (22 días laborales), dando como resultado un total de 86 und.

Tabla 4

Mano de obra directa (MOD)

Labor	Ct. Mensual	Ct . Día	Ct. Und producto
Operario de producción	\$720.000	\$32.727	\$380
Operario de empaque	\$720.000	\$32.727	\$380
Total	\$1.440.000	\$65.454	\$760

4.1.8.3 Costos indirectos de fabricación. Para determinar los costos indirectos de fabricación se tuvo en cuenta aquellos diferentes a la mano de obra pero que son indispensables para la elaboración de la pulpa. En donde el valor de las bolsas plásticas fue tomado de dos cotizaciones.

Amazon (\$150 und)

Homecenter (\$100 und)

Tomando como base el menor precio establecido, y los valores correspondientes al servicio fueron tomados de aproximaciones realizadas del consumo mensual, del cual el 80% corresponde a la elaboración de la pulpa de la siguiente manera:

Servicio de luz (150.000) * 80% = \$120.000 Consumo mensual

Consumo mensual / unid mensuales (1.897) = \$63 Costo unitario

Servicio de agua (100.000) * 80% = \$80.000 Consumo mensual

Consumo mensual / unid mensuales (1897) = \$42 Costo unitario

Para su determinación se tuvo en cuenta que no se utilizaran maquinarias de alto consumo de energía por lo que el valor no será elevado y el uso del agua también será reducido, ya que solo implica el lavado de la materia prima.

Tabla 5

Costos indirectos de fabricación (CIF)

Detalle	Costo por Unidad
Bolsas plásticas medianas	\$100
Luz	\$63
Agua	\$42
Total	\$205

Para adquirir el costo total de una pulpa de Aloe Vera haremos la siguiente fórmula:

$$\text{Costo total} = \text{MD} + \text{MOD} + \text{CIF}$$

$$\text{Costo total} = \$400 + \$760 + \$205$$

$$\text{Costo total} = 1.365 \text{ unidad producida}$$

Para determinar el precio del producto utilizaremos la siguiente fórmula:

$$\text{PV} = \frac{\text{Costo unitario}}{1 - \text{utilidad esperada}}$$

$$PV = \frac{\$ 1.365}{1 - 35\%} = \$2.100 / 0,65 = \$3.231$$

$$PV = \$3.231$$

El precio de venta por unidad es de \$ 3.231

Este resultado es favorable para la empresa, pues el 36% de los hogares está dispuesta a adquirirla a este precio, (Figura No.10) lo que implica que sí es rentable y que tendrá una buena aceptación en el mercado.

4.1.8.4 Materia prima producto 2. La materia prima del polvo de Aloe Vera es obtenida del residuo de la hoja, correspondiente al 20% del precio unitario de la siguiente manera.

$$\text{Precio hoja de sábila} / 2 = \$500 \text{ Costo unitario MP}$$

$$\text{Costo unitario MP} * 20\% = \$100 \text{ Costo por unidad producida}$$

Tabla 6

Materia Prima (producto 2)

Materia Prima	Vr. Unit.	Vr. Total
Corteza de hoja de sábila	\$100	\$100
Total	\$100	\$100

4.1.8.5 Costo de mano de obra directa pt 2: Para la elaboración de este producto, se vincula el mismo personal del proceso anterior, aplicando un 20% que corresponde al tiempo empleado para la fabricación de dicho producto, 22 días laborales y una producción mensual de 1.884 (detallados en la descripción de la oferta), y una producción diaria de 86

(resultado de dividir la producción mensual con el número de días laborados) como se muestra a continuación:

$$Vr \text{ Salario} * 20\% = \$180.000 \text{ Costo mensual MOD}$$

$$\$180.000 / 22 \text{ Días laborales} = \$8.182 \text{ Costo diario}$$

$$\$8.182 \text{ Costo diario} / 86 \text{ Unidades diarias producidas} = \$95 \text{ costo unitario}$$

Tabla 7

Mano de obra directa producto 2

Labor	Ct. Mensual	Ct . Día	Ct. Und producto
Operario de producción	\$180.000	\$8.182	\$95
Operario de empaque	\$180.000	\$8.182	\$95
Total	\$360.000	\$16.364	\$190

4.1.8.1 Costos indirectos de fabricación producto 2. Los costos indirectos de fabricación que incurren en la fabricación, al igual que en los procesos anteriores se tomará el 20% de los servicios pagados correspondientes de la siguiente manera:

$$\text{Servicio de luz } (150.000) * 20\% = \$30.000 \text{ Consumo mensual}$$

$$\text{Consumo mensual} / \text{unid mensuales } (1.884) = \$15 \text{ Costo unitario}$$

$$\text{Servicio de agua } (100.000) * 20\% = \$20.000 \text{ Consumo mensual}$$

$$\text{Consumo mensual} / \text{unid mensuales } (1884) = \$10 \text{ Costo unitario}$$

El valor de las bolsas plásticas corresponde a las cotizaciones realizadas en Amazon y Homecenter.

Tabla 8*Costos indirectos de Fabricación (producto 2)*

Detalle	Costo por Unidad
Bolsas plásticas medianas	\$100
Luz	\$15
Agua	\$10
Total	\$125

Para adquirir el costo total del polvo de Aloe Vera se aplicará la siguiente fórmula:

$$\text{Costo total} = \text{MD} + \text{MOD} + \text{CIF}$$

$$\text{Costo total} = \$100 + \$190 + \$125$$

$$\text{Costo total} = \$415 \text{ unidad por producción}$$

Para determinar el precio del producto utilizaremos la siguiente fórmula:

$$\text{PV} = \frac{\text{Costo unitario}}{1 - \text{utilidad esperada}}$$

$$\text{PV} = \frac{\$415}{1 - 40\%} = \$698 / 0,60 = 1.153$$

$$\text{PV} = \$1.153$$

El precio de venta por unidad es de \$1.153

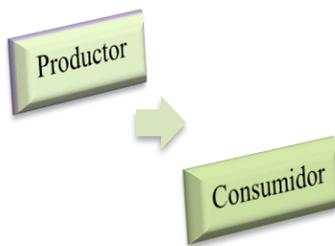
Este precio es favorable para la empresa, gracias a que en base a los resultados de la encuesta (Figura No.12) el mayor número de hogares está dispuesto a pagar este precio por el producto.

4.1.9 Canal de distribución

Los productos serán distribuidos inicialmente de manera directa a los consumidores finales, desde el punto de venta directamente o servicios domiciliarios. Se espera en el transcurso del primer año de funcionamiento de la empresa establecer alianzas estratégicas con las diferentes tiendas naturistas, tiendas de barrio, supermercados y droguerías considerando los hábitos de compra de los hogares ocañeros reflejadas en la encuesta realizada, (Figura No.6), en tal caso, se emplearía un canal de distribución corto de productor, detallista, consumidor.

Figura 17

Canal de distribución



4.1.10 Estrategias de promoción y publicidad

Para establecer las estrategias de promoción y publicidad, que le permita a SABILAPY acceder al mercado objetivo, se tomó como base los resultados arrojados por las encuestas, sobre los medios por los cuales les gustaría obtener información, (ver figura 8) y se determinó que los mecanismos que se utilizaran para difundir la información acerca

de los productos será a través medios alternativos (redes sociales como Facebook, Instagram, y WhatsApp.) que permitirán que la información llegue a la mayor parte de los hogares, puesto que estos son los medios que más frecuentan, lo que también beneficia a la empresa en términos económicos gracias a que la publicidad por redes sociales incurre en un bajo costo.

4.2 “Determinar los elementos técnicos necesarios para llevar a cabo la correcta ejecución de los procesos de la empresa tales como localización, materiales y tecnología”

4.2.1 Macro localización.

SABILAPY estará ubicada en la ciudad de Ocaña, departamento Norte de Santander, República de Colombia.

4.2.2 Micro localización

En vista de que la empresa no contará con una estructura propia, se pretende instalar la planta de producción en un local arrendatario ubicado en la calle Cl. 12 #No 11-66, avenida Circunvalar, teniendo en cuenta el Plan de Ordenamiento Territorial de Ocaña, en el cual se establece:

Zona Actividad Especializada Sector 7. (ZAE-S7) SECTOR AV. CIRCUNVALAR
Ubicado en el Sector IGAC 2, comuna 2 Cristo Rey y la comuna 3 Olaya Herrera,
situado a lo largo de la avenida Circunvalar, iniciando en el sector entre simón
bolívar y cristo rey en los predios ubicados en la margen derecha e izquierda de la
avenida en las manzanas 068 y 077. (Alcaldía Municipal , 2002)

Por su parte el punto de venta se pretende ubicar en la calle 6A # 13A – 23 Mercado
Público puesto que ésta es un área clave para distribuir los productos en toda ciudad
además ayudará a obtener mayor reconocimiento gracias a que gran cantidad de personas
transitan diariamente por el sector.

4.2.3Requerimiento de muebles, equipos y enseres.

Para determinar los requerimientos de equipos y enseres para llevar a cabo la
elaboración de los productos se realizaron cotizaciones en dos páginas web, Amazon y
Homecenter tomando en cuenta el menor valor.

Tabla 9*Requerimiento de Muebles, equipos y enseres.*

Cant.	Artículo	Amazon	Homecenter
1	Horno deshidratante	Precio: \$197,665 Marca: Elite Gourmet Capacidad: 2 a 2 ½ por piso	Precio: \$89.900 Marca: Recco Capacidad: 18 lts
1	Molino eléctrico	Precio: \$174,128 Marca: Homeasy Capacidad: 2 Litros	Precio: \$75,178 Marca: Black+decker Capacidad: 1.5 tazas
1	Refrigerador	Precio: \$1,029,802.17 Marca: Midea Capacidad: 2.4 Pies cúbicos	Precio: \$ 849.900 Marca: Electrolux Capacidad: 100 litros
2	Cuchillos	Precio: \$ 3.000 Marca: Home Collection Longitud: 9 cm	Precio: \$ 32,952 Marca: Rada Cutlery Longitud: 7-1/8 pulgadas

4.2.4 Requerimiento elementos de oficina.

En la siguiente tabla se detallan los requerimientos en elementos de oficina, que necesita la empresa para su correcta operatividad.

Tabla 10*Requerimiento elementos de oficina.*

Cant.	Artículo	Amazon	Homecenter
1	Mesas	Precio: \$124.900 Marca: Rimax Tipo: Plástica	Precio: \$224.000 Marca: Gocamptoo Tipo: Plástica
3	Set sillasx4	Precio: \$376.549 Marca: BesteWahl Tipo: Plasticas	Precio: \$599.900 Marca: Moblihouse Tipo: Metal

4.2.5 Requerimiento de equipos de cómputo y comunicación.

En lo referente a equipos de cómputo y comunicación, en la siguiente tabla se relacionan dos cotizaciones correspondientes, de donde se tomarán las de un menor valor.

Tabla 11*Requerimiento de equipos de cómputo y comunicación*

Cant.	Artículo	Amazon	Homecenter
1	Computador	Precio: \$1,078,006 Marca: Acer Tamaño: 15.6 Pulgadas RAM instalada: 4 GB	Precio: \$1.119.900 Marca: Hp Tamaño: 15.6 Pulgadas RAM instalada: 4 GB
1	Teléfono inalámbrico	Precio: \$79,508 Marca: Bisofice Fuente de alimentación: Batería	Precio: \$50.900 Marca: Intelbras Fuente de alimentación: Batería

4.2.6 Tamaño del proyecto

Teniendo como base la investigación de mercados realizada se puede establecer que el mercado objetivo es 23.607 hogares de la ciudad de Ocaña, de las cuales el 97,7% están a favor de que en Ocaña se cree una empresa dedicada a la producción de productos naturales a base de Aloe Vera que corresponde a 22.898 hogares.

4.2.7 Distribución en planta.

La distribución de planta contará con tres áreas, el área administrativa, un área para la producción y un área para el almacenamiento de los productos. Ver apéndice A.

4.2.7 Necesidades de Recurso Humano.

Para la correcta operatividad de la empresa se necesita personal capacitado en las diferentes áreas, por lo que se contratará el personal requerido a través de contrato por OPS de la siguiente manera:

Tabla 12*Necesidades de recurso humano*

Área	Empleados requeridos	Salario
Área administrativa y contable	Gerente	\$1.500. 000
	Contador	\$ 600. 000
Área de producción	Operario 1	\$900.000
	Operario 2	\$900. 000
Área de almacenamiento y despacho de pedidos	Operario	\$500. 000
Área de ventas	Vendedor	\$800.000

4.3 Establecer un estudio administrativo y legal que determine aspectos como la planificación estratégica y la estructura organizacional de la empresa teniendo en cuenta los aspectos legales requeridos para su debido cumplimiento.

4.3.1 Misión

Somos una empresa productora y comercializadora de productos a base de Aloe Vera con un alto grado de calidad, que ofrece a sus clientes cuidados y belleza natural, a través del consumo de productos 100% orgánicos.

4.3.2 Visión

Ser una empresa líder de productos naturales en el mercado local y nacional ofreciendo una amplia gama de productos a base de Aloe Vera, contando con varios puntos de venta en las principales ciudades del país

4.3.3 Valores

La empresa SABILAPY tendrá en cuenta los siguientes valores para fortalecer las relaciones dentro y fuera de la organización.

4.3.3.1 Confianza. La seguridad de ofrecer productos de excelente calidad, aplicando principios de transparencia y responsabilidad social.

4.3.3.2 Excelencia. Capacidad de gestión para que los productos sean siempre innovadores, generen impacto y contribuyan con el cumplimiento de nuestros objetivos corporativos.

4.3.3.3 Compromiso. Capacidad para asumir retos y lograr que nuestros productos lleguen al mercado local y nacional con la mejor calidad, diseños y realizar la entrega en el menor tiempo posible.

4.3.3.4 Respeto. Todo el personal que labora dentro de la empresa y personal externo vinculado, actúa de acuerdo con los principios y políticas de la empresa.

4.3.3.5 Honestidad. Es importante ofrecerles a nuestros clientes productos con los mejores ingredientes naturales, hacer una publicidad transparente y sin usar competencia desleal.

4.3.4 Objetivos organizacionales.

Ofrecer productos de calidad que satisfagan las necesidades del cliente

Ampliar el portafolio de productos basados en la innovación continua y las necesidades de los consumidores

Lograr una rentabilidad permanente en el tiempo que garantice la estabilidad de la empresa a largo plazo.

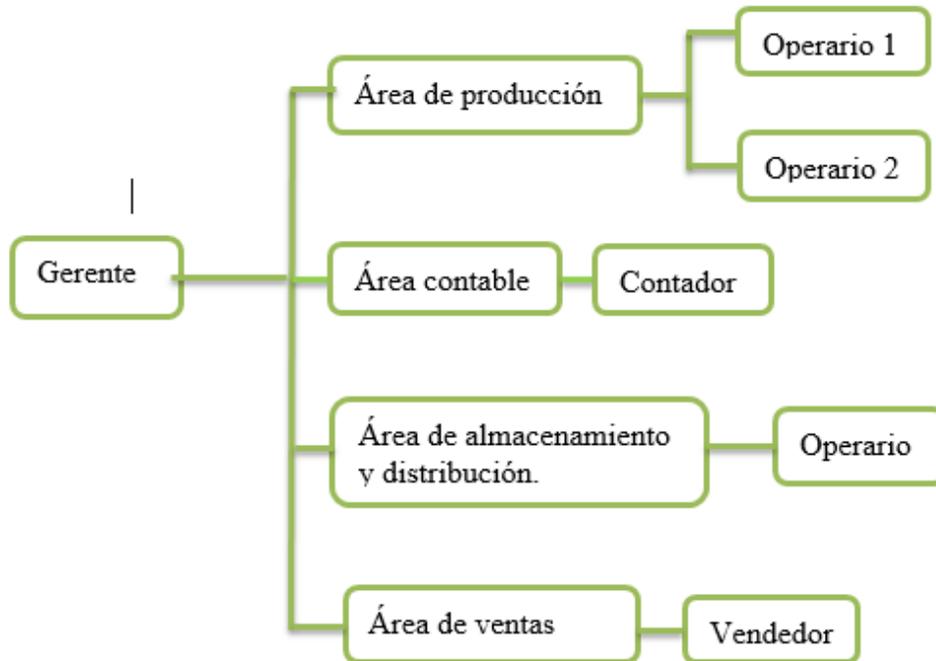
Expandir nuestro mercado a nivel nacional e internacional mediante el uso de medios alternativos.

Ratificar constantemente nuestro compromiso con el desarrollo sostenible y la responsabilidad social empresarial.

4.3.5 Estructura Organizacional.

Figura 18

Estructura Organizacional



4.3.6 Manuales de funciones

A través del manual de funciones se determinan las tareas que deben cumplir cada uno de los empleados dentro de la organización, dependiendo el lugar que ocupan y el nivel jerárquico al que pertenece; esto ayuda a mejorar la eficiencia de las tareas, y, por tanto, aumenta la productividad.

4.3.6.1 Objetivo. Formalizar las funciones y tareas que debe desempeñar un colaborador en cada uno de los cargos requeridos para el funcionamiento de SABILAPY

4.3.6.2 Alcance. Personal que trabaja en SABILAPY

Tabla 13

Manual de funciones gerente general

		Fecha: 15/10/2022
	MANUAL DE FUNCIONES	Versión: 01
		Página 1-5
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
Nombre del cargo:	Gerente general	
Dependencia:	Ninguna	
Número de cargos:	1 (UNO)	
Reporta a (nombre del cargo):	Ninguno	
Sueldo:	1.600.000	
2. REQUISITOS MINIMOS		
Requisitos de formación:	Poseer algún título de formación en Administración de empresas y técnico en contabilidad.	
Requisitos de experiencia:	Un año en ejecución del cargo	
3. COMPETENCIAS		
Capacidad de negociación, liderazgo, estratégico, comunicación afectiva, creatividad, contratación.		
5. PROCESOS RELACIONADOS AL CARGO		
-Planificación		
-Supervisión		
-Organización		
-Dirección		
6. FUNCIONES DEL CARGO		
- Establecer las metas y objetivos de la organización y diseñar estrategias que permitan el cumplimiento de los objetivos propuestos.		
- Llevar a cabo el seguimiento y control de las actividades contables y financieras de la organización		
- Control de los ingresos y egresos de la organización		
- Realizar los procesos de contratación de personal		
- Llevar a cabo el proceso de negociación con los proveedores y clientes		
ELABORADO POR: Sindy Paola Caballero Ramirez	REVISADO POR: Airen Yareice Quintero Contreras	APROBADO POR: Sheyla Vanessa Calvete Lobo

Tabla 14

*Manual de funciones
contador*

		MANUAL DE FUNCIONES	Fecha: 15/10/2022
			Versión: 01
			Página 1-5
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
Nombre del cargo:	Contador		
Dependencia:	Ninguna		
Número de cargos:	1 (UNO)		
Reporta a (nombre del cargo):	Gerente		
Sueldo:	1.600.000		
2. REQUISITOS MINIMOS			
Requisitos de formación:	Poseer algún título profesional o técnico en contabilidad.		
Requisitos de experiencia:	Un año en ejecución del cargo		
3. COMPETENCIAS			
- Ética en los procesos, responsabilidad, compromiso, eficiencia.			
5. PROCESOS RELACIONADOS AL CARGO			
- Registro			
-Análisis			
- Interpretación			
6. FUNCIONES DEL CARGO			
- Control de las salidas y entradas de dinero a la empresa			
- Elaboración de registros contables			
- Pago de nomina			
- Declaración de impuestos			
ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	
Sindy Paola Caballero Ramirez	Airen Yareice Quintero Contreras	Sheyla Vanessa Calvete Lobo	

Tabla 15*Manual de funciones operario*

		Fecha: 15/10/2022
		Versión: 02
MANUAL DE FUNCIONES		Página 1-5
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
Nombre del cargo:	Operario de producción	
Dependencia:	Ninguno	
Número de cargos:	2 (DOS)	
Reporta a (nombre del cargo):	Gerente	
Sueldo:	1.600.000	
2. REQUISITOS MINIMOS		
Requisitos de formación:	Titulo bachiller	
Requisito de experiencia:	Ninguno	
2. COMPETENCIAS		
Responsabilidad y compromiso, agilidad, trabajo en equipo capacidad de dar respuesta, eficiencia.		
3. PROCESOS RELACIONADOS AL CARGO		
- Producción		
- Almacenamiento		
- Control de inventarios		
4. FUNCIONES DEL CARGO		
- Elaborar la requisición de materia prima		
- Llevar a cabo el control de la materia prima		
- Realizar el proceso de despulpar la sábila		
- Corte de la sábila por producto		
- Transferir la materia prima al encargado de empaque		
ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:
Sindy Paola Caballero Ramirez	Airen Yareice Quintero Contreras	Sheyla Vanessa Calvete Lobo

Tabla 16*Manual de funciones operario de empaque*

		Fecha: 14/11/2021
		MANUAL DE FUNCIONES Versión: 01
Página 1-5		
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
Nombre del cargo:	Operario de Empaque	
Dependencia:	Ninguno	
Número de cargos:	2 (DOS)	
Reporta a (nombre del cargo):	Gerente	
Sueldo:	1.600.000	
2. REQUISITOS MINIMOS		
Requisito de formación:	Titulo bachiller	
Requisito de experiencia:	Ninguno	
2. COMPETENCIAS		
Agilidad para empaque, eficiencia y eficacia, capacidad de dar respuesta, trabajo en equipo		
3. PROCESOS RELACIONADOS AL CARGO		
- Producción		
- Almacenamiento		
- Control de inventarios		
4. FUNCIONES DEL CARGO		
- Elaborar la requisición de materiales de empaque		
- Llevar a cabo el control de los materiales de empaque		
- Realizar el proceso de empaque		
- Transferir la materia prima al encargado de distribución y despacho		
<hr/>		
ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:
Sindy Paola Caballero Ramirez	Airen Yareice Quintero Contreras	Sheyla Vanessa Calvete Lobo
<hr/>		

Tabla 17*Manual de funciones operario de distribución y despacho*

		Fecha: 15/10/2022
		Versión: 01
MANUAL DE FUNCIONES		Página 1-5
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
Nombre del cargo:	Operario de distribución y despacho	
Dependencia:	Ninguno	
Número de cargos:	2 (DOS)	
Reporta a (nombre del cargo):	Gerente	
Sueldo:	1.600.000	
2. REQUISITOS MINIMOS		
Requisito de formación :	Bachiller	
Requisito de experiencia :	Ninguno	
2. COMPETENCIAS		
Comunicación asertiva, manejo de vehículo de transporte (moto), eficacia, responsabilidad, compromiso, atención al cliente.		
3. PROCESOS RELACIONADOS AL CARGO		
- Distribución		
- Despacho		
- Control de productos terminados		
- Control de Bodega.		
4. FUNCIONES DEL CARGO		
- Seguimiento y control de los productos terminados		
- Despacho de los productos		
- Transporte y entrega de los productos en la ciudad		
- Atención de peticiones quejas y reclamos de los clientes.		
ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:
Sindy Paola Caballero Ramirez	Airen Yareice Quintero Contreras	Sheyla Vanessa Calvete Lobo

Tabla 18*Manual de funciones vendedor*

		Fecha: 15/10/2022
		MANUAL DE FUNCIONES Versión: 01
Página 1-5		
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
Nombre del cargo:	Vendedor	
Dependencia:	Ninguna	
Número de cargos:	1 (UNO)	
Reporta a (nombre del cargo):	Gerente general	
Sueldo:	800.000	
2. REQUISITOS MINIMOS		
Requisitos de formación:	Poseer algún título de formación en servicio al cliente	
Requisitos de experiencia:	No se requiere	
3. COMPETENCIAS		
Capacidad de negociación, comunicación afectiva, atención al cliente,		
5. PROCESOS RELACIONADOS AL CARGO		
-Asesorías		
- Acompañamiento		
-Servicio pre, y post venta		
- Fidelización de clientes		
6. FUNCIONES DEL CARGO		
- Brindar asesoría a los clientes		
-Establecer relaciones de buen trato con los clientes		
-Realizar un registro de las ventas		
-Reportar las ventas		
ELABORADO POR: Sindy Paola Caballero Ramirez	REVISADO POR: Airen Yareice Quintero Contreras	APROBADO POR: Sheyla Vanessa Calvete Lobo

4.3.7 Manual de procedimientos

El manual de procedimientos ayuda a estructurar los procesos que se llevan a cabo para la producción con el objetivo de que todos los empleados tengan claridad de lo que se debe realizar.

Tabla 19

Manual de procedimientos

		MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	Fecha: 14/11/2021
			Versión: 01
N°	PROCEDIMIENTOS	ENCARGADO	Página 4-5
1	Pedido de materiales	Gerente	
2	Recibido de materiales	Gerente	
3	Clasificación de materiales en bodega	Operario de despacho y distribución	
4	Despacho al área de producción	Contador	
5	Separación de hojas de la planta de sábila	Operario de producción	
6	Lavado y separación de la pulpa y la corteza de la hoja	Operario de producción	
7	Ubicación de la pulpa y las hojas en lugares separados	Operario de producción	
8	Corte de la pulpa en trozos pequeños	Operario de producción	
9	Deshidratación de la hoja resultante	Operario de producción	
10	Moler la hoja	Operario de producción	
11	Empaquetado de la pulpa	Operario de empaque y embalaje	
12	Empaquetado del polvo	Operario de empaque	
13	Etiquetado de los productos	Operario de empaque	
14	Almacenamiento	Operario de empaque	
15	Venta directa al cliente final	Vendedor	

4.3.8 Reglamento interno de trabajo

Por medio del reglamento interno de trabajo se establecerán las normas internas por medio de las cuales se establecen os derechos y deberes que deben tener los empleados vinculados a la organización.

Reglamento interno del trabajo

SABILAPY SAS

Capítulo I

Artículo 1. El presente es el reglamento interno del trabajo para la empresa Sabilapy SAS con domicilio en la avenida Circunvalar de la ciudad de Ocaña Norte de Santander, esperando así el cumplimiento de todos los miembros de la organización.

Capítulo II

Condiciones de admisión

Artículo 2. La persona que aspire a desempeñar un cargo en SABILAPY SAS, tendrá que asistir en las fechas de selección y posterior contratación como así se establece, tener en cuenta la imagen y presentación, llevar la documentación requerida en el proceso tales como:

- Hoja de vida

- Fotocopia de la cedula de ciudadanía
- Certificación laboral

Capítulo II

Periodo de prueba

Artículo 3. Cuando el aspirante al cargo sea admitido en el proceso de selección se le estipulará un periodo de prueba con duración de un mes, de manera que se pueda evidenciar si es apto para el cargo y logra desempeñar las funciones asignadas, según se establece en el artículo 76 del Código Sustantivo del Trabajo.

Capítulo III

Salario

Artículo 4. El salario será asignado según el contrato de prestación de servicios en el cual la empresa no está sujeta a pagar el salario mínimo mensual vigente, el salario se asignará según los deberes realizados por el trabajador y en común acuerdo con el empleador, así mismo, la empresa no deberá pagar prestaciones sociales al trabajador.

Capítulo IV

Deberes de los trabajadores

Artículo 5. Los trabajadores de Sabilapy SAS deben cumplir con los deberes estipulados a continuación:

- a) Mantener una buena conducta dentro y fuera de los establecimientos de la empresa.
- b) Hacer uso de la vestimenta establecida por la organización.
- c) Tener un trato cordial y de respeto con todos los miembros de la empresa.
- d) Velar por su seguridad a través de medidas de cuidado en la realización de las tareas a ejecutar.
- e) Mantener la limpieza e higiene en el área de trabajo.
- f) Acatar las órdenes de sus superiores con el respeto que estos se merecen.
- g) Entablar buena comunicación con los demás de manera que permita generar un ambiente laboral más agradable.
- h) Realizara todas las tareas y actividades con total honradez.
- i) Comunicar a lo superiores cualquier situación que impida el desarrollo de los procesos.
- j) Realizar observaciones y quejas con total confianza y libertad con el fin de reforzar las relaciones laborales y la eficiencia de la empresa.

Capítulo V

Publicaciones

Artículo 6. El presente reglamento de trabajo será publicado en el correo electrónico de la organización, pagina web y redes sociales de la misma, de modo que todos los miembros puedan acceder al documento y cumplir con los lineamientos.

Capítulo VI

Estructura jerárquica

Artículo 7. La estructura jerárquica de la empresa contará con los cargos establecidos. (Ver figura 18)

Capítulo VII

Vigencia

Artículo 8. El reglamento será publicado por el empleador y entrará en vigencia a partir de la fecha de su publicación en los medios de la empresa, según el artículo 119 del Código Sustantivo de Trabajo.

Fecha: 21 de diciembre de 2022

Dirección: Avenida Circunvalar

Ciudad: Ocaña

Departamento: Norte de Santander

Teléfono: 3166408380

Director Ejecutivo: Sindy Paola Caballero Ramírez

Correo: Spcaballeror@ufpso.edu.co

4.3.9 Requisitos legales

SABILAPY se creará por constitución de SAS (Sociedad por acciones Simplificada) dadas las múltiples ventajas que ofrece, como la independencia para ejecutar las leyes dentro de la organización, no requiere tantos documentos y tramites, además no se necesita una suma de dinero para su creación y es de responsabilidad limitada, es decir, los socios responden hasta el monto de sus aportes, por lo que el patrimonio de los socios no se verá afectado en ninguno de los casos. Bajo este criterio, se tendrá en cuenta lo dispuesto en la ley 1258 de 2008 la cual establece:

La sociedad por acciones simplificada se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, en el cual se expresará cuando menos lo siguiente:

- 1o. Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
- 2o. Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”; o de las letras S.A.S.;
- 3o. El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- 4o. El término de duración, si este no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.

5o. Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.

6o. El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse.

7o. La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal. (Congreso de la República de Colombia, La ley 1258, 2008, artículo 5)

Teniendo en cuenta que la empresa manejará contratos por prestación de servicios, se registrará por lo establecido en la ley 80 de 1993 en la cual se decreta lo siguiente:

Son contratos de prestación de servicios los que celebren las entidades estatales para desarrollar actividades relacionadas con la administración o funcionamiento de la entidad. Estos contratos sólo podrán celebrarse con personas naturales cuando dichas actividades no puedan realizarse con personal de planta o requieran conocimientos especializados. En ningún caso estos contratos generan relación laboral ni prestaciones sociales y se celebrarán por el término estrictamente indispensable. (Congreso de la República de Colombia , 1993, artículo 32)

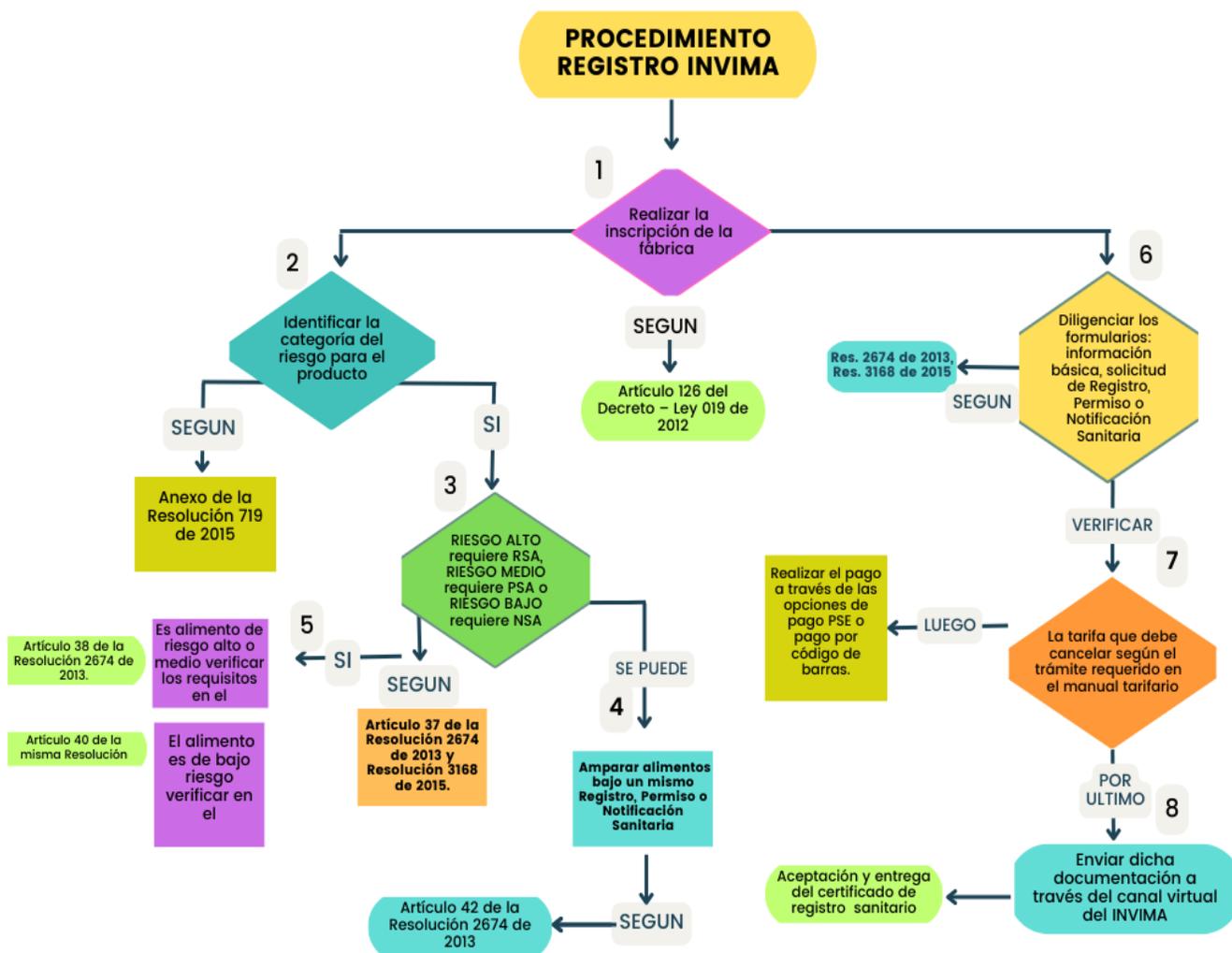
En cuanto a los requerimientos que la empresa debe cumplir en materia sanitaria verificada por el Invima para productos cosméticos y de consumo, se tendrá en cuenta lo

establecido en la ley 2120 del 2021 en la cual se habla de ciertos puntos específicos que son esenciales al momento de operar en la organización, haciendo mención a nivel general estos son:

- Se hará uso debido y regulado de los recursos naturales según lo establecido por el Ministerio de Salud.
- Se hará uso responsable de los residuos sólidos, manteniendo el orden y la limpieza, evitando así, la contaminación del medio ambiente.
- Se velará por la seguridad del personal de la organización a través de la prevención de accidentes, brindando un espacio libre de cualquier objeto que pueda ser nocivo.
- Los trabajadores gozarán de un ambiente fresco y tranquilo, con adecuada ventilación y comodidad.
- La empresa contará con el debido botiquín de primeros auxilios con los elementos necesarios para atender un posible accidente de menor gravedad.
- Se solicitará el permiso sanitario ante la autoridad competente con el fin de obtener la licencia que permita elaborar y comercializar los productos.
- Los equipos y utensilios utilizados en los procesos se mantendrán con la higiene y limpieza necesaria evitando así problemas sanitarios.
- Se contarán con los equipos de refrigeración suficientes para evitar la descomposición de los productos elaborados por la empresa.
- No se permiten animales de manera que no afecten la higiene de los productos.
- Para las envolturas de los productos se hará uso de las permitidas por el Ministerio de Salud, las cuales contarán con la marca propia de la empresa.

- Los productos de la empresa para la venta contendrán las Leyendas requeridas por el Ministerio de Salud, en donde se especificará el nombre del producto, fabricante, dirección, contenido neto, ingredientes y registro industrial.
- Se hará uso de los medios publicitarios con responsabilidad y total verdad, sin hacer uso de publicidad engañosa.
- Las personas que hagan manipulación de los productos deberán estar libres de enfermedades contagiosas que puedan afectar la salud de los consumidores.
- Los vehículos utilizados para el transporte de los productos contarán con el equipo necesario para conservarlos en excelente estado hasta su entrega al consumidor final. (Congreso de la República de Colombia , 2021)
- A continuación, se relaciona el proceso legal que realizará la empresa ante el INVIMA:

Figura 19
 Mapa de procesos



4.4 Realizar un análisis de los recursos económicos necesarios y un estudio financiero con el fin de determinar los costos, precio, ingresos y la viabilidad financiera de este proyecto.

4.4.1 Gastos de Funcionamiento.

Para determinar los gastos de funcionamientos que incurrirán en la producción y comercialización de los productos en SABILAPY SAS inicialmente se realizó un análisis y evaluación de los elementos necesarios de muebles y enseres, elementos de oficina, cómputo y comunicación realizando cotizaciones en dos páginas web, Amazon y Homecenter, tomando aquellos de menor valor, como se detalla a continuación.

4.4.2 Muebles, equipos y enseres.

Con respecto a los requerimientos de equipo muebles y enseres se encuentran detallados en la tabla 5 y se tomaron los precios menores, que se encuentran relacionados en la siguiente tabla.

Tabla 20*Muebles equipos y enseres*

Cant.	Articulo	Valor unitario	Valor total
1	Horno deshidratante	\$89,900	\$ 89.900
1	Molino eléctrico	\$75.178	\$ 75.178
1	Refrigerador	\$849.900	\$ 849.900
2	Cuchillos	\$3.000	\$ 3.000
Total		\$1.017.978	\$ 1.017.978

4.4.3 Elementos de oficina.

En la siguiente tabla se detalla lo necesario, en elementos de oficina, que requerirá la empresa, los valores que observan en la tabla fueron tomados de las cotizaciones realizadas en la tabla número 6 aplicando las de menor valor.

Tabla 21*Elementos de oficina*

Cant.	Articulo	Valor unitario	Valor total
2	Mesas	\$124.900	\$248.180
4	Set Sillasx4	\$376.549	\$376.549
Total		\$501.449	\$624.729

4.4.4 Equipos de cómputo y comunicación.

En lo que respecta a la necesidad de equipos de cómputo y comunicación, se mencionan en la siguiente tabla.

Tabla 22

Equipo de cómputo y comunicación

Cant.	Artículo	Valor unitario	Valor total
1	Computador	1,078,006	1,078,006
1	Teléfono inalámbrico	50.900	50.900
Total		1.128.906	1.128.906

4.4.5 Gastos de personal.

En lo referente al personal necesario para la operatividad de la empresa, se relacionan a continuación, se realizarán contratos por OPS (prestación de servicios), de la siguiente manera:

Tabla 23*Gastos de personal*

Área	Empleados requeridos	Salario
Área administrativa	Gerente	\$1.500. 000
Área contable	Contador	\$600.000
	Operario producción	\$900. 000
Área de producción	Operario de empaque	\$900.000
Área de almacenamiento y despacho de pedidos	Operario de distribución	\$500. 000
Área de ventas	Vendedor	\$800.000
Total		\$5.200.000

4.4.6 Otros gastos de funcionamiento.

Existen otros gastos de funcionamiento que incurren en la ejecución de los procesos dentro de la organización, y que se encuentran detallados a continuación. Los valores relacionados en cada columna corresponden a valores aproximados ya que no se pueden realizar cotizaciones exactas debido a que estos pueden variar dependiendo de la cantidad de gasto que incurre en la empresa.

Tabla 24*Otros gastos de funcionamiento*

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Arrendamiento	\$1.500.000	\$18.000.000
Servicios públicos (Agua, luz)	\$250.000	\$3.000.000
Transporte	\$40.000	\$40.000
Útiles de aseo	\$20.000	\$240.000
TOTAL	\$1.810.000	\$21.720.000

4.4.7 Ingresos

4.4.7.1 Ingresos Operacionales. Para obtener el valor de los ingresos operacionales de SABILAPY SAS, de manera anual, se tomó como base la cantidad de productos que se ofertaran 22.555-22.449 (ver tabla 2) y el precio de venta unitario \$3.231 y \$1.153 la multiplicación de estos, da como resultado los ingresos para el año 1, y a partir de ahí se proyectó al 5% cada año, teniendo en cuenta que se recibirá lo equivalente a la cantidad de productos que se ofertarán, proyectada en el mismo valor en la tabla número 2, como se muestra:

Tabla 25*Proyección de los ingresos operacionales*

Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cant. de pulpa de aloe vera	\$ 22.555	\$ 23.682	\$24.867	\$26.110	\$27.415
Valor	\$ 3.231	\$ 3.392	\$3.562	\$3.740	\$3.927
Cant. de polvo de aloe vera	\$ 22.449	\$23.571	\$24,750	\$25.987	\$27.286
Valor	\$ 1.153	\$1.210	\$1.271	\$1.334	\$1.401
Total	\$98.758.902	\$103.696.847	\$108.881.689	\$114.325.773	\$120.042.062

4.4.8 Depreciación.

La depreciación de los activos nos muestra el desgaste que tendrán estos en un determinado tiempo, dicho tiempo fue establecido teniendo en cuenta lo estipulado para cada uno de ellos, tomando la sumatoria de cada uno de ellos se obtuvo el valor inicial, aplicando el porcentaje correspondiente de depreciación durante los 5 años siguientes aplicando el método de línea recta de la siguiente manera:

Tabla 26*Proyección de los ingresos operacionales*

ITEM	Valor	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles equipos y enseres (10%) 10 años	\$1.017.978	\$101.797	\$101.797	\$101.797	\$101.797	\$101.797
Elementos de oficina (20%) 5 años	\$624.729	\$124.945	\$124.945	\$124.945	\$124.945	\$124.945
Equipo de cómputo y comunicación (20%) 5 años	\$1.128.906	\$225.781	\$225.781	\$225.781	\$225.781	\$225.781
Depreciación acumulada	\$2.771.613	\$452.523	\$905.046	\$1.357.569	\$1.810.092	\$2.262.615

4.4.9 Balance inicial

Tabla 27

Balance inicial

		Balance inicial	
		SABILAPY S.A.S	
ACTIVOS			
Activo corriente			
Disponible			
Banco			
Inventario		\$3.371.265	
Productos terminados	\$3.371.265		
Total activo			\$3.371.265
Activo no corriente			
Muebles, equipos y enseres	\$1.017.978		
Elementos de oficina	\$ 624.729		
Equipos de cómputo y comunicación	\$ 1.128.906		
Publicidad	\$50.000		
Arrendamiento	\$1.500.000		
Servicios	\$250.000		
Total Activo No Corriente		\$4.571.613	
TOTAL ACTIVOS			\$7.942.878
PASIVOS			
Pasivo Corriente			
Obligaciones financieras	0		
Total Pasivo Corriente			
PATRIMONIO			
Aportes Sociales		\$7.942.878	
Total patrimonio			
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO			\$7.942.878

4.4.10 Estado de resultados proyectado.

Tabla 28

Estado de resultados proyectado

Ítem	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos operacionales	\$99.644.737	\$104.626.973	\$109.858.322	\$115.351.238	\$121.118.800
Costo de ventas	\$40.466.395	\$42.489.714	\$44.614.200	\$46.844.910	\$49.187.156
Total Ingresos	\$59.178.342	\$62.137.259	\$65.244.122	\$68.506.328	\$71.931.644
Gastos de funcionamiento	\$2.827.978	\$2.969.377	\$3.117.846	\$3.273.738	\$3.437.425
Gastos de Personal	\$40.800.000	\$42.840.000	\$44.982.000	\$47.231.100	\$49.592.655
Total gastos	\$43.627.978	\$45.809.377	\$48.099.846	\$50.504.838	\$53.030.079
Utilidad Bruta	\$15.550.364	\$16.327.882	\$17.144.276	\$18.001.490	\$18.901.565
Depreciación	\$452.523	\$452.523	\$452.523	\$452.523	\$452.523
Utilidad antes de impuestos	\$15.097.847	\$15.852.733	\$16.645.370	\$17.477.638	\$18.351.520
Impuestos 25%	\$3.788.551	\$3.977.979	\$4.176.878	\$4.385.722	\$4.695.008
Utilidad Neta	\$11.309.296	\$11.874.761	\$12.468.499	\$13.091.924	\$13.746.520

4.4.11 Flujo de caja

Tabla 29

Flujo de caja

Ítem	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$59.178.342	\$62.137.259	\$65.244.122	\$68.506.328	\$71.931.644
Gastos	\$43.571.613	\$45.750.193	\$48.037.703	\$50.439.588	\$52.961.567
Flujo de caja	\$15.550.364	\$16.327.882	\$17.144.276	\$18.001.490	\$18.901.565

4.4.12 Evaluación Económica.

4.4.12.1. Valor presente neto (VPN).

$$VPN = \sum \frac{\text{Flujo Neto de Caja}}{(1+i)^n}$$

Donde:

I= Tasa de interés estimada

n= Número de años

$$VPN = \frac{15.550.364}{(1+0.15)^1} + \frac{16.327.882}{(1+0.15)^2} + \frac{17.144.276}{(1+0.15)^3} + \frac{18.001.490}{(1+0.15)^4} + \frac{18.901.565}{(1+0.15)^5}$$

$$VPN = \frac{15.550.364}{1.15} + \frac{16.327.882}{1.3225} + \frac{17.144.276}{1.520875} + \frac{18.001.490}{1,74900625} + \frac{18.901.565}{2.011357188}$$

$$VPN = 13.522.055 + 12.346.224 + 11.272.639 + 10.292.410 + 9.397.418$$

$$VPN = \$56.830.746$$

Teniendo en cuenta lo anterior, dentro de 5 años el proyecto valdrá \$54.946.842 lo que significa que es favorable para la organización,

4.4.12.2 Razón costo beneficio (RCB).

$$RCB = \frac{\text{Valor Presente Neto}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$RCB = \frac{\$56.830.746}{\$7.942.878}$$

$$RCB = 7.12$$

Lo anterior indica que la inversión inicial será recuperada 6.97 veces durante los primeros cinco años de funcionamiento, lo cual representa que el proyecto será viable.

4.4.12.1 Tasa interna de retorno. (TIR)

Inversión inicial= VPN

$$\$7.942.878= \$56.830.746$$

Para realizar la determinación se tienen en cuenta dos tasas (t1 y t2):

Tasa 1: 20%

$$VPN= \frac{15.550.364}{(1+0.20)^1} + \frac{16.327.882}{(1+0.20)^2} + \frac{17.144.276}{(1+0.20)^3} + \frac{18.001.490}{(1+0.20)^4} + \frac{18.901.565}{(1+0.20)^5}$$

$$VPN= \frac{15.550.364}{1.2} + \frac{16.327.882}{1.44} + \frac{17.144.276}{1.728} + \frac{18.001.490}{2,0736} + \frac{18.901.565}{2.48832}$$

$$VPN= 12.958.636+11.338.806+9.921.456+8.686.096+7.596.115$$

$$VPN= \$ 50.501.109$$

Tasa 2: 12%

$$VPN= \frac{15.550.364}{(1+0.12)^1} + \frac{16.327.882}{(1+0.12)^2} + \frac{17.144.276}{(1+0.12)^3} + \frac{18.001.490}{(1+0.12)^4} + \frac{18.901.565}{(1+0.12)^5}$$

$$VPN= \frac{15.550.364}{1.12} + \frac{16.327.882}{1.2544} + \frac{17.144.276}{1.404928} + \frac{18.001.490}{1,57351936} + \frac{18.901.565}{1.762341683}$$

$$VPN= 13.884.253+13.016.487+12.202.957+11.440.272+10.725.255$$

$$VPN= \$61.269.224$$

Para hallar la TIR, se realiza la interpolación:

$$\left[\begin{array}{l} \$50.501.109 -- 20\% \\ \$7.942.878 --- x \\ \$61.269.224 --- 12\% \end{array} \right]$$

$$\begin{aligned} \$50.501.109 - \$7.942.878 &= \$42.558.231 \\ \$50.501.109 - \$61.269.224 &= \$-10.768.115 \end{aligned}$$

$$20\% - 12\% = 8\%$$

$$\frac{x}{8} = \frac{42.558.231}{-10.768.115}$$

$$= (-10.768.115 (x)) = (42.558.231(8))$$

$$X = \frac{340.465.848}{-10.478.489}$$

$$X = 32,49\%$$

Con el resultado arrojado se puede determinar que este proyecto de inversión es viable para hallar la TIR se hizo una interpolación en la cual se utilizaron dos tasas, una del 20% y otra del 8%, determinando así que la Tasa Interna de Retorno fue de 32,49%

4.5. Hacer un estudio socio ambiental con el fin de prevenir y mitigar los impactos sociales y ambientales asociados al proyecto en ejecución y lograr un desarrollo sostenible del mismo.

4.5.1 Impacto social.

Con la implementación de SABILAPY se generará un gran impacto positivo en la en la región, gracias a la generación de nuevos empleos que ayudará a mejorar la calidad de vida del personal vinculado, y de aquellos campesinos que serán proveedores de la materia prima, así mismo la creación de productos completamente naturales ayudarán a la población al consumo de productos altamente saludables y de alta calidad con los que se espera tener buena aceptación en el mercado local.

4.5.2 Impacto ambiental.

Teniendo en cuenta que la empresa utilizará productos naturales para sus procesos de fabricación, no generará impactos altamente negativos con el ambiente, de igual manera, se busca en lo posible mitigar el impacto producido por la demás actividades que vinculan la organización, los desechos se clasificaran de acuerdo con la separación de materiales en lugares estratégicos para que sean almacenados por el personal contratado en la ciudad para esta labor, igualmente se vinculará y apoyará las campañas que busquen concientizar y enseñar buenas prácticas de preservación del medio ambiente. Se implementará un sistema de gestión ambiental con el fin de promover el uso eficiente de los recursos, así mismo, todos los registros contables y de pedidos se manejarán

automáticamente con el objetivo de no producir desechos de papel altamente contaminantes.

Capítulo 5. Conclusiones

A partir del estudio de mercado realizado se pudo determinar que la empresa tendrá una buena aceptación en la región gracias a que actualmente hay poca variedad de productos a base de Aloe Vera en la localidad y existe una gran demanda, por lo que es una buena oportunidad para entrar al mercado de los productos naturales y así abarcar el mercado insatisfecho.

En base al estudio técnico realizado se pudo determinar lo referente a materiales y personal que necesita la organización para operar, conociendo cuanto le cuesta a la empresa producir, y el mejor precio para ofertar estos productos al mercado de manera que la empresa obtenga los beneficios que le permiten hacerse rentable en el tiempo.

Gracias al estudio administrativo realizado se estableció la estructura organizacional de la empresa y el direccionamiento estratégico que permitirá ser más eficiente en el cumplimiento de los objetivos propuestos inicialmente por la organización

Con el estudio financiero realizado, se pudo determinar que el proyecto será económicamente viable, puesto que, se pudo observar que la producción proyectada es suficiente para cubrir la totalidad de los gastos de funcionamiento, recuperando el capital de inversión en un plazo menor a 5 años, obteniendo utilidades rentables que aumentaran considerablemente a partir del segundo año de operatividad de la empresa, lo que finalmente se concluye en que si es factible la creación de la empresa.

En cuanto al estudio socio ambiental, se tiene que la empresa causará un gran impacto positivo al ser socialmente responsable, teniendo en cuenta las medidas planteadas en beneficio de la comunidad, y las estrategias formuladas para disminuir los efectos de la contaminación al medio ambiente.

Capítulo 6. Recomendaciones

Teniendo en cuenta el impacto positivo que generan los proyectos de inversión al desarrollo económico, es importante continuar con la realización de estudios de factibilidad en la ciudad de Ocaña, con el fin de crear empresas que contribuyan al crecimiento de la región por medio de la generación de empleo y el mejoramiento de la calidad de vida de las personas.

Dado la importancia de la responsabilidad social empresarial que deben tener las organizaciones, es primordial que los nuevos emprendimientos cumplan con las normas ambientales necesarias para evitar daños al medio ambiente, así mismo, participar activamente en causas sociales y garantizar la integridad y seguridad de los clientes y consumidores por medio de productos o servicios de alta calidad.

Se recomienda crear proyectos junto con los agricultores que cultivan la Sábila en Ocaña y sus alrededores, esto con el fin de incentivar la producción, y mejorar así la calidad de la materia prima, que, a su vez, también influye en la calidad del producto final, por otra parte, la empresa se vinculará con los campesinos ayudando a mejorar la calidad de vida, mediante la implementación de nuevas técnicas en la producción.

Referencias

- Argota Vega , L. E. (14 de Diciembre de 2017). *Tecnología* . Estudio de factibilidad económica : <https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2017/12/Art4-1.pdf>
- Arquidiosis de Bogotá. (10 de Agosto de 2020). *Arquidiosis de Bogotá*. Decálogo para que los niños cuiden el medio ambiente: <https://arquibogota.org.co/centro-de-informacion/articulos/decalogo-para-que-los-ninos-cuiden-el-medio-ambiente>
- Bacca Urbina , G. (18 de Mayo de 2012). *Escuela de Organización Industrial*. Lideres en el mercado: <https://www.eoi.es/blogs/annymarlenypelaez/>
- Bazarrá, L. (2015). *Nozomi networks*. Conservación y medio ambiente para niños: <https://docplayer.es/6902006-Conservacion-y-medio-ambiente-para-ninos-menores-de-5-anos-laura-barraza.html>
- Camará de comercio de Ocaña. (Enero de 2022). *Constitución de SAS*. <https://www.camaraocana.com/>
- Carrascal Ortiz, F. (2020). *U.D.C.A.* Potencial agroindustrial en Colombia del Aloe Vera : <https://repository.udca.edu.co/bitstream/handle/11158/3437/monograf%C3%ADa%20Fabio%20Carrascal%20%28documento%20FINAL%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Centro de formación técnica para la industria . (02 de Diciembre de 2020). *Aula 21*. <https://www.cursosaula21.com/que-es-la-impresion-3d/>
- Colegio Agustina Ferro. (s.f.). Bases de datos . Ocaña .
- Congreso de la República de Colombia . (1971). *Decreto 410 de 1971* . Por el cual se expide el Código de Comercio. Diario Oficial No. 33.339 del 16 de junio de 1971: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_comercio.html

Congreso de la República de Colombia . (1991). *Constitución Política de la República de Colombia*. En ejercicio de su poder soberano, representado por sus delegatarios a la Asamblea Nacional Constituyente, invocando la protección de Dios, y con el fin de fortalecer la unidad de la Nación.Gaceta Constitucional No. 116 de 20 de julio de 1991:http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991.html

Congreso de la República de Colombia . (1993). *Ley 80 de 1993*.Por la cual se expide el Estatuto General de Contratación de la Administración Pública. Diario Oficial No. 41.094 de 28 de octubre de 1993:
http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0080_1993.html

Congreso de la República de Colombia . (2000). *Ley 950 del 2000*.Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa.Diario Oficial No. 44.078 de 12 de julio 200:
http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0590_2000.html

Congreso de la República de Colombia . (2006). *Ley 1014 de 2006*. De fomento a la cultura del emprendimiento.Diario Oficial No. 46.164 de 27 de enero de 2006:
http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html

Congreso de la República de Colombia . (2021). *Ley 2120 del 2021*. Por medio de la cual se adoptan medidas para fomentar entornos alimentarios saludables y prevenir enfermedades no transmisibles y se adoptan otras disposiciones.Diario Oficial No. 51.751 de 30 de julio de 2021:
http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_2120_2021.html

Congreso de la República de Colombia. (1991). *Constitución política de Colombia*.
Obtenido de en ejercicio de su poder soberano, representado por sus delegatarios a

la Asamblea Nacional Constituyente, invocando la protección de Dios, y con el fin de fortalecer la unidad de la Nación. Gaceta Constitucional No. 116 de 20 de julio de 19:

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991.html

Congreso de la República de Colombia. (2008). *Ley 1258 de 2008*. Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada. Diario Oficial No. 47.194 de 5 de diciembre de 2008:

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1258_2008.html

Congreso de la República de Colombia. (2016). *Ley 1780 de 2016*. Por medio de la cual se promueve el empleo y el emprendimiento juvenil, se generan medidas para superar barreras de acceso al mercado de trabajo y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial No. 49.861 de 2 de mayo de 2016:

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1780_2016.html

Evolución digital . (04 de Noviembre de 2019). *Evolución*. Impresión UV:

<https://evolutiondigital.es/impresion-uv-led-sobre-rigidos-decoracion-y-personalizacion-objetos/>

Gaviria, C. I., & Sanchez, J. E. (2017). *Estudio prospectivo estratégico para la empresa arca distribuciones S.A.S*. Obtenido de

<https://bdigital.uexternado.edu.co/server/api/core/bitstreams/18287894-f470-47b4-a30b-809f60251c8d/content>

Inecol. (2021). *Gobierno de Mexico*. Roedores, enemigos o aliados del ecosistema :

<https://www.inecol.mx/inecol/index.php/es/2017-06-26-16-35-48/17-ciencia-hoy/462-los-roedores-enemigos-o-aliados-de-los-ecosistemas>

Kotler, P. (2002). *UDLAP*. Plan de marketing :

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/flores_c_jd/capitulo2.pdf

Minagricultura. (Septiembre de 2018). *Minagricultura*. Obtenido de Cadena se Sábila:

<https://sioc.minagricultura.gov.co/Sabila/Documentos/2018-09-30%20Cifras%20Sectoriales.pdf>

Nothingad . (14 de Junio de 2020). *Tecnología digital*.

<https://nothingad.com/blog/tecnologia-digital-para-tu-estrategia-de-marketing-digital/>

Osorio Hernández , E. (15 de Enero de 2020). *Ciencia UANL*. Obtenido de Revista de

divulgación científica y tecnológica : <https://cienciauanl.uanl.mx/?p=9681>

Pérez , A. (23 de Marzo de 2021). *OBS* .Estudio financiero :

<https://www.obsbusiness.school/blog/estudio-financiero-en-que-consiste-y-como-llevarlo-cabo>

René Moreno, G. (16 de Mayo de 2019). *Revista Investigación y Negocios*. Aproximación crítica a la teoría económica propuesta por Schumpeter:

http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2521-27372019000200006#:~:text=El%20desarrollo%20econ%C3%B3mico%20de%20Schumpeter,los%20Factores%20T%C3%A9cnicos%20y%20Sociales.

Robbins, T. (2005). *Universidad del BÍO*. Actualización de la estructura organizacional:

http://repobib.ubiobio.cl/jspui/bitstream/123456789/2723/1/Rojas_Luis_Jos%C3%A9.pdf

Sánchez Amaya , D. L. (1 de Enero de 2016). *Universidaa La Salle*. Análisis de

oportunidades comerciales para el gel de Aloe Vera:

https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1188&context=administraction_agronegocios

Sapag Chain, N. (2008). *Universidad Nacional de Cordoba*. Formulación y evaluación de proyectos técnicos: https://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf

Serrano Plazas , J. E. (04 de Noviembre de 2021). *EMPRESAR*. Estudio administrativo y legal : <http://empresar.blogspot.com/p/estudio-administrativo-y-legal.html>

Universidad Europea. (30 de Agosto de 2022). *Universidad Europea*. El desarrollo socioafectivo en la educación infantil:

<https://universidadeuropea.com/blog/desarrollo-socioafectivo-educacion-infantil/>

Valencia , J. A. (Junio de 2015). *Revista San gregorio*. Formación de hábitos iniciales para el cuidado del medio ambiente:

<https://centroinvestigacionusgp.files.wordpress.com/2015/08/revista-san-gregorio-nc2ba-9.pdf>

Xpen . (Octubre de 2019). *Programas de animación*. Obtenido de <https://www.xpen.es/forum-835.html>

Apéndices

Apéndice A Encuesta

Objetivo: Identificar la viabilidad para la creación de una empresa de productos naturales SABILAPY en la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

1. ¿Utiliza productos a base de Aloe Vera?
 - a. Si
 - b. No
 - c. Si su respuesta es No, ¿por qué? _____

2. ¿Con que fin a utilizado productos a base de Aloe Vera?
 - a. Cosméticos
 - b. De consumo
 - c. Medicinales

3. ¿Con que frecuencia adquiere usted productos a base de Aloe Vera?
 - a. Diariamente
 - b. Semanalmente
 - c. Mensualmente

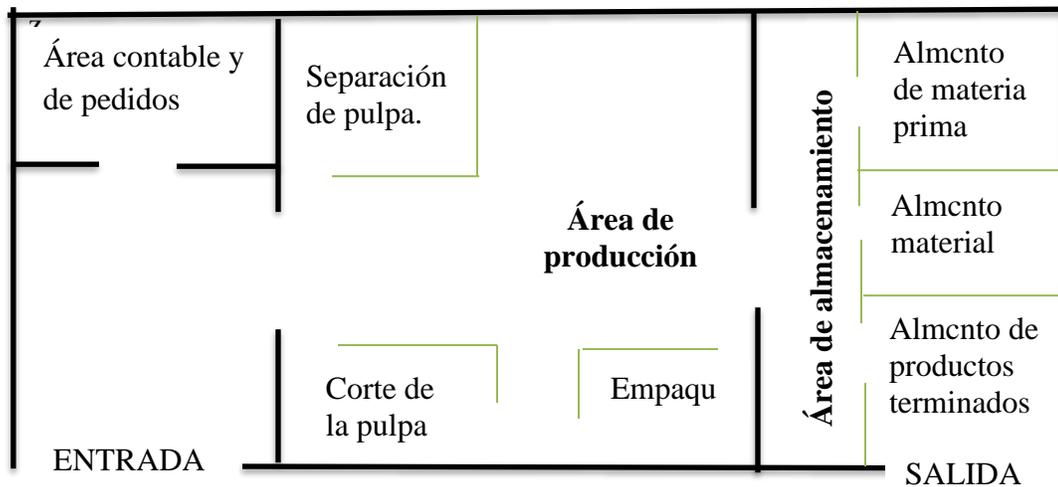
4. ¿Qué productos naturales a base de Aloe Vera conoce usted?
 - a. Shampoo
 - b. Cremas corporales
 - c. Mascarillas
 - d. Jabones
 - e. Bebidas
 - f. Helados

5. ¿Al momento de usted comprar productos naturales, que aspectos tiene en cuenta?
 - a. Precio
 - b. Calidad

- c. Servicio al momento de la compra
 - d. Practico y fácil de usar
6. ¿En qué lugar usted adquiere normalmente los productos naturales?
- a. Droguerías
 - b. Tiendas naturistas
 - c. Tiendas de barrio
 - d. Supermercados
7. ¿Le gustaría que en Ocaña existiera una empresa dedicada a la producción de productos a base de Aloe Vera?
- a. Si
 - b. No
8. ¿A través de que medio le gustaría recibir información sobre los productos de la empresa SABILAPY?
- a. Redes sociales
 - b. Anuncios publicitarios
 - c. Correo
 - d. Radio
 - e. Otro
9. ¿Le gustaría adquirir un producto de pulpa de sábila 100% natural y pura?
- a. Si
 - b. No
10. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una pulpa de Aloe Vera?
- a. 3.000 – 4.000
 - b. 4.000 – 5.000
 - c. 5.000 – 6.000
11. ¿Compraría usted un sachet de Aloe Vera en polvo para el uso de mascarillas?
- a. Si
 - b. No

12. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un sachet de Aloe Vera en polvo?
- 1.000 – 2.000
 - 2.000 – 3.000
 - 3.000 – 4.000
13. ¿Que otro tipo de productos a base de Aloe Vera le gustaría que se implementaran en SABILAPY?
- Cremas corporales
 - Mascarillas faciales
 - Mascarillas capilares
 - Shampoo
 - Jabones

Apéndice B Planta de producción



Apéndice C Punto de Venta

