

**ESTUDIO DE VIABILIDAD DE PRODUCCIÓN DE PLANTAS AROMÁTICAS EN
EL CORREGIMIENTO DE PUENTE VÉLEZ PARTE RURAL DE JAMUNDÍ,
PARA SU COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN EN LOS
SUPERMERCADOS DE LA CIUDAD DE CALI.**

ENRIQUE ANTONIO ARCILA HERRERA

GINETH GUZMÁN SALAZAR

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2014

**ESTUDIO DE VIABILIDAD DE PRODUCCIÓN DE PLANTAS AROMÁTICAS EN
EL CORREGIMIENTO DE PUENTE VÉLEZ PARTE RURAL DE JAMUNDÍ,
PARA SU COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN EN LOS
SUPERMERCADOS DE LA CIUDAD DE CALI.**

ENRIQUE ANTONIO ARCILA HERRERA

GINETH GUZMÁN SALAZAR

**Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar por el título
de administrador de empresas.**

DIRECTOR:

DIEGO MONTENEGRO

Ingeniero Químico

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2014

NOTA DE ACEPTACIÓN

Proyecto de Grado aprobado por la Facultad de Ciencias Empresariales De la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium, válido Como requisito parcial para optar al Título de Administrador de Empresas.

Presidente del jurado

Jurado

Jurado

Santiago de Cali, 18 Noviembre 2014

AGRADECIMIENTOS

A mis maestros que le dedicaron mucho tiempo a realizar las respectivas correcciones a este trabajo, DIEGO MONTENEGRO, LUIS MARIO GUERRERO y WEIMAR CANO, gracias a la labor que ellos realizaron para poder culminar este proyecto.

A Dios, mi mamá y papá que me han apoyado en todos los aspectos, motivándome a cumplir mis metas y dándome su apoyo incondicional.

ENRIQUE ANTONIO ARCILA H.

A Dios, mis padres por el apoyo el apoyo incondicional, a mi hijo que es mi mayor motivación, a mi esposo por su apoyo y comprensión, y a mi compañero Enrique Antonio Arcila, por el acompañamiento y el entusiasmo.

GINETH GUZMÁN SALAZAR

DEDICATORIA

A mi mamá y papá dándome su apoyo incondicional en todos los aspectos, motivándome a continuar con mis metas y a ser una mejor persona para la comunidad.

ENRIQUE ANTONIO ARCILA

Primeramente a Dios por haberme dado la oportunidad de tener unos padres maravillosos que con su amor esfuerzo y dedicación hicieron de mi la persona que soy, a mi hijo Samuel que es mi motor de vida por quien lucho cada día para brindarle un mejor futuro, a mi esposo por su amor apoyo y comprensión

GINETH GUZMÁN SALAZAR

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION	
1	CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.21
1.1	TÍTULO DEL PROYECTO21
1.2	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN.....21
1.3	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN21
1.3.1	Planteamiento del Problema21
1.3.2	Formulación del Problema:22
1.3.3	Sistematización del Problema:22
1.4	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN23
1.4.1	Objetivo General23
1.4.2	Objetivos Específicos.....23
1.5	JUSTIFICACIÓN24
1.6	MARCO DE REFERENCIA.....25
1.6.1	Marco Teórico25
1.6.2	Marco Conceptual28
1.6.3	Referente Legal40
1.7	ASPECTO METODOLÓGICO.43
1.7.1	Tipo de estudio43
1.7.2	Método de investigación43
1.7.3	Métodos de Recolección de la Información44
1.7.4	Fuentes de información y técnicas de recolección.....45
2	ESTUDIO DE MERCADO.....47
2.1	ANÁLISIS DEL MERCADO47
2.2	ANÁLISIS DEL SECTOR.....49
2.3	ESTRUCTURA DEL MERCADO51

2.3.1	Análisis de la demanda	51
2.3.2	Muestreo	53
2.3.3	Diseño de la encuesta.....	54
2.3.4	Análisis de datos de la encuesta.....	56
2.3.5	Análisis de la Oferta	62
2.4	CLIENTES.....	63
2.4.1	Servicio al cliente.	63
2.4.2	Características del producto	65
2.5	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	76
2.6	ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	79
2.6.1	Posicionamiento del producto:	79
2.6.2	Estrategia de comercialización:	79
2.6.3	Estrategia de las cuatro "P"	80
2.6.4	Estrategias de distribución.	82
2.6.5	Estrategia de Promoción Y Comunicación.....	82
2.6.6	Estrategias de Publicidad.....	83
2.7	POLÍTICAS DE SERVICIO	84
2.7.1	Políticas de pago.....	84
2.7.2	Políticas de garantía	85
2.7.3	Políticas de distribución	85
2.8	TÁCTICAS DE VENTA	85
3	ESTUDIO TÉCNICO	87
3.1	CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO.....	88
3.1.1	Características a realizar en los diferentes procesos del proyecto:	88
3.1.2	Información de adquisición de materias primas.	91
3.1.3	Información de la etiqueta producto.....	92
3.1.3	Ficha Técnica Del Producto	92
3.1.4	Ficha Técnica Del Proceso Productivo	94

3.1.5	Presentación del producto	97
3.2	ESTUDIO OPERATIVO.....	97
3.2.1	Diagrama del proceso.....	101
3.3	MACRO-LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	102
3.3.1	Zona Geográfica	104
3.3.2	Acciones para evitar la contaminación del medio ambiente.....	104
3.3.3	Condiciones sociales y culturales	105
3.4	MICRO-LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	107
3.4.1	Localización urbana, sub-urbana o rural	108
3.4.2	Transporte del personal	109
3.4.3	Policía y bomberos.....	110
3.4.4	Costo de los terrenos	110
3.4.5	Condiciones del suelo del sitio	111
3.5	ANÁLISIS DOFA.....	111
3.6	FICHA TÉCNICA DEL PROYECTO.....	113
4	<i>ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y LEGAL</i>	<i>114</i>
4.1	DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	114
4.1.1	Misión:.....	115
4.1.2	Visión:	115
4.1.3	Política de calidad:.....	115
4.1.4	Valores Corporativos:.....	115
4.1.5	Filosofía de Trabajo	116
4.2	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	116
4.2.1	Descripción de los Cargos.....	118
4.3	RECLUTAMIENTO DE PERSONAL.....	124
4.3.1	Solicitud de empleo:	124
4.3.2	Selección	124

4.3.3	Entrevista:	125
4.4	PROCESO DE CONTRATACIÓN.....	127
4.5	CONTRATACIÓN.....	128
4.5.1	Inducción De Personal	129
4.6	PROCESO DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO DEL PERSONAL	130
4.6.1	Capacitación:	130
4.7	DESARROLLO DEL PERSONA.....	131
4.7.1	Planes de Incentivos	131
4.8	MARCO LEGAL.....	132
4.8.1	Tipos de sociedad	132
4.8.2	Trámites Para El Funcionamiento De Una Empresa.....	133
4.8.3	Tipos De Contratos A Realizar En La Empresa	136
5	ESTUDIO FINANCIERO.....	138
5.1	INVERSIÓN INICIAL.....	139
5.1.1	Depreciación	139
5.2	BALANCE INICIAL.....	141
5.2.1	Balance Inicial Sin Financiación.....	141
5.2.2	Balance Inicial Con Financiación	141
5.2.3	Balance inicial sin financiación.....	142
5.2.4	Balance inicial con financiación	143
5.3	Parámetros Económicos.....	144
5.3.1	Parámetros laborales.....	145
5.3.2	Parámetros de Cargos y Salarios	145
5.3.3	Parámetros Recaudos y Pagos	146
5.3.4	Parámetros de Gastos de Administración y Ventas.....	146
5.3.5	Parámetros de Costos	148

5.4	AMORTIZACIÓN EN PESOS	150
5.5	LEASING FINANCIERO	150
5.6	DEMANDA	153
5.7	PROYECCIÓN DE NOMINA	154
5.8	PROYECCION DE VENTAS Y COSTOS EN PESOS	154
5.9	ESTADOS DE RESULTADOS.....	154
5.9.1	Estado de Resultados Sin Financiación en Pesos.....	155
5.9.2	Estado de Resultados Con Financiación en Pesos.....	155
5.10	FLUJO DE CAJA	161
5.11	BALANCE GENERAL.....	164
5.12	RAZONES FINANCIERAS.....	166
5.12.1	Indicadores Financieros Sin Financiación.....	166
5.12.2	Indicadores Financieros Con Financiación	168
5.13	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	169
5.14	PUNTO DE EQUILIBRIO	170
	CONCLUSIONES.....	171
	RECOMENDACIONES.....	172
	BIBLIOGRAFÍA.....	173

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1 Inversión Inicial En Pesos	140
Cuadro 2 Depreciación en pesos	141
Cuadro 3 Balance inicial sin financiación.....	142
Cuadro 4 Balance inicial con financiación	143
Cuadro 5 Parámetros Económicos	144
Cuadro 6 Parámetros laborales	145
Cuadro 7 Cargos y Salarios	145
Cuadro 8 Pagos y Recaudos.....	146
Cuadro 9 Parámetros de Gastos de Administración y Ventas.....	147
Cuadro 10 Costos de producción.....	148
Cuadro 11 costos directos	149
Cuadro 12 costos indirectos.....	149
Cuadro 13 Amortización en Pesos	151
Cuadro 14 Leasing Financiero.....	152
Cuadro 15 La Demanda	153
Cuadro 16 Nomina Administración y Ventas.....	156
Cuadro 17 Nomina Producción.....	157
Cuadro 18 Ventas y Costos.....	158
Cuadro 19 Estados de Resultados Sin Financiación.....	159
Cuadro 20 Estados de Resultados Con Financiación	160
Cuadro 21 Flujo de Caja Sin Financiación.....	162

Cuadro 22 Flujo de Caja Con Financiación	163
Cuadro 23 Balance general sin Financiación	164
Cuadro 24 Balance general con Financiación.....	165
Cuadro 25 Razones sin Financieras.....	167
Cuadro 26 Razones con Financieras	168
Cuadro 27 Análisis De Sensibilidad	169
Cuadro 28 Punto de Equilibrio.....	170

LISTA DE GRÁFICOS

Grafico 1 Importaciones mundiales de plantas medicinales (Ton).	48
Grafico 2 Producción por Departamentos en Ton/N° encuestas.....	49
Grafico 3 ¿Vende plantas aromáticas frescas?	56
Grafico 4 De las plantas aromáticas relacionadas ¿cuáles vende en su negocio?.....	57
Grafico 5 En orden de importancia ¿cuáles de las siguientes plantas son las que más venta presenta en su negocio?.....	58
Grafico 6 ¿Cuántos paquetes de 100gr venden semanalmente?	59
Grafico 7 El proveedor al que usted le compra mercancía le recibe averías?	60
Grafico 8 ¿Qué porcentaje de la compra normalmente sale para cambio (averías).?.....	61

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Demanda del producto.....	52
Tabla 2 Ficha técnica de la encuesta.	54
Tabla 3 Diseño de la Encuesta.....	55
Tabla 4 ¿Vende plantas aromáticas frescas?.....	56
Tabla 5 De las plantas aromáticas relacionadas ¿cuáles vende en su negocio?.....	57
Tabla 6 En orden de importancia ¿cuáles de las siguientes plantas son las que más venta presenta en su negocio?.....	58
Tabla 7 ¿Cuántos paquetes de 100gr venden semanalmente?	59
Tabla 8 El proveedor al que usted le compra mercancía le recibe averías? .	60
Tabla 9 ¿Qué porcentaje de la compra normalmente sale para cambio (averías).?.....	61
Tabla 10 Análisis del competidor N° 1	77
Tabla 11 Análisis de la competencia.....	78
Tabla 12 Precios de sus productos.....	80
Tabla 13 Lista de precios de las plantas.....	81
Tabla 14 Medios publicitarios.....	83
Tabla 15 lista de costo de semillas	91
Tabla 16 Dotación de personal	99
Tabla 17 Equipos de trabajo	100
Tabla 18 Análisis DOFA.....	112
Tabla 19 Ficha técnica del negocio.....	113

Tabla 20 Cargos y Salarios	118
Tabla 21 Perfil Cargo Gerente General y Finanzas.	119
Tabla 22 Perfil del cargo Secretaria	120
Tabla 23 Perfil Cargo Jefe de Campo	121
Tabla 24 Perfil Cargo Trabajador de campo.	122
Tabla 25 Reglamento de seguridad industrial.....	123
Tabla 26 Ventajas de las SAS	132
Tabla 27 Listado de trámites y servicios	135

LISTA DE IMÁGENES

Imagen 1 Logo de presentación del producto.....	97
Imagen 2 Diagrama de procesos	101
Imagen 3 Ubicación del área de producción	106
Imagen 4 Distribución de Planta.....	107
Imagen 5 Localización Urbana del sitio de realización del proyecto	108
Imagen 7 Organigrama	117

RESUMEN

En este proyecto se ha identificado la oportunidad de aprovechar un territorio apto para el desarrollo de cultivos de plantas aromáticas; actualmente las ventas en el mercado de este producto en Colombia (medicinales, aromáticas y comestibles), están entre los 8 y los 10 millones de dólares anuales, donde los principales consumidores son todas las personas que han adquirido conciencia acerca de las propiedades saludables de las plantas y encuentran en estos productos un beneficio adicional. El estudio comprende un análisis técnico de los procesos productivos, un estudio de mercado y finalmente el estudio financiero. (Humboldt, 2001)

Palabras claves: proceso de producción, mercado, plantas aromáticas, salud, conciencia, consumo y beneficios.

ABSTRACT

This project has identified an opportunity to leverage a caters for crop development, aromatic territory; sales currently on the market for this product in Colombia (medicinal, aromatic and edible) are between 8 and 10 million annually, where the main consumers are all people who have been sensitized about the healthy properties of the plants found in these products an additional benefit. The study includes a technical analysis of production processes, market research and finally the financial study. (Humboldt, 2001)

Keywords: production process, market, herbs, health, awareness, consumption and profits.

INTRODUCCIÓN

La creación de empresas es a no dudarlo una vía de desarrollo económico y social para cualquier comunidad siendo las pymes las que más ventajas tienen tales como el trato personalizado:, en comparación con las grandes empresas, mejor atención al cliente poder estar más cerca de sus clientes, lo que les permite conocer mejor sus necesidades, gustos y preferencias, y, de ese modo, poder ofrecerles una mejor atención, mejor acceso a información del mercado: el tamaño de su mercado y la cercanía con sus clientes, permite a las pymes conocer mejor a su público objetivo y estar al tanto de los nuevos cambios que surgen en mercado. (Elías, 2014)

El presente proyecto se realiza con la intención de hacer un estudio para creación de una empresa que permita el aprovechamiento de los recursos disponibles, tales como el suelo, condiciones climáticas y la mano de obra calificada. Tales como la gran diversidad de plantas que se dan en el valle del cauca debido a sus condiciones climáticas las cuales son variables y aptas para la producción de una gran variedad de fauna, también utilizar el recurso humano dado por la gran cantidad de población campesina que habita en la región.

El estudio contempla alternativas viables tales como el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad del sector, brindando empleo, aportando con el mejoramiento de la tierra debido que es un cultivo y el municipio de Jamundí está desempeñando un proyecto de cultivos, esto con el fin de que la población campesina ubicada en los alrededores de las áreas de Puente Vélez corregimiento de Jamundí, donde se llevara a cabo la realización de este proyecto en un terreno de propiedad de los socios que consta de 85.000 m² equivalentes a 9 hectáreas y así se puedan obtener condiciones de calidad y bienestar para la comunidad, con el cual puedan generar el sustento económico para suplir todas sus necesidades y brindándoles un bienestar social para ellos y sus familias.

El proyecto del cultivo de plantas aromáticas nace de la necesidad de generar empleo a los habitantes del corregimiento de Puente Vélez parte rural de Jamundí,

donde se generaran las condiciones adecuadas para crear un cultivo de dichas plantas. El producto final se distribuirá a los supermercados ubicados en la ciudad de Cali tales como: Comfandi, La 14, Éxito, Súper inter, Merca mío y Mercar; donde la demanda del producto en el exterior según el Ministerio de Agricultura, Colombia exporta anualmente cerca de 1200 toneladas de estas plantas; que debido a sus principales sustancias pueden ayudar a mejorar algunas dolencias de la población, actualmente las ventas en el mercado de este producto en Colombia (medicinales, aromáticas y comestibles), están entre los 8 y los 10 millones de dólares anuales, donde los principales consumidores son todas las personas que han adquirido conciencia acerca de las propiedades saludables de las plantas y encuentran en estos productos un beneficio adicional. (Humboldt, 2001)

El canal de distribución será productor – supermercado, lo nuevo de este producto es el empaque ya que preserva más la vida del producto y por ser nuevos en el mercado, se ingresarán competidores donde se espera ser elegidos por el cliente frente al producto de la competencia; con estas dos herramientas se esperan conseguir los objetivos propuestos.

Con este estudio nos proponemos a cumplir en el Capítulo uno con la identificación de una oportunidad de realizar este proyecto, donde se muestra que con él se brindará empleo y se aportará un poco a la disminución del desempleo del país, así se brindará un gran apoyo a la reforestación de acuerdo a un proyecto que está desarrollando el municipio donde se llevará a cabo dicho proyecto.

En el desarrollo del proyecto se plantea los objetivos específicos de la siguiente manera:

En el Capítulo 2 se pueden observar los estudios de las tendencias del mercado con sus respectivos análisis, realizando un estudio donde se pretende cumplir con el siguiente objetivo específico donde se elaborará un estudio de mercado, que permita identificar los clientes potenciales, competencia, nivel de aceptación del producto, proveedores, demanda, oferta.

En el Capítulo 3 se puede observar las características del producto, los procesos de producción en donde se plantea cómo será la realización de cada uno de ellos las fases de cosecha, la información del producto, cada uno de los puntos que contiene la información que lleva la etiqueta, su localización geográfica en donde estarán ubicados los cultivos, las debilidades, oportunidades, amenazas y fortalezas. Donde se pretende cumplir con el siguiente objetivo específico donde se formulará un estudio técnico operativo, que permita identificar el tamaño del negocio, la planta y la utilización adecuada de materiales e insumos.

En el Capítulo 4 Este capítulo se permite reconocer cuales son los elementos necesarios para la creación de una empresa a nivel organizacional, siendo un proceso que aplica conocimientos y métodos para ayudar a las organizaciones a crear la capacidad de cambiar y mejorar su efectividad, obtener un mejor desempeño y un nivel más alto de calidad de vida laboral. Donde se pretende cumplir con el siguiente objetivo específico y se Planteara un estudio organizacional, que permita identificar una buena estructura, los cargos necesarios, cualidades, competencias, además de procesos legales necesarios.

En el Capítulo 5 tiene por objeto determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto, los costos totales de operación del proceso productivo y el monto de los ingresos que se aspira recibir en cada uno de los períodos de vida útil. Donde se pretende cumplir con el siguiente objetivo específico donde se realizara un estudio financiero, que permita identificar el capital inversión inicial y fuentes de financiamiento necesarias, además de los costos y gastos necesarios.

1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

1.1 TÍTULO DEL PROYECTO

Estudio De Viabilidad De Producción de plantas aromáticas en el corregimiento de puente Vélez parte rural de Jamundí, para su comercialización y distribución en los supermercados de la ciudad de Cali.

1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Emprendimiento.

1.3 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.3.1 Planteamiento del Problema

Surge la idea de crear un proyecto que contribuya con el mejoramiento de la salud de las personas a base de plantas aromáticas, las cuales cuentan con propiedades curativas, culinarias y cosméticas, por ser cien por ciento naturales, sin tener ningún tipo de perseverantes, químicos ni aditivos; actualmente las ventas en el mercado de este producto en Colombia (medicinales, aromáticas y comestibles), están entre los 8 y los 10 millones de dólares anuales, donde los principales consumidores son todas las personas que han adquirido conciencia acerca de las propiedades saludables de las plantas y encuentran en estos productos un beneficio adicional. (Humboldt, 2001)

Con este proyecto se busca beneficiar a la población de Puente Vélez, teniendo en cuenta que cada vez hay más desplazamientos forzosos por grupos armados al margen de la ley, generando desempleo y mayor cantidad de personas en situación de indigencia.

Se quiere reinsertar a la vida laboral, a aquellas personas cuyos derechos humanos fundamentales les han sido vulnerados y a quienes han sido víctimas del conflicto armado de esta zona, se busca aprovechar el potencial y la experiencia de los campesinos para el cultivo.

1.3.2 Formulación del Problema:

¿Cuál es la viabilidad de producción de plantas aromáticas en el corregimiento de puente Vélez parte rural de Jamundí, para su comercialización y distribución en los supermercados de la ciudad de Cali?

1.3.3 Sistematización del Problema:

- ¿Cómo elaborar un estudio de mercado, que permita identificar los clientes potenciales, competencia, nivel de aceptación del producto, proveedores, demanda, oferta, para la comercialización de plantas aromáticas en los supermercados de la ciudad de Cali?
- ¿Cómo formular un estudio técnico operativo, que permita Identificar las materias primas, operaciones unitarias requeridas para la elaboración del producto, los equipos y las adecuaciones necesarias por la planta (certificaciones de invima).?
- ¿Cómo plantear un estudio organizacional, que permita identificar una efectiva estructura, los cargos necesarios, cualidades, competencias, además de procesos legales necesarios, para la realización del cultivo de plantas aromáticas en el corregimiento de puente Vélez zona rural de Jamundí, para la ciudad de Cali?
- ¿Cómo diseñar un estudio financiero, que permita identificar el capital inversión inicial y fuentes de financiamiento necesarias, además de los costos y gastos necesarios, para la realización del cultivo de plantas aromáticas en el corregimiento de puente Vélez zona rural de Jamundí, para la ciudad de Cali?

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo General

Estudiar la viabilidad de la creación de una empresa dedicada a la Producción de plantas aromáticas en el corregimiento de puente Vélez parte rural de Jamundí, para su comercialización y distribución en los supermercados de la ciudad de Cali.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Elaborar un estudio de mercado, que permita identificar los clientes potenciales, competencia, nivel de aceptación del producto, proveedores, demanda, oferta, para la realización de una empresa dedicada a la Producción de plantas aromáticas en el corregimiento de puente Vélez parte rural de Jamundí, para su comercialización y distribución en los supermercados de la ciudad de Cali.
- Formular un estudio técnico operativo, que permita identificar el tamaño del negocio, la planta y la utilización adecuada de materiales e insumos para la realización de una empresa dedicada a la Producción de plantas aromáticas en el corregimiento de puente Vélez parte rural de Jamundí, para su comercialización y distribución en los supermercados de la ciudad de Cali.
- Plantear un estudio organizacional, que permita identificar una buena estructura, los cargos necesarios, cualidades, competencias, además de procesos legales necesarios, para la realización de una empresa dedicada a la Producción de plantas aromáticas en el corregimiento de puente Vélez

parte rural de Jamundí, para su comercialización y distribución en los supermercados de la ciudad de Cali.

- Realizar un estudio financiero, que permita identificar el capital inversión inicial y fuentes de financiamiento necesarias, además de los costos y gastos necesarios, para la realización de una empresa dedicada a la Producción de plantas aromáticas en el corregimiento de puente Vélez parte rural de Jamundí, para su comercialización y distribución en los supermercados de la ciudad de Cali.

1.5 JUSTIFICACIÓN

Las plantas aromáticas poseen grandes cualidades, las cuales son aprovechadas en la industria farmacéutica, cosmética, perfumería y culinaria. Estas traen grandes beneficios a la salud, algunas ayudan al buen funcionamiento digestivo, del hígado, son depurativas, antioxidantes otras ayudan a aliviar dolores de cabeza, menstruales, afecciones gastrointestinales, entre otros más.

Gracias a sus valores terapéuticos, digestivos y calmantes, las plantas aromáticas han sido usadas en forma de té, pero al encontrar en ellas sabores distintos, las han empezado a usar como bebidas que reemplazan el té regular sin efectos de cafeína, creando así nuevos y diferentes sabores, estas bebidas a base de plantas aromáticas, tienen la facilidad de consumirse en diversos climas, ya sea en frío o caliente.

Se cuenta con un terreno propio en el corregimiento de puente Vélez, el cual se pretende aprovechar por su condición climática aproximada de 20°C y humedad relativa del 80%, además de la mano de obra de los campesinos que habitan esta población, para realizar el cultivo de plantas aromáticas, las cuales son adaptables a este tipo de clima. (Restrepo et al., 2013)

1.6 MARCO DE REFERENCIA

1.6.1 Marco Teórico

PLANTAS AROMÁTICAS

El médico griego Hipócrates señaló las cualidades botánicas y curativas con gran precisión de las diversas plantas, en la edad media, solo eran cultivadas en pequeños huertos de los monásticos, pero el renacimiento enamorado de la antigüedad, descubrió toda la gama de hierbas y la gran importancia tanto culinaria como medicinal, cuando en el siglo XV Pisa y Papua empezaron a destacar por sus huertos de plantas aromáticas, Florencia no quiso quedarse y Cosme de Medicis dispuso inmediatamente la creación de jardines sencillos. El verde aromático adquirió pronto carácter de culto, ya que en definitiva aquellas plantas eran de gran utilidad para el cuerpo y para el espíritu, estas plantas forman parte de la cultura popular que han sabido encajarlas ya que todas tienen propiedades estimulantes para el apetito y la digestión, las excreciones digestivas, incluso el peristaltismo, son favorecidos por el uso de estos ingredientes. Estas propiedades dependen de su composición química, que varía según el grupo vegetal al que pertenece la planta aromática.

Las flores se emplean en la cocina desde tiempos inmemorables en culturas como la hindú o la griega, lo cual, no es de extrañar ya que más de un agradable sabor y olor, otorgan a los platos una inestimable belleza que los hace más atractivos.

Las plantas aromáticas han estado siempre relacionadas con Oriente y con el exotismo lo cierto es que la mayor parte proviene originariamente de oriente. El primer inicio de utilización de especies aromáticas fue durante la época edad de fuego cuando el hombre utilizaba ramas de determinadas especies para la cocción de sus alimentos, los humos aromáticos surgían a partir de la combustión de los aceites esenciales que estas plantas poseían, también desde esta época comienza la utilización de plantas aromáticas con fines medicinales, aplicando las mismas cenizas en heridas y zonas traumatizadas, el primer antecedente sobre el

cultivo de estas plantas se remonta a 3.000 años AC en China, donde se producen estas plantas para consumo y como moneda de intercambios con otros pueblos, en dicho año surgen las siguientes plantas: Ruibarbo, Acónito, Alcanfor, Albahaca, Ají (capsicum), Clavo de olor, Canela y Vainilla, posteriormente aparece el Azafrán. Con el tiempo se consagra la raíz de Ginseng como “panacea universal” (un mítico medicamento capaz de curar todas las enfermedades, o incluso de prolongar indefinidamente la vida, que fue buscada durante siglos, especialmente en la Edad Media).

Los egipcios en 2.300 años AC cultivaban ciertas hierbas y traían muchas otras de sus expediciones, es así como se encuentran entre sus antecedentes, líquidos perfumados, antisépticos y muchas sustancias que empleaban en el embalsamamiento de sus momias.

Los asirios y hebreos también cultivaron diversas plantas aromáticas, que utilizaban en forma de aguas aromáticas, tinturas y ungüentos.

Pero la fuente común para todos los descubrimientos posteriores a China, fue la India, durante el segundo período Brahmánico, donde se encuentra el origen de los extractos de Sándalos, Canela y Cardamomo.

Los Romanos importaban de África, España y Oriente, Pimienta, Canela, Jengibre y Cardamomo, Mirra, Goma arábiga, Adormidera, Semillas de Lino, Semillas de Ajonjolí, Semillas de Rábano, Miel de abejas, Colorantes y Especies. Desarrollaron durante esa época el uso de las hierbas medicinales aplicadas a seres humanos y animales (comienzo de la ciencia veterinaria).

Los nombres más conocidos en esta época fueron: Columela, Paladius, Plinio y Galeno, este último considerado el “Padre de la Farmacopea”.

Un gran paso lo dieron los árabes al distinguir Medicina de Farmacopea. Ellos fueron los grandes contribuyentes a la difusión en las costas del Mediterráneo, de diversas plantas medicinales y sus propiedades. También se debe a ellos los primeros cultivos de Azafrán, Manzanilla, Caña de azúcar, Arroz, Algodón y

Algarroba. Los alquimistas fueron los que impulsaron el arte de curar. También contribuyeron al mito de la infalibilidad. Mientras buscaban el elixir de la juventud, realizaban experimentos premonitorios de la ciencia médica investigadora actual. Estas plantas resultan de gran importancia para numerosas industrias, pudiendo

Mencionarse, entre otras, las dedicadas a la elaboración de productos alimenticios como caramelos, pastillas, helados, galletitas, bombones, masas, licores, cerveza, bebidas sin alcohol, vinos especiales, quesos, mantecas, salsas y condimentos.

También muchas de ellas se emplean en herboristería, solas o en mezclas, para preparar infusiones con propiedades diuréticas, colagogas, estomacales, sudoríficas, antiasmáticas, antidepresivas, sedativas, etc. (Grupo herbex, 2013)

Mediante la investigación de las diferentes teorías aplicables en la investigación de un proyecto nos encontramos con la planeación estratégica que se define como un proceso que permite a los dirigentes de una organización tomar decisiones sobre las mayores orientaciones de ésta, desde su misión hasta sus planes, tomando en cuenta entre otros aspectos:

- Los cambios del ambiente
- Las capacidades de la organización.
- Los valores de los dirigentes.

La planificación estratégica tiene como propósito establecer o actualizar la misión y los objetivos generales de la organización. Ayuda a los gerentes a desarrollar nuevas aptitudes y procedimientos para enfrentar la ruta a seguir en el futuro.

En la siguiente grafica podemos observar todo lo que cubre la planeación estratégica

De acuerdo a los que han usado el modelo estratégico se expone lo siguiente:

Modelo del diseño de la estrategia:

1. Determinación de la misión.
2. Matriz DOFA.

3. Formulación de la visión
4. Determinar Áreas de Resultados Claves.
5. Elaboración de los objetivos.
6. Definición de las estrategias.
7. Plan de acción.
8. Diseño organizativo.
9. Sistema de Control.

Es un modelo que se ajusta a los conocimientos que se han desarrollado e este estudio.

1.6.2 Marco Conceptual

Los términos o conceptos fundamentales para justificar información que se tratan en el proyecto entre la gran diversidad de plantas existentes, se encuentran las siguientes 45 plantas, las cuales son de mayor producción en el Valle del Cauca se relacionan a continuación: (Asonatura, 2013).

De las 45 plantas aromáticas que se relacionan a continuación se trabajaran solo 15 especies de estas las cuales las más apetecidas por el mercado por sus propiedades versátiles tales como: Albahaca, Caléndula, Cidròn, Cilantro De Montaña, Cimarrón, Hierba Buena, Jengibre, Laurel, Manzanilla, Orégano, Perejil Crespo Valluno, Perejil Liso Valluno, Romero, Tomillo, Toronjil. Las cuales brindan propiedades curativas, culinarias y cosméticas de acuerdo al uso que el cliente final tenga destinado para ellas.

Acedera Silvestre (*Rumex acetosa*): La acedera posee un alto contenido en hierro. Sus hojas son ligeramente diuréticas, abren el apetito y regulan la función del hígado y de la vesícula biliar. La raíz se utiliza como laxante inocuo. El jarabe se emplea en los casos de avitaminosis.

Ajedrea de Jardín (*Satureja hortensis*): Los tallos de la ajedrea contienen un aceite esencial que es astringente, desinfectante y estimulante. Se emplea en casos de trastornos gastrointestinales, es anti diarreica, y cura las náuseas y la hinchazón de vientre. Tiene propiedades afrodisíacas.

Albahaca (*Ocimum Basilicum*): La albahaca es una planta herbácea anual de tallo ramificado. Puede llegar a medir hasta medio metro de altura, con hojas opuestas, ovales y apuntadas de color verde, con flores blancas. La planta se puede cultivar al aire libre o en maceta en suelos ricos. Se seca después de su floración, por lo que conviene cortar las flores apenas aparecen, de esta manera se las puede utilizar hasta dos años. Esta planta originaria de Cerdeña es muy apreciada por provenzales e italianos que la toman fresca. Se lleva muy bien con las pastas, ensaladas, tomate, berenjenas y calabacín y es el ingrediente principal de la sopa "pistou", un plato típico de la Provenza francesa. La albahaca fresca resulta deliciosa en la ensalada de patatas y judías y en los platos de pollo y conejo. También se usa para preparar el pesto, una salsa que se prepara con hojas frescas de albahaca, aceite de oliva, piñones y una punta de ajo y que sirve para acompañar los platos de pasta. Si aderezamos con albahaca fresca, es mejor desmenuzarla y añadirla en el último momento. Picarla o cocinarla demasiado estropea su intenso sabor. La albahaca tiene la propiedad de ser antiespasmódica, digestiva y estimulante. Favorece la digestión y el espasmo, de tipo gástricos, siendo muy útil en los casos de gastritis la planta de hiato, se pone en infusión un puñado de hojas frescas, aproximadamente unos 15g por un litro de agua. Tomar 3 tazas al día después de las comidas.

Alcaparra (*Capparis spinosa*): La alcaparra es un arbusto perenne de raíz leñosa y ramificaciones erguidas, divididas en la parte superior, con hojas

circulares de color verde y flores rosadas. Crece en lugares soleados. La Alcaparra es diurética, desobstruyente de la vesícula biliar, depurativa, antihemorroidal y está muy indicada para luchar contra la fragilidad capilar. La decocción se emplea contra las aftas bucales.

Áloe Vera (Áloes Vulgaris): Se le atribuyen propiedades anti bacterianas, anti fúngicas (contra los hongos) y anti virales. El gel transparente que se encuentra adentro de su hoja carnosa, es empleado como tratamiento casero de emergencia en quemaduras, heridas y eritema solar. El Áloe contiene por lo menos dos compuestos activos que disminuyen los niveles de azúcar en sangre y su extracto también se utiliza en pacientes con hipoglucemia.

Anís Dulce (Pimpinella anisum): Es muy aromática. Esta planta es herbácea anual y puede llegar a medir hasta 50 cm de altura. Es de tallo erguido ramificado y con hojas basales partidas y pequeñas flores blancas que dan lugar a frutos de forma oval. La esencia del anís entra en la composición de infusiones carminativas y es un potente antiespasmódico que estimula la acción de las glándulas endocrinas. Sus extractos alcohólicos poseen excelentes virtudes expectorantes.

Apio: Es muy utilizado como un adelgazante natural; esto está relacionado con las propiedades, tanto diuréticas y digestivas que presenta esta planta. De esta forma, el apio facilitaría la eliminación de líquidos acumulados en el organismo y además, ayudaría a regular la digestión.

Artemisa (Artemisa vulgaris): Es muy fácil de cultivar. Sus propiedades medicinales se conocen desde la antigüedad. La artemisa es una planta vivaz de porte cespitoso, con un tallo anguloso de color rojizo cubierto de hojas alternas muy recortadas y flores de color amarillo. La Artemisa se utiliza como planta amarga, aromática, estomáca, digestiva y anticonvulsiva. Se emplea contra los trastornos nerviosos, los insomnios y el tratamiento de la menstruación.

Berro de Agua (nasturtium officinalis): El berro de agua crece en lugares húmedos, tanto en la llanura como en montañas, es una planta herbácea perenne

con tallo rastrero de hasta 80 cm, de altura y hojas de color verde claro acorazonadas, con flores de color blanco en forma de racimo. Se emplea como infusión en la proporción de 1 o 2 cucharadas por cada taza de agua y tomándose 3 tazas al día para aumentar el apetito y tratar los trastornos digestivos y vesiculares.

Berro de Jardín (*Lepidium sativum*): El berro de jardín es una planta anual de tallo erguido que puede llegar a medir hasta medio metro de altura, dividida en la parte superior en ramificaciones floridas. Las inflorescencias son racimos compuestos que sostienen pequeñas flores de color blanco rojizo. Debido al alto contenido vitamínico de sus hojas (vitamina C) puede tomarse como infusión, a razón de una cucharadita por cada taza de agua hirviendo, para combatir los procesos gripales y catarros.

Borraja (*Borrago officinalis*): La borraja crece en forma óptima en suelos bien tratados y nitrogenados, se han obtenido ejemplares de hasta 1,30m. Es una planta anual cubierta de pelos blanquecinos y tallo ramificado con hojas ovaladas. En el extremo superior del tallo aparecen cimas sueltas de flores azules. Dejando secar los tallos floridos, se puede tomar como infusión contra las afecciones de las vías respiratorias, la tos, la ronquera, los catarros bronquiales y calma el sistema nervioso. Exteriormente combate las erupciones cutáneas.

Caléndula (*Marygold*): Empleada en remedios homeopáticos comerciales en la actualidad. Contiene entre otros, saponinas, flavonoides, precursores de la vitamina A y compuestos esteroides. Se le atribuyen propiedades como astringente, antiespasmódica, antiséptica, fungicida y antiinflamatoria. Utilizada para baños de asiento en el tratamiento de las hemorroides y en fomentos en picadura de abejas e inflamaciones de la piel. También se aplica en lavados de los senos para-nasales cuando hay infección (sinusitis), así como en lavados vaginales. Se agrega también a platillos de pescado para darles un sabor especial.

Cedrón: Como tranquilizante es aconsejable preparar una infusión. Ponga a hervir un litro de agua. Tome dos tazas por día. También es un excelente sedante, por lo que si sufre de insomnio es el mejor remedio que pueda utilizar.

Ciboulette (*Allium schoenoprasum*): Tiene propiedades estimulantes, diuréticas y antisépticas, además de un elevado contenido en vitamina C. Acelera la formación de jugos gástricos, estimula el apetito y baja ligeramente la tensión arterial.

Cola de Caballo (*Horse tail*): Contiene sílica, alcaloides, flavonoides, saponinas, potasio, magnesio y manganeso. Utilizada como diurético, para las hemorragias, como tónico para el corazón y los pulmones, es antiinflamatoria y cicatrizante de los tejidos. Se utiliza como ayuda para el sangrado menstrual abundante y para fortalecer el cabello y las uñas por su contenido de sílica que promueve la regeneración de tejido conectivo. Se debe de tomar en pequeñas dosis, no tomarla por más de un mes porque puede ser irritante para los riñones. Se puede utilizar como infusión en prácticas externas de la piel, en forma de compresas mojadas para heridas como los herpes, eccemas, llagas en la boca y úlceras. Se aconseja a los deportistas y personas mayores que padecen de dolores articulares y ayuda a favorecer la flexibilidad de los tendones y de las paredes vasculares. Como propiedades terapéuticas la cola de caballo es rica en potasio, selenio, sílice y calcio, por eso es muy beneficiosa en la estructura ósea del organismo. Es diurética y se emplea para estimular las funciones renales. Corta las hemorragias por sus propiedades como remineralizante y hemostática, depura la sangre y regenera las células muertas.

Comino (*Cuminum syminum*): De un intenso aroma, el comino es una planta anual de 30 cm a 1 m de altura, con hojas lancinadas, que sostiene un número reducido de flores de pétalos blancos o rosados. Se puede tomar como infusión digestiva a base de menta, manzanilla, limón, sal, azúcar y agua de tamarindo. La esencia de comino se obtiene por destilación de frutos triturados.

Eneldo (*Enethum graveolens*): Es una planta de tipo anual de tallo ramificado que llega a medir hasta 1m de altura, con pequeñas flores amarillas. Los frutos están formados por 2 aquenios ovales adheridos por su cara ventral que es lisa, y están rodeadas por un ala de color claro. El eneldo presenta una acción carminativa, limita la acumulación de gases en el cuerpo y favorece su eliminación. La adición de una pequeña cantidad de frutos a las infusiones es aperitiva y calma los nervios.

Estragón (*Artemisa dracunculus*): Es una planta muy ramificada, con flores amarillentas, herbácea perenne, con ramificaciones erguidas (que pueden alcanzar a lo sumo 1 m) dispuestas en capítulos cilíndricos pequeños que forman mazorcas compactas. Se utiliza fresco o seco en la confección de salsas como vinagretas o bearnesa y combina bien con las ensaladas, los huevos, el pollo y los crustáceos. Con el vinagre de estragón se hace una mayonesa excelente para ensalada de patatas o pollo. Se utiliza sobre todo para revalorizar los alimentos de sabor poco definidos. Favorece la digestión y es un gran diurético.

Eucalipto: Para su aplicación anticatarral se puede tomar un eficaz baño de vapor, poniendo en una palangana un puñado de hojas y vertiendo encima un litro de agua hirviendo. Para aprovechar el vapor hay que colocar una toalla sobre la cabeza, aspirando sobre la palangana durante unos minutos; enjuagar la cara con agua fría y repetir la operación unos cuantos minutos más.

Genciana (*Gentiana lutea*): La genciana es una planta herbácea perenne, de raíz fuerte y hojas elípticas. Posee un tallo erguido y liso que puede llegar a medir hasta 1 m de altura, hojas ovales puntiagudas y con nervios, y flores de color amarillo. Las semillas de color pardo están comprimidas. Para su uso en herboristería hay que recolectar las raíces y ponerlas a secar inmediatamente en un horno a 50/60 °. Se emplea para estimular las secreciones gástricas y cumple también una acción tónica sobre el hígado y la vesícula biliar.

Guasca: En Colombia se utiliza como una planta de especia en la sopa de ajíaco. También puede utilizarse como ingrediente en ensaladas.

HIERBA DE LOS CANÓNIGOS (*Valerianella locusta*): Se trata de una planta herbácea anual de tallos ramificados que suelen llegar a medir 30 cm de altura, con hojas alargadas que presentan una nervadura característica, posee pequeñas florcillas blancas o azuladas.

Hierba buena (*Mentha spicata*): Es una planta que desprende un fuerte aroma, es anual perenne, y algunos ejemplares suelen llegar a medir hasta 60 cm de altura, posee un conjunto de rizomas entrelazados subterráneos, de los que nacen numerosos tallos con hojas lanceoladas, dentadas y de color verde, además de flores de color violeta. Debido a esta propiedad es muy útil para tratar casos de diarrea, tanto en niños como en adultos, también resulta recomendada su aplicación para aliviar cólicos estomacales. Además, la planta de la hierbabuena posee propiedades carminativas, ya que favorece la eliminación de gases acumulados en el tubo digestivo, resultando muy útil para tratar casos de meteorismo y flatulencias. La hierbabuena posee propiedades antidismenorreicas, por lo cual resulta muy recomendada para tratar menstruaciones que presenten un dolor excesivo.

Hinojo (*Foeniculum vulgare*): Toda la planta desprende un fuerte aroma. Es bianual de hasta 2 m de altura, de tallo erguido, estriado y ramificado, forma pequeñas flores amarillas. Acompaña habitualmente al pescado. Fresco combina bien con las sardinas. Los cangrejos de río, hervidos con agua y abundantes ramitas de hinojo, quedan deliciosos. Seco se puede añadir a sopas, ensaladas y rellenos. Se recolecta silvestre y cuanto más calor hace más fragante es su perfume. Es diurético, estimulante y, digestivo y está muy indicado contra los gases y los catarros de estómago. Se prepara con una cucharadita de semillas para una taza de agua hervida. Beber dos a tres veces al día. Se aplica para aumentar la secreción de leche, para la digestión y por ser carminativa. Para aplicarlo como emenagogo, preparar 3 cucharadas soperas de frutos

desmenuzados, en un litro de agua hirviendo, durante un cuarto de hora. Beber de 2 a 3 tazas al día. Para catarros, endulzar con miel.

Hisopo (*Hyssopus officinalis*): El hisopo puede alcanzar unos 50 o 60 centímetros de altura, es una planta herbácea perenne, posee un tallo ramificado y leñoso con numerosos vástagos de hojas lanceoladas y flores azules. En infusión, el hisopo sirve para tratar las afecciones del aparato respiratorio, tos ferina, bronquitis y asma. También sirve en caso de inflamación de las vías urinarias, los riñones y la vesícula. Tiene un efecto moderador sobre la transpiración.

Jengibre (*Zingiber officinales*): Se utiliza para tratar problemas del aparato / como flatulencia (gas), vómito y náusea (utilizado en el mareo matutino de la mujer embarazada). Produce aumento del flujo de saliva y de la enzima salival amilasa que activa la acción peristáltica intestinal y el tono de los músculos de la pared intestinal.

Laurel: Las hojas frescas o secas se utilizan para dar sabor a sopas y caldos y para las salsas que requieren un largo tiempo de cocción, especialmente aquellas hechas con carne, ave y caza. También se utilizan en los caldos cortos de pescado o "fumets". Las hojas se retiran antes de servir. Una infusión hecha con sus hojas, mejora las dolencias del estómago y el riñón, y favorece la digestión. Infundir 3 ó 4 hojas por taza durante 10 minutos. Dos o tres tazas al día, antes o después de las comidas.

Lavanda (*Lavandula angustifolia*): La lavanda posee propiedades antiespasmódicas estimulantes, sedantes, carminativas y antisépticas. Se emplea como sedante suave, sobre todo en aplicaciones externas o en baños y compresas. Es ligeramente revulsivo.

Limoncillo: La infusión de limoncillo es excelente después de las comidas, es utilizado por pacientes hipertensos o con trastornos cardio circulatorios. Como expectorante y descongestionante del tracto respiratorio tomar una taza cada cuatro o seis horas. Muchos usos se han dado al **limoncillo**, se escucha de

utilizarlo en vómitos, acidez, dolor de cabeza, para bajar la fiebre, como antibacterial. En casa lo utilizamos como té después de cada comida y para curar gripe y tos.

Manzanilla (chamomile): Contiene salicilatos, glucósidos, cumarinas, taninos, flavonoides, ácido valeriánico, y azulenos. Se le atribuyen propiedades como antiinflamatoria, antiemética (contra el vómito), antiespasmódica y sedante. Utilizada en té como calmante del stress, insomnio y dolores menstruales. También en problemas digestivos e inflamación de los intestinos. Se aplica en fomentos para inflamaciones de la piel o pacientes que han recibido tratamiento con irradiación para el cáncer (ayuda en la regeneración celular). Se utiliza también en inhalaciones para inflamación de los senos para-nasales (sinusitis) y en fomentos para disminuir la inflamación de los párpados. En cólicos, colitis y mala digestión de origen nervioso: varias infusiones calientes producen alivio. Para el dolor de cabeza: hacer inhalaciones de vapor en agua hervida con flores secas. En irritabilidad de niños: añadir manzanilla al agua del baño. En irritación de ojos: lavarlos con infusión de flores secas y dejar compresas de algodón empapadas sobre los párpados durante algunos minutos.

Mejorana (Majorana hortensis): La mejorana, planta herbácea anual de tallo erguido y ramificado, puede medir unos 40 o 50 cm, posee hojas opuestas y ovaladas, y pequeñas flores en forma de racimos. Despide un fuerte y agradable perfume. Se emplea en infusión a razón de una cucharadita por cada taza de agua y es eficaz contra los trastornos digestivos, ya que estimula la producción de jugos gástricos y actúa como sedante del sistema nervioso.

Melisa (Melissa officinalis): Esta planta desprende un característico olor a limón, es herbácea perenne de tallo erguido que puede medir hasta 1 m de altura con hojas provistas de un largo pecíolo, opuestas y alargadas y flores de distintos colores dependiendo de la edad de la planta. Se emplea en el tratamiento del tratamiento de los trastornos gástricos y contra los catarros gastrointestinales. Al

igual que la manzanilla, la melisa es además espasmolítico y se emplea en infusión. Es uno de los ingredientes del Agua del Carmen.

Menta:(*Mentha piperita*): De agradable aroma, la menta es una planta perenne de unos 30 cm de altura, posee numerosos tallos con hojas pequeñas, lanceoladas, opuestas, apenas dentadas y flores agrupadas en espigas terminales de color violeta Esta refrescante planta estimula los sentidos y mejora el humor. Como infusión o té, ayuda a hacer la digestión, tratar resfriados y quitar el hipo. Sus hojas se pueden usar frescas o secas. Sin embargo, si se usan secas hay que usar la tercera parte. Por ejemplo, una cucharada de hojas de menta secas equivale a tres cucharadas de hojas de menta frescas.

Mostaza Blanca (*Sinapis alba*): Toda la planta está recubierta de vello, La mostaza blanca es una herbácea anual de tallo erguido de hasta 1 metro de altura muy ramificado, y que sostiene hojas grandes de hasta 25 cm alternas y alargadas, con flores de color amarillo dispuestas en forma de racimo. Se utiliza la harina de mostaza para cataplasmas y apósitos aplicados sobre las zonas afectadas por dolores reumáticos. Su acción consiste en rubificar la piel.

Naranja agrio: insomnio, nerviosismo, estrés (infusión de flores); dispepsias, inapetencia, indigestión, asma, gripe, resfríos, tos (cocimiento de la cáscara); fragilidad capilar. La infusión se prepara con 1 cucharada de flores para 1 litro de agua recién hervida, dejando reposar durante 5 minutos: beber 2 tazas en la tarde. La decocción (cocimiento) se prepara hirviendo 1 cucharada de cáscara en 1 litro de agua durante diez minutos: beber 1 taza 3 veces en el día.

Orégano:(*Origanum vulgare*): El orégano es una planta perenne de tallo erguido de hasta 40 cm de altura, cubierto de hojas opuestas y ovals de pequeño tamaño. Las hojas más grandes se encuentran en la parte inferior de la planta. En infusión se emplea para problemas asmáticos así como en digestivos. Asimismo, se le reconocen propiedades como anti flatulento, expectorante y antitusígeno. La

decocción usada en vía externa se utiliza como antiséptica, analgésica y cicatrizante.

Perifolio (*Anthriscus cerefolium*): Toda la planta, y especialmente la raíz cuando ha sido macerada en coñac, es un tónico, un expectorante suave y un estimulante de la digestión.

Planta De Los Canónigos (*Valerianella locusta*): Contiene vitaminas B y C en cantidades importantes y estimula la digestión, ejerciendo una acción calmante sobre el sistema nervioso y curando eficazmente la avitaminosis primaveral.

Poleo (*Mentha pulegium*): Es una planta muy aromática, perenne, que alcanza fácilmente los 40 cm de altura, con numerosos tallos de hojas oblongas, lanceoladas, arrugadas y de color verde; posee además flores agrupadas en espigas de color lila. Se utiliza en infusión contra el resfriado y la gripe y ayuda a la digestión. Se utiliza en inhalaciones contra el catarro, las inflamaciones de laringe y las bronquitis. Esparciéndolo en los armarios, se evitan las pulgas y las hormigas.

Romero (*Rosemary*): El romero es un arbusto leñoso perenne de porte rastrero ascendente, con hojas lineales opuestas de color verde en la parte superior y blanca en la inferior. Tiene un fuerte aroma penetrante. En el herbario de Banckes (1525) dice: "...Si hueles romero a menudo, te conservarás joven" Al romero se le atribuyen propiedades como astringente, antiséptico, estimulante de la circulación (mejora la memoria), ayuda a la digestión de la grasa (usado en productos para perder peso), utilizado también en la fabricación de shampoo anti-caspa y para oscurecer las canas. En platillos italianos de carne de puerco y cordero el romero es un condimento esencial. Se le atribuyen también propiedades como estimulante circulatorio, expectorante, antiespasmódico y antiséptico. Ayuda a romper a cúmulos de grasa en el cuerpo y es usado tópicamente en compresas, para aumentar el flujo sanguíneo a la zona. Las infusiones de romero son excelentes para tratar problemas relacionados con un mal funcionamiento del sistema digestivo. Es muy útil para mejorar la digestión y tratar casos de estreñimiento.

Debido a que el té de romero es muy suave puede ser utilizado tanto en adultos como en niños.

Ruda: (*Ruta graveolens*): Planta leñosa perenne de tallo ramificado con hojas alternas y lisas, con flores de color amarillo. Toda la planta posee abundantes glándulas y desprende un fuerte olor característico adelanta la menstruación, es estomacal y carminativa. Se toma una infusión de hojas de ruda para reanimar. Para combatir los parásitos intestinales, asociada al paico y al ajeno. Es aperitiva, usada en las fiebres y en los pasmos. Tener cuidado con altas dosis, produce taquicardias.

Aumenta la resistencia de capilares sanguíneos, evitando su ruptura. Rica en vitamina C. La dosis empleada debe ser corta, pues esta planta es tóxica. Ejerce una notable acción sobre las fibras musculares uterinas y a grandes dosis puede provocar el aborto.

RUIBARBO (*Rheum rhabarbarum*): Es una planta que se desarrolla en primavera, llega a medir hasta 1 metro, dotada de una raíz principal que forma prolongaciones laterales, con hojas muy grandes y acorazonadas. A principios de junio forman una gran inflorescencia con flores de color crema.

SALVIA (*Salvia officinalis*): La salvia, es un semi-arbusto vivaz de tallo ramificado cubierto de hojas perennes, opuestas, ovales, rugosas y de color verde. Alcanza hasta 80 cm de altura con flores de color violeta, rojo violáceo o blanco. Es muy aromática.

Tomillo: Es la planta preferida de los conejos y si uno tiene la suerte de tomar un conejo que ha correteado por el monte, notará el agradable sabor de su carne. La caza, la carne de ave y las carnes a la parrilla ganan con tomillo que se utiliza seco. Va bien con las salsas a base de tomate y también resulta muy agradable mezclada con romero y laurel. En medicina, le llaman el antibiótico de los pobres. Está recomendado en infecciones de las vías respiratorias al calmar la tos; también estimula la circulación capilar. Condimento gastronómico, combina a la perfección con el pescado y las verduras, así como con el cordero o el pollo.

Utilizándose para aromatizar vinagres y aceites, o para adobos y salsas. (Uso interno). El Tomillo activa la circulación y el sistema nervioso. (Uso externo). Es tónico y energizante en el nivel físico, mental y emocional. Mejora la memoria. (Uso interno).

VALERIANA (*Valeriana officinalis*): Capaz de alcanzar 1,5 m de altura, de flores blancas o rojizas pequeñas, la valeriana es una planta herbácea vivaz de numerosas raíces con el interior hueco y una pequeña cepa de la que brota un tallo anguloso con hojas opuestas y pinnadas.

VERDOLAGA (*Portulaca oleracea*): La verdolaga tiene tallos de 30 cm de largo. Es una planta anual, rastrera. En los suelos húmedos puede alcanzar 1 m de diámetro. Sus hojas son alargadas y flores de color blanco, amarillento o rojo.

1.6.3 Referente Legal

La Constitución Política de 1991, en su artículo 2, consagra en sus principios, como fines esenciales del Estado: “facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la nación”, reconociendo y protegiendo la diversidad étnica y cultural de la nación colombiana. Es obligación constitucional del Estado y de las personas proteger las riquezas culturales y naturales de la nación, principio recogido en la Ley General de Cultura. (PEREZ ESCOBAR, 1991)

El Plan Nacional de Cultura 2001-2010: “Hacia una ciudadanía democrática cultural”, “formula políticas que, desde un marco general, convocan a la participación de diferentes propuestas culturales con miras a la construcción colectiva de un proyecto de futuro plural y democrático”. Igualmente para garantizar la implementación de este Plan en el tiempo, el Documento Conpes 3.162 de mayo de 2002, establece “Los lineamientos para la sostenibilidad del Plan Nacional de Cultura 2001-2010”, en donde una de las estrategias definidas

es precisamente la alianza con el sector turístico para el desarrollo y la promoción del mercado en el país.

Constitución política de Colombia

Capítulo 3 de los derechos colectivos y del ambiente

- Ley 115 de 1994, Artículo 13, 30, 32, 97
- Decreto de 1860 de 1994, Artículo 9, 11, 12 capítulo III.
- Normas ISO 9000 de gerenciamiento de la calidad.
- Resolución 14712 de 1983 ministerio de salud por la cual se reglamenta lo relacionado con producción procesamientos, transporte, almacenamiento y comercialización de vegetales como frutas, hortalizas elaboradas.
- Ley 811 del año 2003 por medio de la cual se modifica la ley 101 de 1993, se crean las organizaciones de cadenas en el sector agropecuario, pesquero, forestal, acuícola, las sociedades agrarias d transformación, SAT y dictan otras disposiciones.

- Resolución 970 del 10 de marzo del 2010 que deroga la resolución 148 de 2005 por la cual se expiden normas para la producción, importancia, exportación, disturbios y comercialización de semillas para siembra en el país, su control, y se dictan otras disposiciones.

- Las siguientes leyes nos facilitan la estructuración legal de las actividades legales para la realización de una empresa cuyo objeto social está destinado a la producción y distribución de plantas aromáticas.

Leyes:

Ley 344 de 1996. Por lo cual se dictan normas tendientes a la racionalización del gasto público, se conceden algunas facultades extraordinarias y se expiden otras disposiciones.

Ley 590 de 2000. Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas

Ley 789 de 2002. Artículo 40. Crease el Fondo Emprender.

Ley 1014 de 2006. De fomento a la Cultura del emprendimiento

Decreto 1192 de 2009. Por el cual se reglamenta la ley 1014 de 2006 sobre el documento a la Cultura del emprendimiento y se dictan otras disposiciones.

Decreto 525 de 2009. Por el cual se reglamenta el artículo 43 de la ley 590 de 2000 y demás normas concordantes.

Decreto 2175 de 2007. Por el cual se regula la Administración y gestión de las carteras colectivas.

Decreto 4463 de 2006. Por el cual se reglamenta el artículo 22 de la ley 1014 de 2006.

- Los documentos CONPES son aquellas regulaciones y documentos que nos brindaran cómo será el orden de implementación y organización legal para iniciar labores de producción y distribución, además realiza seguimiento a las actividades sobre la competencia.

Documentos CONPES:

Conpes 3297 de 2004. Agenda interna para la Productividad y Competitividad.

Conpes 3424 de 2006. Banca de oportunidades. Una política para promover el acceso al crédito y a los demás servicios financieros buscando equidad social.

Conpes 3439 de 2006. Institucionalidad y principios rectores de política para la competitividad y productividad.

Conpes 3484 de 2007. Política Nacional para la Transformación Productiva y la Promoción de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas: Un esfuerzo público y privado.

Conpes 3527 de 2008. Política Nacional de Competitividad y Productividad

Conpes 3533 julio de 2008. Bases para la educación del sistema de Propiedad Intelectual a la Competitividad de la Productividad Nacional.

1.7 ASPECTO METODOLÓGICO.

1.7.1 Tipo de estudio

Los tipos de estudios utilizados en la realización de este proyecto fueron cuantitativos donde se realizaron los cálculos de la parte mercadeo (encuestas) y los análisis financieros, también se tuvieron tipos de estudio informativos e investigativos donde se obtuvo información sobre la producción y distribución de las platas aromáticas.

1.7.2 Método de investigación

Exploratorio

La investigación tiene carácter exploratorio por cuanto se tienen pocos antecedentes o aplicaciones prácticas sobre el tema; No se conoce en el municipio, un modelo que permita obtener información suficiente para determinar el alcance de un proyecto de enfoque social cuya finalidad sea el desarrollo de la economía ambiental. Por lo anterior y con el fin de posibilitar una investigación que tenga una aproximación con el planteamiento del problema, se hará el análisis de textos, libros, trabajos realizados por otros investigadores y demás fuentes primarias relacionadas con el objeto a investigar.

Descriptivo

Además del estudio exploratorio, es importante desarrollar un estudio descriptivo que permita identificar características del universo de investigación, tales como: identificación de la población, niveles de educación, comportamientos sociales,

preferencias, ingresos, consumo etc. De esta manera se obtendrá información concreta que le da mayor estructura al desarrollo del proyecto y por ende ofrece una perspectiva más amplia de las variables que en el intervienen. En este sentido será de gran utilidad la utilización de técnicas específicas de recolección de información como observación, encuestas y entrevistas.

1.7.3 Métodos de Recolección de la Información

El método a utilizar es la encuesta, lo que nos permitirá conocer o evidenciarlas plantas de preferencia del mercado, la demanda del mismo, el mercado objetivo y conocer los posibles clientes.

Técnicas de análisis. Las técnicas están relacionadas con los objetivos específicos.

Objetivo 1: Elaborar un estudio de mercado, que permita identificar los clientes potenciales, competencia, nivel de aceptación del producto, proveedores, demanda, oferta, para la realización de una empresa dedicada a la Producción de plantas aromáticas para la ciudad de Cali.

Técnica: Se recurrirá al trabajo de campo para conocer la situación actual de los posibles clientes que obtendrán un beneficio.

Objetivo 2. Formular un estudio técnico operativo, que permita identificar el tamaño del negocio, la planta y la utilización adecuada de materiales e insumos para la realización de una empresa dedicada a la Producción de plantas aromáticas que se espera ofrecer al cliente en los distintos supermercados de cadena la ciudad de Cali tales como Comfandi, La 14, Éxito, Súper inter, Mercamío y Mercar.

Técnica: Las características del producto están definidas por el consumidor que por medio de una encuesta definirá el tipo de empaque. Esta información será obtenida tanto de fuentes secundarias como primarias.

Objetivo 3. Plantear un estudio organizacional, que permita identificar una buena estructura, los cargos necesarios, cualidades, competencias, además de procesos legales necesarios.

Técnica: A través de la implementación de lo que se ha conocido y poderlo llevar a la práctica, realizando un estimativo del incremento en las ventas y se definirá el costo de implantar las propuestas.

Objetivo 4. Realizar un estudio financiero, que permita identificar el capital inversión inicial y fuentes de financiamiento necesarias, además de los costos y gastos necesarios, para la realización de una empresa dedicada a la Producción de plantas aromáticas.

Técnica: Con base en el conocimiento, del manejo de la gestión contable se realizaran el estudio que contribuyan a realizarla.

1.7.4 Fuentes de información y técnicas de recolección

Fuentes Primarias. Se obtuvo a través de las siguientes fuentes:

- Aplicación de encuesta para propietarios y/o administradores de los puntos de venta y almacenes de cadena donde se comercializan las plantas aromáticas.
- Aplicación de encuesta para consumidores de los estratos 2, 3 y 4 de la ciudad de Cali, personas mayores de 18 años.

- Tabulación de la información recolectada por medio de las encuestas.
- Presentación de los resultados de la tabulación de cómo está el mercado, si hay viabilidad en el mismo.

Fuentes secundarias. Para esta investigación en particular, se utilizarán fuentes secundarias como libros, revistas especializadas, informes de marketing, investigación de mercados.

Instrumento. Encuesta realizada a los clientes que se encuentran en estos supermercados de cadena.

2 ESTUDIO DE MERCADO

En este capítulo se abordan todos los análisis del mercado externo (nacional) e interno (departamental) donde se demuestra la rentabilidad y la factibilidad para la realización de este proyecto apoyado con un estudio de mercados, se muestra como será el producto las propiedades con los cuales el cliente final se beneficiara; también se evidenciara que es un mercado en crecimiento.

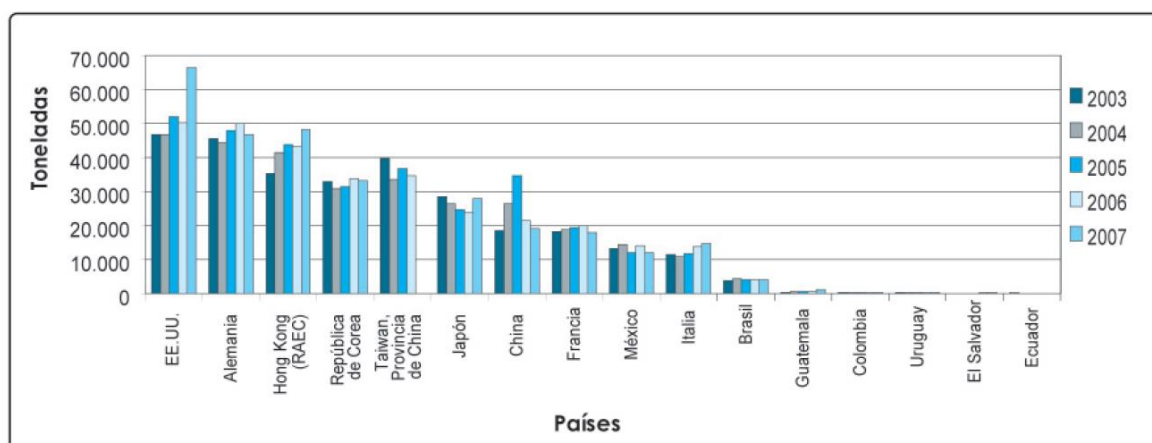
2.1 ANÁLISIS DEL MERCADO

El cultivo de las plantas aromáticas posee un mercado de venta en fresco donde nos especializaremos para incursionar en el mercado, también existen otros mercados tales como las plantas deshidratadas, la extracción de aceites aromáticos, la creación de artículos cosméticos a base de plantas aromáticas y la exportación de este tipo de productos en todas sus presentaciones. Nuestro mercado se focalizara en la venta en fresco estará dirigido a la todas las personas de la ciudad de Cali en los estrato 2, 3 y 4 encontrándolo en los supermercados ubicados en los barrios de estos estratos.

Teniendo en cuenta que las plantas aromáticas son también materia prima para la elaboración de ingredientes naturales y que el consumo de productos naturales pero particularmente de plantas de plantas aromáticas es creciente y está asociado a la tendencia de preferir productos no solo para el uso diario sino que además generen bienestar, salud y belleza al consumidor final. De acuerdo a Trade Map (2008), durante el 2006, las importaciones mundiales de plantas medicinales fueron de US \$ 1.296.596.000 Trade Map es una base de datos, con información del comercio internacional, discriminada por países y regiones; y se caracteriza al presentar información de productos identificados por partida

arancelaria. Este estudio contempla la revisión de información desde el 2003 hasta el año 2007.

Grafico 1 Importaciones mundiales de plantas medicinales (Ton).



Esta grafica nos muestra que Colombia no es un país importador de plantas aromáticas, lo que demuestra que el país en la producción de este tipo de productos esta en incremento la exportación hacia el mercado exterior. (MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL, 2009)

En Colombia, el sector de las plantas medicinales y aromáticas es naciente, y se presenta ausencia de información. Es así como no existen datos consolidados sobre las especies comercializadas a nivel nacional o internacional (por lo menos no para la mayoría de especies medicinales nativas colombianas), los volúmenes transados, o la distribución y el estado de conservación de las mismas. Nada de esto se conoce ni se encuentra registrado en la literatura de una forma sistematizada (Antonio, s. f.)

El tamaño del mercado de los productos de la cadena de PAMC (Plantas Aromáticas Medicinales y Cosméticas) es difícil de cuantificar dado el gran número de productos que componen este mercado; sin embargo, según estudios del Instituto de Investigación de Recursos Biológicos. Para Colombia se establecen 77 especies sembradas, con mayores áreas en los departamentos de Cundinamarca,

Tolima, Valle del Cauca y Antioquia, se estima que la producción de albahaca es aproximadamente de 367 Ton/año, tomillo 90.7 ton/año, romero 72.8 ton/año, caléndula 60 ton/año, manzanilla 60 ton/año, hierbabuena 48 ton/año Producción total por cultivo y rendimientos obtenidos en ocho departamentos.

Gráfico 2 Producción por Departamentos en Ton/N° encuestas

Especie	Producción por departamento en Toneladas / Número de encuestas								Total
	Antioquia (14)	Cauca (11)	Caldas (4)	C/marca (15)	Nariño (6)	Quindío (8)	Risaralda (3)	Tolima (5)	
Albahaca	21,5	1	-	4	-	-	1	340	367,5
Tomillo	30,5	0,02	-	58,2	-	0,02	2	-	90,74
Romero	23,7	-	0,9	47,2	-	0,06	1	-	72,86
Caléndula	20,2	0,25	1,15	36,4	-	0,02	2,5	-	60,52

(MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL, 2009)

2.2 ANÁLISIS DEL SECTOR

Las especies más producidas en Colombia son albahaca, cebollín, eneldo, laurel, mejorana, menta, orégano, romero, tomillo, cilantro, salvia y cardamomo en diferentes zonas del país, en donde se destacan los departamentos de Antioquia, Boyacá, Cundinamarca, Valle del Cauca y Eje Cafetero. El potencial de este mercado es muy grande dado a que la demanda interna de estos productos para el año 2005 fue de 5.000 toneladas/hectárea frente a la demanda del año 2006 la cual fue de 9.000 toneladas/hectárea donde se muestra un crecimiento en el mercado nacional de un 10%. (Restrepo et al., 2013)

Sin duda se debe de trabajar en aumentar la producción. Para Colombia es extraordinaria la oportunidad de que entren empresas innovadoras demandantes de las plantas cultivadas por los medianos y pequeños productores locales y es que la producción, según fuentes del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural,

al 2012 tan solo alcanza las 7.235 toneladas en las 1.893 áreas sembradas de plantas aromáticas en todo el territorio nacional.

En ese sentido, es evidente la posibilidad que hay de crecer en áreas cultivadas. Para ello, el Ministerio, a través de su 'Plan cadena productiva de plantas aromáticas, condimentarías, medicinales y afines', ha desarrollado proyectos de investigación de cara a aumentar el número de hectáreas sembradas en el país, y poner en práctica sistemas de cultivo con estándares de calidad, con el fin de acceder a los mercados internacionales.

Según el Ministerio de Agricultura, Colombia exporta anualmente cerca de 1.200 toneladas por un valor de US\$2,6 millones, siendo Estados Unidos, Canadá y la Unión Europea los principales destinos. En ese orden de ideas, las variedades que más se venden al extranjero son albahaca, hierbabuena, tomillo y romero.

Según la organización mundial de la salud (OMS) y la organización de las naciones unidas para la alimentación (FAO), se calcula que las 2/3 de la población de nuestro planeta, 4 mil millones de personas recurre a las plantas aromáticas y medicinales para su alimentación y para curar sus dolencias psicofísicas. (Luque, 2012)

La modernización tecnológica de la producción de plantas aromáticas en Colombia es uno de los aspectos fundamentales sobre los cuales se ha de trabajar para de esta forma realizar un proceso sistémico, ordenado y coherente que contribuya a lograr niveles de competitividad en la producción de estas especies.

Colombia, debido a su situación geográfica goza de una mayor luminosidad y abundancia de agua. De acuerdo con el ministerio de agricultura, el área cosechada con plantas aromáticas se incrementó a una tasa porcentual anual promedio del 20% durante el periodo 2000- 2009.

Colombia en lo referente a la promoción y comercialización de plantas aromáticas y medicinales, reconoce la necesidad de fortalecer su competitividad en este sector del desarrollo, promoviendo el ejercicio de identificación de variables

competitivas, tendientes a establecer las posibles deficiencias en la situación actual y a la implementación de nuevas estrategias del mejoramiento del sector, acción que hasta ahora es naciente, entre los aspectos positivos que se esperan de esta cadena está una demanda creciente por cambio de hábitos de consumo buscando productos sanos, inocuos, ricos en vitaminas, proteínas y fibra, existe desarrollo de tecnología para transportar productos frescos y en la población se presentan aumentos en los ingresos, mercados con diversos nichos para explotar y alto consumo de productos orgánicos, además hay otras posibilidades como: apertura del comercio internacional y la expansión del mismo. (MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL, 2009)

2.3 ESTRUCTURA DEL MERCADO

2.3.1 Análisis de la demanda

La demanda potencial se entiende como los mercados orgánicos que se están en capacidad de atender o que se desean conquistar y sobre los cuales se concentra el esfuerzo como estrategia trazada para llegar a la meta propuesta. Para el mercado interno la demanda de los productos aromáticos es de 7'325.000 Kilos del año 2012 donde se destacan los departamentos de Antioquia, Boyacá, Cundinamarca; Valle del Cauca Y Eje Cafetero. (Gómez, 2012)

En cuanto a los productos aromáticos para consumo masivo de bebidas en Colombia la demanda de este tipo de productos se focaliza especialmente en los supermercados de cadenas donde los que más se destacan en la ciudad de Cali son: Comfandi, La 14, Éxito, Súper inter, Merca mío y Mercar.

En la ciudad de Cali se pueden encontrar 56 supermercados donde el mercado de plantas aromáticas se focalizara en personas de estratos 2, 3, y 4, es importante señalar que la demanda de este tipo de productos en fresco se encuentra en

crecimiento en relación con el mercado de ingredientes ecológicos y orgánicos. De acuerdo a estudio realizado se evidencia un aproximado de la demanda de las plantas aromáticas. Ver tabla 1.

Tabla 1 Demanda del producto

DEMANDA					
CANTIDAD DE SUPERMERCADOS DE CADENA EN CALI	NUMERO DE COMPRADORES (CANTIDAD DE UNIDADES DE 100GR QUE COMPRAN LOS SUPERMERCADOS) (N)	NOMBRE DEL PRODUCTO A OFERTAR EN EL MERCADO	CANTIDAD DE SUPERMERCADOS DE CADENA A DISTRIBUIRLE EN CALI (P)	CANTIDAD PROMEDIO CONSUMO PER CAPITA EN EL MERCADO (Q)	DEMANDA (Q=npq)
56	3.491	ALBAHACA	36	15%	18.851
56	802	APIO	30	15%	3.611
56	19	CALENDULA	33	15%	94
56	8	CIDRON	35	15%	44
56	1.588	CILANTRO DE MONTAÑA	36	15%	8.573
56	158	HIERBA BUENA	30	15%	711
56	231	JENGIBRE	29	15%	1.005
56	20	MANZANILLA	33	15%	97
56	44	MENTA	28	15%	185
56	2.327	NARANJO	36	15%	12.568
56	1.315	OREGANO	35	15%	6.904
56	1.361	PEREJIL CRESPO VALLU	36	15%	7.348
56	2.327	ROMERO	34	15%	11.869
56	2.327	TOMILLO	36	15%	12.568
56	2.327	TORONJIL	33	15%	11.520

Fuente: Los Autores

Con la información se establece qué cantidades mensuales puede solicitar cada negocio, con el cual se obtenga un convenio.

Esta información establece las cantidades y el valor que puede pagar un supermercado por las plantas aromáticas, dependiendo del área donde se encuentre ya que los almacenes de cadena que se visitaran tienen los establecimientos en diferentes sectores de la ciudad de Cali.

2.3.2 Muestreo

Para realizar el estudio de mercado se realizó la siguiente fórmula de muestreo

Con tamaño de la población(N)

N= 56 supermercados de cadena la ciudad de Cali tales como Comfandi, La 14, Éxito, Súper inter, Merca mío y Mercar.

Z= 95% de confianza \implies Z= 1,96

P= 0,5 de probabilidad de que se realice

Q= 0,5 de probabilidad de que no se realice

E= 5% \implies 0,05 de error

n= ?

$$n = \frac{(Z)^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{(E)^2(N-1) + (Z)^2 \cdot P \cdot Q}$$
$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5 \cdot 56}{(0,05)^2(56-1) + (1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$
$$n = \frac{37,4556}{1,0554}$$

$$n = 35,50 \implies n = 36$$

2.3.3 Diseño de la encuesta

Para este análisis se implementó una encuesta a los administradores de los supermercados de cadena, la cual se muestra a continuación:

Tabla 2 Ficha técnica de la encuesta.

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA	
REALIZADA POR :	Enrique Antonio Arcila Herrera y Gineth Guzmán.
UNIVERSO:	Empresas comercializadoras de plantas aromáticas de la ciudad de Cali.
MARCO MUESTRAL:	Supermercados de cadena la ciudad de Cali tales como Comfandi, La 14, Éxito, Súper inter, Merca mío y Mercar.
TAMAÑO DE LA MUESTRA:	Treinta y seis.
PROCEDIMIENTO DE MUESTREO:	Aleatorio simple.
TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS:	Encuesta estructurada.
MARGEN DE ERROR:	95% de confianza y un 5% de margen de error.
FECHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS:	Entre los días 10 de Octubre y 22 de Noviembre de 2013.
FUENTE DE FINANCIACIÓN:	Recursos propios y Financieros.
ÁREA DE COBERTURA:	Santiago de Cali.
NUMERO DE PREGUNTAS FORMULADAS:	Siete.
TEMAS A LOS QUE SE REFIERE:	Compra y venta de plantas aromáticas.

Fuente: Los Autores

Preguntas: se realiza la encuesta con los productos de mayores ventas con el fin de obtener una información más viable.

Tabla 3 Diseño de la Encuesta.

ESTUDIO DE MERCADO DEL CULTIVO DE PLANTAS AROMÁTICAS CORREGIMIENTO DE PUENTE VELEZ PARTE RURAL DE JAMUNDÍ, PARA SU DISTRIBUCIÓN EN LA CIUDAD DE CALI										
Nombre supermercado:										
Administrador:										
Dirección:						Teléfono:				
Correo:						Fax:				
1. Vende plantas aromáticas frescas: - SI _____ - NO: _____										
Si responde NO no responda la siguiente pregunta										
1.1. - LE GUSTARIA OFRECERLAS: - SI _____ - NO: _____										
2. De las plantas aromáticas relacionadas cuales vende en su negocio?	Cant./Pl ant.	APIO	CALENDULA	MANZANILLA	MENTA	NARANJO	OREGANO	PEREJIL	ROMERO	TORONJIL
	5 - 6									
	7 - 8									
	9 - 10									
	11 - MÁS									
No Vende										
3. en orden de importancia cuales de las siguientes plantas son las que mas vende en su negocio?.	Cant./Pl ant.	APIO	CALENDULA	MANZANILLA	MENTA	NARANJO	OREGANO	PEREJIL	ROMERO	TORONJIL
	Aprox. Cuantos									
4. Cuantos paquetes de 100gr venden al semanalmente.	Cant./Pl ant.	APIO	CALENDULA	MANZANILLA	MENTA	NARANJO	OREGANO	PEREJIL	ROMERO	TORONJIL
	0- 1.000									
	1.001- 100.000									
	10.001 - 100.000									
	11 - MÁS									
5. A que proveedores le compra mercancía de este tipo? Relacionarlos										
6 el proveedor al que usted le compra mercancía le recibe averías : - SI _____ - NO: _____										
7. que porcentaje de la compra normalmente sale para cambio(averías).										

Fuente: Los Autores

2.3.4 Análisis de datos de la encuesta

De los 56 supermercados de cadena ubicados en los estratos 2, 3 y 4, se les realizó la encuesta a 36 de los cuales se obtuvo la siguiente información de cada una de las preguntas realizadas:

PREGUNTA N°1

Tabla 4 ¿Vende plantas aromáticas frescas?

1. ¿Vende plantas aromáticas frescas?		
si	30	83%
no	6	17%

Fuente: Los Autores

Gráfico 3 ¿Vende plantas aromáticas frescas?



Fuente: Los Autores

En el gráfico N° 3 se puede analizar que de 36 supermercados que venden frutas y verduras, nos refleja que el 83% de los encuestados SI vende plantas aromáticas y 17% NO las vende peor aquí se encuentra una oportunidad de mercado para iniciar.

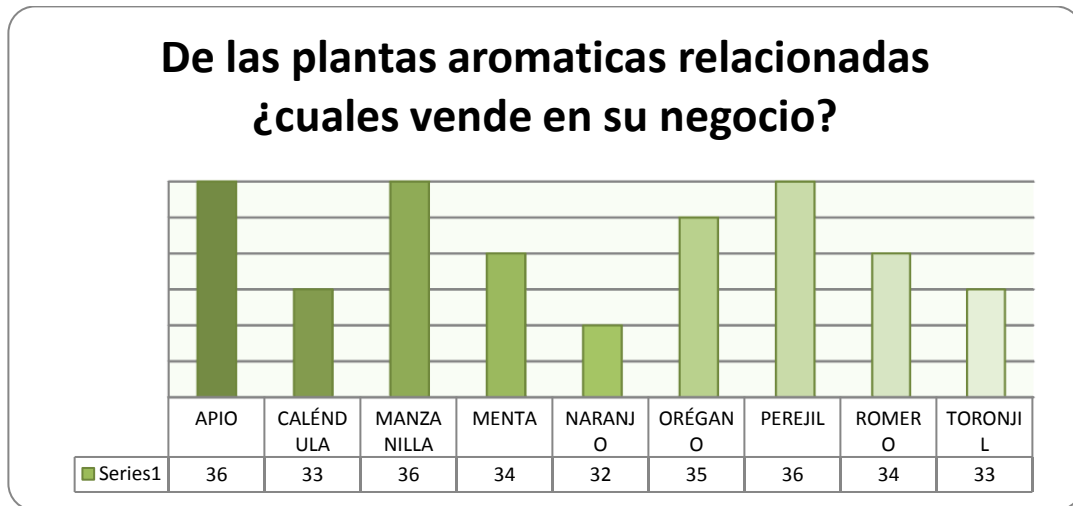
PREGUNTA N°2

Tabla 5 De las plantas aromáticas relacionadas ¿cuáles vende en su negocio?

2. De las plantas aromáticas relacionadas ¿cuáles vende en su negocio?	
APIO	36
CALÉNDULA	33
MANZANILLA	36
MENTA	34
NARANJO	32
ORÉGANO	35
PEREJIL	36
ROMERO	34
TORONJIL	33

Fuente: Los Autores

Grafico 4 De las plantas aromáticas relacionadas ¿cuáles vende en su negocio?



Fuente: Los Autores

En el grafico N° 4 se puede analizar que de las 36 encuestas realizadas podemos concluir, que el Apio, la Manzanilla y el Perejil son las plantas aromáticas que presentan mayor rotación y venta en el mercado.

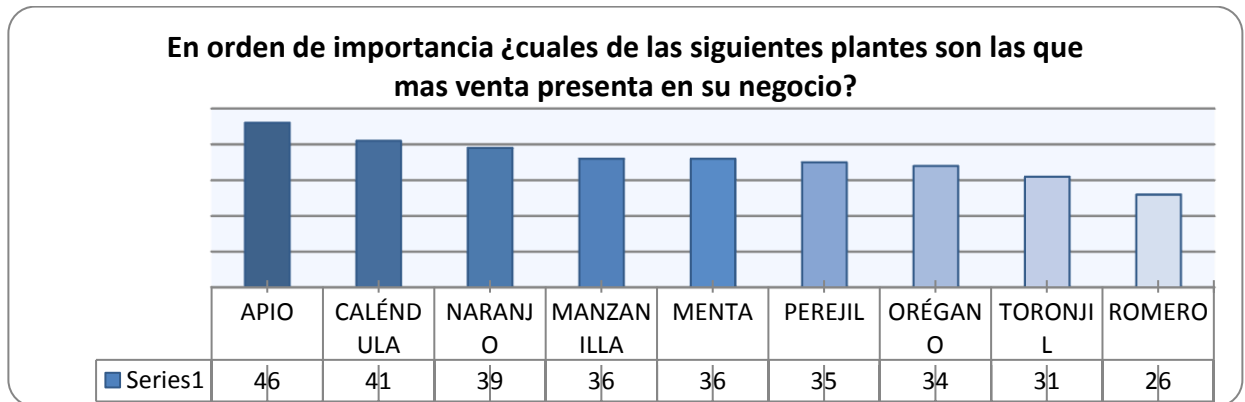
PREGUNTA N°3

Tabla 6 En orden de importancia ¿cuáles de las siguientes plantas son las que más venta presenta en su negocio?

3. En orden de importancia ¿cuáles de las siguientes plantas son las que más venta presenta en su negocio?	
APIO	46
CALÉNDULA	41
NARANJO	39
MANZANILLA	36
MENTA	36
PEREJIL	35
ORÉGANO	34
TORONJIL	31
ROMERO	26

Fuente: Los Autores

Grafico 5 En orden de importancia ¿cuáles de las siguientes plantas son las que más venta presenta en su negocio?



Fuente: Los Autores

En el grafico N° 5 se observar que las plantas Aromaticas que tienen mayor participacion en el mercado son: el apio, la calendula, el naranjo, la manzanilla,...etc; por lo cual se de muestra que las plantas aromaticas son productos de consumo en los hogares.

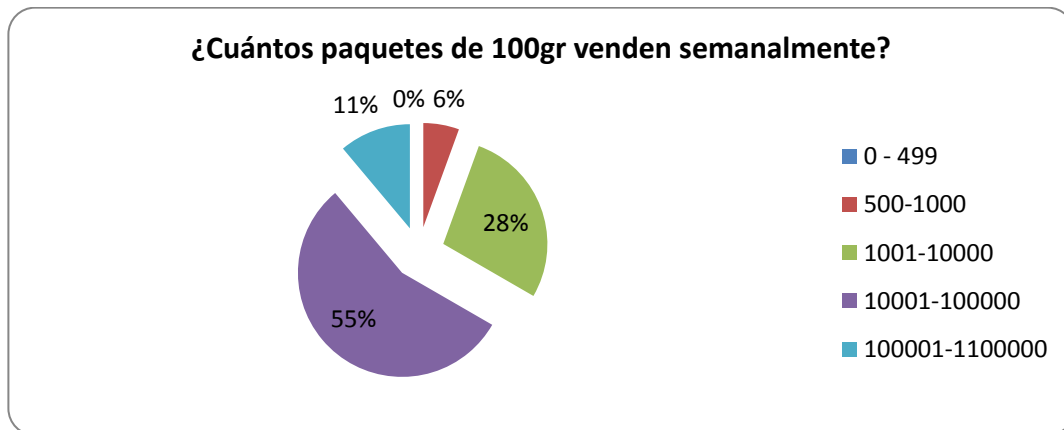
PREGUNTA N°4

Tabla 7 ¿Cuántos paquetes de 100gr venden semanalmente?

4. ¿Cuántos paquetes de 100gr venden al semanalmente?		
0 - 499	0	0
500-1000	2	6%
1001-10000	10	28%
10001-100000	20	56%
100001-1100000	4	11%

Fuente: Los Autores

Grafico 6 ¿Cuántos paquetes de 100gr venden semanalmente?



Fuente: Los Autores

En el Grafico N° 6 de acuerdo a la encuesta se evidencia que el 56% de los encuestados venden entre 10001 y 100000, que dan cifras convenientes para llevar a cabo la realización de este proyecto.

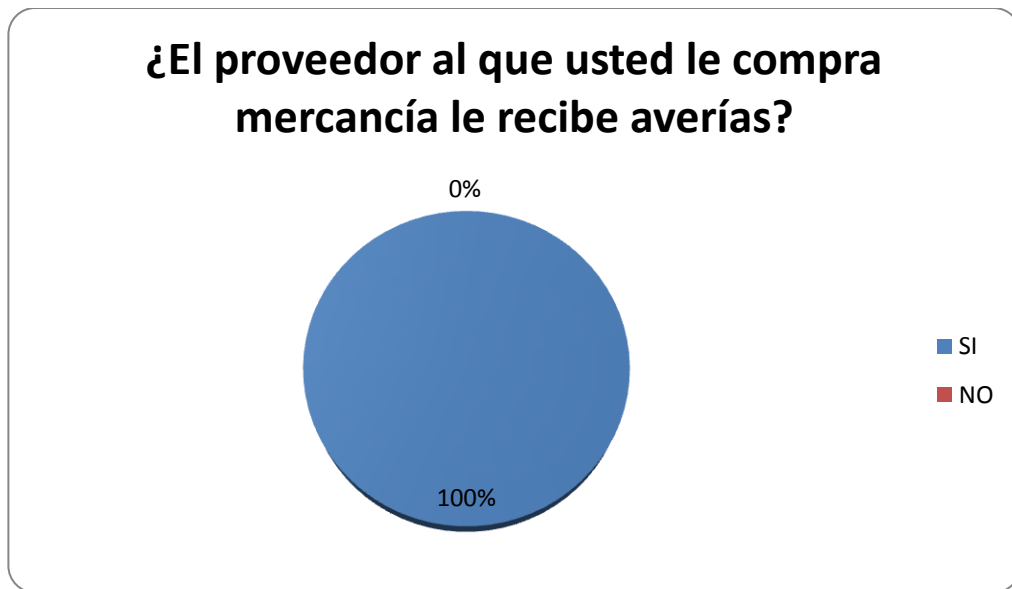
PREGUNTA N°5

Tabla 8 El proveedor al que usted le compra mercancía le recibe averías?

5. El proveedor al que usted le compra mercancía le recibe averías?		
SI	36	100%
NO	0	0%

Fuente: Los Autores

Grafico 7 El proveedor al que usted le compra mercancía le recibe averías?



Fuente: Los Autores

Como se observa en esta grafica N° 7 el 100% de los proveedores reciben un margen de devoluciones de la mercancía. Dandos a conocer una estrategia con el fin de minimizar las perdidas. Se obataran medidas de almacenamiento a las temperaturas adecuadas y adicionala esto el empaque sirve como proctertor pára evitar el deterioro por las temperaturas.

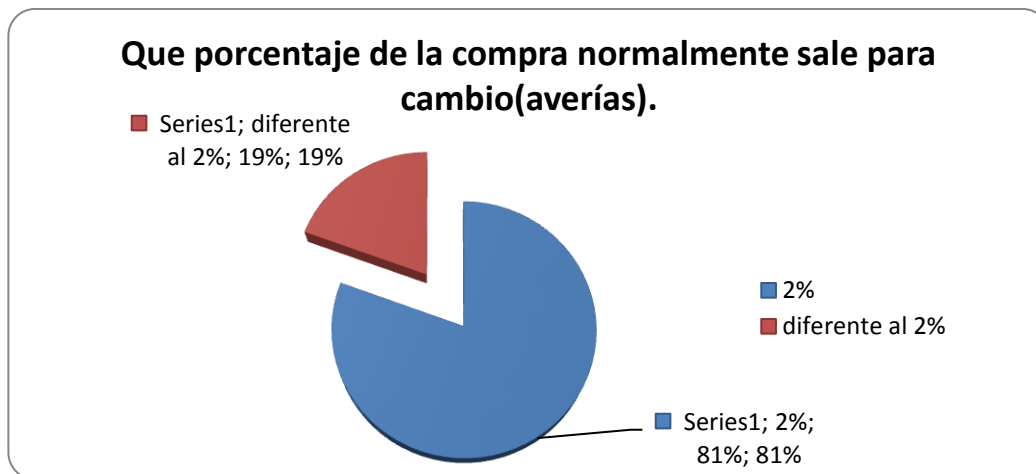
PREGUNTA N°6

Tabla 9 ¿Qué porcentaje de la compra normalmente sale para cambio (averías).?

6. ¿Qué porcentaje de la compra normalmente sale para cambio (averías).?		
	DATOS	%
2%	29	81%
diferente al 2%	7	19%
TOTAL ENCUESTAS	36	100%

Fuente: Los Autores

Grafico 8 ¿Qué porcentaje de la compra normalmente sale para cambio (averías).?



Fuente: Los Autores

En el Grafico N° 8 de acuerdo a las encuestas realizadas la información obtenida nos refleja que el margen de devoluciones es el 2%, ya que con este margen de devolución no se ocasionan pérdidas y con las medidas tomadas para evitar las averías o devoluciones se estima no obtener ningún artículo por devoluciones.

2.3.5 Análisis de la Oferta

No existen cálculos oficiales acerca de volumen de mercado nacional de productos naturales, debido en gran parte a la existencia de un elevado número de empresas que operan en el mercado de manera informal y a la existencia de una relativa desarticulación del sector. Sin embargo existen cálculos sobre ventas a nivel nacional que según estimaciones del año 2000 podían estar alrededor de los 8 a 10 millones de dólares, se calcula que el mercado de los productos naturales para el año 2002 fue de 25 millones de dólares.

Juntando estas estimaciones entre el año 2000 y el año 2002 se tiene que el intervalo de 3 años la industria creció un 150%, es decir un crecimiento anual del 50% algo totalmente positivo si se compara con cualquier otro mercado similar y más si es comparado con el crecimiento del PIB para esos tres años (2,2) o con el crecimiento de la industria (7%).

La oferta se destina principalmente en fresco, ya sea como condimento o como medicamento de uso tradicional pero también como materia prima o básica para laboratorios y tiendas naturistas que le dan al producto un valor agregado transformándolas en productos medicinales o cosméticos, por ende la oferta debe ir en función de la demanda lo cual indica que se debe sembrar lo que tiene mercado, este es un producto que la oferta llega a todos los niveles sociales porque son productos que se encuentran generalmente en la canasta familiar de todos los hogares colombianos. El retorno a la naturaleza se ha convertido en uno de los principios que rige ahora a los consumidores del mundo en esta época de transgénicos, perforación de la capa de ozono, compuestos cloro-fluorcarbonados, altas tasas de deforestación, cuestiones sobre nuestra seguridad alimenticia, etc. se está dando más valor a los cultivos orgánicos, los productos eco etiquetados los cuales aseguran procesos de producción acorde a una buenas prácticas medioambientales, se está denominando mundialmente el consumo verde, gracias a esto se está siguiendo nuevos patrones de consumo y hábitos de vida en el

mundo. Colombia no es la excepción por lo que las plantas aromáticas y los productos naturales se han convertido en este país en elementos básicos para la salud (Asonatura, 2013)

2.4 CLIENTES

El mercado está direccionado hacia los supermercados e hipermercados de la ciudad de Cali, ofreciendo beneficios y precios bajos para penetrar en el mercado con mayor facilidad y lograr un posicionamiento óptimo.

El cliente final de este producto está constituido por individuos, parejas o familias con ingresos moderados en búsqueda de reconfortar y mejorar la salud con productos prácticos y ecológicamente responsables. Está orientado a posicionarse como un apoyo en la canasta familiar brindando una solución pronta e económica al mejoramiento de la salud; para ello se utilizarán canales de distribución como supermercados de cadena de la ciudad de Cali tales como Comfandi, La 14, Éxito, Súper inter, Merca mío y Mercar, con lo cual estos productos fácilmente serán asequibles al consumidor final.

Clientes de primer orden, son los supermercados de cadena; aquí los productos deben tener una presentación llamativa y diferentes cantidades por empaque, para llegar a esos clientes que acostumbran a comprar el día a día o que mercan cerca de su hogar. Amas de casa, principalmente estratos 2, 3 y 4 que son los que frecuentan estos lugares.

2.4.1 Servicio al cliente.

Se implementarán formas de que cada cliente se sienta ameno con el servicio, dándoles a conocer las ventajas de estos productos, con la mejor atención y

confianza, la cual pueden depositar en la compañía y lo importantes que son para los objetivos a corto y largo plazo.

Para entender el comportamiento de los clientes del producto, es necesario identificar cuáles son los usuarios o clientes finales y cuáles son los compradores o comercializadores.

Los usuarios son los consumidores finales del producto, son el objetivo del proyecto, ya que de su decisión de compra depende que un negocio sea o no viable, son el último eslabón en la cadena y es donde apunta todo el proceso.

El valor agregado al producto como empaque, presentación y servicio posventa, hacen que un producto sea más o menos llamativo. Su permanencia en la memoria del consumidor, una imagen llamativa y la sensación de calidad van asociados a este factor; lo que lo hace un factor indispensable que los clientes buscan directa o indirectamente.

Los compradores son el eslabón inmediatamente anterior a los usuarios. Son los intermediarios y comercializadores, estos tienen sus propias necesidades o expectativas diferentes de los usuarios finales del producto.

2.4.2 Características del producto

Ficha Técnica del Albahaca

Producto: Albahaca

Usos: Se la aplica en infusiones, cocimientos, cataplasmas, pomadas, tinturas, bálsamos, lociones, compresas jarabes, jabones, cremas, fresca y seca, en polvo.

Usos culinarios: Para condimentos de sopas, ensaladas, carnes blancas y rojas, pastas, estofados, guisos y salsas. Es muy apreciada en el arte culinario, entre otras preparaciones, el pesto se realiza con ajo picado, albahaca picada y aceite de oliva. En ensaladas aporta un exquisito aroma a jengibre.

Funcionalidad: Combate la depresión, el agotamiento, el insomnio y la jaqueca. Es digestiva, antiespasmódica, contra la inapetencia, dispepsias nerviosas, es carminativa, puede aumentar la secreción de leche en las madres. Es diurética y disminuye estados febriles. Se la utiliza como digestiva, contra espasmos gastrointestinales, es diurética, contra parásitos intestinales y en dispepsias nerviosas. También como vulneraria y para calmar irritaciones cutáneas. Combate el acné. Se le atribuyen propiedades afrodisíacas. Es cicatrizante, analgésica, antiséptica y contra las inflamaciones osteo-articulares.

Características físicas: Planta de 30 a 50 cm de altura. Hojas anchas, jugosas y aromáticas. Agradable olor, las flores se agrupan en espigas, blancas o rosadas. Florece en verano. Hay numerosas variedades. Hay un color morado que es decorativa.

Almacenamiento: Las plantas aromáticas deberán almacenarse en un ambiente con una humedad suficientemente baja para que el producto pueda mantenerse en condiciones normales de almacenamiento sin que se desarrolle moho ni se produzca un deterioro significativo por oxidación o por cambios enzimáticos.

Presentación: Bolsa de 100 gramos.

Empaque: Bolsa Plástica perforada.



Fuente: Los Autores

Ficha Técnica del Apio

Producto: Apio

Usos: el apio se consume en fresco, principalmente en ensaladas, las ramas tiernas se utilizan crudas o cocidas, como condimento, en carnes, cocidos y sopas, se usa en la decoración de platos especiales. Industrialmente se emplea en la elaboración de encurtidos. Entre los usos medicinales sus hojas y semillas se usan para hacer aguas aromáticas que ayudan a la digestión.

Funcionalidad: Es un vegetal muy nutritivo, en él se encuentran vitaminas, del grupo B, A, C y E, también contiene varios minerales, entre ellos, fósforo, hierro, azufre, potasio, cobre, manganeso, zinc y aluminio. Circulación: consumido regularmente, ejerce importantes beneficios, bajando los niveles de colesterol en sangre, eliminando el ácido úrico, combate la hila hipertensión y previene problemas cardíacos. Intestino: es un excelente regulador del tránsito intestinal, en casos de estreñimiento crónicos, actúa activando los movimientos naturales del intestino, evitando gases, cólicos y fermentación, comiendo apio con cierta frecuencia se logra regularizar todas las funciones del intestino, en forma suave y natural, ya que cuenta con la virtud de actuar como laxante.

Características físicas: El apio pertenece a la familia de las Umbelíferas; en esta especie vegetal hay dos variedades botánicas: *Apium graveolens* var. Dulce y *Apium graveolens* var. Rapaceum; este último es el apio-nabo. El apio es una planta herbácea, tiene raíz pivotante, potente y profunda, con raíces secundarias superficiales; del cuello de la raíz brotan tallos herbáceos que alcanzan de 30 a 60 cm de altura.

Almacenamiento: Las plantas aromáticas deberán almacenarse en un ambiente con una humedad suficientemente baja para que el producto pueda mantenerse en condiciones normales de almacenamiento sin que se desarrolle moho ni se produzca un deterioro significativo por oxidación o por cambios enzimáticos.

Presentación: Bolsa de 100 gramos.

Empaque: Bolsa Plástica perforada.



Fuente: Los Autores

Ficha Técnica del Caléndula

Producto: Caléndula

Usos: Es una especie especial para macizos en el jardín o en macetas y jardineras. Esta especie tiene varias propiedades medicinales como anti inflamatorias, antisépticas, calmantes, úlceras estomacales e incluso conjuntivitis. También se utiliza en la cocina como 'azafrán' para el color y sabor de las comidas.

Funcionalidad: aportan otros beneficios medicinales entre los cuales podemos mencionar que alivia problemas de la piel como sarpullido e irritaciones, ayuda en procesos inflamatorios internos y externos, sana heridas más rápidamente y contribuye en la regeneración celular. Los pétalos secos de la flor se utilizan para preparar cremas, ungüentos y aceites que extraen todas las propiedades de la caléndula.

Características físicas: Es una planta herbácea, anual, con flores amarillas. Su floración dura casi todo el año, cerrándose de noche y abriéndose al amanecer. Tiene una altura media que oscila entre 30-50 cm, su tallo es semirrecto, angular y ramificado; y sus hojas son alternas, oblongas o lanceoladas y sésiles; capítulos amarillos o anaranjados, con una corona de 15 - 20 lígulas, y frutos encorvados, provistos casi todos de alas membranosas o púas dorsales.

Almacenamiento: Las plantas aromáticas deberán almacenarse en un ambiente con una humedad suficientemente baja para que el producto pueda mantenerse en condiciones normales de almacenamiento sin que se desarrolle moho ni se produzca un deterioro significativo por oxidación o por cambios enzimáticos.

Presentación: Bolsa de 100 gramos.

Empaque: Bolsa Plástica perforada.



Fuente: Los Autores

Ficha Técnica del Cedrón

Producto: Cedrón

Usos: Se usa en casos de dispepsia, o “mala digestión”, es decir en casos de sensación de pesadez luego de las comidas, hinchazón, eructos frecuentes, constipación. Actúa como tónico digestivo favoreciendo la digestión.



Funcionalidad: El cedrón tiene propiedades antisépticas, antiinflamatorias, antipiréticas, carminativas y sedantes. Por su efecto carminativo, se puede usar en caso de meteorismo, ya que favorece la expulsión de gases. Tiene propiedades sedantes, es beneficioso para tratar insomnio y trastornos nerviosos como ansiedad.



Características físicas: Arbusto muy aromático (semejante al limón) que florece en verano. Es de fácil cultivo, no es exigente en cuanto a suelo y tolera la posición semisombra y sombra ligera. Se usa en jardinería como planta decorativa y para uso medicinal. Se utilizan sus hojas para preparar infusiones que ayudan a calmar dolores estomacales y alivia flatulencia. Tiene un agradable sabor a limón dulce.

Almacenamiento: Las plantas aromáticas deberán almacenarse en un ambiente con una humedad suficientemente baja para que el producto pueda mantenerse en condiciones normales de almacenamiento sin que se desarrolle moho ni se produzca un deterioro significativo por oxidación o por cambios enzimáticos.

Presentación: Bolsa de 100 gramos.

Empaque: Bolsa Plástica perforada.

Fuente: Los Autores

Ficha Técnica del Cilantro

Producto: Cilantro

Usos: Comúnmente las partes más usadas de la planta son sus hojas frescas y sus frutos maduros y secos aunque a veces también se utilizan los tallos y las raíces, presentamos aquí algunos de sus usos:- Su fruto de olor suave y sabor picante, contiene dos semillas que se utilizan enteras o molidas (en mezclas de especias) o para dar sabor a aceites y vinagres.- En la cocina se usa en una gran variedad de preparaciones, tales como sopas, guisos, verduras,- Combinado el cilantro con otras especias aromáticas, se emplea en la elaboración de embutidos



Funcionalidad: Se emplea el cilantro fresco, tanto en medicina como para cocinar (como condimento).

Características físicas: Esta hierba aromática requiere sol, suelos húmedos y protección de las heladas. Tanto las hojas frescas como las semillas son muy apetecidas en cocinas como la sudamericana y la asiática. Las hojas se usan frescas para condimentar ensaladas, guisos, pescados y aves, pero también se usan las semillas, tanto enteras como molidas. Las semillas de cilantro son el componente principal del curry. También aromatizan vinagre y están presentes en salsas muy conocidas como el guacamole. Esta hierba se puede cultivar en maceta o en la huerta.

Almacenamiento: Las plantas aromáticas deberán almacenarse en un ambiente con una humedad suficientemente baja para que el producto pueda mantenerse en condiciones normales de almacenamiento sin que se desarrolle moho ni se produzca un deterioro significativo por oxidación o por cambios enzimáticos.

Presentación: Bolsa de 100 gramos.

Empaque: Bolsa Plástica perforada.

Fuente: Los Autores

Ficha Técnica del Hierba buena

Producto: Hierba buena

Usos: La frescura e intensidad que proporcionan las hojas y tallos de hierbabuena fresca ha definido uno de sus usos más

característicos a través de los siglos, el de perfume, ambientador o aromatizante en hogares de todo el mundo. El aceite esencial de esta hierba, compuesto principalmente por mentol, está presente en productos relacionados con la higiene dental como dentífricos y colutorios (líquidos de enjuague bucal), utilizándose también en inhalaciones o pomadas contra la gripe.



Funcionalidad: La hierbabuena es una planta aromática con muchísimas aplicaciones medicinales. Favorece en infusión las digestiones lentas, las inflamaciones del hígado y vesícula, los gases intestinales, alivia de los mareos, combinando propiedades estimulantes y sedantes, según el caso. También es útil como calmante de calambres musculares.

Características físicas: Tamaño de 40 a 60 cm de altura; estolones largos; tallos rojizos cuadrados inicialmente sencillos, luego ramificados; hojas ovaladas, lanceoladas, dentadas en los bordes y vellosas; flores pequeñas dispuestas en espigas color púrpura, olor característico intenso.

Almacenamiento: Las plantas aromáticas deberán almacenarse en un ambiente con una humedad suficientemente baja para que el producto pueda mantenerse en condiciones normales de almacenamiento sin que se desarrolle moho ni se produzca un deterioro significativo por oxidación o por cambios enzimáticos.

Presentación: Bolsa de 100 gramos.

Empaque: Bolsa Plástica perforada.

Fuente: Los Autores

Ficha Técnica del Jengibre

Producto: Jengibre

Usos: La parte que se utiliza del jengibre es la raíz (el rizoma), pelada y sin corcho. El jengibre se utiliza para preparar frutas escarchadas, principalmente calabaza y pepino, también en sopas, salsas, platos de volatería, caza y arroz. El jengibre es un medio excelente para estimular el apetito y activar los procesos digestivos. La clásica bebida "Ginger Ale" es preparada a base de esta raíz. Se utiliza fresca, seca o confitada. Su sabor es bastante fuerte. Jengibre tiene un cálido aroma con una nota fresca a madera y un fondo dulce, con sabor picante y ligeramente amargo.



Funcionalidad: El jengibre no es solamente un agregado de sabor para cocinar y hornear, también puede mejorar la salud. En la medicina china, el jengibre es utilizado para tratar un número de condiciones, desde náuseas y congestión hasta tratamiento y prevención del cáncer. Las personas que sufren de problemas tiroideos pueden encontrar que los componentes del jengibre, incluyendo zinc, magnesio y potasio, sumado a las potentes propiedades anti-inflamatorias de la raíz tienen un efecto positivo en la función tiroidea.

Características físicas: Tubérculo articulado de un olor fuerte aromático; sabor agrio, picante. Los rizomas son de color cenizo por fuera y blanco amarillento por dentro. Las hojas son alargadas como las de maíz cuando apenas brotan de la tierra y envuelven con su vaina el tallo. Las flores son vistosas, están dispuestas en espigas cónicas y soportadas por escamas empizarradas. Planta herbácea, perenne, rizomatosa, hasta de 1 m de altura. Rizoma grueso, carnoso, nudoso. Tallos simples. Hojas lanceoladas, oblongas, dispuestas a lo largo del tallo en dos líneas paralelas. Flores sésiles, amarillas y labios purpúreos, reunidas en una espiga densa al extremo del tallo. Fruto seco y valvoso.

Almacenamiento: Las plantas aromáticas deberán almacenarse en un ambiente con una humedad suficientemente baja para que el producto pueda mantenerse en condiciones normales de almacenamiento sin que se desarrolle moho ni se produzca un deterioro significativo por oxidación o por cambios enzimáticos.

Presentación: Bolsa de 100 gramos.

Empaque: Bolsa Plástica perforada.

Fuente: Los Autores

Ficha Técnica de la Manzanilla

Producto: Manzanilla

Usos: La manzanilla es antiespasmódica, sedante y se Utiliza para aliviar casos de calambres de Estómago, digestiones pesadas, espasmos Gastrointestinales, colitis, inapetencia, fatiga General, menstruaciones dolorosas, neuralgia, Asma, fiebres periódicas. En uso externo la manzanilla es un notable Sedativo para tratar la conjuntivitis.

Funcionalidad: Entre las cualidades de esta planta están: 1- Es un antiinflamatorio. Ayuda a aliviar los procesos de inflamación tanto tomándola o usándola externamente. 2- Tiene propiedades antimicrobianas y funguicidas 3- Se le utiliza para hacer gárgaras cuando hay problemas de garganta y de encías. 4- Ayuda con la cicatrización 5-

Ayuda con problemas digestivos 6- Es calmante y tranquilizante, actúa como un sedante suave. Se le usa en caso de irritabilidad, tristeza y ansiedad. 7- Ayuda a controlar el eczema y las hemorroides 8- Facilita la menstruación y ayuda a eliminar sus molestias 9- En cosmética se le usa para aclarar el pelo, descongestionar la piel y calmar irritaciones 10- Es un diurético suave 11- Ayuda con la gota, artritis y sinusitis 12- Ayuda con problemas de asma y gripes.

Características físicas: Planta herbácea anual, glabra, muy ramificada Que alcanza una altura de 0,60 m. Hojas sésiles, alternas, bipinnadas en la parte superior y tripinnadas en la inferior, con segmentos lineales. Flores agrupadas en Capítulos pequeños, largamente pedunculados, Con receptáculo cónico y hueco, rodeado por un Involucro imbricado y aplastado, Flores sin Vilano, periféricas femeninas, liguladas, de Color blanco; flores centrales hermafroditas, de Color amarillo, tubulares.

Almacenamiento: Las plantas aromáticas deberán almacenarse en un ambiente con una humedad suficientemente baja para que el producto pueda mantenerse en condiciones normales de almacenamiento sin que se desarrolle moho ni se produzca un deterioro significativo por oxidación o por cambios enzimáticos.

Presentación: Bolsa de 100 gramos.

Empaque: Bolsa Plástica perforada.



Fuente: Los Autores

Ficha Técnica del Naranja

Producto: Naranja

Usos: Las hojas generalmente son usadas en infusión o té y tienen muchos beneficios: Digestivo, tónico estomacal, aperitivo, carminativo, calmante, antiespasmódico, diaforético, preventivo contra la gripe.

Otros usos y propiedades: Utilizada en farmacia para corregir el sabor de variados preparados; en licorería para la elaboración de algunos afamados licores (Curaçao, Cointreau, etc.).

Funcionalidad: El naranja amargo es un buen tónico estomacal, aperitivo gracias a sus esencias amargas, así como digestivo y carminativo; es también diaforético y antiespasmódico, adecuado como calmante en afecciones nerviosas. La famosa agua de azahar o agua del Carmen, consistente en la destilación del agua de la flor, se suele utilizar como calmante en casos de crisis nerviosas o desvanecimientos. Las hojas forman parte de variadas tisanas digestivas, calmantes y antiespasmódicas

Características físicas: Árbol perenne de la familia de las rutáceas hasta 10mts de altura, con la copa muy redondeada. Tallos ligeramente espinosos. Hojas coriáceas, elípticas o eliptocolancelada, aguda y con el peciolo provisto de alas estrechas. Flores de color blanco muy perfumadas y de 5 pétalos y numerosos estambres.

Almacenamiento: Las plantas aromáticas deberán almacenarse en un ambiente con una humedad suficientemente baja para que el producto pueda mantenerse en condiciones normales de almacenamiento sin que se desarrolle moho ni se produzca un deterioro significativo por oxidación o por cambios enzimáticos.

Presentación: Bolsa de 100 gramos.

Empaque: Bolsa Plástica perforada.



Fuente: Los Autores

Ficha Técnica de la Menta

Producto: Menta

Usos: Los usos de la menta van desde condimento para dar sabor en las comidas, así como elemento para preparar infusiones, y ayudar en la curación de males internos y externos. Sistema digestivo: Sistema respiratorio: Alivia la tos, desinflama todo el conducto respiratorio, asma, bronquitis, evita infecciones, etc. Sistema cardiovascular: reduce la tensión arterial y ayuda al corazón a tener un correcto bombeo de sangre. Piel: aplicado en forma externa ayuda en casos de eccema, picaduras de insectos, sarna, resequedad, barros, etc. Sistema genitourinario: Ayuda en la eliminación de líquidos acumulados, los riñones trabajen de formas regulares y además recientes investigaciones han demostrado a la menta como un excelente estimulante de la respuesta sexual.



Funcionalidad: La Menta Poleo, conocida también como Poleo o Poleo Menta, es una planta que se usa entera para realizar todo tipo de infusiones especialmente recomendadas problemas como indigestiones, empachos, gases y mal funcionamiento de la vesícula biliar. También resulta eficiente en otros aspectos como muy diferentes: desde expectorante a antiséptico, pasando por ayudar a sobrellevar las resacas de la borrachera de la noche anterior.

Características físicas: es una planta herbácea de hoja perenne de entre 30 y 90 cm. de altura, de la familia de las labiadas. Se da mejor en climas templados y suelos húmedos, a sol y sombra, y en verano da una flor espigada, de un color en la gama de los lilas o azules. Las hojas son alargadas y con el envés piloso, como el tallo. El color de las hojas de menta, de acuerdo con la variedad, puede oscilar entre el verde oscuro y el grisáceo.

Almacenamiento: Las plantas aromáticas deberán almacenarse en un ambiente con una humedad suficientemente baja para que el producto pueda mantenerse en condiciones normales de almacenamiento sin que se desarrolle moho ni se produzca un deterioro significativo por oxidación o por cambios enzimáticos.

Presentación: Bolsa de 100 gramos.

Empaque: Bolsa Plástica perforada.

Fuente: Los Autores

Ficha Técnica del Orégano

Producto: Orégano

Usos: En infusión se emplea para problemas asmáticos así como en digestivos. Asimismo, se le reconocen propiedades como anti flatulento, expectorante y antitusígeno. La decocción usada en vía externa se utiliza como antiséptica, analgésica y cicatrizante. También se usa como emenagogo y como sedante suave. Se utiliza la planta fresca machacada y calentada en una sartén a los efectos de ser aplicada en caso de tortícolis y torceduras. En combinación con tomillo, romero y aceite se elabora un eficaz antirreumático que se realiza con esas plantas, pero dejándolo macerar durante 14 días al sol o cerca de una estufa para que se mantenga tibio. Se usa en gargarismos en casos de amigdalitis o laringitis. Para esto se hace hervir 30 gramos de la planta en 1 litro de agua. Con esta misma preparación se pueden realizar vahos, cataplasmas, linimentos, etc.

Funcionalidad: Debido a las propiedades digestivas, el orégano facilita la realización de los procesos de digestión. Por lo anterior es muy útil para tratar casos de estreñimiento. Además, debido a las funciones digestivas, el orégano protege el funcionamiento hepático.

Características físicas: Planta perenne de la familia de las labiadas de hasta 80 cm. Tallos erectos, pilosos y aromáticos. Hojas ovales, pecioladas, dentadas o enteras. Flores rosadas, violáceas o blancas de hasta 7 Mm.

Almacenamiento: Las plantas aromáticas deberán almacenarse en un ambiente con una humedad suficientemente baja para que el producto pueda mantenerse en condiciones normales de almacenamiento sin que se desarrolle moho ni se produzca un deterioro significativo por oxidación o por cambios enzimáticos.

Presentación: Bolsa de 100 gramos.

Empaque: Bolsa Plástica perforada.



Fuente: Los Autores

2.5 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Dentro del municipio Jamundí como tal, se observa que no hay competencia así como tampoco quien ofrezca estos mismos productos puesto que en este municipio se han centrado en el cultivo de arroz y azúcar; el competidor número uno son los cultivos la Olga (ver tabla N° 10) cuyo producto se encuentra en todos los supermercados de cadena de la ciudad de Cali, como competencia secundaria tenemos a los cultivos de Jamer Hoyos y Gabriel Veloza (ver tabla N° 11) cuya distribución de plantas aromáticas es minoritaria comparado con la de cultivos la Olga pero aun así abarca una parte del mercado al cual se estima llegar con este producto a un costo de igual del de la competencia o dependiendo del precio que imponga la central de abastecimiento CAVASA, quien es el ente regulador en el Valle del Cauca.

Tabla 10 Análisis del competidor N° 1

Variable	Descripción / Análisis
Dirección	CR 2C No 49-10 B/ El Sena
Teléfono	445 19 28
Antigüedad en el mercado	10 AÑOS
Productos o Servicios que ofrece	Variedad de plantas aromáticas y medicinales para las almacenes de cadena de Cali y Yumbo.
Valores agregados	Servicio y calidad
Precio	Sus precios oscilan desde \$380 hasta \$500
Análisis del precio de venta del producto o servicio a ofrecer frente al precio de la competencia.	Los precios son moderados y económicos frente a los de la competencia.
Publicidad	Antigüedad en el mercado.
Canal de distribución	Propio, entrega a cada almacén.
Infraestructura (Ubicación, Tecnología, etc.)	Cuenta con un terreno amplio ubicado en la vereda La Olga.
Segmento al cual está dirigida la Competencia	Se caracterizan por ser una empresa familiar que distribuye a los supermercados.
Imagen de la competencia ante los clientes	Goza de aceptación, reconocimiento y posicionamiento dentro del mercado ya que llevan varios años trabajando para dar un buen servicio.

Fuente: Los Autores

Tabla 11 Análisis de la competencia

<i>NOMBRE DEL COMPETIDOR</i>	<i>PRECIO POR CADA 150 GRAMOS</i>	<i>DISTRIBUCIÓN</i>	<i>PROMOCIÓN</i>	<i>ATENCIÓN AL CLIENTE</i>	<i>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DE SUS PRODUCTOS</i>
JAMER HOYOS	\$400	entrega directa a los supermercados y no por los centros de distribución de los almacenes de cadena	eventual	buena	mercancía en buen estado, fresco, empacados por 120 gramos aprox. envuelto en polietileno
GABRIEL VELOZA	\$420	entrega directa a los supermercados y no por los centros de distribución de los almacenes de cadena	eventual	buena	mercancía en buen estado, fresco, empacados por 120 gramos aprox. envuelto en polietileno

Fuente: Los Autores

2.6 ESTRATEGIAS DE MARKETING

Se diseñan las estrategias para cada una de las variables de mercado entre ellas:

Las estrategias tendrán que ver con el posicionamiento del producto y el precio, producto, plaza y promoción.

2.6.1 Posicionamiento del producto:

Se desea tener el promedio de precios del mercado para hacer que nuestras plantas aromáticas sean asequibles para todas aquellas personas que lo deseen consumir, esto se logra teniendo unos buenos costos de producción y garantizando una continua producción del producto. Adicional a esto el empaque de las plantas aromáticas aportaran un plus muy importante que nos garantizaran un posicionamiento más rápido ya que cuyo empaque consta de las características o propiedades medicinales de las plantas esto se encontrara en su etiqueta y la bolsa reducirá el deterioro de la planta por húmeda y bajas temperaturas por lo que es una bolsa sella con perforaciones permitiendo a la planta respirar y así cumplir con en el proceso antes mencionado.

2.6.2 Estrategia de comercialización:

Esta estrategia estará basada en la producción de productos sanos, los cuales se logran a través de las certificaciones de producción y productos limpios, las cuales serán dadas a conocer a nuestros clientes por medio de los supermercados de cadena la ciudad de Cali tales como Comfandi, La 14, Éxito, Súper inter, Mercamío y Mercar, localizados en los estratos 2, 3 y 4. Para así tener un contacto directo con el consumidor final.

2.6.3 Estrategia de las cuatro "P"

Estrategia del producto: Penetrar de inmediato en el mercado masivo, generar un volumen sustancial de ventas, lograr una gran participación en el mercado meta, desalentar a otras empresas de introducir productos competidores y atraer nuevos clientes o clientes adicionales que son sensibles al precio.

Estrategia del precio: en esta estrategia se debe tener en cuenta los costos de producción para poder ser competitivos en el tiempo, y no quedarse atrás de las empresas competidoras a las cuales nos vamos a enfrentar (ver tabla N° 12). No superando la tabla de precios de la central de abastecimiento CAVASA (ver tabla N° 13) quien es el ente regulador de estos productos.

Tabla 12 Precios de sus productos

NOMBRES DE LOS PRODUCTOS	PRECIO DE VENTA (100GR)
ALBAHACA	350
CALÉNDULA	350
CIDRÒN	350
CILANTRO DE MONTAÑA	350
CIMARRÓN	350
HIERBA BUENA	350
JENGIBRE	500
LAUREL	350
MANZANILLA	350
ORÉGANO	350
PEREJIL CRESPO VALLUNO	350
PEREJIL LISO VALLUNO	350
ROMERO	350
TOMILLO	350
TORONJIL	350

Fuente: Los Autores

Esta lista es proporcionada por la central mayorista CAVAZA (ver tabla N° 13), el cual determina que oferta y demanda tienen los productos, así se le fija el precio y se publica en el mercado para que maneje un margen basado en esta información. Además al producto se le da un valor agregado en calidad y presentación con un empaque innovador de los demás, para que los consumidores se sientan seguros del producto que están llevando a sus hogares.

Tabla 13 Lista de precios de las plantas

PRODUCTO		UNIDAD	RANGO DE	PRECIO	PRECIO KILO	PRECIO	%
		COMERCIAL	VARIACIÓN	ACTUAL	UNID. COMERC.	ANTERIOR	VARIACIÓN
VERDURAS Y HORTALIZAS							
ALBAHACA	Kilo			2000	2000	2300	-13%
APIO BOGOTANO	Unidad			1000	1000	1000	0%
APIO BOGOTANO	Docena			12000	1000	12000	0%
HIERBAS Y AROMATICAS							
CALENDULA	Kilo			2000	2000	2000	0%
CIDRON	Kilo			3000	3000	3000	0%
CILANTRO DE MONTAÑA	Kilo			2000	2000	1800	11%
CIMARRON	Kilo	(2000-2400)		2200	2200	2000	10%
HIERBA BUENA	Kilo				0		
JENGIBRE	Kilo			6000	6000	6500	-8%
LAUREL	Kilo	(9000-10000)		9500	9500	9500	0%
MANZANILLA	Kilo				0		
OREGANO	Kilo			8000	8000	7500	7%
PEREJIL CRESPO VALLUNO	Kilo			3000	3000	3000	0%
PEREJIL LISO VALLUNO	Kilo			2500	2500	2300	9%
ROMERO	Kilo			4500	4500	4500	0%
TOMILLO	Kilo			6500	6500	6000	8%
TORONJIL	Kilo			2000	2000	2000	0%
% DE VARIACIÓN GRUPO HIERBAS Y AROMATICAS		3.1					
% DE VARIACIÓN GRUPO GRANOS							
% INDICE DE PRECIOS VENTA MAYORISTA EN CAVASA (HOY) ***		0.1					
FUENTE: OFICINA DE MERCADEO Y PRECIOS DE CAVASA OLIVER R. MEDINA VILLAREJO							

Fuente: (CAVASA-Corporación de Abastecimientos del valle del cauca S.A, 2014)

Investigación realizada en supermercados de cadena la ciudad de Cali tales como Comfandi, La 14, Éxito, Súper inter, Merca mío y Mercar, localizados en los estratos 2, 3 y 4. Precio de compra para productor de \$300 a \$500 el atado de 100 gramos.

Estrategia de la plaza: se buscara cubrir la demanda de los supermercados de la ciudad de Cali ubicados en los estratos 2, 3 y 4, donde se encuentran los mayores consumidores de nuestro producto.

Estrategia de promoción: Para esto se harán promociones que asumirá el productor en los diferentes supermercados, mostrando los beneficios de las plantas aromáticas se utilizarán canales de información, los cuales llegarán directo al cliente como volantes, resaltando siempre las características y beneficios del producto, adicionalmente, el precio del producto jugará un papel importante para incentivar la demanda, ganar cuota de mercado y posicionar la marca.

2.6.4 Estrategias de distribución.

Con esta estrategia se pretende mejorar la entrega en los supermercados de cadena realizando la exhibición de los productos con el fin de que el cliente (supermercados) tenga un buen surtido a la venta ante sus clientes, así mismo buscar que los tiempos de la entrega del producto se reduzca y sea eficiente para poder realizar esta estrategia se buscara estimar una fecha probable en que se reciben los pedidos de las empresas para poder realizar una anticipación de los mismos, con esto reducir el tiempo global de la entrega y buscar mantener las unidades de transporte en óptimas condiciones para que el desempeño sea excelente

2.6.5 Estrategia de Promoción Y Comunicación

Mantener la relación y la comunicación con los clientes en buenos niveles de satisfacción, se propone una estrategia de comunicación y retroalimentación a través de llamadas tácticas entre 10 y 15 días antes de la fecha estimada de compra, para poder brindar información oportuna de interés para el así como también alguna oferta o implementaciones promocionales.

Medios Promocionales: Elaborar un catálogo con investigación científica de las propiedades y usos que se le pueden dar a los productos comercializados por la empresa, en esta elaboración se debe recurrir a una investigación profunda y muy seria que permita aprovechar la experiencia y tradición así como la ciencia y la tecnología que permita un mejor conocimiento de las plantas aromáticas.

Reforzar y mejorar el sitio web de la empresa para poderlo ir adaptando y mejorando en beneficio de la imagen y servicio al cliente de la empresa, con esta estrategia se pretende avanzar de ser un sitio informativo hasta llegar a convertirse en portal de acceso

2.6.6 Estrategias de Publicidad.

Mantener la relación y comunicación con clientes, participar en ferias y eventos nacionales en el sector de la industria, construir un catálogo sobre el uso y las propiedades de las plantas, reforzar y mejorar la página web, educación al consumidor en el uso del producto, el costo de los medios publicitarios se cancelara de acuerdo al SMLMV que se encuentre en la actualidad rigiendo. (Ver Tabla N° 14)

Tabla 14 Medios publicitarios

Medios o Canales	Frecuencia	Costo por día	Costo por mes
Atención personalidad.	diariamente	\$ 26.667	\$ 616.500
Venta por Teléfono (tele-marketing).	diariamente	\$ 26.667	\$ 616.500
Realizar estrategias de Ventas.	una vez por semana	\$ 26.667	\$ 616.500
Promocionar el producto en ferias empresariales, eventos locales y nacionales.	Cada vez que se presente un evento donde se presenten este tipo de productos.	\$ 26.667	\$ 616.500
Página Web	Una vez	\$ 0	\$ 0

Fuente: Los Autores

Estos medios publicitarios nos ayudaran a posicionar más rápidamente el producto en el mercado, y así convertirlo en un producto de primera instancia para la canasta familiar.

2.7 POLÍTICAS DE SERVICIO

Son herramientas que se manejan para brindar un servicio de total satisfacción, donde se debe tener en cuenta la logística y el tiempo que se requiere para brindar un buen servicio dando al cliente una atención personalizada e innovadora.

2.7.1 Políticas de pago

PROVEEDORES.

Requisitos:

- Ser persona natural o jurídica que tenga condición de comerciante, de conformidad con la legislación vigente.
- Matricula y/o registro mercantil y certificado de existencia y representación legal expedido por la Cámara de Comercio respectiva, con no más de 90 días de expedición.
- Registro Único Tributario – RUT.
- Acreditar el régimen de IVA al cual pertenece de conformidad con las normas tributarias vigentes.
- Fotocopia representante legal.
- Certificado de cuenta bancaria no mayor a 30 días.

RECEPCIÓN Y ENTREGA DE BIENES.

- Sólo se recibe mercancía si se tiene una orden de compra de la empresa, generada únicamente por el departamento de compras.
- La fecha límite de recepción de cada mercancía es hasta el 25 de cada mes con su factura correspondiente.

PAGOS.

- Solo se dará lugar a pago, aquellos productos o servicios que hayan pasado su respectivo control.
- La programación de pago se efectúa, de acuerdo a condición de pago pactada en el contrato de proveedores.
- AROMÁTICAS VIDA SANA SAS consignará el valor de los pagos de facturas, a la cuenta de ahorros o corriente que el proveedor haya indicado en su registro de inscripción.

2.7.2 Políticas de garantía

- Ofrecemos productos naturales 100% orgánicos y de alta calidad.
- Los productos son entregados en los tiempos estimados.
- Se brinda información completa y precisa de todos nuestros productos.

2.7.3 Políticas de distribución

- Establecer un contrato con un Outsourcing de distribución para que las entregas sean efectivas y en los tiempos pactados con los clientes.

2.8 TÁCTICAS DE VENTA

En este primer contacto con el cliente se busca que la amabilidad y el trato preferencial hacia los clientes, obtenga un trato diferencial por parte de Aromáticas Vida Sana S.A.S. demostrándole al cliente lo importante que es el para nosotros como proveedor y al momento de elegir los productos el cliente nos elija y no a la competencia.

Servicio durante la venta: Relación directa y personalizada con el comprador y proveedor.

Servicio post venta:

- Responsabilidad por garantías.
- Retroalimentación del cliente a través del servicio telefónico, email, o visita personalizada.
- Asesorías técnicas del producto.

3 ESTUDIO TÉCNICO

En este capítulo se puede observar las características del producto, los procesos de producción en donde se plantea cómo será la realización de cada uno de ellos las fases de cosecha, la información del producto, cada uno de los puntos que contiene la información que lleva la etiqueta, su localización geográfica en donde estarán ubicados los cultivos, las debilidades, oportunidades, amenazas y fortalezas.

En la producción de plantas aromáticas, los rendimientos por hectárea son muy disímiles entre departamentos. Es muy probable que esto se deba a que el grupo plantas aromáticas incluye una gran diversidad de especies con diferentes índices de rendimiento tanto por especias como por técnicas de producción, distribuidas de manera no uniforme en el país. Por ejemplo, mientras un cultivo de limoncillo técnicamente establecido alcanzaría rendimientos de 30 toneladas por hectárea, en manzanilla común también técnicamente establecido alcanzaría rendimientos de 24 toneladas por hectárea.

El sector agrícola en Colombia ha sido fundamental para el desarrollo social y económico del país, según cifras del DANE, ha realizado un aporte creciente al PIB pasando de \$18.881 millones en 2000 a \$24.051 millones en 2001, lo que representa un incremento del 27,4%; de la misma manera, las exportaciones agroindustriales han correspondido, en promedio, al 30% del valor de las exportaciones totales de bienes del país, según la clasificación del ámbito agrícola de la Organización Mundial del Comercio - OMC. Reconocer la importancia del sector agrícola plantea, desde hace algunos años, la necesidad de realizar un direccionamiento estratégico, que permita generar acciones dinamizadoras tendientes a incrementar la actividad económica y productiva, haciendo más competitivo el agro colombiano. (Flórez M, Morales, Uribe G., & Contreras P., 2012)

3.1 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

Se denomina hierba el material obtenido de hojas e inflorescencias de las plantas. De acuerdo a su uso se catalogan en aromáticas y medicinales. Las aromáticas se catalogan como bebidas calientes que en un momento dado remplazan el té o el café, algunas de ellas se les atribuye propiedades curativas.

Por lo tanto, dada la demanda creciente en esta categoría de productos y aumento de interés por la diversidad cada vez mayor de productos tanto en el mercado, donde habrán bastantes oportunidades para abastecer del producto fresco a los diferentes supermercados que las soliciten.

3.1.1 Características a realizar en los diferentes procesos del proyecto:

➤ **Fase 1. De producción:** implementación de BPA (Buenas Prácticas Agrícolas) las cuales son requeridas para obtener una buena estructura de manipulación que va desde preparación del suelo del terreno, tipo de semilla y el manejo en el ciclo de desarrollo del producto; do esto con el fin de brindar a nuestros clientes finales un producto de calidad y confiable.

- Con respecto al clima, se debe tener en cuenta la duración de luz del día, la cantidad de precipitaciones y el rango de temperaturas. Estos factores junto con las diferencias de temperatura entre el día y la noche repercuten directamente en los procesos fisiológicos y bioquímicos de las plantas, sobre todo aquellos que implican reacciones enzimáticas, influyendo en el crecimiento y en la biosíntesis de sustancias ecológicamente activas.

- El suelo debe ser fértil y contener las cantidades de minerales, elementos orgánicos y otros en proporción óptima para el desarrollo de las plantas. Cada planta medicinal requiere las condiciones de suelo que son específicas para su especie. La mayoría de las plantas aromáticas requieren un pH neutro del suelo (entre 6,5 y 7,5 pH). Donde se cuenta con el terreno idóneo ubicado en los altos de Puente Vélez donde las condiciones climáticas e hídricas que posee dicho corregimiento son las ideales para el inicio de operaciones de la empresa. Donde la alternancia de cultivos es muy importante. Se recomienda alternar plantas Aromáticas con otras cosechas, ya que influye sobre el balance nutritivo, hídrico y orgánico del suelo, protege frente a enfermedades por ácaros, nematodos etc., y frente a las malas plantas.

➤ **Fase 2. De cosecha:** aplicar las BPA (Buenas Prácticas Agrícolas) implementando la óptima cosecha de acuerdo al ciclo del desarrollo de cultivo entre 45 y 60 días. Donde se deben utilizar materiales para la cosecha y procesos de la misma.

Los fertilizantes se pueden ser clasificados como mineral (de origen químico o sintético) u orgánico (producido de materia orgánica que en general proviene de animales).

- Nutrientes
 - El fósforo es muy importante para algunos procesos que determinan el crecimiento y el desarrollo de plantas. El fósforo es consumido de manera intensiva durante las etapas iniciales de crecimiento.
 - El potasio ayuda a la síntesis de carbohidratos, los procesos de cambio de nitrógeno y la síntesis de proteínas. Regula los mecanismos de apertura y cierre estomático, por lo que fundamental en condiciones de estrés hídrico.

- Nitrógeno. Interviene en la síntesis de proteínas, ácidos nucleídos, ATP y clorofilas. Su demanda es elevada durante la etapa de floración, en la que se suelen detectar deficiencias de este nutriente.
 - Los micros elementos como el magnesio, el hierro, el cobre, el zinc, el manganeso, el molibdeno, el cobalto, el boro, etc. activan las enzimas. Puedes resaltar que el molibdeno participa de la reducción del nitrato (cofactor de la enzima nitrato reductasa que transforma el nitrato en nitrito). Por lo tanto es importante en la etapa de floración.
 - El magnesio es un macro elementó. Además ser cofactor de algunas enzimas, forma parte de la estructura de las clorofilas, es por eso que puede darse deficiencia de este nutriente en la etapa de frotación.
- Períodos de tiempo básicos para fertilización:
 - ✓ *Fertilización básica.* Los fertilizantes deben ser aplicados inmediatamente antes del principio del tratamiento básico del suelo durante el cual las plantas son enterradas a la profundidad de arado en la tierra.
 - ✓ *Uso de fertilizantes antes de la siembra.* Aporta las sustancias nutritivas necesarias para el inicio del crecimiento. Los fertilizantes deberían ser aplicados antes o en el momento del último tratamiento de pre siembra del suelo.
 - ✓ *Alimentación.* Suministra a las plantas las sustancias nutritivas durante las etapas del desarrollo en que más lo necesitan. El mejor efecto se alcanza aplicándolos durante la irrigación.
 - **Fase 3. De Pos Cosecha:** aplicar las BPM (Buenas Prácticas Manufactura) para el acondicionamiento de las plantas de acuerdo a los requerimientos de supermercados e hipermercados. (Restrepo et al., 2013)

3.1.2 Información de adquisición de materias primas.

Se realizan cotizaciones para validar el costo de las semillas, abonos, fertilizantes y todos los productos que son necesarios para la cultivación de cada una de las plantas, para esto se evalúa que proveedores poseen estas materias primas y se tiene en cuenta unos puntos primordiales tales como:

- Los proveedores debe ser como en primera instancia nativos de la región, sino se logra realizar una negociación se tendrán como segunda opción a los más cercanos y con el costo de igual condiciones a los de la primera opción o mejores. Estas serán necesarias solo al momento de iniciar el proceso productivo donde solo por primera vez se adquirirán y de ahí en adelante se seleccionan tres plantas de cada tipo para generar la semilla del cultivo y esto se hará en cada cosecha.

Tabla 15 lista de costo de semillas

INVENTARIO DE SEMILLAS EN PESOS			
N°	ITEMS	CANT. SEMILLAS X LIBRA DE 454Gr	COSTO SEMILLAS
1	ALBAHACA	1	96.250
2	CALENDULA	1	105.000
3	CIDRON	1	350.000
4	CILANTRO DE MONTAÑA	1	350.000
5	CIMARRON	1	240.000
6	HIERBA BUENA	1	1.750.000
7	JENGIBRE	1	2.990.000
8	LAUREL	1	1.825.000
9	MANZANILLA	1	350.000
10	OREGANO	1	720.000
11	PEREJIL CRESPO VALLUNO	1	415.000
12	PEREJIL LISO VALLUNO	1	415.000
13	ROMERO	1	350.000
14	TOMILLO	1	475.000
15	TORONJIL	1	440.000
	TOTAL	15	10.871.250

Fuente: Semillas del pacifico (vicunet, s. f.)

- Abonos: Los desperdicios orgánicos componen casi el 70% de nuestra basura doméstica, y es muy útil para elaborar un excelente abono para nuestras plantas. Una manera de mantener la fertilidad de la tierra es incorporándoles abono. Y nada mejor que un abono orgánico, desprovisto totalmente de químicos. Para preparar abono orgánico solo necesitamos un

pedacito de tierra, paciencia y constancia. Los restos de alimentos que nos sirven para preparar este abono son las cáscaras de huevos y de frutas, verduras, la yerba y el café usado, hojas, estiércol y algunos restos de poda. Esto es lo necesario y como todo es desechos de nuestras casas todos es de utilidad y no se desperdiciaría, así se apoya la disminución de generación de basuras y sería un proceso ecológico.



3.1.3 Información de la etiqueta producto.

Este producto tendrá una presentación que lo diferenciara de los de la competencia, preferiblemente en bolsa pre impresa con descripciones de presentación así:

- Nombre de la empresa
- Dirección, teléfonos y pagina web
- Nombre del producto
- código de barras
- Forma de cómo se debe consumir
- Peso (en gramos)

Ya con esta información en el empaque el cliente obtendrá conocimiento y sabrá qué tipo de producto es el que está adquiriendo para suplir su necesidad.

3.1.3 Ficha Técnica Del Producto

Nombre Comercial: Aromáticas Vida Sana

Producto: Plantas Aromáticas

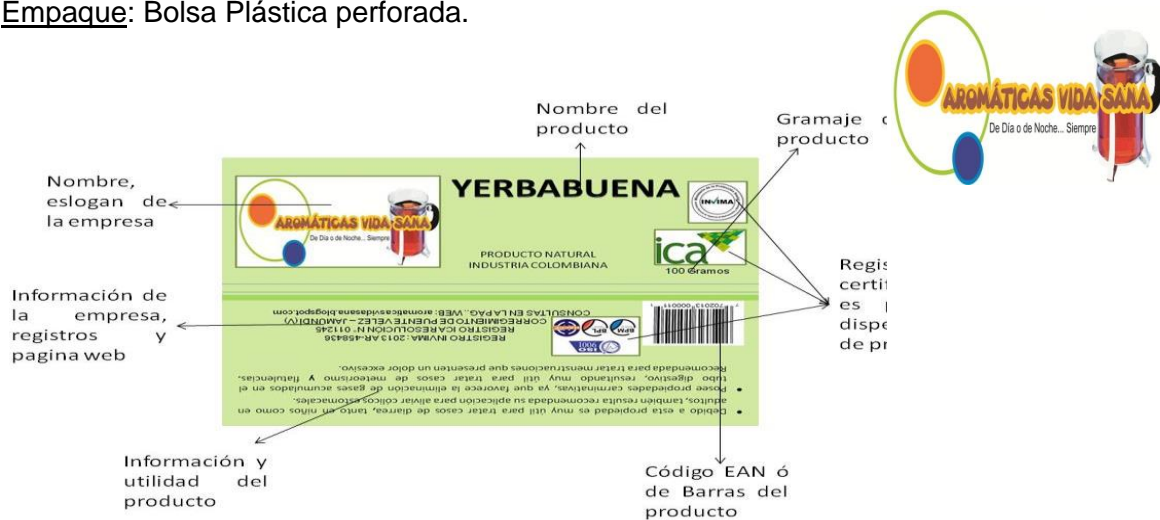
Usos: Para utilizarse en el consumo de la alimentación diaria y aporte de principios medicinales, constituyéndose en remedios naturales para mantener o mejorar la salud.

Funcionalidad: la funcionalidad de las plantas aromáticas depende de cada una de ellas ya cada planta posee propiedades únicas las cuales pueden ser utilizadas para el consumo medicinal o alimenticio de las personas.

Características físicas: al igual que la funcionalidad cada planta posee unas características únicas que la hacen diferente tales como tamaño de los tallos, hojas, flores y aromas.

Presentación: Bolsas Aromáticas de 100 gramos.

Empaque: Bolsa Plástica perforada.



DE DÍA O DE NOCHE... SIEMPRE

Fuente: Los Autores

3.1.4 Ficha Técnica Del Proceso Productivo

Temperaturas: se procura mantener al mínimo las temperaturas nocturnas que no estén por debajo de los 10°C y en el día como máximo los 35°C para que no se deshidraten; un golpe de calor puede acabar con la germinación de todo el cultivo.

- Se debe mantener constantemente la humedad de los cultivos donde esta se realizara por medio de los aspersores de riego.
- También se deberá tener en cuenta que los cultivos encharcados por exceso de riego dificultan la respiración de las raíces aún muy débiles y se pudren.
- Con poca luz las plantas se achilan y no hay casi fotosíntesis para desarrollar hojas. Por el contrario los excesos disparan la transpiración de forma peligrosa.

Es necesario tener en cuenta estos puntos con el fin de prevenir unas plantas de calidad decadente y no aptas para la venta o el peor de los casos la pérdida total del cultivo.



Riego: En la primera fase de desarrollo de una planta el riego debe ser abundante (con excepciones). En épocas de calor y mucho sol es mejor regar poco a poco pero con más frecuencia, mientras que en los meses de invierno se suelen reducir los riegos. Para un mejor tratamiento del suelo, hay que distribuir el riego por zonas distintas cada vez y hacerlo con agua templada.

Los aspersores son ideales para grandes superficies para las que no se dispone del tiempo necesario, y es más eficaz para regar las plantas aromáticas.



Abono: Necesitan poco abono, para que no pierdan el aroma y sabor. Con fertilizar la tierra una vez al año es suficiente. Si se abonan en invierno, es conveniente utilizar abono orgánico y si utilizas fertilizante mineral puedes hacerlo en época donde las lluvias son escasas para evitar el desperdicio del mismo, y así evitar pérdida del mismo.

Es muy propicio colocarle al cultivo mulching o acolchado: cortezas de pino, paja, plástico negro, etc. Esto sirve para mantener la humedad y aportar algo de humus.



Cosecha: Se realiza cuando estén en su mejor momento para que tengan el contenido máximo de esencias. En general, las plantas aromáticas presentan los niveles más elevados de aroma antes de que la planta empiece a florecer.

No debemos recoger las hojas de estas plantas por la mañana pues estarán demasiado húmedas y se estropearan a la hora de guardarlas. El mejor momento es cuando las plantas estén libres de la humedad de la noche pero mantengan unos niveles de humedad adecuados, lo cual se da normalmente a finales de la mañana en días no demasiado calurosos y poco húmedos.



Fuente: Los Autores

3.1.5 Presentación del producto

Imagen 1 Logo de presentación del producto



Fuente: Los Autores

3.2 ESTUDIO OPERATIVO

Pretende cubrir una demanda o necesidad insatisfecha en producción de plantas medicinales con enfoque de agricultura orgánica. La calidad es garantizada por la BPA (Buenas Prácticas Agrícolas), y la implementación del verdadero desarrollo de la agricultura limpia. Estos dos procesos juntos hacen que la tarea de cosecha, empaque y distribución sean los más eficientes sin generar desperdicios de producto y que el cliente obtenga un producto 100% confiable y de la mejor calidad.

- Esta empresa estará ubicada en la vereda de Puente Vélez en el municipio de Jamundí, en la finca la esperanza de propiedad de la empresa y en donde se facilitara la producción por las condiciones climáticas adecuadas para las plantas aromáticas.

- Materia prima: necesaria para obtener el producto final son las plantas ya cultivadas en sus mejores condiciones, bolsa biodegradable perforada, etiqueta con toda la información.

- Equipos de producción: Guadañadora, rastrillo, aspersor giratorio, serrucho, azadón, pala, pica, machete, selladora, fumigadora, báscula, oncera. (ver Tablas N° 18 y 19)

- Equipos de Oficina: escritorio, sillas, mesa, archivador, computador, impresora, fax, papelería. (ver Tablas N° 18 y 19)

- Mano de obra: 3 trabajadores de campo, Jefe de campo.

- Control de calidad: se deberá tener en cuenta cada paso a seguir como lo son:
 - Revisión periódica cada tres meses de cada proceso.
 - Inducción a cada uno de los empleados.
 - Retroalimentación hacia cada uno de los procesos.
 - Agro insumos los cuales en su mayoría son producidos naturalmente.
 - Plásticos farallones.

Estos son los equipos a utilizar con el fin de prevenir accidentes laborales de los colaboradores y agilizar el desempeño de sus labores diarias.

Tabla 16 Dotación de personal

DOTACION PERSONAL	
Mascarillas para Fumigación.	
Mascarillas Desechables.	
Impermeables	
Botas Pantaneras	

Fuente: Los Autores

Tabla 17 Equipos de trabajo

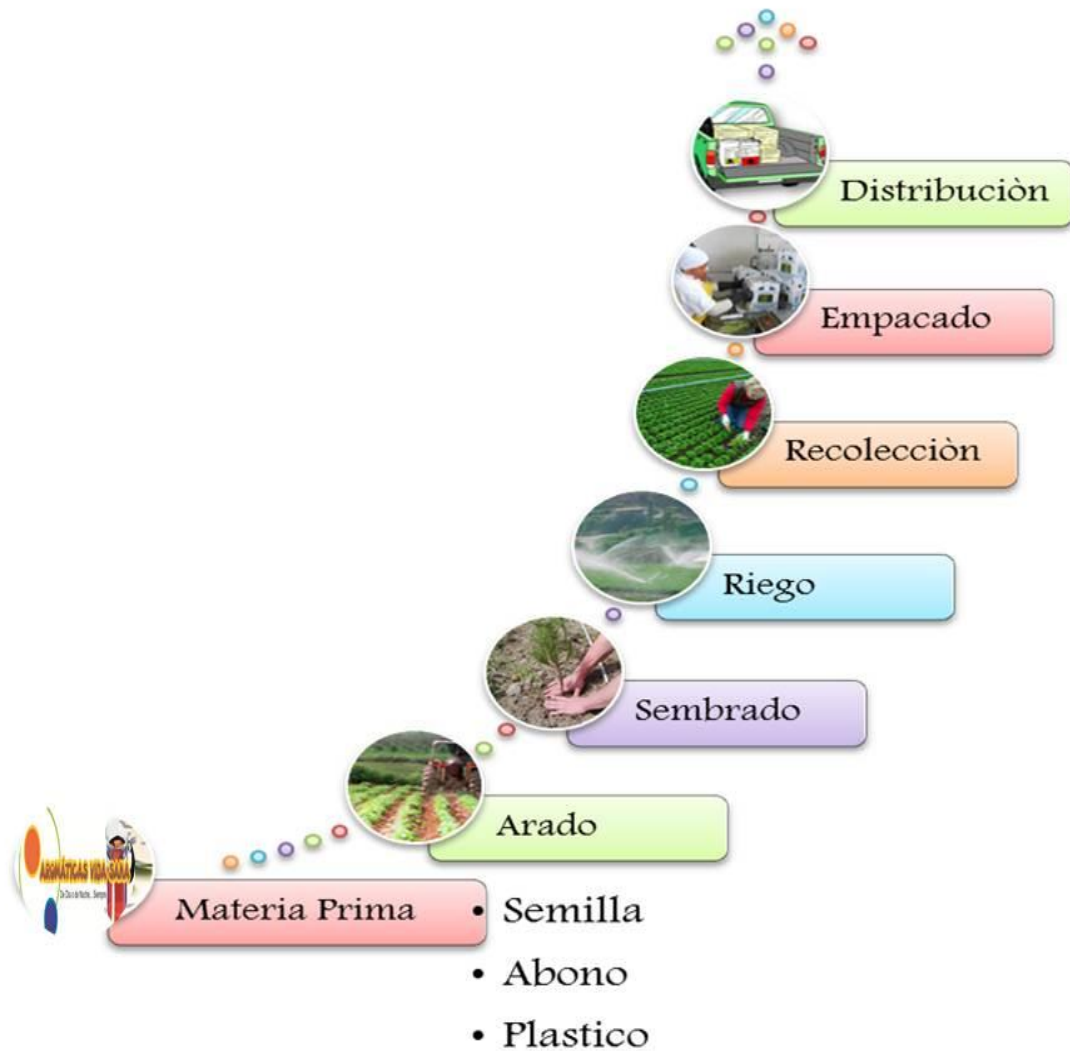
EQUIPOS DE TRABAJO	
Fumigadora Royal Cóndor Activa	
Guadañas para Trabajo Pesado y liviano.	
Selladora Manual Ic15	
Impresora Multifuncional HP	
Computador	

Fuente: Los Autores

3.2.1 Diagrama del proceso.

En este diagrama se resumen el inicio de las tareas o labores que se realizan en la empresa mostrando el paso a paso hasta el final que es el envío a nuestros clientes donde el consumidor obtendrá a su alcance el producto.

Imagen 2 Diagrama de procesos



Fuente: Los Autores

3.3 MACRO-LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La localización de un proyecto de inversión o de producción está orientada principalmente con el objetivo de lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y la eficiencia del servicio. Donde se consideraron aspectos como:

- Condiciones de abastecimientos de materia prima e insumos
- Infraestructura, servicios públicos, sistema de transporte y vías de accesos.
- Disponibilidad de mano de obra.
- Condiciones climáticas, culturales y políticas.

Los factores determinantes que permiten una óptima ubicación para el cultivo de las plantas aromáticas y su distribución son:

- **Distancia de los proveedores.** Los proveedores de los insumos (semillas) que se requiere para el cultivo de aromáticas se solicitaran por medio de vía telefónica o por correo electrónico y este a su vez notificara cuando el pedido esté listo, para posteriormente ser recogido por los encargados del cultivo, igualmente se manejaran tiempo de entrega de pedido. El proveedor semilla del pacifico está ubicado en el municipio de Cartago – valle del cauca, en el corregimiento de puerto caldas de este municipio.
- **Distancia al cliente:** Determinado por la investigación realizada, se implementan rutas de entrega para optimizar el transporte y poder cumplir con los pedidos y los tiempos de entrega. Donde nuestros clientes se encuentra ubicados en la ciudad de Cali y de acuerdo a la zona (norte, sur, oriente u occidente) dependiendo de esta zona se agruparan los clientes con el fin de brindar eficiencia en las entregas.

- **Distancia de los trabajadores.** La zona escogida cuenta con 2.343 Habitantes y por ser un corregimiento pequeño el acceso al lugar de trabajo es muy fácil debido a que los trabajadores de campo son nativos de este corregimiento la entrada a la finca será por la zona sur oriente, además se escogió en este lugar por su población y el clima ya que cuenta con las condiciones adecuadas para el cultivo de plantas aromáticas.

Entorno ambiental.

- Esforzarse por evitar la contaminación medioambiental y emplear las medidas necesarias para proteger el medio ambiente y mejorar la conservación de los recursos naturales.
- Identificar, registrar y evaluar los aspectos de los productos y servicios que pueden causar impacto en el medioambiente.
- Mejorar de forma continua el desempeño ambiental.
- Establecer un plan de gestión que incluya los riesgos ambientales, sea coherente con el compromiso ambiental y se revise anualmente.

Administraciones públicas.

- Relacionarse con las autoridades e instituciones públicas de manera lícita y respetuosa no aceptando ni ofreciendo regalos o comisiones, en metálico o en especie.

- Colaborar con las Administraciones públicas y con las entidades y organizaciones no gubernamentales dedicadas a mejorar los niveles de atención social de los más desfavorecidos.
- Establecer los canales de comunicación y de diálogo convenientes, con las administraciones relacionadas con el Grupo, con el fin de cooperar en una cultura de Gestión Ética y Socialmente Responsable en las comunidades que opera.
- Colaborar con las Administraciones públicas y con las entidades y organizaciones no gubernamentales dedicadas a mejorar los niveles de atención social de los más desfavorecidos.

3.3.1 Zona Geográfica

Para el desarrollo y ejecución del proyecto se requiere un lote como mínimo setenta mil quinientos metros cuadrados (70.500 m²) y se tiene uno con ochenta y cinco mil metros cuadrados (85.000 m²). Ubicado en el corregimiento de Puente Vélez zona rural del municipio de Jamundí.

El Microclima, la condición ambiental y el tipo de suelo ideal para el desarrollo de este proyecto. Ya que son los factores requeridos para la constitución de este proyecto.

3.3.2 Acciones para evitar la contaminación del medio ambiente

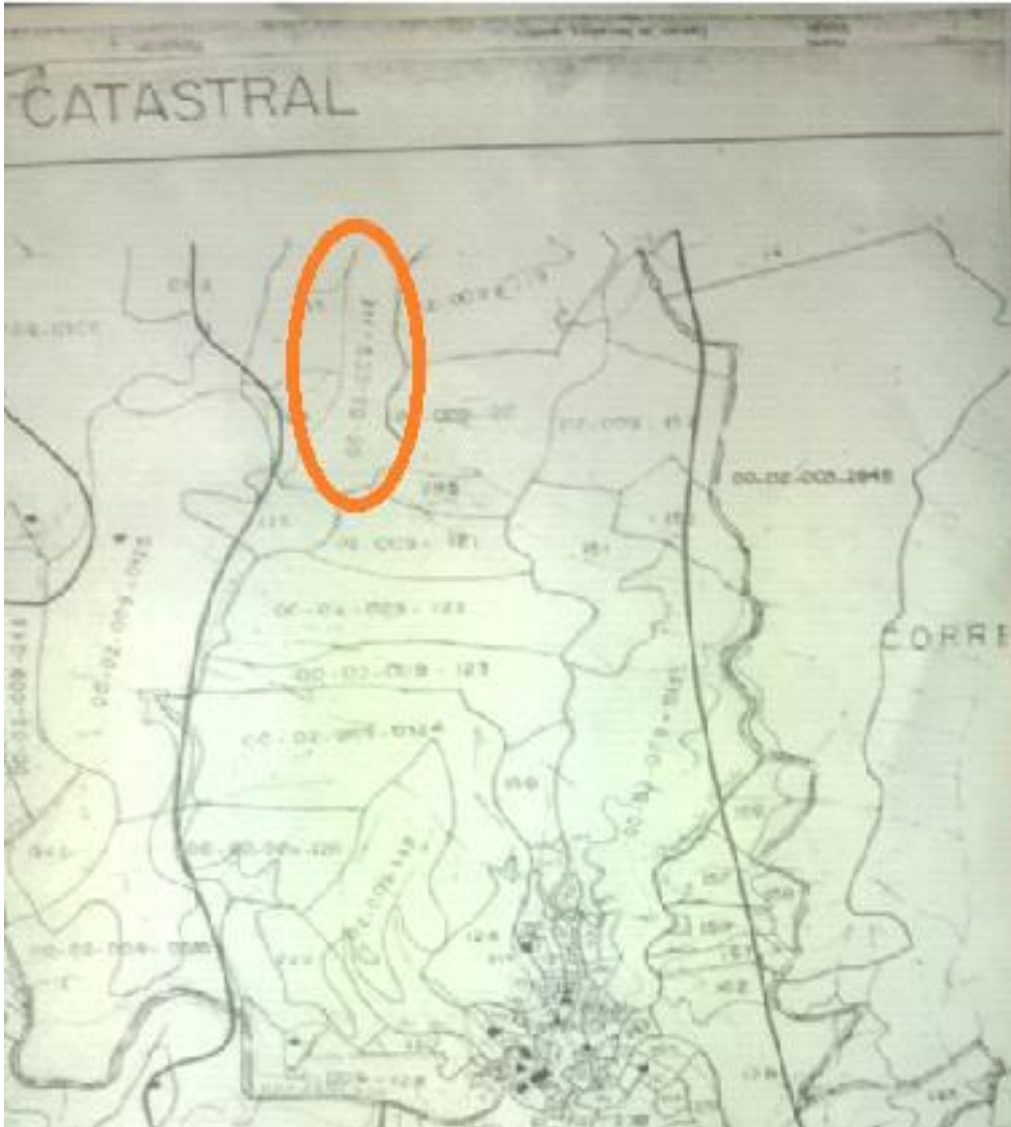
Las instituciones ambientales del municipio vienen adelantando campañas de reforestación con la comunidad a fin de mitigar los efectos que para la capa terrestre trae la extracción del mineral. Además las autoridades en la materia se han interesado en aplicar los respectivos controles con relación a la actividad base

de la supervivencia de varias familias que habitan en este terruño. (Alcaldía Municipal de Jamundí-Valle, 2012)

3.3.3 Condiciones sociales y culturales

El río Jamundí a su paso por este territorio, ha formado balnearios naturales como el denominado “Charco Vélez” que se destaca no solo por sus condiciones naturales, sino también por su notable presencia de turistas. La práctica del fútbol es el deporte que además de ser una actividad de sana diversión, propicia un espacio para la integración rural. Dos torneos de fútbol son organizados por los dirigentes deportivos de la región, los cuales son realizados en las canchas de Puente Vélez y San Antonio. (Alcaldía Municipal de Jamundí-Valle, 2012)

Imagen 3 Ubicación del área de producción



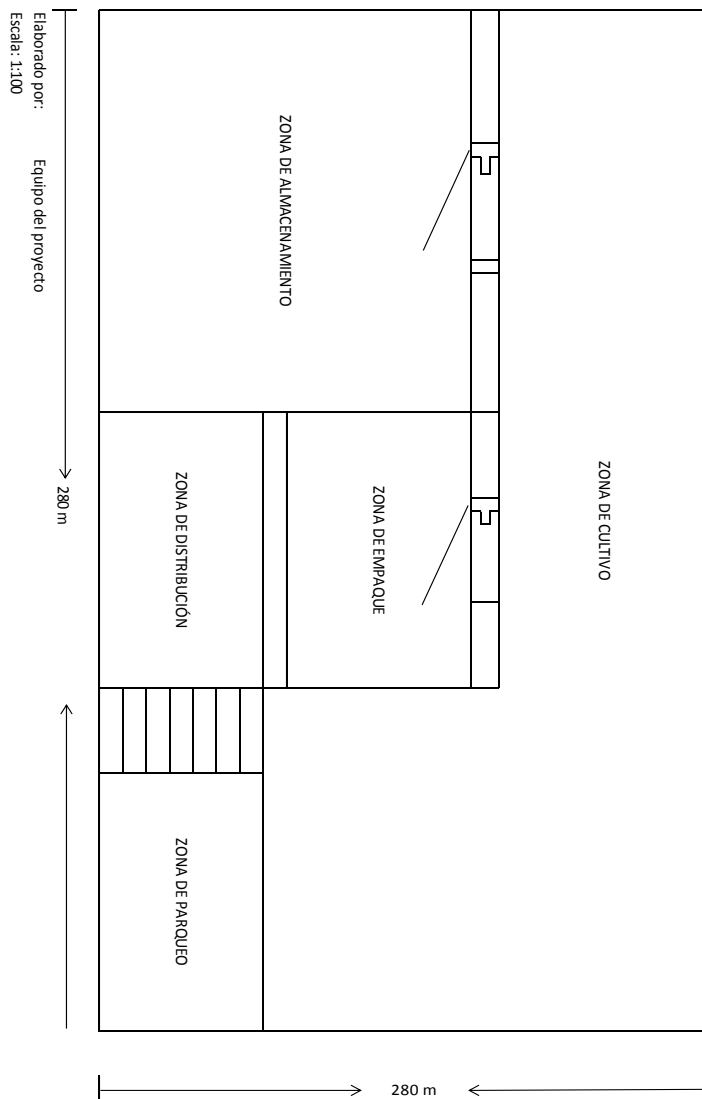
Fuente: (Alcaldía Municipal de Jamundí-Valle, 2014)

El área señalada con el círculo es la ubicación del terreno donde se establecerán las actividades de los procesos de cultivo, producción y distribución de las plantas aromáticas.

3.4 MICRO-LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Es la micro localización se dará a conocer la distribución de planta donde mostraremos como estarán divididas las áreas de producción los hectáreas para el cultivo, el sellado de empaque del producto, el almacenamiento de la mercancía y la zona de cargue.

Imagen 4 Distribución de Planta



Fuente: Los Autores

3.4.1 Localización urbana, sub-urbana o rural

Imagen 5 Localización Urbana del sitio de realización del proyecto



Fuente: (Alcaldía Municipal de Jamundí-Valle, 2012)

Es la tierra minera por excelencia. Durante varias generaciones, los pobladores han trabajado en las minas de carbón, las cuales están ubicadas en las zonas de Cascarillal, Río Claro y Puente Vélez. Así como los pobladores de este sector, los campesinos de otros corregimientos y veredas derivan su sustento de la explotación minera.

Las instituciones ambientales del municipio vienen adelantando campañas de reforestación con la comunidad a fin de mitigar los efectos que para la capa terrestre trae la extracción del mineral. Además las autoridades en la materia se han interesado en aplicar los respectivos controles con relación a la actividad base de la supervivencia de varias familias que habitan en este terruño. Aquí es donde entran aromáticas vida sana, con el fin de apoyar esta idea de reforestación para mejorar la calidad de vida de todos los habitantes de este sector.

El río Jamundí a su paso por este territorio, ha formado balnearios naturales como el denominado “Charco Vélez” que se destaca no solo por sus condiciones naturales, sino también por su notable presencia de turistas.

Inicia en el corregimiento de potrerito vía San Antonio, ideal para la realización de ciclismo a lo largo del recorrido ,al llegar a la vereda Gato de monte se encuentra el cruce , siguiendo a mano derecha, encuentras a Rancho alegre hasta llegar al corregimiento de Puente Vélez, donde encontramos las cristalinas aguas del río Jamundí ideales para la recreación y esparcimiento; en esta localidad se encuentran ubicados los socavones de las minas de carbón, principal fuente de economía de esta población. En el corregimiento de San Antonio podemos disfrutar una hermosa vista de la región, el tradicional mercado campesino, apreciar hermosas cascadas, el esplendor de la flora, fauna y las minas de bauxita propias de esta región. (Alcaldía Municipal de Jamundí-Valle, 2012)

3.4.2 Transporte del personal

El transporte en este sector es muy concurrido ya que se cuenta con dos vías para llegada al terreno y múltiples callejones que conducen al mismo, uno se encuentra por la vía potrerito el cual es la más concurrida siendo la vía principal al corregimiento y el otro es por la vereda la estrella quedando por la entrada a las colinas de mira valle; por la cual se llega de forma directa al terreno donde se realizara el proyecto.

3.4.3 Policía y bomberos

El municipio de Jamundí está catalogado como distritito de policía # 6, donde la estación de policía cuenta con dos subestaciones: la primera es la subestación de robles y la segunda es la subestación de potrerito, cuenta con un Hospital y tres centros de salud y una estación de bomberos cada uno de ellos se encuentra bien equipado para actuar al momento de una emergencia; la estación de policía más cercana es la subestación de potrerito, la cual brindara el respectivo apoyo en el momento que se requiera.

3.4.4 Costo de los terrenos

El costo de terrenos es categorizado por la alcaldía municipal, en la oficina de catastro; es aquí que de acuerdo a el objeto social de cada territorio así mismo se valorizan estos, como Puente Vélez está entrando a un cambio de objeto social donde como tarea primordial ellos tenía la minería y ese era su sustento de vida y esta actividad contamina las aguas los territorios no se valorizaban, la alcaldía para evitar esta contaminación está liderando el proceso de reforestación; ahí es donde entra aromáticas vida sana a apoyar el proyecto ayuda a la descontaminación ambiental.

3.4.5 Condiciones del suelo del sitio

Las condiciones del suelo son las adecuadas para la constitución del proyecto, ya que es una tierra fértil y virgen lo que quiere decir que no ha sido explotada, siendo así una ventaja para el proyecto donde se aportara apoyo social, económico y ambiental; mejorando la calidad de vida, siendo una empresa con responsabilidad social empresarial, aportando a la comunidad un mejoramiento continuo de vida.

3.5 ANÁLISIS DOFA.

A través del análisis DOFA se puede observar que las debilidades y amenazas se pueden trabajar a través de la incursión en el mercado, conocimiento de estrategias y herramientas de marketing además con generación de confianza demostrando ser una empresa seria, responsable y comprometida.

Las fortalezas y oportunidades generan confianza a las personas involucradas en el proyecto para que sigan adelante con sus propósitos, además porque dan solución a su problemática.

Tabla 18 Análisis DOFA

	OPORTUNIDAD	AMENAZAS
	<ul style="list-style-type: none"> • Generar empleo • Alta demanda del producto • Adquisición de experiencia en el mercado • TLC con otros países 	<ul style="list-style-type: none"> • Cambios fuertes de clima • Mal uso de los recursos • Competencias
FORTALEZAS		
<ul style="list-style-type: none"> • Terreno propio y clima apropiado. • Asesoría y capacitación continua • Especies con alta comercialización. • Producto natural. 	<ul style="list-style-type: none"> • Contratar personal calificado para la plantación y recolección de producto, haciendo buen uso del terreno. • Capacitando al personal, se obtendrá un buen resultado en la presentación de los productos, logrando reconocimiento en el mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación del personal para el buen uso de los recursos. • Realizar una buena presentación de nuestros productos y así ser grandes competidores en el mercado.
DEBILIDADES		
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de conocimiento en el manejo de los productos. • Bajo nivel de producción. • Escasa distribución de productos en algunos sectores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un estudio de demanda sectorizados. • Capacitar al nuevo personal para obtener un buen índice de producción y manejo de recursos y productos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un plan de contingencia o protección de terreno o lotes en época invernal, para evitar problemas de producción.

Fuente: Los Autores

3.6 FICHA TÉCNICA DEL PROYECTO

Tabla 19 Ficha técnica del negocio

FICHA TÉCNICA DEL NEGOCIO	
Razón Social	CULTIVO DE PLANTAS AROMÁTICAS
Tipo de Sociedad	SAS.
Ubicación	Corregimiento de Puente Vélez, parte rural del Municipio Jamundí
Número de Socios	2 Socios
Capital de Constitución	Patrocinio del fondo emprender o de una entidad financiera.
Sector productivo	Sector primario
Objeto Social Principal	Tener un cultivo de plantas aromáticas y medicinales para distribuir en los diferentes supermercados y tiendas para así invitar a los consumidores de tomar conciencia de que la utilización de productos naturales ayuda al buen funcionamiento de la salud.
Estado de la Idea de Negocio (Idea y/o desarrollo).	El desarrollo de esta idea de negocio, es la de generar más empleo en las comunidades campesinas de la región y mejorar la calidad de vida de los consumidores.

Fuente: Los Autores

4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y LEGAL

Este capítulo permite reconocer cuales son los elementos necesarios para la creación de una empresa a nivel organizacional, siendo un proceso que aplica conocimientos y métodos para ayudar a las organizaciones a crear la capacidad de cambiar y mejorar su efectividad, obtener un mejor desempeño y un nivel más alto de calidad de vida laboral. (A & L, 2004)

4.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

Esta organización se basa en la producción y comercialización de plantas aromáticas con unas buenas prácticas de manufactura las cuales se verán reflejadas en la calidad del producto, brindando el valor agregado que consta de la información en el empaque. Esto se hace con el fin de brindar información sobre como la utilización de estas plantas puede ayudar a mejorar la salud de las personas que las incluyen en su dieta diaria.

Se tiene como objetivo la responsabilidad social al procurar por brindar una mejor calidad de vida a los campesinos de las veredas, dando estabilidad laboral y seguridad social, evitando el desplazamiento por falta de oportunidades.

4.1.1 Misión:

Brindar al mercado plantas aromáticas de la mejor calidad, con empaque novedoso para satisfacer las necesidades de los consumidores locales y comprometidos a mejorar los procesos de siembra, recolección y separación de los productos, utilizando prácticas empresariales para contribuir con el medio ambiente.

4.1.2 Visión:

Ser una empresa reconocida por sus estándares de calidad, buenas prácticas de manufactura y su gran compromiso social.

4.1.3 Política de calidad:

Aromáticas Vida Sana por medio de sus procesos, productivo y organizacional, BPA (Buenas Prácticas Agrícolas) y trabajando en el mejoramiento continuo generara progreso en la población y desarrollo regional.

4.1.4 Valores Corporativos:

- **Responsabilidad:** Es la capacidad para responder por su trabajo.
- **Amor:** Es el elemento determinante del ser humano; todo con amor se hará bien hecho.

- **Respeto:** El respeto por la vida, por las diferencias individuales y por sus superiores.
- **Espíritu de servicio:** Los empleados se entregaran a su empresa con amor y especial altruismo.
- **Orden y organización:** Es demasiado importante en los empleados su buen orden y organización, tanto en el modo de actuar como en el pensar.

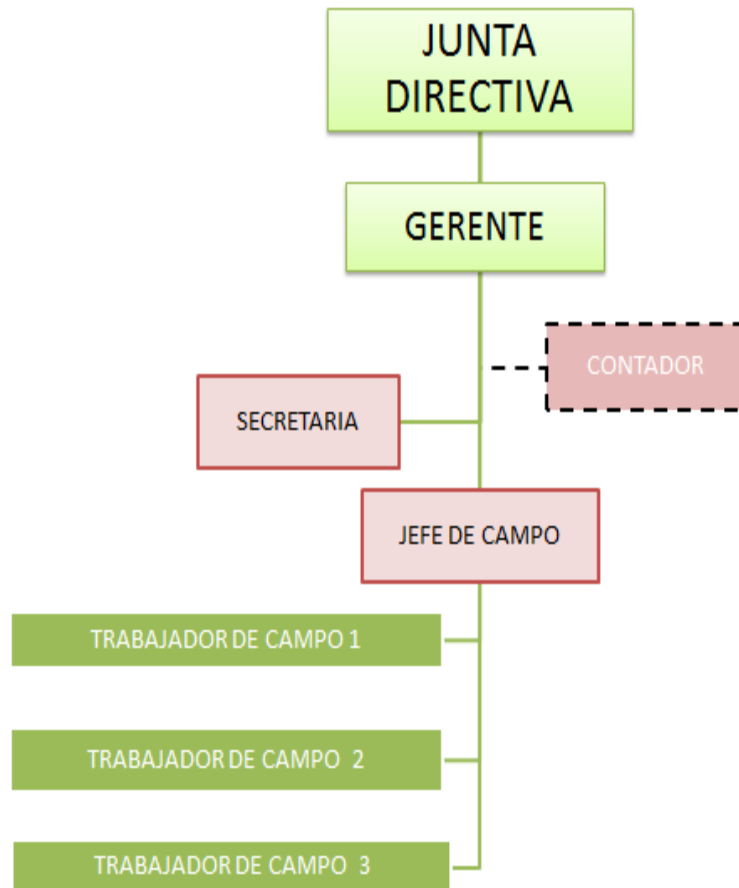
4.1.5 Filosofía de Trabajo

Ser un apoyo para la comunidad y los clientes anteponiendo nuestros valores éticos para la realización de nuestras actividades diarias, crearemos el valor al cliente, así brindaremos seguridad y calidad tanto a nuestros clientes como trabajadores.

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Se realizara una estructura organizacional de tipo vertical, el cual se caracteriza por su sencillez y flexibilidad, muestra una línea directa de mando y clara para la asignación de responsabilidades las cuales se describirán uno a uno en los diseños de cargos, también se contara con un Staff (contador) quien es el responsable de realizar la contabilidad de la empresa con el apoyo de un funcionario interno de la empresa (secretaria).

Imagen 6 Organigrama



Fuente: Los Autores

En la productora y comercializadora trabajarán seis personas las cuales van a tener los siguientes cargos: Gerente, secretaria, jefe de campo, tres trabajadores de campo.

4.2.1 Descripción de los Cargos.

A través del análisis y descripción de puestos, se consigue ubicar en la organización, describir su misión, funciones principales y tareas necesarias para desempeñar de modo completo dichas funciones, el contador cuyos servicios serán requeridos por un periodo de tiempo solo se contratara dicho servicio en el momento requerido. Los cargos que se relacionan a continuación:

1. Gerente
2. Secretaria
3. Jefe de campo
4. Trabajador de campo

Tabla 20 Cargos y Salarios

CUADRO 9. CARGOS Y SALARIOS	
CARGOS	SALARIOS (\$)
ADMINISTRACIÓN	2.100.000
Gerente General	1.300.000
Secretaria	800.000
PRODUCCIÓN	2.905.103
Jefe de campo	1.000.000
Operario 1	635.034
Operario 2	635.034
Operario 3	635.034
TOTAL SALARIOS	5.005.103

Fuente: Los Autores

1. Gerente General

Tabla 21 Perfil Cargo Gerente General y Finanzas.

Cargo	Gerente
Objetivo general	Implementar, coordinar y desarrollar políticas enfocadas hacia la correcta marcha de la empresa
Especificaciones del cargo	<p>Salario: 1'300.000</p> <p>Cargo del superior inmediato: Accionistas</p> <p>Número de personas a cargo: Directas: 2</p> <p>Tipo de vinculación: Término indefinido</p> <p>Educación: Profesional en administración de empresa con especialización en mercadeo.</p> <p>Experiencia: Dos años de experiencia en cargos similares.</p> <p>Conocimientos específicos: Sólidos conocimientos de planeación, mercadeo, negociación, comercialización, atención al cliente y en general, manejo de todas las funciones de una organización.</p> <p>Competencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo y dirección de personal • Trabajo en equipo • Liderazgo • Pensamiento analítico y conceptual • Autocontrol • Confianza en sí mismo • Comportamiento ante fracasos • Compromiso con la organización • Motivación al logro • Iniciativa • Orientación de servicio al cliente <p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dirigir personal de alto nivel • Visión estratégica de negocios • Capacidad para promover y gerenciar proyectos, orientados al logro de los resultados proactivos • Poder de negociación • Capacidad de interrelacionarse y comunicarse con todos los niveles de la organización <p>Destrezas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manejo de herramientas de office
Funciones, actividades y/o tareas	<p>Planificar, organizar, integrar, dirigir y controlar las políticas de la empresa con el fin de cumplir los objetivos preestablecidos</p> <p>Establecer, cumplir y hacer cumplir los objetivos, normas y procedimientos y políticas de la empresa</p> <p>Manejo de dinero</p> <p>Representar a la empresa frente a los trabajadores, clientes, proveedores, entidades estatales</p> <p>Desarrollar, aprobar y controlar los planes de la organización interna y hacer seguimiento de su cumplimiento</p> <p>Contactar nuevos proveedores con el fin de soportar el crecimiento y la rentabilidad de la empresa</p> <p>Escoger la mejor estrategia para implementar los planes de trabajo en todos los niveles de la organización</p> <p>Aplicar las evaluaciones de desempeño del personal a su cargo</p> <p>Cooperar en la selección de personal</p> <p>Cualquier otra función que se le asigne inherente al cargo</p> <p>Contratar y realizar la selección del personal</p>

Fuente: Los Autores

2. Secretaria

Tabla 22 Perfil del cargo Secretaria

Cargo	Secretaria
Objetivo general	Garantizar el adecuado desarrollo de las labores de oficina y administrativas
Especificaciones del cargo	<p>Salario: 800.000</p> <p>Cargo del superior inmediato: Gerente</p> <p>Número de personas a cargo: Directas: 0</p> <p>Tipo de vinculación: Termino definido</p> <p>Educación: Técnico Secretariado contable</p> <p>Experiencia: Un año de experiencia en cargos similares.</p> <p>Competencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Autocontrol • Confianza en sí mismo • Compromiso con la organización • Responsabilidad • Iniciativa <p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Discreción • Proactiva • Organizada • Buenas relaciones • Saber escuchar • Ser recursivo • Tener tacto <p>Destrezas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manejo de office
Funciones, actividades y/o tareas	<p>Llevar los asuntos secretariales, archivos, cartas, registros, entregas, cheques, agenda del jefe etc.</p> <p>Estar pendiente de los compromisos de la entidad con clientes, proveedores, terceros.</p> <p>Velar porque todo esté en orden, y que la empresa se vea bien cuidada y dirigida, iluminación, decoración y otros.</p> <p>Atender el conmutador de la empresa</p> <p>Elaborar la facturación de la empresa</p> <p>Recepción y envío de documentos</p> <p>Recepción de pedidos de los diferentes clientes</p> <p>Hacer los registros contables</p> <p>Atender las llamadas de los clientes cuando no se encuentre la persona que se debe encargar del tema</p> <p>Apoyar el cobro de cartera</p> <p>Manejo de la nómina de la entidad</p> <p>Canalizar información entre con el asesor y entidades de soporte</p> <p>Cualquier otra función que se le asigne inherente al cargo</p>

Fuente: Los Autores

3. Jefe de Campo

Tabla 23 Perfil Cargo Jefe de Campo

Cargo	Jefe de Campo
Objetivo general	Garantizar que los cultivos se desarrollen completamente sanos, estar a cargo del traslado y seguimiento de las plantas hacia el cliente o punto de venta directo y viceversa
Especificaciones del cargo	<p>Salario: 1'000.000</p> <p>Cargo del superior inmediato: Coordinador comercial</p> <p>Número de personas a cargo: Directas: 3</p> <p>Tipo de vinculación: Termino definido</p> <p>Educación: Tecnólogo agropecuario</p> <p>Experiencia: Un año de experiencia en cargos similares.</p> <p>Conocimientos específicos: procesos logísticos, conocimiento agrícola</p> <p>Competencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Autocontrol • Confianza en sí mismo • Compromiso con la organización • Responsabilidad • Iniciativa • Motivación al logro • Iniciativa • Orientación de servicio al cliente <p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buenas relaciones • Saber escuchar • Ser recursivo • Tener tacto • Servicio al cliente • Para las ventas • Buena memoria • Ser recursivo • Facilidad de palabra <p>Destrezas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manejo de automóvil • Manejo de office
Funciones, actividades y/o tareas	<p>Visitar los proveedores para recoger los productos</p> <p>Tener buenas relaciones con los clientes y con el fin de garantizar que se reciban los productos en buena calidad</p> <p>Tener buenas relaciones con los clientes, estar pendiente de nuevos pedidos y cualquier tipo de situaciones</p> <p>Cumplir con los presupuestos de ventas acordados con el Coordinador Comercial</p> <p>Garantizar la recepción de productos en excelente calidad</p> <p>Revisar las plantas con el fin de evitar garantizar la no existencia de plagas</p> <p>Cambiar las plantas que los clientes tengan en condiciones no adecuadas</p> <p>Preparar informes de recepción y entrega de productos</p> <p>Entrega de facturación a clientes y de proveedores</p> <p>Elaborar informes sobre reclamos y novedades de sus clientes.</p> <p>Cualquier otra función que se le asigne inherente al cargo</p>

Fuente: Los Autores

4. Trabajador de Campo

Tabla 24 Perfil Cargo Trabajador de campo.

Cargo	Vendedor
Objetivo general	Saber el manejo y cuidado de cultivos de plantas aromáticas, estar al pendiente de plagas y realizar el empaque de las mismas llevando acabo las BPA.
Especificaciones del cargo	<p>Salario: SMLMV Cargo del superior inmediato: Jefe de Campo Número de personas a cargo: Directas: 0 Tipo de vinculación: Termino Fijo Educación: Bachiller Experiencia: Dos años de experiencia en cargos similares. Conocimientos específicos: cultivar y cuidado de mismos, estar al pendiente las amenazas de cada cultivo. Competencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Autocontrol • Confianza en sí mismo • subordinación • Compromiso con la organización • Motivación al logro • Iniciativa • Orientación de servicio al cliente <p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manejo de las plantas aromáticas y saber cuál es el cuidado de cada una de ellas. • Saber escuchar • Buena memoria • Ser creativo • Autodisciplina • concentración <p>Destrezas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manejo de equipos de cultivo y maquinaria para el empaque
Funciones, actividades y/o tareas	<p>Realizar labores de cultivación, riego y fertilización de las plantas de acuerdo a la ubicación de cada una de ellas, teniendo todos los cuidados para que crezca sana y de excelente calidad. Realizar cosecha y por consiguiente almacenamiento adecuado para evitar el deterioro de la planta Realizar el empaque de las plantas siguiendo las condiciones de calidad (peso, presentación y calidad del producto) Organizar los pedidos de cada uno de los clientes y ubicarlos en la zona de despacho Apoyar el cargue y validar el mismo, dando certificación de que cada pedido está completo.</p>

Fuente: Los Autores

Tabla 25 Reglamento de seguridad industrial

REGLAMENTO DE SEGURIDAD INDUSTRIAL
Conjunto de normas que desarrolla una serie de preinscripciones.
Técnicas a las instalaciones industriales y energéticas que tienen como principal objetivo la seguridad de los usuarios.
Overol para daños en la piel.
Botas para no ocasionar problemas con la electricidad.
Evitar contaminación cruzada.
Usar guantes para el transporte de producto.
Seguridad para el manejo y protección de basuras.
Cuidado con la naturaleza y el medio ambiente.
Aplicar en todo proceso el módulo de salud organizacional.

Fuente: Los Autores

4.3 RECLUTAMIENTO DE PERSONAL

Se realizara un método de reclutamiento donde se convocara el personal idóneo que cumpla con las expectativas de la organización.

La técnica de trabajo será definida desde el inicio de operaciones de la productora y comercializadora de plantas aromáticas por el gerente será el encargado de realizar las convocatorias y por ende la contratación

4.3.1 Solicitud de empleo:

Se realizara el proceso de selección iniciando por una convocatoria abierta y por medio de radio, anuncios y convocatoria personal, en el momento que se tenga una vacante, si la empresa tiene posibles candidatos internos revisara las hojas de vida la persona encargada del proceso para que realice la respectiva evaluación y en caso de ajustarse al perfil del cargo, empiecen el proceso junto con las otras personas seleccionadas, el objetivo es poder motivar a los empleados con posibles ascensos dentro de la empresa. Al personal de aplique para el cargo deberá traer la hoja de vida MINERVA10-03.

4.3.2 Selección

Para la selección del personal se tendrán en cuenta las siguientes políticas para el proceso:

- Revisión del perfil del cargo
- Realizar pruebas psicotécnicas
- Realizar pruebas de conocimiento
- Realizar entrevista con la psicóloga

- Verificar referencias laborales y personales
- Presentar mínimo tres hojas de vida por cargo solicitado
- Realizar entrevista por el Gerente

Si cumple con los requisitos anteriores la persona seleccionada se procederá a solicitarle los exámenes médicos y documentación para la vinculación, carta informando qué EPS y qué fondo de pensiones y cesantías va a escoger, si es casado y/o con hijos, el registro civil del matrimonio y el registro civil de los hijos para afiliarlos a la Caja de Compensación Familiar, si son solteros y viven en unión libre, una declaración extra juicio de la unión, en Notaría, registro civil de hijos reconocidos, que estén por fuera del matrimonio, pasado judicial y certificados de Estudio.

4.3.3 Entrevista:

Una vez la selección esta culminada, se pasa a realizar la entrevista a los aspirantes, que hayan pasado el proceso de reclutamiento.

En esta entrevista debe haber una interrelación entre el entrevistado y el entrevistador, el entrevistador tendrá una capacidad de análisis, agilidad para identificar los comportamientos que se desprenden de un relato de hechos, lo más importante es que el entrevistador analizara y comprenderá lo que el entrevistado expresa en el dialogo,



Como se desprende del gráfico, hay que tener en cuenta las competencias del entrevistador y en segundo término pero primero en importancia, las referencias culturales y sociales.

La parte izquierda del gráfico representa los aspectos que usualmente se consideran respecto de un entrevistado, y en la parte derecha los aspectos necesarios respecto del entrevistador.

Una correcta interrelación entre ambas listas dará como resultado una buena entrevista.

4.4 PROCESO DE CONTRATACIÓN

Esta fase es una de las más importantes para los futuros empleados como para los empleadores ya que aquí se le informará sobre el sueldo que devengará, prestaciones sociales, duración y tipo del contrato, derechos funciones y obligaciones, se le presentara a todos sus compañeros de trabajo tanto jefes como subordinados, se le indicara las áreas de trabajo y cuales estarán a su cargo Documentación necesaria para la Contratación:

- Certificados laborales documentados en la hoja de vida
- Carta de recomendación
- Referencia personal
- Referencia familiar
- Referencia laboral
- Fotocopia libreta militar
- Fotocopia de la cedula de ciudadanía al 150%
- 2 fotografías recientes para el carnet
- Certificados de estudios
- Fotocopia del título tecnológico o diploma cuando así el cargo lo exija
- Fotocopia certificado judicial D.A.S.
- Esta persona también deberá suministrar a información confiable acerca de su Fondo de pensiones, cesantías y su A.R.L y su EPS

4.5 CONTRATACIÓN

Después de la selección de personal, se pasara a la contratación directamente con la organización, en el cual se garantiza el respeto por los derechos del empleador. La duración o tiempo de contrato se hará de manera indefinida o termino fijo, dependiendo del cargo.

El contrato a término fijo tiene una duración entre un día y un año, donde puede ser renovado hasta tres veces su permanencia. El empleado goza de todas las prestaciones sociales establecidas por ley (aportes parafiscales, cesantías, vacaciones y primas). En caso de retiro, debe hacerse un preaviso de treinta días.

El contrato a término indefinido no tiene fecha de terminación establecida. El empleado goza de todas las prestaciones sociales establecidas por ley (aportes parafiscales, cesantías, vacaciones y primas), además de tener la opción de beneficios adicionales como sería la de optar por créditos, préstamos o vinculación con cooperativas de financiamiento aliadas. Los descuentos para este tipo de contrato son iguales a los de un contrato fijo, mas cualquier otra deducción deberá ser autorizada por el empleado. (Código sustantivo del trabajo, 2013)

Cuando el periodo de tiempo de Cuando el periodo de tiempo del contrato es inferior aun (1) año, el periodo de prueba debe ser la quinta parte del tiempo acordado. Debe cumplirse el requisito de preaviso, salvo si la duración es menor a treinta días. Este tipo de contrato puede ser renovado hasta por tres (3) veces y por periodos iguales o superiores al inicial. Puede presentarse que el contrato sea superior a un (1) año. En este caso debe cumplir las mismas condiciones y para su renovación aplica una prórroga por el mismo tiempo del contrato inicial.

El contrato a término indefinido es un tipo de contrato que no tiene fecha de terminación establecida. El empleado goza de todas las prestaciones sociales establecidas por la ley y tiene beneficios adicionales como la opción de vinculación a cooperativas empresariales y ayudas especiales de acuerdo con cada empresa;

con posibilidad de optar por créditos y préstamos entre otros. Los descuentos para este tipo de contrato son iguales a los de un contrato a término fijo, más cualquier otra deducción deberá ser autorizada por el empleado. (Código sustantivo del trabajo, 2013)

Una verificados los anteriores requisitos, se procede con la elaboración del contrato de trabajo, la vinculación a la seguridad social, ARL, a la caja de compensación familiar, fondo de pensiones y vinculación a la nómina de la empresa.

4.5.1 Inducción De Personal

Las experiencias iniciales que vive un trabajador en la empresa van a influir en su rendimiento y adaptación, la importancia en el proceso de inducción es el de adaptar al empleado a su nuevo puesto de trabajo, a sus nuevos compañeros, a sus nuevas obligaciones, derechos, cultura y política de la empresa.

Aromáticas vida sana, pretende ayudar con la inducción, a que los nuevos empleados que tengan un comienzo productivo y establezcan actitudes favorables hacia la empresa, sus políticas y su personal en general, así como ayudar a desarrollar un sentimiento de pertenencia y aceptación para generar entusiasmo y motivación. Este proceso es necesario para que el empleado se adapte rápido y eficazmente al nuevo ambiente de trabajo.

El proceso de inducción incluye:

1. Inducción a la organización: Se le ofrece una conferencia sobre la parte estratégica de la empresa y una visita por la empresa. Esta inducción será realizada por el gerente y su jefe inmediato.
2. Inducción al puesto de trabajo: Se presenta el nuevo empleado en toda la empresa, se le informa la descripción del puesto a desarrollar, se le informa sobre

el objeto social de la empresa y las diferentes responsabilidades y funciones dentro de su puesto de trabajo. Esta inducción será realizada por su jefe inmediato.

Con la inducción se pretende motivar su rendimiento, obtener una adaptación positiva al nuevo ambiente de trabajo, lograr estabilidad y lealtad. De igual forma, se pretende acompañar permanentemente al empleado para sostener un excelente ambiente laboral, integrando al personal que inicia al desarrollo del sentido de pertenencia por la empresa.

4.6 PROCESO DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO DEL PERSONAL

4.6.1 Capacitación:

Su objetivo principal es proporcionar conocimientos, en los aspectos técnicos del trabajo, fomentando e incrementando los conocimientos y habilidades necesarias. La capacitación es un proceso educacional de carácter estratégico aplicado de manera organizada y sistémica, mediante el cual los colaboradores adquieren o desarrollan conocimientos y habilidades específicas relativas al trabajo, y modifica sus actitudes frente a los quehaceres de la organización, el puesto o el ambiente laboral.

4.7 DESARROLLO DEL PERSONA

4.7.1 Planes de Incentivos

Además del salario básico que se le brinda al empleado, se necesitan planes que incentiven y motiven a promover un trabajo proactivo y mejoramiento continuo en sus labores. Para esto se realizara una remuneración por competencias, la cual está asociado al grado de información y el nivel de capacitación de cada empleado. El Ministerio de Educación Nacional promueve dentro del desarrollo el Plan Anual de Bienestar y en cumplimiento con lo establecido en el Decreto 1567 de 1998 se pone en marcha el sistema de estímulos e incentivos para crear condiciones favorables al desarrollo. (Chiavenato, 2007)

Se tendrán como incentivos hacia los colaboradores BONOS SODEXO y BONIFICACIONES las cuales se obtendrá por cumplir una meta y llevar a cabo un ciclo periódico en su labor.

- **BONOS SODEXO:** estos se le otorgaran al trabajador por incremento en los procesos de cultivo, empaque y alistamiento de los pedidos demostrando el resultado por medio de un indicador de tiempos.
- **BONIFICACIÓN:** se le brindara este beneficio a todo colaborador que por su labor y compromiso con la empresa, como mínimo el empleado deberá de permanecer en la empresa un periodo de un año para acceder a este beneficio.

4.8 MARCO LEGAL

4.8.1 Tipos de sociedad

La empresa AROMÁTICAS VIDA SANA S.A.S está confirmada mediante una Sociedad por Acciones Simplificada. La constitución de una sociedad por acciones simplificada debe hacerse mediante escritura pública con el cumplimiento de los requisitos establecidos en la ley 1258 de 2008. Ante Notario, Es decir un inmueble (casa, terreno, finca, edificio), como mínimo debe de tener 1 accionista y no tiene un límite máximo, Su capital social se divide en acciones las cuales son libremente negociables, pero puede por estatutos restringirse hasta por 10 años su negociación

Tabla 26 Ventajas de las SAS

Ventajas de las S.A.S	Desventajas de las S.A.S.
<p>Es posible fijar reglas dentro de las S.A.S, que van a regir el ejercicio de la sociedad de acuerdo a sus intereses.</p> <p>El proceso de constitución y reforma legal es más eficiente.</p> <p>La responsabilidad de los socios se limita a sus aportes sin requerir la estructura de una sociedad anónima.</p> <p>No se requiere establecer una duración determinada para las S.A.S.</p> <p>No exige tener todos los órganos de administración que se les exige a las sociedades anónimas clásicas reguladas en el código de comercio, asamblea de accionistas y junta directiva, pues es suficiente con que tenga solamente su representante legal.</p> <p>Eliminan prohibiciones, porque pueden repartir utilidades sin la mayoría de condiciones señaladas en los artículos 155 y 454 del Código de Comercio.</p>	<p>Sus acciones y demás valores que emita, no podrán inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisiones, no negociarse en bolsa.</p> <p>Solo se puede cambiar la estructura si la mayoría unánime de los socios (puede activar la dictadura de la minoría).</p> <p>Se elimina la figura de reposición o apelación ante un juez pues los conflictos en la sociedad los resolverá el Superintendente de Sociedades de turno.</p> <p>Se prohíbe la venta de acciones en un plazo de hasta 10años y no se limita la libertad para hacer acuerdos entre accionistas.</p>

Fuente: Los Autores

4.8.2 Trámites Para El Funcionamiento De Una Empresa

Para el funcionamiento de una empresa se deben seguir una serie de requisitos legales, para ello tendrá en cuenta los siguientes:

Compromisos con el estado:

- **Impuesto de valor agregado IVA:** este se liquidara de acuerdo al calendario tributario del año en que se inicie las labores de la empresa.

- **Uso del suelo:** de acuerdo al numeral 10 del Capítulo 2 de la Reglamentación del Uso del Suelo dice que, Los páramos tienen cubiertas vegetales de tipo arbustivo, herbáceas y pajonales que se encuentran entre los 3.200 y 4.500 metros sobre el nivel del mar. Sus suelos son orgánicos con alta capacidad de almacenamiento de agua y actúan a manera de “esponjas” para regular los caudales de agua que en ellos se origina. Acciones antrópicas como quemas, drenajes y actividades agropecuarias destruyen las condiciones naturales de los páramos y por ende anulan su capacidad reguladora. (Universidad Nacional de Colombia, 2013)

- **Certificado de buenas prácticas de manufacturas y/o alimentos:** para obtener este certificado se debe realizar un curso de 16 horas, en cual nos darán las pautas para la manipulación adecuada de los alimentos en este caso el de las plantas aromáticas, la validez de este curso es dad por medio de un carnet firmado por la química de la secretaria de salud.

- **Concepto sanitario ante la secretaria de salud municipal:** debo basarme bajo los siguientes procedimientos de la secretaria de salud municipal

1. Control y Revisión de Transporte de Alimentos.
2. Desinfección y Fumigación.
3. Educación Sanitaria a Manipuladores de Alimentos.
4. Vigilancia Epidemiológica por Accidentes Rápidos.
5. Control Establecimientos para el manejo de Alimentos.

➤ **Registro ante el Invima:** debo basarme bajo la normatividad de las siguientes circulares de alimentos (INVIMA, 2007)

1. Circular DG100-004-08 Enero 4/2008
2. Circular 400-3264-Diciembre 18/2007
3. Circular DG0100-00437-07 - Septiembre 12/2007
4. Circular 400-02520 - Octubre 31/2007
5. Circular DG0100-00388-07 - Septiembre 3/2007
6. Circular DG0100196 - Agosto 5/2002

➤ **RUT:** El RUT le permite a la DIAN contar con información veraz, actualizada, clasificada y confiable de todos los sujetos obligados a inscribirse en el mismo, para desarrollar una gestión efectiva en materia de recaudo, control y servicio que a su vez facilite el cumplimiento de las obligaciones tributarias, aduaneras y cambiarias así como la simplificación de trámites y reducción de costos.

➤ **Industria y comercio:** para la constitución se registrará bajo la normatividad de la siguiente circular:

1. Circular única 10 de la Superintendencia de Industria y Comercio.

- **Concepto técnico de bomberos:** la gobernación del valle maneja una lista para poder sacar el certificado de bomberos y este el ítem que me corresponde debido a que empresa se basa en la agricultura.

Tabla 27 Listado de trámites y servicios

Listado de trámites y servicios			
No	Nombre	Descripción	Dependencia
1	<p>Acreditación de las Entidades Prestadoras del Servicio de Asistencia Técnica Directa Rural con enfoque Agro empresarial en el Valle del Cauca – EPSAGROS</p>	<p>Certificación para la prestación de servicios de asistencia técnica rural a los productores agrícolas, pecuarios, forestales y pesqueros, en la asesoría sobre aptitud de los suelos, selección del tipo de actividad a desarrollar y planificación de las explotaciones; aplicación y uso de tecnologías y recursos adecuados a la naturaleza de la actividad productiva; posibilidades y procedimientos para acceder al financiamiento de la inversión; mercadeo apropiado de los bienes producidos y promoción de las formas de organización de los productores. Así mismo se podrá expandir hacia la gestión de mercadeo y tecnologías de procesos, así como a los servicios conexos y de soporte al desarrollo rural, incluyendo la orientación y asesoría en la dotación de infraestructura productiva, promoción de formas de organización de productores, servicios de información tecnológica, de precios y mercados que garanticen la viabilidad de las Empresas de Desarrollo Rural.</p>	<p>Secretaría de Agricultura y Pesca</p>

Fuente: (Secretaría de Agricultura y Pesca, 2012)

4.8.3 Tipos De Contratos A Realizar En La Empresa

1. **Contrato de transporte:** Contratar la prestación del servicio de transporte terrestre para los funcionarios de los Grupos Viajeros, Control Carga, Tránsitos, Exportaciones y Zona Franca de la División de Gestión de la Operación Aduanera que laboran en el Aeropuerto Alfonso Bonilla Aragón de Palmira.

La necesidad de contratar el servicio de transporte terrestre para los funcionarios de los Grupos Viajeros, Control Carga, Tránsitos, Exportaciones y Zona Franca de la División de Gestión de la Operación Aduanera que laboran en el Aeropuerto Alfonso Bonilla Aragón de Palmira, contiguo al Aeropuerto y en la Zona Franca Palma seca respectivamente es de gran importancia en razón a la gran distancia que existe del entorno donde se encuentra ubicadas las instalaciones de la DIAN (Ciudad de Cali) a su sitio de trabajo (Palmira – Valle) con el fin de cumplir sus funciones.

Porque no es útil este contrato: El contrato de transporte nos es útil ya que por medio de este le estaré llegando a las horas programadas por mis clientes para así tener un nivel de satisfacción del servicio alto. La puntualidad a la hora de la entrega asegura que mis clientes se encuentran bien atendidos.

2. **Contrato de suministros:** El suministro es el contrato por el cual una parte se obliga, a cambio de una contraprestación, a cumplir en favor de otra, en forma independiente, prestaciones periódicas o continuadas de cosas o servicios.

Con respecto a la contratación económica y la legislación complementaria que establece y regula esta materia. El decreto Ley 15 del año 78 Normas Básicas para los Contratos económicos , en su Capítulo IV Sección segunda preceptúa Los tipos de contratos económicos en este caso El Contrato de Compraventa Especial de Productos Agropecuarios, el que se otorga entre un productor estatal,

cooperativa o agricultor privado y una empresa, organismo, órgano u organización estatal.

Argumentando lo anteriormente expuesto en las Normas Básicas de la contratación económica también se encuentra el decreto 80 del 29 de enero de 1981. Reglamento de las condiciones generales del contrato de Compraventa Especial de productos Agropecuarios, Donde quedan establecidos cuales son los sujetos de un contrato, en este caso Comprador Vendedor los que fueron mencionados en el párrafo anterior.

Porque no es útil este contrato: El contrato de suministros nos es útil ya que la compra de productos y materiales para la presentación de nuestro producto sean las más adecuadas y en las más óptimas condiciones. (Centro de Promoción del Comercio Exterior y la Inversión Extranjera de Cuba-CEPEC, 2011)

5 ESTUDIO FINANCIERO

La preparación de proyectos de inversión en el sector Agropecuario donde el estudio económico – financiero es uno de los aspectos que encierra mayor complejidad tanto por la diversidad de conceptos utilizados, como por la cantidad de información requerida. Se requiere valorar las inversiones y estimar los ingresos y costos en la operación, e identificar la viabilidad del proyecto, trayendo a colación datos o estudios realizados en capítulos anteriores como el de mercado, técnico y organizacional, para la adaptación de salarios a los cargos ya establecidos.

El estudio financiero tiene por objeto determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto, los costos totales de operación del proceso productivo y el monto de los ingresos que se aspira recibir en cada uno de los períodos de vida útil.

La evaluación económica está basada en resultados del estudio económico – financiero y permite llegar a una conclusión sobre la factibilidad de realización del proyecto. Es de gran necesidad describir los métodos y la forma de presentación de los estudios mencionados, agrupándolos en cuatro aspectos: inversiones, presupuesto, costos y financiamiento; el estudio y la ejecución del proyecto se realiza en cuatro fases: pre-inversión o factibilidad, funcionamiento y liquidación. Los recursos empleados en las fases de factibilidad y de instalación se conocen en términos financieros como inversiones, en tres acepciones: fija, diferida y capital de trabajo. (Castaño Vivas, 2011)

Algunos de los principales rubros que componen la inversión fija son el terreno, construcciones civiles, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos, herramientas y otros. Se requiere de un listado detallado de equipos con datos constructivos, diagrama de distribución de planta, balances de materia y energía, características de suelos y terrenos, potencia de equipos, entre otros aspectos relevantes.

En conclusión es importante terminar con un estudio financiero ya que este determina la parte principal para llevar a cabo un proyecto la cual es el factor monetario, además, permite identificar el capital requerido para realizar el proyecto, incluyendo porcentaje de financiación requerido o aprobado según sea el tipo de negocio.

5.1 INVERSIÓN INICIAL

La inversión inicial para la realización del proyecto está estimada por los recursos financieros (activos: fijos, diferidos, intangibles, No depreciables y capital de trabajo) los cuales son necesarios para el inicio de operaciones.

Como se puede evidenciar en el **cuadro 1** dicha inversión está compuesta por el capital de trabajo de un valor de \$19'335.880, la inversión de un valor de \$42'059.977 y las obligaciones financieras (préstamo a entidad bancaria) por un valor de \$12'617.993. Ver pág. 140

5.1.1 Depreciación

En la depreciación se identifican los activos fijos que tienen una vida útil limitada por un período establecido contablemente. El valor de dichos activos se contribuye a la cantidad de periodos contables establecidos para cada bien. Ver **cuadro 2** pág. 141

Cuadro 1 Inversión Inicial En Pesos

CUADRO 1.INVERSION EN PESOS			
ITEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ACTIVOS FIJOS			
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorio	4	395.000	1.580.000
Sala de espera	1	170.000	170.000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			1.750.000
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			
Computador mesa	3	639.000	1.917.000
Portatil	1	1.509.000	1.509.000
impresora multifuncional	1	155.900	155.900
telefonos	4	127.600	510.400
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			4.092.300
MAQUINARIA Y EQUIPO			
Selladora	2	310.000	620.000
guadañas	3	340.000	1.020.000
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			1.640.000
TERRENOS			
Finca "La Esperanza"	1	6.120.000	6.120.000
TOTAL TERRENOS			6.120.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS			13.602.300
ACTIVOS DIFERIDOS			
GASTOS DE CONSTITUCIÓN			
Registro Mercantil ante la Camara de Comercio	1	169.000	169.000
Bomberos	1	200.000	200.000
Registro Invima	1	2.269.697	2.269.697
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCIÓN			2.638.697
ACTIVOS NO DEPRECIABLES			
Sillas	4	100.000	400.000
fumigadora	3	86.900	260.700
Careta proctetora de Quimicos	4	69.500	278.000
Kit de seguridad industrial	4	48.000	192.000
Overol impermeable contra quimicos	4	38.500	154.000
botas plasticas impermeables	4	42.900	171.600
perforadoras	4	23.900	95.600
cocedoras	4	22.800	91.200
Sillas de atencion al cliente	8	65.000	520.000
TOTAL ACTIVOS NO DEPRECIABLES			2.163.100
ACTIVOS INTANGIBLES			
Software Sistema Operativo	4	400.000	1.600.000
antivirus	4	80.000	320.000
licencia de paquete oficce	4	600.000	2.400.000
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES			4.320.000
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS			9.121.797
CAPITAL DE TRABAJO			
NOMINA ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	1	4.550.826	4.550.826
NOMINA PRODUCCION	1	2.985.028	2.985.028
GASTOS DE ADMINISTRACION	1	448.660	448.660
GASTOS DE VENTA	1	480.116	480.116
INVENTARIO	1	10.871.250	10.871.250
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			19.335.880
TOTAL INVERSION			42.059.977
% INVERSION AFINANCIAR			30,00%
INVERSION A FINANCIAR			12.617.993
MESES A DIFERIR			12
VALOR A DIFERIR			760.150

Fuente: Los autores

Cuadro 2 Depreciación en pesos

CUADRO 2. DEPRECIACION EN PESOS							
ITEM	AÑOS	DEPRECIACION MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MUEBLES Y ENSERES	3	48.611	583.333	583.333	583.333		
EQUIPOS DE COMPUTO	5	68.205	818.460	818.460	818.460	818.460	818.460
MAQUINARIA Y EQUIPO	5	27.333	328.000	328.000	328.000	328.000	328.000
TERRENOS							
TOTAL		144.149	1.729.793	1.729.793	1.729.793	1.146.460	1.146.460
MESES AÑO	12						

Fuente: Los autores

5.2 BALANCE INICIAL

Refleja la situación patrimonial de la empresa en el momento preciso en que están a punto de iniciarse las operaciones de la empresa, el balance registra los activos, pasivos y patrimonio con que se constituye e inician operaciones.

5.2.1 Balance Inicial Sin Financiación

En el **cuadro 3** se muestra como la empresa cuenta con la capacidad de atender los requerimientos necesarios para la iniciación de la Fundación, y reconociendo que cuando un proyecto inicial, se requiere que los socios aporten un porcentaje, en este caso aportan el 100% de la inversión total. Ver pág. 142.

5.2.2 Balance Inicial Con Financiación

El Balance inicial con financiación evidencia que a la Fundación le corresponde buscar alguna forma de financiarse y lo realiza a través de los bancos que le financian 12.176.145 equivalente al 46% de la inversión total del proyecto. Como se refleja en las obligaciones financieras. Ver **cuadro 4** pág. 143.

5.2.3 Balance inicial sin financiación

Cuadro 3 Balance inicial sin financiación

CUADRO 3. BALANCE INICIAL SIN FINANCIACION EN PESOS	
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
caja - bancos	17.865.054
cxc	0
inventarios	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	17.865.054
ACTIVOS NO CORRIENTES	
ACTIVOS FIJOS	
MUEBLES Y ENSERES	1.750.000
EQUIPOS DE COMPUTO	4.092.300
MAQUINARIA Y EQUIPO	1.640.000
TERRENOS	6.120.000
(-)depreciacion acumulada	0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	13.602.300
ACTIVOS DIFERIDOS	
Diferidos	9.121.797
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	9.121.797
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	22.724.097
TOTAL ACTIVOS	40.589.151
PASIVOS	
PASIVOS CORRIENTES	
cxp	0
cesantias x pagar	0
intereses cesantias	0
impuesto de renta	0
CREE x p	0
ica x p	0
lva x p	0
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0
PASIVOS NO CORRIENTES	
obligaciones financieras	
leasing financiero	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	0
TOTAL PASIVOS	0
PATRIMONIO	
capital social	40.589.151
utilidad acumulada	
reseva legal acumulada	
TOTAL PATRIMONIO	40.589.151
PASIVO + PATRIMONIO	40.589.151

Fuente: Los autores

5.2.4 Balance inicial con financiación

Cuadro 4 Balance inicial con financiación

CUADRO 5. BALANCE INICIAL CON FINANCIACION EN PESOS	
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
caja - bancos	17.865.054
cxc	0
inventarios	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	17.865.054
ACTIVOS NO CORRIENTES	
ACTIVOS FIJOS	
MUEBLES Y ENSERES	1.750.000
EQUIPOS DE COMPUTO	4.092.300
MAQUINARIA Y EQUIPO	1.640.000
TERRENOS	6.120.000
(-)depreciacion acumulada	0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	13.602.300
ACTIVOS DIFERIDOS	
Diferidos	9.121.797
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	9.121.797
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	22.724.097
TOTAL ACTIVOS	40.589.151
PASIVOS	
PASIVOS CORRIENTES	
cxp	0
cesantias x pagar	0
intereses cesantias	0
impuesto de renta	0
CREE x p	0
ica x p	0
IVA X P	0
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0
PASIVOS NO CORRIENTES	
obligaciones financieras	12.176.745
leasing financiero	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	12.176.745
TOTAL PASIVOS	12.176.745
PATRIMONIO	
capital social	28.412.406
utilidad acumulada	
reseva legal acumulada	
TOTAL PATRIMONIO	28.412.406
PASIVO + PATRIMONIO	40.589.151

Fuente: Los autores

5.3 Parámetros Económicos

En parámetros se conciertan los indicadores económicos o porcentajes a emplear en la empresa, dependiendo de las normas y/o economía del país. El IPC (Índice de precios al consumidor), permite evaluar la variación porcentual promedio de los precios al por menor que demandan los consumidores en Colombia. En este año se maneja un IPC de 3.09%.

El IVA continua siendo del 5%. (Cutting through complexity, 2013)

Con la nueva reforma tributaria las empresas deben de pagar el 25% de impuesto de renta y un 8% del impuesto a la equidad. (Portafolio, 2014)

Cuadro 5 Parámetros Económicos

CUADRO 7. PARÁMETROS ECONÓMICOS					
	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
IPC	3,09%	2,95%	2,82%	2,70%	2,70%
TRM (\$/US\$)	1.814,00	1.710,00	1.626,00	1.590,00	1.590,00
%TRM	1,91%	(5,73%)	(4,91%)	(2,21%)	(2,21%)
↑ % PRECIOS	3,09%	2,95%	2,82%	2,70%	2,70%
↑ % COSTOS	3,09%	2,95%	2,82%	2,70%	2,70%
↑ % UNIDADES	6,60%	6,60%	6,60%	6,60%	6,60%
IMPUESTO DE RENTA	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%
CREE	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%
IVA	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
INC	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%
ICA (TARIFA POR MILES)	0,0033	0,0033	0,0033	0,0033	0,0033
RESERVA LEGAL	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%

Fuente: Los autores

5.3.1 Parámetros laborales

Son necesarios para que exista un buen clima laboral, y los aquí descritos están de acuerdo a la legislación laboral colombiana vigente del año 2015.

Cuadro 6 Parámetros laborales

CUADRO 8. PARÁMETROS LABORALES	
	AÑO1
S.M.M.L.V.	635.034
AUX. de Transporte	74.225
Cesantías	8,33%
Intereses a las cesantías	1,00%
Primas	8,33%
Vacaciones	4,17%
ARL	0,5226%
Salud	0,00%
Pensiones	12,00%
Caja de compensación Familiar	4,00%
ICBF	0,00%
SENA	0,00%

Fuente: Los autores

5.3.2 Parámetros de Cargos y Salarios

El cuadro de cargos muestra la cantidad de personal requerido en la empresa con su respectivo salario.

Cuadro 7 Cargos y Salarios

CUADRO 9. CARGOS Y SALARIOS	
CARGOS	SALARIOS (\$)
ADMINISTRACIÓN	2.100.000
Gerente General	1.300.000
Secretaria	800.000
PRODUCCIÓN	2.905.103
Jefe de campo	1.000.000
Operario 1	635.034
Operario 2	635.034
Operario 3	635.034
TOTAL SALARIOS	5.005.103

Fuente: Los autores

5.3.3 Parámetros Recaudos y Pagos

Los recaudos y pagos se estimulan en porcentajes dependiendo de la cantidad que se desea de contado y/o crédito.

Cuadro 8 Pagos y Recaudos

CUADRO 13. RECAUDOS	
CONTADO	80,00%
Crédito	20,00%
Plazo (días)	30
CUADRO 14. PAGOS	
CONTADO	40,00%
Crédito	60,00%
Plazo (días)	30

5.3.4 Parámetros de Gastos de Administración y Ventas

El **cuadro 9** Comprende los gastos de administración y ventas en que incurre la Fundación para su funcionamiento, entre los cuales se encuentra los gastos administrativos, útiles de oficina y papelería, implementos de aseo y cafetería, honorarios que en total en el primer mes suman un total de un millón quinientos cuarenta y dos mil ochocientos setenta y uno Mcte. (\$1.542.871). Ver pág. 147.

Cuadro 9 Parámetros de Gastos de Administración y Ventas

CUADRO 12. GASTOS			
ÍTEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
GASTOS ADMINISTRATIVOS			
Servicio (acueducto , alcantarillado)	1	50.000	51.545
Energía	1	40.000	41.236
Teléfono , internet	1	50.000	51.545
Mantenimiento de equipo (una vez al año)	1	1.800.000	1.855.620
Contador	1	100.000	103.090
TOTAL			2.103.036
ÚTILES DE OFICINA PAPELERÍA			
Saca ganchos	2	2.124	4.379
Resma de papel	2	10.309	21.255
Corrector liquido. Lápiz PAPERMATE	1	4.639	4.782
Grapa estándar 26/6 (caja X 5.000) wingo	1	6.185	6.376
Resaltadores	2	2.474	5.101
Borrador de nata (X 2)	2	1.237	2.550
Minas 0.5 (tubito X 10)	3	1.237	3.826
Lapicero (caja X 12)	1	5.155	5.314
Sobre manila (paquete X 20)	1	2.577	2.657
Pegante barra 40 GRS PEGA-STIC TESA	2	2.887	5.952
Carpetas colgantes (paquete X 20)	1	5.155	5.314
Clips pequeño (caja X 100)	1	3.093	3.189
Recargas tintas impresora	2	5.155	10.629
Tijeras	1	6.185	6.376
Portaminas 0.5	2	2.062	4.251
TOTAL ÚTILES DE OFICINA PAPELERÍA			91.952
IMPLEMENTO DE ASEO Y CAFETERÍA			
Servilletas (paquetes 400 unidades)	2	2.577	5.313
Azúcar (bolsa 5 Kg)	1	4.639	4.782
Café (bolsa 2 Kg)	1	30.927	31.883
Ambientador	1	10.309	10.628
Desechables (paquete X 200)	1	5.155	5.314
Bolsa basura (paquete X 12)	1	2.680	2.763
Papel higiénico (paca x 18 rollos)	1	17.255	17.788
Toallas absorbentes (rollo X 200 mts.)	1	7.216	7.439
Jabón liquido (galón)	1	15.464	15.942
Límpido (galón)	1	8.247	8.502
Aromáticas (caja X 50 bolsitas)	1	5.155	5.314
TOTAL IMPLEMENTOS DE ASEO Y CAFETERÍA			115.668
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS			2.310.656
GASTOS DE VENTA			
PUBLICIDAD			
Volantes en viviendas	4.000	52	214.427
Clasificados paginas amarillas	1	257.725	265.689
Mantenimiento de pagina web	1	1.030.900	1.062.755
TOTAL GASTOS DE VENTA			1.542.871

Fuente: Los autores

5.3.5 Parámetros de Costos

A continuación se evidencia el cuadro de parámetros de costos, los cuales después de determinar los costos de producción y hallar el costo total unitario de cada planta, calculamos el margen que determina el precio de venta x 100gr. Respectivamente. En los **cuadros 11 y 12** de costos directos e indirectos se evidencia como se calculó el costo por unidad de cada planta. Ver pág. 149

Cuadro 10 Costos de producción

CUADRO 15. COSTO ARTÍCULOS						
Nº	ÍTEMS	COSTO KILO SIN IVA	COSTO 100GR SIN IVA	COSTO 100GR CON EL 5 % DE IVA	PRECIO DE VENTA 100GR	MARGEN
1	ALBAHACA	1535	154	161	350	127,96%
2	CALÉNDULA	1283	128	135	350	172,81%
3	CIDRÓN	1656	166	174	350	111,30%
4	CILANTRO DE MONTAÑA	1104	110	116	350	216,95%
5	CIMARRÓN	535	53	56	350	554,64%
6	HIERBA BUENA	2324	232	244	350	50,59%
7	JENGIBRE	3888	389	408	500	28,61%
8	LAUREL	2360	236	248	350	48,31%
9	MANZANILLA	1104	110	116	350	216,95%
10	ORÉGANO	1833	183	192	350	90,95%
11	PEREJIL CRESPO VALLUNO	1406	141	148	350	148,90%
12	PEREJIL LISO VALLUNO	1406	141	148	350	148,90%
13	ROMERO	1380	138	145	350	153,56%
14	TOMILLO	1716	172	180	350	103,96%
15	TORONJIL	1699	170	178	350	105,96%

Fuente: Los autores

Cuadro 11 costos directos

COSTOS DIRECTOS				
ADECUACIÓN DEL TERRENO				
Preparación del suelo	hora	3	40.000	120.000
Surcada con tracción animal	Día	1	60.000	60.000
TOTAL COSTO ADECUACIÓN DEL TERRENO				180.000
MANO DE OBRA				
Siembra	Jornal	10	25.000	250.000
Aplicación de plaguicidas	Jornal	26	25.000	650.000
Acarreo de insumos	Jornal	1	25.000	25.000
Deshierbada	Jornal	17	25.000	425.000
Mantenimiento de cultivo	Jornal	50	25.000	1.250.000
Cosecha, recolección, clasificación, empaque, pesaje y cargue	Jornal	50	25.000	1.250.000
TOTAL MANO DE OBRA				3.850.000
MATERIALES E INSUMOS				
Sistema de riego	Unidad	1	200.000	200.000
Material vegetal de siembra (semillas)	bolsa de 450g	3	96.250	288.750
Empaques	Unidad	2.000	73	146.000
Canastillas plásticas	Unidad	100	7.000	700.000
Insecticidas y control de plagas (5 aplicaciones)	Aplicación	5	35.700	178.500
TOTAL MATERIALES E INSUMOS				1.513.250
TRANSPORTE				
transporte del producto	tonelada	16	250.000	4.000.000
TOTAL TRANSPORTE				4.000.000
TOTAL COSTOS DIRECTOS				9.543.250

Fuente: Los autores

Cuadro 12 costos indirectos

COSTOS INDIRECTOS				
Administración (valor sobre el Total de Costos Directos)	5%	1	477.163	477.163
Análisis de suelos	muestra	1	120.000	120.000
Depreciación de equipos	1%	1	95.433	95.433
TOTAL COSTOS INDIRECTOS				692.595
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN				10.235.845

Fuente: Los autores

5.4 AMORTIZACIÓN EN PESOS

La inversión del proyecto se efectúa con la financiación del 30% de la inversión total, como se representa en el **cuadro 13**, en él se encuentra la amortización de los intereses y el abono a la deuda durante los tres años a una cuota fija mensual cuatrocientos cincuenta y dos mil ochocientos cuarenta y seis pesos Mcte. (\$452.846). Se le aplicará un T.E.A del 22,00%, y una tasa mensual del 1,67%, según lo describe la Superintendencia Financiera. Según investigaciones realizadas, se llegó a la conclusión que el banco conveniente para realizar el préstamo es el Banco Bancolombia. Ver pág. 151

5.5 LEASING FINANCIERO

En el **cuadro 14**, de arrendamiento financiero o leasing financiero se determina el uso del bien inmueble, que en este caso es el terreno donde se realizara el desarrollo del proyecto y se encuentra descrito en el cuadro 1 de inversión, en donde el arrendador (banco) lo contrata para el uso, en el desarrollo de la empresa, estipulando un plazo de 36 meses, con la opción de compra del bien al finalizar el tiempo estipulado. Con un % de opción de compra del 10% y una cuota fija mensual por valor de doscientos ocho mil doscientos cincuenta y cuatro pesos Mcte. (\$208.254). Luego de indagaciones realizadas, se llega a la conclusión que el banco que presta bajo los parámetros de una tasa efectiva anual del 19,54% la cual se cobrara una tasa mensual del 1,50% para leasing de arrendamiento de lotes en el Banco de Occidente. Ver pág. 152

Cuadro 13 Amortización en Pesos

		CUADRO 5. AMORTIZACION EN PESOS				
		No CUOTA	CUOTA	INTERES	AMORTIZACION	SALDO
VALOR PRESTAMO	12.176.745					12.176.745
TASA EA	22,00%					
TASA NOMINAL MENSUAL	20,05%					
TASA MENSUAL	1,67%					
MESES AÑO	12					
No PERIODOS	36					
		ANO 1				
		0				12.176.745
		1	452.846	203.461	249.386	11.927.360
		2	452.846	199.294	253.553	11.673.807
		3	452.846	195.057	257.789	11.416.018
		4	452.846	190.750	262.097	11.153.921
		5	452.846	186.370	266.476	10.887.445
		6	452.846	181.918	270.929	10.616.517
		7	452.846	177.391	275.455	10.341.061
		8	452.846	172.788	280.058	10.061.003
		9	452.846	168.109	284.738	9.776.266
		10	452.846	163.351	289.495	9.486.770
		11	452.846	158.514	294.332	9.192.438
		12	452.846	153.596	299.250	8.893.188
		ANO 2				
		13	452.846	148.596	304.251	8.588.937
		14	452.846	143.512	309.334	8.279.603
		15	452.846	138.344	314.503	7.965.100
		16	452.846	133.089	319.758	7.645.342
		17	452.846	127.746	325.101	7.320.241
		18	452.846	122.314	330.533	6.989.709
		19	452.846	116.791	336.056	6.653.653
		20	452.846	111.176	341.671	6.311.982
		21	452.846	105.467	347.380	5.964.602
		22	452.846	99.662	353.184	5.611.418
		23	452.846	93.761	359.085	5.252.333
		24	452.846	87.761	365.085	4.887.247
		ANO 3				
		25	452.846	81.661	371.186	4.516.062
		26	452.846	75.459	377.388	4.138.674
		27	452.846	69.153	383.694	3.754.980
		28	452.846	62.742	390.105	3.364.876
		29	452.846	56.224	396.623	2.968.253
		30	452.846	49.596	403.250	2.565.003
		31	452.846	42.859	409.988	2.155.015
		32	452.846	36.008	416.838	1.738.177
		33	452.846	29.043	423.803	1.314.373
		34	452.846	21.962	430.885	883.489
		35	452.846	14.762	438.084	445.404
		36	452.846	7.442	445.404	0
				4.125.727	12.176.745	
			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	
INTERES		2.150.600	1.428.217	546.910		4.125.727
AMORTIZACION		3.283.558	4.005.940	4.887.247		12.176.745
		5.434.158	5.434.158	5.434.158		
Fuente: Los autores						

Cuadro 14 Leasing Financiero

VALOR ACTIVO	6.120.000
DTF	3,95%
SPREAD	15,00%
TASA EA	19,54%
TASA NOMINAL MENSUAL	17,98%
TASA MENSUAL	1,50%
MESES AÑO	12
No PERIODOS	36
% OPCIONAL COMPRA	10,00%
VALOR OPCION COMPRA	612.000
VP OPCION COMPRA	358.249
VALOR CALCULO CUOTA	5.761.751

CUADRO 6. LEASING FINANCIERO EN PESOS					
	No CUOTA	CUOTA	INTERES	AMORTIZACIÓN	SALDO
AÑO 1	0				6.120.000
	1	208.254	91.716	116.537	6.003.463
	2	208.254	89.970	118.284	5.885.179
	3	208.254	88.197	120.056	5.765.122
	4	208.254	86.398	121.856	5.643.267
	5	208.254	84.572	123.682	5.519.585
	6	208.254	82.718	125.535	5.394.049
	7	208.254	80.837	127.417	5.266.633
	8	208.254	78.928	129.326	5.137.307
	9	208.254	76.989	131.264	5.006.042
	10	208.254	75.022	133.232	4.872.811
	11	208.254	73.026	135.228	4.737.583
AÑO 2	12	208.254	70.999	137.255	4.600.328
	13	208.254	68.942	139.312	4.461.016
	14	208.254	66.854	141.399	4.319.617
	15	208.254	64.735	143.519	4.176.098
	16	208.254	62.584	145.669	4.030.429
	17	208.254	60.401	147.852	3.882.577
	18	208.254	58.186	150.068	3.732.508
	19	208.254	55.937	152.317	3.580.191
	20	208.254	53.654	154.600	3.425.592
	21	208.254	51.337	156.917	3.268.675
	22	208.254	48.985	159.268	3.109.407
	AÑO 3	23	208.254	46.599	161.655
24		208.254	44.176	164.078	2.783.674
25		208.254	41.717	166.537	2.617.137
26		208.254	39.221	169.032	2.448.105
27		208.254	36.688	171.566	2.276.539
28		208.254	34.117	174.137	2.102.402
29		208.254	31.507	176.746	1.925.656
30		208.254	28.859	179.395	1.746.261
31		208.254	26.170	182.084	1.564.177
32		208.254	23.441	184.812	1.379.365
33		208.254	20.672	187.582	1.191.782
34		208.254	17.860	190.393	1.001.389
35	208.254	15.007	193.247	808.143	
36	208.254	12.111	196.143	612.000	
			1.989.134	5.508.000	
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3		
INTERES	979.372	682.391	327.371	1.989.134	
AMORTIZACION	1.519.672	1.816.654	2.171.674	5.508.000	
	2.499.045	2.499.045	2.499.045		

Fuente: Los autores

5.6 DEMANDA

La demanda fue calculada mediante una serie de aspectos relevantes como la población global, la muestra adquirida para realizar el estudio de mercado, logrando determinar un mercado objetivo el cual sale de las personas que estarían dispuestas a adquirir el producto, según se encuestó y por último mediante un sistema de series de tiempo se logró analizar e identificar el consumo promedio de bolsas que los establecimientos consume mensualmente.

En los siguientes cuadros se pueden observar los valores específicos sobre cada factor que permitió calcular la demanda esperada.

Cuadro 15 La Demanda

DEMANDA					
CANTIDAD DE SUPERMERCADOS DE CADENA EN CALI	NUMERO DE COMPRADORES (CANTIDAD DE UNIDADES DE 100GR QUE COMPRAN LOS SUPERMERCADOS) (N)	NOMBRE DEL PRODUCTO A OFERTAR EN EL MERCADO	CANTIDAD DE SUPERMERCADOS DE CADENA A DISTRIBUIRLE EN CALI (P)	CANTIDAD PROMEDIO CONSUMO PER CAPITA EN EL MERCADO (Q)	DEMANDA (Q=npq)
56	3.491	ALBAHACA	36	15%	18.851
56	802	APIO	30	15%	3.611
56	19	CALENDULA	33	15%	94
56	8	CIDRON	35	15%	44
56	1.588	CILANTRO DE MONTAÑA	36	15%	8.573
56	158	HIERBA BUENA	30	15%	711
56	231	JENGIBRE	29	15%	1.005
56	20	MANZANILLA	33	15%	97
56	44	MENTA	28	15%	185
56	2.327	NARANJO	36	15%	12.568
56	1.315	OREGANO	35	15%	6.904
56	1.361	PEREJIL CRESPO VALLU	36	15%	7.348
56	2.327	ROMERO	34	15%	11.869
56	2.327	TOMILLO	36	15%	12.568
56	2.327	TORONJIL	33	15%	11.520

Fuente: Los autores

5.7 PROYECCIÓN DE NOMINA

La Nómina son gastos obligatorios para el ejercicio normal del proyecto, en el **cuadro 16 y 17** se proyectó la nómina a 5 años de las áreas de administración, producción y ventas, que representan los gastos necesarios para funcionar durante ese tiempo sin tener contratiempo ni retrasos en el pago, y además teniendo en cuenta todas las prestaciones de ley. Ver pág. 156 y 157.

5.8 PROYECCIÓN DE VENTAS Y COSTOS EN PESOS

Después de diseñar las rutas de acuerdo al estudio previo de la población, se definen las fases o pasos para el desarrollo de la actividad turística en la cual se fundamenta el proyecto. A continuación en el **cuadro 18** se proyectan los paquetes que se ofrecen durante los próximos cinco años. Tomando en consideración los precios fijados y calculados durante el desarrollo del proyecto, puede definirse una sistematización de ingresos por ventas futuras, así como su costo. Ver pág. 158

5.9 ESTADOS DE RESULTADOS

Los Estados de Resultados o financieros son los escritos que debe preparar la empresa al terminar el periodo contable, con el fin de conocer la situación financiera y los resultados obtenidos en las actividades de la empresa en un periodo. Ver pág. 158

5.9.1 Estado de Resultados Sin Financiación en Pesos.

En el **Cuadro 19** se muestra el estado de resultados sin financiación de Aromáticas Vida Sana sin acudir a préstamos bancarios. Los resultados en el primer año son los esperados para una empresa que recién inicia labores, pero a su vez se evidencia que la utilidad del ejercicio irá aumentando año por año. Ver pág. 159

5.9.2 Estado de Resultados Con Financiación en Pesos.

En el **cuadro 20** Se muestra que al adquirir el préstamo del banco la utilidad del ejercicio muestra una variación considerable, pero a su vez se evidencia que la utilidad del ejercicio irá aumentando año por año, observando que de no se presenta cambios considerables si se realiza el prestamos debido a que la empresa cuenta con una solides para solventarse. Ver pág. 160

Cuadro 16 Nomina Administración y Ventas.

NOMINA ADMINISTRACION Y VENTAS EN PESOS																		
CARGOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Gerente General y de Finanzas	1.300.000	1.300.000	1.300.000	1.300.000	1.300.000	1.300.000	1.300.000	1.300.000	1.300.000	1.300.000	1.300.000	1.300.000	15.600.000	16.060.200	16.513.098	16.958.951	17.416.843	
Secretaria	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	9.600.000	9.883.200	10.161.906	10.436.278	10.718.057	
TOTAL	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	25.200.000	25.943.400	26.675.004	27.395.229	28.134.900	
DATOS AL ESTADO DE RESULTADOS																		
PERSONAS CON AUXILIO	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2						
SALARIOS	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	25.200.000	25.943.400	26.675.004	27.395.229	28.134.900	
Auxilio de transporte	148.450	148.450	148.450	148.450	148.450	148.450	148.450	148.450	148.450	148.450	148.450	148.450	1.781.395	1.833.946	1.885.664	1.936.577	1.988.864	
cesantias	187.296	187.296	187.296	187.296	187.296	187.296	187.296	187.296	187.296	187.296	187.296	187.296	2.247.550	2.313.853	2.379.104	2.443.339	2.509.310	
intereses a las cesantias	22.484	22.484	22.484	22.484	22.484	22.484	22.484	22.484	22.484	22.484	22.484	22.484	269.814	277.773	285.607	293.318	301.238	
primas	187.296	187.296	187.296	187.296	187.296	187.296	187.296	187.296	187.296	187.296	187.296	187.296	2.247.550	2.313.853	2.379.104	2.443.339	2.509.310	
vacaciones	87.500	87.500	87.500	87.500	87.500	87.500	87.500	87.500	87.500	87.500	87.500	87.500	1.050.000	1.080.975	1.111.458	1.141.468	1.172.288	
salud	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
pensiones	252.000	252.000	252.000	252.000	252.000	252.000	252.000	252.000	252.000	252.000	252.000	252.000	3.024.000	3.113.208	3.201.000	3.287.427	3.376.188	
ARL	10.975	10.975	10.975	10.975	10.975	10.975	10.975	10.975	10.975	10.975	10.975	10.975	131.695	135.580	139.404	143.167	147.033	
caja de compensacion	84.000	84.000	84.000	84.000	84.000	84.000	84.000	84.000	84.000	84.000	84.000	84.000	1.008.000	1.037.736	1.067.000	1.095.809	1.125.396	
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
TOTAL	3.080.000	3.080.000	3.080.000	3.080.000	3.080.000	3.080.000	3.080.000	3.080.000	3.080.000	3.080.000	3.080.000	3.080.000	36.960.005	38.050.325	39.123.344	40.179.674	41.264.526	
DATOS AL FLUJO DE CAJA																		
SALARIOS	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	25.200.000	25.943.400	26.675.004	27.395.229	28.134.900	
Auxilio de transporte	148.450	148.450	148.450	148.450	148.450	148.450	148.450	148.450	148.450	148.450	148.450	148.450	1.781.395	1.833.946	1.885.664	1.936.577	1.988.864	
cesantias	0												0	2.247.550	2.313.853	2.379.104	2.443.339	
intereses a las cesantias	0												0	269.814	277.773	285.607	293.318	
primas						1.123.775							1.123.775	2.247.550	2.313.853	2.379.104	2.443.339	
vacaciones												1.050.000	1.050.000	1.080.975	1.111.458	1.141.468	1.172.288	
salud	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
pensiones	252.000	252.000	252.000	252.000	252.000	252.000	252.000	252.000	252.000	252.000	252.000	252.000	3.024.000	3.113.208	3.201.000	3.287.427	3.376.188	
ARL	10.975	10.975	10.975	10.975	10.975	10.975	10.975	10.975	10.975	10.975	10.975	10.975	131.695	135.580	139.404	143.167	147.033	
caja de compensacion	84.000	84.000	84.000	84.000	84.000	84.000	84.000	84.000	84.000	84.000	84.000	84.000	1.008.000	1.037.736	1.067.000	1.095.809	1.125.396	
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
TOTAL	2.595.424	2.595.424	2.595.424	2.595.424	2.595.424	3.719.199	2.595.424	2.595.424	2.595.424	2.595.424	2.595.424	2.595.424	4.769.199	34.442.641	37.976.063	39.050.260	40.107.727	41.190.636

Fuente: Los autores

Cuadro 17 Nomina Producción

NOMINA PRODUCCIÓN EN PESOS																		
CARGOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Jefe de campo	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	12.000.000	12.354.000	12.702.383	13.045.347	13.397.572	
Trabajadores de campo 1	635.034	635.034	635.034	635.034	635.034	635.034	635.034	635.034	635.034	635.034	635.034	635.034	7.620.413	7.845.215	8.066.450	8.284.244	8.507.919	
Trabajadores de campo 2	635.034	635.034	635.034	635.034	635.034	635.034	635.034	635.034	635.034	635.034	635.034	635.034	7.620.413	7.845.215	8.066.450	8.284.244	8.507.919	
Trabajadores de campo 3	635.034	635.034	635.034	635.034	635.034	635.034	635.034	635.034	635.034	635.034	635.034	635.034	7.620.413	7.845.215	8.066.450	8.284.244	8.507.919	
TOTAL	1.905.103	1.905.103	1.905.103	1.905.103	1.905.103	1.905.103	1.905.103	1.905.103	1.905.103	1.905.103	1.905.103	1.905.103	22.861.238	23.535.645	24.199.350	24.852.733	25.523.756	
DATOS AL ESTADO DE RESULTADOS																		
PERSONAS CON AUXILIO	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4						
SALARIOS	1.905.103	1.905.103	1.905.103	1.905.103	1.905.103	1.905.103	1.905.103	1.905.103	1.905.103	1.905.103	1.905.103	1.905.103	22.861.238	23.535.645	24.199.350	24.852.733	25.523.756	
Auxilio de transporte	296.899	296.899	296.899	296.899	296.899	296.899	296.899	296.899	296.899	296.899	296.899	296.899	3.562.790	3.667.893	3.771.327	3.873.153	3.977.728	
cesantias	183.427	183.427	183.427	183.427	183.427	183.427	183.427	183.427	183.427	183.427	183.427	183.427	2.201.122	2.266.055	2.329.957	2.392.866	2.457.474	
intereses a las cesantias	22.020	22.020	22.020	22.020	22.020	22.020	22.020	22.020	22.020	22.020	22.020	22.020	264.240	272.035	279.707	287.259	295.015	
primas	183.427	183.427	183.427	183.427	183.427	183.427	183.427	183.427	183.427	183.427	183.427	183.427	2.201.122	2.266.055	2.329.957	2.392.866	2.457.474	
vacaciones	79.379	79.379	79.379	79.379	79.379	79.379	79.379	79.379	79.379	79.379	79.379	79.379	952.552	980.652	1.008.306	1.035.531	1.063.490	
salud	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
pensiones	228.612	228.612	228.612	228.612	228.612	228.612	228.612	228.612	228.612	228.612	228.612	228.612	2.743.349	2.824.277	2.903.922	2.982.328	3.062.851	
ARL	9.956	9.956	9.956	9.956	9.956	9.956	9.956	9.956	9.956	9.956	9.956	9.956	119.473	122.997	126.466	129.880	133.387	
caja de compensacion	76.204	76.204	76.204	76.204	76.204	76.204	76.204	76.204	76.204	76.204	76.204	76.204	914.450	941.426	967.974	994.109	1.020.950	
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
TOTAL	2.985.028	2.985.028	2.985.028	2.985.028	2.985.028	2.985.028	2.985.028	2.985.028	2.985.028	2.985.028	2.985.028	2.985.028	35.820.335	36.877.035	37.916.967	38.940.725	39.992.125	
DATOS AL FLUJO DE CAJA																		
SALARIOS	1.905.103	1.905.103	1.905.103	1.905.103	1.905.103	1.905.103	1.905.103	1.905.103	1.905.103	1.905.103	1.905.103	1.905.103	22.861.238	23.535.645	24.199.350	24.852.733	25.523.756	
Auxilio de transporte	296.899	296.899	296.899	296.899	296.899	296.899	296.899	296.899	296.899	296.899	296.899	296.899	3.562.790	3.667.893	3.771.327	3.873.153	3.977.728	
cesantias	0												0	2.201.122	2.266.055	2.329.957	2.392.866	
intereses a las cesantias	0												0	264.240	272.035	279.707	287.259	
primas						1.100.561							1.100.561	2.201.122	2.266.055	2.329.957	2.392.866	
vacaciones												952.552	952.552	980.652	1.008.306	1.035.531	1.063.490	
salud	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
pensiones	228.612	228.612	228.612	228.612	228.612	228.612	228.612	228.612	228.612	228.612	228.612	228.612	2.743.349	2.824.277	2.903.922	2.982.328	3.062.851	
ARL	9.956	9.956	9.956	9.956	9.956	9.956	9.956	9.956	9.956	9.956	9.956	9.956	119.473	122.997	126.466	129.880	133.387	
caja de compensacion	76.204	76.204	76.204	76.204	76.204	76.204	76.204	76.204	76.204	76.204	76.204	76.204	914.450	941.426	967.974	994.109	1.020.950	
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
TOTAL	2.516.775	2.516.775	2.516.775	2.516.775	2.516.775	3.617.336	2.516.775	2.516.775	2.516.775	2.516.775	2.516.775	2.516.775	4.569.887	33.354.973	36.804.307	37.845.393	38.870.264	39.919.761

Fuente: Los autores

Cuadro 18 Ventas y Costos

CUADRO 20. VENTAS Y COSTOS EN PESOS																	
VENTAS TOTALES																	
ALBAHACA	6.598.075	6.598.075	6.598.075	6.598.075	6.598.075	6.598.075	6.598.075	6.598.075	6.598.075	6.598.075	6.598.075	6.598.075	79.176.894	86.892.445	95.239.438	104.266.422	114.149.002
APIO	1.263.689	1.263.689	1.263.689	1.263.689	1.263.689	1.263.689	1.263.689	1.263.689	1.263.689	1.263.689	1.263.689	1.263.689	15.164.272	16.641.985	18.240.634	19.969.518	21.862.269
CALENDULA	32.918	32.918	32.918	32.918	32.918	32.918	32.918	32.918	32.918	32.918	32.918	32.918	395.011	433.503	475.146	520.181	569.485
CIDRON	15.313	15.313	15.313	15.313	15.313	15.313	15.313	15.313	15.313	15.313	15.313	15.313	183.750	201.656	221.028	241.977	264.912
CILANTRO DE MONTAÑA	3.000.710	3.000.710	3.000.710	3.000.710	3.000.710	3.000.710	3.000.710	3.000.710	3.000.710	3.000.710	3.000.710	3.000.710	36.008.516	39.517.438	43.313.530	47.418.873	51.913.329
HIERBA BUENA	248.853	248.853	248.853	248.853	248.853	248.853	248.853	248.853	248.853	248.853	248.853	248.853	2.986.231	3.277.230	3.592.045	3.932.506	4.305.237
JENGIBRE	502.408	502.408	502.408	502.408	502.408	502.408	502.408	502.408	502.408	502.408	502.408	502.408	6.028.901	6.616.399	7.251.978	7.939.335	8.691.841
MANZANILLA	34.073	34.073	34.073	34.073	34.073	34.073	34.073	34.073	34.073	34.073	34.073	34.073	408.882	448.726	491.831	538.448	589.483
MENTA	64.680	64.680	64.680	64.680	64.680	64.680	64.680	64.680	64.680	64.680	64.680	64.680	776.161	851.796	933.620	1.022.111	1.118.989
NARANJO	4.398.576	4.398.576	4.398.576	4.398.576	4.398.576	4.398.576	4.398.576	4.398.576	4.398.576	4.398.576	4.398.576	4.398.576	52.782.910	57.926.447	63.490.931	69.508.728	76.096.904
OREGANO	2.416.307	2.416.307	2.416.307	2.416.307	2.416.307	2.416.307	2.416.307	2.416.307	2.416.307	2.416.307	2.416.307	2.416.307	28.995.678	31.821.220	34.878.005	38.183.812	41.802.950
PEREJIL CRESPO VALLUNO	2.571.654	2.571.654	2.571.654	2.571.654	2.571.654	2.571.654	2.571.654	2.571.654	2.571.654	2.571.654	2.571.654	2.571.654	30.859.844	33.867.043	37.120.352	40.638.693	44.490.510
ROMERO	4.154.297	4.154.297	4.154.297	4.154.297	4.154.297	4.154.297	4.154.297	4.154.297	4.154.297	4.154.297	4.154.297	4.154.297	49.851.565	54.709.450	59.964.906	65.648.499	71.870.795
TOMILLO	4.398.705	4.398.705	4.398.705	4.398.705	4.398.705	4.398.705	4.398.705	4.398.705	4.398.705	4.398.705	4.398.705	4.398.705	52.784.466	57.928.154	63.492.802	69.510.777	76.099.147
TORONJIL	4.032.073	4.032.073	4.032.073	4.032.073	4.032.073	4.032.073	4.032.073	4.032.073	4.032.073	4.032.073	4.032.073	4.032.073	48.384.873	53.099.834	58.200.667	63.717.043	69.756.272
TOTAL	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	404.787.954	444.233.326	486.906.913	533.056.923	583.581.125
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
PRECIO PROMEDIO	351,57	351,57	351,57	351,57	351,57	351,57	351,57	351,57	351,57	351,57	351,57	351,57	351,57	361,94	372,15	382,20	392,52
COSTO PROMEDIO	158,64	158,64	158,64	158,64	158,64	158,64	158,64	158,64	158,64	158,64	158,64	158,64	158,64	163,32	167,92	172,46	177,11

Fuente: Los autores

Cuadro 19 Estados de Resultados Sin Financiación

CUADRO 24. ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACIÓN EN PESOS (E-R SF)																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS																	
VENTAS	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	404.787.954	444.233.326	486.906.913	533.056.923	583.581.125
COSTO MERCANCÍA VENDIDA	15.220.733	15.220.733	15.220.733	15.220.733	15.220.733	15.220.733	15.220.733	15.220.733	15.220.733	15.220.733	15.220.733	15.220.733	182.648.795	200.447.372	219.702.587	240.526.438	263.324.015
UTILIDAD BRUTA	18.511.597	18.511.597	18.511.597	18.511.597	18.511.597	18.511.597	18.511.597	18.511.597	18.511.597	18.511.597	18.511.597	18.511.597	222.139.159	243.785.954	267.204.325	292.530.486	320.257.110
GASTOS																	
NOMINA	3.080.000	3.080.000	3.080.000	3.080.000	3.080.000	3.080.000	3.080.000	3.080.000	3.080.000	3.080.000	3.080.000	3.080.000	36.960.005	38.050.325	39.123.344	40.179.674	41.264.526
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	448.660	448.660	448.660	448.660	448.660	448.660	448.660	448.660	448.660	448.660	448.660	448.660	2.304.280	7.239.541	7.453.107	7.665.768	7.877.661
GASTOS DE VENTAS	480.116	480.116	480.116	480.116	480.116	1.542.871	480.116	480.116	480.116	480.116	480.116	480.116	1.542.871	7.886.900	8.119.564	8.359.091	8.605.684
GASTOS DEPRECIACIÓN	144.149	144.149	144.149	144.149	144.149	144.149	144.149	144.149	144.149	144.149	144.149	144.149	1.729.793	1.729.793	1.729.793	1.146.460	1.146.460
GASTOS DIFERIDOS	760.150	760.150	760.150	760.150	760.150	760.150	760.150	760.150	760.150	760.150	760.150	760.150	9.121.797	0	0	0	0
ICA	111.317	111.317	111.317	111.317	111.317	111.317	111.317	111.317	111.317	111.317	111.317	111.317	1.335.800	1.465.970	1.606.793	1.759.088	1.925.818
TOTAL GASTOS	5.024.392	5.024.392	5.024.392	5.024.392	5.024.392	6.087.147	5.024.392	5.024.392	5.024.392	5.024.392	5.024.392	5.024.392	7.942.767	64.273.836	56.818.759	58.484.790	59.568.567
UTILIDAD OPERACIONAL	13.487.204	13.487.204	13.487.204	13.487.204	13.487.204	12.424.450	13.487.204	13.487.204	13.487.204	13.487.204	13.487.204	13.487.204	10.568.830	157.865.323	186.967.195	208.719.536	232.961.918
OTROS INGRESOS Y EGRESOS																	
Gastos Financieros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos Financieros leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTO	13.487.204	13.487.204	13.487.204	13.487.204	13.487.204	12.424.450	13.487.204	13.487.204	13.487.204	13.487.204	13.487.204	13.487.204	10.568.830	157.865.323	186.967.195	208.719.536	232.961.918
IMPUESTO DE RENTA	3.371.801	3.371.801	3.371.801	3.371.801	3.371.801	3.106.112	3.371.801	3.371.801	3.371.801	3.371.801	3.371.801	3.371.801	2.642.207	39.466.331	46.741.799	52.179.884	58.240.480
CREE	1.078.976	1.078.976	1.078.976	1.078.976	1.078.976	993.956	1.078.976	1.078.976	1.078.976	1.078.976	1.078.976	1.078.976	845.506	12.629.226	14.957.376	16.697.563	18.636.953
UTILIDAD NETA	9.036.427	9.036.427	9.036.427	9.036.427	9.036.427	8.324.381	9.036.427	9.036.427	9.036.427	9.036.427	9.036.427	9.036.427	7.081.116	105.769.766	125.268.020	139.842.089	156.084.485
RESERVA	903.643	903.643	903.643	903.643	903.643	832.438	903.643	903.643	903.643	903.643	903.643	903.643	708.112	10.576.977	12.526.802	13.984.209	15.608.449
UTILIDAD DEL EJERCICIO	8.132.784	8.132.784	8.132.784	8.132.784	8.132.784	7.491.943	8.132.784	8.132.784	8.132.784	8.132.784	8.132.784	8.132.784	6.373.004	95.192.790	112.741.218	125.857.880	140.476.037
UTILIDAD ACUMULADA													95.192.790	207.934.008	333.791.888	474.267.925	630.424.022
RESERVA LEGAL ACUMULADA													10.576.977	23.103.779	37.087.988	52.696.436	70.047.114

Fuente: Los autores

Cuadro 20 Estados de Resultados Con Financiación

CUADRO 25. ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACIÓN EN PESOS (E-R CF)																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS																	
VENTAS	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	404.787.954	444.233.326	486.906.913	533.056.923	583.581.125
COSTO DE MCIA	15.220.733	15.220.733	15.220.733	15.220.733	15.220.733	15.220.733	15.220.733	15.220.733	15.220.733	15.220.733	15.220.733	15.220.733	182.648.795	200.447.372	219.702.587	240.526.438	263.324.015
UTILIDAD BRUTA	18.511.597	18.511.597	18.511.597	18.511.597	18.511.597	18.511.597	18.511.597	18.511.597	18.511.597	18.511.597	18.511.597	18.511.597	222.139.159	243.785.954	267.204.325	292.530.486	320.257.110
GASTOS																	
NOMINA	3.080.000	3.080.000	3.080.000	3.080.000	3.080.000	3.080.000	3.080.000	3.080.000	3.080.000	3.080.000	3.080.000	3.080.000	36.960.005	38.050.325	39.123.344	40.179.674	41.264.526
GASTOS DE ADMON	448.660	448.660	448.660	448.660	448.660	448.660	448.660	448.660	448.660	448.660	448.660	2.304.280	7.239.541	7.453.107	7.665.768	7.877.661	8.095.419
GASTOS DE VENTAS	480.116	480.116	480.116	480.116	480.116	1.542.871	480.116	480.116	480.116	480.116	480.116	1.542.871	7.886.900	8.119.564	8.359.091	8.605.684	8.859.552
GASTOS DEPRECIACION	144.149	144.149	144.149	144.149	144.149	144.149	144.149	144.149	144.149	144.149	144.149	144.149	1.729.793	1.729.793	1.729.793	1.146.460	1.146.460
GASTOS DIFERIDOS	760.150	760.150	760.150	760.150	760.150	760.150	760.150	760.150	760.150	760.150	760.150	760.150	9.121.797	0	0	0	0
ICA	111.317	111.317	111.317	111.317	111.317	111.317	111.317	111.317	111.317	111.317	111.317	111.317	1.335.800	1.465.970	1.606.793	1.759.088	1.925.818
TOTAL GASTOS	5.024.392	5.024.392	5.024.392	5.024.392	5.024.392	6.087.147	5.024.392	5.024.392	5.024.392	5.024.392	5.024.392	7.942.767	64.273.836	56.818.759	58.484.790	59.568.567	61.291.775
UTILIDAD OPERACIONAL	13.487.204	13.487.204	13.487.204	13.487.204	13.487.204	12.424.450	13.487.204	13.487.204	13.487.204	13.487.204	13.487.204	10.568.830	157.865.323	186.967.195	208.719.536	232.961.918	258.965.336
OTROS INGRESOS Y EGRESOS																	
Gastos Financieros	203.461	199.294	195.057	190.750	186.370	181.918	177.391	172.788	168.109	163.351	158.514	153.596	2.150.600	1.428.217	546.910	0	0
Gastos Financieros leasing													0				
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	203.461	199.294	195.057	190.750	186.370	181.918	177.391	172.788	168.109	163.351	158.514	153.596	2.150.600	1.428.217	546.910	0	0
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTO	13.283.744	13.287.911	13.292.147	13.296.455	13.300.834	12.242.532	13.309.813	13.314.416	13.319.095	13.323.853	13.328.690	10.415.233	155.714.723	185.538.978	208.172.625	232.961.918	258.965.336
IMPUESTO DE RENTA	3.320.936	3.321.978	3.323.037	3.324.114	3.325.208	3.060.633	3.327.453	3.328.604	3.329.774	3.330.963	3.332.173	2.603.808	38.928.681	46.384.744	52.043.156	58.240.480	64.741.334
CREE	1.062.699	1.063.033	1.063.372	1.063.716	1.064.067	979.403	1.064.785	1.065.153	1.065.528	1.065.908	1.066.295	833.219	12.457.178	14.843.118	16.653.810	18.636.953	20.717.227
UTILIDAD NETA	8.900.108	8.902.900	8.905.739	8.908.625	8.911.559	8.202.496	8.917.575	8.920.659	8.923.794	8.926.982	8.930.222	6.978.206	104.328.864	124.311.115	139.475.659	156.084.485	173.506.775
RESERVA	890.011	890.290	890.574	890.862	891.156	820.250	891.757	892.066	892.379	892.698	893.022	697.821	10.432.886	12.431.111	13.947.566	15.608.449	17.350.677
UTILIDAD DEL EJERCICIO	8.010.097	8.012.610	8.015.165	8.017.762	8.020.403	7.382.247	8.025.817	8.028.593	8.031.415	8.034.283	8.037.200	6.280.386	93.895.978	111.880.003	125.528.093	140.476.037	156.156.097
UTILIDAD ACUMULADA													93.895.978	205.775.981	331.304.075	471.780.111	627.936.209
RESERVA LEGAL ACUMULADA													10.432.886	22.863.998	36.811.564	52.420.012	69.770.690

Fuente: Los autores

5.10 FLUJO DE CAJA

El flujo de caja es el movimiento de entradas y salidas de dinero en un tiempo dado formulando las utilidades líquidas esperadas en un periodo determinado. En los **cuadros 21 y 22** se muestra el flujo de caja sin y con financiación. Ver pág. 162 Y 163

Análisis de resultados de VPN, TIR Y B/C Sin financiación. Analizando las variables utilizadas en la evaluación del flujo neto, las cuales son; VPN TIR Y B/C proyectado a 5 años y al arrojar el Valor presente Neto (**VPN**) un resultado mayor a cero, lo que significa que el proyecto es viable y al traer los valores futuros al presente se obtiene una rentabilidad de \$428.079.010, luego al analizar la Tasa Interna de Retorno (**TIR**), se observa que el porcentaje es de 421,41%, con el análisis de la variable Beneficio-Costo (**B/C**) es de 11,55, es decir que por cada peso de la inversión, la Fundación recuperara 11,55 veces los pesos invertidos. Ver pág. 162

Análisis de resultados de VPN, TIR Y B/C. con financiación. En esta evaluación con financiación se evidencia que la rentabilidad mínima que se espera recibir al evaluar los siguientes parámetros: (**VPN**) un resultado mayor a cero, lo que significa que el proyecto es viable y al traer los valores futuros al presente se obtiene una rentabilidad de \$429.904.834, es de veinte y uno coma cincuenta y cuatro por ciento 21,54%, La (**TIR**) que se espera es de 589,19%, que es mayor que la tasa mínima de rentabilidad que es de 21,54%, la relación (**B/C**) indica que por cada peso invertido se recupera catorce coma veinte pesos 16,13, este análisis evidencia que el proyecto es viable. Ver pág. 163.

Cuadro 21 Flujo de Caja Sin Financiación

CUADRO 26. FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACION EN PESOS																	
INGRESOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
RECAUDOS	26.985.864	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	398.041.488	443.575.903	486.195.686	532.287.757	582.739.055
IVA COBRADO	1.686.616	1.686.616	1.686.616	1.686.616	1.686.616	1.686.616	1.686.616	1.686.616	1.686.616	1.686.616	1.686.616	1.686.616	20.239.398	22.211.666	24.345.346	26.652.846	29.179.056
TOTAL INGRESOS	28.672.480	35.418.946	35.418.946	35.418.946	35.418.946	35.418.946	35.418.946	35.418.946	35.418.946	35.418.946	35.418.946	35.418.946	418.280.886	465.787.570	510.541.032	558.940.603	611.918.111
EGRESOS																	
NOMINA	2.595.424	2.595.424	2.595.424	2.595.424	2.595.424	3.719.199	2.595.424	2.595.424	2.595.424	2.595.424	2.595.424	4.769.199	34.442.641	37.976.063	39.050.260	40.107.727	41.190.636
GASTOS ADMINISTRACION	448.660	448.660	448.660	448.660	448.660	448.660	448.660	448.660	448.660	448.660	448.660	448.660	2.304.280	7.239.541	7.453.107	7.665.768	8.095.419
GASTOS VENTAS	480.116	480.116	480.116	480.116	480.116	1.542.871	480.116	480.116	480.116	480.116	480.116	1.542.871	7.886.900	8.119.564	8.359.091	8.605.684	8.859.552
IVA PAGADO	724.797	724.797	724.797	724.797	724.797	724.797	724.797	724.797	724.797	724.797	724.797	724.797	8.697.562	9.545.113	10.475.256	11.496.038	12.616.292
IVA DECLARADO	0	0	0	0	3.847.279	0	0	0	3.847.279	0	0	0	7.694.557	12.291.648	13.468.911	14.727.902	16.094.112
IMPUESTO RENTA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	39.466.331	46.741.799	52.179.884	58.240.480
CREE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12.629.226	14.957.376	16.697.563	18.636.953
ICA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.335.800	1.465.970	1.606.793	1.759.088
PAGOS	6.523.171	15.220.733	15.220.733	15.220.733	15.220.733	15.220.733	15.220.733	15.220.733	15.220.733	15.220.733	15.220.733	15.220.733	173.951.233	199.599.821	218.772.445	239.505.656	262.203.760
TOTAL EGRESOS	10.772.168	19.469.730	19.469.730	19.469.730	23.317.009	21.656.260	19.469.730	19.469.730	23.317.009	19.469.730	19.469.730	24.561.880	239.912.434	328.416.672	360.956.875	392.804.907	427.696.293
FLUO DE CAJA OPERACIONAL	17.900.312	15.949.216	15.949.216	15.949.216	12.101.937	13.762.686	15.949.216	15.949.216	12.101.937	15.949.216	15.949.216	10.857.066	178.368.452	137.370.898	149.584.157	166.135.695	184.221.818
FLUJO DE CAJA FINANCIERO																	
GTOS FINANCIEROS PRESTAMO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
AMORTIZACION PRESTAMOP	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
GTOS FINANCIERO LEASING	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
AMORTIZACION LEASING	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL FLUJO CAJA FINANCIERO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FLUJO CAJA NETO	17.900.312	15.949.216	15.949.216	15.949.216	12.101.937	13.762.686	15.949.216	15.949.216	12.101.937	15.949.216	15.949.216	10.857.066	178.368.452	137.370.898	149.584.157	166.135.695	184.221.818
SALDO INICIAL CAJA	17.865.054	35.765.366	51.714.582	67.663.798	83.613.015	95.714.952	109.477.638	125.426.854	141.376.070	153.478.008	169.427.224	185.376.440	17.865.054	196.233.506	333.604.404	483.188.561	649.324.256
SALDO FINAL CAJA	35.765.366	51.714.582	67.663.798	83.613.015	95.714.952	109.477.638	125.426.854	141.376.070	153.478.008	169.427.224	185.376.440	196.233.506	196.233.506	333.604.404	483.188.561	649.324.256	833.546.074

AÑO0	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
(40.589.151)	178.368.452	137.370.898	149.584.157	166.135.695	184.221.818

DTF(%)	3,88%
SPREAD(%)	17,00%
CDO(DTF+%)	21,54%
VPN(\$)	428.079.010
TIR(%)	421,41%
B/C(VECES)	11,55

FUENTE: LOS AUTORES

Cuadro 22 Flujo de Caja Con Financiación

FLUJO DE CAJA CON FINANCIACION EN PESOS																	
INGRESOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
RECAUDOS	26.985.864	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	33.732.330	398.041.488	443.575.903	486.195.686	532.287.757	582.739.055
IVA COBRADO	1.686.616	1.686.616	1.686.616	1.686.616	1.686.616	1.686.616	1.686.616	1.686.616	1.686.616	1.686.616	1.686.616	1.686.616	20.239.398	22.211.666	24.345.346	26.652.846	29.179.056
TOTAL INGRESOS	28.672.480	35.418.946	35.418.946	35.418.946	35.418.946	35.418.946	35.418.946	35.418.946	35.418.946	35.418.946	35.418.946	35.418.946	418.280.886	465.787.570	510.541.032	558.940.603	611.918.111
EGRESOS																	
NOMINA	2.595.424	2.595.424	2.595.424	2.595.424	2.595.424	3.719.199	2.595.424	2.595.424	2.595.424	2.595.424	2.595.424	4.769.199	34.442.641	37.976.063	39.050.260	40.107.727	41.190.636
GASTOS ADMINISTRACION	448.660	448.660	448.660	448.660	448.660	448.660	448.660	448.660	448.660	448.660	448.660	2.304.280	7.239.541	7.453.107	7.665.768	7.877.661	8.095.419
GASTOS VENTAS	480.116	480.116	480.116	480.116	480.116	1.542.871	480.116	480.116	480.116	480.116	480.116	1.542.871	7.886.900	8.119.564	8.359.091	8.605.684	8.859.552
IVA PAGADO	724.797	724.797	724.797	724.797	724.797	724.797	724.797	724.797	724.797	724.797	724.797	724.797	8.697.562	9.545.113	10.475.256	11.496.038	12.616.292
IVA DECLARADO	0	0	0	0	3.847.279	0	0	0	3.847.279	0	0	0	7.694.557	12.291.648	13.468.911	14.727.902	16.094.112
IMPUESTO RENTA													0	38.928.681	46.384.744	52.043.156	58.240.480
CREE													0	12.457.178	14.843.118	16.653.810	18.636.953
ICA													0	1.335.800	1.465.970	1.606.793	1.759.088
PAGOS	6.523.171	15.220.733	15.220.733	15.220.733	15.220.733	15.220.733	15.220.733	15.220.733	15.220.733	15.220.733	15.220.733	15.220.733	173.951.233	199.599.821	218.772.445	239.505.656	262.203.760
TOTAL EGRESOS	10.772.168	19.469.730	19.469.730	19.469.730	23.317.009	21.656.260	19.469.730	19.469.730	23.317.009	19.469.730	19.469.730	24.561.880	239.912.434	327.706.974	360.485.563	392.624.427	427.696.293
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	17.900.312	15.949.216	15.949.216	15.949.216	12.101.937	13.762.686	15.949.216	15.949.216	12.101.937	15.949.216	15.949.216	10.857.066	178.368.452	138.080.596	150.055.468	166.316.176	184.221.818
FLUJO DE CAJA FINANCIERO																	
GTOS FINANCIEROS PRESTAMO	203.461	199.294	195.057	190.750	186.370	181.918	177.391	172.788	168.109	163.351	158.514	153.596	2.150.600	1.428.217	546.910	0	0
AMORTIZACION PRESTAMO	249.386	253.553	257.789	262.097	266.476	270.929	275.455	280.058	284.738	289.495	294.332	299.250	3.283.558	4.005.940	4.887.247		
GTOS FINANCIERO LEASING													0				
AMORTIZACION LEASING													0				
TOTAL FLUJO CAJA FINANCIERO	452.846	452.846	452.846	452.846	452.846	452.846	452.846	452.846	452.846	452.846	452.846	452.846	5.434.158	5.434.158	5.434.158	0	0
FLUJO CAJA NETO	17.447.465	15.496.370	15.496.370	15.496.370	11.649.091	13.309.840	15.496.370	15.496.370	11.649.091	15.496.370	15.496.370	10.404.220	172.934.295	132.646.438	144.621.311	166.316.176	184.221.818
SALDO INICIAL CAJA	17.865.054	35.312.520	50.808.889	66.305.259	81.801.629	93.450.720	106.760.559	122.256.929	137.753.299	149.402.390	164.898.759	180.395.129	17.865.054	190.799.349	323.445.787	468.067.098	634.383.273
SALDO FINAL CAJA	35.312.520	50.808.889	66.305.259	81.801.629	93.450.720	106.760.559	122.256.929	137.753.299	149.402.390	164.898.759	180.395.129	190.799.349	190.799.349	323.445.787	468.067.098	634.383.273	818.605.092

AÑO0	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
(28.412.406)	172.934.295	132.646.438	144.621.311	166.316.176	184.221.818

DTF(%)	3,88%
SPREAD(%)	17,00%
CDO(DTF+%)	21,54%
VPN(\$)	429.904.834
TIR(%)	589,19%
B/C(VECES)	16,13

FUENTE: LOS AUTORES

5.11 BALANCE GENERAL

Muestra la situación real de Aromáticas Vida Sana, entre el año 1 y 5, mostrando que el valor inicial de los activos es de \$40.589.151, el cual va incrementando año tras año llegando al año 5 con un total de \$834.451.444.

Cuadro 23 Balance general sin Financiación

CUADRO 28. BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACION EN PESOS						
	BALANCE INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						
caja - bancos	17.865.054	196.233.506	333.604.404	483.188.561	649.324.256	833.546.074
cxc	0	6.746.466	7.403.889	8.115.115	8.884.282	9.726.352
inventarios	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	17.865.054	202.979.972	341.008.293	491.303.676	658.208.538	843.272.426
ACTIVOS NO CORRIENTES						
ACTIVOS FIJOS						
MUEBLES Y ENSERES	1.750.000	1.750.000	1.750.000	1.750.000	1.750.000	1.750.000
EQUIPOS DE COMPUTO	4.092.300	4.092.300	4.092.300	4.092.300	4.092.300	4.092.300
MAQUINARIA Y EQUIPO	1.640.000	1.640.000	1.640.000	1.640.000	1.640.000	1.640.000
TERRENOS	6.120.000	6.120.000	6.120.000	6.120.000	6.120.000	6.120.000
(-)depreciación acumulada	0	1.729.793	3.459.587	5.189.380	6.335.840	7.482.300
TOTAL ACTIVOS FIJOS	13.602.300	11.872.507	10.142.713	8.412.920	7.266.460	6.120.000
ACTIVOS DIFERIDOS						
Diferidos	9.121.797	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	9.121.797	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	22.724.097	11.872.507	10.142.713	8.412.920	7.266.460	6.120.000
TOTAL ACTIVOS	40.589.151	214.852.479	351.151.006	499.716.596	665.474.998	849.392.426
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES						
cxp	0	8.697.562	9.545.113	10.475.256	11.496.038	12.616.292
cesantías x pagar	0	2.247.550	2.313.853	2.379.104	2.443.339	2.509.310
intereses cesantías	0	269.814	277.773	285.607	293.318	301.238
impuesto de renta	0	39.466.331	46.741.799	52.179.884	58.240.480	64.741.334
CREE x p	0	12.629.226	14.957.376	16.697.563	18.636.953	20.717.227
ica x p	0	1.335.800	1.465.970	1.606.793	1.759.088	1.925.818
lva x p	0	3.847.279	4.222.184	4.623.363	5.052.269	5.520.921
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0	68.493.561	79.524.068	88.247.569	97.921.486	108.332.139
PASIVOS NO CORRIENTES						
obligaciones financieras	0					
leasing financiero	0					
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVOS	0	68.493.561	79.524.068	88.247.569	97.921.486	108.332.139
PATRIMONIO						
capital social	40.589.151	40.589.151	40.589.151	40.589.151	40.589.151	40.589.151
utilidad acumulada		95.192.790	207.934.008	333.791.888	474.267.925	630.424.022
reseva legal acumulada		10.576.977	23.103.779	37.087.988	52.696.436	70.047.114
TOTAL PATRIMONIO	40.589.151	146.358.918	271.626.938	411.469.027	567.553.512	741.060.287
PASIVO + PATRIMONIO	40.589.151	214.852.479	351.151.006	499.716.596	665.474.998	849.392.426
	0	0	0	0	0	0

Fuente: Los autores

Cuadro 24 Balance general con Financiación

CUADRO 29. BALANCE GENERAL PROYECTADO CON FINANCIACION EN PESOS						
	BALANCE INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						
caja - bancos	17.865.054	190.799.349	323.445.787	468.067.098	634.383.273	818.605.092
cxc	0	6.746.466	7.403.889	8.115.115	8.884.282	9.726.352
inventarios	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	17.865.054	197.545.815	330.849.676	476.182.213	643.267.555	828.331.444
ACTIVOS NO CORRIENTES						
ACTIVOS FIJOS						
MUEBLES Y ENSERES	1.750.000	1.750.000	1.750.000	1.750.000	1.750.000	1.750.000
EQUIPOS DE COMPUTO	4.092.300	4.092.300	4.092.300	4.092.300	4.092.300	4.092.300
MAQUINARIA Y EQUIPO	1.640.000	1.640.000	1.640.000	1.640.000	1.640.000	1.640.000
TERRENOS	6.120.000	6.120.000	6.120.000	6.120.000	6.120.000	6.120.000
(-)depreciacion acumulada	0	1.729.793	3.459.587	5.189.380	6.335.840	7.482.300
TOTAL ACTIVOS FIJOS	13.602.300	11.872.507	10.142.713	8.412.920	7.266.460	6.120.000
ACTIVOS DIFERIDOS						
Diferidos	9.121.797	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	9.121.797	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	22.724.097	11.872.507	10.142.713	8.412.920	7.266.460	6.120.000
TOTAL ACTIVOS	40.589.151	209.418.321	340.992.389	484.595.133	650.534.015	834.451.444
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES						
cxp	0	8.697.562	9.545.113	10.475.256	11.496.038	12.616.292
cesantias x pagar	0	2.247.550	2.313.853	2.379.104	2.443.339	2.509.310
intereses cesantias	0	269.814	277.773	285.607	293.318	301.238
impuesto de renta	0	38.928.681	46.384.744	52.043.156	58.240.480	64.741.334
CREE x p	0	12.457.178	14.843.118	16.653.810	18.636.953	20.717.227
ica x p	0	1.335.800	1.465.970	1.606.793	1.759.088	1.925.818
lva x p	0	3.847.279	4.222.184	4.623.363	5.052.269	5.520.921
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0	67.783.863	79.052.756	88.067.088	97.921.486	108.332.139
PASIVOS NO CORRIENTES						
obligaciones financieras	12.176.745	8.893.188	4.887.247	0		
leasing financiero	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	12.176.745	8.893.188	4.887.247	0	0	0
TOTAL PASIVOS	12.176.745	76.677.051	83.940.004	88.067.088	97.921.486	108.332.139
PATRIMONIO						
capital social	28.412.406	28.412.406	28.412.406	28.412.406	28.412.406	28.412.406
utilidad acumulada		93.895.978	205.775.981	331.304.075	471.780.111	627.936.209
reseva legal acumulada		10.432.886	22.863.998	36.811.564	52.420.012	69.770.690
TOTAL PATRIMONIO	28.412.406	132.741.270	257.052.385	396.528.044	552.612.530	726.119.304
PASIVO + PATRIMONIO	40.589.151	209.418.321	340.992.389	484.595.133	650.534.015	834.451.444
	0	0	0	0	0	0

Fuente: Los autores

5.12 RAZONES FINANCIERAS

Es el método que brinda la contabilidad como herramienta para la toma de decisiones en las empresas. El Balance General y el Estado de Resultados evalúan la capacidad para cumplir con las obligaciones a corto o largo plazo. En el **cuadro 25** ver pág. 167

5.12.1 Indicadores Financieros Sin Financiación.

Indicadores de liquidez. Estos indicadores miden la liquidez de la empresa para cubrir sus obligaciones a corto plazo, en función a los activos líquidos que esta tenga mas no la capacidad de activos que posea.

En la **razón financiera y Prueba acida**, se muestra que Aromáticas vida sana tiene la capacidad para cubrir con sus deudas a corto plazo, y cumplir con sus compromisos financieros sin depender de su inventario para pagar las deudas que adquirió.

Indicadores de Apalancamiento. Este mide la forma de cómo los activos de la empresa han sido financiados.

Endeudamiento: Indica que el 31,88% fue financiada por terceros en el primer año.

Indicador de Rentabilidad. Mide la capacidad que posee la empresa para generar utilidades, a partir de los recursos disponibles.

Rendimiento sobre Activos: muestra una idea del rendimiento obtenido sobre la inversión, en el año uno este indicador genera el 49,23%, disminuyendo la participación, hasta en el año 5 caer a un porcentaje de 20,43%.

Rendimiento sobre Patrimonio: mide la rentabilidad que obtiene los accionistas, en el año (1) se alcanza 72,27% y terminar en el año (5) con un 23,41%.

Margen Bruto: Calcula en forma porcentual la porción del ingreso que permitirá cubrir todos los gastos diferentes al costo de ventas. En el cuadro 23 específicamente en el margen bruto se muestra que Aromáticas vida sana obtiene por las ventas anuales un porcentaje de 54,88% por cada año.

Margen Operacional: Este indicador es el de mayor relevancia puesto que permite evidenciar si la empresa está generando la suficiente utilidad para cubrir con sus obligaciones financieras.

Margen Neto: consiste en conocer cuánto porcentaje le está quedando a los socios de la empresa, en este caso es de 39,00% anual.

Cuadro 25 Razones sin Financieras

CUADRO 38. RAZONES FINANCIERAS					
ESTADOS FINANCIEROS SIN FINANCIACIÓN					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Capita de Trabajo Neto	134.486.411	261.484.225	403.056.107	560.287.052	734.940.287
Razon Corriente	2,96	4,29	5,57	6,72	7,78
Prueba Acida	2,96	4,29	5,57	6,72	7,78
Rotacion de Cartera	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00
Dias Cartera	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Endeudamiento	31,88%	22,65%	17,66%	14,71%	12,75%
Rendimiento sobre Activ	49,23%	35,67%	27,98%	23,45%	20,43%
Rendimiento sobre Patri	72,27%	46,12%	33,99%	27,50%	23,41%
Margen Bruto	54,88%	54,88%	54,88%	54,88%	54,88%
Margen Operacional	39,00%	42,09%	42,87%	43,70%	44,38%
Margen Neto	39,00%	42,09%	42,87%	43,70%	44,38%

Dias Año	360
----------	-----

Fuente: Los autores

5.12.2 Indicadores Financieros Con Financiación

Indicadores de Liquidez: En el cuadro 26 se efectúa una exposición de la capacidad con que cuenta la empresa para cumplir con todas sus obligaciones oportunamente.

Indicadores de Rentabilidad: Miden la rentabilidad de la empresa en este indicador. El 38,47% es el porcentaje que les resulta a los socios de las utilidades de Aromáticas vida sana.

Cuadro 26 Razones con Financieras

CUADRO 39. RAZONES FINANCIERAS					
ESTADOS FINANCIEROS CON FINANCIACIÓN					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Capita de Trabajo Neto	129.761.951	251.796.919	388.115.124	545.346.070	719.999.304
Razon Corriente	2,91	4,19	5,41	6,57	7,65
Prueba Acida	2,91	4,19	5,41	6,57	7,65
Rotacion de Cartera	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00
Dias Cartera	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Endeudamiento	36,61%	24,62%	18,17%	15,05%	12,98%
Rendimiento sobre Acti	49,82%	36,46%	28,78%	23,99%	20,79%
Rendimiento sobre Patr	78,60%	48,36%	35,17%	28,24%	23,90%
Margen Bruto	54,88%	54,88%	54,88%	54,88%	54,88%
Margen Operacional	39,00%	42,09%	42,87%	43,70%	44,38%
Margen Neto	38,47%	41,77%	42,75%	43,70%	44,38%

Dias Año	360
----------	-----

Fuente: Los autores

5.13 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Es el método o el grado de riesgo que correría la Aromáticas vida sana si llega a modificar algunos de los valores siguientes.

En el **cuadro 27** de Análisis de Sensibilidad, se realizó una disminución de 10%, y 5% en el margen bruto y se encontró que el proyecto está muy sensible a variaciones en el margen de rentabilidad.

En el (VPN) valores originales FCSF 387.156.567 y en los valores modificados (\$4.159.115), FCCF valores originales 389.048.553 y en los valores modificados (\$2.764.976), se evidencia una disminución por lo que el margen bruto fijado no se podría disminuir En un 10% puesto que si se disminuye el margen, Aromaticas Vida Sana se verá en serios inconvenientes para generar un estado rentable, sin embargo la empresa no debería incurrir a disminuir el margen por debajo del 15% y así se podrá tener un margen de rentabilidad casi fijo para el libre funcionamiento de la misma.

Cuadro 27 Análisis De Sensibilidad

ANALISIS DE SENSIBILIDAD							
DISMINUCION DEL MARGEN BRUTO						10%	
FCSF		FCSF		FCCF		FCCF	
VALORES ORIGINALES		VALORES MODIFICADOS		VALORES ORIGINALES		VALORES MODIFICADOS	
VPN(\$)	387.156.567	VPN(\$)	(4.159.115)	VPN(\$)	389.048.553	VPN(\$)	(2.764.976)
TIR(%)	368,21%	TIR(%)	17,50%	TIR(%)	512,71%	TIR(%)	18,24%
B/C (Veces)	10,20	B/C (Veces)	0,90	B/C (Veces)	14,21	B/C (Veces)	0,91

Fuente: Los autores

5.14 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio permite evaluar cuál es el mínimo de unidades de plantas aromáticas que debe vender **Aromáticas vida sana** para lograr cubrir sus costos totales.

El precio promedio de los paquetes de 100gr de plantas aromáticas es 351,57, el costo 158,64, en el ERSF es de 49.531, ERCF es de 50.263, por lo que al vender en total 95.947 paquetes de 100gr de plantas aromáticas por mes la empresa se encuentra dentro del límite de ventas necesarias para cubrir sus costos totales, Aromáticas vida sana no puede disminuir sus ventas por que caería en pérdida operacional. Ver **cuadro 28**.

Cuadro 28 Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUNTO DE EQUILIBRIO ERSF	49.531	49.531	49.531	49.531	49.531	53.222	49.531	49.531	49.531	49.531	49.531	59.666	608.201	649.271	676.451	706.369	737.246
PUNTO DE EQUILIBRIO ERCF	50.263	50.248	50.233	50.218	50.202	53.877	50.170	50.153	50.136	50.119	50.102	60.219	615.940	654.263	678.310	706.369	737.246
PRECIO PROMEDIO	351,57	351,57	351,57	351,57	351,57	351,57	351,57	351,57	351,57	351,57	351,57	351,57	351,5712	361,9426	372,14938	382,19741	392,51674
COSTO PROMEDIO	158,64	158,64	158,64	158,64	158,64	158,64	158,64	158,64	158,64	158,64	158,64	158,64	158,6363	163,3161	167,92159	172,45547	177,11177

Fuente: Los autores

CONCLUSIONES

- Se identificó la problemática fundamental sobre la cultivación de plantas aromáticas que es un producto viable, debido a que es de consumo masivo y actualmente la población está recurriendo a este tipo de productos, por su economía, ya que se encuentra en la mayoría de los mercados y es de fácil acceso para la población.
- El estudio de mercado nos ayudó a conocer la demanda y la oferta del producto, lo que indica la existencia de un mercado potencial en el que se puede llegar a ser el número uno en ventas.
- En cuanto a la estructura organizacional se identificó una sociedad comercial tipo S.A.S. con 3 Trabajadores de campo, un jefe de campo, una secretaria y un gerente, como la mejor opción.
- En el estudio financiero se efectúa una asignación adecuada de los recursos donde la inversión requerida se concibe por medio de un préstamo que se debe obtener para poder iniciar operaciones. Al evaluar los indicadores del flujo de caja neto, se proyectan datos que demuestran la inviabilidad del proyecto, tal como lo ratifica la relación beneficio costo (B/C) y el valor presente neto (VPN).

RECOMENDACIONES

- Es necesario diversificar los sabores del producto para que este sea más apetecido.
- Aprovechar los insumos e ingredientes al máximo para disminuir costos como lo son: agua, materia prima etc.
- Evitar en las producciones la contaminación cruzada.
- Para una mejor venta del producto es necesario realizar una campaña publicitaria llamativa.
- Es recomendable mantener siempre la confianza del grupo para la mejor realización de la propuesta empresarial.
- Manejar correctamente la contabilidad para evitar pérdidas.
- Investigar el comportamiento de la competencia para mejorar las estrategias de venta.
- Efectuar preventa, incrementa la rentabilidad en la empresa.
- Anticipar la compra de insumos para evitar fracasos.
- Tener una buena administración para tomar mejores decisiones y evitar inconvenientes.
- Acatar normas de higiene para la manipulación de alimentos.

BIBLIOGRAFÍA

A, G. M., & L, O. L. O. (2004). La educación superior en Colombia: análisis y estrategias para su desarrollo. Univ. Nacional de Colombia.

Alcaldía Municipal de Jamundí-Valle. (2012, septiembre 25). Nuestro Municipio. Recuperado 13 de septiembre de 2014, a partir de <http://www.jamundi-valle.gov.co/territorios.shtml?apc=bbxx-2-&x=2875589>

Alcaldía Municipal de Jamundí-Valle. (2014, marzo 25). Mapa Ubicacion del Terreno. Puente Velez - Jamundi.

All-Biz Ltda. (2013, febrero 28). Plantas aromáticas y hierbas molidas precio en Colombia | Comprar plantas aromáticas y hierbas molidas al por mayor o al por menor de 10 proveedores | AllBiz. Recuperado 25 de enero de 2015, a partir de <http://www.co.all.biz/plantas-aromaticas-y-hierbas-molidas-bgc2738>

Alles, M. A. (2004). Diccionario de comportamientos. Ediciones Granica S.A.

Amador Sotomayor, A. (2010). Auditoría administrativa. México: McGraw-Hill Interamericana Editores.

Anaya, H. O. (2011). Análisis Financiero Aplicado y Principios de Administración Financiera. U. Externado de Colombia.

Antonio, D. F., José. (s. f.). El sistema de transportes y comunicaciones terrestres en el desarrollo regional de Galicia. Univ Santiago de Compostela.

Arias Jiménez., ferny. (2015, enero 16). Clima y plagas tienen en alerta a los campesinos. www.elcolombiano.com. Recuperado a partir de <http://www.elcolombiano.com/clima-y-plagas-tienen-en-alerta-a-los-campesinos-1-YG1109256>

Arroyo, J. B. (2013). Los hábitos de un director de proyectos eficaz: Aprender, enseñar y practicar buenos hábitos en gestión de proyectos. Ediciones Díaz de Santos.

Asonatura. (2013, junio). Asonatura Informa. Recuperado 13 de septiembre de 2014, a partir de <http://www.asonatura.com/>

Barker, J. A. (1995). Paradigmas: el negocio de descubrir el futuro. México.

Berdonces, J. L. (2001). Especies y plantas aromáticas: el más sabroso aliado de la salud en tu cocina. Océano Ambar.

Bergmann, H. (2011). Plantas aromáticas para balcón y terraza. Editorial HISPANO EUROPEA.

Best, R. J. (2007). Marketing estratégico. Pearson Educación.

Botanical-online. (1999, 2014). El cultivo de las especias y plantas aromáticas. Recuperado 14 de septiembre de 2014, a partir de <http://www.botanical-online.com/cultivodeplantasaromaticasyespecias.htm>

Briceño, asegura. (2012, febrero 20). Protocolo para producir hierbas aromáticas. Recuperado 25 de enero de 2015, a partir de <http://noticias.universia.net.co/en-portada/noticia/2012/02/29/914794/protocolo-producir-hierbas-aromaticas.html>

Bustamante, F. M. L. de. (1987). Plantas medicinales y aromáticas: estudio, cultivo, y procesado. Mundi-Prensa.

CAMACHO IANNINI, S. (2014, noviembre 13). Té, para la tranquilidad y las buenas energías - Carrusel - El Tiempo. [eltiempo.com](http://www.eltiempo.com). Recuperado a partir de <http://www.eltiempo.com/carrusel/cada-vez-hay-mas-salones-de-te-y-las-personas-reconocen-los-beneficios-de-esta-bebida-milenaria/14824039>

Camisón, C., Zornoza, C. C., Cruz, T. F. G., Cruz, S., & González, T. (2007). Gestión de la calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas. Pearson Educación.

Castaño Vivas, J. C. (2011). Estudio de viabilidad para crear una unidad de producción y comercialización de queso artesanal doble en el municipio de Santiago de Cali, Valle del Cauca. Cali: Fundacion Universitaria Catolica Lumen Gentium.

CAVASA-Corporación de Abastecimientos del valle del cauca S.A. (2014, marzo 15). LISTA DE PRECIOS CAVASA. Recuperado 24 de enero de 2015, a partir de http://www.cavasa.com.co/servicios_ver.php?id=2

Centro de Promoción del Comercio Exterior y la Inversión Extranjera de Cuba-CEPEC. (2011, septiembre 29). Régimen de exportación e importación | CEPEC. Recuperado 14 de septiembre de 2014, a partir de <http://www.cepec.cu/es/import-exportaci%C3%B3n>

CHAN, K. W., Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2005). La estrategia del océano azul: cómo desarrollar un nuevo mercado donde la competencia no tiene ninguna importancia. Editorial Norma.

Chiavenato, I. (2007). Administración de recursos humanos: el capital humano de las organizaciones. McGraw-Hill/Interamericana.

Código sustantivo del trabajo. (2013, mayo 22). DWA Consultores. Recuperado a partir de <http://dwaconsultores.com/>

Colprensa. (2015, enero 10). Conozca las herramientas para sobrellevar los cambios de clima. El Universal Cartagena. Recuperado a partir de <http://www.eluniversal.com.co/ambiente/conozca-las-herramientas-para-sobrellevar-los-cambios-de-clima-181672>

Colprensa. (s. f.). Ahora necesitará fórmula médica si toma Valeriana y otros productos naturales. Recuperado a partir de <http://www.elpais.com.co/elpais/economia/noticias/si-usted-toma-valeriana-o-ginkgo-biloba-ahora-necesitara-formula-medica>

CON REDACCIÓN ECONOMÍA Y NEGOCIOS Y GDA- EL MERCURIO. (2014, septiembre 15). Auge de franquicias trae cadenas de ropa, accesorios y panaderías - Empresas - El Tiempo. Recuperado 25 de enero de 2015, a partir de <http://www.eltiempo.com/economia/empresas/nuevas-franquicias-que-llegan-a-colombia/14539116>

Cortolima. (2003, diciembre 14). CARACTERIZACIÓN AMBIENTAL DEL PARQUE NACIONAL NATURAL DE LAS HERMOSAS Y SU ZONA AMORTIGUADORA EN EL MUNICIPIO DE CAHAPARRAL. Recuperado 14 de septiembre de 2014, a partir de http://www.cortolima.gov.co/sites/default/files/images/stories/centro_documentos/estudios/estudios2.pdf

Covey, S. R. (2008). Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva: lecciones magistrales sobre el cambio personal. Editorial Paidós.

Cutting through complexity. (2013, enero 18). Reforma Tributaria - Resumen Ejecutivo1 | KPMG | CO. Recuperado 14 de septiembre de 2014, a partir de <http://www.kpmg.com/CO/es/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Paginas/ReformaTributaria-ResumenEjecutivo1.aspx>

Dellacassa, E. (s. f.). Normalización de productos naturales obtenidos de especies de la flora aromática latinoamericana: proyecto CYTED IV.20. EDIPUCRS.

Díaz Merchán, J. A. (2003). Caracterización del mercado colombiano de plantas medicinales y aromáticas. Recuperado 24 de enero de 2015, a partir de <http://conectarural.org/sitio/material/caracterizaci%C3%B3n-del-mercado-colombiano-de-plantas-medicinales-y-arom%C3%A1ticas>

dinero. (2006, agosto 14). Exportaciones con aroma. Recuperado 25 de enero de 2015, a partir de <http://www.dinero.com/imprimir/35416>

ECHEVERRI CAÑAS, L. M. (2010). Insercion mercado verde. Luna Azul, ((Rev. 2010-09-24)), 4. doi:10.17151/luaz.2010.31.10

Elespectador.com. (2013, junio 6). Aromáticas e infusiones, aguas benditas. EEspectador. Recuperado a partir de <http://www.elespectador.com/vivir/ellas/aromaticas-e-infusiones-aguas-benditas-articulo-426290>

Elias, A. (2014, septiembre 5). Crece Negocios. Recuperado 13 de septiembre de 2014, a partir de <http://www.crecenegocios.com/>

EL NUEVO DIA. (2015, enero 1). Aunque no hay desabastecimiento, algunos productos aumentan su precio | El Nuevo Día. Bogota. Recuperado a partir de <http://www.elnuevodia.com.co/nuevodia/actualidad/economica/244884-aunque-no-hay-desabastecimiento-algunos-productos-aumentan-su-precio>

EnColombia.com. (2014, octubre 20). PLANTAS AROMÁTICAS, HIERBAS AROMÁTICAS. Recuperado 24 de enero de 2015, a partir de <http://www.encolombia.com/vida-estilo/alimentacion/alimentosorganicos/temas-saludables/tipos-de-plantas-aromaticas/>

Fao. (2006). Crear y manejar un huerto escolar: un manual para profesores, padres y comunidades. Food & Agriculture Org.

fao-agronoticias. (2012, abril 10). Las hierbas aromáticas producidas en Colombia consolidan su fortaleza exportadora: AGRO Noticias. Recuperado 24 de enero de 2015, a partir de <http://www.fao.org/agronoticias/agronoticias/detalle/es/c/135175/>

Filardo, P. V., Arce, L. M., & Bravo, E. R. (1976). Enciclopedia de Venezuela. A. Bello.

Flórez M, D. H., Morales, A., Uribe G., C. P., & Contreras P., C. A. (2012). Análisis de tendencias en investigación básica para cadenas productivas agroindustriales. © 2012 Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria Revista Corpoica - Ciencia y Tecnología Agropecuaria (2012) 13(2), 121 -135, 15.

Garcés, A. C. (1998). Las plantas aromáticas, medicinales y condimentarias en Castilla-La Mancha. Grupo Editorial Universitario.

GOBERNACION DEL VALLE DEL CAUCA. (2006, septiembre 11). Guía de Costos Agrícolas :: Recuperado 14 de septiembre de 2014, a partir de <http://www.valledelcauca.gov.co/agricultura/publicaciones.php?id=966>

Gómez, H. S. (2008). Gerencia estratégica: teoría, metodología, alineamiento, implementación y mapas estratégicos índices de gestión. 3R Editores.

Gomez, J. M. (2012, abril 18). Las hierbas aromáticas consolidan su fortaleza exportadora en Estados Unidos y Europa | La República. colombia. Recuperado a partir de <http://www.larepublica.co/agronegocios/las-hierbas-arom%C3%A1ticas-consolidan-su-fortaleza-exportadora-en-estados-unidos-y-europa>

Gomez maseri, sergio. (s. f.). Estados Unidos, preocupado por biotecnológicos, camiones y etanol - Gobierno - El Tiempo. Recuperado 24 de enero de 2015, a partir de <http://www.eltiempo.com/politica/gobierno/carta-del-vicepresidente-de-ee-uu-joe-biden-al-presidente-santos/14530043>

Gonzales Fernandez, M. (2014, abril 14). Gaceta Oficial No. 20 / 2014 - EXTRAORDINARIA - Págs. (177 - 240) - Ley No. 118 de la Inversión Extranjera.pdf. Gaceta Oficial de la República, 65.

González Fernández, S. (2002). Organización económica internacional: relaciones y organismos fundamentales. Madrid: Piramide.

Grupo herbex. (2013, enero 1). Historia - Grupo Herbex - Historia de las hierbas aromáticas y las flores. Recuperado 14 de septiembre de 2014, a partir de <http://www.grupoherbex.com/es/historia.aspx>

Hamel, G. (2008). El Futuro de la Administración. Editorial Norma.

Herraiz, D. (2014, marzo 26). Revista Ae15 Producción ecológica de plantas aromáticas y medicinales. Recuperado 14 de septiembre de 2014, a partir de <http://www.agroecologia.net/revista-ae15-2/>

Herrera, R., & Gutiérrez G. José María. (2011). Conocimiento, Innovación y Desarrollo. En Libro del cid (1ra Ed., p. 290). San Jose, costa rica: Impresion Grafica. Recuperado a partir de <http://catedrainnovacion.ucr.ac.cr/librocid>

Hill, C. W. L. (2001). Negocios internacionales: competencia en un mercado global (3a. ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.

Huerto Urbano. (2012, noviembre 20). Hierbas Aromáticas. Recuperado 24 de enero de 2015, a partir de <http://www.huertodeurbano.com/hierbasaromaticas/>

Hull, J. C. (2009). Introducción a los mercados de futuros y opciones (6a. edición.). México: Pearson.

Humboldt, A. von. (2001, agosto 27). ENCUESTA NACIONAL DE PLANTAS MEDICINALES Y AROMÁTICAS UNA APROXIMACIÓN AL MERCADO DE LAS PMyA EN COLOMBIA. Instituto de Investigación de Recursos Biológicos.

Ideas de Negocio. (2014, 2Enero). La mejor lista de ideas para negocios. Listado de microemprendimientos rentables. Recuperado 14 de septiembre de 2014, a partir de <http://www.ideasdenegocios.com.ar/ideas-de-negocios-2.htm>

InfoAgro.com. (2013, junio 1). Agricultura - Aromáticas. Cultivos. eneldo, orégano, perejil, salvia. Recuperado 24 de enero de 2015, a partir de <http://www.infoagro.com/aromaticas/aromaticas.htm>

Infojardin.com. (2012, diciembre 1). Plantas aromáticas en INFOJARDIN. Recuperado 24 de enero de 2015, a partir de http://articulos.infojardin.com/aromaticas/aromaticas_directorio.htm

INVIMA. (2007, diciembre 12). CIRCULAR DG 100 - 00437 - 07. Recuperado a partir de https://www.invima.gov.co/images/pdf/normatividad/alimentos/circulares/1circ_ular_dg100_00437_07.pdf

Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2006). Alignment: incrementando los resultados mediante el alineamiento estratégico en toda la organización. Gestión 2000.

Khadem, R. (2008). Alineacion Total. Editorial Norma.

Krugman, P. R. (2006). *Economía internacional: teoría y política* (7a. edición.). Madrid: Pearson Addison Wesley.

Luque, A. (2012). *Hierbas Aromáticas Andinas: 2012*. Recuperado a partir de http://www.academia.edu/6919141/Hierbas_Arom%C3%A1ticas_Andinas_2012

Marquez, M. D. R. (2004). *Plantas Aromáticas*. Editorial Kier.

Miklos, T. (1991). *Planeación prospectiva: una estrategia para el diseño del futuro*. Limusa.

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. (2009). *Agenda Plantas Aromáticas*, 184.

Ministerio de Educación Nacional. (2011, mayo 12). *articles-289604_archivo_pdf_manualplan.pdf*, p. 24.

Muñoz, F. (1987). *Plantas medicinales y aromáticas: estudio, cultivo y procesado*. Mundi-Prensa Libros.

Nope, C. A., Melo, M. M., & Rodríguez, L. F. (2008). *Plan estratégico de mercadeo para el fomento de la producción de plantas medicinales y aromáticas de Asoplames (Nuevo Colón, Boyacá)*. *Agronomía Colombiana*, 26(1), 155-164.

Ortega, R. R. (2012). necesaria innovación en las instituciones administrativas. INAP.

Padilla Moreno, R. M. (2011). Planeación estratégica una guía práctica. Bogotá: Universidad Cooperativa de Colombia.

Palacio, A. M. (2002). Conceptos modernos de administración de compras. Editorial Norma.

PEREZ ESCOBAR, J. (1991, julio 6). Constitución Política de Colombia. Recuperado 24 de enero de 2015, a partir de http://www.procuraduria.gov.co/guiamp/media/file/Macroproceso%20Disciplinario/Constitucion_Politica_de_Colombia.htm

Portafolio. (2013, octubre 18). ¿Qué tipo de líder es usted? Recuperado 15 de septiembre de 2014, a partir de <http://www.portafolio.co/negocios/que-tipo-lider-es-usted>

Portafolio. (2014, diciembre 10). Este es el ABC del proyecto de la reforma tributaria. Portafolio.com.co, p. 1.

Prieto Herrera, J. E. (2009). Investigación de mercados. Bogotá: Ecoe Ediciones.

PROCOLOMBIA. (2013, febrero 5). Frutas y hierbas aromáticas colombianas desde hoy en Fruit Logística. Recuperado 25 de enero de 2015, a partir de <http://www.procolombia.co/noticias/frutas-y-hierbas-aromaticas-colombianas-desde-manana-en-fruit-logistica>

Puchol, L. (2011). El libro del emprendedor: cómo crear tu empresa y convertirte en tu propio jefe (4a. Ed.). España: Diaz de Santos.

Quintero Gelves, R. (2009). Praderas y cultivos forrajeros para la producción ganadera. Bogota: Corporación Universitaria Minuto de Dios. Instituto de Educacion Virtual y a Distancia.

Rebollo, E. (2014, julio 17). Plantas orgánicas, apuesta empresarial contra el cambio climático en Colombia. Recuperado 25 de enero de 2015, a partir de <http://www.caracol.com.co/noticias/economia/plantas-organicas-apuesta-empresarial-contra-el-cambio-climatico-en-colombia/20140717/nota/2326073.aspx>

Restrepo, D. C., Diaz Garcia, J., Serna Betancour, R., Martinez Tobón, M. D., Urrea, P. A., Muñoz Durango, K., & Osorio Durango, E. J. (2013). CULTIVO Y PRODUCCION DE PLANTAS AROMATICAS Y MEDICINALES. En Cultivo y producción de plantas aromáticas y medicinales. (Segunda edición, 2013., Vols. 1-2, Vol. 2, p. 94). Sector 3. Cra. 46 N° 40B-50 (Rionegro, Antioquia – Colombia): 2 edi. Rionegro: Universidad Católica de Oriente, 2013. Recuperado a partir de <http://www.uco.edu.co/investigacion/fondoeditorial/libros/Documents/Libro%20Plantas%20Aromaticas%202013.pdf>

Riveros Silva, P. E., & Gutiérrez, A. (2007). Sistema de gestión de la calidad del Servicio. Sea el líder en mercados altamente competidos (Tercera edición.). ECOE EDICIONES.

Rodríguez Herrera, D. Y. (2004, abril 20). Portal SIOC - Cadena Plantas Aromáticas. Recuperado 25 de enero de 2015, a partir de <http://sioc.minagricultura.gov.co/index.php/art-inicio-cadena-plantasaromaticas/?ide=4>

Rodríguez Ramírez, A. (2010). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial / New perspectives for understanding business entrepreneurship. Revista científica Pensamiento y Gestión, 0(26). Recuperado a partir de <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/864>

Salcedo Osorio, A. F., & Bandwolf, A. S. (2012). INTRODUCCION A LA INDUSTRIA DE LOS ACIETES ESENCIALES EXTRAIDOS DE LAS PLANTAS MEDICINALES Y AROMATICAS. Recuperado 25 de enero de 2015, a partir de http://repositorio.sena.edu.co/sitios/introduccion_industria_aceites_esenciales_plantas_medicinales_aromaticas/

Schneider, B. (2004). Outsourcing: la herramienta de gestión que revoluciona el mundo de los negocios. Grupo Editorial Norma.

Secretaría de Agricultura y Pesca. (2012, octubre 26). Gobernación del Valle del Cauca :: Recuperado 15 de septiembre de 2014, a partir de <http://www.valledelcauca.gov.co/loader.php?IServicio=Tramites&IFuncion=tramite&idTramite=147>

Solano Martinez, L. A. (2013, septiembre 28). Plantas aromáticas, medicinales, condimentarias y aceites esenciales (Cadena PAMC en Colombia). Recuperado 24 de enero de 2015, a partir de <http://www.agro20.com/groups/group/show?groupUrl=groupwebaddress>

terra.com. (2014, agosto 20). «Nubes» virtuales para proteger los viñedos de las plagas. Recuperado 24 de enero de 2015, a partir de <http://noticias.terra.com.co/ciencia/,e5c84406d6b1b410VgnCLD200000b1bf46d0RCRD.html>

Tovar, L. G., Cruz, M. Á. G., & Rindermann, R. S. (1999). Desafíos de la agricultura orgánica: comercialización y certificación. Universidad Autónoma.

Ubillos, M. Á. M. (2009). Plantas aromáticas gastronómicas. Mundi-Prensa Libros.

UniMOOC, P. por E. de. (2013, noviembre 6). Nuevo curso en la plataforma Unimooc: Emprendimiento en el ámbito de las aplicaciones móviles | Emprendedores en UniMOOC. Recuperado a partir de <http://emprendedoresunimooc.com/2013/11/nuevo-modulo-en-la-plataforma-unimooc.html>

Universidad Nacional de Colombia. (2013, agosto 1). Uso de suelos colombianos no corresponde con su vocación. Edificio Uriel Gutiérrez Bogotá D.C. - Colombia Gobierno en Línea Agencia de Noticias UN Contaduría General de la Nación. Recuperado a partir de <http://www.agenciadenoticias.unal.edu.co/ndetalle/article/uso-de-suelos-colombianos-no-corresponde-con-su-vocacion.html>

vicunet. (s. f.). SEMILLAS DEL PACÍFICO CARTAGO COLOMBIA. Recuperado 24 de enero de 2015, a partir de <http://www.semillasdelpacifico.com.co/empresa.html>

Walker, M. (2007). Cómo escribir trabajos de investigación. Barcelona: Gedisa.

Warren, C. S., Reeve, J. M., & Fess, P. E. (2005). Contabilidad Financiera. THOMSON.

Zapata., O. (2013, septiembre 9). Visita al mercado de plantas medicinales y aromáticas del Samper Mendoza. Señal Radio Colombia. Recuperado a partir de <http://www.senalradiocolombia.gov.co/documentales/visita-al-mercado-de-plantas-medicinales-y-arom-ticas-del-samper-mendoza>