

**Estudio de Factibilidad para la Creación de una Tienda Naturista en el Municipio
de El Tambo (Cauca)**

Erika Valentina Navia Navia

Marian Yulieth Meneses Astudillo

Corporación Universitaria Comfacaucá- Unicomfacaucá

Facultad de Ciencias Empresariales

Programa Administración de Empresas

2022

**Estudio de Factibilidad para la Creación de una Tienda Naturista en el Municipio
de El Tambo (Cauca)**

Erika Valentina Navia Navia

Marian Yulieth Meneses Astudillo

Trabajo presentado para optar al título de
Administración de Empresas

Fernando Burbano Paz

Asesor

Corporación Universitaria Comfacaucá- Unicomfacaucá

Facultad de Ciencias Empresariales

Programa Administración de Empresas

2022

Índice

RESUMEN.....	14
INTRODUCCIÓN.....	16
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	17
<i>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</i>	<i>17</i>
<i>FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....</i>	<i>18</i>
JUSTIFICACIÓN.....	19
OBJETIVOS	22
<i>OBJETIVO GENERAL</i>	<i>22</i>
<i>OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....</i>	<i>22</i>
MARCO REFERENCIAL	23
MARCO TEÓRICO.....	26
<i>Tiendas naturistas.....</i>	<i>26</i>
<i>Biocomercio en Colombia</i>	<i>27</i>
<i>Estudio de factibilidad</i>	<i>28</i>
MARCO CONCEPTUAL	30
<i>ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....</i>	<i>30</i>
<i>ESTUDIO DE MERCADO</i>	<i>30</i>
<i>ESTUDIO TÉCNICO</i>	<i>30</i>
<i>ESTUDIO ORGANIZACIONAL</i>	<i>31</i>
<i>ESTUDIO LEGAL</i>	<i>31</i>
<i>ESTUDIO ECONÓMICO.....</i>	<i>31</i>
<i>ESTUDIO AMBIENTAL.....</i>	<i>31</i>
<i>EVALUACIÓN FINANCIERA.....</i>	<i>32</i>

<i>PRODUCTO FITOTERAPÉUTICO MEDICINAL (PFM)</i>	32
<i>ALIMENTOS (RSA)</i>	32
<i>SUPLEMENTO DIETARIO. (SD)</i>	33
<i>MEDICAMENTO HOMEOPÁTICO. (MH)</i>	33
<i>PROCESO DE RECEPCIÓN</i>	33
<i>ALMACENAMIENTO</i>	33
<i>FARMACOVIGILANCIA</i>	34
<i>EVENTO ADVERSO</i>	34
<i>PROBLEMAS RELACIONADOS CON MEDICAMENTOS (PRM)</i>	34
<i>PROBLEMAS RELACIONADOS CON LA UTILIZACIÓN DE MEDICAMENTOS (PRUM)</i>	34
MARCO LEGAL	35
MARCO AMBIENTAL	36
MARCO GEOGRÁFICO	37
<i>DATOS BÁSICOS DEL MUNICIPIO DE EL TAMBO CAUCA</i>	37
<i>LÍMITES</i>	37
<i>POBLACIÓN Y DESARROLLO</i>	37
<i>DIVISIÓN POLÍTICA</i>	38
DISEÑO METODOLÓGICO	42
<i>TIPO DE ESTUDIO</i>	42
<i>ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN</i>	42
<i>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN</i>	42
<i>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN</i>	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
ESTUDIO DE MERCADO	43
<i>ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO</i>	43
<i>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</i>	44

<i>PRODUCTO</i>	48
<i>DEMANDA: PRECIO</i>	49
<i>PLAZA</i>	49
<i>PUBLICIDAD</i>	50
<i>ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA</i>	51
<i>ANÁLISIS DE LA DEMANDA</i>	51
<i>ESTUDIO DEL CONSUMIDOR</i>	51
<i>CANALES DE DISTRIBUCIÓN</i>	52
<i>TIPO DE INVESTIGACIÓN</i>	52
<i>MUESTRA</i>	52
<i>DESCRIPCIÓN DEL INSTRUMENTO</i>	53
<i>ANÁLISIS DE LA ENCUESTA</i>	54
<i>ANÁLISIS DE RESULTADO</i>	55
COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA	68
<i>ANÁLISIS DE LA OFERTA</i>	68
<i>PROYECCIÓN DE VENTAS</i>	69
<i>PRONOSTICO DEMANDA</i>	69
<i>PROYECCIÓN DE LA DEMANDA</i>	70
<i>ANÁLISIS DE PRECIOS</i>	71
ESTUDIO TÉCNICO	73
<i>UBICACIÓN DEL PROYECTO</i>	73
<i>MICRO LOCALIZACIÓN</i>	74
<i>DISPONIBILIDAD DE INSUMO</i>	75
<i>TAMAÑO DEL PROYECTO</i>	75
<i>LAS DIMENSIONES DEL MERCADO</i>	76
<i>CAPACIDAD DE FINANCIAMIENTO</i>	77

<i>VALORACIÓN DEL RIESGO</i>	78
<i>LISTADO DE PROVEEDORES POTENCIALES DE PRODUCTOS NATURISTAS</i>	79
<i>TECNOLOGÍA UTILIZADA</i>	81
<i>DISPONIBILIDAD DE INSUMOS</i>	82
<i>DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DEL MERCADO</i>	83
<i>DISTRIBUCIÓN FÍSICA</i>	83
<i>FICHA TÉCNICA</i>	85
<i>CONCLUSIONES DEL ESTUDIO TÉCNICO</i>	96
ESTUDIO LEGAL	97
TIPO DE SOCIEDAD A CONSTITUIR.....	97
CAPITAL SOCIAL Y NÚMERO DE EMPLEADOS.....	97
NÚMERO DE ACCIONISTAS.....	98
REQUISITOS PARA CONSTITUIR LA S.A.S	99
OTROS TRÁMITES DE LEGALIZACIÓN	100
<i>CONCLUSIÓN ESTUDIO LEGAL</i>	106
ESTUDIO ORGANIZACIONAL	107
DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	107
<i>MISIÓN</i>	107
<i>VISIÓN</i>	108
VALORES CORPORATIVOS.....	108
OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN.....	109
IMAGEN CORPORATIVA	110
ESLOGAN	110
ORGANIGRAMA	110
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES PARA CADA CARGO	111

PROCESO DE SELECCIÓN DE PERSONAL	116
POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN	118
REGLAMENTO BÁSICO	120
CONCLUSIÓN ESTUDIO ORGANIZACIONAL	121
EVALUACIÓN AMBIENTAL	122
ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	126
NOMINA	126
PROVISIONES PARA PRESTACIONES SOCIALES	126
APORTES PARAFISCALES	127
DATOS DE INTERÉS	128
<i>ESTRUCTURA DE COSTOS</i>	129
COSTOS FIJOS	132
<i>NOMINA</i>	136
PROYECCIÓN DE VENTAS	140
PUNTO DE EQUILIBRIO	143
DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS	145
INGRESOS	147
IMPUESTO A LAS VENTAS	149
ESTADOS FINANCIEROS	152
ESTADO DE RESULTADOS	155
FLUJO DE EFECTIVO	158
BALANCE GENERAL	161
INDICADORES FINANCIEROS	164
EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	166
COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL (CPPC)	166
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	168

EVALUACIÓN FINANCIERA.....	169
VALOR PRESENTE NETO VPN.....	170
TASA INTERNA DE RETORNO TIR.....	170
CONCLUSIONES.....	172
RECOMENDACIONES.....	173
BIBLIOGRAFÍA.....	174

Índice de figuras

Figura 1	38
Figura 2	55
Figura 3	55
Figura 4	56
Figura 5	57
Figura 6	58
Figura 7	59
Figura 8	60
Figura 9	60
Figura 10	61
Figura 11	63
Figura 12	64
Figura 13	64
Figura 14	65
Figura 15	65
Figura 16	66
Figura 17	66

Índice de imágenes

Imagen 2	53
Imagen 5	73
Imagen 6	74
Imagen 7	74
Imagen 8	75
Imagen 9	77
Imagen 11	84
Imagen 13	85
Imagen 14	86
Imagen 15	88
Imagen 16	90
Imagen 17	91
Imagen 18	93
Imagen 19	95
Imagen 20	98
Imagen 21	107
Imagen 22	110
Imagen 23	111
Imagen 24	118
Imagen 25	143

Índice de tablas

Tabla 1	38
Tabla 2	39
Tabla 3	39
Tabla 4	45
Tabla 5	49
Tabla 6	54
Tabla 7	70
Tabla 8	70
Tabla 9	71
Tabla 10	71
Tabla 11	72
Tabla 12	76
Tabla 13	77
Tabla 14	77
Tabla 15	78
Tabla 16	80
Tabla 17	81
Tabla 18	82
Tabla 19	82
Tabla 20	82
Tabla 21	85
Tabla 22	101
Tabla 23	102
Tabla 24	109
Tabla 25	111

Tabla 26	114
Tabla 27	126
Tabla 28	127
Tabla 29	127
Tabla 30	128
Tabla 31	128
Tabla 32	128
Tabla 33	129
Tabla 34	130
Tabla 35	132
Tabla 36	133
Tabla 37	133
Tabla 38	133
Tabla 39	134
Tabla 40	134
Tabla 41	134
Tabla 42	134
Tabla 43	134
Tabla 44	135
Tabla 45	137
Tabla 46	138
Tabla 47	139
Tabla 48	140
Tabla 49	141
Tabla 50	141
Tabla 51	142

Tabla 52	142
Tabla 53	144
Tabla 54	145
Tabla 55	146
Tabla 56	146
Tabla 57	147
Tabla 58	148
Tabla 59	149
Tabla 60	150
Tabla 61	151
Tabla 62	153
Tabla 63	156
Tabla 64	160
Tabla 65	161

Resumen

La era actual es la era de los compradores, del consumo, de las necesidades subjetivas que los consumidores deben satisfacer y la era de los clientes que no tienen un solo pensamiento, sino varios, y cada pensamiento o perfil de las personas puede establecer diferentes condiciones para los productos, por ejemplo, tiempo, especificaciones y precios. Los clientes aprenden, comprenden las exigencias y entienden que pueden obtener más por su dinero.

Rapidez, confiabilidad, seguridad, calidad ya son características implícitas del producto, ya no basta con un buen servicio, ahora hay que ir más allá del cliente, agregar valor y servicio excepcional más allá del servicio básico, brindar una experiencia de compra diferente, cumplir con sus expectativas como consumidor, motivar a los clientes no solo con la excelencia del producto, sino también con los beneficios del servicio de acompañamiento, ya no es suficiente para las funciones prácticas del producto, ahora es necesario en base al servicio adicional brindado y la satisfacción global equivalente a la compra realizada por el cliente.

En este proyecto se pretende crear un plan de negocio para la creación de una tienda naturista en el municipio del Tambo Cauca, donde se determinan algunas variables para su desarrollo, comenzando con el estudio de mercado que influye en las fuerzas de la demanda y oferta para intercambiar, vender y comprar suplementos dietarios, permitiendo establecer las cantidades del servicio que la comunidad del municipio del Tambo Cauca, está dispuesta a adquirir a determinados precios, anexando también características del producto, el conocimiento detallado del consumidor, el análisis de los precios, estrategias de comercialización y la estimación del comportamiento futuro de la demanda y oferta . Es importante para la sociedad actual, regresar en el tiempo, y fomentar el autocuidado, por medio de la relación estrecha que ha existido desde tiempos remotos con la naturaleza; las comunidades indígenas del departamento del Cauca, reconocen la vital importancia de generar

espacios armónicos en beneficio colectivo, y que permitan equilibrio entre el hombre y la madre tierra, estos espacios que involucran un sentido integral frente al cuidado, protección, y recuperación de la salud, convirtiéndose así, en una alternativa al actual sistema de salud, además de cuidar y fortalecer las diferentes formas de vida de pueblos indígenas que aun luchan por su pervivencia. Las prácticas medicinales de las comunidades ancestrales indígenas, vienen siendo la fuerza que les ha permitido la supervivencia en medio del adelanto de la nueva forma de colonización; los medios masivos de comunicación y el avance tecnológico, han dejado atrás las formas tradicionales de curar y de cuidar la vida hoy en día y más en un país como Colombia, donde la salud es vista como un presupuesto más, en donde, el interés por el desarrollo del recurso financiero, es más importante que salvar vidas.

Introducción

Crear empresa conlleva la responsabilidad de tener conocimientos previos en estudios como lo que son estudio de mercado, técnico, organizacional, legal y financiero, la necesidad de realizar investigación constante, con el fin de brindar un bien o prestar un servicio que en realidad satisfaga con calidad a la necesidad evidente en el mercado, y de esta manera asegurar el crecimiento y la permanencia tanto de la empresa como del sector, dirigiendo a identificar negocios rentables para la producción de los bienes que satisfagan necesidades y gustos de segmentos de mercado y garantizar la generación de empleo y el crecimiento de factores productivos.

Por otra parte, la comercialización se puede clasificar como un sistema altamente competitivo y a la vez muy selectivo que vincula perfiles como los siguientes: administradores, vendedores, mercadeo, entre otros.

El estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de Productos Naturistas en el Tambo Cauca, incluye la identificación y caracterización de la empresa; la capacidad y el tamaño del proyecto definen el volumen de comercialización durante un tiempo proyectado, así como el máximo de unidades a comprar para tener un stock suficiente en el inventario de acuerdo a la demanda y la infraestructura física disponible. Así mismo, se pretende realizar consideraciones de carácter legal y estructura organizacional de acuerdo a las necesidades de administración y funcionalidad.

Finalmente, se revisan los aspectos financieros y se establece la inversión inicial, los ingresos, costos y gastos necesarios que permitan reflejar un flujo de caja rentable, indicadores de rentabilidad y el punto de equilibrio de la empresa también identifica y analiza los impactos económicos, sociales y ambientales del proyecto

Problema de investigación

Planteamiento del problema

Según las estadísticas de crecimiento en los ingresos de la industria de la medicina alternativa en algunos países para los años 2011-2016 se muestra una evolución anual en México con el 42,5%, en la Unión Europea aumentó sus ventas de 590 millones de Euros a 930 millones de Euros este para el año 2005, teniendo en cuenta los principales clientes como Francia, Alemania, Italia, Holanda, España, Bélgica, Reino Unido y Polonia, que en conjunto concentran el 90% del mercado, esto ocasionando que cada vez hay más demanda interesada en el cuidado alternativo. El problema identificado es la poca confianza de la medicina convencional que parte a partir del mal estado de salud que este no está desapercibido en Colombia (Estatista, 2021)

Según la revista El mundo.com, se hace la gran pregunta:

¿Qué pasa con la salud en Colombia? El estado de salud en Colombia no mejora, se encuentra en estado grave todo está al borde y en total colapso. Según la página web de la misma presidencia de la república el presupuesto de Colombia para el 2020 será de 31.8 billones de pesos, un 8,12% más que el asignado por el año anterior, pero resulta extraño que aun con todo ello resulta que en la vida real sea lamentable que las instituciones de salud lamentan penurias de manera económica, infraestructura, instalaciones, suministros, medicamentos y personal. Dada la problemática que se presenta con la medicina convencional, desde hace muchos años viene la idea de la medicina alternativa. Colombia no es ajeno a esta práctica de medicina natural, las personas se han cansado de la medicina occidental y se ha visto mejor el uso de la medicina alternativa. La medicina natural ha sido bien recibida en algunas ciudades como Bogotá, Medellín, Cali, Pasto, Bucaramanga, Armenia, Buga y Popayán. A nivel del municipio del Tambo Cauca no se encuentra una tienda especializada que supla estas necesidades de adquirir productos de medicina alternativa, por este modo surge la

idea de realizar el estudio para la creación de la misma y poder satisfacer la demanda interesada, lo más importante es destacar que en el municipio de El Tambo Cauca las droguerías que venden algunos productos naturales no son su fuerte y lo realizan con precios elevados, de este modo se despierta la necesidad de abarcar este mercado con precios cómodos y al alcance del bolsillo de las personas. (Guerra, 2020)

En el municipio del Tambo Cauca tienen una deficiencia en la distribución de medicina natural ya que no cuenta con una tienda específica de productos naturales, existen droguerías donde venden productos más no se han dedicado a la exclusividad de lo natural, teniendo presente que los productos naturales hoy en día son fundamentales para solventar problemas de salud, los posibles clientes son aquellas personas que están en el municipio del Tambo y a su alrededor como: campesinos, indígenas, afros y mestizos, se encuentran en los corregimientos más alejados de la cabecera municipal que parte de un porcentaje considerable dentro del municipio.

Por las droguerías, puntos pequeños que venden los productos naturales con precios elevados, las personas deciden y en algunos casos desplazarse a otros lugares para conseguir lo que les resulte favorable y en menor precio.

Formulación Del Problema

¿Es posible la creación de una tienda naturista en el municipio del Tambo Cauca?

Justificación

Existe competencia indirecta, farmacias que su actividad principal es vender medicamentos comerciales y genéricos, pero agregan a su stock suplementos dietarios con el objeto de cubrir la demanda, pero no es suficiente. Además, la demanda del municipio del Tambo Cauca tiene un alto consumo de productos ecológicos, orgánicos y naturales, proyectando a si un punto positivo de productos naturales solicitados.

También se puede apreciar a través de cámara y comercio la competencia a nivel general en el municipio del Tambo Cauca, de puntos de venta de productos naturales es limitada, asimismo, no se ajusta a las necesidades de los consumidores, por lo que se crea un lugar en el mercado, y es ahí donde hay oportunidad para este negocio. Se pretende establecer relaciones estrechas con los laboratorios autorizados; con el fin de evitar intermediarios que incrementen el precio de los productos naturales.

El comportamiento de la economía en el municipio del Tambo Cauca, facilita la creación de una tienda naturista. Carecen de tiendas naturistas, al carecer de tiendas naturistas miramos como una gran posibilidad de inversión y acompañado con cifras del DANE (2021), donde se considera un análisis, El Tambo Cauca tuvo una participación del 2,22% en indicadores de intensidad de actividad económica a nivel municipal debido por la siguiente información:

1 El comportamiento destacado en el sector de agricultura, donde se deriva el comercio de producción de café, chontaduro y plátano.

2 El crecimiento positivo del sector de ganadería por ser parte central de las diferentes carnicerías.

En el 2020, los resultados en materia comercial están condicionados por:

1 aprovechar acuerdo de promoción comercial vigente entre la república de Colombia y Estados Unidos de América.

2. China se consolidó como el segundo socio comercial de Colombia en términos de exportaciones, y se convirtió en el primer origen de las importaciones del país. En términos de inversión, China se consolidó en 2021 como primer inversionista de Asia en Colombia. Colombia y China cuentan con instrumentos bilaterales para fortalecer el comercio y la inversión, como un Acuerdo Comercial (1981) que contempla la realización de una Comisión Mixta Comercial, y un Acuerdo para la Protección y Promoción Recíproca de Inversiones (2008).

3. Cumplimiento de acuerdo comercial entre la Unión Europea, Colombia, Perú y Ecuador para la regular las relaciones económicas y comerciales.

4. Fortalecimiento del comercio en Peru, Panama y Chile originando por el crecimiento en 2021. Según la posición actual requiere de los empresarios una visión actualizada de los mercados internacionales. Mercados como Peru que, de acuerdo con las proyecciones del Banco Central de reserva de Perú, el Producto Interno Bruto (PIB) del país creció en 2021 un 13,2%. El aumento se explica en gran parte por la pronunciada caída del 11% registrada el año anterior como consecuencia del golpe de la pandemia, que se cebó especialmente con Perú. Ofrece variedad de producto y aprovechamiento de preferencias arancelarias, insertando los mercados dinámicos, de esta manera existen un apoyo internacional de empresas promoviendo la promoción de exportaciones donde se promueve la capacidad de innovar creando sostenibilidad en el mercado.

Se busca con la creación de una tienda naturista cubrir una necesidad a la población del municipio del Tambo Cauca, al momento de adquirir productos de medicina alternativa con precios asequible al consumidor, además con la creación de la tienda naturista mejorar el estado de salud de las personas, aumentando también el crecimiento económico del municipio del Tambo Cauca, donde cuenta con una ubicación central del departamento del Cauca, limita al norte con el municipio de López de Micay; al sur con los municipios de Patía, La Sierra y Argelia al oriente con los municipios de Morales, Cajibío, Popayán, Timbío y Rosas; y al

occidente con el municipio de Guapi. El Tambo presenta una extensión de 3400 Km, una altitud de 1750 m.s.n.m temperatura promedio de 18 C, contando con un amplio territorio para comercialización de productos naturales, además, cuenta con una población aproximada de 53.769 habitantes para el año 2020

Objetivos

Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una tienda naturista en el municipio del Tambo Cauca.

Objetivos Específicos

Elaborar un estudio de mercado que determine la oferta y demanda de productos naturales en el municipio del Tambo Cauca, para la toma de decisiones al respecto.

Describir los requerimientos necesarios para el funcionamiento de una nueva tienda naturista a través de un estudio técnico.

Establecer el estudio organizacional y legal pertinente para el funcionamiento de la tienda naturista.

Realizar un estudio económico, considerando la inversión, los ingresos, los gastos y demás elementos que permitan la definición financiera y factible del proyecto, analizando también la viabilidad financiera para la creación de una tienda naturista en el municipio del Tambo Cauca.

Marco Referencial

Antecedentes

La Organización mundial de la salud (OMS) define la medicina tradicional “como prácticas, enfoques, conocimientos y creencias sanitarias diversas que incorporan medicinas basadas en plantas, animales y/o minerales, terapias espirituales, técnicas manuales y ejercicios aplicados de forma individual o en combinación para mantener el bienestar, además de tratar, diagnosticar y prevenir las enfermedades”

Según la OMS, gracias a los aportes de la medicina tradicional y la medicina complementaria, se ha globalizado su uso dentro del sistema de salud de los países tanto en los desarrollados como en vía de desarrollo. Esta integración ofrece a las personas diferentes opciones al momento de necesitar atención en salud. El uso de la medicina tradicional complementaria varía con el contexto cultural y socioeconómico de cada país:

En algunos de los países en vía de desarrollo su uso está dado por la baja cobertura de su sistema de salud.

En otros países, la medicina tradicional hace parte de sus principales instrumentos en el cuidado de la salud.

Entre tanto, en países donde la medicina convencional predomina, el uso de la medicina tradicional está determinado por influencias culturales.

Por su parte, los países desarrollados hacen uso de la medicina tradicional sólo como un complemento a su sistema de salud.

En Colombia hay cerca de diez mil tiendas naturistas cuya actividad comercial es la venta de productos naturales, cosméticos y medicamentos homeopáticos desde hace cinco décadas. Estos establecimientos generan 25 mil empleos directos y en la actualidad venden más ochocientos mil millones de pesos al año. La tendencia es al continuo crecimiento y al mercado especializado, de hecho, los productos naturales también incursionaron en los últimos años en farmacias, droguerías y en almacenes de gran formato. (ASONATURA, s.f.)

Pascual Casamayor, D., Pérez Campos, Y. E., Morales Guerrero, I., Castellanos Coloma, I., & González Heredia, E. (2014). La medicina natural y tradicional forma parte del acervo cultural de la humanidad, y se ha desarrollado en muchos países con características propias, en franca tendencia a los recursos disponibles en ellos, sobre la base, además, de la idiosincrasia de sus habitantes; por tanto, es el resultado de una evolución lenta, pero avalada por la experiencia práctica.

El empleo de las plantas para la alimentación del hombre y la curación de diversas enfermedades, se remonta a la creación del mundo. Esta experiencia fue transmitida de generación en generación, a tal punto, que, en la actualidad, en pleno siglo XXI, son denominadas plantas de uso tradicional, lo cual continuará hasta el fin de los tiempos.

Al respecto, la medicina herbaria, que también se conoce como medicina botánica, fitoterapia o Fito medicina, es la forma más antigua de atención médica que se ha conocido en la humanidad. En la actualidad existen extensas documentaciones e investigaciones relacionadas con el uso de las plantas para curar diversas enfermedades.

Cabe agregar que la acción de las plantas indica la manera en que el remedio interactúa con la fisiología humana. En algunos casos dicha acción se debe a la presencia de una determinada sustancia química que se encuentra en sus estructuras, por lo que tiene un impacto directo sobre la actividad fisiológica, si se sabe cuál es el proceso morboso que se desea aliviar y se conocen las propiedades herbarias para lograr el efecto adecuado.

Durante muchos años los seres humanos han utilizado las plantas para tratar las irritaciones de la piel, las heridas, las picaduras de insectos y las mordeduras de víboras. A partir de la década de los 80 del pasado siglo, el interés por conocer las plantas medicinales y sus usos, ha proliferado en todo el mundo. En Oriente y Occidente se aprecia una parte del "renacimiento" de la herbolaria, bajo la motivación de las muertes causadas por reacciones adversas medicamentosas, pues más de 600 personas fallecieron en Inglaterra entre 1986 y 1987, y 200 000 en Estados Unidos.

En 1988 se realizó la Conferencia Internacional sobre Conservación de Plantas Medicinales, en Chiang Mai, Tailandia, con la presencia de la Organización Mundial de la Salud (OMS), la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza y recursos naturales y el Fondo Mundial para la Vida Salvaje. Como resultado se redactó un manifiesto conocido como la Declaración de Chiang Mai, donde se realiza una severa advertencia: "salvar plantas para salvar vidas".

Gonzales Palechor, M., & Imabachi Chicangana, L. J. (2017). Las prácticas medicinales de las comunidades ancestrales indígenas, vienen siendo la fuerza que les ha permitido la supervivencia en medio del adelanto de la nueva forma de colonización; los medios masivos de comunicación y el avance tecnológico, han dejado atrás las formas tradicionales de curar y de cuidar la vida, hoy en día y más en un país como Colombia la salud es vista como un presupuesto más, en donde, el interés por el desarrollo del recurso financiero, es más importante que salvar vidas. Por otro lado, están los métodos alternativos, que, con los nuevos estudios, han vuelto a generar interrogante en las mentes de las personas, recordando que cada paso de la tecnología en salud tuvo un proceso ancestral en su pasado, envuelto en medio de tradiciones estrechamente relacionadas con la naturaleza. Es importante para la sociedad actual, regresar en el tiempo, y fomentar el autocuidado, por medio de la relación estrecha que ha existido desde tiempos remotos con la naturaleza; las comunidades indígenas del departamento del Cauca, reconocen la vital importancia de generar espacios armónicos en beneficio colectivo, y que permitan equilibrio entre el hombre y la madre tierra, estos espacios que involucran un sentido integral frente al cuidado, protección, y recuperación de la salud, convirtiéndose así, en una alternativa al actual sistema de salud, además de cuidar y fortalecer las diferentes formas de vida de pueblos indígenas que aún luchan por su pervivencia.

Marco Teórico

A continuación, se describe el marco teórico que soporta el desarrollo del presente estudio de factibilidad:

Tiendas naturistas

De acuerdo con ASONATURA (2009), las tiendas naturistas se definen como aquellos establecimientos sanitarios dedicados a la venta al por menor para uso humano , de los siguientes productos: “alimentos obtenidos por sistemas de producción agropecuaria ecológica que se encuentran debidamente empacados y etiquetados, así como, té, infusiones de hierbas, debidamente empacadas y etiquetadas, semilla, nueces y frutos secos debidamente empacadas y etiquetadas, productos cosméticos, productos Fitoterapéuticos de venta libre y con fórmula médica, suplementos dietarios, medicamentos homeopáticos de venta libre y esencias florales y minerales”.

Por tanto, son considerados como establecimientos farmacéuticos cuya labor está centrada en la comercialización y distribución de estos productos, de acuerdo con la normatividad vigente; los aspectos que deben tenerse en cuenta para garantizar un óptimo funcionamiento, son los siguientes:

Recurso Humano.

Condiciones Higiénico Locativas.

Requisitos de las etiquetas, rótulos, envases y empaques de los productos que se permite comercializar en las Tiendas Naturistas.

Procesos y procedimientos.

Gestión integral de residuos

Farmacovigilancia

Documentación Legal

Responsabilidad civil de las Tiendas Naturistas (ASONATURA, 2009)

Según ASONATURA (2009) las tiendas naturistas están obligadas a reportar los eventos adversos sucedidos con los productos que comercializan, teniendo en cuenta el siguiente procedimiento:

Cuando el personal responsable del establecimiento tenga información del usuario, de la presentación de un incidente adverso ocurrido durante la administración, uso o consumo de los productos fitoterapéuticos de venta libre, suplementos dietarios medicamentos homeopáticos de venta libre u otro producto asociado con una utilidad terapéutica, que haya sido vendido en su establecimiento, comunicará en forma escrita a la autoridad sanitaria que le autorizó la apertura y funcionamiento, reportando lo siguiente:

Información general del producto: Nombre del producto, número de lote, laboratorio fabricante, nombre y dirección del distribuidor, fecha de vencimiento del producto y registro sanitario.

Información del incidente: Anotar las situaciones comunicadas por el usuario sobre el evento presentado, si el usuario requirió de asistencia médica, el nombre del centro o institución de salud donde fue atendido y la dirección.

Biocomercio en Colombia

Según ASONATURA (2012), los productos naturales lo constituyen las preparaciones farmacéuticas, medicamentos, cosméticos, alimentos y complementos alimenticios que tienen su base en recursos naturales y plantas medicinales que tienen una aplicación terapéutica o destinada a mejorar la salud. De esta forma, los centros naturistas desarrollan una actividad económica enfocada al biocomercio, el cual se define como la disciplina que se centra en el uso sostenible y económico de los recursos biológicos.

ASONATURA (2012), afirma que Colombia es uno de los países con mayor biodiversidad del mundo, gracias entre otros factores, a su gran variedad de ecosistemas. En Colombia se reportan cerca de 50.000 especies de flora, de las cuales aproximadamente 6.000 cuentan con algún tipo de característica medicinal o terapéutica. A pesar del potencial que

posee el país en materia de plantas medicinales, tan sólo 160 especies están reportadas en la Lista Básica de INVIMA por lo que el gobierno no refleja esta condición favorable que a priori tiene Colombia en este tipo de mercado. La expansión y participación de nuevos productos naturales en este mercado no ha tenido el dinamismo esperado según la potencialidad de los recursos colombianos, debido entre otros factores a la legislación que sobre la materia rige actualmente.

Por otra parte, la gran mayoría de las empresas del sector naturista en Colombia se clasifican dentro del grupo de pequeñas y medianas empresas, con una relativa ausencia de multinacionales, aunque algunos laboratorios internacionales están incursionando paulatinamente en la línea de productos naturales (ASONATURA, 2012).

Cabe resaltar que el uso de la medicina verde tiene una difusión a nivel mundial lo cual se estima un crecimiento futuro donde se generan nuevos patrones de consumo y hábitos de vida de la población, también es importante el cuidado del medio ambiente y conservación de las plantas porque son estas las que sostienen en el mercado de la medicina natural

Estudio de factibilidad

Según Flórez (2015) , el estudio de factibilidad conduce a la identificación clara y concisa del plan de negocio mediante el desarrollo del estudio de mercado, estudio técnico (tamaño, localización, ingeniería del proyecto), estudio administrativo (diseño del modelo administrativo adecuado para cada etapa del proyecto), estudio financiero (estimación del nivel de las inversiones necesarias y su cronología, los costos de operación y el cálculo de los ingresos, identificación plena de fuentes de financiación) y evaluación de impactos (regulación de compromisos de participación en el proyecto, aplicación de criterios de evaluación financieros, económico, social y ambiental) (p. 32). Por tanto, el estudio de factibilidad se deriva de la etapa de prefactibilidad, y la decisión de llegar a esta etapa debe ser tomada por los actores interesados en el desarrollo del proyecto, debido al tiempo y el costo del uso de los recursos involucrados en la propuesta (Flórez, 2015, p. 32). Cuando se realiza un estudio de

factibilidad preciso y efectivo, se puede tomar la decisión de continuar o abandonar el proyecto, en términos de la conveniencia o viabilidad, considerando que se pueden ajustar variables en el diseño definitivo del proyecto, las cuales pueden ser sugeridas por los mismos inversionistas o las posibles fuentes de financiación externa.

De este modo, el presente estudio de factibilidad se realizará un análisis para la creación de una Tienda Naturista que indique la inversión, estabilidad, rentabilidad del negocio, teniendo en cuenta todas las operaciones que se deben realizar para determinar si es factible y en qué tiempo se estima la recuperación del mismo, desarrollando las etapas de estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional, estudio legal, estudio ambiental y evaluación financiera.

Marco Conceptual

Los conceptos involucrados en el desarrollo del presente estudio son los siguientes:

Estudio de Factibilidad

De acuerdo con Flórez (2015), el estudio de factibilidad es aquel que permite realizar una identificación clara del plan de negocios asociado a una idea previamente determinada, mediante el desarrollo del estudio de mercado, estudio técnico, diseño del modelo administrativo, regulación de compromisos de participación en el proyecto, estimación del nivel de inversiones necesarias y cronología y aplicación de indicadores de evaluación financiera, con el fin de obtener argumentos sólidos para tomar la decisión de poner en marcha el proyecto (p. 32). De esta manera, la naturaleza de este proyecto radica en la aplicación de los estudios pertinentes.

Estudio de mercado

Según Orjuela Córdova, S., & Sandoval Medina, P. (2002). Estudio de mercado: es uno de los estudios más importantes y complejos que deben realizarse para la evaluación de proyectos, ya que, define el medio en el que habrá de llevarse a cabo el proyecto. En este estudio se analiza el mercado o entorno del proyecto, la demanda, la oferta o estrategia comercial, dentro de la cual se estudian el producto, el precio, los canales de distribución y la promoción o publicidad. Pero siempre desde el punto de vista del evaluador, es decir, en cuanto al costo/ beneficios que cada una de estas variables pudieran tener sobre la rentabilidad del proyecto. Este estudio es generalmente el punto de partida para la evaluación de proyectos, ya que detecta situaciones que condicionan los demás estudios.

Estudio técnico

(Rosales, 2005). El estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la

maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita.

Estudio organizacional

Estudio Organizacional es aquel que busca determinar la capacidad operativa de la organización dueña del proyecto, con el fin de conocer y evaluar fortalezas y debilidades. Adicionalmente, permite definir la estructura de la organización para el manejo de las etapas de inversión, operación y mantenimiento -entre otros-. ¿Qué quiere decir esto? Que, para cada proyecto, se deberá determinar la Estructura Organizacional acorde a los requerimientos que exija la ejecución del proyecto y sus operaciones correspondientes.

Estudio legal

Según Miranda (2005) se establece que el estudio legal consiste en analizar el contexto jurídico tanto de constitución como de operación del proyecto (p. 170). De este modo, se analizan los requerimientos legales tanto de constitución como de operación para la creación de la nueva tienda naturista

Estudio económico

Según Urbina, G. B., & Castellanos, M. Á. T. (2006).el estudio económico es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica. Comenzando con la determinación de los costos totales y de la inversión inicial, cuya base son los estudios de ingeniería, ya que tanto los costos como la inversión inicial dependen de la tecnología seleccionada.

Estudio ambiental

Según Salazar Cabanillas, J. M. (2013), El Estudio de Impacto Ambiental es un estudio técnico, de carácter pluri e interdisciplinario, que se realiza a fin de predecir los impactos ambientales que pueden ocasionarse de la ejecución de un proyecto, actividad o decisión política permitiendo la toma de decisiones sobre la viabilidad ambiental del mismo.

Evaluación financiera

Según Vecinos, Rojas, Muñoz, (2015) la evaluación financiera es el proceso de selección de los proyectos de inversión y el conocimiento que las empresas posean acerca de los criterios para evaluar la decisión de invertir sean cruciales para el logro de los objetivos financieros. Para llevar a cabo la selección de proyectos en las empresas, la teoría sugiere que se deben utilizar métodos adecuados de evaluación de inversiones con el fin de que se tomen decisiones acertadas en cuanto a la destinación de los recursos correspondientes a cada una de las posibilidades de inversión.

Condiciones Higiénico Locativas

Son las condiciones mínimas de infraestructura con las que debe contar el local para un buen funcionamiento (ASONATURA, 2009)

Producto Fitoterapéutico Medicinal (PFM)

Es el producto fitoterapéutico elaborado a partir de material de la planta medicinal, o preparados de la misma, a la cual se le ha comprobado actividad terapéutica y seguridad farmacológica y que está incluido en las normas farmacológicas colombianas vigentes. Su administración se realiza para indicaciones o uso terapéutico definido y se utiliza para la prevención, alivio, diagnóstico, tratamiento, curación o rehabilitación de la enfermedad (ASONATURA, 2009)

Alimentos (RSA)

Es todo producto natural o artificial, elaborado o no, que ingerido aporta al organismo humano los nutrientes y la energía necesarios para el desarrollo de los procesos biológicos. Quedan incluidas en la presente definición las bebidas no alcohólicas, y aquellas sustancias con que se sazonan algunos comestibles y que se conocen con el nombre genérico de especia (ASONATURA, 2009).

Suplemento dietario. (SD)

Es aquel producto cuyo propósito es adicionar la dieta normal y que es fuente concentrada de nutrientes y otras sustancias con efecto fisiológico o nutricional que puede contener vitaminas, minerales, proteínas, aminoácidos, otros nutrientes y derivados de nutrientes, plantas, concentrados y extractos de plantas solas o en combinación (ASONATURA, 2009)

Medicamento Homeopático. (MH)

Es el preparado farmacéutico obtenido por técnicas homeopáticas, conforme a las reglas descritas en las farmacopeas oficiales aceptadas en el país, con el objeto de prevenir la enfermedad, aliviar, curar, tratar y/o rehabilitar un paciente. Los envases, rótulos, etiquetas y empaques hacen parte integral del medicamento, por cuanto estos garantizan su calidad, estabilidad y uso adecuado (ASONATURA, 2009).

Proceso de Recepción

Es el proceso mediante el cual se hace una comparación entre lo pactado con el proveedor y lo que él envía (recepción administrativa), y entre lo establecido por la normatividad vigente y lo que el producto presenta en etiqueta, rótulo, envase y empaque (recepción técnica) (ASONATURA, 2009).

Almacenamiento

Es el proceso por medio del cual se garantizan las condiciones para conservar la calidad de los productos farmacéuticos (cosméticos, suplementos dietarios, productos fitoterapéuticos medicinales y alimentos etc.) desde que son recibidos hasta que son entregados a los usuarios, para lo cual se definen las áreas de tal forma que cumplan con normas de accesibilidad, seguridad y que sean proporcionales al volumen de productos 26 que se manejan, procesos y procedimientos que se ofrecen y al personal que labora (ASONATURA, 2009)

Farmacovigilancia

Es la ciencia y actividades relacionadas con la detección, evaluación, entendimiento y prevención de los eventos adversos o cualquier otro problema relacionado con medicamentos (ASONATURA, 2009)

Evento Adverso

Es cualquier suceso médico desafortunado que puede presentarse durante un tratamiento con un medicamento, pero que no tiene necesariamente relación causal con el mismo (ASONATURA, 2009)

Problemas Relacionados con Medicamentos (PRM)

Es cualquier suceso indeseable experimentado por el paciente que se asocia o se sospecha asociado a una terapia realizada con medicamentos y que interfiere o potencialmente puede interferir con el resultado deseado para el paciente (ASONATURA, 2009)

Problemas Relacionados con la Utilización de Medicamentos (PRUM)

Corresponden a causas prevenibles de Problemas Relacionados con Medicamentos, asociados a errores de medicación (prescripción, dispensación, administración o uso por parte del paciente o cuidador), incluyendo los fallos en el Sistema de Suministro de Medicamentos, relacionados principalmente con la ausencia en los servicios de procesos administrativos y técnicos que garanticen la existencia de medicamentos que realmente se necesiten, acompañados de las características de efectividad, seguridad, calidad de la información y educación necesaria para su uso correcto (ASONATURA, 2009)

Marco Legal

La normativa que aplica el estudio de factibilidad de la tienda naturista en el municipio del Tambo Cauca, se presenta de la siguiente manera:

- Decreto 1229 de 2015. Condiciones sanitarias para su almacenamiento y venta establecidas por el ministerio de salud y protección social
- Ley 1164 de 2007. Tiene por objeto establecer las disposiciones relacionadas con los procesos de ética del Talento Humano del área de la salud.
- Ley 1220 de 2008. Penas por los delitos contra la salud pública, de que trata el título XXII, capítulo I del código penal colombiano.
- Decreto 677 de 1995, Se reglamenta registros y licencias para el control de la calidad.
- Decreto 1737 de 2005. Condiciones de comercialización, distribución y venta de los medicamentos homeopáticos, así como reglamentar la preparación, comercialización, dispensación y etiquetado.
- Decreto 1156 de 2018. Reglamentar el régimen de registro sanitario para productos fitoterapéuticos, incorporar nuevos referentes internacionales y simplificar el procedimiento para su renovación y modificación, y señalar los requisitos para su expendio.

Marco Ambiental

Mediante el siguiente proyecto de factibilidad para la creación de una tienda naturista en el municipio del Tambo Cauca, se analiza acerca de la situación actual del medio ambiente de Colombia que cuenta con grandes riquezas como sus ecosistemas, fauna y flora.

En Colombia se encuentra aproximadamente 400 especies de plantas aromáticas y medicinales, donde a nivel mundial el 30% de lo que se produce va destinado a la industria farmacéutica, el 40% para la industria alimentaria y el 30% para la elaboración de productos cosméticos

Los centros naturistas tienen gran potencial con la fauna y flora ya que son de ellos la creación de la medicina alternativa, por esta razón es importante proteger la fauna y flora Colombiana por medio de reglamentos que cuiden la existencia de los mismo, varias ciudades como Bogotá, Pereira, Quindío, Medellín, San Andrés Barranquilla, Cali, Santander existen jardines botánicos donde se preserva las especies de plantas en vía o en peligro de extinción, manteniendo el refugio y cuidado de la flora y fauna.

Marco Geográfico

Datos básicos del municipio de El Tambo Cauca

El Municipio de El Tambo, es uno de los 42 municipios que conforman el Departamento del Cauca, ubicado al suroccidente del país, en la denominada Región Pacífico. El Tambo se halla empotrado sobre la cordillera occidental y es el segundo municipio con mayor área territorial del Departamento del Cauca, con una extensión de 3.280 Km², los cuales representan el 8,9% del total del área departamental.

Límites

Norte: con el Municipio de López de Micay, Sur: con los municipios de Patía, La Sierra y Argelia. Oriente: con los municipios de Morales, Cajibío, Popayán, Timbío y Rosas. Occidente: con el Municipio de Guapi.

En él convergen comunidades Mestizas, Afrodescendientes e Indígenas, con dedicación campesina, siendo entonces las actividades agropecuarias las de mayor vocación.

Población y desarrollo

Según fuente DANE (2020) La población del municipio de El Tambo (cauca), centros poblados y rurales dispersos cuenta con aproximadamente 38.688 personas entre las edades de 0 a 85 años y más, conformada por indígenas, afrodescendiente, mestizos y campesinos, con una participación del 105,7% en hombres de 19.883 habitantes y una participación de mujeres del 94,6% de 18.805 habitantes.

La distribución por sexo y grupos quinquenales de edad se muestra en la siguiente tabla.

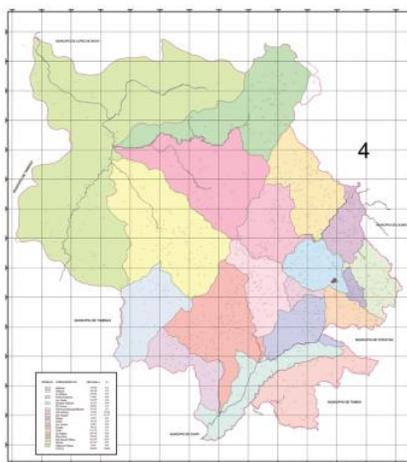
Tabla 1*Población por sexo y grupo de edad El Tambo Cauca*

Grupos de edad	Hombre	Mujer
0 a 4	1.278	1.253
5 a 9	1.655	1.554
10 a 14	1.758	1.645
15 a 19	1.761	1.651
20 a 24	1.682	1.536
25 a 29	1.546	1.449
30 a 34	1.472	1.368
35 a 39	1.445	1.325
40 a 44	1.140	1.087
45 a 49	1.023	980
50 a 54	1.002	994
55 a 59	1.026	976
60 a 64	887	798
65 a 69	694	638
70 a 74	566	496
75 a 79	400	430
80 a 84	324	336
85 y más	224	289
Total	19.883	18.805

Fuente: DANE 2020

División política**La división política del municipio del El Tambo Cauca, comprende:****Figura 1**

División Política El Tambo (Cauca)



19 corregimientos
215 veredas
1 cabecera municipal
2 resguardos indígenas
231 juntas de acción comunal

Fuente: Alcaldía de el Tambo Cauca

Tabla 2

Extensión del municipio de El Tambo Cauca

Municipio de El Tambo (Cauca)	Extensión en hectáreas
Urbano	120 HA.
Urbano con zonas de expansión	153.3 HA
Rural	327.846,7 HA
Total	328.000 HA

Fuente: Plan de desarrollo El Tambo.

El municipio de El Tambo Cauca cuenta con una extensión territorial total de 3.280 kilómetros cuadrados (Km²), equivalentes a 328.000 hectáreas.

Tabla 3

Distribución del Municipio de El Tambo Cauca por corregimientos

FONDAS	AIRES DE OCCIDENTE	ALTO DEL REY	ALTO DEL REY
	CALICHARES		BELLO HORIZONTE
	CHAPA		LA PRADERA
	EL MOJON		LA VENTA
	EL SAUCE		LOMA DE PAJA
	LA CIGÜEÑA		PINAR DEL RIO
	LA LAGUNA		YARUMAL
	LAS VERANERAS		ZARZALITO
	LIMONCITO FONDAS	LOS ANAYES	ALTO MIRAFLORES
	MUNCHIQUE		CAUCA
	MNUEVA SANTA BARBARA		CASCAJAL
OJO DE AGUA	MURGUEITIO		
VILLA LA MAR FONDAS	PASO MALO		
LOS ALPES	PALMICHAL		
GRANADA TABLERAL	TUYA ES COLOMBIA	QUEBRADA HONDA	
	BELEN CALERA	RIO HONDO	
	EL CERRO LA CALERA	SEGUENGUE	
	EL MIRADOR	TAMBORAL	
	FILANDIA	LOS ANAYES	
	GRANADA TABERAL	CABUYAL	CABUYAL
	GRANADA LLANOS		EL CIPRES PUEBLO NUEVO

CABECERA	CENTRO	LA GALLERA	EL HOYO	
	GABRIEL GARCIA MARQUEZ		LA BANDA	
	JARDIN DE LA PLAYA		LA PEDREGOZA	
	LA CAPILLA		LA SENDA BLANCA	
	LA CONCORDIA		LIMONCITO MIRRINGA	
	LAS FLORES		NAVARRO	
	OBRERO		COLONIZACION LA PLAYA	
	EL PARAISO		EL ROSAL	
	PATIO BONITO		LA GALLERA	
	PIDRA BOLIVAR		LA MANZALLA	
	RIVERA ESCOVAR		LAS PALMAS LA GALLER NUEVA GRANADA	
	SAN VICENTE		TRES QUEBRADAS SAN JOAQUIN	
	SAN FERNANDO		VISTA HERMOSA	
	CUATRO ESQUINAS		CACHIMBO	HUISITO
LA SENDA MAGINES		EL DELEITE		
CUATRO ESQUINAS		HUISITO		
EL MORCON		HISPANDY		
EL PORVENIR		JUNTAS HUISITO		
EL PROGRESO		LA ANTIOQUEÑITA		
GOLONDRINAS		LA BERMEJA		
LA AGUADITA		LA DORADA		
LA NORCASIA		LLANITOS		
LAS HUERTAS		MECAJE		
LA LIBERTAD		MECAJE ALTO		
MOSQUERA		RIO CLARO HUISITO		
PALO VERDE		SAN PEDRO HUISITO		
SAN ROQUE ORIENTE		SANTA RITA		
SAN ROQUE CAÑAVERAL		CEINTE DE JULIO		
SAYUMBO SOCORRITO		BARRIO LA PAZ		
YUMNITO		PIAGUA	EL MARQUEZ	
TAMAO			LA MUYUNGA	
LA PAZ	ALBANIA		LAS GUACAS	
	BARAYA		PIAGUA	
	BARRANQUILLA		PUEBLO NUEVO PIAGUA	
	BUENA VISTA		PUERTO RICO	
	LA PALOMA		ZARZAL	CAÑA AGRIA
	LA PAZ	CAMPO ALEGRE		
	LA POZETA	EL HIGUERON		

	LAS CHUCARAS		EL MORAL
	MADROÑO		EL ZARZAL
PERIFERIA URBANA	CHISQUIO		LAS PIDRAS
	BETANIA TAMBO		LOS CUCHAROS
	CASAS VIEJAS		LOS LLANOS
	EL OBELISCO		NOVILLEROS
	EL TABLON		NOVILLERO ALTO
	GUAZABARITA		SEVILLA
	LA CUCHILLA		MANIZALES
	LA FLORIDA		SIETE DE AGOSTO
	LA LAGUNA TAMBO	SAN JOAQUIN	CABUYAL SAN JOAQUIN
	LA LAJA		EL PLAVER
	LA PUBENZA		LA INDEPENDENCIA
	LAS BOTAS		LAS GAVIOTAS
	LA FLORIDA		LOMA ALTA SAN JOAQUIN
	MONTE OSCURO		LOMA DE ASTUDILLO
	MONTERREDONDO		LOMA LARGA SAN JOAQUIN
	OJO DE AGUA MONTERREDONDO		
	PEPITAL		POMORROSOS
	TABLONCITO		SAN JOAQUIN
	VILLA OLIMPICA LA LAGUNA		VERSALLES
			ALTO DEL CREDO

La zona centro contempla toda la Cabecera Municipal, 14 barrios y agrupa a los Corregimientos más cercanos al casco urbano: Piagua, El Zarzal, San Joaquín, Los Anayes, Cuatro Esquinas, Alto de Rey, Pandiguando, Fondas y la Periferia Urbana. En esta zona están ubicados los Resguardos Indígenas del Alto del Rey y Guarapamba, este último asentado en el Corregimiento de Piagua. La zona sur está definida por todas las veredas que conforman los Corregimientos de: Cabuyal y Quilcace y se caracteriza porque en ella está asentada la población afrodescendiente del Municipio. La zona de la cordillera reúne los Corregimientos de: La Paz, Granada y Uribe. La zona costera se conforma con los Corregimientos de: Huisito, La Gallera, Los Andes, San Juan de Micay y Playa Rica.

Diseño Metodológico

Tipo de Estudio

El presente estudio de factibilidad se interpreta por ser un estudio descriptivo, debido a que se caracteriza en establecer y definir los factores de estudios de mercado, técnico, organizacionales, legales, ambientales y financieros que permiten establecer la factibilidad de la creación de una Tienda naturista en el Municipio del Tambo Cauca. Con este fin, es necesario desarrollar las fases del estudio de factibilidad, en donde implica variables cuantitativas y cualitativas; por ende; la investigación es de naturaleza mixta.

Alcance de la Investigación

Con la elaboración del estudio de factibilidad se consolida la información sobre la inversión, los costos, los gastos y los ingresos del proyecto, permitiendo disponer de los recursos y las capacidades necesarias para determinar su viabilidad.

El desarrollo de la factibilidad para la creación y puesta en marcha de la Tienda naturista, proporcionará competitividad y rentabilidad para la economía y el impulso emprendimiento del Municipio de el Tambo Cauca. Se pretende reunir toda la información pertinente para determinar la viabilidad en términos de mercado, técnicos, organizacionales, legales, ambientales y financieros.

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información

Se aplicará como técnica cualitativa su instrumento entrevista a administradores de farmacia, de igual forma cualitativa, su instrumento las encuestas, a partir del diseño y aplicación de encuestas dirigidas a los clientes potenciales, con la finalidad de determinar sus preferencias y necesidades frente a la creación de la empresa en el Municipio del Tambo Cauca. Por tal motivo, se diseñarán preguntas cerradas con el fin de optimizar la capacidad de respuesta del encuestado y la tabulación y procesamiento de los datos recolectados.

Estudio De Mercado

Análisis del sector económico

La conducta de comercialización de productos naturales en el municipio del Tambo Cauca en uso medicinal, ha despertado un gran interés en los consumidores por considerarse una alternativa menos agresiva que los medicamentos químicos, pues se basan en plantas medicinales y se orientan a salud, bienestar y alimentación. Según alcaldía municipal del Tambo Cauca, el Coronavirus ha tenido impactos en la economía del municipio, el desarrollo de esta política no solo está motivada por la coyuntura sanitaria reciente, sino por construir una solución de mediano plazo que reactive la economía de El Tambo y además mejore la calidad de vida de sus habitantes. Para ello, la alcaldía municipal, por medio de un programa basado en la compra directa de chontaduro y aguacate y el acompañamiento permanente de su producción, pretende disminuir los altos costos de intermediación, aumentar la utilidad de los cultivadores y proporcionar herramientas pedagógicas, económicas y sanitarias que certifiquen y mejoren estos productos para posicionarnos en el mercado nacional y estimular su demanda. La propuesta está pensada para ser desarrollada en tres etapas a lo largo de un año, y al finalizar el proyecto se espera un aumento en la cantidad y en la calidad de los empleos del municipio, así como una mayor rentabilidad de los cultivos tradicionales, haciendo estos más atractivos que los cultivos ilícitos. En efecto, el PIB- real creció un 2,2% anual durante el año 2021, donde esta participación fue de gran importancia para el dinamismo de estos sectores.

En los últimos tiempos, según Garzón Amaya, Y. C. (2020). “Actualmente, las personas se están preocupando más por su salud y buscan otras oportunidades a parte de la medicina occidental que les permita participar en el manejo de su enfermedad y encontrar otros tratamientos que no tengan tantos efectos adversos para su organismo”. Debido a estos acontecimientos ha habido un crecimiento favorable en el consumo de productos naturales en el municipio del Tambo Cauca.

Según la asociación colombiana de empresas sociales del estado y hospitales públicos y de acuerdo con la presentación del gerente de la E.S.P Hospital de El Tambo, Cauca, Edgar Eduardo Villa, en el 2012 el diagnóstico institucional arrojaba resultados muy parecidos al resto del país acerca de la tasa de mortalidad por enfermedades más comunes para el Cauca la tasa de mortalidad enfermedad crónica con un 51,01% de segundo la enfermedad cerebrovascular con un 25,02% ,cáncer de estómago con un 15,92%, hipertensión arterial con un 9,40% y para diabetes un 8,26%. Teniendo en cuenta los estudios secundarios para el municipio del Tambo Cauca hemos analizado que las enfermedades que más prevalecen son problemas de Colon (sistema digestivo), HTA (hipertensión arterial) y DBT (diabetes mellitus). Por eso nuestros productos van enfocados en un 60% para este tipo de personas que ya cuentan con esta patología donde es necesario un cuidado de la medicina alternativa.

Descripción del producto

Según encuesta nacional de presupuestos, gráfico 24. Gastos mensuales total de la unidad de gasto según clasificación individual por finalidades el 8,2% representa el gasto en salud lo que significa que hay una demanda interesada en cuidarse y adquirir productos para su salud, los rangos de edad interesados en el municipio del Tambo (Cauca) en la compra de productos naturales y como clientes potenciales son de 25 a 85 años de edad con un total de 22.474 entre hombres y mujeres. Censo población DANE (2018).

El estudio de factibilidad para la creación de una tienda naturista en el municipio del Tambo (Cauca). Ofrece a la población productos naturales enfocados en suplementación dietaria para diferentes patologías y sustancias vitales que el cuerpo necesita para funcionar, además de esto para reducir el riesgo de enfermedades y tratamientos de los mismos.

Los productos son elaborados por los laboratorios que se encuentran en diferentes ciudades como Medellín, Bogotá, Pasto, Cali donde la tienda naturista trabaja con el producto final. Los diferentes productos son elaborados en plástico con etiquetas llamativas según a la persona a quien va a dirigir.

Análisis De Las 4 P Del Mercado

Alguna descripción de los productos por oferta y demanda:

Oferta: Los productos que vamos a utilizar son los siguientes:

Tabla 4

Identificación y caracterización del producto.

Nombre de producto	Patología	Presentación
Colágeno, biotina.	Cuidado piel, cabello y uñas.	Elaboración: producto en frasco plástico. Colores: morado, rosado, azul. Presentación: polvo por 700 gramos, capsulas por 60 blandas y en tabletas, liquido por 500 ml. Sabor: Uva. Laboratorio: Natural freshly, biopronat, naturfar, natural medy.
Vitamina A, E, C, D	Sistema inmune.	Elaboración: producto frasco en plástico Color: Blanco, naranja, rojo presentación: Cápsulas, tabletas y softgels por 60 y 100. Laboratorio: Healthy América, Natural System. Elaboración: Producto frasco en plástico, vidrio. Colores: rojo, amarillo
Vitacerebrina, Cerfos, Brainy	Cerebro.	Presentación: Viales por 12 frascos, en polvo por 700 gramos, líquido por 360 ml Sabor: cereza Laboratorio: Natural Medy, Healthy América. Elaboración: producto en bolsa, frasco plástico
Fibra, prebióticos y probióticos, enzimas digestivas, psyllium.	Problemas digestivos.	Colores: Amarillo, rojo, gris, naranja. Presentación: bolsa por 500 gramos, tarro por 200 gramos Sabor: pitaya, naranja, semillas de chía.

		Laboratorio: LG Naturales, Healthy América, Natural System.
Ulsin, bidens, caléndula.	Gastritis.	Elaboración: Frasco plástico Color: Blanco, verde, azul Presentación: líquido por 360 ml, frasco por 70 cápsulas.
Ginkgo Biloba Castaño de indias	Sistema circulatorio.	Laboratorio: Navlab, Natural Soffy, Natural Medy. Elaboración: Producto en frasco. Color: verde, rosado. Presentación castaño de indias en crema por 500g.
Cordelim, Cirlasen, advance		Presentación: cápsulas blandas por 60 y 100, líquido por 360 ml. Sabor: fresa Laboratorio: Healthy America, Naturfar, natural pharma. Elaboración: frasco en vidrio, plástico.
Parasivita, homelmin, amevacol, purante	Desparasitantes.	Color: verde, blanco, amarillo. Presentación: frasco homeopático por 20 ml, y frasco por 24 y 8 cápsulas. Laboratorio: Fitocol, Jaquin de Francia, Natural freshly.
It fas, siete pepas, dipuor.	Purgantes.	Elaboración: Bolsa y frasco en plástico. Color: amarillo, verde, azul. Presentación: frasco por 60ml, bolsa por 20 gramos. sabor: papaya, sin sabor, sabor a hierbas. Laboratorios: Navlab, LG Naturales.
Esencias florales, rescate, miedos, malgenio, mujer plena, desapego, examen de	Estados de ánimo.	Elaboración: Frasco en vidrio. Color: Rosado, morado, azul, verde, amarillo. Presentación: frasco por 20 y 25 ml. Sabor: Alcohol al 18.5%

estudiante, bon feliz, Bon nervin.		Laboratorios: Natural Freshly, Jaquin de Francia; Botanitas
Proteínas, aminoácidos, pre entrenos, creatina, B'cas, energizantes.	Línea deportiva.	Elaboración: frasco en plástico. Color: negro, azul, verde, naranja, amarillo, rojo. Presentaciones: frasco por 2 libras, por 384 gramos, frasco por 24 sobres de 10 gramos. Sabor: vainilla, chocolate, fresa. Laboratorios: Healthy America, GMN, Nutrition. Elaboración: Frasco de plástico. Color: azul, amarillo, verde, rojo, blanco. Presentación: Frasco por 700 gramos y líquido por 360 ml. sabor: vainilla, fresa, chocolate. Laboratorio: Natural medy, GMN. Elaboración: Frasco en plástico. Color: amarillo, blanco, rojo ,verde, azul. Presentación: frasco por 700 gramos, cápsulas por 60 tabletas.
Multivital, V 10, kinsure, apetifor, mega kids.	Multivitamínico para niños.	Sabor: vainilla. Laboratorio: Healthy america, fitocol, biopronat. Elaboración: Frasco plástico. Color: Morado, rosado, amarillo. Presentación: Frasco por 60 cápsulas y líquido por 360 ml. Sabor: uva. Laboratorio: Natural system, natural pharma, vitaliza su naturaleza.
P full, biopat, colavital, megavital mama, mega women, mega power, ginseng, moringa.	Multivitamínica para adultos.	Elaboración: Frasco en plástico. Color: blanco, azul, verde, rojo, rosado,
Quismioquim, biofem, evening, feminday.	Salud de la mujer.	
Shar calcium, shar diabéticos, cartical, biofactor, biocalcio,	Calcio para adultos.	

shar con omega, shar con D3.		Presentación: frasco por 700 gramos Sabor: vainilla, fresa, sin sabor.
Laboratorio: Natural medy, LG Naturales.		Elaboración: plástico, caja.
Mielteros día, noche, masticable, jengibres, lyptus masticables.	Sistema respiratorio.	Color: amarillo, azul verde, negro.
	(Empastillado)	
Sinflem, paratos, totumo, mielteros niño y adulto, zerotox, eucoflem, adriangelito, biopromiel.	Sistema respiratorio, expectorantes	Presentación: caja por 24 sobres por 6 pastillas, bombonera por 25 sobres de 4 pastillas, bombonera por 25 sobres día y noche. Sabor: miel, cereza, menta, naranja. Laboratorio: Natural freshly, Keops.
		Elaboración: frasco en plástico. Color: amarillo, café, verde, azul, rojo, naranja. Presentación: frasco por 240 ml, por 360 ml. Sabor: eucalipto, miel, totumo, propóleo. Laboratorio: Natural freshly, biopronat, adriangelito, tole, naturfar.

Producto

La tienda naturista brindará productos 100% naturales para cumplir la necesidad de cuidado de la salud de clientes y consumidores potenciales. Posteriormente se describen los sistemas a tratar, agrupando los productos que serán lanzados al mercado, según la exigencia del mercado. representado en la siguiente tabla.

Tabla 5*Descripción del producto*

Descripción del Producto
Sistema digestivo
Sistema inmunológico
Belleza
Osteoarticular
Figura
Minerales

Demanda: Precio

Se hará la compra de productos a mayoristas para brindar mejor precio a los clientes; Esto se efectuará por medio de cotizaciones para identificar el precio más competitivo en el mercado. De tal manera, el precio de venta al público se determinará según el precio costo que asigné los proveedores, aprovechando el porcentaje de descuento que se efectuó por cualquiera de la compra de mercancía; De este modo se permite brindar a los clientes precios cómodos y compitiendo con la competencia directa.

Para días especiales como; (amor y amistad, día de la madre, navidad, etc.) se efectuarán descuentos por volumen de ventas para un mismo cliente, se podrá realizar por acuerdos con los proveedores.

Plaza

Para atender a los clientes se establece el mostrador en el municipio de El Tambo Cauca donde se atenderá al público interesado en cualquiera de los productos a comercializar en el mercado; este tipo de canal es empleado en productos de consumo y mercado masivo, debido a las necesidades de los clientes/usuarios que demandan medicamentos naturales en cantidades proporcionales y que cuentan con un conocimiento limitado de la extensa gama de marcas en el mercado.

También se implementará un canal de marketing de forma virtual, que es importante para el público interesado y para aquellos que desean saber un poco más acerca de nuestra tienda naturista.

Promoción

Las actividades que se implementarán para incentivar la comercialización de productos naturales se llevarán a cabo el día de la inauguración, utilizando la publicidad como medio de información directa a las personas del municipio, algunas zonas aledañas al municipio como medio de información es el radio, aprovechando este medio se maneja para todos los meses la publicidad radial de forma permanente. Para el día de la inauguración y los primeros meses se utilizarán volantes, perifoneo logrando dar a conocer la tienda naturista y los productos a comercializar.

Seguidamente, para estimular a los clientes, durante los primeros tres meses de la apertura del centro naturista, para los días de menos movimiento como los lunes pueden obtener un 5% de descuento en los productos de menor rotación. Esto con el fin de aumentar los índices de compra de estos productos, que, según encuestas anteriores, son productos que se deben activar en las tiendas naturistas.

Publicidad

El día de la inauguración se distribuirán volantes en la cabecera municipal, invitando a toda persona que acepte el volante, teniendo en cuenta que antes de la inauguración se hará la publicidad radial para llenar de inquietud y deseos de compra del público objetivo.

La tienda naturista tendrá publicidad por internet a través de redes sociales; WhatsApp, Facebook, Instagram, se utilizarán flyers para cada red social. Es importante que los medios utilizados son gratuitos, esto no nos generara ningún costo.

Se tendrá actualizada las redes sociales para tener al tanto a todos nuestros clientes. Para incentivar las ventas y cumplir la estrategia de mercado y llegar al consumidor se establecerán métodos para promocionar el productos al momento de enseñar el producto y

hacer realizar la venta. Para la empresa es importante tener metas que se establecerán según la acogida que se genere en el municipio de El Tambo Cauca.

Análisis de la competencia

Según el estudio realizado, la competencia directa encontrada en el municipio de El Tambo Cauca, la tienda naturista encontrada se llama Natural arma donde su lugar de venta está distribuido en dos partes, en el primer punto venden todo lo relacionado con productos naturales y enseguida está distribuido como droguista.

Existen otras opciones de compra como droguerías donde manejan pocas referencias de productos naturales sin tener claro los conceptos de lo que le ofrece a los clientes, solo venden productos repetidos que no cuentan con una variedad considerable para escoger.

Además, los precios son altos y no garantizan trazabilidad de los productos; causando inconformidad en los clientes por no contar con un lugar donde ofrezcan productos con precios acordes con calidad e innovación.

Considerando el análisis es importante mencionar que el éxito de la tienda naturista depende también de su ubicación, es un lugar central y además hace parte de la vía principal. Las personas que lleguen o salgan del municipio tendrán la oportunidad que conocer la tienda naturista.

Análisis de la demanda

Según la teoría de la demanda del consumidor, la cantidad demandada de un producto o servicio depende del precio que se le asigne, del ingreso de los consumidores, del precio de los bienes sustitutos o complementarios y de las preferencias del consumidor. (SAPAG, 2003)

Estudio del consumidor

Las personas que están interesadas en la compra de productos naturales son de 25 a 85 años en adelante, se ubican en los estratos 1,2 y 3 siendo un nivel de ingreso medio y alto. Viven en la cabecera municipal de El Tambo Cauca y en veredas aledañas de la misma. Teniendo en cuenta que en el sector existen pocos lugares donde manejen productos

naturales. Por otra parte, con el estudio de factibilidad se pretende ofrecer productos naturales confiables y de excelente calidad, donde se contará con asesoría por parte de un médico especializado en el uso de medicamentos naturales.

Canales de distribución

Para la comercialización de productos naturales se tendrán las siguientes modalidades de distribución:

- Punto directo de venta.
- venta Online.

Tipo de investigación

Es una investigación cualitativa y cuantitativa la cual ayudará a conseguir información detallada que permitirá a evaluar la factibilidad y viabilidad en el desarrollo del proyecto, recopilando la información de forma detallada.

Muestra

El tipo de muestreo es por el método aleatorio simple, debido a que cualquier persona puede ser un cliente potencial y tienen la misma probabilidad de realizar la compra en la tienda naturista en el Municipio de el Tambo Cauca.

A continuación, se presenta el cálculo del tamaño de muestra respectivo:

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

N = Total de la población = 22.476

Z_α = 1.962 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)

p = Proporción esperada (en este caso 50% = 0.5)

q = 1 – p (en este caso 1 – 0,5 = 0,5)

n = Tamaño de la muestra

d = Precisión 5%

Las personas a las que se le aplicará la encuesta deberán ser mayores de dieciocho años de edad, residir en el municipio de el Tambo Cauca. Además, La encuesta se realizará independientemente de su sexo, religión, estrato socioeconómico, nivel de estudio, estado civil, necesita tener acceso a una conexión a internet ya que son encuestas que se van a realizar por medio de un dispositivo electrónico.

Imagen 1

Matriz del tamaño de la muestra

Matriz de Tamaños Muestrales para diversos márgenes de error y niveles de confianza, al estimar una proporción en poblaciones Finitas

N [tamaño del universo]	22.476	← Escriba aquí el tamaño del universo
p [probabilidad de ocurrencia]	0,5	← Escriba aquí el valor de p

Nivel de Confianza (alfa)	1-alfa/2	z (1-alfa/2)
90%	0,05	1,64
95%	0,025	1,96
97%	0,015	2,17
99%	0,005	2,58

Fórmula empleada

$$n = \frac{n_o}{1 + \frac{n_o}{N}} \quad \text{donde:} \quad n_o = p*(1-p)* \left(\frac{z(1-\frac{\alpha}{2})}{d} \right)^2$$

Matriz de Tamaños muestrales para un universo de 22476 con una p de 0,5

Nivel de Confianza	d [error máximo de estimación]									
	10,0%	9,0%	8,0%	7,0%	6,0%	5,0%	4,0%	3,0%	2,0%	1,0%
90%	67	83	105	136	185	266	413	723	1.564	5.176
95%	96	118	149	194	264	378	585	1.019	2.169	6.729
97%	117	144	182	238	322	461	712	1.236	2.602	7.726
99%	165	204	257	335	453	646	994	1.708	3.510	9.562

Descripción del instrumento

El método de recolección de datos se realizará por medio de instrumentó por cuestionario de forma virtual, formulario Google. Tabulamos información en Excel.

El cuestionario lo van a desarrollar los posibles clientes potenciales con respecto a la viabilidad de la puesta en marcha de una tienda naturista. De igual manera los investigadores realizaron un estudio de campo con los dueños de farmacias del el Tambo Cauca, que manejan alguna de las líneas de la medicina natural, esto con la finalidad de conocer mejor el campo objeto de

estudio y que sirve como referencia para hacer el diseño e implementación de la encuesta en la población objeto de estudio.

Tabla 6

Ficha técnica de la encuesta.

Descripción	Resultado	
Nombre:	Encuesta para determinar la factibilidad y el nivel de aprobación del mercado	
Autor	Erika Valentina Navia Navia y Marian Yulieth Meneses Astudillo	
Fecha	6 de mayo de 2022	
Preguntas		10
Aplicación	Virtual	
Duración	1 semana	
Tamaño de la muestra		378

Elaboración propia

ANEXO 1 formato de encuesta.

Análisis de la encuesta

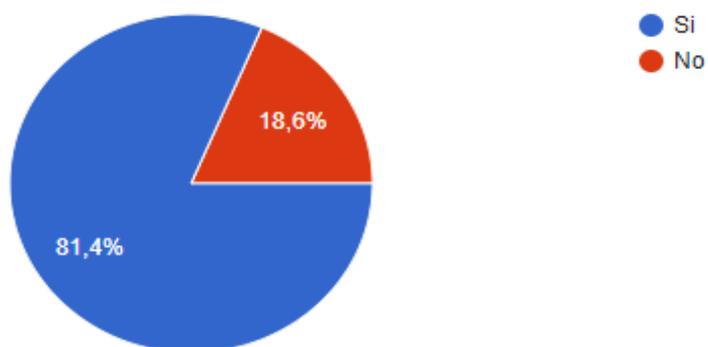
Al establecer el tamaño de la muestra, se procedió a aplicarla a hombres y mujeres entre la edad de 25 a 85 años de edad.

A continuación, se presenta la tabulación y el análisis de las encuestas realizadas a 387 habitantes del municipio del Tambo Cauca.

Análisis de Resultado

Figura 2

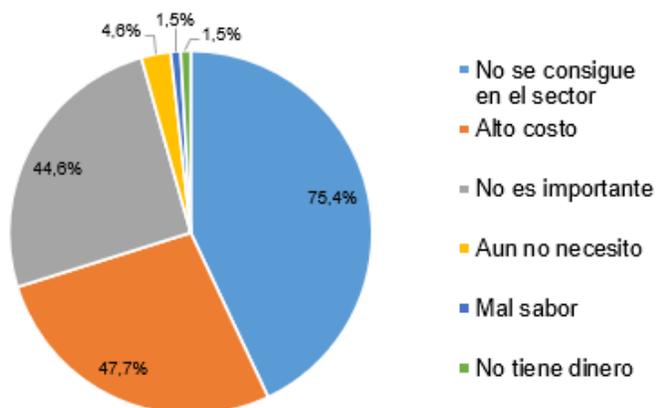
Pregunta No.1. ¿Ha comprado usted productos naturales?



Análisis: En relación con la pregunta si ha comprado productos naturales, el 81,4% contestaron que sí y el 18,6% que no. Donde se puede concluir que en el municipio hay un mayor porcentaje de población que si compran productos naturales, demostrando interés en este mercado.

Figura 3

Pregunta No.2. Si su respuesta es no. ¿Cuál fue el motivo?

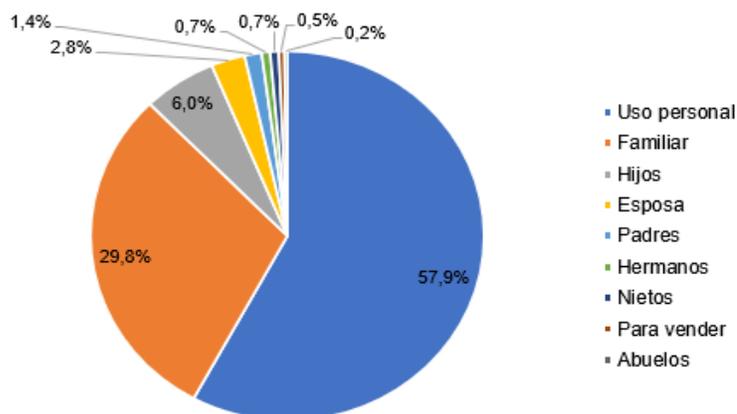


Análisis: Según las respuestas obtenidas del motivo por el cual no compra productos naturales se puede concluir que el mayor porcentaje corresponde al 75,4% donde no se consigue en el sector, el 47,7% tienen un alto costo, el 44,6% no es de su importancia consumir

productos naturales, el 4,6% aun no las necesita, el 1,5% corresponden al mal sabor y al no contar con el dinero para comprar.

Figura 4

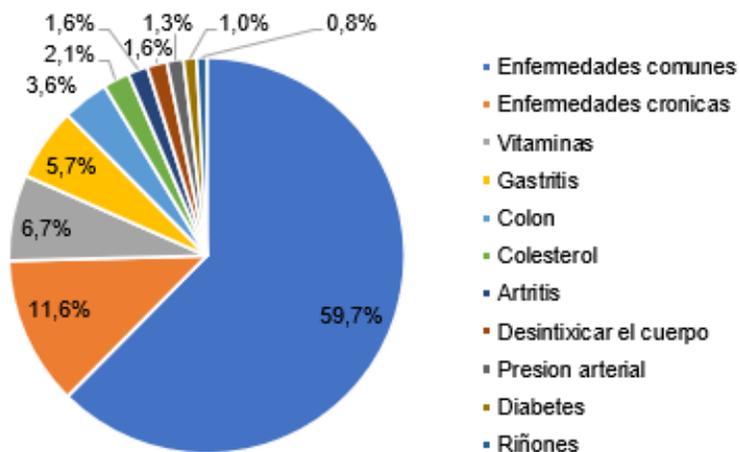
Pregunta No.3. Si su respuesta es sí. ¿Para quién los ha comprado?



Análisis: Con respecto a las respuestas obtenidas, al confirmar la compra de productos naturales, se puede concluir que el 57,9% en su mayoría compra productos para uso personal, el 29,8% los compra para un familiar, el 6,0% para los hijos, el 2,8% para la esposa según el caso, el 1,4% para los padres, 0,7% corresponde a la compra para hermanos y nietos, el 0,5% lo compran para vender y solo el 0,2% lo compran para los abuelos.

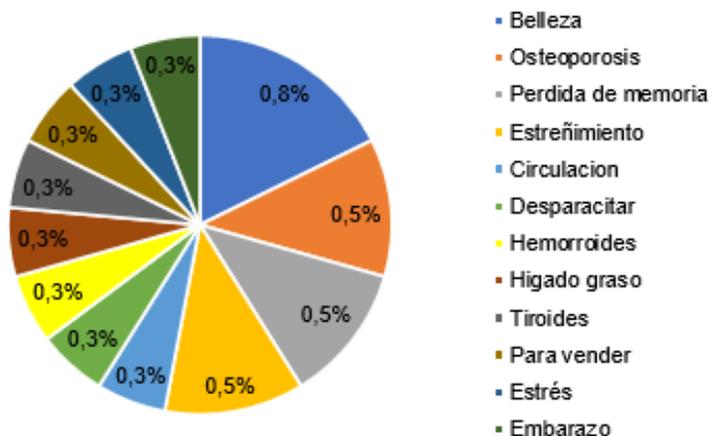
Figura 5

Pregunta No. 4. ¿Para qué tipo de enfermedades los ha usado? Tipo de enfermedades



Análisis: Ante la pregunta, para qué tipo de enfermedad los ha usado. Se puede afirmar que el mayor porcentaje de enfermedades son las comunes y por ellas la participación es del 59,7%, consecutivo a están las enfermedades crónicas donde su participación equivale al 11,6%, por otra parte, el 6,7% es usado como vitaminas para el cuerpo humano donde se puede decir que no es enfermedad si no, por cuidado. El 5,7% por problemas de gastritis, el 3,6% problemas del colon, el 2,1% por artritis, el 1,6% por artritis y utilizado para desintoxicar el cuerpo, el 1,3% por presión arterial, el 1,0% por diabetes y solo el 0,8% por problemas de riñón.

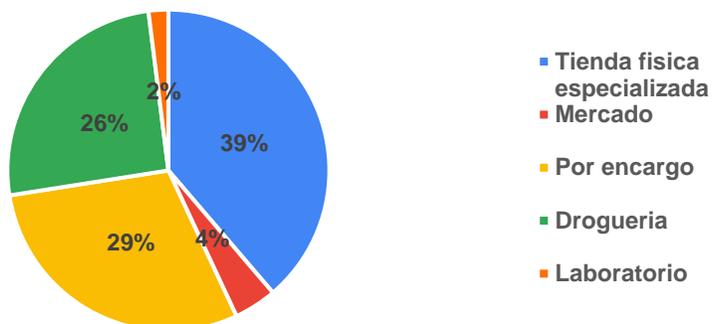
Figura 6
Tipo de enfermedades.



Análisis: Por otra parte, según respuestas recibidas es importante mencionar los siguientes conceptos los cuales hacen parte de la segunda parte del gráfico, donde se puede concluir que el 0,8% es por compra para belleza, bien sea por figura cuidado de piel, cabello, etc., el 0,5% corresponde a problemas de osteoporosis, pérdida de memoria, estreñimiento, el 0,3% hace parte de problemas de circulación, para desparasitar, problemas de hemorroides, hígado graso, tiroides, para vender, por problemas de estrés y por último es consumido por estado de gestación.

Figura 7

Pregunta No.5. ¿Por qué medio usted adquiere productos naturales?

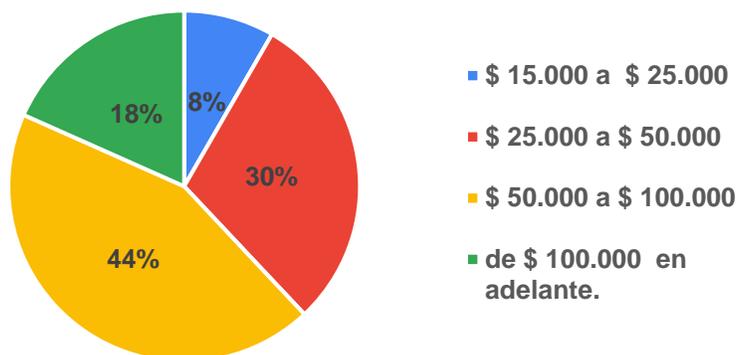


Análisis: Se puede determinar que 378 encuestados, el 39% adquieren productos naturales en tiendas física especializada, 29% por encargo, 26% droguerías, 4% mercado y 2% en laboratorio, demostrando así que la mayoría de las personas compran en tiendas naturistas especializadas porque les genera más confianza y por qué el lugar es más adecuado.

Por otra parte, los que adquieren los productos naturales lo hacen por cercanía al lugar de residencia y en su gran mayoría son productos que venden sin prescripción médica; en cuanto a los que contestaron otra opción son personas que adquieren algunos productos naturales por catálogos o son encargados a terceras personas para que los compran, sin importar esto donde se realice.

Figura 8

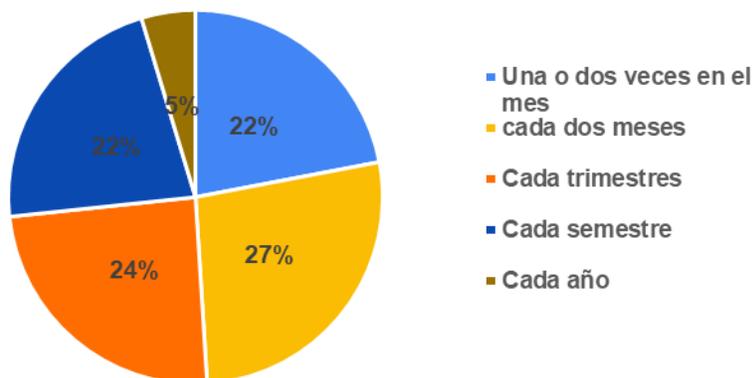
Pregunta No.6. ¿Cuánto ha invertido usted en la compra de productos naturales?



Análisis: acerca de la pregunta cuánto han invertido en la compra de productos naturales, los 378 población encuestada aseguran que un 44% invierten entre 50000 a 100000, 30% entre 25000 a 50000, 18% 100000 en adelante y el 8% entre 15000 a 25000, se pudo establecer que la población de El Tambo tiene un promedio de compra de \$ 50.000 en productos naturales.

Figura 9

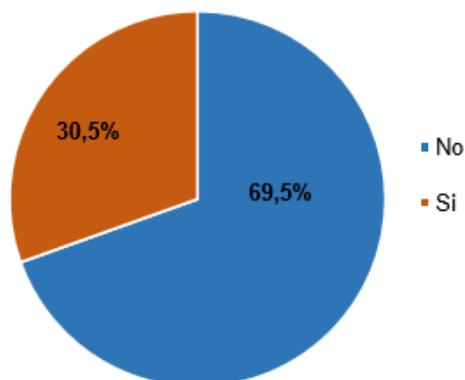
Pregunta No.7. ¿Con qué frecuencia compra productos naturales?



La población encuestada asegura que el 27% compran cada dos meses, 24% cada trimestre, 22% cada semestre y un 22% una o dos veces al mes. Con base a las respuestas anteriores se puede identificar que las personas que adquieren productos naturales con mayor frecuencia lo hacen cada dos meses y los porcentajes más bajos como el trimestral, semestral y anualmente dicen que no visitan una tienda naturista si no es necesario y no adquieren un producto naturista si no es bajo un diagnóstico médico.

Figura 10

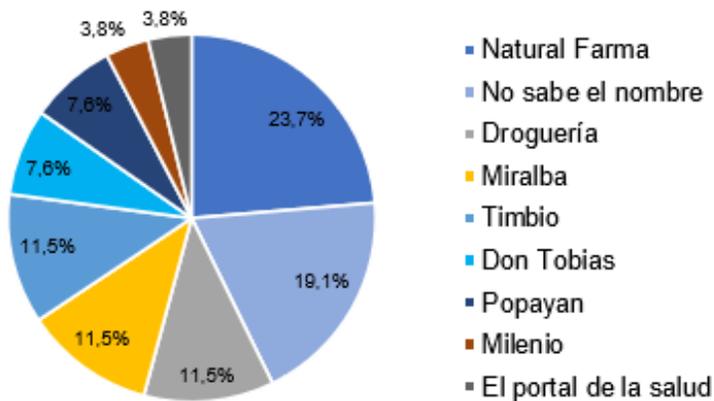
Pregunta No.8. Conoce usted en el municipio de El Tambo Cauca. ¿Alguna tienda naturista?



Análisis: El 69,5% afirmaron conocer y el 30.5% no conocen ninguna tienda naturista. Se puede concluir que hay un porcentaje importante que no conoce ningún lugar en el municipio de El Tambo Cauca, donde se podría aprovechar para la creación de la tienda naturista.

Figura 11

Pregunta No.9. Con respecto a la pregunta anterior, si su respuesta es sí. ¿Cuál es el nombre del establecimiento?

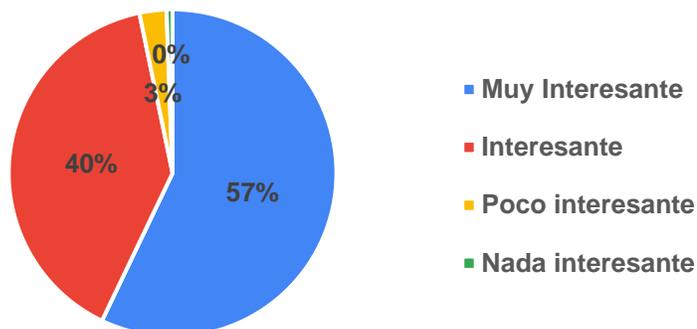


Análisis: Ante la respuesta de la población encuestada se puede concluir que la mayoría de personas conocen Natural farma con un 23,7%, el 19,7% no conocen el nombre de la tienda naturista, el 11,5% dicen que compran los productos en droguería, donde la señora Miralba y en Timbio, el 7,6% conocen donde el señor Tobias y en la ciudad de Popayán y el 3,8% en Milenio y en el portal de la salud.

Figura 12

Pregunta No.10. Si hubiera una tienda naturista especializada en el municipio de El

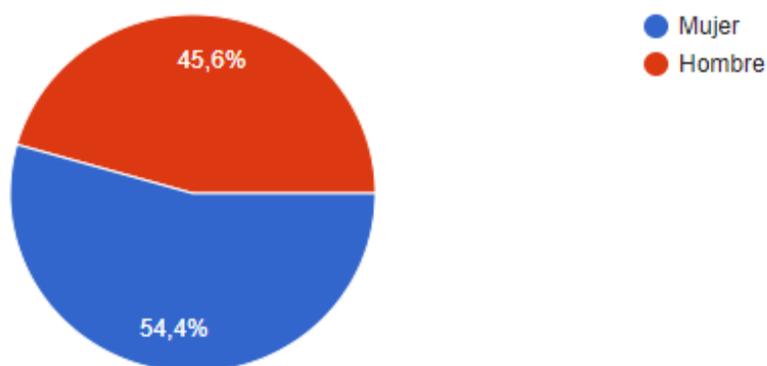
Tambo Cauca. ¿Qué le parece?



Análisis: En cuanto a la pregunta si hubiera una tienda naturista especializada en el municipio de el tambo cauca de las 387 encuestados, el 57% manifiestan ser muy interesante, 40% indican ser interesante y 3% ser poco interesante. Con relación a las respuestas de las personas se puede concluir que si hay un gran interés en que haya un lugar especializado de esta clase de productos en el municipio.

Figura 13

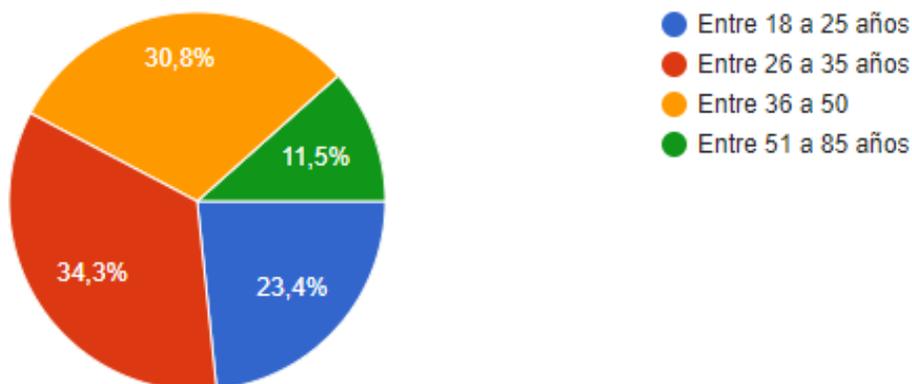
Pregunta No.11. ¿Qué genero pertenece usted?



Análisis: Como se puede evidenciar en la gráfica de una población de 378 personas encuestadas en el municipio del Tambo Cauca, el 54,4% representa a las mujeres y el 45,6% a los hombres, determinado que en el municipio hay más mujeres con poder de adquisición.

Figura 14

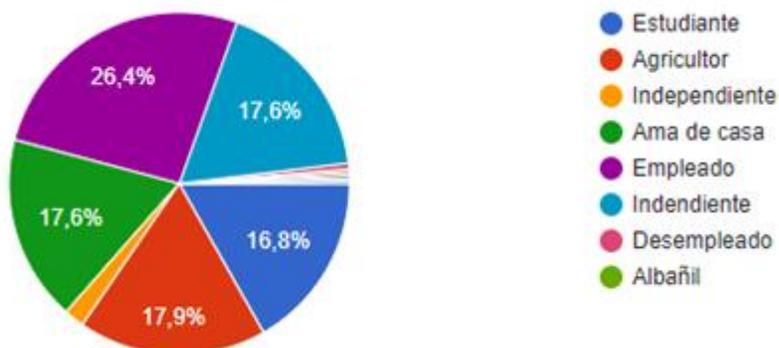
Pregunta No.12. ¿En qué rango de edad se encuentra usted?



Análisis: se puede concluir que de los 378 encuestados, el 34,3% se encuentran en el rango de edad entre los 26 a 35 años, el 30,8% entre 36 a 50 años, 23,4% entre los 18 a 25 años, 11,5% entre 51 a 85 años. Con los anteriores datos se puede inferir que la población de 26 a 35 años se encuentran los posibles clientes potenciales.

Figura 15

Pregunta No.13. ¿Cuál es su ocupación?

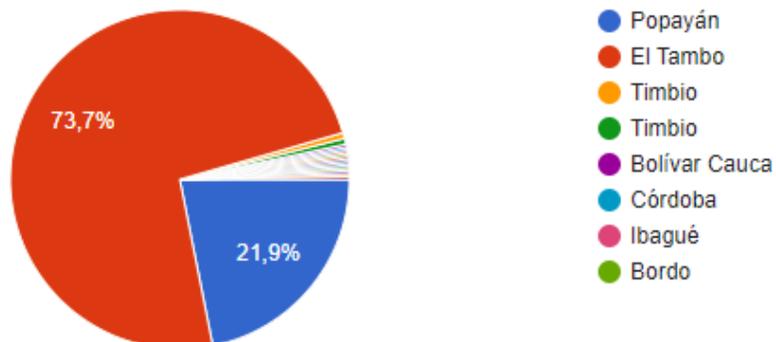


Análisis: con respecto a la ocupación de la población encuestada, el 26% son empleados, 17,9% agricultor, 17,6% independiente, 17,6% ama de casa, 16,8% estudiantes y con un porcentaje menor encontramos las ocupaciones de albañil y desempleado. Con base a

las respuestas anteriores se puede concluir que la mayor parte de la población del municipio de El Tambo tiene poder económico.

Figura 16

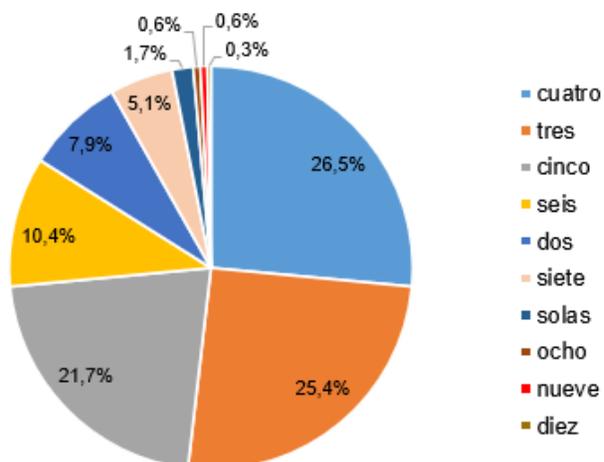
Pregunta No.14. ¿En qué sector vive?



Análisis: en relación con el sector donde viven el 73,3% viven en El Tambo Cauca y un 21,9% en Popayán. Se puede concluir que mayor parte de la población objetivo vive en el municipio de El Tambo y la otra parte van al sector por motivo de trabajo.

Figura 17

Pregunta No.5. ¿Cuántas personas viven en su hogar?



Análisis: El 26,5% nos indica que la mayoría de hogares están conformado por cuatro personas, el 25,4% conformadas por tres personas por hogar, el 21,7% por cinco personas por hogar, el 10,4% por seis personas por hogar, el 7,9% por dos personas por hogar, el 5,1% convive con siete personas, el 1,7% viven solas, el 0,6 viven entre ocho y nueve personas y solo el 0,3% conviven con diez personas.

Comportamiento de la Oferta

Análisis de la oferta

Según Quiroga Mesa, N. E. (2021). En Colombia las disposiciones vigentes para este tipo de establecimiento indican que es un mercado atrayente donde se busca expandir los negocios para poder comercializar los productos naturales y que generan una gran utilidad económica. Uno de los problemas más comunes de las tiendas naturistas en Colombia es la falta personal calificado para atender los puntos de venta, falta de diligencia para dispensar con la debida responsabilidad, así como el deficiente control por parte de las autoridades competentes como la unidad ejecución de saneamiento encargada de una rigurosa inspección a estos negocios con el fin de evitar la publicidad engañosa y a la mala calidad de los productos.

Actualmente es evidente la aparición de nuevas enfermedades que han puesto como tema prioritario la salud de la población, y la industria farmacéutica y bioquímica están sufriendo una revolución, y las personas buscan medicamentos alternativos para mejorar su salud. La industria naturista ha encontrado productos que sin ser tan costosos se convierten en variables importantes en el tratamiento de enfermedades crónicas o pasajeras, buscando siempre mejorar la calidad de vida del individuo, por esta razón el mercado naturista colombiano no ha sido ajeno al desarrollo.

En Colombia hay cerca de diez mil tiendas naturistas cuya actividad comercial es la venta de productos naturales, cosméticos y medicamentos homeopáticos desde hace cinco décadas. Estos establecimientos generan 25 mil empleos directos y en la actualidad venden más ochocientos mil millones de pesos al año. La tendencia es al continuo crecimiento 10 % anual y al mercado especializado, de hecho, los productos naturales también incursionaron en los últimos años en farmacias, droguerías y en almacenes de gran formato. (Quiroga mesa, 2021)

En el municipio de el Tambo Cauca hay una amplia demanda de productos naturales en el mercado, pero la oferta que se presenta actualmente no cubre toda la población, ya que no se cuenta con una tienda naturista especializada en la medicina alternativa.

En cuanto a los proveedores se tiene un contacto directo de distribución en la ciudad de Popayán. Para la venta de productos naturales en El Tambo Cauca.

Proyección de ventas

En Colombia, el mercado de productos de biocomercio mueve alrededor de US\$25 millones al año, de acuerdo con el Instituto Humboldt. En este segmento, la tienda naturista se ha convertido en el gran destino para la compra de productos naturales. (Quiroga mesa, 2021)

A través de la realización de la encuesta según datos obtenidos arrojó información importante, con la finalidad de validar la proyección de ventas y la demanda.

Como resultado se realiza una estimación de los productos naturales a vender con las siguientes características continuación:

Cifras de la población total de mercado: La cifra que se utilizará en el mercado total es de 22.476 personas mayores de 25 años a 85 años.

Mercado potencial: Acorde a los resultados obtenidos de las encuestas un 81,4% habitantes que si comprarían productos alternativos.

Intención de compra: en la información obtenida por medio de la encuesta el 18,6% que corresponden a la demanda que por motivos de escasa oferta no adquieren los productos pero que tiene la intención de compra.

Pronostico demanda

Para el cálculo de la demanda actual, usaremos la siguiente información:

Tabla 7*Calculo de la demanda*

Conceptos	valores
Promedio de gasto persona por mes	50.000
Promedio de gasto persona al año	600.000
Número de consumidores de productos naturistas (22.476x81,4%)	18.295
Consumo total anual	10.977.000.000

Proyección de la Demanda

Para determinar la proyección de la demanda se utilizó la población objetiva de 25 a 85 años de edad, aplicando el porcentaje de afirmación de consumo de productos naturales, utilizando el consumo promedio por persona que es de 50.000.

Los resultados obtenidos se muestran la siguiente tabla:

Tabla 8**Presupuesto de ventas futuras en pesos por artículo**

Año	población entre 25a 85 años	Porcentaje de consumidores de productos naturales	Número de consumidores totales	consumo promedio por persona al año	consumo total
2022	22476	81,40%	18295	300.000	5.488.500.000
2023	23600	81,40%	19210	300.000	5.763.000.000
2024	24780	81,40%	20171	300.000	6.051.300.000
2025	26019	81,40%	21179	300.000	6.353.700.000
2026	27320	81,40%	22238	300.000	6.671.400.000

La participación del mercado que se pretende capturar y mantener en el periodo estudiado para el primer año 5% cada año. Donde la población crece en un 5%, como se pudo evidenciar en la anterior tabla.

Tabla 9*Participación en el mercado*

En la siguiente tabla nos permite visualizar el presupuesto de ventas futuro, en unidades de productos por líneas a tratar y servicios que se ofrecerá en la tienda Naturista en el Tambo Cauca, durante los siguientes 5 años

PROYECCION EN VENTAS POR PRODUCTOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Productos por líneas	12000	12600	13230	13892	14586
Consultas	1152	1210	1270	1334	1400
Total	13152	13810	14500	15225	15986

Análisis de precios

Para la venta de productos naturales, se incurre en precio por mayor y precio al público, como lo muestra en la tabla.

Tabla 10**Análisis de precio Productos**

Línea de producto (categoría)	Digestivo	Inmunológico	Belleza	Articular	Figura	Minerales
Precio Por Mayor	\$ 18.000	\$ 22.000	\$ 27.000	\$ 25.000	\$28.000	\$ 26.000
Margen de Utilidad (30%)	\$ 5.400	\$ 6.600	\$ 8.100	\$ 7.500	\$8.400	\$7.800
Precio de Venta	\$ 23.400	28.600	\$ 35.100	\$ 32.500	\$36.400	\$33.800

Al analizar los precios de venta se debe tener en cuenta que todos los sistemas tienen un precio promedio, por tal razón todos son los mismos. Se determina que productos para el sistema digestivo es de \$ 23.400, sistema inmunológico \$ 28.600, belleza % 35.100, articular \$32.500, figura \$ 36.400, se observa que los precios establecidos son competitivos en el mercado.

Como factor importante para la fijación del precio al público se tuvo en cuenta los costos de compra de los productos y según los descuentos que se recibe por compra de contado se pudo trabajar con un porcentaje el cual no genera pérdida para la empresa por el precio que se

ofrece. Esto se hizo para hacer la diferencia con la competencia, ya que sus precios son elevados.

Tabla 11

Análisis de precio servicios complementarios

Nombre línea de producto (categoría)	Consulta medica	
Precio Por Mayor	\$	15.000
Margen de Utilidad (40%)	\$	10.000
Precio de Venta	\$	25.000

Como un servicio complementario la Tienda Naturista presta el servicio de médico homeópata el valor del servicio está en \$ 25.000

Estudio Técnico

Ubicación del Proyecto

Macro localización: La nueva tienda naturista será ubicada en el Departamento del Cauca en el municipio de El Tambo Cauca.

Imagen 2

Departamento del Cauca.



Fuente: Maps google

Imagen 3
Municipio de El Tambo.



Fuente: Maps google

Micro localización

La tienda naturista estará ubicada en la cabecera municipal del municipio de El Tambo, se hace elaboración de tabla comparativa de sitios posibles con determinadas variables.

Imagen 4
Tabla comparativa

ASPETOS A EVALUAR	SAN FERNANDO	CENTRO	LA VICTORIA
Servicios públicos	4,0	5,0	4,5
Transporte	4,0	4,5	4,0
Cercanía a los proveedores	3,5	4,5	3,5
TOTAL (PROMEDIO)	3,8	4,7	4,0

La macro y micro localización óptima para la creación de la tienda naturista, se evaluó los aspectos comparativos de posibles sitios de ubicación, donde como resultado se obtuvo que se debe ubicar en el centro del municipio de El Tambo Cauca, debido a facilidad y disponibilidad de transporte, servicios públicos como lo que son: energía eléctrica, agua,

internet, alcantarillado y línea de telefonía. También cuenta con la cercanía del parque principal del municipio.

La tienda naturista estará ubicada sobre la carrera 3-33, donde el lugar es amplio y cómodo para desarrollar las actividades que ordena la empresa. Se estima contar con un alto número de clientes y consumidores potenciales, debido a que se cuenta con un amplio territorio los cuales demandarán los productos naturales que se ofrecerán en la tienda naturista.

Disponibilidad de insumo

Esta otra variable determinante del tamaño, permite analizar la oferta actual y futura de los insumos más importantes, además se debe evaluar la posibilidad de emplear insumos sustitutos si el proyecto lo permite.

Imagen 5

Distribución geográfica del mercado de El Tambo Cauca.



Fuente: Maps Google

Tamaño del proyecto

Se mide la capacidad que deberá instalarse para atender, responder satisfactoriamente a la demanda del mercado objetivo y las unidades que puede recibir, almacenar en las instalaciones en tiempo específico. Fortaleciendo las condiciones y la capacidad de la empresa.

El tamaño del proyecto responde al análisis, interactuando los factores que se analizan a continuación:

El porcentaje con el que vamos a trabajar en el mercado es del 5%

Las dimensiones del mercado

En el municipio de el Tambo Cauca hay una demanda insatisfecha, está permite entrar al mercado a la tienda naturista ofreciendo mayor cantidad de oferta.

El objetivo del proyecto es saber la factibilidad del proyecto para la creación de una tienda naturista, supliendo las necesidades de la población identificada en el estudio de mercado.

El porcentaje con el que va a trabajar la empresa es del 5%.

Teniendo en cuenta el total de la población del municipio de El Tambo Cauca que son 22476 habitantes y la cantidad de personas que responden que si han utilizado los servicios de la medicina natural 18.295 habitantes.

Porcentaje	27,00%	24,00%	22,00%	22,00%	5,00%	
Concepto	Cada dos meses	Trimestral	Semestral	Una o dos veces al mes	Anual	Total ventas anuales
Ventas anuales	4.940	4.391	4.025	4.025	915	18.295

Tabla 12

Otros ingresos consultas médicas homeopáticas

	27,00%	24,00%	22,00%	22,00%	5,00%	
Nombre línea de producto (categoría)	Cada dos meses	Trimestral	Semestral	Una o dos veces al mes	Anual	Cantidad Vendita anual
Consultas	311	276	253	253	58	1.152
Total	311	276	253	253	58	1.152

Tabla 13

Proyección de ventas por unidades de productos

PROYECCION EN VENTAS POR PRODUCTOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Productos por líneas	12000	12600	13230	13892	14586
Consultas	1152	1210	1270	1334	1400
Total	13152	13810	14500	15225	15986

Tabla 14

Proyección de ventas por unidades otros ingresos

Nombre línea de producto (categoría)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Consultas	1.152	1.210	1.270	1.334	1.400
Total	1.152	1.210	1.270	1.334	1.400

Imagen 6

Pronóstico de ventas por sistema en pesos colombianos

Línea de producto/servicio	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sistema digestivo	\$ 58.320.000	\$ 61.597.584	\$ 65.059.368	\$ 68.715.705	\$ 72.577.527
Sistema inmunológico	\$ 71.280.000	\$ 75.285.936	\$ 79.517.006	\$ 83.985.861	\$ 88.705.867
Belleza	\$ 64.800.000	\$ 68.441.760	\$ 72.288.187	\$ 76.350.783	\$ 80.641.697
Articular	\$ 60.660.000	\$ 64.069.092	\$ 67.669.775	\$ 71.472.816	\$ 75.489.589
Figura	\$ 63.720.000	\$ 67.301.064	\$ 71.083.384	\$ 75.078.270	\$ 79.297.669
Minerales	\$ 61.200.000	\$ 64.639.440	\$ 68.272.177	\$ 72.109.073	\$ 76.161.603
Consultas	\$ 28.800.000	\$ 30.418.560	\$ 32.128.083	\$ 33.933.681	\$ 35.840.754
Total	\$ 408.780.000	\$ 431.753.436	\$ 456.017.979	\$ 481.646.190	\$508.714.705

Las anteriores tablas, enseña el total de las ventas de productos distribuidos por

sistema en pesos, proyectadas en cinco años, el incremento se toma con base al IPC del año

2021 que es de 5,62.

Capacidad de financiamiento

La capacidad de financiamiento es una de las partes más importantes en la factibilidad del proyecto, debido a la asignación adecuada de los recursos financieros ayuda y facilita la ejecución del mismo.

El recurso financiero de la Tienda naturista estará compuesto por un 50% inversión inicial dada por los socios a la constitución de la empresa y el otro 50% recurrir al financiamiento del Banco, el cual se pagará con las ganancias obtenidas por el producto.

Valoración del riesgo

Todo proyecto de inversión conlleva algún riesgo. La Tienda naturista, tuvo en cuenta el estudio de mercado, analizando la demanda del sector y posición económica. Se concluye que para iniciar la tienda naturista es importante trabajar con lo necesario tanto en mercancía como en equipos, de este modo evitando un riesgo alto de pérdidas financieras en la empresa.

Tabla 15

Estimación de capacidad de inventario

Tr	7 días							
Productos por líneas	E= Existencia E	Cmm= Consumo mínimo diario Cmn	Cp= Promedio de venta Cp	CmX= Consumo Máximo diario Cmx	Emn = Cmn * Tr Emn	Pp= (Cp*Tr)+ Emn Pp	Emx= (Cmx*Tr)+Emn Emx	Cp= Emx - E Cp
Sistema digestivo	200	7	90	180	36.000	522.000	1.008.000	1.007.800
Sistema inmunologico	200	7	90	180	44.000	530.000	1.016.000	1.015.800
Belleza	150	5	65	130	40.500	391.500	742.500	742.350
Osteoarticular	150	5	68	135	37.500	402.000	766.500	766.350
Figura	150	5	70	140	42.000	420.000	798.000	797.850
Minerales	150	5	65	130	39.000	390.000	741.000	740.850
Total	1.000	33	448	895	239.000	2.655.500	22.127.430	5.071.000

Nombre línea de producto (categoría)	E	Cmm	Cp	Cmx					
Consultas	96	4	12	24	70.200	280.800	491.400	491.208	
Total	96	4	12	24	70.200	280.800	491.400	491.208	

Punto de pedido	Pp
Tiempo de reposición de inventario (en días)	Tr
Consumo medio diario	Cp
Consumo máximo diario	Cmx
Consumo Mínimo diario	Cmn
Existencia máxima	Emx
Existencia mínima (inventario de seguridad)	Emn
Cantidad de pedido	Cp
Existencia actual	E

En el anterior cuadro se analizan los máximos y mínimos de inventarios ya que es importante para la Tienda Naturista, puesto que al tener un mayor control del inventario para obtener los productos o servicios cuando el cliente lo requiere, prevenir el exceso de exigencias que puede acarrear un costo extra para la empresa, de igual manera le permite al administrador tener un stock en su inventario.

La cantidad de pedido que se debe realizar en la tienda Naturista es importante porque le permite al administrador no realizar pedidos innecesarios, este se va recalculando de acuerdo a la fluctuación de las ventas, el cual varía de acuerdo a las existencias que hallan en el almacén VS las salidas del mismo.

Listado de proveedores potenciales de productos naturistas

La compra de productos está sometida a todas las garantías de calidad y esta su vez es controlada por las autoridades correspondientes, para garantizar que el consumidor final consuma un producto de alta calidad. Basado en la identificación de muebles, enseres, equipos

de oficina y procesos de comercialización de los productos naturales, A continuación, se muestra la lista de Proveedores potenciales para la nueva tienda de productos naturales.

Tiempo de reposición es de cada 7 días tiempo que de demora el proveedor en visitar a la tienda Naturista.

Tabla 16

Listado de proveedores potenciales.

Laboratorio	Dirección	Ventajas Competitivas
Natural Medy	# 3 c, Cl. 39 Nte., Cali, Valle del Cauca	Ofrece productos 100% naturales que dan a tu organismo la vitalidad, fuerza y jovialidad que siempre necesita, además contribuye a la preservación del medio ambiente a través de una correcta elaboración de los productos.
Healthy América	Carrera 37 # 13-186 Acopi Yumbo, Colombia	Aporta a la salud y el bienestar a través de suplementos dietarios creados bajo los más altos estándares de calidad acreditados por entidades internacionales avaladas por el INVIMA.
Tao a la vida	Cra. 11, Popayán, Cauca	Buena calidad en los productos, surtido completo, reconocimiento en el mercado.
Savifar	Cra 12A No 157 85 Ciudad, Bogotá Colombia	contribuye a mejorar la salud identificando y rescatando los valores autóctonos de una buena alimentación, caracterizando la excelencia, con un equipo humano comprometido a través de capacitaciones que

		proporcionan una adecuada asesoría alimenticia y ofreciendo productos naturales que garanticen una adecuada relación de salud y vida.
Mineralin	A 47-127, Cra. 42 #4765, Medellín, Antioquia	Elabora y comercializa productos farmacéuticos de acuerdo a los más altos estándares de calidad, logrando que sean asequibles y adecuados para tratar los problemas de salud de la población en general.
Samada	Cl. 65 #4367, Medellín, Villa Hermosa, Medellín, Antioquia	Buen surtido, Excelente calidad, rápido servicio de entrega, envíos a todo el país.

Tecnología utilizada

En la realización de este proyecto, no se utilizarán procesos productivos, más bien se trabajará con elementos comunes, como muebles y enseres de exhibición, equipo de oficina y otros. Se relacionan a continuación para el montaje de la Tienda Naturista:

Tabla 17

Muebles y enseres

Muebles y equipos de oficina	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Archivador Metálico	1	450.000	450.000
Escritorio de madera	2	300.000	600.000
Silla escritorio Ergonómica	2	280.000	560.000
Muebles para droguería (stand)	2	380.000	760.000
Silla tadem para sala de espera 4 puestos	3	210.000	630.000
Caja Registradora	1	980.000	980.000

Vitrinas	3	180.000	540.000
Silla alta para operador	1	300.000	300.000
Sub Total			4.820.000

Tabla 18*Equipo de comunicación y computo*

Equipo de comunicación y computo	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Computador de mesa	1	1.800.000	1.800.000
Celular	1	650.000	650.000
Impresora multifuncional láser	1	976.000	976.000
SUB TOTAL			3.426.000

Tabla 19*Equipo médico científico*

EQU COM Y COM	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Analizador cuántico bioelectrico	1	900.000	900.000
SUB TOTAL			900.000

Tabla 20*Otros*

EQU COM Y COM	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Extintor 10 Lbr	1	90.000	90.000
SUB TOTAL			90.000

Disponibilidad de insumos

Se aprovecha que el Tambo Cauca está ubicada sobre en vía principal del municipio, quedando muy cerca de la capital del Cauca, debido a esto, se facilita el transporte de productos e insumos que vienen de ciudades como Cali, Bogotá y Medellín, ciudades en donde

se ubican los principales proveedores; lo que permite controlar no solo la cantidad si no también la calidad de los productos a comercializar.

Distribución geográfica del mercado.

Como consideramos en el estudio mercado la población objetivo se encuentra en el Tambo Cauca, donde se determina que solo se necesaria una sede de comercialización para atender todo el mercado, la cual se ubica zona centro del municipio, buscando así abarcar gran parte del mercado.

Distribución Física

La tienda naturista se ubicará en un primer piso con un área total de 42 m², distribuidos en 10 m² para el área de ventas, para la oficina en 6 m², para el consultorio 5 m², para área de bodega 10 m², para sala de espera 8 m² y para zona del baño 3 m².

- Área de ventas: tendrá un tamaño de 10 m², el objetivo es brindar la atención y el asesoramiento de los productos y servicios que ofrece la tienda naturista.
- Oficina: Tendrá un tamaño de 6 m². En esta zona se encuentra la parte de administración de la Tienda naturista con sus correspondientes facturas, archivos, libros contables en el desarrollo de sus procesos de gestión.
- Consultorio: tendrá una extensión de 5 m², destinada para que el médico especializado en medicina alternativa pueda revisar y recomendar los productos adecuados para cada patología.
- Área de almacenamiento: tendrá un tamaño de 10 m², con el fin de mantener en orden y en condiciones adecuadas los medicamentos y productos naturistas manteniendo las características de calidad.
- Sala de espera: tendrá una amplitud de 8 m², con el propósito de brindar un espacio donde los clientes puedan esperar ya sea por una consulta o por pedido de productos de la tienda naturista.

- Baño: tendrá un tamaño de 3 m², el cual estará a disposición de clientes y colaboradores de la tienda naturista.

Imagen 7

Distribución interna de la tienda naturista



Ficha Técnica

Tabla 21

Sistema digestivo

	
Nombre del producto	NUTRALAX
Descripción del producto	Es una fórmula que promueve los movimientos peristálticos del intestino mejorando la evacuación en procesos de estreñimiento. Envase blanco con tapa en polipropileno blanca.
Ingredientes	Polvo de fruto de la uva roja, Cristal de sábila, pectina de manzana, polvo de raíz de regaliz, aceite esencial de hinojo.
Cantidad	Envase farmacéutico en PEAD blanco con tapa en propileno blanca por 30 cápsulas blandas. Blíster por 10 cápsulas en caja de cartón legalizada, por 3 blíster.
Almacenamiento	Se debe mantener en lugar fresco y seco.
Vida útil	2 años.
Uso sugerido:	Tomar 1 cápsulas blanda al día, antes de acostarse.

Imagen 8

	
Nombre del producto	PROBIÓTICOS y PREBIÓTICOS
Descripción del producto	Las cantidades de microorganismos suficientes que, tomados en la forma recomendada, mantiene el intestino sano, restablece la flora intestinal para lograr el equilibrio necesario y tener una buena salud.
Ingredientes	Complejo B, vitamina K, Psyllium al 100%.

Características	Caja preimpresa por 60 sachet. Unidad en sachet por 20 gramos color verde.
Almacenamiento	Se debe mantener en lugar fresco y seco.
Vida útil	2 años.
Uso:	Adultos digeridos directamente a la boca de manera pausada para sugerido no perder las propiedades, una vez al día.

Sistema inmunológico

	
Nombre del producto	DEFENSE
Registro sanitario	SD2013-0002758
Descripción del producto	Es una fórmula que promueve las defensas del organismo, ayudando a protegerlo de virus, bacterias y hongos.
Ingredientes	Calostro bovino, Hongo reishi, Ashwaganda, Cordiceps sinesis, Shiitake, Maitake.
Cantidad	Caja plegalizada con 6 blister, cada blister con 10 cápsulas duras, para un total de 60 cápsulas duras.
Almacenamiento	Se debe mantener en lugar fresco y seco.
Vida util	2 años.
Uso sugerido:	Consumir dos (2) cápsulas duras al día, 1 cada 12 horas, con las comidas, con abundante agua.

Imagen 9

	
Nombre del producto	MITRUM VIT
Registro sanitario	SD2014-0003156

Descripción del producto	Formulación que contiene todas las vitaminas y minerales necesarios para el buen funcionamiento del cuerpo humano. Contiene todo un grupo de nutrientes y antioxidantes beneficiosos, para la prevención de los distintos tipos de cáncer y de muchas más enfermedades. Frasco de color azul, tapa blanca.
Ingredientes	Vitamin A, C, D, E, K, B1, B2, Niacina, Vitamina B6 Ácido fólico, Vitamin B12, Biotina, Ácido pantoténico, Yodo, Calcio, Hierro, magnesio, Zinc, Selenio, vanadio, níquel, boro.
Cantidad	Frasco por ciento veinte (120) Softgels
Almacenamiento	Se debe mantener en lugar fresco y seco.
Vida útil	2 años.
Uso sugerido:	Adultos, (1) softgels al día como suplemento nutricional

Belleza

	
Nombre del producto	TOP COLLAGEN
Registro sanitario	SD2012 – 0002340
Descripción del producto	Contiene de forma pura el procolágeno, en concentración y peso molecular adecuados, que permite su fácil absorción, con los aminoácidos y otros componentes necesarios para estimular a las células de los diferentes tejidos a sintetizar el colágeno necesario. Además, este producto contiene las vitaminas del complejo B y ácido ascórbico. Botella color beige con copa para consumo.
Ingredientes	Collagen hidrolizado, niacin, pantothenic acid, vitamina B6, B2, B1, B12, Biotin, Ascorbic acid, paba, inositol, aloe vera, Green tea.
Cantidad	Botella por 960 ml. 32 servicios.
Almacenamiento	Se debe mantener en lugar fresco y seco.
Vida útil	2 años.
Uso sugerido:	Adultos, en la noche, separados de alimentos tomar dos (2) cucharadas (30 ml.) al día.

	
Nombre del producto	SIMPLY CLEAN
Registro sanitario	R.S. NSOC 79496-17CO
Descripción del producto	Determina un mejoramiento de la piel grasosa y de la tendencia al acné. Después de 2 y 4 semanas de uso, se podrá notar una disminución del contenido de sebo en la piel y una disminución en el tamaño de las dimensiones de los poros.
Ingredientes	Prunus Amygdalus Dulcis (Aceite de almendra dulce), Bisabolol (and) Farnesol (principio activo del aceite esencial de la flor de manzanilla), Anthemis Nobilis Flower Oil (Aceite volátil destilado de las cabezas de las flores secas de la manzanilla), Lavandula.
Cantidad	Frasco por 60 perlas.
Almacenamiento	Se debe mantener en lugar fresco y seco.
Vida útil	2 años.
Uso sugerido:	Aplicar en la piel antes de acostarse, preferiblemente con la piel limpia.

Imagen 10

Osteoarticular

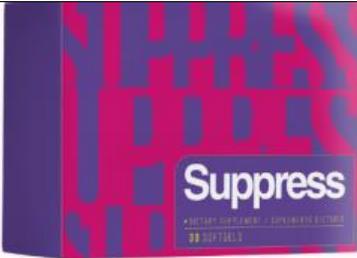
	
Nombre del producto	GLUCOSAMINA Y CONDROITINA
Registro sanitario	2008M- 0008295

Descripción del producto	La Condroitina se encuentra en alta concentración en los cartílagos que rodean las articulaciones, promoviendo una buena lubricación de las mismas. La Condroitina trabaja junto con la Glucosamina para proveer colágeno y otros componentes que ayudan a construir los cartílagos.
Ingredientes	Glucosamina de 500mg, condroitina de 400mg
Cantidad	Frasco por 60 y 100 cápsulas.
Almacenamiento	Se debe mantener en lugar fresco y seco.
Vida útil	2 años.
Uso sugerido:	Adultos, tomar una (1) cápsula tres (3) veces al día preferiblemente con comidas.

	
Nombre del producto	CORAL CALCIUM + VITAM D3
Registro sanitario	SD2009-0001035
Descripción del producto	Concentración 1.000mg de coral calcium + Vitamin D, tarro color azul, tapa blanca.
Ingredientes	Calcio de coral marino, vitamina D3, Vitamina E, Vitamina C, fósforo, magnesio, yodo, plata, zinc, selenium.
Cantidad	60 softgels.
Almacenamiento	Se debe mantener en lugar fresco y seco.
Vida útil	2 años.
Uso sugerido:	Adultos digeridos directamente a la boca de manera pausada para no perder las propiedades, una vez al día.

Imagen 11

Figura

	
Nombre del producto	SUPPRESS
Registro sanitario	SD2014-0003311
Descripción del producto	Es una fórmula para el control del peso, lo pueden tomar personas con poca actividad física, recupera el tono muscular y activa el metabolismo. Caja plegada color morado.
Ingredientes	Frambuesa, dolichos purpurea, L-tirosina, Ácido linoleico.
Cantidad	Caja plegadiza con 2,4 blísteres, con 15 cápsulas duras en c/ blíster, para un total de 30 cápsulas blandas.
Almacenamiento	Se debe mantener en lugar fresco y seco.
Vida útil	2 años.
Uso sugerido:	Tomar 1 comprimido media hora antes del almuerzo y cena. 2 diarias.

	
Nombre del producto	GARCINIA
Registro sanitario	SD2015 – 0003538
Descripción del producto	Es una fórmula para el control del peso, lo pueden tomar personas con poca actividad física, recupera el tono muscular y activa el metabolismo. Caja plegada color morado.
Ingredientes	Frambuesa, dolichos purpurea, L-tirosina, Ácido linoleico.
Cantidad	Caja plegadiza con 2,4 blísteres, con 15 cápsulas duras en c/ blíster, para un total de 30 cápsulas blandas.
Almacenamiento	Se debe mantener en lugar fresco y seco.
Vida útil	2 años.

Uso sugerido:	Adultos, tomar una (1) softgels dos (2) veces al día, con las comidas.
----------------------	--

Imagen 12

Suplemento

	
Nombre del producto	ISO WHEY
Descripción del producto	100% proteína aislada e hidrolizada de suero (whey protein isolate)
Ingredientes	Proteína Aislada de Suero, Proteína Hidrolizada de Suero, Sabor Natural Vainilla, Polvo de Lecitina de Soya, Sabor Crema Vainilla, Goma Xantana, Dióxido de Silicio, Amilasa, Polvo de Papaína NF, Cloruro de Sodio, Sucralosa, Acesulfame Potásico.
Cantidad	4,5 LB (2040 gr), 60 servicios, 2,1 LB (952 GR) 28 servicios, 1,1 LB (510GR) 15 servicios, Caja x 12 sachet.
Almacenamiento	Se debe mantener en lugar fresco y seco.
Vida útil	2 años.
Uso sugerido:	Adultos solamente. Mezcle una porción (3 Dosificadores) en agua fría o leche descremada en un vaso de vidrio o agitador. Utilice entre las comidas principales antes o después del ejercicio. Para obtener mejores resultados, consumir una porción entre comidas y después del ejercicio

 <p>NATURSALUD SANA</p> <p>"Haz que cada luz natural cuente"</p>	
Nombre del producto	CRETINA
Descripción del producto	Micronizada creatina monohidratada, frasco naranja con tapa gris.
Ingredientes	Creatina
Cantidad	3000 mg, 100 servicios.
Almacenamiento	Se debe mantener en lugar fresco y seco.
Vida útil	2 años.
Uso sugerido:	Adultos Solamente. Mezclar el contenido de un (1) dosificador (equivalente a 3 gramos) que viene en el interior del recipiente con 250 ml de agua. No exceder el consumo de una (1) porción por día.

Imagen 13

Diagrama de flujo proceso de comercialización de productos naturales.

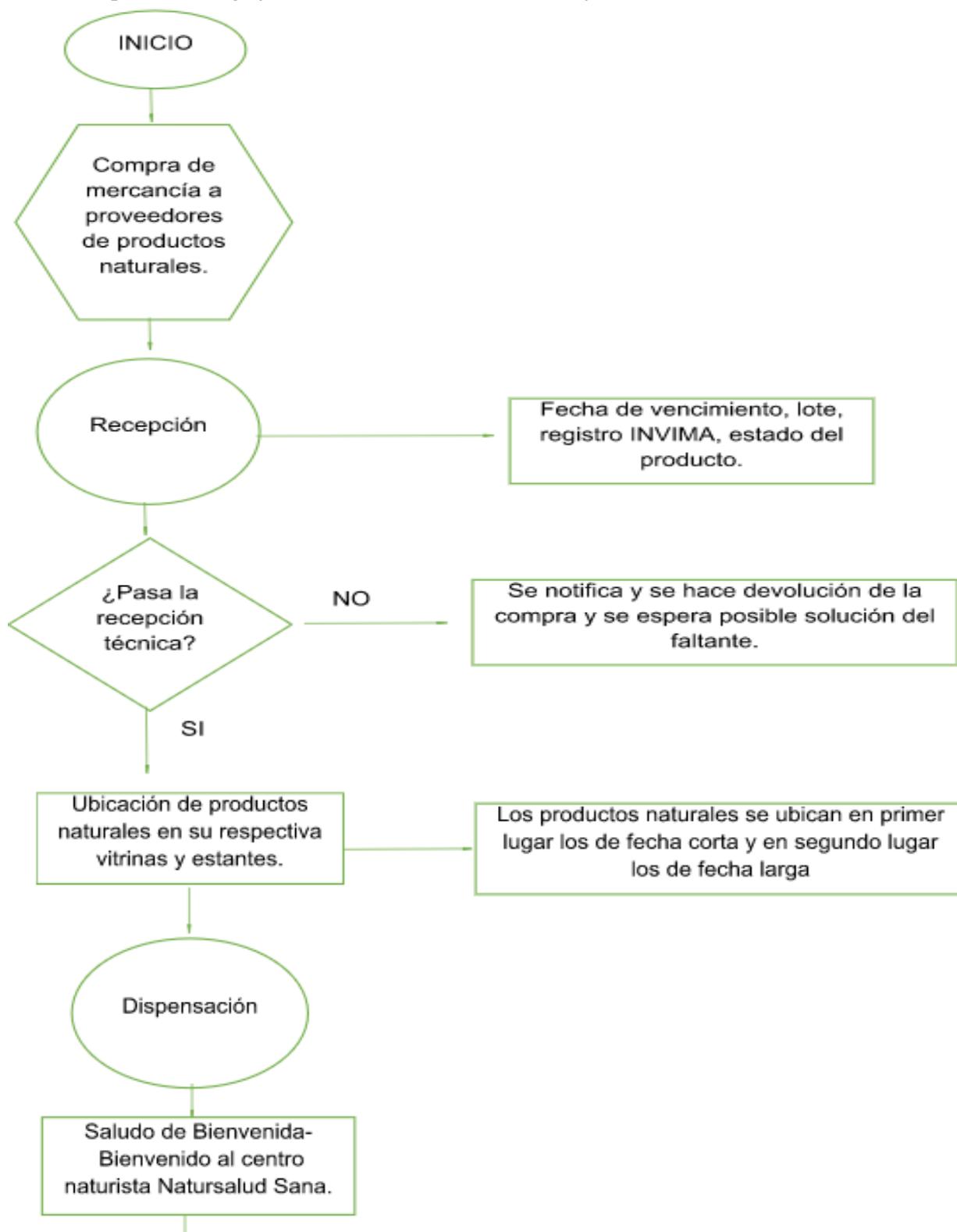
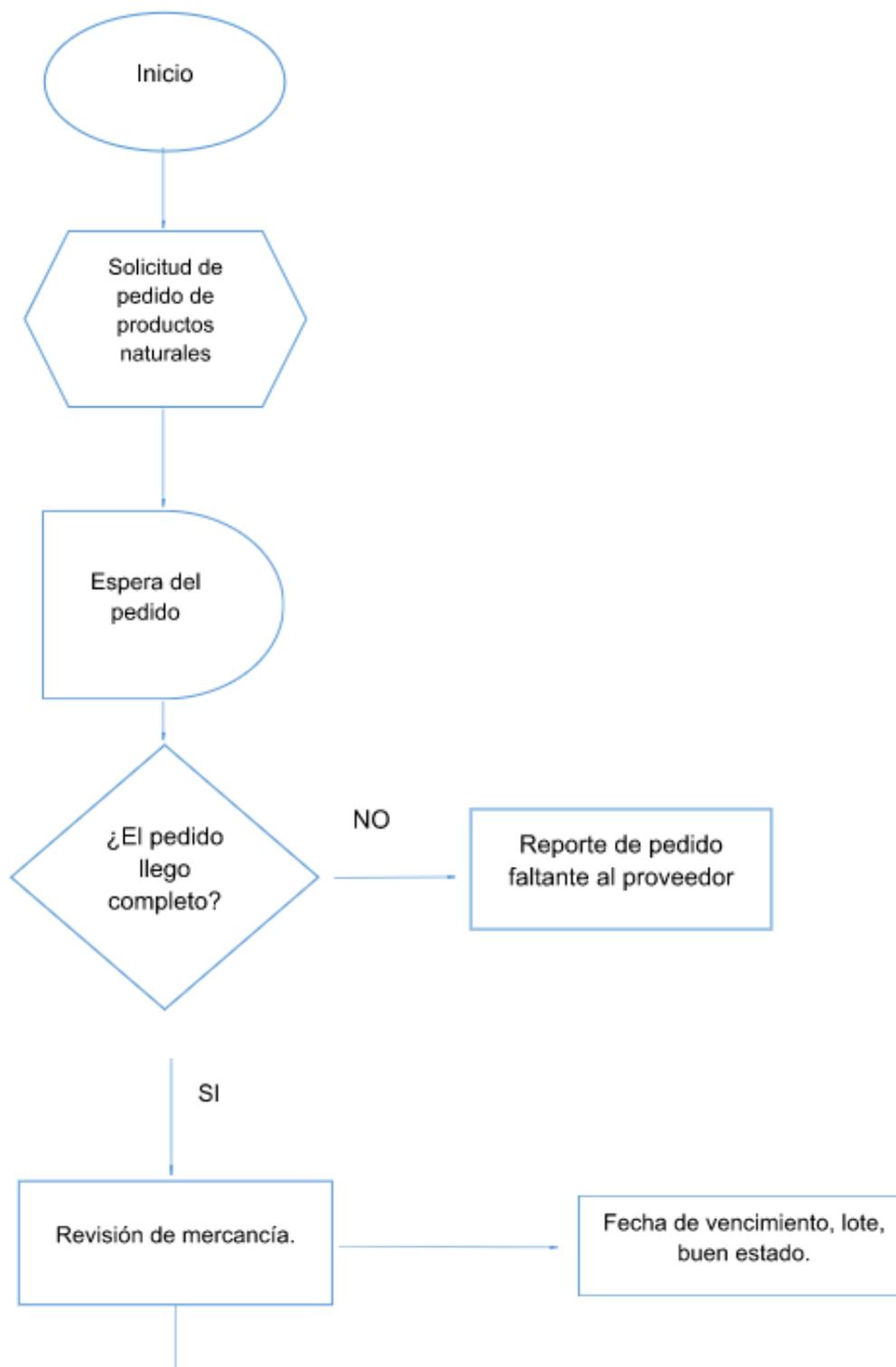
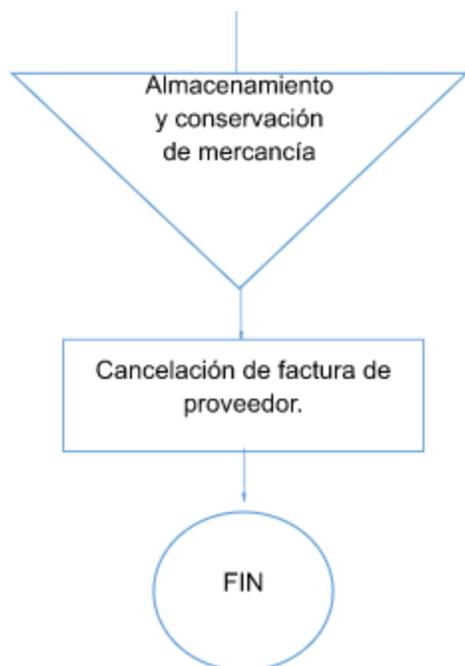




Imagen 14

Diagrama de flujo de proceso de compras.





Conclusiones del Estudio Técnico

Se concluye que desde la factibilidad técnica la creación de una nueva tienda naturista en el municipio del Tambo Cauca es óptima porque el proceso de comercialización y compra garantizará la mejora en el tiempo para conseguir los productos naturistas cuando el cliente los necesite. Por otro lado, los proveedores que se identifican para la compra de muebles, enseres y equipos de oficina, así como los productos naturales que van a ser comercializados en la tienda naturista, son certificados por calidad y confiabilidad en la compra y venta de estos bienes. Por su trayectoria y reconocimiento en el mercado.

Del mismo modo, la ubicación de la nueva tienda naturista corresponde a un sector residencial, donde convergen vías de acceso convenientes, así como la cercanía a diversos tipos de establecimientos comerciales y de orden público; Por tal razón, hay gran acceso a los servicios públicos y a una gran cantidad de personas alrededor de la zona.

Estudio Legal

Tipo de sociedad a constituir

Se pretende crear mediante “Sociedad por acciones simplificada”. La ley 1258 de 2008 de diciembre de 2008, ofrece la posibilidad de constituir las sociedades por acciones simplificadas, estableciendo una regulación flexible que permite a los accionistas asociados estipular condiciones bajo las cuales se agregan sus relaciones.

Se crea mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el registro mercantil en la cámara de comercio del Cauca. Para registrar la empresa se hará por medio de una escritura privada lo cual ahorra tiempo y dinero a la empresa.

Se constituye por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Esta característica permite limitación de responsabilidad, estos no son obligados a temas laborales, tributarias o cualquier tema que incurra en la sociedad.

Su naturaleza siempre será comercial, independiente de las actividades imprevistas en su objeto social. En el artículo 3 de la ley 1258 de 2008 establece que las SAS serán de carácter comercial independientemente de su objeto social, lo cual suprime la dicotomía en el derecho privado.

Las acciones y demás valores que emitan en la SAS no podrán inscribirse en el registro nacional de valores y emisores, no podrán negociar en la bolsa.

Libertad para concertar las normas que más se ajustan a la tienda naturista.

Capital social y número de empleados

Las sociedades por acciones simplificadas (S.A.S) se pueden inscribir con cualquier monto de capital social (inferior o superior a los 500 salarios mínimos, que era el tope del que

hablaba la ley 1014 de 2006) y con el número de empleados que necesite, sin ningún problema. Para el caso de la Tienda naturista se tendrá 3 empleados (2 directos y 1 indirecto).

Número de accionistas

Las sociedades por acciones simplificadas (S.A.S) se pueden constituir y funcionar a partir de dos o varios accionistas, bien sea persona natural o jurídica, como indica el artículo 1. Para la creación de la tienda naturista se cuenta con dos accionistas.

Procedimientos para conformar la empresa

Copia del documento de constitución, Debe anexar PRE-RUT y el formulario RUES para la matrícula mercantil. Debe anexar el formulario DRF 14 (formulario adicional de registro con otras entidades de comercio del cauca.

Formato de declaración de situación de control diligenciado por el accionista único persona natural.

ingresando a www.ccauca.org.co

Imagen 15

Consulta de nombre

The screenshot shows the RUES website interface. At the top, there is a navigation bar with links: 'ades', 'Consulta Beneficio a Empresarios', 'Guía de Usuario Público', 'Guía de Usuario Registrado', 'Cámaras de Comercio', '¿Qué es el RUES?', and 'Acceso privado'. On the left side, there is a sidebar menu with options: 'Inicio', 'Registros', 'Estado de su Trámite', 'Cámaras de Comercio', 'Consulta Tratamiento', 'Datos Personales', 'Formatos CAE', 'Recaudo Impuesto de', and 'Registro'. The main content area features a banner with a woman's image and text about the RUES update. Below the banner, there is a search section titled 'Realice su consulta empresarial o social'. It contains two input fields: one with the text 'natura salud sana' and a search icon, and another labeled 'Número de Identificación' with a search icon. Below the search fields, there is a message: 'Info La consulta por Nombre no ha retornado resultados'.

Se pudo evidenciar que no se encontró homonimia de la razón social.

El código de comercio, en su artículo 35 prohíbe a las cámaras de comercio matricular

sociedades o establecimientos con el mismo número de otros ya inscritos.

Radicación de documentos

Los anteriores documentos deben radicarse en caja, en donde nos informarán los derechos de inscripción, el impuesto de ingreso (ley 223 de 1995 y decreto reglamentario 650 de 1996 y los derechos de matrícula).

Requisitos Para Constituir La S.A.S

- I. Nombre y domicilio de los accionistas.
Erika Valentina Navia Navia, Lomas de Granada, Popayán.
Marian Yulieth Meneses Astudillo, El placer, Tambo Cauca.
- II. Razón social o denominación de la sociedad.
NaturSalud Sana S.A.S
- III. Domicilio principal de la sociedad.
Parque central del municipio de El Tambo Cauca.
- IV. Término de duración.
NaturSalud Sana S.A.S, tendrá una duración indefinida a partir de su inscripción.
- V. Actividad principal. Código de actividad # 04773 comercio al por menor de productos farmacéuticos medicinales, cosméticos y artículos de tocador en establecimientos especializados.
- VI. Pagar el valor de los derechos de inscripción y matrícula mercantil de la empresa y el establecimiento de comercio.
- VII. La forma de administración y el nombre, documento de identidad se designará un representante legal.
- VIII. Realizar los trámites de seguridad laboral e industrial, antes las entidades promotoras de salud, cajas de compensación familiar y Ministerio de Trabajo.

Otros trámites de legalización

- Para el uso de suelos, se debe gestionar el permiso de ubicación del lugar seleccionado para la comercialización en la alcaldía municipal del municipio de El Tambo, dirigirse a la oficina de secretaría de planeación para el trámite.
- En la cámara y comercio del Cauca se hace el registro mercantil donde se verifica que no exista el mismo nombre, se diligencia los documentos de registro y se pagan los derechos de inscripción según el valor de los activos con los que se inicia.
- Ir a la oficina del cuerpo de bomberos del municipio de El Tambo, donde se hace el seguimiento sobre las condiciones de seguridad y salud en el trabajo. Identificando las normas de seguridad industrial que deben cumplirse en la empresa.

Tabla 22
Reglamentación de tiendas naturistas. Ministerios de protección social

Normatividad	Objeto
Ley 9 de 1979	Establece las normas sanitarias para la prevención y control de los agentes biológicos, físicos o químicos que alteran las características del ambiente.
Ley 1164 de 2007	Establece las disposiciones relacionadas con los procesos de planeación, formación, vigilancia y control del ejercicio, desempeño y ética del Talento Humano.
Decreto 677 de 1995	Por el cual se reglamenta parcialmente el Régimen de Registros y Licencias, el Control de Calidad, así como el Régimen de Vigilancia Sanitaria de Medicamentos, Cosméticos, Preparaciones Farmacéuticas a base de Recursos Naturales, Productos de Aseo, Higiene y Limpieza y otros productos de uso doméstico y se dictan otras disposiciones sobre la materia.
Decreto 337 de 1998	Por el cual se dictan disposiciones sobre recursos naturales utilizados en preparaciones farmacéuticas, y se amplía el plazo establecido
Decreto 612 de 2000	Por el cual se reglamenta parcialmente el régimen de registros sanitarios automáticos o inmediatos y se dictan otras disposiciones.
Decreto 2266 de 2004	Por el cual se reglamentan los regímenes de registros sanitarios, y de vigilancia y control sanitario y publicidad de los productos fitoterapéuticos.

Decreto 1737 de 2005 Por el cual se reglamenta la preparación, distribución, dispensación, comercialización, etiquetado, rotulado y empaque de los medicamentos homeopáticos magistrales y oficinales y se dictan otras disposiciones

Tabla 23

Normatividad de operatividad tienda naturista

Norma	Objetivo
Decreto 2200 de 2005	Por el medio del cual se reglamenta el servicio farmacéutico y se dictan otras disposiciones.
Resolución 1403 de 2007	Determina los criterios administrativos y técnicos generales del servicio farmacéutico y adopta el manual para su funcionamiento.
Resolución 126 de 2009	Establece las condiciones esenciales para la apertura, funcionamiento, vigilancia y control sanitario de las tiendas naturales naturistas los productos que en dichos establecimientos se pueden vender y se dictan otras disposiciones
Ley 212 de 1995	Por la cual se reglamenta la profesión de Químico Farmacéutico y se dictan otras disposiciones.

Ley 485 de 1998	Por medio del cual se reglamenta la profesión de tecnólogo en regencia de farmacia y se dictan otras disposiciones
Decreto 3050 de 2005	Por el cual se reglamenta el expendio de medicamentos
Decreto 2266 de 2004	Por el cual se reglamentan los regímenes de registros sanitarios, vigilancia y control sanitario y publicidad de los productos fitoterapéuticos.
Decreto 1737 de 2005	Por el cual se reglamenta la preparación, distribución, dispensación, comercialización, etiquetado, rotulado y 94 empaque de los medicamentos homeopáticos magistrales y oficinales y se dictan otras disposiciones.
Decreto 3554 de 2004	Por el cual se regula el régimen de registro sanitario, vigilancia y control sanitario de los medicamentos homeopáticos para uso humano y se dictan otras disposiciones.
Decreto 677 de 1995	Por el cual se reglamenta parcialmente el régimen de registros y licencias, el control de calidad, así como el régimen de vigilancia sanitaria de medicamentos, cosméticos, preparaciones farmacéuticas a base de productos naturales, productos de aseo, higiene y limpieza y otros productos de uso doméstico y se dictan otras disposiciones.

Decreto 337 de 1998	Por el cual se dictan disposiciones sobre recursos naturales utilizados en preparaciones farmacéuticas, y se amplía el plazo establecido en el artículo 1 del decreto 341 de 1997.
Resolución 5107 de 2005	Por el cual se adopta el instrumento de verificación de cumplimiento de condiciones sanitarias para los laboratorios que elaboren productos fitoterapéuticos.
Resolución 4320 de 2004	Por la cual se reglamenta la publicidad de los medicamentos y producto Fitoterapéutico de venta sin prescripción facultativa o de venta libre.
Resolución 3131 de 1998	Por el cual se adopta el manual de buenas prácticas de manufactura de productos farmacéuticos con base en recursos naturales vigentes.
Ley 9 de 1979	Para la protección del medio ambiente establece que todos los establecimientos de comercio deben cumplir con unas condiciones sanitarias, y de infraestructura mínimas, para su funcionamiento. Los procedimientos y las medidas que se deben adoptar para la regulación, legalización y control de los descargos de residuos y materiales que afectan o pueden afectar las condiciones sanitarias del Ambiente.

Ley 100 de 1993	Por la cual se crea el sistema de seguridad social integral y se dictan otras disposiciones.
Resolución 371 de 2009	Por la cual se establecen los elementos que deben ser considerados en los planes de gestión de devolución de productos pos consumo o vencidos.
Ley 232 de 1995	Por medio de la cual se dictan las normas para el funcionamiento de los establecimientos comerciales

Conclusión Estudio Legal

Se puede concluir que el tipo de sociedad que se eligió para la tienda Naturista es factible debido a los beneficios encontrados anteriormente donde permite obtener beneficios tributarios importantes para la empresa. Al realizar y cumplir con los requisitos establecidos por sociedades por acciones simplificadas SAS, se puede operar sin ningún problema.

Por otra parte, es de gran ayuda saber las normas establecidas para el funcionamiento de la empresa, aportando conocimiento de las obligaciones, los permisos y como se debe operar en las instalaciones de la empresa. De igual forma se tiene en cuenta que el vendedor asignado tendrá sus respectivos materiales de apoyo que le ayudarán a conocer la medicina alternativa dando seguridad y confianza a este gran servicio.

Estudio Organizacional

Direccionamiento estratégico

La creación de la tienda naturista ubicada en el municipio de El Tambo Cauca, tiene como nombre comercial “Natursalud Sana”.

Se realizó consulta de nombre comercial en la página RUES, en donde se verificó que el nombre asignado a la tienda naturista “Natursalud Sana” no se encuentra homonimia alguna. Por tal motivo se deja nombre comercial y se evidencia la consulta.

Imagen 16

Registro de nombre comercial



Fuente: RUES (Registro único empresarial) <https://www.rues.org.co/>

Misión

NATURSALUD SANA propone brindar profesionalismo, calidad, orientación en servicio y venta de productos naturales para mantener su salud de manera íntegra y segura, creando vínculo permanente entre los clientes. Esto gracias a calidad de servicio y precios.

Visión

La tienda naturista NATURSALUD SANA busca posicionarse como la mejor tienda naturista del municipio de El Tambo Cauca. Siendo reconocidos por el conocimiento, asesoría de los vendedores, perseverancia y calidad.

Valores corporativos

Innovación: Ofrecemos a las personas del municipio de El Tambo Cauca, equipo computarizado capaz de observar la funcionalidad de los diferentes sistemas del cuerpo humano, además de eso se busca crear una comunidad con interés en la medicina natural para construir una base de datos de clientes fieles que conviertan la tienda naturista en el destino principal de sus compras.

Excelencia: exigir nuevos conocimientos, aprovechar la creatividad, liderar con visión y alcanzar el éxito mediante el talento de las personas.

Claridad: tener claridad en todo se logra la productividad. El personal de la empresa debe mirar hacia el mismo lado, todos buscan un objetivo común. Esto ayudará a crecer la empresa.

Honestidad: La conducta recta y honrada conlleva actuar con la verdad, esto ayuda a tener confianza con el equipo de trabajo y se crea un ambiente sano.

Trabajo en equipo: Valoramos e integramos la diversidad de nuestro talento humano. Se crea empatía con cada uno de nuestros trabajadores.

Tabla 24

Matriz DOFA

Matriz F.O.D.A Centro Naturista Natursalud Sana

FORTALEZA	OPORTUNIDAD
Crecimiento del mercado.	Incremento en el naturalismo en la región
Alta gama de productos innovadores, con nuevas propuestas y ampliación de la actividad de productos.	Escasa competencia en el mercado local.
El Centro Naturista NATURSALUD SANA cuenta con un grupo de médicos profesionales expertos dedicados a la práctica, análisis y evaluación de tratamientos biomédicos, que permitirán tratamientos garantizados.	El poder adquisitivo de los clientes para este tipo de producto.
Amplio portafolio.	Tamaño del Mercado. Deficiencia del sistema de salud.
Precio competitivo.	
DEBILIDADES	AMENAZA
Adquisición de mano de obra calificada. contacto directo de proveedores nacionales.	Pandemia Conflicto armado Reforma tributaria Políticas financieras y comerciales del País.

Objetivos de la Organización

Objetivo a corto plazo

- Incrementar las ventas.
- Fidelizar clientes.
- Alcanzar las ganancias proyectadas
- Minimizar los riesgos de inversión para evitar pérdida.

Objetivo a mediano plazo

- Maximizar las ganancias anuales para generar alianzas estratégicas y ampliar la oferta de productos y servicios de la organización.

- Crecer como empresa para lograr el incremento de personal.
Objetivo a largo plazo
- Expandirse a un nuevo mercado como estrategia y asegurar la permanencia de la empresa.

Imagen Corporativa

Imagen 17
Logo Natursalud Sana



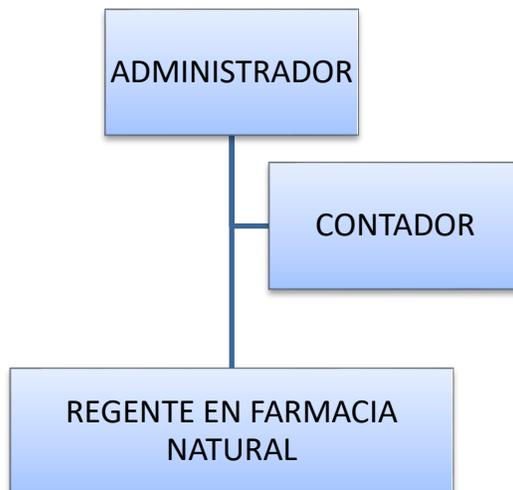
Eslogan

"Haz que cada luz natural cuente"

Organigrama

La estructura organizacional propuesta para la creación de la tienda naturista Natursalud Sana, se presenta a continuación:

Imagen 18
Organigrama Natursalud Sana.



Es evidente mencionar que el tipo de estructura propuesta para la creación de la tienda naturista “Natursalud Sana” es de tipo funcional donde existen dos niveles jerárquicos, el mayor rango posee el cargo de administrador de la tienda naturista por ser profesional con experiencia teniendo autoridad sobre el cargo de auxiliar de ventas. El cargo de administrador y vendedor están por prestaciones sociales, el contador esta por honorarios.

De acuerdo con el organigrama se establecen roles, perfil y funciones.

Descripción De Funciones Para Cada Cargo

Tabla 25
Funciones Administrador

1.IDENTIFICACIÓN	
Nombre del Cargo	Administrador
Sexo	Es indiferente
Edad	Preferiblemente entre 20 y 45 años
Localización / Ciudad	El Tambo Cauca
Departamento / Área	Administrativo
Cargo Superior inmediato	NA
Fecha de actualización	Octubre de 2022

Asignación salarial		1.800.000 + Prestaciones de ley + aux de transp.			
Fecha de actualización		Contrato de trabajo a termino indefinido			
2. RELACIONES DE TRABAJO					
Contactos	¿Con quién?	¿Para Qué?	Frecuencia		
			Permanente	Ocasional	Esporádica
Relaciones externas	Cientes externos	Orientar y atender solicitudes		X	
Relaciones internas	Cientes internos de otras dependencias	Solicitar información	X		
		Resolver problemas			
3. MISIÓN/ OBJETIVO DEL CARGO					
DIMENSIONES PERSONALES:		Inteligencia emocional: Comunicación, escucha, orientación a Cliente, tolerancia a la presión, flexibilidad, autocontrol, empatía			
4. FUNCIONES /ACTIVIDADES					
Funciones / actividades				Periodicidad	
Toma de decisiones organizaciones y financieras				Mensual	
Fijar objetivos y metas de la empresa.				Mensual	
Establecer y controlar normas y políticas				Mensual	
Evaluar desempeño de cada departamento.				Mensual	
Realizar informes estadísticos de ventas				Mensual	
Verificar cumplimiento de normas y políticas.				Mensual	
Formular estrategias para la organización.				Mensual	
Autorizar Compras.				Mensual	
Gestionar adecuadamente los recursos.				Mensual	
Negociar con proveedores				Mensual	
Da a conocer las promociones especiales				Mensual	
Verificar el cumplimiento de las funciones de los departamentos de ventas.				Mensual	
Vigilancia y control sanitario				Diario	
Proponer metas a corto y largo plazo para el crecimiento de la empresa				Mensual	
Revisar y verificar compras, devoluciones, descuentos y venta de productos naturales.				Mensual	
Velar por los procesos y si es el caso modificarlos para un mejor servicio con el cliente.				Mensual	
5. NATURALEZA DE LA RESPONSABILIDAD					
Decisiones que se toman por sí mismo		Las decisiones que se toman se basan en instrucciones específicas y guías de acción a nivel operativo			
Decisiones que se toman consultando al superior inmediato		El cargo no ejerce supervisión, recibe supervisión general de manera directa y constante			

Solución de situaciones complejas	No aplica			
6. COMPETENCIAS				
Competencias	Descripción	NIVEL		
		A	B	C
Conductuales	Orientación al cliente		X	
	Crear un puente entre la empresa y el cliente		X	
	Resolución de dificultades	X		
	Seguimiento y atención a cartera de clientes	X		
	Establecimiento de un plan de ventas	X		
Corporativas	Comunicación	X		
	Integridad	X		
	Orientación al logro	X		
	Relaciones Interpersonales	X		
	Organización	X		
Puesto de trabajo	Comunicación escrita	X		
	Recepción de llamadas		X	
	Registro de clientes en la base de datos	X		
COMPÉTENCIAS TÉCNICAS	Educación:	Profesional en el área de las ciencias empresariales o carrera afines		
	Formación	Acreditada o demostrada en profesional en administrativo, atención al cliente, herramientas ofimáticas.		
	Impacto y empatía Alta	Se preocupa por su presentación personal y por proyectar una actitud amable y cordial generando aceptación y confianza en los clientes internos y externos .		
	Habilidad en el manejo de equipos Alto	Conocimiento en manejo de equipos telefónicos y herramientas de oficina como fax, computador, scanner, email, redes sociales y da muestras de habilidades y destrezas para su manejo		
	Habilidad tecnológica Alto	Conocimiento para manejar programas del Sistema Office: Word, Excel, entre otros, requeridos para la elaboración y presentación de informes y documentos internos y/o externos propios de su gestión		
	Experiencia	Un año en cargos afines		

7. OBSERVACIONES	
Estabilidad emocional, dinámica y flexible y trabajo en equipo	
8. APROBACIÓN	
Representante Legal	
Tienda naturista	

Tabla 26
Funciones Auxiliar de ventas.

1. IDENTIFICACIÓN					
Nombre del Cargo		Regente de farmacia naturista			
Sexo		Es indiferente			
Edad		Preferiblemente entre 20 y 45 años			
Localización / Ciudad		El Tambo Cauca			
Departamento / Área		Comercial			
Cargo Superior inmediato		Administrador			
Fecha de actualización		Octubre de 2022			
Asignación salarial		1.000.000 más prestaciones sociales + aux de transporte			
Fecha de actualización		Contrato de trabajo a término indefinido			
2. RELACIONES DE TRABAJO					
Contactos	¿Con quién?	¿Para Qué?	Frecuencia		
			Permanente	Ocasional	Esporádica
Relaciones externas	Clientes externos	Orientar y atender solicitudes	X		
Relaciones internas	Clientes internos de otras dependencias	Solicitar información		X	
		Resolver problemas			
3. MISIÓN/ OBJETIVO DEL CARGO					
DIMENSIONES PERSONALES:		Inteligencia emocional: Comunicación, escucha, orientación a Cliente, tolerancia a la presión, flexibilidad, autocontrol, empatía			
4. FUNCIONES /ACTIVIDADES					
Funciones / actividades				Periodicidad	
Mantener el óptimo control de la mercancía que ingresa dentro de la empresa.				Diario	
Llevar kardes de productos				Diario	

Bitacora de fechas de vencimientos	Mensual
Actualización de planilla de recepción técnica de mercancía	Mensual
Brindar fórmula de consumo a los clientes.	Mensual
Ofrecer servicio de alto nivel al cliente y aumentar el crecimiento de venta.	Mensual
Funcionamiento de tienda naturistas	Mensual
Despachar los medicamentos prescritos al paciente	Diario
llevar un registro de el o los medicamentos de uso delicado suministrados a los pacientes, esto con la finalidad de que el paciente reciba el tratamiento y dosis adecuada en el tiempo determinado por su doctor.	Diario
Asesorar a los pacientes sobre los medicamentos de venta libre	Mensual
Puede indicar algún medicamento de venta libre y asesorar a qué especialista puede acudir.	Diario
Garantizar el correcto almacenamiento de productos farmacéuticos	Mensual
Mantenerse en constante estudio para estar actualizado en cuanto a los avances tecnológicos en el área de medicamentos y nuevos tratamientos.	Mensual

5. NATURALEZA DE LA RESPONSABILIDAD

Decisiones que se toman por sí mismo	Las decisiones que se toman se basan en instrucciones específicas y guías de acción a nivel operativo
Decisiones que se toman consultando al superior inmediato	El cargo ejerce supervisión por parte del administrador, recibe supervisión general de manera directa y constante
Solución de situaciones complejas	Dar solución a problemas referentes a farmacología

6. COMPETENCIAS

Competencias	Descripción	NIVEL		
		A	B	C
Conductuales	Orientación al cliente	X		
	Crear un puente entre la empresa y el cliente	X		
	Resolución de dificultades		X	
	Seguimiento y atención a cartera de clientes			X
	Establecimiento de un plan de ventas		X	
Corporativas	Comunicación	X		
	Integridad	X		
	Orientación al logro	X		
	Relaciones Interpersonales	X		

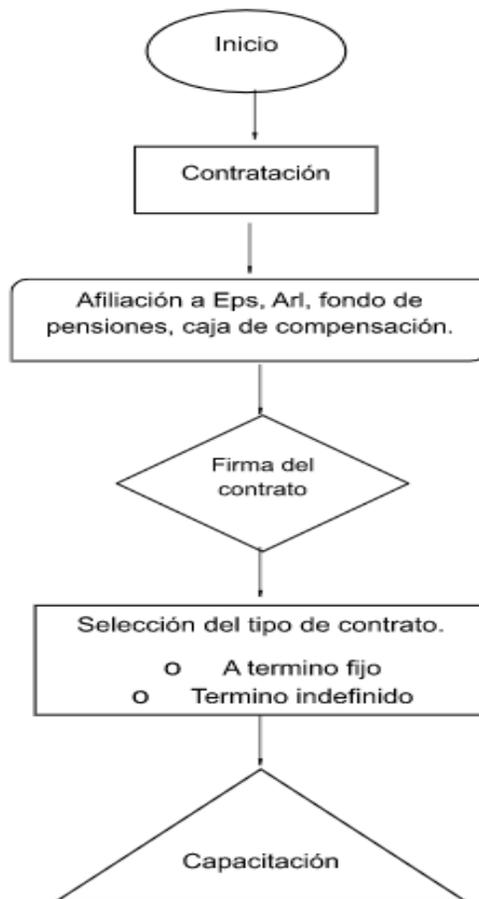
	Organización	X		
Puesto de trabajo	Comunicación escrita	X		
	Recepción de llamadas	X		
	Registro de clientes en la base de datos	X		
	Educación:	Profesional en el área de la salud, regente de farmacia, o carrera afines		
Formación	Acreditada o demostrada en profesional en atención al cliente, herramientas ofimáticas, regente de farmacia, diplomado en farmacología natural			
Impacto y empatía Alta	Se preocupa por su presentación personal y por proyectar una actitud amable y cordial generando aceptación y confianza en los clientes internos y externos .			
Habilidad en el manejo de equipos Alto	Conocimiento en manejo de equipos telefónicos y herramientas de oficina como fax, computador, scanner, email, redes sociales y da muestras de habilidades y destrezas para su manejo			
Habilidad tecnológica Alto	Conocimiento para manejar programas del Sistema Office: Word, Excel, entre otros, requeridos para la elaboración y presentación de informes y documentos internos y/o externos propios de su gestión			
COMPÈTENCIAS TÉCNICAS	Experiencia	Un año en cargos afines		
7. OBSERVACIONES				
Estabilidad emocional, dinámica y flexible y trabajo en equipo				
8. APROBACIÓN				
Representante Legal				
Tienda naturista				

Proceso de selección de personal.

La tienda naturista Natursalud Sana tendrá un proceso de selección de personal que se llevará a cabo de la siguiente manera.

- Publicación de la vacante: la publicación se hará de manera virtual en las redes del municipio de El Tambo Cauca. Con su respectivo requisito para cubrir la vacante disponible.
- Recopilación de hojas de vida: Se reciben hojas de vida de manera virtual y física.
- Selección de hojas de vida: Preselección de hojas de vida de 2 candidatos, identificando cual cumple con los requisitos para selección del puesto.
- Entrevista: Se realiza entre vista a cada uno de las personas seleccionadas analizando su personalidad, aptitudes, pensamientos, presentación personal, conocer un poco al aspirante y resolver dudas según información encontrada en hoja de vida.
- Toma de decisión: el administrador apoyará la selección del personal idóneo para el cargo y realización de contrato laboral.

En el siguiente diagrama de flujo se elabora el proceso de selección para la tienda naturista.

Imagen 19*Diagrama de flujo procesos de selección de personal***Políticas De La Organización**

- a. El encargado administrativo deberá diseñar y mantener la empresa enfocada hacia el mejor servicio y venta de productos naturales.
- b. El encargado de ventas deberá enseñar las diferentes líneas de medicina implementada por la tienda, para satisfacer la necesidad de compra del cliente.
- c. El encargado Administrativo deberá informar cualquier anomalía presentada en el transcurso de su cargo.
- d. Se deberá limitar el máximo de gasto, para cualquier salida de dinero es importante consultar antes de comprar.

- e. Se deberá limitar realizar pedidos que no estén acordes a la necesidad de los clientes.
- f. El auxiliar de ventas mediante su disposición a los clientes, en cualquier inquietud y queja debe informar lo más pronto posible a su jefe para dar solución.
- g. Para presentar permisos, calamidad doméstica o ausencia por cualquier eventualidad se debe informar con tiempo mínimo 8 días de anticipación.
- h. Mantener una adecuada presentación personal durante la jornada laboral.
- i. Ser puntuales al asistir a los compromisos relacionados con el cargo y en los horarios establecidos.

Plan de acción de ventas.

¿Hacia dónde quiere ir?

Naturalidad Sana desea tener un mayor reporte de ventas mensuales ya que las ventas son la base que sustenta el negocio, por tal motivo el plan de acción va destinado al alcance de este gran objetivo

¿En qué tiempo?

Se debe conocer muy bien el mercado objetivo, ¿qué gustos tienen?, ¿qué les llama la atención?, ¿qué es importante para ellos? Para que sea el mismo mercado quien nos dirija que tipo de producto tiene mayor impacto y rotación, Se proyecta a unos 6 meses el alcance del objetivo.

¿A qué tipo de personas va dirigido el plan de acción?

Nuestro mercado objetivo son personas de 25 años en adelante, quienes tienen mayor participación en la compra de productos naturales, bien sea por necesidad, cuidado, gusto.

¿Cómo se hará?

El punto de venta tiene estrategia de venta directa, el cual se dará solución a la necesidad del cliente. Se hará registro de los clientes para tener base de datos, esto nos ayudará a reconocer al público objetivo. Los clientes al tener acceso a nuestra publicidad, información de los beneficios de los productos, atención y eficiencia habrá más interés de compra en las personas.

Reglamento Básico

- a. Facilitar el trabajo de los empleados en condiciones justas y dignas, velamos por que se proteja la intimidad, el honor, la salud mental y la libertad de las personas en el trabajo.
- b. Promover un ambiente de trabajo positivo y armónico para todos.
Tratar a los empleados de la empresa sin discriminación (raza, religión, orientación sexual, nacionalidad).
- c. Ser prudente en el lenguaje y tener modales a la hora de solicitar tareas, corregir o llamar la atención a los colaboradores, dando la oportunidad de explicar y expresar su punto de vista.
- d. Respetar y promover las buenas relaciones entre todos, no fomentar envidias, ni críticas destructivas.
- e. Brindar capacitaciones para el desarrollo personal y profesional.
- f. Brindar al empleado suministros y herramientas necesarias para realizar la labor a desempeñar.
- g. Pagar oportunamente el salario, las prestaciones sociales y demás pagos, según lo expuesto en la ley.
- h. Utilizar los horarios establecidos y respetar el horario de descanso.
- i. Salvaguardar la información que sea recolectada y dar trámite oportuno a las quejas
- j. Realizar las actividades con responsabilidad y bajo los valores de la empresa.

- k. Respetar, preservar y guardar la información confidencial a los que tenga acceso.
- l. Tener presente que se deben utilizar las oficinas, sistemas de información, elementos de trabajo y uso de internet, únicamente para el desempeño de la función.
- m. NO divulgar información privada de la empresa a entes externos o a empleados cuyo cargo no requiera del conocimiento de la misma.
- n. Responder oportunamente y debidamente las llamadas telefónicas o mensajes electrónicos.
- o. Utilizar correctamente los usuarios y contraseñas y mantener confidencialidad de las mismas.

Conclusión Estudio Organizacional

Se pudo concluir que la razón social de la empresa no tiene similitud alguna con ninguna tienda naturista del sector, permitiendo diferenciar y crear nuevos clientes en el mercado.

Es importante mencionar que la información que nos brinda este estudio permite determinar los aspectos, procedimientos, conducta que se debe cumplir y ejecutar por el personal, contribuyendo en el crecimiento de la empresa, evaluando las posibles situaciones que se puedan presentar y el manejo de ellas mismas cumpliendo con el direccionamiento estratégico que se realizó.

La estructura organizacional que se realizó para la tienda naturista NaturSalud Sana es apropiada para satisfacer la necesidad de los clientes ya que se cuenta con auxiliar de ventas con experiencia en medicina natural que se encargará de impulsar y dar a conocer los beneficios de cada producto según la necesidad del cliente.

Evaluación Ambiental

La gestión medioambiental

Según Xoan Pousa (2006), Es el conjunto de acciones encaminadas a lograr la máxima racionalidad en el proceso de decisión relativo a la conservación, defensa, protección y mejora del medio ambiente, basándose en una coordinada información multidisciplinar ciudadana.

Estos son algunos principios de la gestión medioambiental:

Prevención: El control integrado de la contaminación, aplicando un programa regulatorio a todos los temas ambientales, es una forma de prevenir la transferencia de la contaminación de un medio a otro. El monitoreo ambiental debe incluirse en todas las actividades de la comunidad para detectar tempranamente condiciones potencialmente dañinas y prevenir su desarrollo.

Precaución: cuando tenga dudas sobre las consecuencias de una acción en particular, proceda con precaución. Tomar una acción con un impacto ambiental que no conocemos hasta que la evidencia científica definitiva esté disponible puede indicar que es demasiado tarde para prevenir efectos dañinos.

“Quien contamina paga” El responsable de la contaminación también es responsable de los costes públicos asociados a la reparación del daño. Además, deben mejorarse los procesos industriales y los métodos de trabajo para reducir los residuos y la contaminación. Al mismo tiempo, la sociedad debe cuestionar la necesidad de consumir productos de industrias altamente contaminantes.

Cooperación: Todas las personas y organismos afectados por los planes de acción ambiental deberían participar en su desarrollo. Los problemas ambientales no se circunscriben a fronteras locales, regionales o nacionales creadas por el hombre.

El SGMA es la parte del sistema general de gestión que incluye la estructura organizativa, la planificación de las actividades, las responsabilidades, las practicas, los procedimientos, los procesos y los recursos para desarrollar, implantar, llevar a efecto, revisar y mantener el día la política medioambiental. La política medioambiental incluye como uno de sus objetivos, el cumplimiento de la normativa ambiental que afecta a la empresa.

Los compromisos de la empresa al establecer un SGM son los siguiente:

- Identificar las exigencias legales y los impactos medioambientales asociados a las actividades, productos y servicios de la empresa.
- Fomentar la responsabilidad de la dirección y del personal en la protección del medio ambiente, definiendo claramente las responsabilidades técnicas y personales.
- Fomentar la planificación medioambiental en todo el ciclo de vida del producto y del proceso.
- Establecer un sistema que permita alcanzar los objetivos medioambientales definidos.
- Fomentar que los proveedores y los contratistas establezcan un sistema de gestión medioambiental.

Los sistemas de gestión medioambiental son muy variados y en su mayoría, adoptados por las empresas de forma voluntaria. Podemos citar los siguientes:

- EMAS: es el sistema de Unión Europea del 2001 de eco gestión y auditoría medioambiental, abierto a la participación de cualquier organización que se proponga mejorar su comportamiento medioambiente global.
- ISO 14001: pertenece a la serie de normas ISO 14000, promovido por la Organización Internacional de Normalización ISO, organismos privados no gubernamental que produce normas voluntarias para el sector privado, que emprendió en 1993, la tarea de estandarizar la gestión ambiental.

Impacto ambiental por el proyecto.

Toda empresa es contaminante y el proyecto de la tienda naturista causa impactos ambientales negativos. Al trabajar con producto final, es responsable de la mercancía y de su consumo final, por este modo se hicieron acuerdos entre proveedores de recibir mercancía vencida, con el fin de corroborar en el cuidado del medio ambiente.

Por otra parte, la mercancía que se recibe, después de ubicar los productos en mostrador. A las cajas se les hace el respectivo embalaje para que después de cierta cantidad se venda, esto mismo se hace con toda aquella papelería y residuos aprovechables y cumplir la regla de las 3R: reducir, reciclar, reutilizar.

Somos responsables de usar eficientemente los recursos que están bajo nuestro alcance. Los más utilizados por la tienda naturista son; energía y agua. Por esta responsabilidad se tendrá el respectivo uso de estos recursos cuando sean solo necesario.

La tienda naturista está bajo el cuidado del medio ambiente, por lo tanto, se desecha bolsas plásticas, como tienda naturista queremos crear conciencia con los usuarios que tienen que llevar su bolsa de tela o su mecanismo para llevar sus productos. También se opta por tener las respectivas canecas de basura para su respectiva separación de residuos para todas las personas ingresen a la tienda.

Según protección del medio ambiente y con la ISO 14001 del 2015, las organizaciones pueden ampliar sus perspectivas y compromisos a través de decisiones proactivas encaminadas a la protección del entorno contra deterioros y degradación

Estudio económico y financiero

En el siguiente apartado se realizará la simulación financiera del proyecto de la Tienda Naturista, tomando como referencia el estudio de mercado y técnico, el cual brinda información fundamental para las proyecciones del estudio económico y financiero el cual está proyectado a cinco años.

La importancia del estudio financiero para la empresa radica en el sustento en cifras de la cantidad de recursos económicos destinados para dar inicio a las operaciones. Se incluyen valores determinantes para el funcionamiento de la tienda naturista, se muestra las utilidades generadas por ventas de productos naturales, dinero destinado para solventar el recurso humano de la organización y ventas generadas anualmente.

Para ello se manejan los siguientes conceptos y datos iniciales:

Nomina

La nómina es un documento tributario que se debe entregar a cada trabajador dependiendo de la forma de pago acordada, es decir, si es mensual o si es quincenal. Estos datos deberán ir integrados al desprendible de nómina de manera específica para que aparezca de forma detallada junto a con todas las deducciones legales de acuerdo con cada caso.

Provisiones para prestaciones sociales

Con el fin de causar los gastos correspondientes a las prestaciones sociales que adeuda a los trabajadores, el empleador debe calcular las provisiones sobre su nómina mensual teniendo en cuenta los siguientes porcentajes:

Tabla 27
Prestaciones sociales

Concepto	Porcentajes
Cesantías	8,33%
Prima de servicios	8,33%
Vacaciones	4,17%
Intereses sobre cesantías	1,00%

Total	21,83%
-------	--------

Aportes parafiscales

Todo empleador debe liquidar sobre su nómina mensual los aportes parafiscales descritos en el siguiente cuadro:

Tabla 28
Porcentajes de Seguridad Social

Concepto	Porcentajes
Pensión	12%
Salud	8,50%
Riesgos profesionales	0,52%
Total	21,02%

Reglamentado en la ley 100 de 1993 para proteger la salud y seguridad social e la población colombiana.

Tabla 29
Aportes Parafiscales

Concepto	Porcentajes
SENA	2%
Caja de compensación familiar	4%
ICBF	3%
Total	9,00%

La ley 1607 de 2012 estableció reglas distintas para las personas naturales y las personas jurídicas y asimiladas, referente a la exoneración de pagos parafiscales

«Así mismo las personas naturales empleadoras estarán exoneradas de la obligación de pago de los aportes parafiscales al SENA, al ICBF y al Sistema de Seguridad Social en Salud por los empleados que devenguen menos de diez (10) salarios mínimos legales mensuales vigentes. Lo anterior no aplicará para personas naturales que empleen menos de dos trabajadores, los cuales seguirán obligados a efectuar los aportes de que trata este inciso.» Art 114-1 ET

Datos de interés**Tabla 30***Tarifas Salario Mínimo Legal Vigente año 2022*

Concepto	Valores
Salario mínimo legal vigente 2022	\$1.000.000
Subsidio de transporte 2022	\$117.172
¿Aplica Ley 1607? (Exonerado de pago de aportes)	No

Tabla 31*Porcentajes de liquidación Horas Extras para tener en cuenta en la liquidación de**la nomina*

Concepto	Valor sobre hora ordinaria	Valor de la hora con el recargo
Hora Extra Ordinaria	1,25	\$5.208
Hora Extra Nocturna	1,75	\$7.292
Hora Extra Ordinaria Dominical o Festivo	2	\$8.333
Hora Extra Nocturna Dominical o Festivo	2,5	\$10.417
Recargo Nocturno	0,35	\$1.458
Recargo Dominical	0,75	\$3.125
Recargo Nocturno Dominical	1,1	\$4.583

Tabla 32*Porcentajes de Impuestos*

Concepto	Porcentaje
Impuesto industria y Comercio	25%
Impuesto de renta y complementarios	35%
Tasa de rendimiento esperado	22%
Total	82,00%

Hace referencia aquel porcentaje estipulado por el gobierno en el Estatuto tributario, reforma tributaria, leyes o decretos que deben cumplir las empresas dependiendo de características como tipo de empresa, capital social, volumen de ventas etc.

Tabla 33*Conceptos de Bienes Depreciables en porcentajes y en años*

Concepto del Bien Depreciado	% Depreciación Fiscal Anual	Vida útil en años
Construcciones y edificaciones	2,22%	45
Acueducto plantas y redes	2,50%	40
Vías de comunicación	2,50%	40
Flota y equipo aéreo	2,33%	42
Flota y equipo férreo	5,00%	20
Flota y equipo fluvial	6,67%	15
Armamento y equipo de vigilancia	10,00%	10
Equipo médico científico	12,50%	8
envases empaque y herramientas	20,00%	5
Equipo de computación, redes de procesamientos de datos y equipos de comunicaciones	20,00%	5
Muebles y enseres	10,00%	10
Total	100%	

La vida útil de los activos de la empresa que es susceptible hacer depreciado, es útil para realizar la depreciación anual.

Estructura de costos

La estructura de costos hace referencia a los bienes y servicios empleados para la prestación del servicio, se encuentran los conceptos de costos fijos son aquellos que no dependen de las ventas, como el alquiler de la oficina, las facturas de servicios públicos, los sueldos de tus trabajadores, etc. y variables son aquellos que sí que varían en función del volumen de ventas alcanzado. A continuación, se describen los conceptos de la estructura de costos que estará inmersa en la Tienda Naturista

Tabla 34
Inversión Inicial del proyecto

INVERSION INICIAL DEL PROYECTO	
INVERSION FIJA	9.236.000
TERRENOS	-
MUEBLES Y ENSERES	4.820.000
EQUIPO DE OFICINA	3.426.000
EQUIPO MEDICO CIENTIFICO	900.000
EQUIPO DE TRANSPORTE	-
OTROS	90.000
GASTOS PREOPERATIVOS	7.620.000
Estudio de factibilidad	2.000.000
Gastos de Constitución	400.000
Licencias y Permisos	-
Gastos Inauguración	1.000.000
Adecuaciones e Instalaciones	2.500.000
Publicidad inicial	350.000
Software Contable	800.000
Escritura publica	350.000
Capacitación personal	300.000
Imprevistos	570.000
CAPITAL DE TRABAJO	32.784.492
TOTAL INVERSION	49.640.492
FINANCIACION	25.000.000
INVERSION NETA	24.640.492

La inversión inicial del proyecto se denomina a la cantidad de dinero que se debe invertir para poner en marcha el proyecto de factibilidad de la Tienda Naturista, el cual se deriva del resultado obtenido con respecto al comportamiento del mercado del producto, a la técnica empleada y a la organización, proveen la información pertinente para la determinación los activos que requiere la empresa para prestar los servicios y determinar el monto de capital de trabajo necesario para el funcionamiento normal del proyecto después del periodo de ejecución, que es donde mayor parte de la inversión de dinero.

Inversión fija: hace referencia a las inversiones fijas son aquellas que se realizan en bienes tangibles, se utilizan para garantizar la operación del proyecto y no son objeto de comercialización por parte de la empresa y se adquieren para utilizarse durante su vida útil.

Con excepción de los terrenos, los otros activos fijos comprometidos en el proceso de producción van perdiendo valor a consecuencia de su uso y también por efecto de la obsolescencia, debido al desarrollo tecnológico. Coste que se refleja en la depreciación, por lo que estos se denominan activos fijos depreciables.

Inversión fija: hace referencia a las inversiones fijas son aquellas que se realizan en bienes tangibles, se utilizan para garantizar la operación del proyecto y no son objeto de comercialización por parte de la empresa y se adquieren para utilizarse durante su vida útil.

Con excepción de los terrenos, los otros activos fijos comprometidos en el proceso de producción van perdiendo valor a consecuencia de su uso y también por efecto de la obsolescencia, debido al desarrollo tecnológico. Coste que se refleja en la depreciación, por lo que estos se denominan activos fijos depreciables.

Como fuente de financiación la Tienda Naturista, se obtendrá a través de los aportes de los socios y la otra parte a través de un préstamo de libre inversión otorgado por una institución bancaria, que para nuestro caso el banco BBVA debido a que en la actualidad presenta la tasa más baja del mercado para préstamos de libre inversión, este apalancamiento se toma a 5 años pagando una cuota anual, la tasa de interés efectiva anual es de 15,70% estipulada así:

Tabla 35
Tabla Amortización Prestamos

Periodo		5 Años	
Tasa interés	15,70%	EA	0,012226679
Capital	25.000.000	Cuota	\$7.581.870,28

TABLA DE AMORTIZACIÓN CUOTA CONSTANTE					
MES	SALDO INICIAL	CUOTA	INTERES	ABONO CAPITAL	SALDO FINAL
		-			
0		25.000.000			25.000.000
1	25.000.000	\$7.581.870,28	3.925.000	3.656.870	21.343.130
2	21.343.130	\$7.581.870,28	3.350.871	4.230.999	17.112.131
3	17.112.131	\$7.581.870,28	2.686.605	4.895.266	12.216.865
4	12.216.865	\$7.581.870,28	1.918.048	5.663.822	6.553.043
5	6.553.043	\$7.581.870,28	1.028.828	6.553.043	0
	TIR	15,700000%			

Es el proceso financiero mediante el cual se causa gradualmente una deuda por medio de pagos periódicos, para nuestro caso se hará cada año y el valor de la cuota es de \$ 7.581.870,28

Costos fijos

Según R. JAcobi, los costos fijos son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, produzca o no produzca debe pagarlos. Un costo fijo, es una erogación en que la empresa debe incurrir obligatoriamente, aun cuando la empresa opere a media marcha, o no lo haga, razón por la que son tan importantes en la estructura financiera de cualquier empresa. Es el caso por ejemplo de los pagos como el arrendamiento, puesto que este, así no se venda nada, hay que pagarlo. Sucede también con casi todos los pagos laborales, servicios públicos, seguros, etc.

Tabla 36
Dotación

Descripción	Valor Mensual	Cantidad	Valor Total	Valor cuatrimestre	Valor Mensual	Valor anual
Delantal	\$ 12.000	2	\$ 24.000	\$ 72.000	\$ 6.000	
Jean	\$ 40.000	2	\$ 80.000	\$ 240.000	\$ 20.000	
Camiseta con logo	\$ 25.000	2	\$ 50.000	\$ 150.000	\$ 12.500	
Total	\$ 77.000	6	\$ 154.000	\$ 462.000	\$ 38.500	462.000,00

La dotación de calzado de obra o labora es una prestación social a la que tienen derecho los trabajadores, regulada por los artículos 230 y siguientes del código sustantivo del trabajo. "Tiene derecho a esta prestación el trabajador que en las fechas de entrega de calzado y vestido haya cumplido más de tres (3) meses al servicio del empleador."

Tabla 37
Servicios Públicos

Servicios públicos		
DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Acueducto	\$ 22.000	\$ 264.000
Energía	\$ 25.000	\$ 300.000
Plan celular	\$ 30.000	\$ 360.000
Internet	\$ 40.000	\$ 480.000
Arrendamiento	\$ 600.000	\$ 7.200.000
TOTAL	\$ 717.000	\$ 8.604.000

Tabla 38
Diversos

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Elementos de aseo	\$ 80.000	\$ 960.000
Elementos de papelería	\$ 60.000	\$ 720.000
Publicidad	\$ 500.000	\$ 6.000.000
TOTAL	\$ 640.000	\$ 7.680.000

Tabla 39
Honorarios

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Honorarios (contador)	\$ 600.000	\$ 7.200.000
TOTAL	\$ 600.000	\$ 7.200.000

Tabla 40
Mantenimiento

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Mantenimiento	\$ 50.000	\$ 600.000
TOTAL	\$ 50.000	\$ 600.000

Tabla 41
Elementos de Bioseguridad

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Tapabocas	\$ 10.000	\$ 120.000
Guantes	\$ 10.000	\$ 120.000
Alcohol y Gel	\$ 30.000	\$ 360.000
Total	\$ 50.000	\$ 600.000

Tabla 42
Resumen de Gastos Fijos Tienda Naturista

TOTAL GASTOS FIJOS MENSUALES	\$ 2.057.000
TOTAL GASTOS FIJOS ANUAL	\$ 24.684.000

Tabla 43

Tabla Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS (CENTRO DE COSTOS ADMINISTRATIVO)						
VALOR MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Nomina administración	34.243.510	37.691.822	41.487.399	45.665.180	50.263.664	

Honorarios	600.000	7.200.000	7.603.200	8.028.979	8.478.602	8.953.404
Arrendamiento	300.000	3.600.000	3.802.320	4.016.010	4.241.710	4.480.094
Acueducto	11.000	132.000	139.392	147.198	155.441	164.146
Energía	12.500	150.000	158.400	167.270	176.638	186.529
Teléfono	15.000	180.000	190.080	200.724	211.965	223.835
Internet	20.000	240.000	253.440	267.633	282.620	298.447
Dotación	19.250	231.000	243.936	257.596	272.022	287.255
Elementos aseo	40.000	480.000	506.880	535.265	565.240	596.894
Papelería	30.000	360.000	380.160	401.449	423.930	447.670
Elementos de bioseguridad	25.000	300.000	316.800	334.541	353.275	373.058
Depreciación		1.250.055	1.250.055	1.250.055	1.250.055	1.250.055
Subtotal Total gastos administración		14.123.055	14.843.943	15.605.201	16.409.089	17.257.995
		48.366.565	52.535.775	57.092.600	62.074.269	67.521.659

Tabla 44

Gastos comerciales

	VALOR MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
NOMINA VENTAS		18.793.722	20.686.249	22.769.355	25.062.229	27.585.995
ARRENDAMIENTO	300.000	3.600.000	3.802.320	4.016.010	4.241.710	4.480.094
ALQUILER						
MAQUINARIA	-	-	-	-	-	-
SEGUROS	-	-	-	-	-	-
ASEO	-	-	-	-	-	-
VIGILANCIA	-	-	-	-	-	-
ACUEDUCTO	11.000	132.000	139.418	147.254	155.229	164.270
ENERGIA	12.500	150.000	158.430	167.334	176.738	186.671
TELEFONO	15.000	180.000	190.116	200.801	212.086	224.005

INTERNET	20.000	240.000	253.488	267.734	282.781	298.673
DOTACION	19.250	231.000	243.982	257.694	272.176	287.473
MANTENIMEINTO	-	-	-	-	-	-
ELEMENTOS ASEO	40.000	480.000	499.200	519.168	539.935	561.532
PAPELERIA	30.000	360.000	374.400	389.376	404.951	421.149
PUBLICIDAD	500.000	6.000.000	6.240.000	6.489.600	6.749.184	7.019.151
ELEMENTOS DE						
BIOSEGURIDAD	25.000	300.000	312.000	324.480	337.459	350.958
COMBUSTIBLE	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-
SUBTOTAL		11.673.000	12.326.688	13.016.983	13.745.934	14.515.706
TOTAL GASTOS DE						
VENTA		31.426.722	34.069.609	36.949.416	40.088.363	43.510.818

Nomina

En la tienda Naturista Se requiere personal calificado que se desempeñe y se desenvuelva de manera eficiente las funciones de la empresa, es por ello que se ha proyectado la contratación directa de dos personas una que se encarga del manejo administrativo de la tienda naturista y otro de las ventas este último es primordial que sea un regente de farmacia que conozca de medicina natural, puesto que ayudara a la orientación de los usuarios, cabe mencionar que la proyección la mano de obra se debe cancelar con todas las exigencias legales del trabajador, correspondiendo a las prestaciones sociales. Se hizo el estudio de pago para cada trabajador el cual se asigna según sus funciones y responsabilidades.

En cuanto al valor de la mano de obra directa de área de ventas se toma como base el salario mínimo legal vigente establecido por el gobierno colombiano para el año 2022, en cambio para el administrador se tomó un salario de 1.8000.000 debido al grado de estudio y a las funciones que va a desempeñar en la empresa.

Tabla 45*Nomina centro de costos Administrativo*

Cargo	Cantidad	Devengado				Total Devengo
		Salario Básico	Aux. de Transporte	Horas Extras	Comisiones	
Administrador	1	1.800.000	117.172	-	-	1.917.172
TOTAL		1.800.000	117.172	-	-	1.917.172

Deducciones (Trabajador)							Recibí Conforme (firma)
Salud 4%	Pensión 4%	Fondo de Solidaridad 1%	Retención en la Fuente	Otras Deducciones	Total Deducciones	Neto Pagado	
72.000	72.000				144.000	1.773.172	
72.000	72.000				144.000	1.773.172	

Aportes Parafiscales	Valor Mensual
Salud (8.5%)	\$ 153.000
Riesgos Profesionales (0.522%)	\$ 9.396
Fondo de Pensiones (12%)	\$ 216.000
ICBF (3%)	\$ 54.000
SENA (4%)	\$ 72.000
Subsidio Familiar(2%)	\$ 36.000
Subtotal	\$ 396.058

Otras Apropiações	Valor mensual
Cesantía (8.33%)	\$ 159.700
Int. S/Cesantía (1%)	\$ 1.597
Prima de Servicios (8.33%)	\$ 159.700
Vacaciones (4.17%)	\$ 75.060
Esap	\$ 0
Escuelas industriales	\$ 0
Subtotal	\$ 396.058

Concepto	Valor
Total nomina mes Administrador	\$ 2.709.626
Valor Nomina diario	\$ 90.321
Valor Fracción Nomina por Hora	\$ 11.290
Valor Fracción Nomina por Minuto	\$ 188

Tabla 46
Nomina centro de costos ventas

Cargo	Cantidad	DEVENGADO				Total Devengo
		Salario Básico	Aux. de Transporte	Horas Extras	Comisiones	
Regente de farmacia natural	1	1.000.000	117.172	-	-	1.117.172
TOTAL		1.000.000	117.172	-	-	1.117.172

DEDUCCIONES (TRABAJADOR)							Recibí Conforme (firma)
Salud 4%	Pensión 4%	Fondo de Solidaridad 1%	Retención en la Fuente	Otras Deduciones	Total Deduciones	Neto Pagado	
40.000	40.000				80.000	1.037.172	
40.000	40.000				80.000	1.037.172	

Aportes Parafiscales	Valor Mensual
Salud (8.5%)	\$ 85.000
Riesgos Profesionales (0.522%)	\$ 5.220
Fondo de Pensiones (12%)	\$ 120.000
ICBF (3%)	\$ 30.000
SENA (4%)	\$ 40.000
Subsidio Familiar(2%)	\$ 20.000
Subtotal	\$ 300.220

Otras Apropiações	Valor mensual
Cesantía (8.33%)	\$ 93.060
Int. S/Cesantía (1%)	\$ 931
Prima de Servicios (8.33%)	\$ 93.060
Vacaciones (4.17%)	\$ 41.700
Esap	\$ 0
Escuelas industriales	\$ 0
Subtotal	\$ 228.751

Concepto	Valor
Total nomina mes Administrador	\$ 1.566.143
Valor Nomina diario	\$ 52.205
Valor Fracción Nomina por Hora	\$ 6.526
Valor Fracción Nomina por Minuto	\$ 109

Tabla 47
Resumen de nomina

Cargo	Salarios	Total Salarios Mensual	Total Salarios Anual
Nomina Administrador	1.773.172	1.773.172	21.278.064,00
Nomina Ventas	1.037.172	1.037.172	12.446.064,00
Total		2.810.344	33.724.128,00

Cesantías	Int Cesantías	Prima de servicios	Vacaciones	Total prestaciones sociales Mensuales	Total prestaciones sociales Anual
159.700	\$ 1.597	\$ 159.700	\$ 75.060	396.058	4.752.694
93.060	\$ 931	\$ 93.060	\$ 41.700	228.751	2.745.018
Total				624.809	7.497.712

Salud (8.5%)	Riesgos Profesionales (0.522%)	Fondo de Pensiones (12%)	ICBF (3%)	SENA (4%)	Subsidio Familiar(2%)	Total prestaciones sociales Mensuales	Total prestaciones sociales Anuales
\$			\$	\$			
153.000	\$ 9.396	\$ 216.000	54.000	72.000	\$ 36.000	\$ 540.396	\$ 6.484.752
\$			\$	\$			
85.000	\$ 5.220	\$ 120.000	30.000	40.000	\$ 20.000	\$ 300.220	\$ 3.602.640
Total						\$ 840.616	\$ 10.087.392

Cargo	Total Nomina mes	Total Nomina anual
Nomina Administración	2.709.626	32.515.510,31
Nomina Ventas	1.566.143	18.793.721,51
Total	4.275.769,32	51.309.231,83

El estudio administrativo determino que la planta de personal es de 2 empleados con su respectiva carga prestaciones donde arroja un valor anual de 51.309.231

Tabla 48

Proyección prestacional del personal

Cargo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nomina Administrador	32.515.510,31	35.789.822,20	39.393.857,30	43.360.818,73	47.727.253,17
Nomina Ventas	18.793.721,51	20.686.249,27	22.769.354,57	25.062.228,58	27.585.994,99
Total	51.309.231,83	56.476.071,47	62.163.211,87	68.423.047,31	75.313.248,17

En la proyección prestaciones se estima un incremento del 10,07% anual

Proyección de ventas

En la tabla 49 se visualiza la venta de productos en el primer año, la cual se encuentra por líneas de productos, para el primer año se estima una demanda de 18.295 unidades a vender mensualmente 1.000 unidades, con el fin de estimar los gastos operativos y los ingresos esperados, haciendo un cálculo en la política de incremento, tanto para unidades como para valores. En cuanto a las consultas médicas se estiman que para el año sea de 1.152 consultas donde se laboran el sábado día de mercado en el Tambo Cauca con una duración aproximada de consulta por persona de 20 minutos, mensualmente

Tabla 49
Venta de productos anual

Nombre línea de producto (categoría)	Cantidad Vendida	Precio de venta	Venta Total anual
Sistema digestivo	2.400	\$ 23.400	\$ 56.160.000
Sistema inmunológico	2.400	\$ 28.600	\$ 68.640.000
Belleza	1.800	\$ 35.100	\$ 63.180.000
Osteoarticular	1.800	\$ 32.500	\$ 58.500.000
Figura	1.800	\$ 36.400	\$ 65.520.000
Minerales	1.800	\$ 33.800	\$ 60.840.000
Total	12.000,00		372.840.000,00

Nombre línea de producto (categoría)	Cantidad Vendida	Precio de venta	Venta Total anual
Consultas	1.152	\$ 25.000	\$ 28.800.000
Total	1.152,00	25.000,00	28.800.000,00

Tabla 50
Tabla Productos comprados anual

Nombre línea de producto (categoría)	Cantidad Vendida	Precio de compra	Venta Total anual
Sistema digestivo	2.400	\$ 18.000	\$ 43.200.000
Sistema inmunológico	2.400	\$ 22.000	\$ 52.800.000
Belleza	1.800	\$ 27.000	\$ 48.600.000
Osteoarticular	1.800	\$ 25.000	\$ 45.000.000
Figura	1.800	\$ 28.000	\$ 50.400.000
Minerales	1.800	\$ 26.000	\$ 46.800.000
Total	12.000		286.800.000

Nombre línea de producto (categoría)	Cantidad vendida	Utilidad en ventas	Utilidad anual
Consultas	1.152	\$15.000	\$17.280.000
Consultas	1.152	\$15.000	\$17.280.000

Tabla 51*Utilidad por productos anual*

Nombre línea de producto (categoría)	Cantidad vendida	Utilidad en ventas	Utilidad anual
Sistema digestivo	2.400	5.400	12.960.000
Sistema inmunológico	2.400	6.600	15.840.000
Belleza	1.800	8.100	14.580.000
Osteoarticular	1.800	7.500	13.500.000
Figura	1.800	8.400	15.120.000
Minerales	1.800	7.800	14.040.000
Total	12.000	43.800	86.040.000

Nombre línea de producto (categoría)	Cantidad vendida	Utilidad en ventas	Utilidad anual
Consultas	1.152	10.000	11.520.000
Consultas	1.152	10.000	11.520.000

En el siguiente cuadro se muestra las proyecciones por ventas de productos por líneas, con un incremento del 10% anual, donde se espera que a medida que transcurra el tiempo las ventas para estos productos crezcan o se mantengan constantes, de acuerdo a los diferentes factores que pueden afectar la decisión del comprador o los diferentes agentes del mercado que puedan tener un impacto positivo o negativo en las ventas.

Tabla 52*Proyección de ventas por unidades*

Productos por líneas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sistema digestivo	2.400	2.640	2.904	3.514	3.514
Sistema inmunológico	2.400	2.640	2.904	3.514	3.514
Belleza	1.800	1.980	2.178	2.396	2.635
Osteoarticular	1.800	1.980	2.178	2.396	2.635
Figura	1.800	1.980	2.178	2.396	2.635
Minerales	1.800	1.980	2.178	2.396	2.635
Total	12.000	13.200	14.520	15.972	17.569

Nombre línea de producto (categoría)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Consultas	1.152	1.267	1.393	1.533	1.686
Total	1.152	1.267	1.393	1.533	1.686

Punto de equilibrio

Hace referencia al nivel de ventas mínimo que iguala los costos totales e ingresos, el punto de equilibrio en un proyecto consiste en determinar la cantidad de productos o servicios que la empresa debe fabricar y comercializar en el mercado con el fin de cubrir sus costos totales. El cálculo de este es sumamente importante para una empresa pues permite identificar los niveles de producción y comercialización que generan pérdidas y los que generan ganancias. El punto de equilibrio se calcula con la siguiente fórmula:

Imagen 20

Formula punto de equilibrio

$$P.E. = \frac{CF}{P - CV}$$

CF Costos fijos
P Precio unitario
CV Costos variables unitarios

Tabla 57
Depreciación otros

Otros	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Valor de salvamento	Valor a depreciar	Vida Útil	Depreciación	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Extintor 10 lbr	1	90.000	90.000	9.000	81.000	10	8.100	8.100	8.100	8.100	8.100	8.100
Sub Total			90.000	9.000	81.000		8.100	8.100	8.100	8.100	8.100	8.100

Depreciación, en proyecto de tamaño pequeño en los cuales el listado de activos fijos no es muy grande, se podría presentar un solo cuadro con todos los bienes de la empresa, haciendo la debida distinción entre la depreciación correspondiente a producción, administración y ventas, como lo podemos ver en el ejemplo que se está trabajando. La depreciación utilizada es la de línea recta.

Ingresos

Aumento de las entradas económicos netamente provenientes de la actividad comercial de la empresa o entidad económica, esta partida incrementa el patrimonio empresarial debido a que aumenta el activo y reduce el pasivo y obligaciones de la misma.

Tabla 58*Ingresos*

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTA TOTAL	408.780.000	449.658.000	494.623.800	544.086.180	598.494.798
IMPUESTO A LAS VENTAS	20.439.000	22.482.900	24.731.190	27.204.309	29.924.740
TOTAL VENTAS	429.219.000	472.140.900	519.354.990	571.290.489	628.419.538
VENTAS DE CONTADO	429.219.000	472.140.900	519.354.990	571.290.489	628.419.538
VENTAS A CREDITO	-	-	-	-	-
RECUPERACION CARTERA DEL PERIODO	-	-	-	-	-
CLIENTES	-	-	-	-	-
RECUPERACION CARTERA AÑOS ANTERIORES	-	-	-	-	-
VENTAS DE CONTADO	429.219.000	472.140.900	519.354.990	571.290.489	628.419.538
RECUPERACION CARTERA	-	-	-	-	-

Tabla 59

Compra de mercancía

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COMPRAS	304.080.000	334.488.000	367.936.800	404.730.480	445.203.528
IVA	15.204.000	16.724.400	18.396.840	20.236.524	22.260.176
TOTAL COMPRAS	319.284.000	351.212.400	386.333.640	424.967.004	467.463.704
COMPRAS CONTADO	319.284.000	351.212.400	386.333.640	424.967.004	467.463.704
COMPRAS A CREDITO	-	-	-	-	-
PAGO PROVEEDORES DEL PERIODO	-	-	-	-	-
SALDO PROVEEDORES PAGO PROVEEDORES PERIODO ANTERIOR	-	-	-	-	-
COMPRAS DE CONTADO	319.284.000	351.212.400	386.333.640	424.967.004	467.463.704
TOTAL PAGOS A PROVEEDORES	-	-	-	-	-

Impuesto A Las Ventas

Es un impuesto del orden nacional, indirecto, de naturaleza real, de causación instantánea, y de régimen general: Es impuesto, por consistir en una obligación pecuniaria que debe sufragar el sujeto pasivo sin ninguna contraprestación.

La tienda naturista por ser una SAS como persona natural excluye del régimen responsable del IVA a las personas naturales que cumplan con los topes allí señalados.

“... con excepción de las personas naturales comerciantes y los artesanos, que sean minoristas o detallistas, los pequeños agricultores y los ganaderos, así como quienes presten servicios, siempre y cuando cumplan la totalidad de las siguientes condiciones” (Estatuto Tributario, 2021)

Por el contrario, la S.A.S como persona jurídica que es, si vende productos gravados con el IVA, o presta servicios gravados con el IVA, es responsable del impuesto a las ventas (antiguo régimen común) sin importar el monto de ingresos y demás, pues estos topes aplican únicamente para las personas naturales.

Tabla 60

Impuesto a las ventas

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
IVA NETO A PAGAR	5.235.000	5.758.500	6.334.350	6.967.785	7.664.564
PAGOS IVA	4.362.500	4.798.750	5.278.625	5.806.488	6.387.136
IVA POR PAGAR	872.500	959.750	1.055.725	1.161.298	1.277.427
IVA PERIODO ANTERIOR		872.500	959.750	1.055.725	1.161.298
TOTAL IVA PAGADO	4.362.500	5.671.250	6.238.375	6.862.213	7.548.434

Tabla 61*Costo de la Mercancía Vendida*

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVENTARIO INICIAL	0,00	6.081.600,00	6.811.392,00	7.494.963,84	8.244.508,88
COMPRAS	304.080.000,00	334.488.000,00	367.936.800,00	404.730.480,00	445.203.528,00
PRODUCTOS DISPONIBLES PARA LA VENTA	304.080.000,00	340.569.600,00	374.748.192,00	412.225.443,84	453.448.036,88
INVENTARIO FINAL	6.081.600,00	6.811.392,00	7.494.963,84	8.244.508,88	9.068.960,74
COSTO DE VENTAS	297.998.400,00	333.758.208,00	367.253.228,16	403.980.934,96	444.379.076,14

Estados financieros

Los estados financieros son una herramienta que permite tener una comprensión clara de la situación financiera de la empresa y su desempeño financiero por un periodo y a una fecha dada. Llevar un control del manejo de tus finanzas te da una idea clara y eficaz sobre tus gastos, ingresos y utilidades, por ello, contar con un registro detallado de tus recursos te servirá para identificar en qué gastas, cuáles son tus ganancias, o planear cómo invertir mejor tu dinero.

Balance general nos ayuda a percibir la posición financiera de la tienda naturista en un punto específico del tiempo, sirve también para identificar el estatus de los activos o como se conoce la política de cobro, los pasivos política de pagos y el capital político de patrimonio de la empresa.

Estado de resultados nos muestra la rentabilidad de la empresa durante un periodo es decir las ganancias y/o perdidas de un periodo. También se le conoce como el estado de perdida y ganancia, te indica la cantidad de dinero que la empresa gasta para generar utilidades, es decir cuáles son los márgenes netos de utilidad.

Estado de flujo de caja o efectivo, nos muestra de donde proviene el dinero y hacia dónde va, se da un vistazo a la cuenta corriente de la empresa, detalla cuanto era el efectivo al inicio de un periodo y cuando había al final del plazo.

Tabla 62*Balance General inicial***BALANCE GENERAL INICIAL****ACTIVO**

Caja	32.784.492	
Terrenos	-	
Edificaciones	-	
Maquinaria y Equipo	4.820.000	
Equipo Oficina	3.426.000	
Equipo medico cientifico	900.000	
Equipo Transporte	-	
Otros	90.000	
Diferidos	7.620.000	
	<hr/>	
TOTAL DEL ACTIVO		<hr/> 49.640.492 <hr/>

PASIVO

Obligaciones Financieras	25.000.000	
	<hr/>	
TOTAL DEL PASIVO		25.000.000

PATRIMONIO

Capital social	24.640.492	
	<hr/>	
TOTAL DEL PATRIMONIO		24.640.492

TOTAL DEL PASIVO MAS PATRIMONIO

49.640.492

Estado de resultados

Es un estado financiero básico en el que se presenta información relevante a los logros alcanzados por la administración durante un periodo determinado así mismo hace lograr los esfuerzos que se lograron para alcanzar dichos logros, teniendo en cuenta que la diferencia entre logro y esfuerzo es un indicador de la eficiencia de administración y sirve de medida para evaluar el desempeño

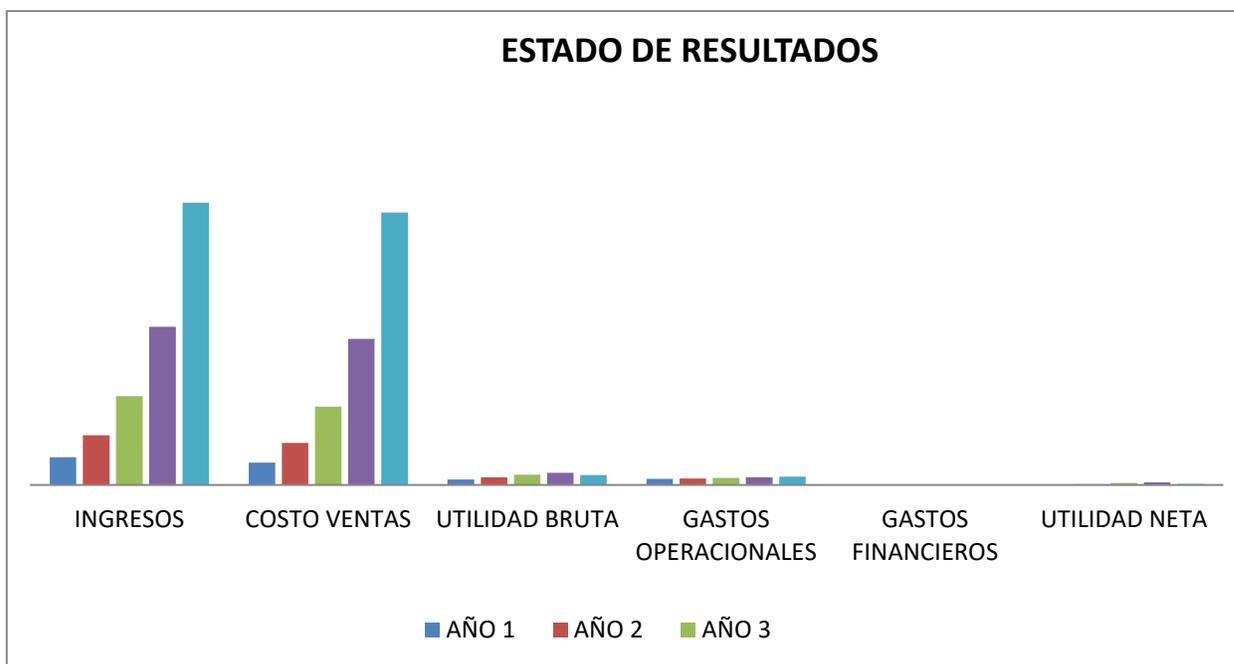
El Estado de resultados es el estado financiero básico que muestra los resultados obtenidos por la empresa en un periodo determinado. La información que proporciona es utilizada por los administradores para revisar si se están logrando los objetivos marcados; de lo contrario, se deben tomar las medidas necesarias. Otro nombre que recibe es estado de pérdidas y ganancias.

El estado de resultados es un estado financiero dinámico porque proporciona información que corresponde a un periodo. Los estados financieros estáticos son los que muestran información a una fecha determinada. En el Estado de resultados se detallan los logros obtenidos (ingresos) por la administración de la entidad en un periodo determinado y los esfuerzos realizados (costos y gastos) para alcanzar dichos logros.

Tabla 63*Estado de resultados*

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	408.780.000	449.658.000	494.623.800	544.086.180	598.494.798
COSTO DE VENTAS	297.998.400	333.758.208	367.253.228	403.980.935	444.379.076
UTILIDAD BRUTA	110.781.600	115.899.792	127.370.572	140.105.245	154.115.722
GASTOS ADMON	48.366.565	52.535.775	57.092.600	62.074.269	67.521.659
GASTOS VENTAS	31.426.722	34.069.609	36.949.416	40.088.363	43.510.818
AMORTIZACION DIFERIDOS	1.524.000	1.524.000	1.524.000	1.524.000	1.524.000
UTILIDAD OPERACIONAL GASTOS NO OPERACIONALES	29.464.313	27.770.408	31.804.556	36.418.613	41.559.245
GASTOS FINANCIEROS	3.925.000	3.350.871	2.686.605	1.918.048	1.028.828
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	25.539.313	24.419.537	29.117.951	34.500.565	40.530.417
IMPUESTO DE RENTA	8.938.760	8.546.838	10.191.283	12.075.198	14.185.646
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	16.600.554	15.872.699	18.926.668	22.425.367	26.344.771
RESERVA LEGAL	1.660.055	1.587.270	1.892.667	2.242.537	2.634.477
UTILIDAD NETA	14.940.498	14.285.429	17.034.002	20.182.830	23.710.294

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	408.780.000	449.658.000	494.623.800	544.086.180	598.494.798
COSTO VENTAS	297.998.400	333.758.208	367.253.228	403.980.935	444.379.076
UTILIDAD BRUTA	110.781.600	115.899.792	127.370.572	140.105.245	154.115.722
GASTOS OPERACIONALES	83.718.287	89.956.255	96.728.620	104.080.680	112.061.304
GASTOS FINANCIEROS	1.524.000	1.524.000	1.524.000	1.524.000	1.524.000
UTILIDAD NETA	14.940.498	14.285.429	17.034.002	20.182.830	23.710.294



Flujo de efectivo

El flujo de caja hace referencia a las salidas y entradas netas de dinero que tiene una empresa o proyecto en un período determinado. Se realizó un flujo de caja porque de esta forma se puede determinar qué cantidad de recursos se necesitan para realizar la importación, distribución y comercialización de los productos en la Tienda Naturista.

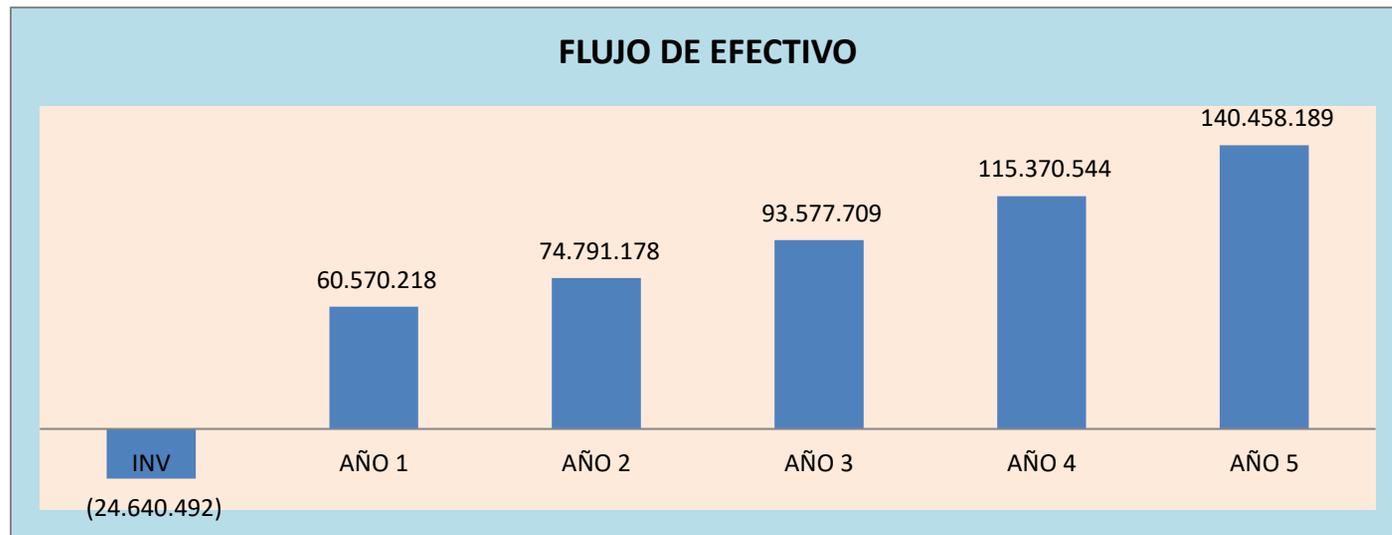
En el flujo de caja para el primer año se observa que la empresa debe de realizar una inversión para cubrir costos de funcionamiento y demás.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS EFECTIVO.	429.219.000	472.140.900	519.354.990	571.290.489	628.419.538
EGRESOS DE EFECTIVO					
COMPRAS DE CONTADO	319.284.000	351.212.400	386.333.640	424.967.004	467.463.704
PAGOS A PROVEEDORES	-	-	-	-	-
PAGOS IMPUESTO IVA	4.362.500	5.671.250	6.238.375	6.862.213	7.548.434
GASTOS DE ADMINISTRACION	41.823.420	45.459.615	49.429.752	53.765.653	58.502.245
GASTOS EN VENTAS	28.381.484	30.717.716	33.259.987	36.027.409	39.040.926
RETENCIONES Y APORTES DE NOMINA		840.616	925.266	1.018.440	1.120.997
OBLIGACIONES LABORALES		7.497.712	8.252.731	9.083.781	9.998.518
GASTOS FINANCIEROS	3.925.000	3.350.871	2.686.605	1.918.048	1.028.828
ABONOS AL CREDITO	3.656.870	4.230.999	4.895.266	5.663.822	6.553.043

IMPUESTO DE RENTA		8.938.760	8.546.838	10.191.283	12.075.198
TOTAL EGRESOS DE EFECTIVO	401.433.274	457.919.939	500.568.460	549.497.653	603.331.893
SALDO NETO	27.785.726	14.220.961	18.786.530	21.792.836	25.087.645
SALDO INICIAL DE EFECTIVO	32.784.492	60.570.218	74.791.178	93.577.709	115.370.544
SALDO FINAL DE EFECTIVO	60.570.218	74.791.178	93.577.709	115.370.544	140.458.189

Tabla 64

INV	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(24.640.492)	60.570.218	74.791.178	93.577.709	115.370.544	140.458.189

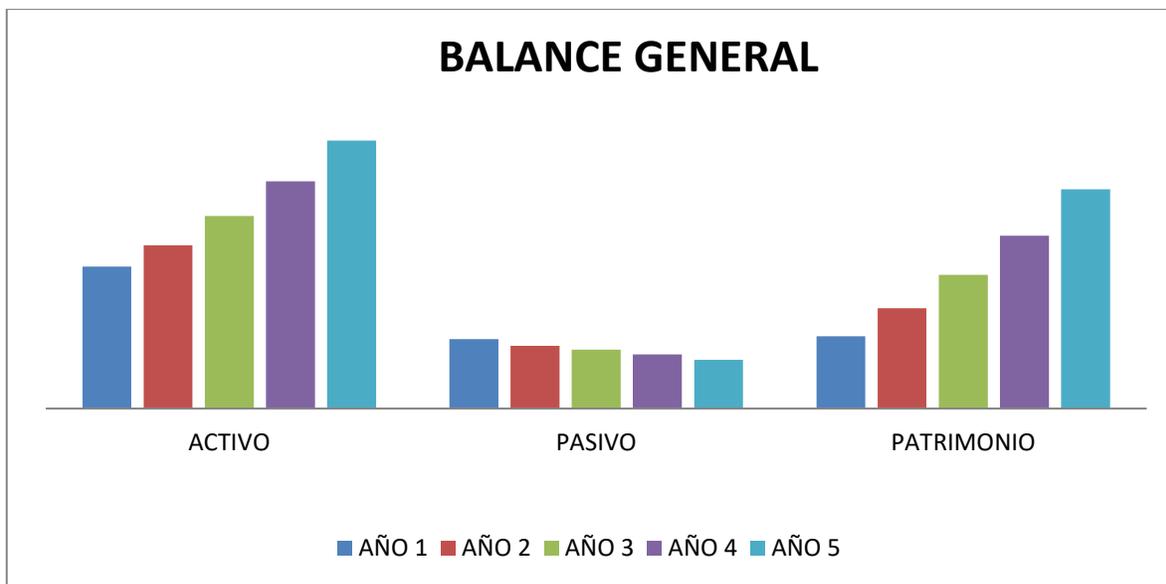


Balance General**Tabla 65***Balance General*

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE	66.651.818	81.602.570	101.072.672	123.615.053	149.527.150
CAJA	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
BANCOS	59.570.218	73.791.178	92.577.709	114.370.544	139.458.189
CLIENTES	-	-	-	-	-
INVENTARIO FINAL DE MERCANCIAS	6.081.600	6.811.392	7.494.964	8.244.509	9.068.961
ACTIVO NO CORRIENTE	14.081.945	11.307.890	8.533.835	5.759.780	2.985.725
PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO	7.985.945	6.735.890	5.485.835	4.235.780	2.985.725
TERRENOS	-	-	-	-	-
EDIFICACIONES	-	-	-	-	-
MAQUINARIA Y EQUIPO	4.820.000	4.820.000	4.820.000	4.820.000	4.820.000
EQUIPO DE OFICINA	3.426.000	3.426.000	3.426.000	3.426.000	3.426.000
EQUIPO MEDICO CIENTIFICO	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000
VEHICULOS	-	-	-	-	-
OTROS	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000
DEPRECIACION ACUMULADA	1.250.055	2.500.110	3.750.165	5.000.220	6.250.275
DIFERIDOS	6.096.000	4.572.000	3.048.000	1.524.000	-
GASTOS DIFERIDOS	7.620.000	7.620.000	7.620.000	7.620.000	7.620.000
AMORTIZACION DIFERIDOS	1.524.000	3.048.000	4.572.000	6.096.000	7.620.000

TOTAL ACTIVO	80.733.763	92.910.460	109.606.507	129.374.833	152.512.875
PASIVO					
PASIVO CORRIENTE	25.263.964	24.388.629	25.421.518	26.540.358	27.702.324
PROVEEDORES	-	-	-	-	-
OBLIGACIONES					
FINANCIERAS	7.114.377	5.704.044	4.072.288	2.184.348	0
RETENCIONES Y APORTES					
DE NOMINA	840.616	925.266	1.018.440	1.120.997	1.233.882
OBLIGACIONES LABORALES	7.497.712	8.252.731	9.083.781	9.998.518	11.005.369
IMPUESTO DE RENTA	8.938.760	8.546.838	10.191.283	12.075.198	14.185.646
IMPUESTO SOBRE LAS					
VENTAS POR PAGAR	872.500	959.750	1.055.725	1.161.298	1.277.427
PASIVO NO CORRIENTE	14.228.753	11.408.087	8.144.577	4.368.695	0
OBLIGACIONES					
FINANCIERAS	14.228.753	11.408.087	8.144.577	4.368.695	0
TOTAL DEL PASIVO	39.492.717	35.796.716	33.566.095	30.909.053	27.702.324
PATRIMONIO					
CAPITAL SOCIAL	24.640.492	24.640.492	24.640.492	24.640.492	24.640.492
RESERVA LEGAL	1.660.055	3.247.325	5.139.992	7.382.529	10.017.006
UTILIDAD DEL EJERCICIO	14.940.498	14.285.429	17.034.002	20.182.830	23.710.294
PERDIDA DEL EJERCICIO					
UTILIDADES ACUMULADAS		14.940.498	29.225.927	46.259.929	66.442.759
PERDIDAS ACUMULADAS					
PATRIMONIO	41.241.046	57.113.744	76.040.413	98.465.780	124.810.551
PASIVO MAS PATRIMONIO	80.733.763	92.910.460	109.606.507	129.374.833	152.512.875

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO	80.733.763	92.910.460	109.606.507	129.374.833	152.512.875
PASIVO	39.492.717	35.796.716	33.566.095	30.909.053	27.702.324
PATRIMONIO	41.241.046	57.113.744	76.040.413	98.465.780	124.810.551



Indicadores financieros

Tabla 66

Indicadores financieros

Indicador	Razón	Formula	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
LIQUIDEZ	Razón Corriente	$\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$	2,64	3,35	3,98	4,66	5,40
	Prueba acida	$\frac{\text{Activo corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo corriente}}$	2,40	3,07	3,68	4,35	5,07
Endeudamiento	Nivel de endeudamiento	$\frac{\text{Total Pasivo con terceros}}{\text{Total activos}}$	48,92%	38,53%	30,62%	23,89%	18,16%
	Concentración del endeudamiento en el corto plazo	$\frac{\text{Pasivo corriente}}{\text{Total pasivo con terceros}}$	0,640	0,681	0,757	0,859	1,000
Rendimiento	Margen operacional de utilidad	$\frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Ventas netas}}$	7,21%	6,18%	6,43%	6,69%	6,94%
	Margen neto de utilidad	$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas netas}}$	3,65%	3,18%	3,44%	3,71%	3,96%
	Rendimiento del patrimonio	$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}}$	36,23%	25,01%	22,40%	20,50%	19,00%
	Rendimiento de activo total	$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activo total bruto}}$	18,51%	15,38%	15,54%	15,60%	15,55%

PUNTO DE EQUILIBRIO					
Gastos Fijos	83.718.287	89.956.255	96.728.620	104.080.680	112.061.304
Costos Variables	297.998.400	333.758.208	367.253.228	403.980.935	444.379.076
Ventas	408.780.000	449.658.000	494.623.800	544.086.180	598.494.798
Punto Equilibrio	308.917.377	349.004.508	375.630.549	404.188.006	435.180.181
Margen de seguridad	24,4%	22,4%	24,1%	25,7%	27,3%
PE: % sobre las ventas proyectadas	75,57%	77,62%	75,94%	74,29%	72,71%
Tiempo en que se alcanza el PE (Meses)	9,07	9,31	9,11	8,91	8,73

Podemos ver que la Tienda Naturista cuenta con 2,64 para cubrir cada peso que debe a corto plazo, de igual manera cuenta con 2,40 en activos corrientes por cada peso que la empresa deba,

Evaluación financiera del proyecto

TASA DE OPORTUNIDAD DE ACCIONISTA

DTF	0,10	
TASA DE UTILIDAD	0,10	-
TASA INFLACION	0,06	
TOTAL	0,28	28%

Costo Promedio Ponderado De Capital (Cpcc)

	TOTAL	% DE PARTICIPACION	TASA DESPUES IMP	CPPC
PASIVOS	25.000.000	0,50	0,10	0,051
PATRIMONIO	24.640.492	0,50	0,28	0,138
ACTIVO	49.640.492	1		
CPPC				0,19
TASA INFLACION PROMEDIO				-
TASA RIESGO				-
				0,19
			WACC	0,19

Flujo de caja Económico

	INVERSION INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO FIJO	(9.236.000)					
ACTIVO DIFERIDO	(7.620.000)					
CAPITAL DE TRABAJO	(32.784.492)					
UTILIDAD OPERAC DESPUES IMPUESTOS		19.151.804	18.050.765	20.672.961	23.672.098	27.013.509
DEPRECIACION		1.250.055	1.250.055	1.250.055	1.250.055	1.250.055
AMORTIZACION DIF.		1.524.000	1.524.000	1.524.000	1.524.000	1.524.000
RECUPERACION ACTIVO FIJO						2.985.725
RECUPERACION CAPITAL DE TRABAJO						32.784.492
FLUJO NETO ECONOMICO	- 49.640.492	21.925.859	20.824.820	23.447.016	26.446.153	65.557.781

Flujo de caja financiero

	INVERSION INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO FIJO	(9.236.000)					
ACTIVO DIFERIDO	(7.620.000)					
CAPITAL DE TRABAJO	(32.784.492)					
FINANCIACION	25.000.000					
FLUJO DE CAJA ECONOMICO		21.925.859	20.824.820	23.447.016	26.446.153	65.557.781
GASTOS FINANCIEROS		3.925.000	3.350.871	2.686.605	1.918.048	1.028.828
ABONOS AL CREDITO		3.656.870	4.230.999	4.895.266	5.663.822	6.553.043
BENEFICIO TRIBUTARIO		1.334.500	1.139.296	913.446	652.136	349.801
FLUJO NETO FINANCIERO	- 24.640.492	15.678.488	14.382.246	16.778.592	19.516.419	58.325.712

Evaluación financiera

Alternativa 1

	TASA DESCUENTO	
VPN	0,19	32.150.963
TIR		44%
B/C		1,77

Alternativa 2

	TASA DESCUENTO	
VPN	0,28	22.639.242
TIR		68%
B/C		2,2

Valor Presente Neto VPN

Compara los beneficios del proyecto con el costo de oportunidad del dinero invertido en él. El valor presente neto (VPN) se calcula: Determina los beneficios netos anuales de cada uno de los años de la vida útil del proyecto, mediante la diferencia entre los beneficios y los costos. La diferencia entre los beneficios y los costos traídos a su valor equivalente en el año 0 es el valor presente neto, este es equivalente a los ingresos netos futuros y presentes de un proyecto.

El VPN determina si dicha inversión se puede incrementar o reducir. Ese cambio en el valor estimado puede ser positivo, negativo o continuar igual. Si es positivo significará que el valor de la empresa tendrá un incremento equivalente al monto del Valor Presente Neto. Si es negativo quiere decir que la empresa reducirá su riqueza en el valor que arroje el VPN. Si el resultado del VPN es cero, la empresa no modificará el monto de su valor. (Orozco, 2011)

Para el caso de la empresa comercial tienda naturista con unas ventas en promedio de todas sus líneas de productos de 12.000 unidades por año, el VPN sin financiación arrojó un total de \$ 32. 150. 963 y según los egresos que genera este, se encontró que el proyecto es VIABLE en ambas alternativas, teniendo en cuenta que el VPN de la evaluación económica es mayor al no tener ninguna obligación. Por tal motivo se elige la alternativa 1.

Dicho de otra manera, el proyecto si es financieramente rentable o que la evaluación que genera el VPN es aceptable para generar inversión, ya que es mayor a uno

Tasa Interna de Retorno TIR

Se define como la tasa de descuento que hace el VPN igual a cero, es decir, se recuperan las inversiones y se obtiene el costo de oportunidad. La TIR mide la rentabilidad del dinero mantenido dentro del proyecto, asume que la compensación financiera se reinvierte en el proyecto.

Si $T.I.R > 1$ Significa que el proyecto tiene una rentabilidad asociada mayor que la tasa de mercado (tasa de descuento), por lo tanto, es más conveniente. Si $T.I.R < 1$ Significa que el proyecto tiene una rentabilidad asociada menor que la tasa de mercado (tasa de descuento), por lo tanto, es menos conveniente.

Para este caso de la tienda naturista el valor de la TIR para la alternativa 1 es de 44% y para la alternativa 2 es de 68%. LA TIR de ambas alternativas dan el valor mayor que la tasa del mercado por consiguiente el proyecto es viable,

Relación costo beneficio BC

Una relación beneficio - costo igual a uno significa que los beneficios apenas alcanzan a compensar el costo de oportunidad de las alternativas de inversión. El valor del RBC depende de la manera como se definen los costos y beneficios.

Conclusiones

Se estableció la gran demanda de productos naturales en el área de estudio, entrando a competir con precios asequibles para el consumidor.

En el estudio técnico se definió el tamaño del proyecto con base a los requerimientos y mercancía necesaria para poner en marcha la tienda naturista.

En el estudio organizacional y legal se analizó la existencia de los pasos a nivel normativo para crear una S.A.S. Aprendiendo la composición y el funcionamiento interno de la empresa, a través de los procesos y manual de funciones.

Cuando se realizó el estudio económico se pudo evidenciar que, si es factible y viable montar una tienda naturista en el municipio de El Tambo Cauca, debido que se va a tener una gran utilidad y a la vez se va a generar empleo directo e indirecto.

Como estudiantes de administración de empresas nos permitió colocar en práctica los conocimientos adquiridos dentro de la carrera, pudimos colocar las destrezas dando a conocer cuáles son los pasos básicos para la creación de una tienda naturista y cuáles son las reglamentaciones a nivel de Colombia que las rige.

Recomendaciones

Realizar un seguimiento a los productos de mayor rotación, como también identificando los productos muertos, para buscar estrategias y darles rotación a todos los productos de la tienda naturista.

También se sugiere que, a largo plazo, la tienda naturista sea reconocida a través de redes sociales, influencia radial y se pueda implementar nueva modalidad de trabajo, además de ser comercializadora podamos ser distribuidora municipal, generando más empleo para las personas que residen dentro de los sectores aledaños al municipio.

Se aconseja en el mes de enero del año 2023 la puesta en marcha de la tienda naturista.

Bibliografía

(s.f.).

ACESI. (16 de 11 de 2021). Interculturalidad y salud, unidos, sí se pudo en El tambo, Cauca. <https://acesi.com.co/interculturalidad-y-salud-unidos-si-se-pudo-en-el-tambo-cauca/>.

Alcaldía Municipal del Tambo. *Propuesta de reactivación económica para El Tambo: El futuro es campesino*. <https://www.urosario.edu.co/Eventos-UR/DR2/XVII-Foro-Nacional-de-Economia-y-Finanzas/Documentos/52-EI-Tambo.pdf>.

Bacca, u. (2006). *Evaluación de proyectos*. Castellanos.

DANE. (06 de 08 de 2018). Encuesta Nacional de Presupuestos de los Hogares (ENPH) 2016 -2017. <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/enph/boletin-enph-2017.pdf>.

DANE. (2021). Resultados conto de unidad economica . <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-interno/censo-economico-de-colombia/conteo-de-unidades-economicas-2021#resultados>.

EFE. (12 de 1 de 2022). Colombia, entre los países con mayor crecimiento en 2021, según Cepal. <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/colombia-entre-paises-con-mas-crecimiento-economico-en-2021-560452>.

Estatista. (21 de 07 de 2021). Obtenido de Evolución del porcentaje del gasto de los hogares mexicanos en productos medicinales tradicionales entre 2008 y 2017: <https://es.statista.com/estadisticas/594947/gasto-de-los-hogares-en-productos-medicinales-naturales-mexico/>

Fajardo, o. M., & Soto, G. C. (2018). *Gestion Financiera Empresarial*. UTMACH.

Garzon, A. Y. (2019). Consumo de medicinas naturales como alternativa frente a productos Alopáticos en la ciudad de Manizales para enfermedades diabetes, hipertensión y depresión. https://ridum.umanizales.edu.co/jspui/bitstream/20.500.12746/3897/2/Garzon_Amaya_Yudi_Carmenza_2019.pdf.

Guerrero, L. H. (03 de 06 de 2020). Obtenido de ¿Qué pasa con la salud en Colombia?: <http://www.elmundo.com/noticia/-Que-pasa-con-la-salud-en-Colombia-/380113>

ISO. (2021). ¿Qué es la ISO 14001? <https://www.isotools.org/normas/medio-ambiente/iso-14001/#:~:text=La%20ISO%2014001%20es%20una,demuestre%20un%20desempe%C3%B1o%20ambiental%20v%C3%A1lido>.

Minsalud. (2011). Aspectos relacionados con la frecuencia de uso de los servicios de salud, mortalidad y discapacidad en Colombia, 2011. <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/IA/INS/informefinal.pdf>.

MinTic. (2017). Acuerdo Comercial entre la Unión Europea, Colombia, Perú y Ecuador. <https://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente/union-europea>.

MINTIC. (2020). *INFORME SOBRE LOS ACUERDOS COMERCIALES VIGENTES DE COLOMBIA*. Bogotá Colombia.

Olmo, G. (18 de 02 de 2022). *Perú: ¿boom, estabilidad o deterioro? Las cifras que muestran el estado de la economía*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-60426385>.

Primo, T. W. (2017). Biocomercio: oportunidad de desarrollo empresarial.

Quiroga Mesa, N. E. (14 de 05 de 2021). Estudio De Factibilidad Para La Creación De Una Tienda Naturista En El Municipio De Madrid Cundinamarca. <http://hdl.handle.net/20.500.12558/3521>.

Salazar Cabanillas, J. M. (2013). Análisis comparativo de los efectos ambientales producidos en el mantenimiento y pavimentación de la carretera Baños del Inca - Otuzco, respecto a lo declarado en los estudios de impacto ambiental. <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3232956>.

(s.f.).

ACESI. (16 de 11 de 2021). Interculturalidad y salud, unidos, sí se pudo en El tambo, Cauca. <https://acesi.com.co/interculturalidad-y-salud-unidos-si-se-pudo-en-el-tambo-cauca/>.

Alcaldía Municipal del Tambo. *Propuesta de reactivación económica para El Tambo: El futuro es campesino*. <https://www.urosario.edu.co/Eventos-UR/DR2/XVII-Foro-Nacional-de-Economia-y-Finanzas/Documentos/52-El-Tambo.pdf>.

Bacca, u. (2006). *Evaluación de proyectos*. Castellanos.

DANE. (06 de 08 de 2018). Encuesta Nacional de Presupuestos de los Hogares (ENPH) 2016 -2017. <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/enph/boletin-enph-2017.pdf>.

DANE. (2021). Resultados conto de unidad economica . <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-interno/censo-economico-de-colombia/conteo-de-unidades-economicas-2021#resultados>.

EFE. (12 de 1 de 2022). Colombia, entre los países con mayor crecimiento en 2021, según Cepal. <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/colombia-entre-paises-con-mas-crecimiento-economico-en-2021-560452>.

Estatista. (21 de 07 de 2021). Obtenido de Evolución del porcentaje del gasto de los hogares mexicanos en productos medicinales tradicionales entre 2008 y 2017: <https://es.statista.com/estadisticas/594947/gasto-de-los-hogares-en-productos-medicinales-naturales-mexico/>

Fajardo, o. M., & Soto, G. C. (2018). *Gestion Financiera Empresarial*. UTMACH.

Garzon, A. Y. (2019). Consumo de medicinas naturales como alternativa frente a productos Alopáticos en la ciudad de Manizales para enfermedades diabetes, hipertensión y depresión. https://ridum.umanizales.edu.co/jspui/bitstream/20.500.12746/3897/2/Garzon_Amaya_Yudi_Carmenza_2019.pdf.

Guerrero, L. H. (03 de 06 de 2020). Obtenido de ¿Qué pasa con la salud en Colombia?: <http://www.elmundo.com/noticia/-Que-pasa-con-la-salud-en-Colombia-/380113>

ISO. (2021). ¿Qué es la ISO 14001? <https://www.isotools.org/normas/medio-ambiente/iso-14001/#:~:text=La%20ISO%2014001%20es%20una,demuestre%20un%20desempe%C3%B1o%20ambiental%20v%C3%A1lido>.

Minsalud. (2011). Aspectos relacionados con la frecuencia de uso de los servicios de salud, mortalidad y discapacidad en Colombia, 2011. <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/IA/INS/informefinal.pdf>.

MinTic. (2017). Acuerdo Comercial entre la Unión Europea, Colombia, Perú y Ecuador. <https://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente/union-europea>.

MINTIC. (2020). *INFORME SOBRE LOS ACUERDOS COMERCIALES VIGENTES DE COLOMBIA*. Bogotá Colombia.

Olmo, G. (18 de 02 de 2022). *Perú: ¿boom, estabilidad o deterioro? Las cifras que muestran el estado de la economía*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-60426385>.

Primo, T. W. (2017). Biocomercio: oportunidad de desarrollo empresarial.

Quiroga Mesa, N. E. (14 de 05 de 2021). Estudio De Factibilidad Para La Creación De Una Tienda Naturista En El Municipio De Madrid Cundinamarca. <http://hdl.handle.net/20.500.12558/3521>.

Salazar Cabanillas, J. M. (2013). Análisis comparativo de los efectos ambientales producidos en el mantenimiento y pavimentación de la carretera Baños del Inca - Otuzco, respecto a lo declarado en los estudios de impacto ambiental.
<https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3232956>.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=16944>

https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/Resoluci%C3%B3n_1403_de_2007.pdf

https://www.redjurista.com/Documents/resolucion_126_de_2009_ministerio_de_la_proteccion_social.aspx#/

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0212_1995.html

<https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/1832403>

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=17445>

<https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Decretos/1428240>

<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/Decreto-1737-de-2005.pdf>

https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/DECRETO%203554%20DE%2002004.pdf

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=9751>

<https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1077153>

https://www.redjurista.com/Documents/resolucion_5107_de_2005_ministerio_de_la_proteccion_social.aspx#/

https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/RESOLUCI%C3%93N%204320%20DE%202004.pdf

<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/RESOLUCION-3131-de-1998.pdf>

https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/LEY%200009%20DE%201979.pdf

<https://funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=5248>

https://www.redjurista.com/Documents/resolucion_371_de_2009_ministerio_de_ambiente,_vivienda_y_desarrollo_territorial.aspx#/

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=316>

Anexos

Anexo 1

Sección 1 de 2

ESTUDIO DE MERCADO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA TIENDA NATURISTA EN EL MUNICIPIO DE EL TAMBO (CAUCA)

Tenga usted muy buenos días/buenas tardes, nosotras somos estudiantes de Administración de empresas de la corporación universitaria Comfacauca, en la siguiente encuesta se realizara una serie de preguntas que permitirán recolectar la información para la elaboración de la investigación de mercado del proyecto denominado estudio de factibilidad para la creación de una tienda naturista en el municipio de El Tambo Cauca. De antemano se le agradece por su información la cual será muy valiosa para el estudio que estamos realizando. (Su información será confidencial y anónima)

Nombre y Apellido 

Respuesta corta

Texto de respuesta corta

  Obligatorio

Género

- Mujer
- Hombre

Rango de edad

- Entre 18 a 25 años
- Entre 26 a 35 años
- Entre 36 a 50
- Entre 51 a 85 años

Ocupación

- Estudiante
- Agricultor
- Independiente
- Ama de casa
- Empleado

Sector donde vive

Popayán

El Tambo

Otra...

Sector donde vive. (Barrio ó vereda)

Texto de respuesta corta
.....

¿Cuántas personas viven en su hogar?

Texto de respuesta corta
.....

Sección 2 de 2

POLITICA DE TRATAMIENTO DE DATOS

Que mediante la Ley 1581 de 2012 se expidió el Régimen General de Protección de Datos Personales, el cual, de conformidad con su artículo 1, tiene por objeto "(...) desarrollar el derecho constitucional que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bases de datos o archivos, y los demás derechos, libertades y garantías constitucionales a que se refiere el artículo 15 de la Constitución Política; así como el derecho a la información consagrado en el artículo 20 de la misma. Que la Ley 1581 de 2012 constituye el marco general de la protección de los datos personales en Colombia.

¿Ha comprado usted productos naturales? *

- Si
- No

Si su respuesta es no, ¿Cual fue el motivo?

- No es de su interes
- Alto costo
- No se consiguen en el sector

Si su respuesta es si. ¿Para quién los ha comprado? Si su respuesta es algún familiar, utilizar la casillas otras y especificar el parentesco.

- Para uso personal
- Para algún familiar. ¿cual?
- Otra...

¿Para que tipo de enfermedades los ha usado? Seleccione y en la casilla otra describir la enfermedad.

- Enfermedades comunes
- Enfermedades crónicas
- Otra...

¿Porque medio usted adquiere productos naturales?

- Tienda física especializada
- Droguería
- Mercado
- Por encargo
- Otra...

¿Cuanto a invertido usted en la compra de productos naturales?

- \$ 15.000 a \$ 25.000
- \$ 25.000 a \$ 50.000
- \$ 50.000 a \$ 100.000
- de \$ 100.000 en adelante.

¿Con qué frecuencia compra usted, productos naturales ?

- Una o dos veces en el mes.
- cada dos meses
- Cada trimestres
- Cada semestre
- Otra...

Conoce usted en el municipio de El Tambo (Cauca), ¿Alguna tienda naturista o negocio donde vendan productos naturales? *

- Si
- No

Con respecto a la pregunta anterior, si su respuesta es si. ¿Cual es el nombre del establecimiento?

Texto de respuesta corta

.....

Si hubiera una tienda naturista especializada en el municipio de El Tambo (Cauca). ¿Que le parecería?

- Muy Interesante
- Interesante
- Poco interesante
- Nada interesante

Gracias por regalarnos unos minutos en responder la encuesta.

Descripción (opcional)