TÍTULO DEL TRABAJO DE GRADO

PLAN DE NEGOCIO PARA LA FORMALIZACIÓN DE LA EMPRESA VITALOE R&R, PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS A BASE DE ALOE VERA, EN EL MUNICIPIO DE SAN GIL, SANTANDER.

AUTORES

HEIDY CATALINA ANAYA ARDILA CC.1100953373

LILIANA RUIZ RAMÍREZ CC.1101321310

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
FACULTAL DE LAS CIENCIAS SOCIOECONOMICAS
TECNOLOGIA EN GESTION EMPRESARIAL
SAN GIL
28-11-2019

TÍTULO DEL TRABAJO DE GRADO

PLAN DE NEGOCIO PARA LA FORMALIZACIÓN DE LA EMPRESA VITALOE R&R, PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS A BASE DE ALOE VERA, EN EL MUNICIPIO DE SAN GIL, SANTANDER.

AUTORES
HEIDY CATALINA ANAYA ARDILA CC.1100953373
LILIANA RUIZ RAMÍREZ CC.1101321310

Trabajo de Grado para optar al título de
Tecnología en Gestión Empresarial

DIRECTOR
ESP. OLGA LILIA FLÓREZ LEÓN

GRUPO DE INVESTIGACIÓN EN LAS TECNOLOGÍAS SOCIOECONÓMICAS E INGENIERÍAS – GITSEIN

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
FACULTAL DE LAS CIENCIAS SOCIOECONOMICAS
TECNOLOGIA EN GESTION EMPRESARIAL
SAN GIL
28-11-2019

Nota de Aceptación

APROBADO

Firma del jurado

Firma del Jurado

DEDICATORIA

Dedicar de manera especial este trabajo principalmente a Dios por permitirnos haber llegado a culminar esta etapa de formación profesional. A nuestras familias y personas, que, aunque no estén presentes en la tierra lo están en nuestro corazón quienes nos impulsan y apoyan siempre a cumplir nuestros sueños a poner en nosotros las bases de responsabilidad y deseos de superación.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, damos gracias a Dios por llenarnos de fortaleza para terminar un ciclo más en nuestras vidas y poder realizar este proyecto, por guiarnos y no dejarnos decaer, agradecemos también a nuestras familias que son el motor que nos impulsa a cumplir nuestras metas y a las personas que depositaron su confianza y nos impulsaron a sobresalir con nuestro trabajo, experiencia, investigación, asimismo nuestros docentes y compañeros que orientaron nuestra formación y creyeron en nosotros.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO 9

INTRODUCCIÓN 10

1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN 11

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 11
1.2. JUSTIFICACIÓN 12
1.3. OBJETIVOS 14
1.3.1 OBJETIVO GENERAL 14
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS 14

2. MARCO REFERENCIAL 15

3. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO 22

3.1. LA METODOLOGÍA DEL MARCO LÓGICO. 22
3.1.1 MATRIZ DE INVOLUCRADOS. 22
3.1.2 ÁRBOL DE PROBLEMAS. 24
3.1.3 ÁRBOL DE OBJETIVOS. 25
3.1.4 ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN. 26
3.1.5 MATRIZ DE MARCO LOGICO 26
3.1.6 DOCUMENTO TÉCNICO. 27

TABLA NUTRICIONAL 67

3.1.7 HILO CONDUCTOR 73

4. CONCLUSIONES 74

5. RECOMENDACIONES 75

6. BIBLIOGRAFÍA 76

7. ANEXOS 77

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Información trimestre N.2 de 2019 19
Figura 2 Arbol de problemas 24
Figura 3 Árbol de objetivos 25
Figura 4 Modelo Canvas 34
Figura 5 Mapa De Ubicación 35
Figura 6 Mapa Del Municipio de San Gil 36
Figura 7 Flujograma de procesos 37
Figura 8 Distribución física de empresa 39
Figura 9 Punto de equilibrio 44
Figura 10 Organigrama 47
Figura 11 Genero 54
Figura 12 Consumo 55
Figura 13 Frecuencia de Consumo 56
Figura 14 Medios de Compra 58
Figura 15 Características de compra 59
Figura 16 Características de sabor 60
Figura 17 Bebidas Saludables 61
Figura 18 Bebida de aloe vera 62
Figura 19 Tipo de envase 63
Figura 20 Presentación del Producto 64
Figura 21 Precios 65

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Normas, Leyes Decreto o Certificación 19
Tabla 2 Matriz De Involucrados 22
Tabla 3 Matriz de Marco Lógico 26
Tabla 4 Análisis FODA 30
Tabla 5 Áreas de distribución de la planta 38
Tabla 6 Equipos y herramientas 39
Tabla 7 Equipos área administrativo 40
Tabla 8 Insumos y materias primas 40
Tabla 9 Inversión de Maquinaria Y equipo 40
Tabla 10 Inversión de herramientas 41
Tabla 11 Inversión Herramientas Administrativas 41
Tabla 12 Inversión en activos Intangibles 42
Tabla 13 Costos Mano de obra 42
Tabla 14 Distribución de Costos 43
Tabla 15 Punto de Equilibrio 44
Tabla 16 Datos agrupados PE 44
Tabla 17 Balance General 45
Tabla 18 Estado de resultados 46
Tabla 19 Contratos 48
Tabla 20 Descripción Del Cargo Gerencia 49
Tabla 21 Descripción del cargo de contador 49
Tabla 22Descripción del cargo de operario 50
Tabla 23 Segmentación del mercado 52
Tabla 24 Tamaño de la Muestra 53
Tabla 25 Barrios encuestados 53
Tabla 26 Genero de la población 54
Tabla 27 Edad de la población encuestada 55
Tabla 28 Consumo de bebidas saludables 55
Tabla 29 Frecuencia de consumo de bebidas saludables 56
Tabla 30 Medios de compra 57
Tabla 31 Características de compra 58
Tabla 32 Características Del Sabor 59
Tabla 33 Consume o conoce el aloe vera (sábila) 60
Tabla 34 Bebidas en el mercado con contenido de aloe vera 61
Tabla 35 Consumo de bebidas a base de aloe vera y plantas herbolarias 62
Tabla 36 Empaque 63
Tabla 37 Presentación 64
Tabla 38 Costo Del producto 64
Tabla 39 Ficha técnica 66
Tabla 40 Especificaciones del producto 66
Tabla 41 Tabla nutricional 67
Tabla 42 Bebidas existentes en el mercado 71
Tabla 43 Normatividad 72

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto tiene como fin la elaboración de un plan de negocio para la empresa VITALOE R&R y proponer la constitución formalmente la producción de una bebida saludable con aloe vera natural, la cual proporciona beneficios reales al organismo, gracias a su contenido nutricional y de plantas herbolarias; aprovechando de esta manera la demanda de bebidas naturales.

Este producto está dirigido a personas de todos los niveles socioeconómicos del Municipio de San Gil, que se caracterizan por cuidar su salud, practican algún deporte o hacen ejercicio, consumen productos naturales y bebidas de agradable sabor y calidad. El plan de negocio inicia con una investigación tomando como punto de referencia los elementos presentes en el cristal del aloe vera, sus usos, aplicaciones, industrias que lo demandan, ofertantes del mercado y cultivos establecidos. Posteriormente se realizará una investigación en el mercado local para identificar factores como la competencia, precios, empaque, presentación, gustos, tendencias y frecuencia de compra de los clientes para determinar estrategias de competitividad y posicionamiento.

Actualmente lanzar un nuevo producto al mercado no es una tarea fácil, existen hoy en día una serie de parámetros con los cuales hay que cumplir para llegar a constituir formalmente la iniciativa empresarial, que permita competir en el mercado actual mediante la producción de alimentos saludables en el municipio de San Gil, para esto se realizó una investigación descriptiva y exploratoria, utilizando el método cualitativo el cual sirve en la recopilación de información.

Esta iniciativa empresarial es para la academia UTEISTA un aporte de gran valor para generar dinámica económica en el sector productivo del Municipio de San Gil, innovando y permitiendo a la comunidad gozar de una bebida saludable y totalmente natural.

PALABRAS CLAVE. Alimentación, Aloe vera, Emprendimiento, Natural, Salud

INTRODUCCIÓN

Con esta idea de negocio se busca el fortalecimiento de la producción y comercialización de una bebida natural con aloe vera que contribuya en la alimentación sana y saludable de la población sangileña; y así satisfacer la alta demanda que se evidencia en el mercado de productos y bebidas saludables y naturales. Actualmente la competencia de bebidas con aloe vera está abarcando el mercado a nivel mundial, asimismo según estudio realizado por la Organización Mundial De La Salud (OMS , 2019)el aumento de enfermedades no transmisibles las cuales son responsables del 70% de las muertes en el mundo, siendo impulsadas por factores como el consumo del tabaco, inactividad física, el consumo excesivo de alcohol, dietas poco saludables y la contaminación del aire.

De acuerdo al artículo de (IBIZALOE) las empresas están trabajando sus productos con componentes químicos sustitutos utilizando el aloe vera, como valor adicional, pero no siempre, tienen la esencia natural, lo cual no permite adquirir todas las propiedades que esta planta contiene, partiendo de esto se busca el diseño del plan de negocio este direccionado a la creación de una empresa productora y comercializadora de alimentos saludables en el municipio de San Gil, .

También esta investigación de método inductiva permite desarrollar la gestión empresarial e impulsar el emprendimiento a través de la aplicación de los conocimientos adquiridos en la formación tecnológica, mediante la creación de nuevos productos que integran ideas innovadoras y con un espíritu empresarial que contribuyan al desarrollo social y económico del municipio de San Gil.

1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Hoy en día las enfermedades crónicas y degenerativas han tenido un alto índice de mortalidad mundial de acuerdo con un informe publicado por la (OMS , 2019)(organización mundial de la salud) en el año 2017 “Los avances de los países en la lucha contra las (Enfermedades no transmisibles ENT) especialmente las enfermedades cardiovasculares, respiratorias crónicas, el cáncer y la diabetes han sido limitados. Estas, son las más mortíferas y se cobran anualmente la vida de 15 millones de personas entre 30 y 70 años en todo el mundo.” A pesar de las múltiples políticas que han establecido y los sistemas que se han implementado en algunos países se puede evidenciar que han sido escasos los progresos para combatir estas enfermedades, la salud es un elemento primordial para mantener un estado de bienestar y un equilibrio en las personas, esta se ve afectada por factores conductuales, fisiológicos, demográficos, medioambientales y genéticos, los cuales inciden en la prevención o aparición de enfermedades.

Así mismo, la alimentación juega un papel fundamental en la aparición de muchos problemas de salud, algunas de las patologías se pueden combatir a través de una dieta apropiada y consumo de alimentos saludables y naturales, Por otra parte, las condiciones de vida de las personas son variadas debido a las múltiples ocupaciones muchas veces no permiten el tiempo para preparar bebidas ni alimentos saludables, recurren a alimentos chatarra con altos índices de azucares, grasas y químicos de poco valor nutricional; factores que junto a una falta de dieta repercuten a una mala salud y una nutrición no balanceada, sin embargo, actualmente existe preferencia por los alimentos naturales que incorporen propiedades personalizadas, capaces de cubrir las necesidades nutricionales, según artículo de la (AECOC)“el yin y el Yan de las tendencias en alimentación” hace referencia a una vuelta a lo rural al consumo de productos agrícolas y las plantas, de acuerdo a lo anterior y aprovechando que en la región se produce la sábila (aloe vera) una planta medicinal la cual contiene un amplio contenido de propiedades que benefician el organismo de las personas que lo consumen. Y de acuerdo a este aumento de salubridad y frente a la necesidad de generar innovaciones integrales surge la presente propuesta de productos VITALOE R&R de aloe vera, cuya combinación cumpla el propósito de satisfacer las necesidades humanas encontrando en sus elementos que la componen una serie de beneficios dando identidad e interés que se relacionan entre sí para complementar una dieta saludable y la alimentación de las personas, actualmente la innovación en los productos alimenticios tiene preferencia por los estilos de vida más limpios y alimentos verdes, lo natural y orgánico, creando estrategias que permitan la elaboración de productos Aloe vera con una visión dirigida hacia el desarrollo sostenible. De acuerdo a lo anterior surge el siguiente interrogante.

¿Es necesario establecer una empresa de productos naturales que contribuyan con la salud en la población del municipio de San Gil?

1.2. JUSTIFICACIÓN

A través del tiempo la sociedad ha sufrido una serie de variaciones donde los estilos de vida han venido cambiando y el ser humano ha tenido que adaptarse a estos cambios, factores como la salud han comenzado a deteriorándose en su gran mayoría por no llevar una alimentación adecuada, la rutina y las preocupaciones diarias muchas veces impiden que una persona dedique tiempo para comer saludablemente y ante el descuido termina ingiriendo productos altos en grasa y con poco valor nutritivo. Sin embargo, es un punto que no se debe pasar por alto, pues los alimentos pueden repercutir en la salud física y emocional, numerosos estudios demuestran que la alimentación es un pilar fundamental en la prevención de enfermedades, uno de los factores más estudiados en enfermedades crónicas, aunque tampoco podemos dejar a un lado el papel esencial de la nutrición en el correcto funcionamiento del sistema inmunológico y la mayor resistencia en procesos infecciosos agudos, las enfermedades crónicas tienen una larga duración y por lo general son de progresión lenta. La diabetes, los infartos, las enfermedades cardiacas, el cáncer y enfermedades respiratorias son las principales causas de mortalidad en el mundo. Se trata de enfermedades claramente vinculadas a nuestro estilo de vida por ello hay que atender de manera comprometida y consciente a nuestra manera de vivir. El organismo humano tiene una magnifica capacidad de resiliencia y se adapta al ambiente que le rodea para vivir en armonía puede llegar a tolerar una gran cantidad de agentes patógenos o tóxicos si el sistema inmunológico esta fuerte. Sin embargo, la malnutrición por defecto o por exceso puede alterar este equilibrio.

Estamos en una sociedad sobrealimentada y paradójicamente malnutrida, la (OMS) (Organización mundial de la Salud) lo define como “La doble carga de la malnutrición”, tan perjudicial es el exceso de calorías y ciertos nutrientes (azúcares, sodio o grasas saturadas) como el defecto de vitaminas o minerales fundamentales para el metabolismo.
La alimentación actual, rica en alimentos de escasa calidad nutricional y elevada densidad calórica, no aporta una nutrición óptima que favorezca el estado de salud natural del organismo.

Ante la preocupación constante por mejorar la alimentación de la población, muchas de las industrias han venido apostando a las nuevas tendencias de alimentación y bebidas, que impactan el mercado global, actualmente las tendencias están enfocadas en el consumo sostenible, donde lo sostenible se desarrolla en todo el ciclo de vida del producto, desde su producción, pasando por la mesa del consumidor, hasta los residuos que este genera, factores como la producción más limpia, utilización de envases biodegradables, el reciclaje, lo cual con un mayor esfuerzo estará dirigido a productos preparados que requieren mínimos procesos por parte de los consumidores, tendencia de consumo por edad, mediante la cual el desarrollo de alimentos y bebidas permitan disfrutar de una vida más larga y saludable. Productos proactivos que se comercializan con un leguaje positivo orientados a todas las edades con el fin de satisfacer las necesidades e inquietudes de las personas adecuándose a los estilos de vida.

Las numerosas propiedades del aloe vera la han convertido en una de las plantas medicinales por excelencia, por ello, ha comenzado incluso a comercializarse; esta planta está repleta de antioxidantes y tiene propiedades regenerativas. De acuerdo con los estudios realizados por (ECURED) (enciclopedia cubana) la sábila es una planta medicinal la cual contiene aloemicina, de gran poder antiinflamatorio y analgésico, y aloeuricina, cuya propiedad es activar y fortificar las células epiteliales, lo cual ayuda a contrarrestar las úlceras gástricas y estomacales. Contiene gran cantidad de aminoácidos como son la valina, metionina, fenilalanina, lisina y leucina los cuales funcionan como fuentes de energía y reparar tejidos corporales. Posee además al polisacárido lignina, el glucomannan y otros glúcidos como la pentosa, galactosa y los ácidos urónicos que proporcionan una profunda limpieza de la piel, pues penetran en todas sus capas, eliminando bacterias y depósitos grasos que dificultan la exudación a través de los poros.

Entre los elementos constitutivos están el yodo, cobre, hierro, zinc, fósforo, sodio, potasio, manganeso, azufre magnesio y gran cantidad de calcio. Es una de las pocas especies que contienen vitamina B12, además de vitaminas A, B1, B2, B6 y C. Contiene fuertes proporciones de germanio que actúa como filtro depurador del organismo, elimina los venenos y desechos de las células, reestructura y revitaliza la medula ósea reactiva el sistema inmunológico, estimula la producción de endorfinas, que calman el dolor. El gel obtenido del aloe vera produce seis agentes antisépticos de elevada actividad antimicrobiana: el ácido cina Mónico, un tipo de urea nitrogenada, lupeol, fenol, azufre, ácido fólico y un ácido salicílico natural que combinado con el lupeol tiene importantes efectos analgésicos. De manera lenta el uso del aloe vera está siendo impulsando como un ingrediente que ofrece beneficios para la salud que van desde mejorar el sistema inmunológico, la eliminación de toxinas y la salud digestiva hasta mejorar la elasticidad de la piel y reducir la inflamación. Las bebidas Aloe Vera han aumentado en popularidad en los últimos años debido a la gama de beneficios que ofrecen a la salud al proporcionar una gran variedad de vitaminas, minerales y aminoácidos. El jugo de Aloe Vera tiene un efecto hidratante y además aporta nutrientes para el cuerpo y la piel. La bebida Aloe Vera Proporciona muchos beneficios al cuerpo y uno de los más importantes es un sistema digestivo sano y regular. Se trata de una bebida saludable y a la vez refrescante, pero la gran ventaja del Aloe Vera es que se puede clasificar como un nutracéutico y puede ser consumido durante todo el tiempo.

En este sentido, nace la idea de desarrollar un producto que recoja todas esas ventajas y que pueda ofrecer a las personas una alternativa de una bebida saludable a base de aloe vera, que aporte al bienestar y a la salud del consumidor con un valor agregado de encontrar la mescla perfecta de aloe vera y plantas herbolarias, que sirven como complemento a la alimentación, una bebida que ofrece una alternativa para mantener una buena salud. Cabe resaltar que esta producción se desarrolla en el municipio de san gil, capital turística de Santander la cual tiene una población de 45.114 habitantes, aunque aún es un municipio la mayoría de las personas actualmente viven con afán, donde el tiempo corre, las diferentes ocupaciones y estilos de vida, no permiten llevar una alimentación adecuada, las personas están consumiendo productos rápidos, de bajo nivel nutritivo y dejando a un lado la alimentación sana, los productos naturales y de beneficio para mantener una buena salud, teniendo en cuenta estas razones y la falta de complementos nutricionales 100% naturales

en el mercado local este plan de negocio surge la idea de ofrecer a los sangileños una bebida 100% natural que contiene elementos nutritivos para la salud.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Elaborar el plan de negocio con base en el proceso de planeamiento estratégico para constituir la iniciativa empresarial VITALOE R&R que permita competir en el mercado actual mediante la producción de alimentos saludables.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollar la planeación estratégica de VITALOE R&R mediante el análisis interno /externo que permita obtener estrategias para su posterior ejecución a mediano plazo.
- Realizar un estudio Técnico en el que se determinen las condiciones de procesos de producción, y requerimientos en insumos y materiales para la producción de los productos de la empresa
- Diseño del marketing mix para proceder de una forma planificada, afín de satisfacer las necesidades del consumidor y conseguir un beneficio mutuo.
- Identificación de la normatividad de la empresa VITALOE R&R teniendo en cuenta la formalización.

2. MARCO REFERENCIAL

MARCO TEORICO

DE DONDE PROVIENE EL ALOE VERA

A lo largo de la historia el aloe vero se ha utilizado para una amplia variedad de aplicaciones y usos que parten desde afectaciones en la piel, hasta el estreñimiento. Su popularidad se debe a la curación de la piel, prácticas de protección, incluyendo tratamientos para el cáncer en la medicina popular y de más usos. Hace 2000 años, los científicos griegos consideraban el aloe vera como la panacea universal, pero en realidad fueron los egipcios la civilización que más utilizó el aloe vera; de hecho, fue llamada aloe la planta de la inmortalidad. En la actualidad se usa en muchos lugares del mundo en la
medicina moderna para tratar múltiples enfermedades, además de ser utilizada en la industria cosmetológica, farmacéutica y alimentaria.

Se ha demostrado científicamente que existen alrededor de 400 especies de aloe, sin embargo, son 4 tipos de especies los que presentan mayores propiedades medicinales: Aloe Barbadenses Miller, Aloe Perry Bayer, Aloe Ferox y Aloe Arborescens. No obstante, el Aloe Barbadenses Miller es considerado como la más utilizada en la medicina curativa y la más popular en el mundo comúnmente es llamada Aloe Vera.
De esta especie se obtienen dos productos:
Gel, que es la porción mucilaginosa del parénquima tisular o mesófilo situado en el centro de las hojas. De esta pulpa se extrae un gel brillante y amargo. Debe eliminarse la piel para evitar la oxidación, que le daría un color oscuro. Para conservarlo en buenas condiciones debe estabilizarse el material recién obtenido y preservarlo de la contaminación bacteriana y fúngica.
Acíbar, es el zumo que resulta de la incisión de las hojas, es un sólido cristalino de color marrón y muy amargo. Se localiza en las células peri cíclicas situadas cerca de los haces conductores inmediatamente por debajo de la epidermis, entre el parénquima clorofílico y el mucilaginoso. En general, se obtiene dejando fluir el líquido que sale de las hojas cortadas transversalmente en un recipiente. El olor es característico y fuerte.

CARACTERIZACION

La salud ha tomado importancia en nuestro contexto, es por eso que hoy en día nos preocupamos más de cómo prevenir las enfermedades que puedan afectar nuestro bienestar y el de nuestra familia, mejorando los hábitos saludables, consumiendo alimentos que aporten a nuestro cuerpo nutrientes que nos ayuden a fortalecer y a combatir enfermedades.
Hasta hace poco, esta planta se usaba únicamente como cura. Pero los últimos estudios han demostrado que el aloe vera puede ayudarnos a mucho más que curar una herida. Todo esto es posible gracias a que cuenta con más de 20 minerales y una gran cantidad de vitaminas (B1, B2, B3, B6, C, E, Ácido Fólico…), proteínas, Aminoácidos Esenciales, Enzimas, entre otros componentes.

En estos tiempos en Colombia se le ha visto un progreso comercial del aloe vera gracias a los gremios del sector agrícola que han venido haciendo grandes esfuerzos con el fin de obtener certificaciones a nivel internacional sobe los cultivos y productos derivados del Aloe Vera; de hecho, que el extractó del mismo se presenta actualmente al mercado potencial que genera altas alternativas en cuanto al crecimiento de demanda local, y en consecuencia, motiva a realizar o a llevar a cabo este proyecto de emprendimiento con la intención de ofrecer al mercado una alternativa para el consumo de Aloe Vera.

BENEFICIOS

El Aloe Vera ha llegado a posicionarse como; planta milagrosa debido a la variedad de beneficios, que vienen de los casi 200 elementos naturales que la componen. (González. 2006)
En la actualidad la transformación y aprovechamiento del Aloe Vera ha tomado gran importancia en diferentes industrias; ofertando productos al mercado como cremas, champús, enjuagues, lociones, bronceadores, medicamentos, laxantes, alimentos, bebidas, geles, etc.
El Aloe vera tiene grandes propiedades beneficiosas a la salud en general, pero su base se asienta en la composición química de la planta, según hierba medicinal en 2006 tras el análisis químico se halló:
ALOEMODINA: Actúa sobre la mucosa intestinal, regulando su funcionamiento.
ALOETINA: Bactericida y antivírica, neutraliza el efecto de las toxinas microbianas.
ALOMITINA: Previene y controla la propagación de ciertas formas cancerígenas.
ALOEOLEINA: Mejora úlceras duodenales y estomacales. A ello se suma el efecto que disminuye la acidez.
EMOLINA, EMODINA, BARBALOINA: A través de reacciones orgánicas, generan ácido salicílico de efecto analgésico y antifebril.
EXTRACTO: Solución acuosa que contiene menos del 10% de aloe vera.
CONCENTRADO: Es el gel puro deshidratado.
CREATININA: Resulta fundamental en las reacciones de almacenaje y transmisión de la energía.
SAPONINAS: Antiséptico.
CARRISINA: Refuerza el sistema inmune. Aumenta las defensas.
AMINOACIDOS: Interviene en la formación de proteínas; también fundamentales para el sistema inmune.
VITAMINAS: Beneficiosas para todas las funciones del cuerpo humano y la salud en general.
MUCILAGO: Actividad emoliente sobre la piel.
FOSFATO DE MANOSA: En particular actúa como agente de crecimiento de los tejidos. Se comprobó su efecto cicatrizante sobre distintas úlceras, especialmente bucales.
MINERALES: Calcio, magnesio, fósforo, potasio, zinc, sodio, cobre, imprescindibles en cada uno de los procesos fisiológicos.
EL IMPACTO DE LAS ENFERMEDADES METABÓLICAS Y CARDIOVASCULARES EN LA SALUD PÚBLICA EN COLOMBIA
Las condiciones de salud del país en este tipo de enfermedades las metabólicas, según el

Ministerio de Salud y protección Social afirma que “Las enfermedades cardiovasculares (ECV) junto con el cáncer, la diabetes y las enfermedades pulmonares crónicas, se identifican en su conjunto como enfermedades no trasmisibles (ENT), De acuerdo con los análisis del ONS las ECV son la principal causa de muerte en Colombia, se registraron 628.630 muertes por ECV, que corresponden al 23,5% del total de las muertes en Colombia, para el año 2010 (SALUD O. N., 2013), la Diabetes ocupaba el 8° dentro de las veinte primeras causas de mortalidad (MSPS, 2010). Para el año 2011 se registraron 6.734 muertes, de las cuales 2.900 fueron en hombres y 3.834 muertes fueron en mujeres. (DANE, Estadísticas Vitales, 2012). (Social, 2013).

TENDENCIAS DE CONSUMO DE BEBIDAS SALUDABLES

La dieta saludable es una de las nuevas tendencias en Colombia, puesto que los hábitos de consumo están cambiando rápidamente, el cambio alimenticio evidenciado en los últimos años se ha identificado que el consumidor ha tomado como hábito la ingesta de productos a base de concentrados naturales, por lo que se han obligado en las líneas del mercado de este tipo incorporar dentro de sus portafolios alimentos y bebidas saludables. (Rolando, 2016) 6 “Según el CONPES Social 113 de 2008, la Seguridad Alimentaria Nacional se refiere a la disponibilidad suficiente y estable de alimentos, el acceso y el consumo oportuno y permanente de los mismos en cantidad, calidad e inocuidad por parte de todas las personas, bajo condiciones que permitan su adecuada utilización biológica, para llevar una vida saludable y activa. Para dar cuenta de los avances en el ámbito de la Seguridad Alimentaria y Nutricional, el país cuenta con una serie de instituciones y programas, que desde diferentes sectores respaldan este proceso.”

MI PYMES EN COLOMBIA

Para un efectivo desarrollo y ejecución del proyecto es necesario estar al tanto de la tecnología y su uso adecuado para ello se identifica que el Gobierno brinda asesoría para pequeños empresarios a través del Ministerio de tecnologías de la información y las comunicaciones de Colombia crea una iniciativa la cual promueve la transformación de los modelos de negocio de las MiPymes colombianas a partir del uso estratégico de la tecnología. En donde todos los procesos internos y externos de la empresa sean agilizados a través del uso de la tecnología, El Ministro de TIC (MinTIC), David Luna, lanzó la nueva estrategia para que las micro, pequeñas y medianas empresas comiencen su transformación a la Economía Digital, tras la realización de un estudio sobre el estado actual de la relación de las MiPymes con las TIC en Colombia, que delineó los principales retos en este sentido. Capacitación, comercio electrónico, Centros de Desarrollo Empresarial digital, el Programa de incentivos al desarrollo de aplicaciones a la medida y acciones para incentivar la mentalidad y cultura, serán las cinco líneas 10 de acción bajo las cuales se desarrollará esta estrategia, que impactará de forma directa a 130 mil empresas hasta el 2018. (Min Tic , 2016)

MARCO CONCEPTUAL

ALOE VERA: También conocido como Sábila, es un Cultivo de tardío rendimiento del cual se obtiene Gel o Látex, materia prima utilizada en diferentes industrias a nivel mundial.
CERTIFICACION: Es la acción llevada a cabo por una entidad independiente de las partes interesadas mediante la que se manifiesta que una organización, producto, proceso o servicio, cumple los requisitos definidos en unas normas o especificaciones técnicas.
DEMANDA: Se refiere uno a la cantidad de bienes o servicios que se solicitan o se desean en un determinado mercado de una economía a un precio específico.
GEL DE ALOE VERA: Extracto interno de la hoja de Aloe Vera de características gelatinosa.
OFERTA: Hace referencia a la cantidad de bienes, productos o servicios que se ofrecen en un mercado bajo unas determinadas condiciones.
PRODUCTO: Es el punto central de la oferta que realiza toda empresa u organización (ya sea lucrativa o no) a su mercado meta para satisfacer sus necesidades y deseos, con la finalidad de lograr los objetivos que persigue.
SUBPRODUCTO: Producto, generalmente de poco valor, que se obtiene en un proceso de elaboración, fabricación o extracción de otro producto que tiene más valor.

SECTOR SECUNDARIO INDUSTRIAL
El sector secundario es el conjunto de actividades a través de las cuales las materias primas son transformadas en bienes de consumo, ya sea para ser consumidos directamente o para usarlos como materia prima en otras industrias.

Este sector económico se divide en dos segmentos:
Industrial extractivo: el cual se basa en la minería
Industrial de transformación: transforma y termina las materias primas en productos terminados.
Este sector se caracteriza por el uso de máquinas movidas a través del uso de la energía mecánica, división y especialización del trabajo. Colombia es un país industrial, el cual posee una gran variedad de empresas manufactureras que definen el progreso y el nivel de desarrollo del país.
El progreso de este sector en el país se mide a través del PIB (Producto Interno Bruto) mediante el cual el sector industrial, juega un papel muy importante ya que es la mayor fuente de ingresos para el país, es el que crea el mayor número de empleos y también gracias a las exportaciones. (Min Agricultura)

Figura 1 Información trimestre N.2 de 2019

Fuente: DANE, Producto Interno Bruto (PIB) Base 2015, Información ll Trimestre de 2019.

En la gráfica proporcionada por el DANE se puede ver que durante el primer semestre del año 2019 y con respecto al mismo periodo del año anterior, el crecimiento del producto interno bruto fue del 3,0%.
Las actividades que más explican este comportamiento son:

- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida crece 4,4%.
- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; educación; actividades de atención de la salud humana y servicios sociales crece 3,5%.
- Actividades profesionales, científicas y técnicas; actividades de servicios administrativos y de apoyo crece 3,6%. (DANE, 2019).

MARCO NORMATIVO

A nivel Departamental o Nacional existen gran cantidad de producciones de Aloe Vera, lo que hace necesario de crear medios de regulación de calidad.

Tabla 1 Normas, Leyes Decreto o Certificación

NORMA, LEY, DECRETO O CERTIFICACIÓN	REFERENCIA
Decreto 3075 de 1997	Se estipula todo lo referente a la regulación de las actividades que puedan generar riesgo por el consumo de alimentos.
Resolución 2674 del 2013	Se modifica parcialmente el Decreto 3075 de 1997
Artículo 126 del decreto – ley 019 de 2012	Establece que los alimentos que se fabriquen, envasen o importen para su comercialización en el territorio nacional requerirán de notificación sanitaria, permiso sanitario o registro sanitario,

	según el riesgo de estos productos en salud pública, de conformidad con la reglamentación que expida el Ministerio de Salud y Protección Social
Ley 99 de 1993	Se dan los lineamientos respectivos en materia de manejo ambiental de las empresas y el cumplimiento que éstas deben tener en miras a la preservación del medio ambiente evitando su deterioro.
Decreto 3863 de 2008	Se reglamentan los requisitos para la fabricación y comercialización de los suplementos dietarios.

Fuente (Manipulación de Alimentos Colombia)

Razón Jurídica

Sociedad por Acciones Simplificadas se constituirá por dos socios y uno de ellos será el representante legal.

Pasos para crea una empresa:

Razón Social

- En las sedes de la Cámara de Comercio podemos solicitar un volante para la consulta el nombre.
- Diligenciar el nombre que desea consultar y la actividad a la cual se va a dedicar.
- Presentar el formulario diligenciado a la Cámara de Comercio con el cual de saber si podemos utilizar dicho nombre.
- Elaboración de la Minuta con el siguiente contenido básico
- Datos de los socios constituyentes
- Tipo de sociedad que se constituye y el nombre de la misma
- El capital pagado por cada socio.
- La duración de la empresa, sus casuales para disolverla y la forma de liquidarla.
- Establecer el representante legal de la sociedad con su domicilio sus facultades y obligaciones

Ir a la Notaria

Transcribir la minuta conformando así la Escritura Publica firmada por el notario y sus respectivos sellos y adicionalmente por los socios con la cedula y huellas.

- Realizar el pago del impuesto de registro sobre la escritura.
- Adquirir el formulario de matrícula mercantil.
- Registro de libros de comercio

Ir a la DIAN

Ir a la Administración de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), para obtener el número de identificación tributaria (NIT), en el cual es necesario para identificarse en el desarrollo de las actividades comerciales. Para este número de identificación, el cual es expendido en una tarjeta, se debe diligenciar el trámite correspondiente en la DIAN, que se encuentre en el domicilio.

Registros Sanitarios
Para registrar una preparación de una bebida saludable es indispensable determinar si la materia prima está o no incluida en la lista de INVIMA. Si lo están y cumplen con una previa evaluación de bebidas saludables y legales, se otorgará el registro sanitario.

Si no lo está debe hacerse una evaluación de bebidas saludables. Si el recurso natural ha sido empleado en la elaboración de alguna preparación de bebida se debe registrar en los requerimientos del decreto 219 de 1988

Licencia Sanitaria

Las condiciones del funcionamiento de los centros de acopio, de los establecimientos distribuidores y de los establecimientos expendedores de tanto preparaciones de bebidas saludables a base de recursos naturales, como de materias fuera de químicos que requieren la licencia sanitaria de funcionamiento expedida en el INVIMA. Para lo cual deberán ceñirse a las buenas prácticas de manufactura, en el caso de más bebidas a base de recursos naturales.
De la expedición de la licencia Será de expedición inmediata siempre que el establecimiento cumpla con los requisitos higiénico / sanitarios.

En caso de incumplimiento de las normas higiénico / sanitarias se procederá a sancionar al propietario del establecimiento o representante legal con:

Cancelación de la Licencia Sanitaria por los siguientes motivos:
- Por los incumplimientos de los requisitos sanitarios.
- Por cambio de actividad del establecimiento
- Por no cancelar el valor requerido

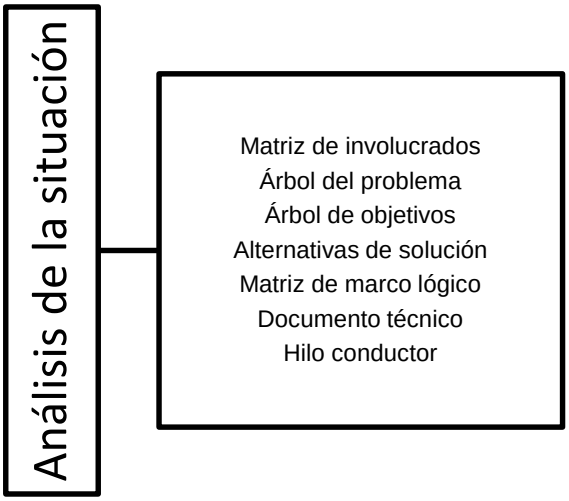
Lista de INVIMA

La lista básica de INVIMA (Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos), es el listado de plantas medicinales y productos naturales aceptados para uso medicinal en el país (Decreto 667 de 1995). Para poder registrar un producto, esto no debe tener antecedentes de toxicidad o haber sido retirado de otros países del mundo por sus antecedentes tóxicos.

3. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO

A continuación, se desarrolla el proyecto en base a la Metodología del Marco Lógico la cual es una herramienta que facilita el proceso de conceptualización, diseño, ejecución y evaluación del mismo.

3.1. La Metodología del Marco lógico.



3.1.1 Matriz de Involucrados.

Tabla 2 Matriz De Involucrados

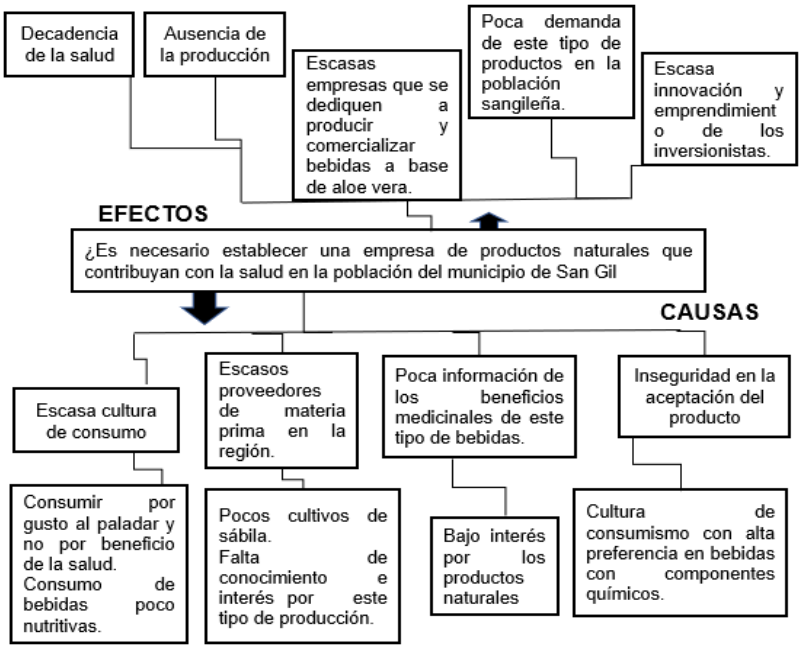
GRUPOS INVOLUCRADOS	INTERESES	PROLEMAS PERCIBIDOS	NORMATIVIDAD Y RECURSOS
Clientes	Servicios Posventa de Calidad. Un producto con altos estándares de calidad y de beneficio nutricional de acuerdo a las tendencias del mercado, con un precio asequible y bajo.	Precios altos Carencia del servicio posventa. Producto con altos contenidos químicos. Productos inestables Productos con bajo contenido nutricional y saludable. Necesidad insatisfecha.	Poder adquisitivo Colocación de quejas y reclamos por falsa publicidad y causar efectos secundarios negativos al consumidor.
Proveedores	Ampliar la participación en el mercado.	Productos de baja calidad.	Contrato Cartera, facturación y distribución.

	Cumplimiento en los pagos acordados. Obtener mayores ganancias. Disposición de materia prima	Aumento en los precios ya acordados. incumplimiento en la entrega de pedidos a tiempo. Poco conocimiento del manejo del cultivo y manipulación de la penca para comercializar.	Terrenos para cultivo de la sábila.
socios	Recibir pagos oportunos. Obtener beneficios de participación en la empresa. Obtener utilidades	Incumplimiento de los términos establecidos. Ventas insuficientes Resultado de dividendos	Según lo establecido en los estatutos Presupuesto
Personal de la empresa	Mejorar las condiciones laborales. Desarrollar la motivación laboral. Optimizar sus conocimientos y competencias. Fortalecer las relaciones laborales entre los miembros de la empresa.	Bajos rendimientos laborales. Mal funcionamiento de los procesos y el producto final generando quejas y reclamos por parte de los clientes. Falta de capacitación en los diferentes procesos que realiza la empresa.	Humano Motivación Remuneración laboral Capacitación laboral

Elaborado por: Autores

3.1.2 Árbol de problemas.

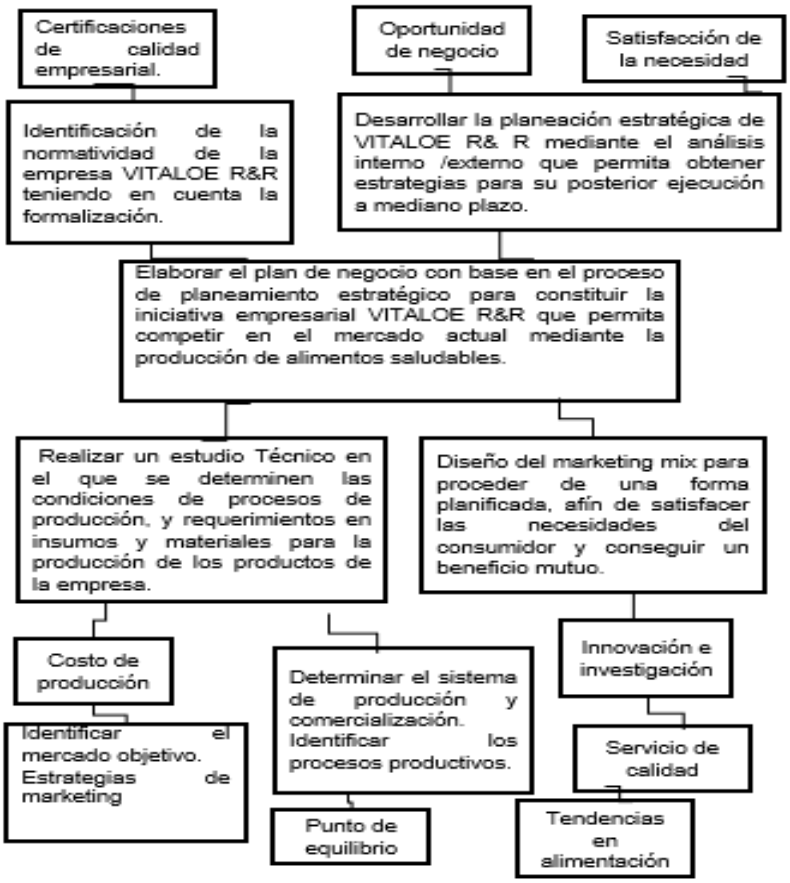
Figura 2 Arbol de problemas



Elaborado por: Autores

3.1.3 Árbol de objetivos.

Figura 3 Árbol de objetivos



Elaborado por: Autores

3.1.4 Alternativas de solución.

Proponer el plan de negocio mediante un planteamiento estratégico como modelo para que la empresa pueda constituirse de manera legal y logre satisfacer la demanda local existente en productos saludables y naturales, además de fortalecer la iniciativa empresarial que permita competir en el mercado actual con productos alimenticios que contribuyan a la salud de la población Sangileña.

Generar un aporte competitivo en el municipio de San Gil, con la generación de fuentes de empleo, fortalecimiento de la economía local, brindar alternativas de alimentación saludable que fortalezcan el desarrollo físico e integral de la población, aprovechando los conocimientos adquiridos en la etapa de formación mediante el programa de Tecnología En Gestión Empresarial De Las Unidades Tecnológicas De Santander Regional San Gil.

Publicitar y posicionar la empresa VITALOE R&R en el municipio de San Gil utilizando métodos de investigación e innovación de acuerdo con el contenido nutricional del aloe vera y las tendencias alimenticias que actualmente influyen en la sociedad actual, identificando las necesidades de la población y el mercado objetivo, determinando el sistema de producción y comercialización necesario para competir en el mercado.

3.1.5 MATRIZ DE MARCO LOGICO

Tabla 3 Matriz de Marco Lógico

Nivel	Resumen Narrativo de Objetivos	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
Fin	Plan de negocio de VITALOE R&R.	Punto de Equilibrio. Innovación e Investigación.	Informe	Oportunidad de negocio
Propósito	Elaboración del plan de negocio con base en el proceso de planeamiento estratégico para constituir la iniciativa empresarial VITALOE R&R que permita competir en el mercado actual	Segmento de mercado. Presupuesto Consumo del aloe vera.	Análisis FODA Análisis Financiero Marketing Mix Normatividad	Incorporar un nuevo producto en el mercado utilizando las bondades del aloe vera y las estrategias de marketing para impulsar el producto en el mercado.

	mediante la producción de alimentos saludables.			
Componentes	Planeación estratégica. Marketing mix de VITALOE R&R. Estudio Técnico que determina las condiciones de procesos de producción, y requerimientos en insumos y materiales para la producción. Normatividad Estudio financiero.	Elaboración de la encuesta Ficha técnica Presupuesto Sistema de procesos Requerimientos legales	Encuesta Modelo Canvas Estudio Financiero	Identificar las necesidades alimenticias y de salubridad existentes en la población, estructurando una idea de negocio que cumpla con las características de satisfacción al consumidor.
Actividades	Segmentar el mercado Planeación estratégica Realizar el plan de operaciones. Identificar costos y gastos. Características del producto.	Elaboración y aplicación de la encuesta. Recolección de información.	Encuestas Investigación y análisis de la información recolectada.	se aplica la encuesta en la población sangileña que permite conocer variables y crear estrategias.

Fuente: (Ortegón, Pacheco, & Prieto, 2005)

3.1.6 Documento Técnico.

A continuación, se ejecutan los objetivos propuestos para desarrollar el plan de negocio de VITALOE R&R como una empresa productora y comercializadora de productos saludables y naturales a base de aloe vera en el municipio de San Gil.

DESCRIPCION DE LA IDEA DE NEGOCIO

VITALOE R&R es una idea de negocio la cual se encargará de la producción y comercialización de una bebida de aloe vera 100% natural, la cual posee beneficios antiinflamatorios, rica en vitaminas y minerales, contiene aminoácidos, fortalece el sistema inmune, depurativa ayuda a la digestión, mejora la circulación, hidrata la piel, previene enfermedades, entre otros.
La idea de negocio surge de la necesidad de tener una bebida más saludable, natural, alimenticia y con un alto contenido de aloe vera que contribuya al buen funcionamiento del organismo y sea de fácil adquisición, que se pueda conseguir en supermercados, negocios de barrio, tiendas naturistas y gimnasios, en el municipio de San Gil, elaborado en una llamativa presentación de 215 ml, en las condiciones adecuadas de empaque y almacenamiento.
Tomando como mercado objetivo la capital turística de Santander (San Gil), en este municipio se puede ofertar este producto, pues cuenta con una población total de 45.114. Donde actualmente los estilos de vida de los sangileños difunden el consumo de productos que beneficien la salud de forma natural y que sean productos que se acomoden a la capacidad adquisitiva de la población.
Muchos de los productos que existe en el mercado utilizan el aloe vera como una excelente estrategia de marketing para atraer cliente, sin embargo, los porcentajes de aloe vera que algunas de las bebidas que ofrece el mercado son bajos y en ocasiones casi nulos.
VITALOE R&R pretende producir y comercializar una bebida con una alta concentración de aloe vera, aun precio asequible, elaborado con todas las normas sanitarias, sin conservantes y con materia prima 100% regional.

ANALISIS DE LA INDUSTRIA

Análisis del sector

La empresa VITALOE R&R corresponde al sector económico secundario, debido a que su actividad económica se basa en la transformación de la materia prima (Sábila), la cual es extraída del sector primario (agricultura), para luego procesarlo y convertirlo en un producto de buena calidad terminado y listo para el consumo personal.

ANALISIS DEL MERCADO

Mercado Potencial

El cliente potencial corresponde a las personas que se encuentren en un rango de edad entre los 15– +60 años de los niveles socioeconómicos 3, 4, 5 y 6 de la zona urbana del municipio de San Gil, los clientes que pertenecen a este mercado son personas que tienen hábitos alimenticios y cuidado personal definidos, pero que consumirán el producto por el interés de adquirir los beneficios propios del aloe vera.

Por otra parte, una característica importante de este mercado es la relación costo- beneficio, en relación con la proyección sobre las cantidades del producto, el consumo del producto

en esta población, de acuerdo a las diferentes presentaciones y precios que se tienen previstos para la venta del producto.

Mercado Objetivo

Las personas que adquieren los productos que ofrece la empresa VITALOE R&R son aquellas que se encuentran en estratos 3,4, 5 y 6 las cuales cuentan con al menos uno o más SMLV (salario mínimo legal vigente), con un rango de edad entre los 18 años en adelante, son aquellas personas quienes buscan el cuidado de su salud a través de productos naturales y saludables como lo es el aloe vera.

Estimación De Demanda

La demanda de VITALOE R&R busca mantener un estilo de vida saludable por medio del consumo de productos naturales con contenido de aloe vera, utilizando ingredientes naturales, que no contengan conservantes artificiales ni sabores artificiales, usando endulzantes naturales como la Stevia, dando beneficio al organismo de las personas, es así como también se busca cuidar su apariencia física y su estado de salud, adoptando el producto como un habito de cuidado personal o un complemento dietario para su estilo de vida.

Objetivo N.1

Desarrollar la planeación estratégica de VITALOE R&R mediante el análisis interno /externo que permita obtener estrategias para su posterior ejecución a mediano plazo.

PLANEACION ESTRATEGICA

Para lograr el éxito los objetivos de la empresa es necesario realizar la formulación, desarrollo y ejecución de los planes empresariales.

ANALISIS FODA

Tabla 4 Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
• Es un producto novedoso y 100% natural en comparación con otras bebidas en el mercado las cuales contienen saborizantes artificiales. • Por ser a base de aloe vera suministra los grandes beneficios de esta planta a los consumidores. • Integra las tradiciones de nuestros abuelos a través de la medicina natural. • Ser nuevo en el mercado, con una estrategia de posicionamiento clara fundamentada en un nuevo concepto de productos saludables trabajando el aloe vera y sus múltiples propiedades de beneficio para la salud y la alimentación diaria. • Prestar un servicio personalizado y cómodo que evite desplazamientos los clientes para obtener nuestros productos, Así como un servicio cálido, amable y eficiente en todo el proceso de entrega. • Uso ingredientes y procedimientos de calidad en términos de manipulación y preparación de alimentos o bebidas.	• El mercado de las bebidas saludables y naturales con contenidos nutricionales va en ampliando. • Alianzas con puntos de ventas holísticos o empresas que impulsen el producto. • La población cada vez busca alimentos que aporten a su bienestar y salud. • La tendencia de alimentos saludables y naturales ha aumentado en los últimos años. • El apoyo hoy en día a las MiPymes por parte del gobierno.
DEBILIDADES	**AMENAZAS**
• Es un producto de corta vida (no contiene conservantes). • Se requiere de una alta inversión económica para la constitución formal y posicionamiento de la empresa en el mercado y los recursos con los que se cuentan son limitados. • El aumento en los costos de producción.	• Falta de hábitos saludables y consumo del aloe vera en el municipio de San Gil. • La competencia existente en el mercado local. • La incursión de nuevos productos de aloe vera con precios bajos. • Amplia presencia de productos sustitutos.

Elaborado Por: Autores

ESTRATEGIAS

FINANCIACION

- Tener en cuenta los costos directos e indirectos operacionales de la empresa, e identificar el margen de rentabilidad. Teniendo en cuenta que el resultado no afecte el precio de los productos de acuerdo al del mercado.
- La estructuración y adecuación de las instalaciones de la planta de producción se podría realizar de acuerdo a las proyecciones de ventas que se podrían generar a largo plazo, es decir, como se sabe que el tamaño de mercado será mayor en el futuro, podríamos adecuar la planta desde ya para que tenga una capacidad de producción mayor de la esperada hoy en día.
- Aprovechar el apoyo que ofrecen las diferentes entidades y el estado para la creación de empresa y buscar recursos que permitan financiar la constitución y estructuración formal de la empresa.

PRODUCCION COMERCIALIZACION Y MERCADO

- Producir y vender un producto que sea único y original el cual tenga un alto contenido nutricional y saludable con características diferenciadoras en relación con la competencia, y por lo tanto no sea fácil de imitar. Por medio de esta estrategia, se busca la preferencia de los consumidores, esto se verá reflejado para aumentar el precio ya que los consumidores no van a preferir el producto de la competencia sino el de nosotros.
- Innovación continua de los procesos en la producción, comercialización y posicionamiento del producto.
- Elaboración de productos naturales a base del aloe vera que satisfagan las necesidades o gustos de los consumidores.
- Excelencia en la atención al cliente, fortalecer las relaciones con nuestros clientes siendo importantes para la empresa.
- Ampliar las plazas y canales de comercialización.
- Crear estrategias de marketing para posicionar el producto y contrarrestar la competencia.
- Aprovechar los medios de comunicación para generar campañas publicitarias innovadoras y llamativas para dar a conocer el producto.
- Entregar información nutricional y veraz a los clientes sobre los beneficios del producto, aclarar dudas y escuchar opiniones de forma directa.

MISION

VITALOE R&R contribuye a mejorar la calidad de vida de nuestros clientes satisfaciendo la necesidad de desarrollar un estilo de vida más sano y natural, a través de productos a base del aloe vera.

VISION

Consolidarnos en el mercado como una Empresa productora y comercializadora De productos naturales con aloe vera, Promoviendo estilos de alimentación sana Enfocados en la salud y bienestar de Nuestros consumidores.

VALORES

Disciplina: Para cumplir los objetivos de la empresa diariamente fortaleciendo los procesos de producción y comercialización de la empresa.

Innovación: Dia a día se generan nuevas necesidades y teniendo en cuenta los cambios buscamos mejorar nuestros productos y servicios para generar bienestar físico y emocional.

Calidad: La calidad de nuestros productos es fundamental para el buen funcionamiento de la empresa.

Satisfacción de los consumidores: Para nuestra empresa la satisfacción de las necesidades de los consumidores a través de nuestros productos nos enorgullece.

Responsabilidad: Trabajar comprometidos en la salud y bienestar de los consumidores.

Buena atención al cliente: Son nuestros clientes son la razón de ser de nuestra empresa.

Trabajo en equipo: Con el aporte de todos los que intervienen en los diferentes procesos, buscamos el logro de los objetivos de nuestra empresa.

Lealtad: Somos leales a las necesidades de nuestros clientes y buscamos el mejoramiento de la calidad de vida de nuestros consumidores, ofreciendo productos naturales a base del aloe vera.

Confianza: Comprometidos con la salud y alimentación de los consumidores ofreciendo productos y servicios de calidad ofreciendo precios justos y razonables.

Respeto: Escuchamos, entendemos y valoramos al otro, buscando armonía en las relaciones interpersonales, laborales y comerciales.

OBJETIVOS ESTRATEGICOS

- Transmitir el conocimiento y la práctica de los valores que nos identifican estableciéndonos como una empresa pionera de productos saludables y naturales en el municipio de San Gil que se reconoce por ser legal y transparente en el cumplimiento de las normas que nos regulan.
- Obtener las certificaciones respectivas que caractericen la calidad de nuestros productos.
- Establecer alianzas con tiendas de barrio, supermercados, gimnasios y tiendas de nutrición Holística.

- Buscamos posicionarnos y expandirnos en el mercado mediante la implementación de recursos tecnológicos e insumos, innovando en la creación de nuevos productos y trabajando sobre los ya establecidos.
- Controlar el precio del ingreso de las materias primas, para optimizar la producción, mantener la calidad y ampliar las utilidades.
- Establecer normas y protocolos de servicio al cliente, optimizando los procesos de atención y fidelización de clientes.

VENTAJAS COMPETETITIVAS

Se cuenta con un producto 100% natural el cual contiene un alto porcentaje nutricional para el consumidor, trabajando el aloe vera como materia prima fusionando el gel de la sábila con plantas medicinales creando un producto altamente saludable pues no contiene ningún conservante químico y el consumidor final obtiene todas las propiedades medicinales de esta planta medicinal (Sábila).
La presentación se cuenta con un llamativo empaque de botella de vidrio el cual permite que el producto no pierda sus propiedades nutricionales.

ALIANZAS ESTRATEGICAS

Para fortalecer la empresa VITALOE R&R es importante realizar alianzas que permitan el éxito en las diferentes etapas del proceso operativo y administrativo.
Proveedores Regionales de (Sábila y plantas Herbolarias) generando desarrollo sostenible en la región.
Nutricionista quien aporta para el proyecto en la evaluación nutricional de los componentes que contiene el producto.
Publicista
Distribuidores de Empaques
Transportador
Tiendas holísticas
Entidades financieras
Medios de comunicación locales
Tiendas y supermercados
Objetivo
Realizar un estudio Técnico en el que se determinen las condiciones de procesos de producción, y requerimientos en insumos y materiales para la producción de los productos de la empresa.

MODELO CANVAS

Figura 4 Modelo Canvas

<table>
<tr>
<td rowspan="2">SOCIOS CLAVE
Inversionistas
Empleados
Alianza con Proveedores de Materia prima, empaque, diseño, imagen, mercadeo y redes sociales
Vendedor
Distribuidor
Entidades financieras</td>
<td>ACTIVIDADES CLAVE
Diseño Mercadeo
Distribución
Estandarización de la Formula y el proceso
Producción
Comercialización</td>
<td>PROPUESTA VALOR
Es un producto a base de aloe vera con un sabor agradable al paladar con ingredientes 100% naturales y de buena calidad que proporcionan beneficio a la salud del consumidor.</td>
<td>RELACION CON LOS CLIENTES
Personalizada generando confianza, transparencia y honestidad con el cliente.
Producto
Promoción</td>
<td rowspan="2">SEGMENTO DEL CLIENTE
Personas con poder adquisitivo en estratos 3 y 6.
Personas que buscan complementar su alimentación diaria con productos naturales que beneficien su salud.
Población Sangileña, deportistas, personas que deseen llevar una vida sana y saludable con edades entre los 18 -60+ años.</td>
</tr>
<tr>
<td>RECURSOS CLAVE
Materia prima
Mano de Obra
Maquinaria
Recurso Financiero
Proceso de elaboración
Envases y empaques</td>
<td colspan="2">CANALES
Tiendas Holísticas
PyP
Supermercados
Tiendas de barrio
Gimnasios</td>
</tr>
<tr>
<td colspan="3">ESTRUCTURA DE COSTOS
DIRECTOS
Compra de Maquinaria
Materia Prima
Envases
Mano de Obra
Servicios
INDIRECTOS
Publicidad
Servicios
Papelería
Impuestos</td>
<td colspan="2">FUENTES DE INGRESO
Inversionistas
Ventas</td>
</tr>
</table>

Elaborado Por: Autores

Objetivo N.2

Realizar un estudio Técnico en el que se determinen las condiciones de procesos de producción, y requerimientos en insumos y materiales para la producción de los productos de la empresa.

PLAN DE OPERACIONES

Localización: Para determinar el lugar más adecuado para el funcionamiento de la empresa es necesario tener en cuenta la macro y micro localización.

Macro localización: El proyecto iniciaría su producción y comercialización en el departamento de Santander, municipio de San Gil, como el lugar más adecuado para la ejecución del plan de negocio VITALOE R&R de acuerdo a estos elementos:

- Este municipio es unos de los lugares turísticos que más ha crecido en los últimos años en Colombia, es la capital turística de Santander y uno de los mejores destinos del país para practicar deportes extremos y punto de partida para conocer otros municipios del departamento de Santander, por esta razón tiene una gran afluencia de viajeros de todo tipo, contando con una mayor aglomeración de posibles demandantes.
- Cuando se presente escases en los cultivos de sábila la empresa podrá adquirir la materia prima en las provincias cercanas.
- En esta ubicación se podrá abastecer con los productos de la empresa a los habitantes del municipio y regiones cercanas.

Figura 5 Mapa De Ubicación

Fuente: (Pag Alcaldia Del Municipio De San Gil)

Micro localización: La actividad de la empresa se llevará a cabo en la zona urbana e industrial del municipio de San Gil, teniendo en cuenta factores como:

- La ubicación de la empresa se encontrar en un lugar estratégico del municipio que de acuerdo con el uso de suelo establecido por el área de planeación municipal debe ser en zona industrial.
- Lugar al cual consumidores y comerciantes podrán llegar con facilidad.

Figura 6 Mapa Del Municipio de San Gil

Fuente: (Pag Alcaldia Del Municipio De San Gil)

Los requerimientos óptimos de la producción tienen que ver fundamentalmente con la construcción física de la empresa industrial, su equipamiento y las características de la producción de la empresa, es así como la distribución e instalación de la planta, indicando el proceso productivo, de igual manera la maquinaria y equipo necesario.
Este proceso debe ser adecuado para que una optimización máxima de la calidad y minimizar costos.

DESCRIPCIÓN SEMI-INDUSTRIAL DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

Mediante el diagrama de flujo se realiza una representación gráfica de los pasos que se realizan en el proceso de producción de la empresa VITALOE R&R.
En este se usa una simbología que nos permite representar las operaciones efectuadas.

Recepción de la materia prima: En esta primera etapa se realiza la recepción de la materia prima (pencas de sábila), las cuales son suministradas desde la plantación del cultivo, donde se extraen sus hojas o pencas, previamente seleccionadas, para la utilización y la extracción del gel.

Descripción técnica del proceso

Para la extracción del cristal o gel de la sábila es necesario:

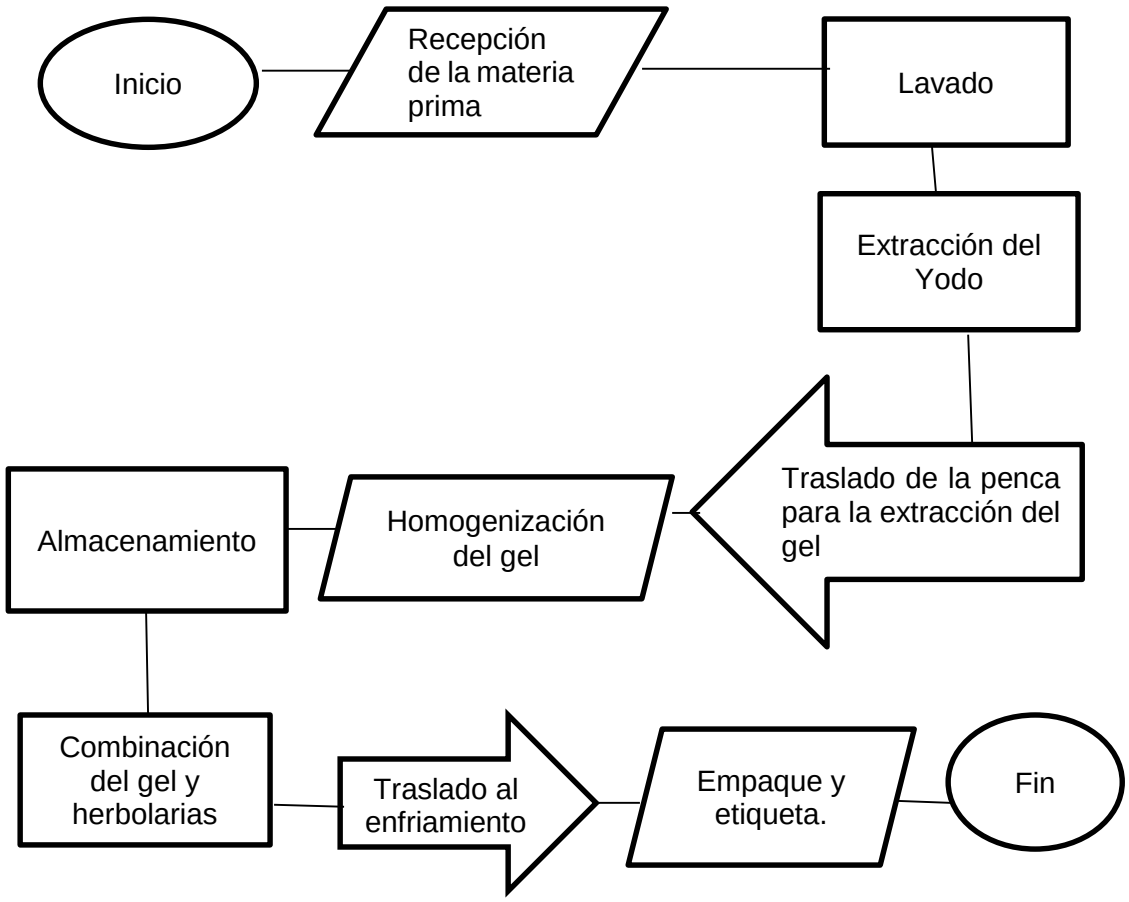
- Recepción de la materia prima (pencas de sábila y herbolarias)
- Lavado
- Extracción del yodo
- Traslado de la penca para la extracción del gel
- Homogenización del gel
- Almacenamiento del gel
- Combinación del gel y las herbolarias
- Enfriamiento (15 grados C)
- Empacado en las diferentes presentaciones

- Producto final Bebida de aloe vera 100% natural endulzado con Stevia y plantas herbolarias.

Control de calidad: Como es un producto alimenticio que se dirige al consumo humano, debe regirse por ciertas pautas de ley, mediante la implementación de mecanismos que permitan llevar un control de calidad en los diferentes procesos de producción de la bebida VITALOE R&R.

FLUJOGRAMA DE PROCESOS

Figura 7 Flujograma de procesos



Elaborado por: Autores

DETERMINACION DE LAS CARACTERISTICAS TECNICAS DEL PRODUCTO TERMINADO.

El producto este diseño mediante las siguientes características:

1. Textura: Gelatinosa.
2. Envase de ml Vidrio.
3. Duración: 6 días refrigerado.
4. Color: Transparente.

PRODUCTO FINAL

Fuente Autores

INFRAESTRUCTURA FISICA

Se refiere al espacio físico necesario ´para la ejecución de las actividades de la empresa, en una planta industrial, con un terreno propio que cuenta con una construcción de 150 m^2. El local consta de una estructura física distribuida de acuerdo a las necesidades de la empresa.

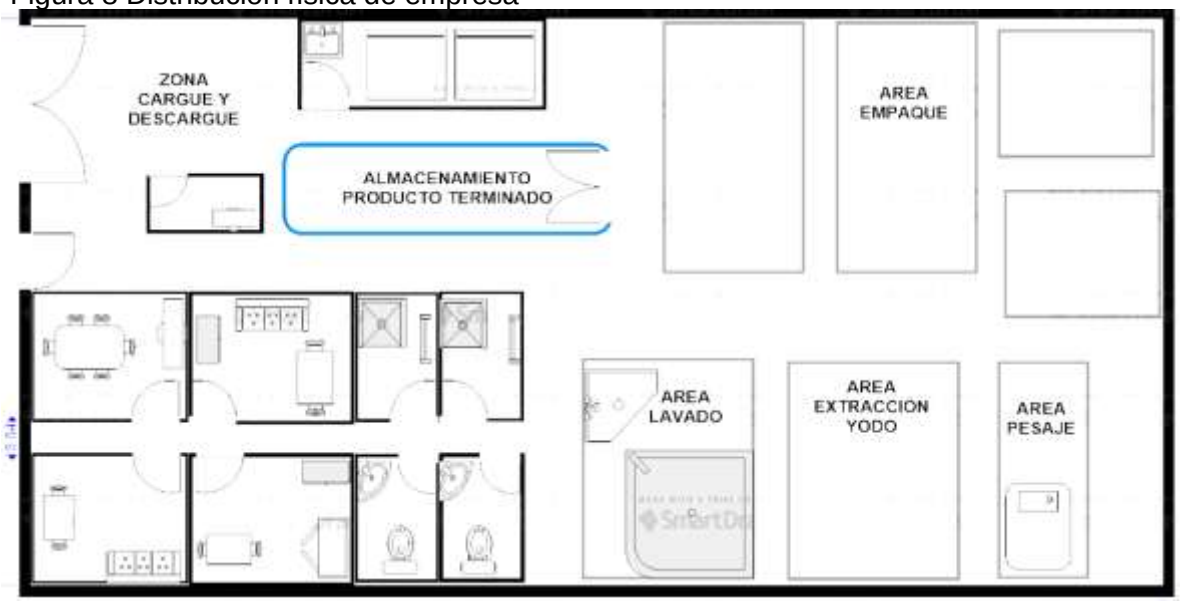
Tabla 5 Áreas de distribución de la planta

ÁREAS	METROS
Área de Administración	12m^2
Área de producción	38m^2
Área de almacenamiento	18m^2
Área de cargue y descargue	12m^2
Total	80 m^2

Elaborado por: Autores

PLANTA

Figura 8 Distribución física de empresa



Elaborado Por: Autores (Programa SMARTDRAW)

Equipos y herramientas del área de producción.

Tabla 6 Equipos y herramientas

Mesones en acero inoxidable	Extracción del cristal
Tanques de almacenamiento en acero inoxidable.	Lavado de la penca
Cuchillos en acero inoxidable	Para retirar la corteza del cristal
Selladora Industrial	Presentación y empaque
Olla en acero inoxidable	Preparar las herbolarias
Estufa Industrial	Preparar las herbolarias
Refrigerador	Conservar los productos
Bascula digital	Mantener una medida exacta
Canastas para almacenar el producto	Transporte de la materia Prima
Cuchillo en acero inoxidable	Extracción del Gel
Guantes Quirúrgicos	Asepsia
Tapabocas	Asepsia
Bolsas Plásticas	Aseo
Jarra	Lavado
Cucharon Grande	Preparación

Elaborado por: Autores

Equipos del área administrativa

Tabla 7 Equipos área administrativo

Computador	Administra la base de datos
Impresora	Imprimir medios físicos
Escritorio de oficina	Mueble
Botiquín	Emergencia
Archivador	Organizador
Señalización	Norma
Citófono	Comunicación
Teléfono	Comunicación
Camilla De Emergencia	Emergencia
Extintor	Emergencia
Vitrinas Exhibidoras	Organizador
Estante Organizador	Organizador
Caja Registradora	Registrar transacciones

Elaborado por: Autores

Insumos y materias primas de producción

Tabla 8 Insumos y materias primas

Penca de sábila	Materia Prima
Gel de aloe vera	Materia prima
Plantas herbolarias	Complemento
Stevia	Complemento
Envases (botellas en las diferentes presentaciones)	Presentación
Etiquetas	Presentación

Elaborado por: Autores

Estudio Financiero

Mediante el cual se establece un análisis financiero para la ejecución del proyecto para tomar decisiones asertivas y basadas en elementos cuánticos reales para la empresa.
En el análisis financiero se determina el punto de equilibrio en 34,728 u. para lo cual significa un diario de 107 unidades vendidas para mantener el punto de equilibrio.

Tabla 9 Inversión de Maquinaria Y equipo

No. 2 INVERSION EN MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN				
DETALLE DE INVERSIÓN INVERSIONES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL (años)

Selladora industrial	2	1.245.000	1.245.000	7
Software	1	300.000	300.000	5
Aire Acondicionado	2	890.000	1.780.000	5
Refrigerador	2	1.100.000	2.200.000	6
Tanques de almacenamiento en acero inoxidable	2	6.711.142	13.422.284	7
Estufa industrial	1	2.800.000	2.800.000	10
Mesones de acero inoxidable	4	190.000	760.000	10
Lavaplatos en acero inoxidable	1	1.200.000	1.200.000	10
Bascula digital	2	261.900	523.800	5
Total			**24.231.084**	

Elaborado por: Autores

Tabla 10 Inversión de herramientas

No. 3 INVERSION DE HERRAMIENTAS				
DETALLE DE INVERSIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL (años)
Cuchillo en acero inoxidable	8	10.000	80.000	1
Canastas distribuidoras del producto	5	11.000	55.000	1
Olla en acero	5	216.777	1.083.885	1
Guantes plásticos quirúrgicos	1.200	24	28.800	10
Tapa bocas	600	24	14.400	par por dia
Envases (botellas)	96.720	700	67.704.000	1
Etiquetas	200	70	14.000	1
Bolsas plásticas	96.720	50	4.836.000	1
Jarras	10	4.500	45.000	1
Cucharon grande	5	20.000	100.000	1
Total			**73.961.085**	

Elaborado por: Autores

Tabla 11 Inversión Herramientas Administrativas

DETALLE DE INVERSION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL (años)
Computador	3	1.621.500	4.864.500	5
Impresora	1	869.900	869.900	5
Escritorio Tipo gerencia	1	500.000	500.000	10
Escritorio Tipo secretaria	1	410.000	410.000	10
botiquín	1	256.500	256.500	5

Archivador	2	120.000	240.000	10
señalización de salida de emergencia	1	265.000	265.000	5
citófono	1	109.900	109.900	10
teléfonos	2	35.000	70.000	10
camilla de emergencia	2	380.000	760.000	10
Extintor	2	70.000	140.000	10
Vitrinas exhibidoras	2	187.560	375.120	10
Estante organizador	1	265.000	265.000	10
caja registradora	1	679.900	679.900	10
Total			**9.805.820**	

Elaborado por: Autores

Tabla 12 Inversión en activos Intangibles

No. 5 INVERSION EN ACTIVOS INTANGIBLES	
DETALLE DE INVERSION	**COSTO**
ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD	600.000
LICENCIAS REGISTRO INVIMA	3.442.520
REGISTRO DE LA MARCA	770.000
CAPACITACION DE PERSONAL	163.000
IMPREVISTOS	200.000
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS	**5.175.520**

Elaborado por: Autores

Tabla 13 Costos Mano de obra

No. 6 COSTO MANO DE OBRA				
CARGO	**REMUNERACIÓN MENSUAL**	**REMUNERACIÓN ANUAL**	**PRESTACIONES SOCIALES**	**PRIMER AÑO**
OPERARIOS DE PRODUCCION (2)	1.800.000	21.600.000	11.637.000	33.237.000
OPERARIOS DE COMERCIALIZACION (2)	1.800.000	21.600.000	11.637.000	33.237.000
Total		**43.200.000**	**23.274.000**	**66.474.000**

Elaborado por: Autores

Tabla 14 Distribución de Costos

No. 16 DISTRIBUCION DE COSTOS		
COSTO	**COSTO FIJO**	**COSTO VARIABLE**
Costo de Producción		
Mano de Obra directa		$ 66.474.000
	$	
Mano de obra indirecta	-	
Materiales directos		$ 166.558.400
Materiales indirectos		$ 28.862.784
Depreciación	$ 1.567.608	
Servicios		$ 2.766.000
	$	
Mantenimiento	-	$ -
Subtotal	$ 1.567.608	$ 264.661.184
Gastos de Administración		
Sueldos y prestaciones	$ 64.490.904	
Otros gastos	$ 2.571.000	
Pre operativos	$ 1.505.104	
Depreciación	$ 459.292	
Subtotal	$ 69.026.300	
Gastos de Ventas		
Publicidad, promoción, transportes	$ 3.960.000	
	$	
Sueldos y prestaciones	-	
	$	
Depreciación	-	
Subtotal	$ 3.960.000	
TOTAL	$ 74.553.908	$ 264.661.184
COSTOS TOTALES		$ 339.215.092

Elaborado por: Autores

Tabla 15 Punto de Equilibrio

PRECIO DE VENTA	$ 5.000
unidades a producir	92.760
Costo fijo	74.553.908
Costo variable total	264.661.184
Costo variable unitario	$ 2.853,18
Qo (pto equilibrio)	**34.728**

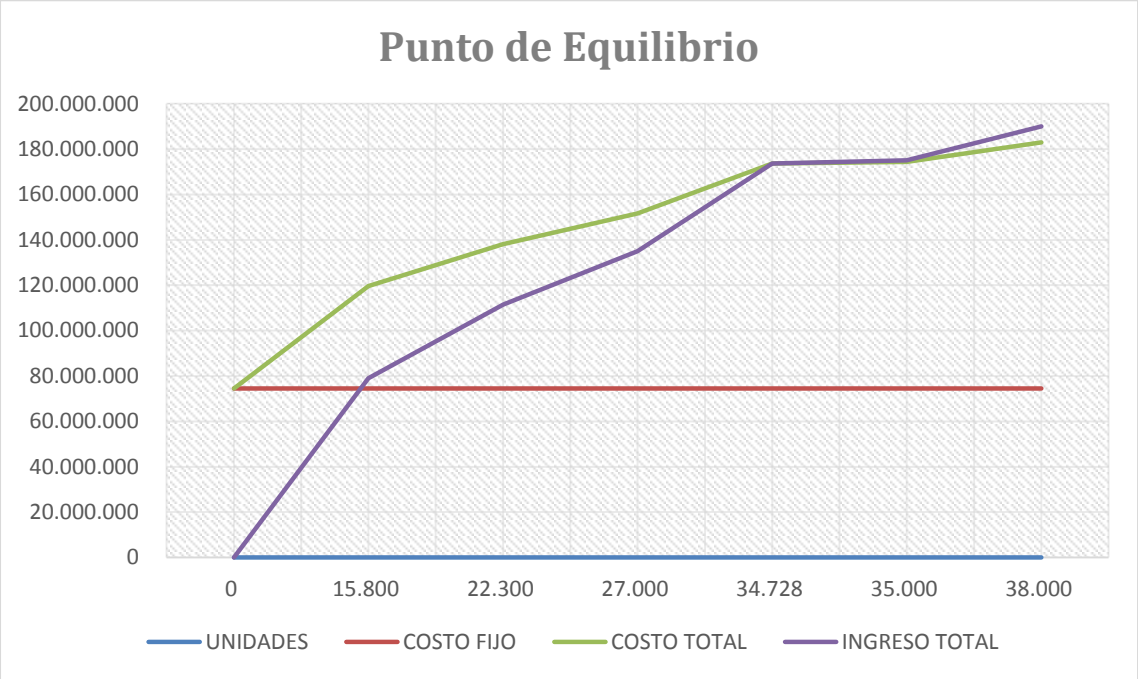
Elaborado por: Autores

Tabla 16 Datos agrupados PE

N0 17 Datos agrupados para calcular punto de equilibrio.				
UNIDADES	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL	INGRESO TOTAL
0	$ 74.553.908	$ -	$ 74.553.908	$ -
15.800	$ 74.553.908	$ 45.080.279	$ 119.634.187	$ 79.000.000
22.300	$ 74.553.908	$ 63.625.964	$ 138.179.872	$ 111.500.000
27.000	$ 74.553.908	$ 77.035.920	$ 151.589.828	$ 135.000.000
34.728	$ 74.553.908	$ 99.084.277	$ 173.638.185	$ 173.638.185
35.000	$ 74.553.908	$ 99.861.378	$ 174.415.286	$ 175.000.000
38.000	$ 74.553.908	$ 108.420.925	$ 182.974.833	$ 190.000.000

Elaborado por: Autores

Figura 9 Punto de equilibrio



Elaborado por: Autores

Tabla 17 Balance General

BALANCE GENERAL TERMINOS CONSTANTES		
ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE		
	$	
Caja	27.973.591	
Bancos	0	
Inventarios	0	
		$
TOTAL ACTIVO CORRIENTE		27.973.591
ACTIVOS FIJOS		
Muebles y Enseres	9.805.820	
Vehículos	0	
Maquinaria y Equipo	24.231.084	
Mobiliario y Decoración	0	

TOTAL ACTIVOS FIJOS		34.036.904	
ACTIVOS DIFERIDOS			
Adecuación Física	2.350.000		
Gastos Preoperativos	5.175.520		
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS		7.525.520	
TOTAL ACTIVOS			**$ 69.536.015**
PASIVOS			
PASIVOS A LARGO PLAZO			
Prestamos por Pagar	41.721.609		
TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO		41.721.609	
PATRIMONIO			
Capital	27.814.406		
TOTAL PATRIMONIO		27.814.406	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO			**69.536.015**

Elaborado por: Autores

Tabla 18 Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS
1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE

Ventas			$	463.800.000
Costos de Producción			$	266.228.792
Utilidad Bruta en Ventas			$	197.571.208
Gastos de Administración	$	69.026.300		
Gastos de Ventas	$	3.960.000		
TOTAL GASTOS OPERACIONALES			$	72.986.300
UTILIDAD OPERACIONAL			$	124.584.908
Gastos Financieros				9.652.014
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS			$	114.932.894
Provisión para impuestos				37.927.855

UTILIDAD NETA	**$**	**77.005.039**

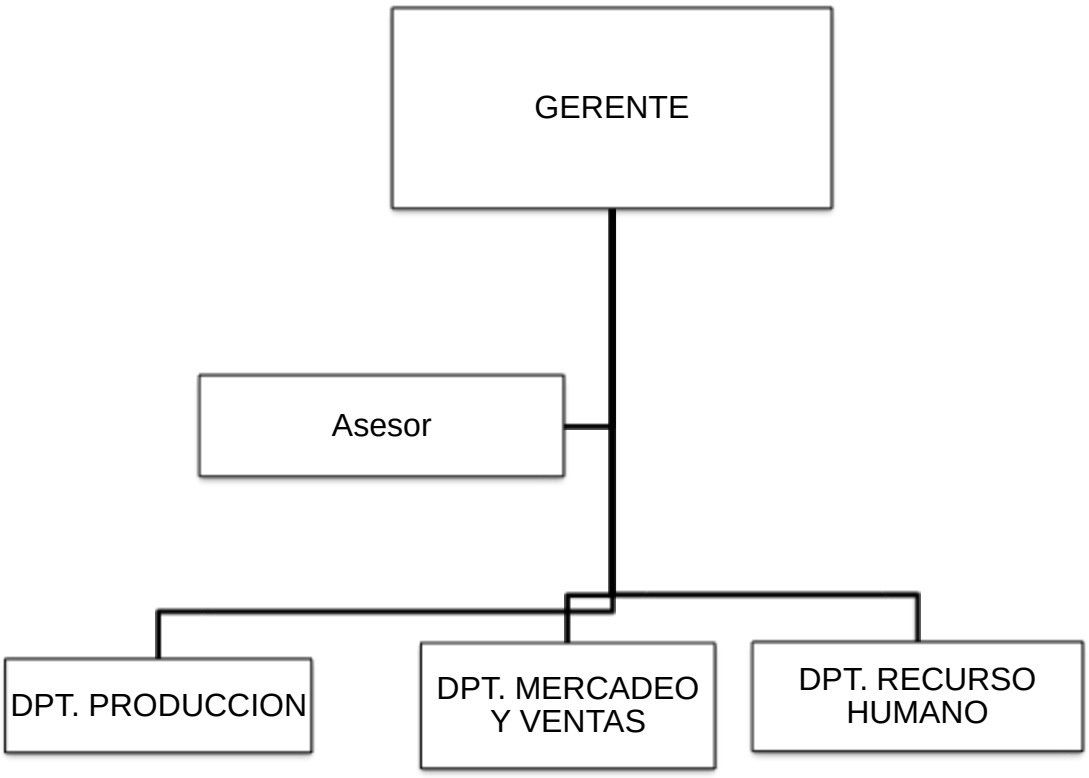
Elaborado por: Autores

ESTRUCTURA AMINISTRATIVA

La administración es fundamental para que la empresa tenga un buen funcionamiento, coordinar de manera eficaz y eficiente los recursos humanos, financieros y materiales para lograr el cumplimiento de los objetivos y aumento de la productividad de VITALOE R&R.

Se plantea una propuesta de organigrama vertical ya que es la mejor forma para que la empresa VITALOE R&R funcione de manera organizada, distribuyendo las actividades y líneas de autoridad que delegan responsabilidades y funciones, de acuerdo a las necesidades de la empresa.

Figura 10 Organigrama



Fuente Autores

AREAS

GERENCIA

De acuerdo al organigrama de la empresa VITALOE R&R se identifica que este cargo es una de los más importantes de la organización. El cual delega cada una de las funciones a los demás departamentos de trabajo con las que cuenta la empresa.
También es el encargado de planear estrategias y alianzas para el crecimiento y fortalecimiento
de la empresa, de igual manera se encarga de vigilar que todos los procesos de la empresa se estén realizando de la mejor manera posible.

DEPARTAMENTO DE PRODUCCION

En este departamento se lleva a cabo la producción de cada uno de los bienes que la empresa oferta. Está conformada por el jefe de producción el cual es el responsable de direccionar los procesos productivos, de igual manera los empleados operativos, quienes ejecutan las actividades de acuerdo a la planeación de la empresa.

DEPARTAMENTO DE MERCADEO Y VENTAS

Este departamento tiene a cargo todo lo perteneciente al marketing y las estrategias que se pueden adoptar para el crecimiento y consolidación de las ventas, también se encarga de realizar estudios y evaluar la apertura de nuevos mercados.
En este departamento también tiene la función la función publicitaria para el posicionamiento empresarial. Así mismo es el área encargada de analizar las ventas realizadas por trimestres y de igual manera el comportamiento de los clientes en relación con los productos que oferta la empresa, realizar planteamiento de estrategias de precio y promoción de cada uno de los productos para mantener en alto el nivel de ventas de la empresa y generar mayores ingresos.

DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS

Este departamento es una de las más importantes para el correcto funcionamiento organizacional de VITALOE R&R, pues tiene a cargo las técnicas para el desarrollo, organización y coordinación en el desempeño positivo de los empleados, de igual manera maneja los procesos de reclutamiento, selección y contratación del personal, así como la evaluación y promoción de los mismos.

Asesor
Apoyo de la gerencia
.

Tabla 19 Contratos

CONTRATOS	
CARGO	**TIPO DE CONTRATO**
Gerente General	Indeterminado
Jefe de Producción	indeterminado
Jefe de Recursos Humanos	Indeterminado

Jefe de Mercadeo y ventas	Indeterminado
Operarios	Temporal
Técnico Industrias Alimentarias	Indeterminado
Nutricionista	Servicios
Publicista	Servicios
Contador	Servicios

Elaborado Por: Autores

Tabla 20 Descripción Del Cargo Gerencia

DESCRIPCION DEL CARGO	
Denominación del cargo:	**Gerente/Propietario**
Código: **001**	
Supervisa: **Administrador**	
Misión del cargo: **Responsable de supervisar al administrador para que controle el buen funcionamiento de los departamentos para alcanzar las metas propuestas**	
Funciones y tareas específicas: • **Encargado de la toma de decisiones en todo lo referente al negocio** • **Desarrollar la metodología de trabajo en un ambiente armónico y trabajo en equipo** • **Planificar los objetivos que cumplirá la empresa** • **Realizar las negociaciones y convenios con proveedores y distribuidores de nuestro producto** • **Fomentar con el ejemplo valores humanos a los trabajadores** • **Planificar capacitaciones a los empleados**	
ANALISIS DEL CARGO	
Requisitos mínimos: • **Título de tercer nivel en el área administrativa y comercial** • **Liderazgo** • **Sexo: Femenino**	

Elaborado por: Autores

Tabla 21 Descripción del cargo de contador

DESCRIPCION DEL CARGO	
Denominación del cargo:	**Contador**
Código: **002**	
Supervisa: **Todos los departamentos**	
Misión del cargo:	

Encargado de velar por el buen desempeño de la empresa, llevar la contabilidad, así mismo encargado de compras de materias primas, pago salarios, publicidad, etc.
Funciones y tareas específicas: • **Controlar y dirigir las funciones administrativas de la empresa** • **Supervisar el correcto funcionamiento de las funciones del personal** • **Analizar los informes de los departamentos** • **Reportar al Gerente informe periódicamente** • **Llevar la contabilidad de la empresa** • **Seleccionar a los proveedores más óptimos Controlar los ingresos y egresos de la empresa** • **Encargado de la publicidad del producto y su venta** • **Buscar nuevos mercados** • **Encargado del pago salarial de todos los empleados**
ANALISIS DEL CARGO
Requisitos mínimos: • **Título de tercer nivel en el área administrativa y comercial** • **Liderazgo** • **Sexo: masculino**

Elaborado por: Autores

Tabla 22Descripción del cargo de operario

DESCRIPCION DEL CARGO	
Denominación del cargo:	**Operarios**
Código: **003**	
Supervisa: **Jefe d producción**	
Misión del cargo: **Encargados de la manipulación de las maquinarias en el proceso de producción del producto Jugo de sábila**	
Funciones y tareas específicas: • **Cuidar de la maquinaria a cargo** • **Obedecer al jefe de producción** • **Informar al jefe de producción de alguna anomalía en la maquinaria** • **Cumplir con la cantidad de producción diaria estipulada**	

ANALISIS DEL CARGO
Requisitos mínimos: • **Estar cursando la universidad preferentemente en el área de la Ingeniería Industrial** • **Experiencia laboral en cargos similares** • **Responsabilidad** • **Sexo: Masculino y femenino**

Elaborado por: Autores

Tabla N.13 Descripción del cargo de vendedor

DESCRIPCION DEL CARGO	
Denominación del cargo:	**Vendedor**
Código: **004**	
Supervisa: **Ninguna**	
Misión del cargo: **Encargado de velar por el buen desempeño de la empresa, llevar la contabilidad, así mismo encargado de compras de materias primas, pago salarios, publicidad, etc.**	
Funciones y tareas específicas: • **Realizar labor de prospección** • **Obtener datos de precontacto** • **Concertar cifras** • **Realizar Visitas** • **Llevar acabo entrevistas de ventas** • **Crear una curiosidad inicial en el prospecto** • **Obtener su atención** • **Explicar claramente los puntos de venta** • **Sugerir y crear deseo**	
ANALISIS DEL CARGO	
Requisitos mínimos: • **Título a nivel Medio (Bachiller u otra).** • **Conocimiento de computación (Indispensable).** • **Saber conducir** • **Excelente Presentación Personal. Ordenado, Organizado y Puntual.** • **Sexo: Indiferente**	

Elaborado por: Autores

Objetivo N.3

Diseño del marketing mix para proceder de una forma planificada, afín de satisfacer las necesidades del consumidor y conseguir un beneficio mutuo.

PLAN MARKETING MIX

Mediante la herramienta del marketing mix se busca implantar estrategias de mercadeo y alcanzar los objetivos establecidos.
Esta herramienta está representada por los siguientes elementos:
Producto
Precio
Plaza
Promoción
Con estas variables se logrará identificar el lugar apropiado para la comercialización del producto, de la misma determinar un precio acorde con los ya existentes en el mercado y de esta manera obteniendo un posicionamiento en el mercado logrando ventas efectivas de la bebida VITALOE R&R.

SEGMENTACION DEL MERCADO

Tabla 23 Segmentación del mercado

GEOGRAFICA	DEMOGRAFICA	SOCIO-CULTURAL
País: Colombia Región andina Departamento Santander Municipio San Gil zona urbana N. barrios y Urbanizaciones: 120 Población 45.114 Clima: 24 °C -32°C	Edad: 15 – +60 años Género: femenino – masculino. Cualquier tipo de educación Estrato: 3,4,5 y 6	Estilos de vida saludables Deportistas Estética

Fuente (Pag Alcaldia Del Municipio De San Gil)

POBLACION Y MUESTRA

La población objeto de estudio corresponde a los habitantes del municipio de San Gil Zona urbana, y según la segmentación del cliente a los estratos del 3-6, en edades entre los 15 – + 60 años.

POBLACION URBANA
39843

MUESTRA DEFINITIVA

La muestra se obtiene de acuerdo al tamaño de la población urbana del Municipio de San Gil con indicadores del Dane (Departamento de Administración Nacional de Estadística) del año 2015, a través de la utilización de la herramienta tecnológica de calculadora del tamaño de muestra**Fuente especificada no válida.**, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error de un 5%.

Tabla 24 Tamaño de la Muestra

Tamaño de la población	Nivel de confianza	Margen de error	Tamaño de la muestra
39843	95%	5%	381

Fuente Calculadora

Obteniendo un tamaño de muestra de 381.

Para realizar un análisis y conocer algunos elementos que pueden incidir en la producción y comercialización de los productos de la empresa VITALOE R&R se estructuro una encuesta mediante la cual se busca obtener la opinión de la población Sangileña entre los 18 - +60 años, realizando la encuesta a 273 personas de diferentes barrios en el municipio de San Gil.

RESULTADOS DEL ESTUDIO

Análisis de la encuesta aplicada a 273 personas de la población Sangileña en estratos de 3 a 6.

Tabla 25 Barrios encuestados

RESPUESTA	PERSONAS	PORCENTAJES
Altos del Gallineral	7	3%
Almendros 1	3	1%
Almendros 2	5	2%
Bella Isla	17	6%
Carlos Martínez	7	3%
Centro	31	11%
Ciudad blanca	11	4%
Fátima	16	6%
La Floresta	9	3%
La playa	23	8%
José Antonio Galán	8	3%
Pablo Sexto	25	9%
Paseo Real	6	2%
Punta Del Este	8	3%
Sagrada Familia	16	6%
San Juan De Dios	4	1%
San Carlos	9	3%
Torres Del Castillo	13	5%
Villa Del Prado	7	3%

Vista Campestre	12	4%
Villa Olímpica	36	13%
TOTAL	**273**	**100%**

Elaborado por: Autores

La encuesta fue aplicada a 273 personas de algunos Barrios Del Municipio de San Gil en estratos entre los 3 y 6, con mayor población encuestada en los barrios villa olímpica, pablo sexto, la playa y el centro, siendo estos los barrios más comerciales del municipio.

Genero

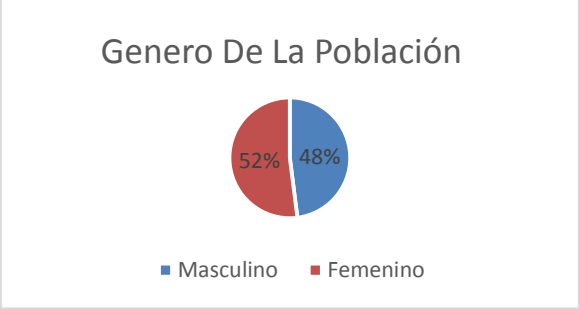
- Masculino
- Femenino

Tabla 26 Genero de la población

RESPUESTA	PERSONAS	PORCENTAJE
Masculino	131	48%
Femenino	142	52%
TOTAL	**273**	**100%**

Elaborado por: Autores

Figura 11 Genero



Elaborado por: Autores

De acuerdo con la investigación realizada observamos que la mayor población encuestada fueron las mujeres con un 52% y los hombres el 48% con una diferencia del 4% entre las dos variables

Edad

- 18- 25
- 26-33

- 34-41
- 42-49
- 50-59
- Otro

Tabla 27 Edad de la población encuestada

RESPUESTA	PERSONAS	PORCENTAJE
18 - 25	29	11%
26 - 33	41	15%
34 - 41	54	20%
42 - 49	74	27%
50 - 59	66	24%
Otro	9	3%
TOTAL	**273**	**100%**

Elaborado por: Autores

Con respecto a la investigación podemos identificar el 71% de la población encuestada se encuentra en el rango de edad de 34 - 59 años, el 26% corresponde a rango de edades entre los 18 – 33 años y un 3% corresponde a otras edades fuera de los rangos anteriores.

PREGUNTA N.1

Dentro de su consumo habitual, consume bebidas que le aporten beneficio a su salud.

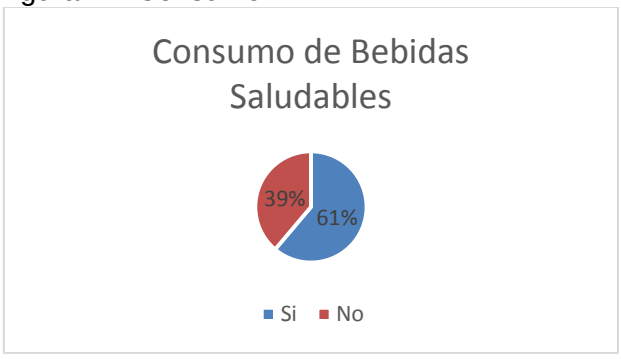
- Si
- No
- Por que

Tabla 28 Consumo de bebidas saludables

RESPUESTA	PERSONAS	PORCENTAJE
Si	167	61%
No	106	39%
TOTAL	**273**	**100%**

Elaborado por: Autores

Figura 12 Consumo



Elaborado por: Autores

Se observa que el 61% de la población encuestada si consume bebidas que aporten a su salud porque, desean tener un habito de vida saludable, desean tener una buena digestión, aportar a la salud o para sentirse bien, Sin embargo, el 39% no consume bebidas saludables por falta de costumbre, no tiene conocimiento de estas bebidas o no desean llevar un estilo de vida saludable.
De acuerdo a los resultados podemos identificar que en el municipio de san gil las personas tienen interés por los hábitos de bebidas saludables y están modificando sus estilos de vida centrándose en su salud y bienestar.

PREGUNTA N. 2
¿Si consume, indique con qué frecuencia realiza este consumo?

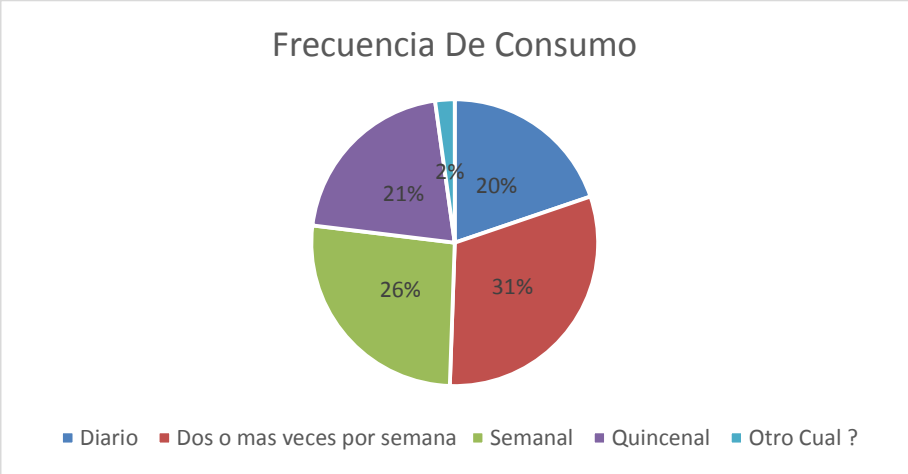
- Diario
- Dos o más veces por semana
- Semanal
- Quincenal
- ¿Otro Cual?

Tabla 29 Frecuencia de consumo de bebidas saludables

RESPUESTA	PERSONAS	PORCENTAJE
Diario	54	20%
Dos o más veces por semana	84	31%
Semanal	72	26%
Quincenal	57	21%
¿Otro Cual?	6	2%
TOTAL	**273**	**100%**

Elaborado por: Autores

Figura 13 Frecuencia de Consumo



Elaborado por: Autores

Cada vez alimentarse mejor es la prioridad de los sangileños identificando una alta frecuencia de consumo habitual de bebidas saludables, mediante la investigación observamos que las personas consumen, dos o más veces por semana con el 31% y semanal con 26% estas dos variables hacen referencia al 57% de los resultados obtenidos y 43% de los resultados identifican un consumo semanal, quincenal y otros.

PREGUNTA N. 3
¿Por qué medio realiza la compra de este tipo de productos?

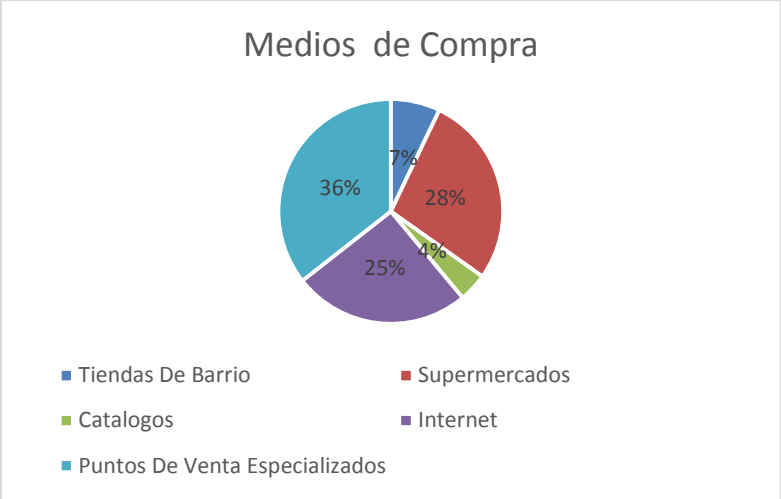
- Tiendas de Barrio
- Supermercados
- Catálogos
- Internet
- Puntos de venta especializados

Tabla 30 Medios de compra

RESPUESTA	PERSONAS	PORCENTAJE
Tiendas De Barrio	19	7%
Supermercados	74	28%
Catálogos	11	4%
Internet	68	25%
Puntos De Venta Especializados	95	36%
TOTAL	**267**	**100%**

Elaborado por: Autores

Figura 14 Medios de Compra



Elaborado por: Autores

Mediante la investigación podemos observar que los puntos de compra más utilizados para la adquisición de productos saludables son los puntos de venta especializados (tiendas naturistas, Herbalife, ventas personalizadas de productos naturales saludables entre otros), con un 36%, los supermercados con un 28% y el internet un 25% lo cual significa un 89% de los resultados y el 11% representa las tiendas de barrio y los catálogos.

PREGUNTA N.4
Si consume o tuviera la oportunidad de consumir una bebida saludable. ¿Cuáles son las características impuestas a la hora de comprar estos productos?

- Precio
- Sabor
- Contenido nutricional o saludable
- Fácil asequibilidad
- Tamaño
- Empaque
- Otro Cual

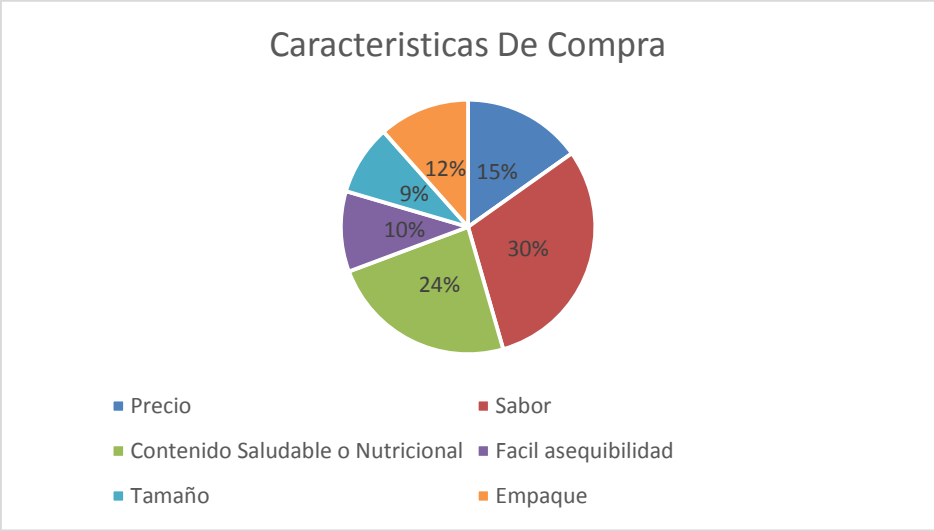
Tabla 31 Características de compra

RESPUESTA	PERSONAS	PORCENTAJE
Precio	46	15%
Sabor	92	30%
Contenido Saludable o Nutricional	72	24%
Fácil asequibilidad	31	10%
Tamaño	27	9%

Empaque	35	12%
¿Otro cuál?	0	0%
TOTAL	**303**	**100%**

Elaborado por: Autores

Figura 15 Características de compra



Elaborado por: Autores

Para introducir un producto en el mercado es importante identificar las características impuestas por el consumidor al momento de adquirir y reconocer una bebida, mediante la investigación se evidencia que la variable del sabor con un 30% es la más alta, gran parte de los consumidores compran de cuerdo al sabor, el contenido nutricional o saludable con un 24% y el precio un 15%, las otras variables como el empaque, tamaño y fácil asequibilidad consideran el 31% de los datos obtenidos tienen una menor notabilidad.

PREGUNTA N.5
¿Características del sabor al consumir este tipo de bebidas (Aloe Vera)?

- Frutas
- Plantas Herbolarias
- Cítrico
- Dulce
- Bajo de Dulce
- Sin Dulce

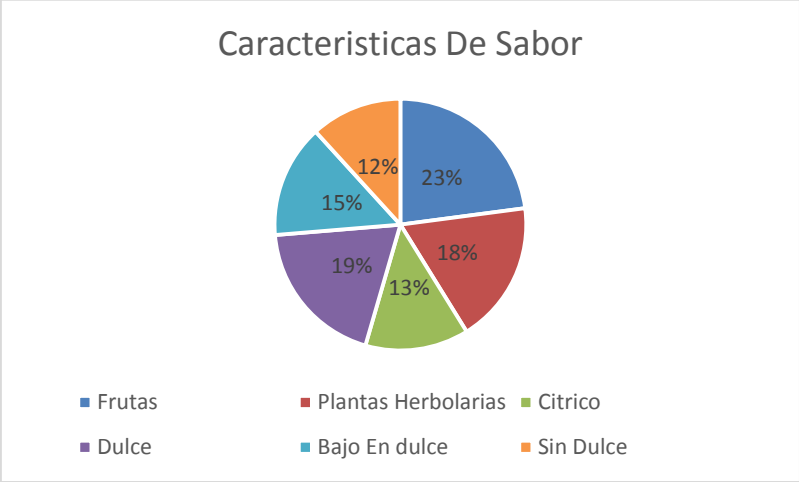
Tabla 32 Características Del Sabor

RESPUESTA	PERSONAS	PORCENTAJE
Frutas	74	23%
Plantas Herbolarias	59	18%

Cítrico	43	13%
Dulce	62	19%
Bajo En dulce	47	15%
Sin Dulce	38	12%
TOTAL	**323**	**100%**

Elaborado por: Autores

Figura 16 Características de sabor



Elaborado por: Autores

Las personas tienen inclinaciones diferentes en lo referente a los sabores de las bebidas o alimentos que habitualmente consumen, de acuerdo a la gráfica las características de sabor que agrada más al consumidor se refieren a las frutas con un 23 %, las plantas herbolarias un 18%, el cítrico un 13%, que sean dulces un 19%, los bajos en dulce 15% y sin dulce un 12%. Se identifica que las personas prefieren bebidas con sabor a fruta y que sean dulces.

PREGUNTA N.6

Conoce Bebidas saludables o consume el aloe vera (Sábila).

- Si
- No
- ¿Cuales?

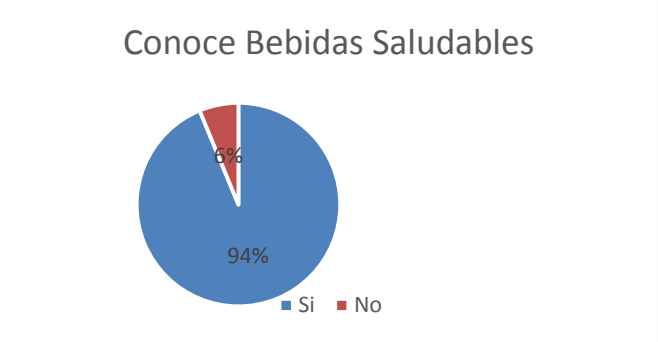
Tabla 33 Consume o conoce el aloe vera (sábila)

RESPUESTA	PERSONAS	PORCENTAJE
Si	256	94%
No	17	6%

TOTAL	**273**	**100%**

Elaborado por: Autores

Figura 17 Bebidas Saludables



Elaborado por: Autores

Tabla 34 Bebidas en el mercado con contenido de aloe vera

PRODUCTO	PERSONAS	PORCENTAJE
Saviloe	158	58%
Disfruta el aloe	68	25%
Savia (Bebida de Aloe vera Sabor Aloe	23	8%
Aloe Drink	11	4%
Siente el Aloe Vera	3	1%
Green + Contiene pulpa de aloe Vera	7	3%
Aloe Vera Forever	3	1%
TOTAL	**273**	**100%**

Elaborado por: Autores

Se observa que el 94% de las personas conocen bebidas saludables o consumen el aloe vera y un 6% no.

Las bebidas a base de aloe vera que las personas más conocen en el municipio de San Gil es el saviloe con el 58% y Disfruta el aloe el 25%, estos productos son los más conocidos los cual significa el 83% de la investigación, Sin Embargo el 17% conocen productos como como el Aloe drink, Savia (Bebida de Aloe vera Sabor Aloe), Green + Contiene pulpa de

aloe Vera, siente el aloe y aloe vera Forever, bebidas que aunque son poco conocidas por la población Sangileña existen en el mercado nacional e internacional.

PREGUNTA N.7
Consumiría usted una bebida a base de aloe vera y plantas herbolarias

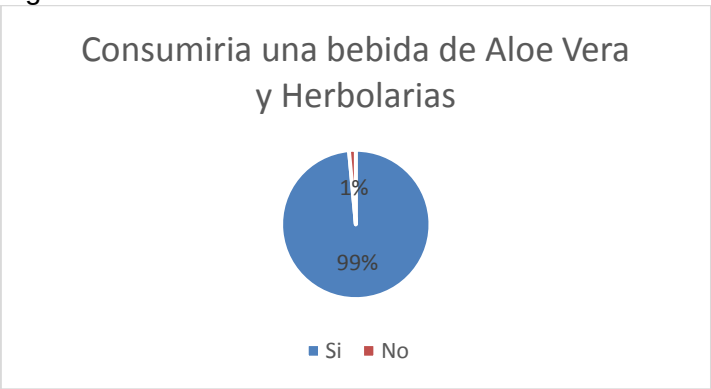
- Si
- No
- Porque

Tabla 35 Consumo de bebidas a base de aloe vera y plantas herbolarias

RESPUESTA	PERSONAS	PORCENTAJE
Si	269	99%
No	4	1%
TOTAL	**273**	**100%**

Elaborado por: Autores

Figura 18 Bebida de aloe vera



Elaborado por: Autores

De acuerdo a la gráfica el 99% de la población encuestada si consumiría una bebida de aloe vera y plantas herbolarias, por que proporcionan beneficio para su salud, por el estilo de vida y/o alimentación que llevan, por mejorar problemas digestivos, por lo saludable, por sentirse bien, por su contenido de plantas medicinales y el beneficio que estas proporcionarían al organismo de las persona y el 1% no consumiría este producto porque no desena llevar un estilo de vida saludable ni consumir bebidas saludables, no tiene un buen conocimiento de este tipo de bebidas y no les agrada el sabor a plantas.

PREGUNTA N.8
¿Qué tipo de empaque para el consumo de este tipo de bebida Aloe Vera?

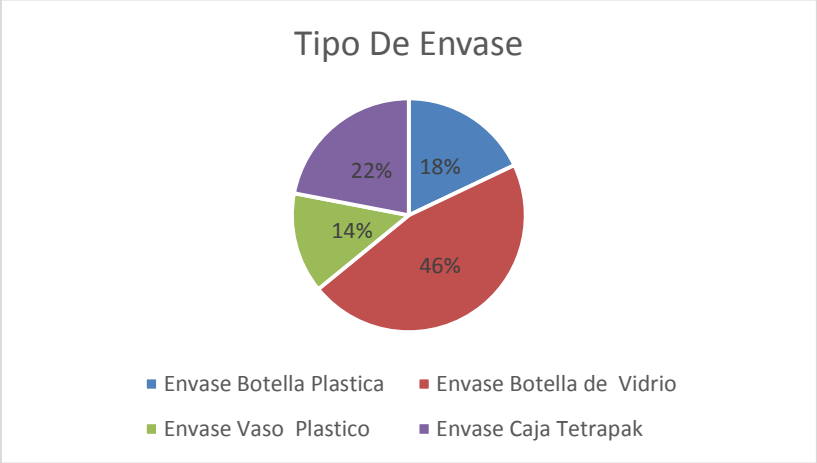
- Envase Botella plástica
- Envase Botella de Vidrio
- Envase vaso plástico
- Envase caja Tetrapak

Tabla 36 Empaque

RESPUESTA	PERSONAS	PORCENTAJE
Envase Botella Plástica	49	18%
Envase Botella de Vidrio	126	46%
Envase Vaso Plástico	38	14%
Envase Caja Tetrapak	60	22%
TOTAL	**273**	**100%**

Elaborado por: Autores

Figura 19 Tipo de envase



Elaborado por: Autores

Se puede observar que el tipo de empaque con más preferencia para el consumo de este tipo de bebida es en envase botella de vidrio con 46% y el envase Caja Tetrapak 22% lo cual hace referencia al 68%, argumentando el cuidado por el medio ambiente y la conservación de las propiedades saludables del producto con el uso de estos envases, sin embargo el 32% prefieren los envases Botella plástica y vaso plástico.

PREGUNTA N.9
¿En qué presentación se le hace asequible el producto?

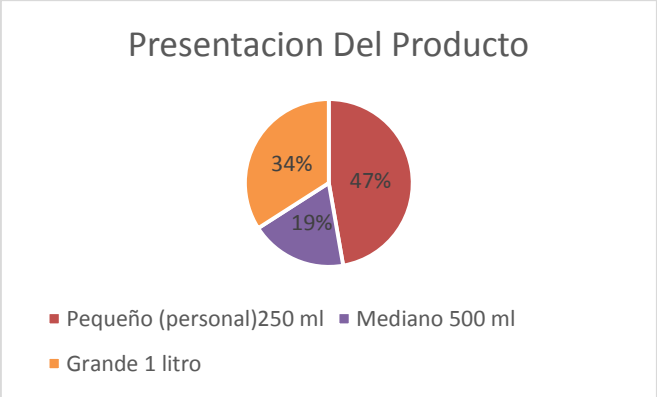
- Pequeño (Personal) 250ml
- Mediano 500 ml
- Grande 1 litro

Tabla 37 Presentación

RESPUESTA	PERSONAS	PORCENTAJE
Pequeño (personal)250 ml	129	47%
Mediano 500 ml	51	19%
Grande 1 litro	93	34%
TOTAL	**273**	**100%**

Elaborado por: Autores

Figura 20 Presentación del Producto



Elaborado por: Autores

De acuerdo a los resultados se observa que el 47% de la población prefiere adquirir el producto en presentación pequeña (personal) 250 ml, un 34% en presentación litro y el 19% en presentación mediana.

PREGUNTA N.13
¿Cuánto estaría dispues@ a pagar por una botella de?

Botella 250 ml	Botella 500 ml	Botella 1 litro
$3000	$4000	$5000
$4500	$5500	$6500

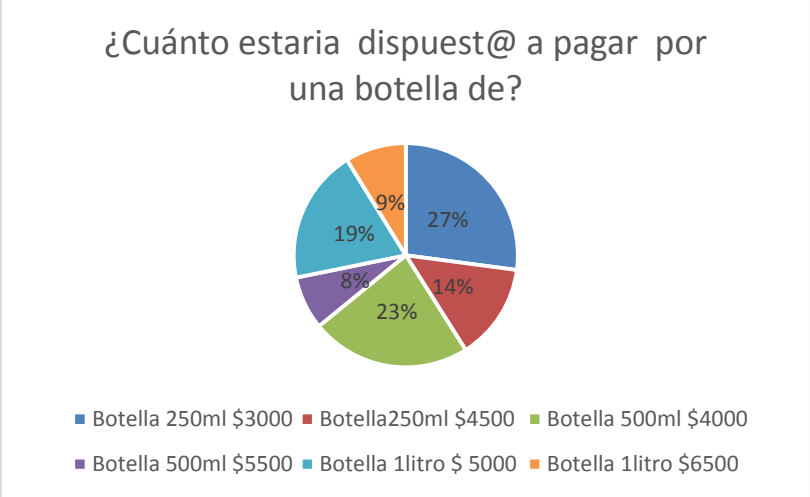
Tabla 38 Costo Del producto

RESPUESTA	PERSONAS	PORCENTAJE
Botella 250ml $3000	74	27%
Botella250ml $4500	38	14%

Botella 500ml $4000	63	23%
Botella 500ml $5500	21	8%
Botella 1litro $ 5000	53	19%
Botella 1litro $6500	24	9%
TOTAL	**273**	**100%**

Elaborado por: Autores

Figura 21 Precios



Elaborado por: Autores

De acuerdo a la investigación podemos determinar que la variable con más aceptación es la Botella de 250 ml de $3000 con el 27%, la botella de 500 ml de $4000 con el 23% y la botella litro de $5000 con el 19%.

Producto

Luego de aplicar las encuestas de investigación y analizar los resultados, y luego de conocer la aceptación del mercado local (municipio de San Gil) en cual se incursionará el producto VITALOE R&R.

El producto a ofrecer es una bebida saludable y nutricional 100% natural con un alto contenido de aloe vera y un sabor agradable de plantas herbolarias,

En este estudio se analiza la ficha técnica del producto con los siguientes elementos:

Nombre del producto

Composición

Presentaciones comerciales

Tipo de envase

Condiciones de conservación

Tabla 39 Ficha técnica

FICHA TECNICA	
NOMBRE DEL PRODUCTO	
VITALOE R&R	
COMPOSICION DEL PRODUCTO DE ORDEN DECRECIENTE	
COMPONENTES	
Aloe Vera	80%
Plantas Herbolarias	20%
	PRESENTACIONES COMERCIALES
	Botella 250 ml
	Botella 1 litro Vaso 7 onzas
	TIPO DE EMBASE
	Plástico
	Vidrio
CONDICIONES DE CONSERVACION	
Mantenerlo refrigerado	
Evitar Cerca Olores Fuertes	
Un máximo de conservación de 6 días, no contiene conservantes.	

Elaborado por: Autores

ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO/ SERVICIO

Tabla 40 Especificaciones del producto

MARCA	

LOGO TIPO	
ESLOGAN	Lo Nuestro Es Lo Natural
CAPACIDAD DE PRODUCCION	Diaria unidades
TIPO DE NEGOCIACION	CONTADO CREDITO: Semanal Quincenal Mensual
PRECIOS DE VENTA	Botella 250 ml Botella 1 litro Vaso 7 onzas
TIPOS DE CONTACTO CON EL CLIENTE	Personal Telefónico WhatsApp
TIEMPO PARA SOLICITAR EL PRODUCTO	Con un día de anticipación

Elaborado por: Autores

TABLA NUTRICIONAL

Tabla 41 Tabla nutricional

	INFORMACION NUTRICIONAL ALOE VERA
COMPONENTES	**FUNCION**
VITAMINAS	
Vitamina A	Ayuda a una visión normal, el sistema inmunitario, la reproducción, al buen funcionamiento del corazón, los pulmones, los riñones y otros órganos.
Vitamina C	Antioxidante, contrarresta el resfriado, ayuda a la formación de colágeno.
Vitamina E	Antioxidante, protege el tejido corporal

Vitamina B1	Ayuda a las células del organismo a convertir carbohidratos en energía
Vitamina B2	Producción de energía para los procesos biológicos y favorece la formación de anticuerpos
Vitamina B6	Produce anticuerpos, hemoglobina, mantiene el azúcar en la sangre en rangos normales.
Ácido Fólico	Ayuda en el crecimiento de los tejidos y en el trabajo celular, a la formación de los glóbulos rojos, a producir ADN.
Betacaroteno	Es convertido a vitamina A, un nutriente esencial, Tiene actividad antioxidante e antiinflamatoria, lo que ayuda a proteger a las células para que no sufran daño.
Colina	Forman parte de las membranas celulares del cuerpo, ayuda a la memoria y al control del musculo.
MINERALES	
Calcio	Forma parte de los dientes y huesos y contribuye a mantenerlos sanos. Es necesario para la coagulación de la sangre. Participa en la transmisión del impulso nervioso. Estimulación de la secreción hormonal. Participa en la absorción de vitamina B12.
Magnesio	Ayuda a regular la presión arterial normal, fortalecimiento de huesos, ritmo del corazón, la función nerviosa, para un sistema inmunológico saludable, y para equilibrar el azúcar en la sangre.
Sodio	La regulación de las concentraciones de los medios acuosos. Nuestros músculos y nervios lo necesitan para funcionar como es debido
Cobre	Participa activamente en la **síntesis de la hemoglobina.** Es necesario para la correcta **síntesis del Hierro.** Participa de forma igualmente activa en la síntesis de las **células rojas de la sangre.** Su presencia es necesaria para que el organismo pueda utilizar **la** tirosina, facilitando con ello la pigmentación de la piel y el cabello.
Hierro	Participa en la producción de hemoglobina, componente principal de los glóbulos rojos; también

	contribuye a la formación de las proteínas musculares y a la metabolización de ciertas enzimas del cuerpo.
Manganeso	Metabolismo de las proteínas, hidratos de carbono, y grasas. O sea, metabolizar de forma óptima todo lo que comemos. Función nerviosa, cerebral. Conservar huesos fuertes. Reforzar tejidos conjuntivos**…**
Potasio	El potasio juega un papel clave en la contracción de los músculos y del corazón, pero también en la transmisión del flujo nervioso. Interviene en el funcionamiento neuromuscular y combate los calambres.
Cromo	Ayuda a transportar la glucosa hacia las células, lo que reduce los niveles en sangre, potencia la acción de la insulina y ayuda metabolizar los carbohidratos, lípidos y proteínas.
zinc	Disminuye el riesgo de padecer cáncer, al crecimiento y desarrollo de las personas, protege las arterias el sistema inmunitario, mejorar el cabello pies y uñas…
Germanio	Favorece la producción de anticuerpos. Incrementa la eficacia del transporte de oxígeno a los órganos. Permite el buen funcionamiento de los linfocitos T y B. Posee un efecto vigorizante, antiestrés y paliador del dolor. Excelente protector contra la hipoxia
AMINOACIDOS ESENCIALES	
Lisina; Treomina; Vailina; Metionina; Alanina; Leucina; Isoleucina; Fenilalanina; Triptófano; Cistina; Histidina; Arginina; Hydroxypolina; Ácido Aspártico; Tirosina; Serina; Ácido glutamínico; Prolina; Glicina; Glicocola.	Son de carácter estructural, Es decir, regeneración de tejidos, reparación de heridas, participación en el crecimiento y desarrollo, son de manera global las importantes funciones atribuibles a los aminoácidos.
ANTRAQUIMONAS	
Aloína; Isobarbaloína; Barbaloína; Éster de ácido Cinámico; Antraceno; Crisofánico;	Tiene propiedades biológicas, incluyendo antiviral, antimicrobiano, hepatoprotector, laxantes y analgésicas, laxante es muy eficaz en la

Cinámico; Emodina de aloe; Ácido aloético; Aceites etéreos.	lucha contra las infecciones, es bactericida y fungicida,. Efecto calmante y febrífugo. Tiene acción bactericida y antivírica, neutraliza las toxinas bacterianas.
Celulosa; Glucosa; Manosa; Galactosa; Aldonentosa; Fructosa; Arabinosa; Xilosa; Glucomanano; Acemanano.	Los polisacáridos son complejos carbohidratos de cadena larga que proporcionan elementos dietéticos muy importantes para la nutrición humana. Algunos pueden utilizarse como fuentes potenciales de energía, mientras que otros pueden proporcionar propiedades anti-inflamatorias e inmunomoduladoras.
ENZIMAS	
Oxidasa; Catalasa; Lipasa; Alinasa; Amilasa	Ayuda a la digestión de los alimentos, ayudan en el proceso del suministro de la energía celular, el apoyo a las funciones del cerebro, la reparación y los procesos de la curación del cuerpo, la fracturación de las toxinas, la desintoxicación de la sangre, etc.
OTRAS SUSTANCIAS	

Fuente (Las Coronas Aloe Vera)

BENEFICIOS FUNCIONALES

Este producto cuenta con una serie de elementos nutricionales proporcionados por el aloe vera, funciona como producto preventivo y contribuyendo a tener una vida más saludable.
Regula la digestión, estreñimiento
Funciona como cicatrizante
Rejuvenecedor de células
Limpia y purifica la sangre
Excelente aliado en la estética limpia la piel

Precio

El precio del producto en sus diferentes presentaciones, se establece teniendo en cuenta los costos de producción, el consumo del producto y los precios existentes en el mercado.

PRESENTACION	PRECIO
Botella de 250ml	$ 5000
Botella 1 litro	$ 8000
Vaso 7 onzas	$ 2000

ALGUNAS BEBIDAS DE ALOE VERA EXISTENTE EN EL MERCADO

Tabla 42 Bebidas existentes en el mercado

BEBIDAS DE ALOE VERA EN EL MERCADO	Elaborado por	Distribuido por	Precio
Saviloe	Quala	Quala Jumbo Lo compraras (Pagina internet)	$1,990
Cosechas	Cosechas	Cosechas	$5,900
Siente el aloe	San Jorge	San Jorge	$1,800
Aloe Vera Forever	Forever Living products internatonial	Forever Living	$115,995
Aloe Gloe	Coca cola	Coca cola Supermercados de cadena Mercado libre	$291,900
Disfruta el aloe	Postobón	Postobón Supermercados de cadena. Mercado libre	$1,400
Savia. Bebida de aloe vera sabor aloe	Savia intl Co Ltda.	Tiendas supermercados de cadena	$4,600

Elaborado por: Autores

Plaza: El producto será distribuido a través de diferentes medios, así como la puerta a puerta, diferentes supermercados, tiendas de barrio y gimnasios del municipio de San Gil, buscando la penetración en el mercado local incrementando la participación de la empresa ofreciendo precios moderados y la calidad del producto.

Promoción: Creando una cultura de consumo del aloe vera natural dando a conocer sus propiedades de esta planta, promocionando el producto a través de los diferentes medios locales como lo es la radio, televisión, redes sociales y voz a voz.

Objetivo N.4
Identificación de la normatividad de la empresa VITALOE R&R teniendo en cuenta la formalización.

CONSTITUCION JURIDICA DE LA EMPRESA

La empresa VITALOE R&R productora y comercializadora de productos saludables, es legalmente constituida en términos de S.A.S (Sociedad Por Acciones Simplificadas), ya que este tipo de sociedad ofrece más flexibilidad para formar empresa, permitiendo a los emprendedores simplificar trámites e iniciar su proyecto con un bajo presupuesto.

Debe cumplir con los requerimientos normativos exigidos por las diferentes entidades regulatorias del país para poder producir y comercializar alimentos legalmente en Colombia.

Tabla 43 Normatividad

Cámara de Comercio (Camara de comercio de Bucamanga)	Constitución legal de la empresa
DIAN (Dian) Dirección De Impuestos y Aduanas Nacionales	Facturación, impuestos, Rut
INVIMA (Invima) Instituto Nacional De Vigilancia En Medicamentos y Alimentos	Licencias, permisos y Registros Sanitarios

Elaborado por: Autores

3.1.7 Hilo Conductor.

Tabla N. 40 Plan de Acción

PLAN PARA NUEVOS NEGOCIOS					
Fase de Factibilidad Económica: Inversiones y costos Fase Operativa: Flujogramas de procesos y operaciones					
TAREAS	**MES 1**	**MES 2**	**MES 3**	**MES 4**	**MES 5**
Definir el plan estratégico de la empresa Análisis FODA					
Investigación de mercado					
Aplicación de encuesta					
Identificar los recursos necesarios					
Identificar los costos de operación					
Evaluación financiera					
Evaluar la rentabilidad					
Determinar los requisitos Normativos					

Elaborado Por: Autores

4. CONCLUSIONES

De acuerdo al estudio desarrollado nos dimos cuenta que existe una amplia oferta de bebidas a base de sábila (aloe vera) de gran consumo no solo local sino también a nivel nacional e internacional muchas de ellas son reconocidas en el mercado y brindan una variedad de sabores entre ellas están los frutos rojos, de coco entre otros.

De los resultados de la investigación realizada en el estudio de campo se pudo conocer que las personas si gustan de esta bebida, prefieren una bebida de 250 ml, así como también la de 500 ml como segunda opción, por lo cual se optó por ser el tamaño de bebidas que la empresa elaboraría.

Para mantener el punto de equilibrio de la empresa es necesario establecer estrategias de comercialización que permitan conservar las ventas de 107 unidades diarias para lo cual se debe manejar los diferentes medios de comunicación, creando una cultura de consumo de esta bebida saludable en el municipio de San Gil y realizar las alianzas con puntos de venta estratégicos.

5. RECOMENDACIONES

Aplicar y desarrollar la investigación, de acuerdo a todo el escenario planteado y todos los resultados expuestos, a fin de que la propuesta planteada tenga el éxito esperado y con ello ejecutar una actividad, que aparte de generar recursos a los propietarios que permita la mejora de calidad de vida y la obtención de una actividad productiva a la cual dedicarse.

Velar por que el estudio financiero realizado en esta investigación como forma de que la actividad sea aplicada en la empresa se ajuste a los presupuestos, egresos e ingresos considerados en la misma, para con ello poder obtener las utilidades planteadas en los ejercicios financieros.

6. Bibliografía

AECOC. (s.f.). Obtenido de https://www.aecoc.es/articulos/el-yin-y-el-yang-de-las-tendencias/

Camara de comercio Bucaramanga. (s.f.). Obtenido de https://www.camaradirecta.com/

Camara de comercio de Bucamanga . (s.f.). Obtenido de https://www.camaradirecta.com/

Dian . (s.f.). Obtenido de https://www.dian.gov.co/

ECURED. (s.f.). Obtenido de https://www.ecured.cu/S%C3%A1bila

IBIZALOE . (s.f.). Obtenido de https://www.fucsia.co/belleza-y-salud/articulo/beneficios-bebidas-aloe-vera/43605

Invima . (s.f.). Obtenido de https://www.invima.gov.co/

Las Coronas Aloe Vera. (s.f.). Obtenido de https://www.aloeveralascoronas.es/componentes-del-aloe-vitamina/

Manipulación de Alimentos Colombia. (s.f.). Obtenido de https://www.manipulaciondealimentoscolombia.com/normatividad

Min Agricultura . (s.f.). Obtenido de https://sioc.minagricultura.gov.co/Sabila/Normatividad/D.C.%202007%20Febrero%20-%20Caracterizacion%20del%20Gremio%20Sabilero.pdf

Min Tic . (2016). Obtenido de https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/

OMS . (s.f.). Obtenido de https://www.who.int/nutrition/about_us/es/

OMS . (2019). *ORGANIZACION MUNDIAL DE LA SALUD .* Obtenido de https://www.who.int/es/emergencies/ten-threats-to-global-health-in-2019

Pag Alcaldia Del Municipio De San Gil. (s.f.). *Pag Alcaldia Del Municipio De San Gil.* Obtenido de http://www.sangil.gov.co/san-gil/mapas/

AGRONEGOCIOS . (2015). *La industria mundial pone los ojos en el cultivo de sabila .* Obtenido de https://www.agronegocios.co/agricultura/la-industria-pone-sus-ojos-en-el-cultivo-de-la-sabila-2621397

ASOCIACION DE CONSUMIDORES ORGANICOS . (2019). *ASOCIACION DE CONSUMIDORES ORGANICOS .* Obtenido de https://consumidoresorganicos.org/category/blog/cultivar/

MINIAGRICULTURA. (SEPTIEMBRE de 2018). *GOBIERNO DE COLOMBIA .* Obtenido de https://sioc.minagricultura.gov.co/Sabila/Documentos/2018-09-30%20Cifras%20Sectoriales.pdf

NOTA DE TAPA . (SEPTIEMBRE de 2019). *Mercado Gel De Aloe Vera: 2019 Industria Global Trends, Crecimiento, Compartir, Tamaño Y 2022 Informe De Investigación De Previsión.* Obtenido de http://lanotadetapa.com/2019/09/06/mercado-gel-de-aloe-vera-2019-industria-global-trends-crecimiento-compartir-tamao-y-2022-informe-de-investigacin-de-previsin/

7. ANEXOS

¡HABITOS DE CONSUMO BEBIDAS SALUDABLES.

Sector Donde Vive_____

Genero

Mujer___ Hombre___

Edad

18-25__ 26-33__ 34-41__ 42 – 49___

50- 59 ___ Otro ___

¿Dentro de su consumo habitual, consume bebidas que le aporten a su salud?

Si __ No__

¿Por qué? _____

_____

¿Si consume, indique con qué frecuencia realiza este consumo?

Diario___ Dos o más veces por semana___

¿Semanal___ Quincenal___ Otro Cual? ____

_____

¿Por qué medio realiza la compra de este tipo de productos?

Tiendas de Barrio____ Supermercados____

Catálogos____ Internet____ Puntos de venta especializados_____

Si consume o tuviera la oportunidad de consumir una bebida saludable. ¿Cuáles son las características impuestas a la hora de comprar estos productos?

Precio___ Sabor___ Contenido nutricional o saludable__ Fácil asequibilidad___
Tamaño___ Empaque___
Otro Cual_____

¿Características del sabor al consumir este tipo de bebidas (Aloe Vera)?

Frutas___ Plantas Herbolarias___ Citrico___

Dulce___ Bajo de Dulce___ Sin Dulce___

Conoce Bebidas saludables o consume el aloe vera (Sábila).

Si____ No___
Cuales_____

Consumiría usted una bebida a base de aloe vera y plantas herbolarias

Si___ No___

Porque_____

¿Qué tipo de empaque para el consumo de este tipo de bebida Aloe Vera?

Envase Botella plástica_____

Envase Botella de Vidrio____

Envase vaso plástico____

Envase caja Tetrapak___

¿En qué presentación se le hace asequible el producto?

Pequeño (Personal) 250ml __

Mediano 500 ml__

Grande 1 litro__

¿Cuánto estaría dispuest@ a pagar por una botella de?

Botella 250ml	Botella 500ml	Botella 1 litro
$ 3000	$ 4000	$ 6000

GRACIAS POR TÚ TIEMPO