

SATIVA ORIENTAL
“LA MEDICINA ANCESTRAL DEL LLANO”



HÉCTOR DAVID GUTIÉRREZ MOSQUERA
VALENTINA MALAVER CASTRO



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
VILLAVICENCIO
2022

SATIVA ORIENTAL.
“LA MEDICINA ANCESTRAL DEL LLANO”

HÉCTOR DAVID GUTIÉRREZ MOSQUERA
VALENTINA MALAVER CASTRO

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de Ingeniero Industrial

Asesor
EMMA ÁVILA GARAVTIO
Economista – Magister

OSCAR IVAN VARGAS PINEDA
Ing. Agroindustrial – (e)PhD

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
INGENIERÍA INDUSTRIAL
VILLAVICENCIO

2022

Autoridades Académicas

Fray JOSÉ GABRIEL MESA ÁNGULO, O. P.

Rector General

Fray EDUARDO GONZÁLEZ GIL, O. P.

Vicerrector Académico General

Fray JOSÉ ANTONIO BALAGUERA CEPEDA, O. P.

Rector Sede Villavicencio

Fray RODRIGO GARCÍA JARA O. P.

Vicerrector Académico Sede Villavicencio

Mg. JULIETH ANDREA SIERRA TOBÓN

Secretaria de División Sede Villavicencio

Mg. HÉCTOR MANUEL ÁVILA SIERRA

Decano de la Facultad de Ingeniería Industrial

Contenido

	Pág.
Resumen Ejecutivo	10
Abstract	11
Introducción	12
1. Nombre de la Empresa y Actividad Económica	13
2. Descripción de la Oportunidad de Negocio	14
3. Lienzo Canvas.....	15
4. Alcance o delimitación	16
5. Estudio de Mercado	17
5.1. Descripción del Producto	17
5.2. Análisis del sector industrial	18
5.3. Definición y análisis del Mercado Objetivo.....	19
5.4. Análisis de la competencia y/o análisis de sustitutos para productos/servicios innovadores.	19
5.5. Análisis de Canales de distribución.	22
5.6. Definición y análisis de estrategias de precio.	23
5.7. Definición y análisis de las estrategias de promoción.....	24
5.7.1. Estrategias de corto plazo	24
5.7.2. Estrategias de mediano plazo.....	25
5.7.3. Estrategias de largo plazo	25
5.8. Definición y análisis de estrategias de comunicación.....	26
5.9. Pronóstico de la demanda.....	27
5.9.1. Estimación de la muestra	27
5.10. Presupuesto de las estrategias de Marketing MIX.....	33
5.10.1. Plaza	33
5.10.2. Promoción	33
5.10.3. Estimación del presupuesto para marketing MIX.....	34
6. Proveedores.....	35

6.1.	Análisis de proveeduría.....	35
6.1.1.	Materias Primas	35
6.1.2.	Maquinaria, equipos y tecnología.....	37
6.2.	Estudio de requerimiento de maquinaria, equipos y tecnología.....	38
6.2.1.	Tolva	38
6.2.2.	Tanque de Clarificación.....	39
6.2.3.	Tanque de Coagulación-floculación	40
6.3.	Descripción del proceso productivo (Diagramas).....	40
6.4.	Diseño y análisis de capacidad de producción	41
6.5.	Diseño y análisis de planta	42
6.6.	Plan de producción	44
6.7.	Costeo de producción	45
7.	Estudio Organizacional	46
7.1.	Estructura legal-jurídica	46
7.1.1.	Normatividad	46
7.1.2.	Planeación Estratégica	47
7.1.3.	Objetivos estratégicos	48
7.1.4.	Estructura orgánica y requerimientos de personal	48
7.1.5.	Manual de funciones	49
7.1.6.	Análisis de costos y gastos administrativos	50
8.	Estudio Financiero	53
8.1.	Análisis de la Inversión	53
8.2.	Presupuesto de Ingresos	58
8.3.	Presupuesto de Egresos	58
8.4.	Presupuesto de Efectivo	60
8.5.	Estado de Ganancias y pérdidas	61
8.6.	Balance General	62
8.7.	Indicadores y evaluación Financiera	64
9.	Análisis de Impactos	66
9.1.	Impacto económico	66
9.2.	Impactos sociales.....	66

9.3.	Impactos Ambientales	67
10.	Conclusiones	68
11.	Referencias.....	70

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Lienzo Lean Canvas.....	15
Tabla 2. Presupuesto para la mezcla de mercadeo.....	34
Tabla 3. Diagrama de proceso Crema Corporal.....	41
Tabla 4. Proyección de producción en unidades.....	45
Tabla 5. Objetivos Organizacionales	48
Tabla 6. Descripción del perfil ocupacional y las funciones de los trabajadores de Sativa Oriental	50
Tabla 7. Proyección de salarios mensual	51
Tabla 8. Gastos asociados a la nómina mensual	52
Tabla 9. Resumen de inversiones totales	54
Tabla 10. Amortización crédito de libre inversión para inversión.....	54
Tabla 11. Amortización del crédito vehicular.....	57
Tabla 12. Proyección de ingresos	58
Tabla 13. Proyección de compras	59
Tabla 14. Proyección de nómina.....	59
Tabla 15. Estimación ingresos totales.....	60
Tabla 16. Estimación de egresos totales	60
Tabla 17. Estimación de superávit o déficit en el período proyectado	61
Tabla 18. Estimación del estado de ganancia y pérdidas.....	61
Tabla 19. Estimación de los activos para el año 1	62
Tabla 20. Estimación de los pasivos para el año 1.....	63
Tabla 21. Estimación de patrimonio de la empresa para el año 1.....	63

Lista de Ilustraciones

	Pág.
Figura 1. Infografía Tipo de Licencias y Modalidades.....	20
Figura 2. Distribución de empresas de Cannabis en Colombia por Departamento	21
Figura 3. Estilos de la tienda comercial	22
Figura 4. Ejemplo de presentación del precio	23
Figura 5. Gráfica pregunta ¿ha escuchado hablar de la planta cannabis sativa?	28
Figura 6. Gráfica pregunta ¿conoce los beneficios medicinales de la planta sativa cannabis?	28
Figura 7. Gráfica pregunta ¿productos según el nivel de importancia para su cuidado personal?	
Nota.....	29
Figura 8. Gráfica pregunta ¿qué tan probable es que adquiriera productos medicinales para uso personal?	29
Figura 9. Gráfica pregunta ¿empresas que transforman cannabis sativa en la región?.....	30
Figura 10. Gráfica pregunta ¿la puesta en marcha contribuye a la región?	30
Figura 11. Gráfica pregunta ¿precio?.....	31
Figura 12 Gráfica pregunta ¿estrategias de divulgación?	31
Figura 13. Gráfica pregunta ¿canales de venta?	32
Figura 14. Gráfica pregunta ¿participación en promoción?.....	32
Figura 15. Logo LLANABIS	36
Figura 16. Logo Medcann Colombia	36
Figura 17. Logo EXXPERTOS.COM.....	37
Figura 18. Logo Canna Oil Llanos.....	37
Figura 19. Logo Boss Technology	38
Figura 20. Logo empresa Veolia	38
Figura 21. Tolva	39
Figura 22. Tanque de clarificación	39
Figura 23. Tanque de clarificación - coagulación.....	40
Figura 24. Uso del suelo de Villavicencio	43

Figura 25. Distribución del primer piso de la planta de producción	44
Figura 26. Estructura orgánica Sativa Oriental S.A.S.....	49

Resumen Ejecutivo

El emprendimiento es una herramienta que contribuye con la dinámica industrial, comercial y social de las regiones en las cuales se lleva a cabo; de ahí, que los nuevos profesionales consideren hacer uso de esta oportunidad como una herramienta que aporta al desarrollo personal; dos emprendedores del departamento del Meta adelantan los estudios de pertinencia que requiere la puesta en marcha del estudio de factibilidad del proyecto denominado Sativa Oriental. A través de cuatro estudios: del mercado, técnico, financiero y organizacional se consideran todos los elementos que aportan al desarrollo de la propuesta de estudio, con miras a obtener un resultado que evidencie la pertinencia de poner en marcha esta idea de negocio que considera el uso de un producto el cual cuenta con un respaldo normativo que posibilita el crecimiento sostenido de la empresa, dados los beneficios que se han suscitado al uso de cannabinoides para desarrollos productivos.

Palabras Clave: Región. Medicina Natural, Cannabinoides, Factibilidad. Emprendimiento.

Abstract

Entrepreneurship is a tool that contributes to the industrial, commercial and social dynamics of the regions in which it is carried out; Hence, new professionals consider making use of this opportunity as a tool that contributes to personal development; Two entrepreneurs from the department of Meta carry out the studies of relevance that the implementation of the feasibility study of the project called Sativa Oriental requires. Through four studies: market, technical, financial and organizational, all the elements that contribute to the development of the study proposal are considered, with a view to obtaining a result that evidences the relevance of launching this business idea that considers the use of a product which has regulatory support that enables the sustained growth of the company, given the benefits that have arisen from the use of cannabinoids for productive developments

Key Word- Region. Natural Medicine, Cannabinoids, Feasibility. Entrepreneurship.

Introducción

Un plan de negocio es una herramienta que permite establecer la factibilidad de una idea con fines de lucro, de ahí, surge la posibilidad poner en marcha las fases para el análisis de factibilidad de un negocio relacionado con la producción y transformación de productos cuya base de producción es la planta Cannabis Sativa. Este estudio, busca determinar la factibilidad del plan de negocio de Sativa Oriental a partir del desarrollo del estudio de mercado, la factibilidad técnica, organizacional y financiera, con miras a la verificación de condiciones y de esta manera viabilizar la propuesta productiva.

El estudio de mercado permite determinar aspectos como el segmento del mercado, precio, análisis de demanda y de población, interés de las personas por los nuevos productos y demás, canales y modos de distribución, es decir, dando cumplimiento a los lineamientos de la plaza, precio, producto y promoción. El estudio técnico factibiliza el proceso productivo, a partir, del estudio del producto, las necesidades de infraestructura, materiales, equipos, herramientas, distribución física y planes y costos propios de la producción, que consideren necesarios para la puesta en marcha.

El estudio organizacional nos permite conocer las necesidades de empresa, su planeación estratégica, requerimientos de talento humano, manual de funciones y gastos de administración. Finalmente, la factibilidad financiera va de la mano del análisis de ingresos y gastos, para el desarrollo de indicadores para la evaluación financiera.

Los estudios aquí descritos, llevarán a determinar los impactos que se ciernen en el proceso de desarrollo de la empresa.

1. Nombre de la Empresa y Actividad Económica

La idea de negocio toma como nombre SATIVA ORIENTAL, “la medicina ancestral del llano”. Recibe este nombre, dado que toma como base para la producción de sus productos la planta Cannabis Sativa; la denominación oriental es adoptada de la ubicación de la planta de producción que será la ciudad de Villavicencio, alojada en la Cordillera Oriental.

La actividad económica principal, basado en la clasificación industrial internacional uniforme de actividades económicas se clasificó con el código 2100, denominada Fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos de uso farmacéutico. (DANE, 2021)

2. Descripción de la Oportunidad de Negocio

El desarrollo empresarial se centra en la consecución de diversas ideas de negocio que integran aspectos de índole financiero, técnico u operativo, normativo o legal y, un análisis del entorno o mercado; cada uno de ellos, aportando hacia el logro de un objetivo; tomando como base los bajos índices de producción que se alcanzan para la transformación de procesos agrícolas en el departamento del Meta, dado que solamente alcanzan el 21% de su capacidad productiva (Instituto Geográfico Agustín Codazzi, 2016). El contexto de la gestión social en las empresas después de la pandemia por el Covid-19 ha llevado a la pérdida de negocios y, a que muchas personas vean en emprender una manera de ir hacia adelante con su ejercicio laboral. Es ahí, que parte la idea de aprovechar la incidencia que tiene el departamento del Meta como despensa agrícola, puesto que, cuenta con un alto número de productos que aportan al crecimiento de los índices de productividad y, por ende, trazan el camino hacia el emprender en el campo; si bien, la producción agrícola se centra en los procesos de producción, son muy pocos los que cuentan con una cadena de valor posterior a su salida de cultivo, es decir, no cuentan con una transformación en nuevos productos.

Viendo la prospectiva de desarrollo agrícola, se ve la posibilidad de incursionar en procesos de transformación de plantas de índole medicinal, como una herramienta que aporte al desarrollo de región; ahora bien, un proceso productivo asociado a la medicina ancestral conlleva el uso de plantas que por su mala fama han sido estigmatizadas, como es el caso del Cannabis (Ramírez, 2019) Desde la perspectiva normativa, es una planta que cuenta con uso medicinales comprobado y que cuenta con un cultivo de bajo presupuesto, por lo que, para el desarrollo de un proceso agrícola en la región, durante un proceso de recuperación financiera es algo que se adapta bien a las necesidades económicas de la región.

Adicionalmente, la ley 1787 de 2016 y los decretos reglamentarios 613 de 2017 y 631 de 2018, indican los lineamientos asociados al uso de cannabis con fines medicinales, por lo que, se evidencia una oportunidad para desarrollo productos basados en medicina ancestral. (Soto Casteblanco, 2018)

Es por esto, que se evidencia una óptima oportunidad para el desarrollo de una empresa que realice producto en base a Cannabis Sativa, basado en la prospectiva de desarrollo agrícola que tiene el departamento del Meta e incursar en un mercado que se evidencia fuerte por la dinámica ancestral.

3. Lienzo Canvas

Tabla 1. Lienzo Lean Canvas

<u>Aliados y asociaciones clave</u>	<u>Actividades clave</u>	<u>Propuesta de Valor</u>	<u>Relación con el cliente</u>	<u>Segmento de clientes</u>
1. Proveedores de Cannabis Sativa. 2. Proveedores de maquinarias, equipos y herramientas. 3. Empresas de servicios públicos domiciliarios. 4. Empresas de transporte para comercialización. 5. Empresas fabricantes de productos similares en caso de desabastecimiento de materiales, insumos o herramientas. 6. Personal de la empresa.	Obtención de materia prima. Fabricación de productos para el cuidado personal. Plataformas de comercialización.	Potenciar los elementos que trae la medicina ancestral en base a plantas medicinales, que permita una amplitud del mercado desde el desarrollo de procesos productivos tecnificados y que cumplen con los estándares de calidad, con proyección hacia el mercado internacional a través de las políticas nacionales para el manejo de Cannabis dada su amplia regulación.	Personal Automatizada Basada en confianza. Promoviendo los valores de la organización.	Hombres y mujeres mayores de 18 años. Estrato socioeconómico dos (2) o superior. Personas con hábitos de compra en productos de cuidado personal y para la piel. Productos de base natural.
	<u>Recursos Claves</u> Físicos: edificaciones, terrenos, instalaciones auxiliares, planta locativa, maquinaria, equipos y herramientas. Económicos y financieros: financiación, venta, compras. Humanos: personal competente (ingeniería de producción, ingeniería química, contaduría, técnicos en producción)		<u>Canales</u> Tiendas Naturistas Comercialización Directa Redes sociales	
<u>Estructura de costos</u>		<u>Fuente de Ingreso</u>		
Fijos. Gastos administrativos. Gastos de ventas. Gastos derivados de publicidad. Pólizas de seguros. Nómina y dotación de personal. Gastos por servicios financieros. Variables. Adquisición de materias primas e insumos para el proceso productivo. Impuestos a la renta. Reserva legal.		Venta de productos Sativa Oriental. Inversionistas. Entidades Bancarias		

4. Alcance o delimitación

El proyecto de emprendimiento se centrará en el desarrollo del estudio de factibilidad operativa, técnica, de mercado y financiera para el desarrollo de una empresa que tiene como propósito la producción de productos de belleza cuya materia prima principal es el Cannabis Sativa y por ende, el emprendimiento se denominará SATIVA ORIENTAL. Este estudio de factibilidad deberá ser considerado a partir de los lineamientos definidos para el desarrollo del plan de negocio y, una vez estructurado y finalizado, deberá ser presentado ante una entidad de financiación.

5. Estudio de Mercado

5.1. Descripción del Producto

Sativa Orienta cuenta en su brochure de productos con una amplia lista de elementos que buscan innovar el cuidado personal a partir del uso del Cannabis Sativa como base para el proceso productivo; entre estos productos se encuentran: cremas corporales, aceites naturales, mascarillas, maquillaje, entre otros.

Estos productos, toman como base para su producción el cannabis sativa, materia prima que es empleada, en múltiples desarrollos para el cuidado personal por los beneficios que ofrece a las personas, entre estos se destaca (Redacción Marie Claire, 2020):

- Estimula el crecimiento del cabello, dado que aporta brillo y estimula el crecimiento del pelo.
- Elimina la caspa, pues cuenta en su fórmula química con algunos buenos productores de nutrientes como: ácido gamma-linolénico, el cual combate la sequedad de tu cuero cabelludo.
- Puede ser usado como acondicionador, debido a sus excelentes propiedades hidratantes.
- Contribuye al cuidado de la piel gracias a su poder antioxidante el cual combate problemas como las erupciones o la psoriasis.
- Gracias a este componente es un gran aliado para eliminar el acné.
- Mejorar la luminosidad de la piel gracias a los cannabinoides, a su vez, fortalece la barrera natural de la piel.
- Retrasa las primeras arrugas debido a su contribución a la regeneración y oxigenación de las células.

Entre los productos que emplean cannabinoides y que se desarrollan dentro de la empresa, se encuentra la **CREMA CORPORAL CON GLITTER**, la cual, es considerada por la alta dirección como el producto diferenciador para el avance en el mercado.

El Glitter, (Agundis, 2021) es un compendio de láminas, a base de polímeros, que presenta una característica brillante la cual, se adhieren al cuerpo, lo cual hará de nuestra crema un elemento que resalte el aspecto físico de la persona.

El hecho de hacer uso de un producto que protege la piel, por sus amplias virtudes y, a su vez, mejore la imagen de la persona, desde la luminosidad de la persona, hace de la crema corporal con glitter nuestro producto insignia.

La crema corporal con glitter, cuenta con los siguientes elementos que son parte de su composición:

- Cannabis Sativa CBD
- Vitamina E: Nutriente y antioxidante de la piel
- Elastina: es una proteína con funciones estructurales que confiere elasticidad a los tejidos-
Colágeno: aporta tersura y firmeza a la piel
- Aloe Vera: antiinflamatorio
- Phitomix: mezcla funcional de extractos (árnica, genciana, toronjil, romero, salvia y tomillo.
- Enriquecida con Cannabis Sativa CBD (cannabidiol), este es un ingrediente innovador muy valioso en salud y belleza. (CANNAPP, 2021)

5.2. Análisis del sector industrial

La industria de producción de cannabis medicinal en Colombia, cuenta con un amplio desarrollo gracias a las diversas ventajas competitivas que ha alcanzado (Miranda, 2021): Colombia es pionero en marco legal e institucional para la puesta en marcha de estos proyectos, bajos costos de producción debido a su promisorio posición geográfica lo cual brinda condiciones ambientales y de luminosidad óptimas para los cultivos; de igual manera, cuenta con cuatro (4) ciclos de cultivo en un año. De igual manera, el procesamiento del cannabis es una industria que posibilita el desarrollo de empleo en las regiones, es una industria que entre 2019 y 2020 alcanzó cerca de US\$2,8 millones de dólares en procesos de exportación a países como Estados Unidos, Israel, Sudáfrica y Reino Unido; esto gracia al crecimiento continuo que se ha desarrollado y que ha permitido al país convertirse en proveedor de materias primas y productos de manera que se satisfaga la demanda internacional.

Este crecimiento progresivo ha catapultado a la industria en una amplia fuente de empleo, gracias que, en promedio se requieren cerca de 17,4 personas disponibles por cada hectárea de cultivo (EFE, 2021).

Cerca de 700 empresas, a nivel nacional, cuenta con licencia para realizar diversos procesos productivos con el Cannabis, a pesar de que la ley es escrita y, esto posibilita que la industria proyecte ingresos, para el año 2024, por valor US\$62 millones de dólares (Colprensa, 2021).

5.3. Definición y análisis del Mercado Objetivo.

La configuración del mercado objetivo toma como referencia la identificación de los potenciales compradores los cuales determinan que características buscan en la compra. Ahora bien, el producto diferenciador es la crema corporal con glitter, el cual incide que el consumo se encuentra más asociado hacia las mujeres, que los hombres; por esto, partimos de la estimación de que el 51,2% de la población colombiana son mujeres (DANE, 2019), de las cuales, cerca del 78% son mayores de 18 años; por otra parte, el censo de hombres del país alcanzó el 48,8% de los cuales cerca del 75% son mayores de 18 años, de un total estimado por parte del Departamento Administrativo Nacional de Estadística de 44.164.417 habitantes del territorio.

En cuanto a la distribución población en el departamento del Meta, la distribución porcentual hombre-mujer es diferente, dado que los resultados presentados en el Censo 2018 del DANE indican que el 49,4% de la población son mujeres, mientras que el restante 50,6% son hombres, de los 919.129 habitantes con los que cuenta el departamento del Meta, se estima que cerca de 354.159 son mujeres mayores de 18 años, mientras que alrededor de 348.810 habitantes del departamento son hombres mayores de 18 años.

5.4. Análisis de la competencia y/o análisis de sustitutos para productos/servicios innovadores.

El Ministerio de Justicia (2019), es la entidad del Estado que se encarga de realizar el control a los proyectos en los cuales intervenga el cannabis, dados los antecedentes de la planta. Para ello ha establecido cuatro categorías para el uso del cannabis a través de licencias de uso: (1) licencia de fabricación de derivados de cannabis, (2) licencia de uso de semilla para siembra, (3) licencia de cultivo de plantas de cannabis psicoactivo y, (4) licencia de cultivos de planta de cannabis no psicoactivo, las cuales se puede evidenciar en la Figura 1.

Figura 1. Infografía Tipo de Licencias y Modalidades

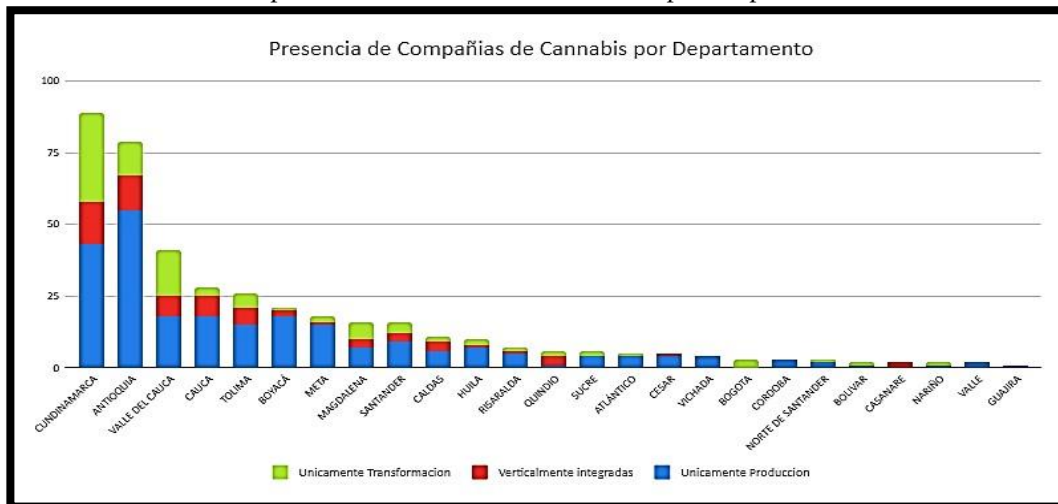


Nota. Adaptado de: (Ministerio de Justicia, 2020)

En Colombia, las empresas que se dedican al aprovechamiento del cannabis con fines productivos son 363 en el territorio nacional. Los departamentos con mayor número de compañías son Cundinamarca, con 89, Antioquia, con 79, y Valle del Cauca, con 41. Siendo Antioquia el departamento con mayor presencia de compañías que se dedican a la producción con 67 mientras que Cundinamarca tiene la mayor participación en transformación con 46 compañías licenciadas para este rubro. La Figura 2, evidencia la presencia de compañías que

hacen uso del Cannabis a nivel nacional; estas consideran los procesos de transformación, integración y producción.

Figura 2. Distribución de empresas de Cannabis en Colombia por Departamento



Nota. Adaptado de: (Cannvest, 2020)

En el Departamento del Meta (CANNVEST, 2020), al año 2019 se encontraban registradas 15 empresas de producción, 2 de transformación y 1 que realiza las dos actividades; en operación siete empresas, seis de ellas cuentan con licencia para el cultivo de cannabis no psicoactivo y una de ellas para el uso de semillas de siembra.

Las seis empresas que cuenta con licencia para el cultivo de cannabis no psicoactivo son:

- Comercializadora de semillas y productos de cannabis SAS, ubicada en Villavicencio.
- Cannabissalud SAS, el municipio en Acacias
- Milagro pharmaceutical SAS, registrada en Castilla La Nueva
- MEDCANN SAS, empresas de medicamentos de cannabis SAS, ubicada en el municipio de Fuente de Oro
- AVOHASS SAS, en la zona del municipio de Puerto Lleras
- VDL SAS, registrada en el municipio de La Macarena

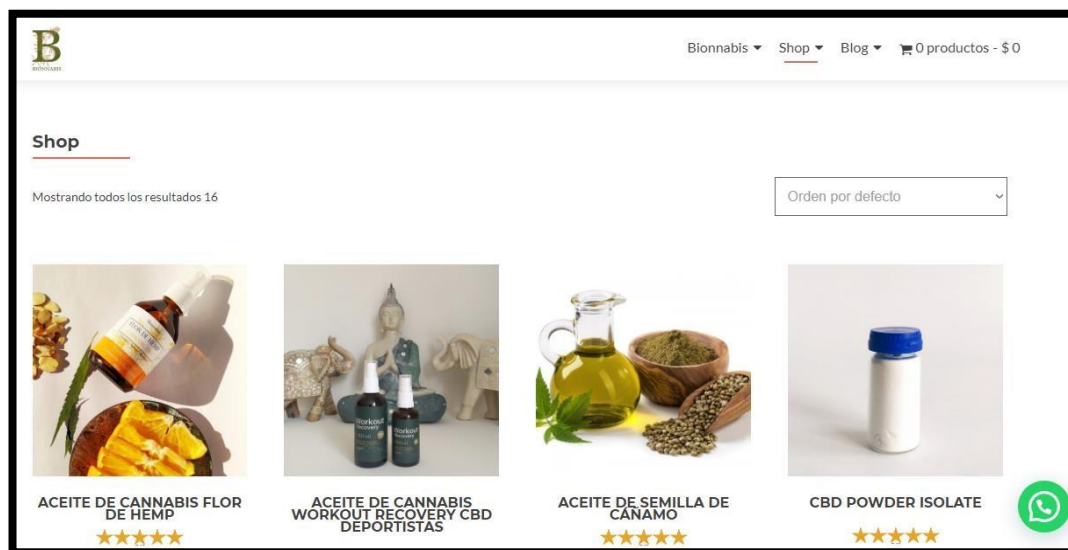
5.5. Análisis de Canales de distribución.

La venta de crema corporal con glitter se llevará a cabo a través canales de distribución mixto, en primera instancia, se considera un proceso de distribución de manera directa mediante la puesta en funcionamiento de una ventanilla para venta en los principales centros comerciales de la ciudad; esto con miras a realizar procesos de posicionamiento de la marca. Para ello, será necesaria la instalación o arrendamiento de una bahía comercial en el establecimiento comercial.

Por otra parte, se considera un canal de distribución indirecto puesto que se contará con centro de ventas y distribución a través de aliados comerciales que faciliten el proceso de comercialización de los productos Sativa Orienta. De igual manera, a través de los programas de incentivo que establece el gobierno nacional, se busca la exportación de los productos en el tiempo, lo cual, amplía el desarrollo del canal de distribución indirecto.

El marco del canal de distribución son los medios para la adquisición de los productos Sativa Oriental, de esto, es bueno indicar que se hará publicidad mediante las redes sociales Instagram, Facebook, TikTok, las cuales enlazaran con los procesos de venta por internet a través de la página principal de la compañía.

Figura 3. Estilos de la tienda comercial



Nota. Adaptado de: (Bionnabis, 2022). <https://bionnabiscbd.com/tienda/>

La Figura 3, muestra el esquema básico que se emplea para el montaje de las tiendas virtuales y, considerando el esquema de penetración en el mercado, será el punto de partida que tomará Sativa Oriental para la puesta en marcha de los procesos de comercialización de sus productos.

5.6. Definición y análisis de estrategias de precio.

La determinación de los precios para la comercialización de los productos Sativa Oriental, se estiman a partir de la proyección de los costos de producción y asociados, de los precios de venta que maneja la competencia, y demás datos que posibiliten la determinación de un precio que sea competitivo en un mercado que se encuentra en desarrollo.

A partir de los costos calculados se pueden desarrollar diferentes estrategias de precios para la puesta en circulación de los productos Sativa Oriental:

Los precios asociados a dinámicas de penetración en el mercado se basan en precios por debajo de los estimados por la competencia, por ejemplo, el costo de una crema corporal en a través del canal CANNAPP, (2021) se encuentra estimado de \$35.000 para un empaque de 120 ml.

Figura 4. Ejemplo de presentación del precio



Nota. Adaptado de: (Cannapp, 2021)

La empresa Bavaria, cuenta con un producto en el mercado de 200 ml, a un costo de \$20.650. El laboratorio KHIRON Colombia SAS, produce crema corporal con cannabis en un empaque de 450 ml, a un costo de \$46.000.

Es por esto, que para Sativa Oriental la mejor estrategia para los precios es a través de ingresar con precios inferiores con miras a ganar participación en el mercado, estimulando el consumo de los productos. Esta estrategia es conocida como precios de penetración. Para ello, a través del estudio de mercado se ha establecido una pregunta que acompaña la determinación del precio, este es estimado entre \$20.000 y \$50.000 Mcte.

5.7. Definición y análisis de las estrategias de promoción

El diseño de estrategias de promoción se dinamiza en tres momentos: corto, mediano y largo plazo. El corto plazo será asociado a la dinámica de la empresa durante el momento previo, a través de campañas de expectativas y, durante los primeros dos años de funcionamiento de la compañía. Con los dos primeros años en el mercado, se busca ampliar la dinámica promocional de la compañía a través de la incursión de campañas en el mediano plazo; estas se centran en la estabilidad de marca, dado que, se espera que los dos primeros años se dé un posicionamiento del producto, y con ello, se potencie el ejercicio de promoción mediante nuevas estrategias, que aporten al crecimiento de la participación en el mercado, se estiman dos años más para esta etapa. Finalmente, las estrategias de largo plazo, centran el desarrollo del proceso promocional en la conservación de la participación en el mercado y en la evaluación de las estrategias que aporten a esto.

Todas estas estrategias, independientemente del momento en que se apliquen contarán con un proceso de retroalimentación, no solo del ejercicio de venta, sino de la dinámica funcional de la compañía, puesto que, los procesos de mejoramiento continuo se hacen a través de conocer la percepción de las personas de los productos, la atención y por supuesto, la marca.

5.7.1. Estrategias de corto plazo

Sativa Oriental, centra sus esfuerzos, en el corto plazo, en darse a conocer a través del desarrollo de actividades en las comunidades digitales, es por esto, que el primer programa para

una eficiente promoción será hacer uso de las redes sociales mediante la construcción de perfiles a través de Facebook, Instagram o TikTok, los cuales se convierten en los medios para dar apertura al proceso de comercialización de los productos Sativa Oriental.

Esto con miras al posicionamiento del producto a través de estrategias de marketing directo. Con un buen posicionamiento a través de redes sociales, se busca el desarrollo de procesos de orden físico, como la apertura de locales comerciales en la bahía de los centros comerciales, por la constante afluencia de público que puede circundar dichos espacios.

5.7.2. Estrategias de mediano plazo

La presentación de la marca Sativa Oriental en ferias de emprendimiento, o mediante programas de desarrollo empresarial que establezcan las autoridades locales y departamentales a través de vitrinas publicitarias, son estrategias que, desde un punto de vista óptimo y preciso al mediano plazo, harán parte de las estrategias de promoción que maneja la empresa.

Lo anterior, dado que la participación en estos programas es generada con la posibilidad latente de adquirir patrocinios y aprovechar estos momentos para generar un mayor ruido sobre la marca y con ello, mejorar la perspectiva que hasta el momento se ha diseñado. A estos, se une un programa de fidelización y conocimiento de las necesidades del cliente, esto a través de una base de datos, que cumpla con los protocolos de manejo de datos, en razón a favorecer mayor cercanía con el cliente.

Otra estrategia que posibilite programas de promoción es la implementación de concursos a través de las redes sociales, donde kits de cuidado personal o algunos productos diferentes de la compañía son ganados mediante el cumplimiento de retos. Esto con miras a que más personas conozcan la marca.

5.7.3. Estrategias de largo plazo

Los programas de participación de clientes, en eventos masivos, donde los nuevos productos de la compañía sean promocionados son la mayor apuesta que se puede tener, puesto que, contar con la logística para el desarrollo de estos eventos requiere de un avance significativo en el ejercicio funcional de la empresa. Por esto, se busca que, en el largo plazo, las personas que

hacen parte de los clientes, se acerquen a la compañía y sean atraídos a través de actividades que demuestren la eficiencia de los productos Sativa Oriental.

5.8. Definición y análisis de estrategias de comunicación

La comunicación estratégica busca encontrar medios que permitan definir, elaborar y poner en circulación mensajes efectivos, que den razón a canales de comunicación eficiente y, principalmente, encuentren destinatarios específicos para el contexto que se desarrolla. Es por lo anterior, que Sativa Oriental, busca a través de estos programas, dar a conocer su mensaje a través de los productos que allí se producen y que tienen un estándar eficiente, la medicina artesanal.

Estas estrategias de comunicación son la base del proceso de comercialización y posicionamiento de marca que la empresa busca, para ello, se considera lo propuesto por Pouplana (2020), en cuanto a evidenciar las estrategias en cinco aspectos: lanzamiento, visibilidad, confianza, posicionamiento y expansión, las cuales, van articuladas con las estrategias promoción, precio y distribución.

La estrategia de lanzamiento, tanto de la marca, como del producto se trabajarán de manera coordinada, para ello, se ha definido el diseño de una campaña que genere expectativa y, con ello, hacer un llamado de atención que permita la consecución de espectadores al momento de realizar el evento virtual de lanzamiento del producto.

Frente a la visibilidad es importante acotar, que el contexto de las acciones debe enmarcarse en el trabajo colaborativo, primero desde las redes sociales de la empresa y, seguido a ello, interactuar con influencers que opinen del producto, por supuesto, se convertirán en un medio que promueva el reconocimiento de la marca Sativa Oriental y de los productos que desarrolla.

La tercera estrategia se centra en la confianza, esta confianza se evidencia en la posibilidad de asegurar los beneficios que las personas han recibido al hacer uso de los productos Sativa Oriental, los cuales, deben cumplir con lo demandado en la ficha técnica del producto, así como, de las campañas de promoción, precio y comunicación que se han definido.

Los valores que reconocen el desarrollo de Sativa Oriental son la Responsabilidad Social y Ambiental, el Compromiso y, valores denotan estrategias que permitan un reconocimiento que

posibilite el reconocimiento de la marca Sativa Oriental y de los productos, procurando el posicionamiento de la marca en la región.

Finalmente, se encuentran las estrategias de expansión, las cuales buscan el desarrollo de una revisión más amplia del mercado, de manera que se obtenga una mayor participación en este.

5.9. Pronóstico de la demanda

Determinar la demanda requiere de elementos que posibiliten una recolección de información relacionada con proveedores, potenciales clientes, proyección de precio, entre otros; para ello, se ha diseñado un instrumento que permita acceder a esta información y que posibilite evidenciar la dinámica del mercado frente a la nueva organización que se encuentra en desarrollo.

5.9.1. Estimación de la muestra

Determinar la muestra de la encuesta se centra en la población estimado del departamento del Meta mayores de 18 años, la cual es 702.969 personas. Es así, como desde esta perspectiva se establece la población de individuos que mediante un modelo estadístico aleatorio simple (Baca Urbina, 2013, p. 41) nos lleva a una muestra de 385 personas a encuestar.

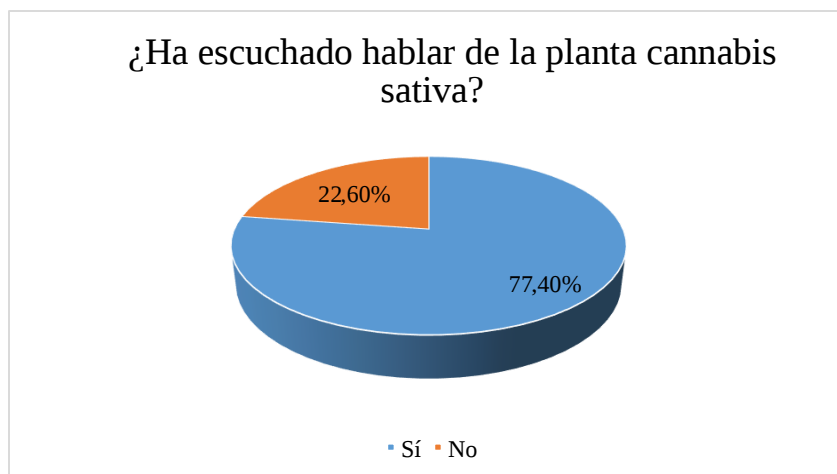
La obtención de la muestra se da considerando un índice de aceptación y rechazo equivalente, esto se denota en la siguiente ecuación

$$n = \frac{NZ^2pq}{E^2(N - 1) + Z^2pq}$$

Donde: N representa la población estimada a 702.969 individuos, Z es la valoración del nivel de confianza con un 95% la cual a través de una tabla de distribución normal se encuentra establecido en 1.96, p y q son los índices de aceptación y rechazo los cuales son equivalentes, es decir del 50%, y E es el error estimado el cual al ser el nivel de confianza del 95% se valora en 5%.

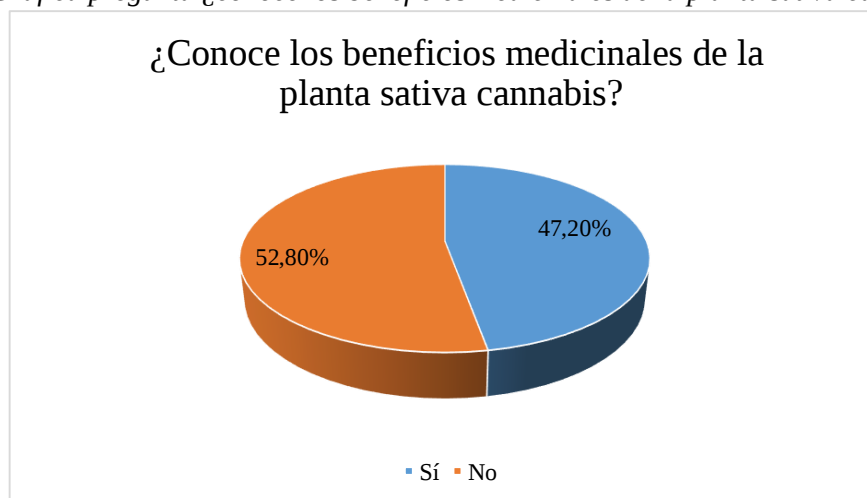
De la encuesta desarrollada, los principales resultados son:

Figura 5. Gráfica pregunta ¿ha escuchado hablar de la planta cannabis sativa?



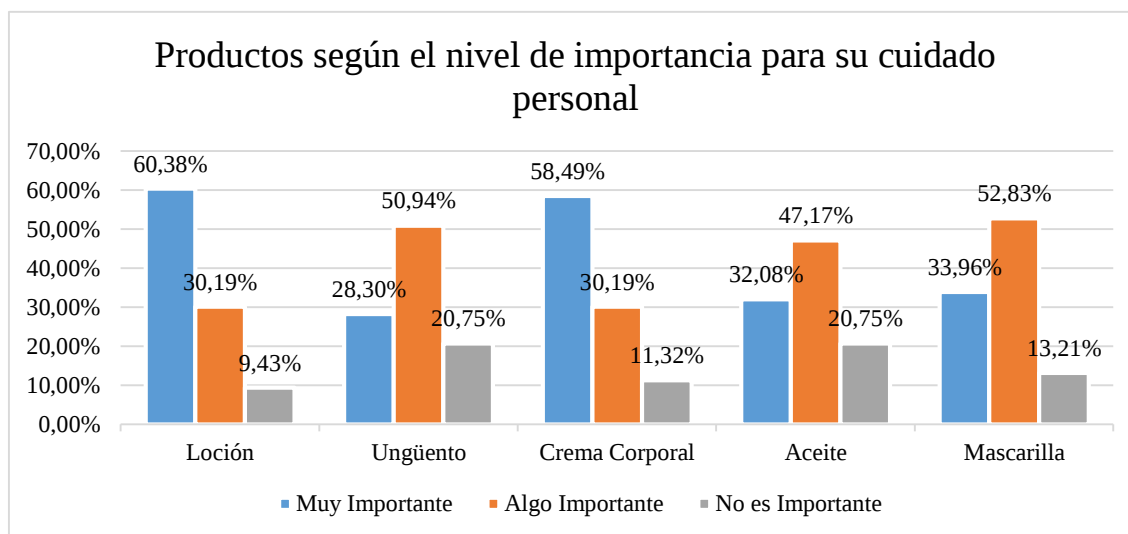
Al grupo de encuestados se le dicta una pregunta relacionada con el conocimiento que tienen sobre la planta de Cannabis Sativa, a lo cual, el 77,4% de ellos manifiesta contar con algún conocimiento sobre este, mientras que el 22,6% no han escuchado hablar sobre la planta.

Figura 6. Gráfica pregunta ¿conoce los beneficios medicinales de la planta sativa cannabis?



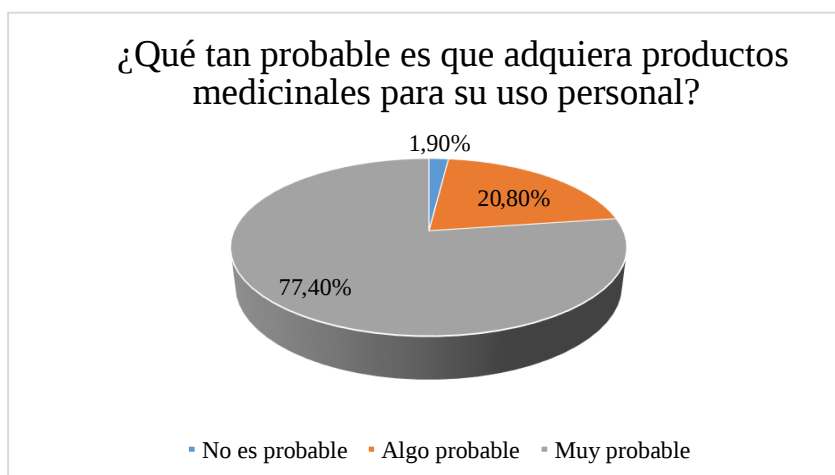
En respuesta a la pregunta sobre los beneficios medicinales, se evidencia que el 52,8% de los encuestados maneja algún conocimiento en relación con plantas medicinales, mientras que el 47,2% no se ha relacionado con estos beneficios.

Figura 7. Gráfica pregunta ¿productos según el nivel de importancia para su cuidado personal? Nota.



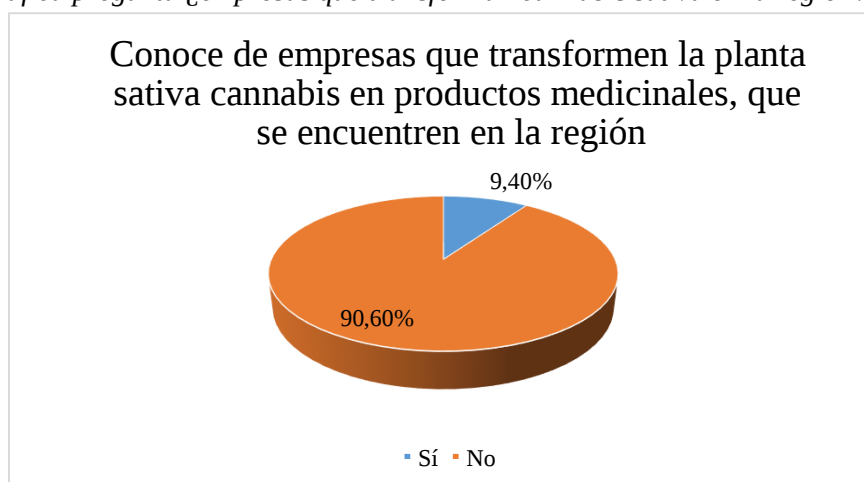
En la estimación de los productos con mayor relevancia para la producción se encuentran la loción y la crema corporal. De ahí se denota la selección del producto que adelanta Sativa Orienta para la selección del producto estrella base del proyecto.

Figura 8. Gráfica pregunta ¿qué tan probable es que adquiera productos medicinales para uso personal?



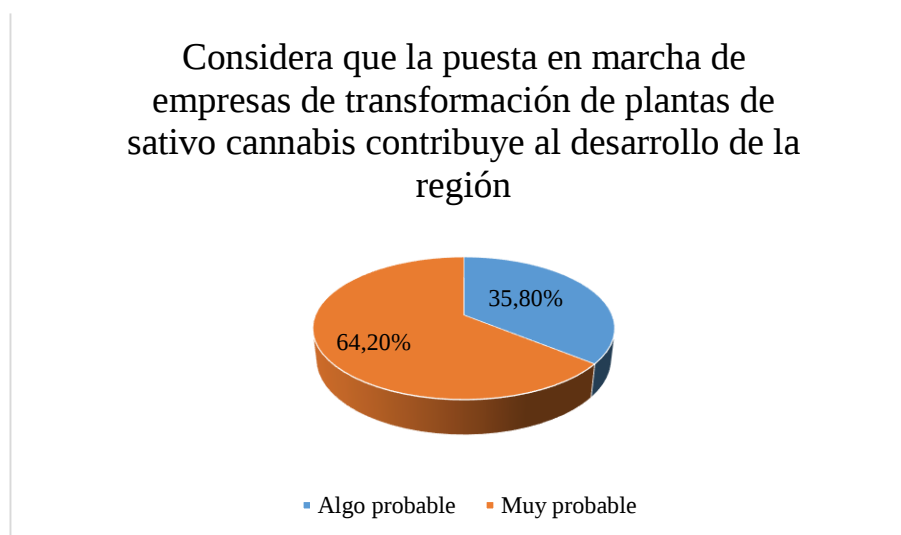
En relación a la adquisición de productos de origen medicinal en base a la Sativa, el 77,40% de los encuestados manifiestan como muy probable su compra, el 20,80% lo establecen como algo probable, mientras que el 1,9% admiten que no es probable la adquisición de estos.

Figura 9. Gráfica pregunta ¿empresas que transforman cannabis sativa en la región?

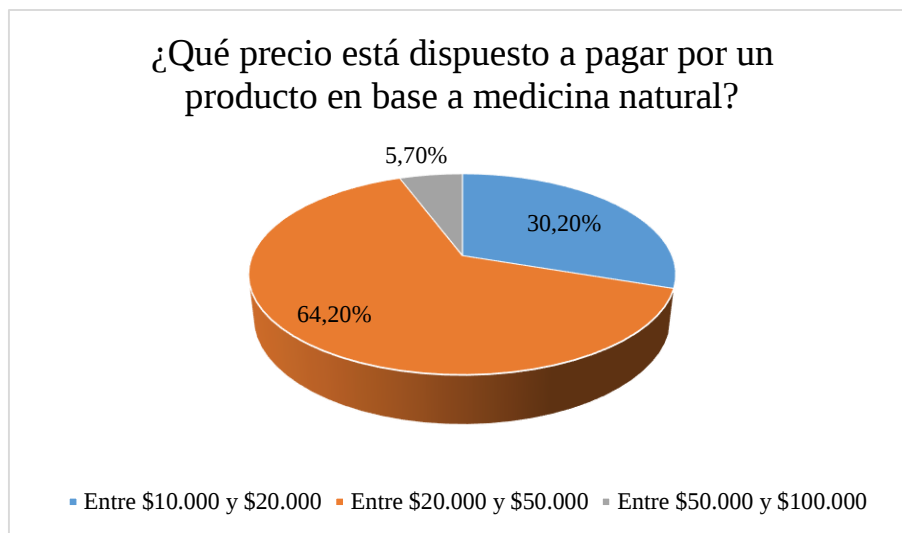


En atención al conocimiento que tienen los encuestados en relación con empresas que realizan procesos de transformación del Cannabis Sativa en la región, el 90,6% de ellos manifiestan no tener conocimiento al respecto, mientras que el 9,40% indican que en la región hay empresas que emplean el Cannabis Sativa como materia prima.

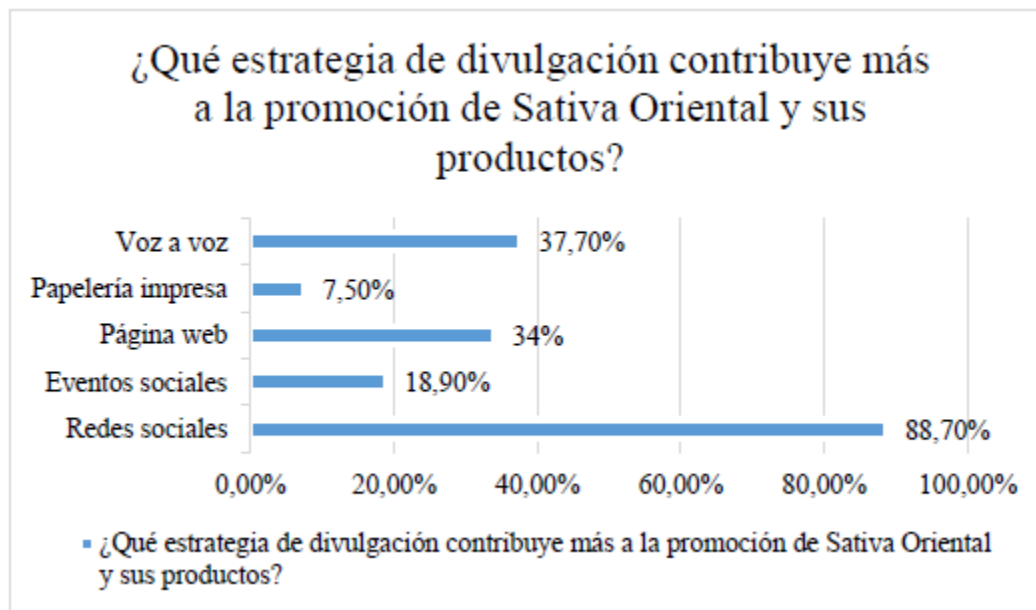
Figura 10. Gráfica pregunta ¿la puesta en marcha contribuye a la región?



Para el 64,2% de los encuestados es muy probable que el desarrollo de una empresa que transforma el Cannabis Sativa aporte a la región, mientras que el 35,8% de ellos lo consideran algo probable. Es decir, que la oportunidad de desarrollar la empresa es alta, desde la perspectiva del mercado.

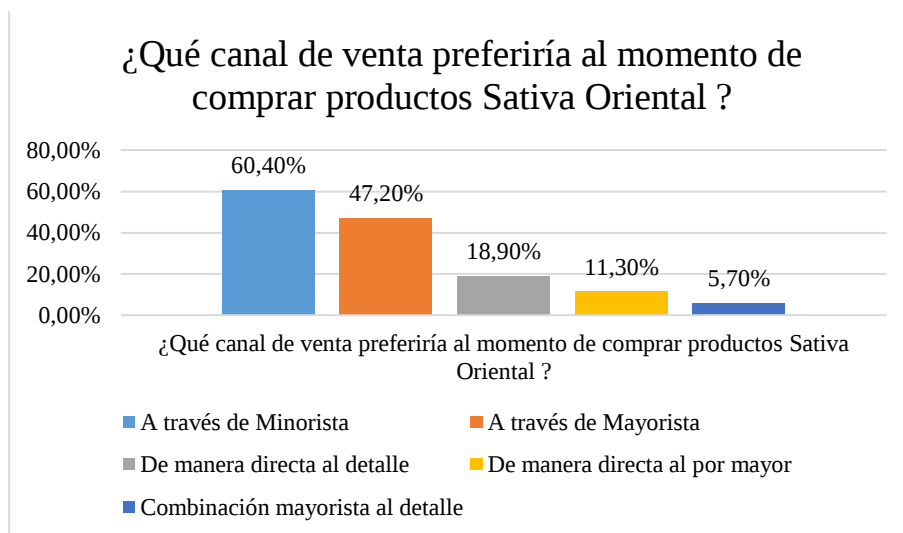
Figura 11. Gráfica pregunta ¿precio?

A partir de la pregunta relacionada con el precio se evidencia que los encuestados han estimado que, el precio a pagar por la crema corporal con Glitter de Sativa Oriental se encuentra en el rango entre \$20.000 y \$50.000. Razón por la cual, el precio de venta para el producto puede estimar en el medio del rango, es decir, en \$35.000.

Figura 12 Gráfica pregunta ¿estrategias de divulgación?

Un elemento que considera el estudio de mercado, es la divulgación de los productos, para ello, los encuestados manifiestan que a través de las redes sociales (88,9%) se puede adelantar esta gestión, mientras que la voz a voz (37,7%) y el uso de página web (34%).

Figura 13. Gráfica pregunta ¿canales de venta?



Sobre el uso de líneas de ventas los encuestados consideran que la venta minorista o al detalle, puede ser la mejor estrategia para la comercialización del producto (60,4%), promoviendo en el 47,2% la venta al por mayor.

Figura 14. Gráfica pregunta ¿participación en promoción?



5.10. Presupuesto de las estrategias de Marketing MIX

Disponer de recursos económicos proyectados para llevar a cabo la puesta en marcha de las estrategias previstas dicta de una funcionalidad eficiente para la organización. Es por esto, que se plantean los siguientes elementos que aportan a la sostenibilidad del marketing en Sativa Oriental:

La estimación del tiempo para la puesta en marcha de corto, mediano y largo plazo establece que en la dinámica operativa de la empresa el corto plazo se mide a máximo el primer año de operación, el mediano plazo se define entre los años uno y tres y, el largo plazo se define para los últimos dos años.

5.10.1. Plaza

La estimación de la planta se propone desde la puesta en marcha in situ en bahías de los principales centros comerciales de la ciudad de Villavicencio, en el mediano plazo. Para ello, se estima un costo de arriendo, a partir del año tres, de cinco millones de pesos mensuales. Dado que, el costo promedio de un arriendo en los centros comerciales viva y primavera urbana se encuentra entre el \$1.000.0000 y \$2.000.000 de pesos. Se puede estimar un aumento año a año del 8% de variación en el valor del canon de arrendamiento.

5.10.2. Promoción

Sativa Oriental ha estimado la puesta en marcha de elementos publicitarios a través de redes sociales, para lo cual, se estima el pago de pautas específicas en franjas horarias que cuenten con tráfico variable, considerando como prioridad, un horario entre las 06:00 pm y las 10:00 pm, donde se denota un mayor tráfico en redes sociales a través de internet a nivel Colombia, de acuerdo con la revista PYM (2020).

La inversión económica en tráfico de internet es variable, se encuentra paquetes económicos desde \$50.000 hasta \$5.000.000 para ello, se estima una inversión de \$2.000.000 de pesos mensuales, incrementando en \$500.000 la inversión de año a año.

Otro elemento de promoción que se considera para la puesta en marcha de Sativa Oriental, es la organización de eventos que permitan presentar la empresa y ganar participación en el mercado. Para ello y dado que los eventos deben ser actividades con un alto impacto, la estimación de apertura se estima en \$10.000.000 para un evento en el primer año, eso sí, estimar dos eventos semestralmente con incrementos año a año en los presupuestos del 30%.

Por otra parte, la estimación de un presupuesto de \$10.000.000 adicionales para otros procesos publicitarios, permite la apertura de ideas que no se han considerado en la dinámica promocional de los productos Sativa Oriental, un incremento del 10% de año a año, permite una mejora en la inversión de estos conceptos.

5.10.3. Estimación del presupuesto para marketing MIX

La Tabla 2, describe la proyección de inversión en gastos asociados al mercado que Sativa Oriental tiene estimado poner en consideración para la presentación de sus productos.

Tabla 2. Presupuesto para la mezcla de mercadeo

Ítem	Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Publicidad en Redes Sociales	\$ 24.000.000	\$ 30.000.000	\$ 36.000.000	\$ 42.000.000	\$ 48.000.000
2	Arrendamientos en bahías comerciales			\$ 60.000.000	\$ 64.800.000	\$ 69.984.000
3	Eventos	\$ 20.000.000	\$ 26.000.000	\$ 33.800.000	\$ 43.940.000	\$ 57.122.000
4	Publicidad	\$ 10.000.000	\$ 11.000.000	\$ 12.100.000	\$ 13.310.000	\$ 14.641.000
	Presupuesto	\$ 54.000.000	\$ 67.000.000	\$ 141.900.000	\$ 164.050.000	\$ 189.747.000

Nota: La estimación del presupuesto para el desarrollo de la mezcla de marketing, tiene incidencia en la participación del mercado que busca la organización.

6. Proveedores

Los proveedores se convierten en el principal aliado para cualquier organización, dado que a través de su servicio las empresas podrán adelantar sus actividades operativas y así, lograr alcanzar sus metas corporativas.

6.1. Análisis de proveeduría

La producción de la crema corporal lleva a la configuración de una eficiente red de proveedores que faciliten el cumplimiento de los requerimientos previstos por el INVIMA para ello se han seleccionado empresas que realizan el proceso de transformación del Cannabis en aceite y con ello adquirir las materias primas bases del proceso productivo.

Para considerar los proveedores se toma como referencia: las condiciones de calidad ofertadas por estos, las condiciones financieras o económicas y, otras condiciones que aporten a la mejora de los procesos de Sativa Oriental.

Frente a las condiciones de calidad, se consideran elementos como los materiales, períodos de garantía, servicio postventa, atención al cliente que se convierten en lineamientos de desarrollo. Las condiciones económicas y financieras centran su análisis en el precio, los descuentos comerciales otorgados, los medios, plazos y formas de pago, los costos asociados al transporte y puesta en marcha de los implementos comprados entre otros; finalmente, dentro de las otras condiciones se determinan períodos de validez, clausulado del contrato de compra y venta, el plazo para las entregas y elementos adicionales que se conviertan en un valor agregado para los productos Sativa Orienta.

6.1.1. Materias Primas

Los proveedores de aceite de cannabis son empresas de diversas latitudes que aportan al desarrollo del proceso productivo que se ha configurado para Sativa Oriental.

Llannabis es un proyecto que nace en los llanos orientales de Colombia, específicamente en la ciudad de Villavicencio, debido a su ventaja competitiva referente a su ubicación geográfica con el objetivo de garantizar que su proyecto de producción y fabricación de cannabis medicinal

brinde confianza a nuestros clientes o inversionistas. Perteneciente al grupo empresarial AIRGAS de Colombia S.A.S., cuya producción se adelanta en la ciudad de Bogotá. (LLANABIS, 2020)

Figura 15. Logo LLANABIS



Nota. Adaptado de: Instagram Llanabis, 2022

MEDCANN es una empresa canadiense que en el año 2016 inició operaciones en Colombia a partir de aprovechar las ventajas competitivas del país, que son en materia regulatorias y naturales, en un marco sostenible y competitivo, y hace una apuesta por el cultivo al aire libre, pensando en agroindustria, escalabilidad y expansión a bajo costo, buscando permanentemente el desarrollo del sector a través de la tecnificación de los procesos y programas continuos de Investigación y Desarrollo.

Figura 16. Logo Medcann Colombia



Nota. Adaptado de: Facebook Medcann, 2021

En exxpertos.com, es una empresa online que busca el desarrollo de productos elaborados y fabricados con calidad, por eso vendemos productos enfocados en mejorar el bienestar y calidad de vida de las personas. Suministramos una amplia gama de productos con CBD a partir de cáñamo orgánico, algunos de los cuales se siembran y cultivan en suelo colombiano.

Figura 17. Logo EXXPERTOS.COM



Nota. Adaptado de: (Exxpertos, 2021)

Figura 18. Logo Canna Oil Llanos



Nota. Adaptado de: Facebook Canna Oil, 2019

El segundo elemento indispensable para la producción de la crema corporal es el agua, Villavicencio cuenta con un proveedor principal del servicio de acueducto en la ciudad, la Empresa de Acueducto y Alcantarillado de Villavicencio.

6.1.2. Maquinaria, equipos y tecnología

BOSS TECH, empresa dedica al montaje industrial para proceso de tratamiento de aguas.

Figura 19. Logo Boss Technology



Nota. Adaptado de: Facebook Boss tech, 2020

VEOLIA, empresa dedica a procesos de operación y mantenimiento de plantas industriales que cuentan con principal elemento el uso de agua.

Figura 20. Logo empresa Veolia



Nota. Adaptado de: (veolia, 2020)

6.2. Estudio de requerimiento de maquinaria, equipos y tecnología.

La puesta en marcha de una organización requiere del montaje de infraestructura que posibilite el desarrollo de los procesos productivos que la empresa desea poner en marcha. Es por esto, que para determinar aquellos elementos que se requieren se han proyectado las inversiones necesarias para el funcionamiento operativo de la empresa.

6.2.1. Tolva

La máquina neumática con tolva y pedestal es adecuada para el llenado cuantitativo de cualquier producto viscoso, desde agua hasta pasta. Es ampliamente utilizada para industrias farmacéuticas, químicas y alimenticias para el llenado de aceites, lubricantes, shampoo/gel, cremas, desinfectantes, etc.

Figura 21. Tolva



Nota. Adaptado de: Import Machinery

6.2.2. Tanque de Clarificación

Los clarificadores de agua son tanques de sedimentación con medios mecánicos para eliminar, de forma continua, los sólidos que se depositan mediante la sedimentación. La clarificación es la operación más antigua y ampliamente utilizada en el tratamiento efectivo de aguas residuales.

Como base, cuenta con las siguientes funciones:

- Remoción de los sólidos por sedimentación
- Remoción de espuma por flotación
- Espesar las partículas de lodo para su retiro y posterior tratamiento
- También, se emplean para almacenar temporalmente lodos durante las fluctuaciones del flujo diurnas. Sin embargo, se deben evitar períodos de almacenamiento largos.

Figura 22. Tanque de clarificación

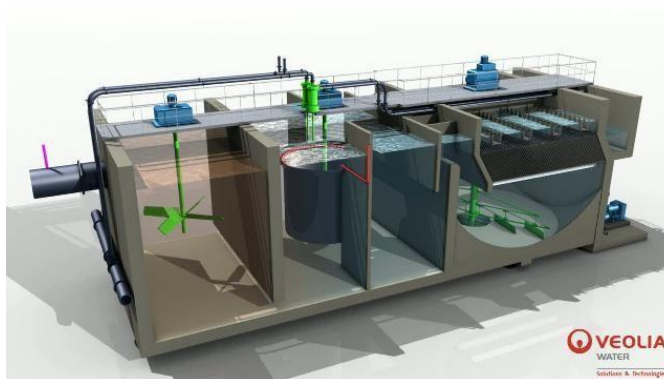


Nota. Adaptado de: (Syner Tech SAS, 2020).

6.2.3. Tanque de Coagulación-floculación

La coagulación-floculación es una técnica química de tratamiento del agua que se aplica, típicamente, antes de un proceso físico de separación que suele hacerse por sedimentación o filtración, con el fin de mejorar su capacidad de eliminación de partículas. La coagulación neutraliza cargas y forma una masa gelatinosa que atrapa (o une) partículas, aumentando su tamaño de modo que puede quedar atrapada en el filtro o sedimentar. La floculación mueve suavemente o agita tales partículas, haciendo que se unan formando masas mayores que sedimentan con más facilidad o pueden ser filtradas.

Figura 23. Tanque de clarificación - coagulación



Nota. Adaptado de: (Veolia, 2021)

6.3. Descripción del proceso productivo (Diagramas)

El proceso de producción de Crema Corporal Sativa Oriental requiere de un proceso industrial que parte del vertimiento de las materias primas en una tolva que conduzca las materias primas al tanque de coagulación-floculación. Allí se realiza la tabla 3.

Tabla 3. Diagrama de proceso Crema Corporal

N.	Actividad	Tiempo (minutos)	Operación	Transporte	Inspección	Demora	Almacén
1	Pesaje de materias primas	25	X				
2	Transporte de materias primas a la tolva	10	X				
3	Revisión y descargue en tolva	100	X		X		
4	Proceso de agitación	60	X				
5	Tratamiento de coagulación - floculación	90	X		X		
6	Enfriamiento	60				X	
7	Evaluación de viscosidad	25			X		
8	Disposición de empackado	40	X		X		
9	Mantenimiento a planta	30					
10	Traslado a bodega	15		X			
11	Almacenamiento						X
	Total	455	6	1	4	1	1

Nota: El diagrama de proceso describe las actividades requeridas para obtener el producto en producción.

6.4. Diseño y análisis de capacidad de producción

La capacidad demanda por parte de los proveedores de los tanques donde se realiza el proceso de producción se estima en 36 litros para la empresa, dado que el espacio ocupado por los mencionados tanques abarca en un área de 36 metros cúbicos; al realizar el proceso de cargue en la tolva y considerando los factores de residuo desarrollados en líneas llenado durante el momento del vertido en la botella, se considera una pérdida del 10% de la capacidad de producción, es decir, que la producción de la empresa se define en 32,4 litros.

Ahora bien, una corrida de producción tarda en promedio 455 minutos, asociados a jornadas laborales de ocho (8) horas día, la producción día de la planta estimada en 3,24 litros o el equivalente a 32.400 mililitros, los cuales, empackados en frascos con capacidad de 120 ml, nos dicta una tasa de producción promedio diaria de 270 unidades.

$$\text{Capacidad neta de producción} = 36 \text{ litros}$$

$$\text{Pérdida estimada de producción} = 10\%$$

$$\text{Capacidad estimada de producción} = 36 \text{ litros} * (1 - 0,1) = 32,4 \text{ litros}$$

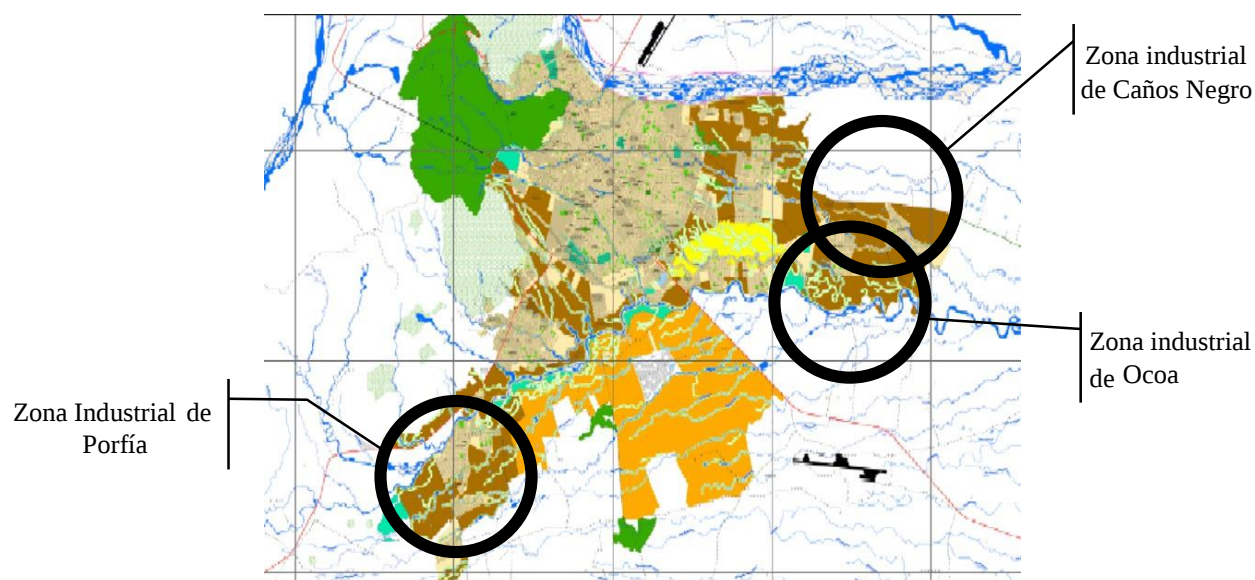
$$\text{Capacidad de producción} = 32,4 \text{ litros} * \frac{1000 \text{ ml}}{1 \text{ litro}} = 32.400 \text{ ml}$$

$$\text{Estimación de producción día empacada} = \frac{32.400 \text{ ml}}{120 \frac{\text{ml}}{\text{Unidades}}} = 270 \text{ unidades}$$

6.5. Diseño y análisis de planta

La ubicación de la planta de producción se encuentra influenciada en el plan de ordenamiento territorial que se encuentra regido para la ciudad a través del Acuerdo No. 287 del año 2015; en este documento, se denota que Villavicencio, cuenta con tres (3) zonas consideradas potencialmente industriales. La primera zona se encuentra ubicada en la vía Puerto López, delante del puente sobre el río Ocoa; la segunda ubicada en la vereda Caños Negros, delante del Hotel El Campanario y, finalmente, la zona de la vía Acacias delante de la rotonda de acceso al barrio Ciudad Porfía.

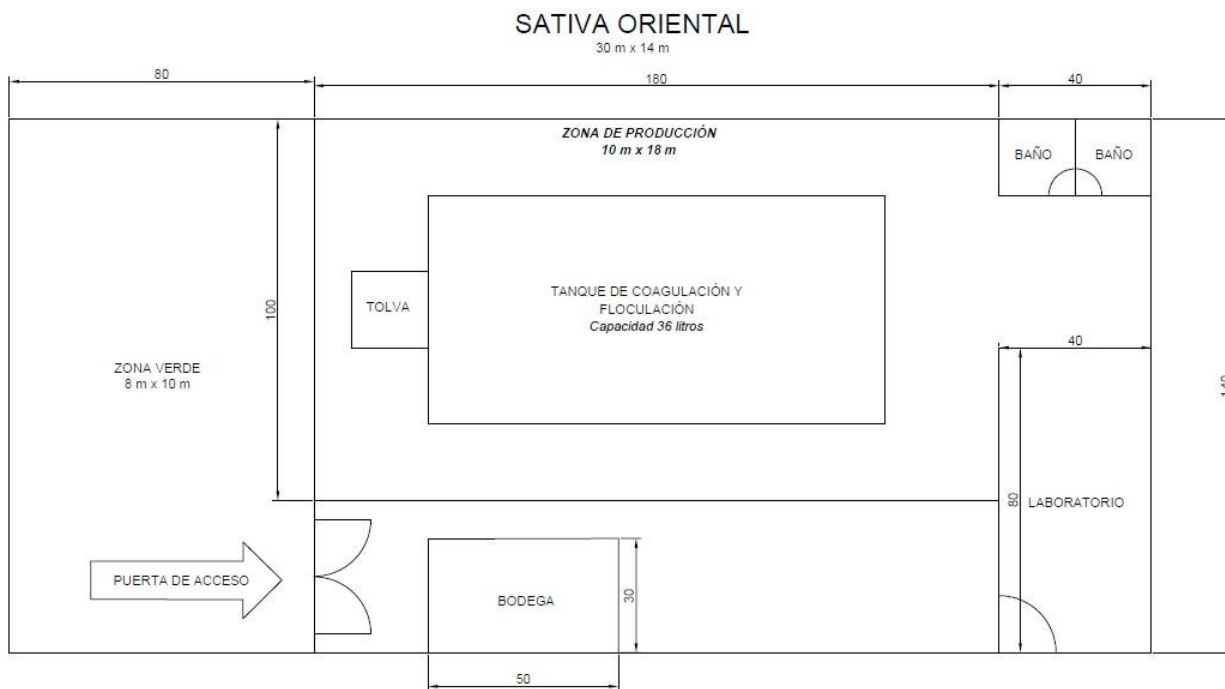
Figura 24. Uso del suelo de Villavicencio



Nota. Adaptado de: Alcaldía de Villavicencio 2015

La planta de producción se encuentra proyectada para ubicarse en el kilómetro 5 vía Caños Negros. En un lote de 7 metros de frente por 15 metros de fondo para el montaje de la planta de producción (*costo aproximado del lote \$35.000.000*). La distribución de la planta de producción se encuentra descrita en la Figura 25, considerando especialmente las zonas de producción, bodega y laboratorio.

Figura 25. Distribución del primer piso de la planta de producción



Dado que el área del terreno en el cual se dispondrán las instalaciones de Sativa Oriental, se puede considerar pequeña, la ubicación de las oficinas para el personal administrativo se desarrollará a través de la construcción de un mezanine, es decir, en la parte superior de la planta de producción se dispondrá un espacio de 28 metros cuadrados para disponer del personal administrativo y así, contar con oficinas que acompañen los procesos operativos de esta.

6.6. Plan de producción

Con una producción diaria de 270 unidades, descrita en el Diseño y análisis de capacidad de producción y proyectado un promedio mes de 24 días laborales la estimación de producción mes alcanza las 6.480 unidades mes, que en un año se convierten en 77.760 unidades de crema corporal de 120ml. Se estima un crecimiento anual de ventas del 4,3% año a año, equivalente al 50% de la estimación adelantada por el Banco de la República la cual refiere que el crecimiento económico para el año 2021 puede alcanzar el 8,6% (Portafolio, 2021).

$$270 \frac{\text{unidades}}{\text{día}} * 24 \frac{\text{días}}{\text{mes}} = 6.480 \frac{\text{unidades}}{\text{mes}} * 12 \frac{\text{mes}}{\text{año}} = 77.760 \frac{\text{unidades}}{\text{año}}$$

En la Tabla 4, se denota la proyección de unidades producidas durante los primeros 5 años de funcionamiento de la empresa.

Tabla 4. Proyección de producción en unidades

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Crema corporal de 120 ml	77.760	81.108	84.600	88.248	92.052

Nota: Se estima la proyección de la producción a partir de la capacidad que se ha estimado de los tanques de coagulación y floculación.

6.7. Costeo de producción

Los costos de producción se encuentran estimados en un 40% del valor estipulado para el precio de venta obtenido, que se encuentra proyectado a \$35.000; este costeo involucra los factores de mano de obra directa, costos administrativos directos, proyección de servicios públicos.

7. Estudio Organizacional

Una empresa nace desde una perspectiva administrativa que considera elementos de planificación eficiente y a la vanguardia del entorno y las oportunidades que se pueden configurar. Es por esto, que Sativa Oriental se ha estructurado organizacionalmente teniendo en cuenta factores jurídicos, estratégicos y de distribución de actividades con miras a lograr la eficiencia administrativa, así como, determinar las necesidades para el buen funcionamiento de la empresa.

7.1. Estructura legal-jurídica

Desde su dinámica organizacional, Sativa Oriental es una empresa que siempre busca satisfacer los requerimientos normativos que autoridades técnicas y sanitarias establezcan, con miras al cumplimiento de su razón social.

7.1.1. Normatividad

En relación con el marco normativo, para la producción de productos derivados del cannabis sativa el desarrollo normativo debe dar cumplimiento a los siguientes elementos.

La Ley 2069 de 2020, es conocida como Ley de Emprendimiento, brinda un marco normativo que facilite el desarrollo de nuevos emprendimientos y empresas, que los ayude a crecer y a incentivar la creación de nuevos empleos.

La Resolución 2891 de 2017 establece el manual tarifario de evaluación, seguimiento y control aplicable a las licencias de fabricación de derivados de cannabis para uso médico y científico.

Resolución 2892 de 2017 por medio de la cual se expide la reglamentación técnica asociada al otorgamiento de la licencia para la producción y fabricación de derivados de cannabis.

Ley 1787 de 2016 esta ley establece el marco normativo base que permita el acceso seguro e informado al uso médico y científico del cannabis y sus derivados en el territorio colombiano.

Resolución 1478 de 2005, expide normas para el control, seguimiento y vigilancia de la importación, exportación, procesamiento, síntesis, fabricación, distribución, dispensación, compra, venta, destrucción y uso de sustancias sometidas a fiscalización, medicamentos o cualquier otro producto que las contengan y sobre aquellas que son monopolio del Estado.

Decisión 516 de 2002, desarrolla por la comisión de la comunidad Andina busca armonizar legislación en materia de Productos Cosméticos.

Decreto 219 de 1998, regula los regímenes sanitarios, de control de calidad y vigilancia sanitaria en lo relacionado con la producción, procesamiento envase, expendio, importación, exportación y comercialización de productos cosméticos.

Decreto 2092 de 1986 reglamenta parcialmente la ley 09 de 1979, en cuanto a Elaboración, Envase o Empaque, Almacenamiento, Transporte y Expendio de medicamentos, Cosméticos y Similares.

7.1.2. Planeación Estratégica

Misión

Sativa Oriental S.A.S. se reconoce por su compromiso con el medio ambiente mediante la fabricación de productos para el cuidado de la piel empleando el cannabis a través de métodos productivos que satisfagan la sustentabilidad en el marco técnico, administrativo y legal de la empresa, con talento humano eficientes que demuestre alto desempeño e implementando tecnologías limpias, de punta y a la vanguardia de la época primando la calidad y el desarrollo social.

Visión

Sativa Orienta para el año 2030 será reconocida como la primera empresa productora de elementos para el cuidado de la piel de la región por el uso de métodos que satisfagan la sustentabilidad en los procesos productivos a través del uso de tecnologías limpias y demostrando su compromiso hacia medio ambiente a partir, de los altos estándares de calidad, el recurso humano y la eficiencia de sus procesos.

7.1.3. Objetivos estratégicos

Toda organización cuenta con el montaje de unos objetivos estratégicos que sirven como base para la toma de decisiones y allanan el horizonte que la empresa quiere trazar. Es por esto que Sativa Oriental en concordancia con su planeación estratégica y el desarrollo organizacional que se ha propuesto, establece los siguientes objetivos organizacionales.

Tabla 5. *Objetivos Organizacionales*

Objetivo	Plazo
Propender por las buenas prácticas de producción en pro de bienes y servicios de excelente calidad.	Corto
Ser reconocidos como una empresa de producción que cuenta con procesos Corto sustentables en pro de contribuir en la preservación del medio ambiente.	Mediano
Incentivar el uso de nuevas materias primas en la producción de elementos para el cuidado personal.	Mediano
Ampliar la línea de productos aprovechando como herramienta de incursión en nuevas líneas de negocio.	Mediano
Aumentar la producción a través de la ampliación de capacidad de la planta, maquinaria, equipos y herramientas.	Largo

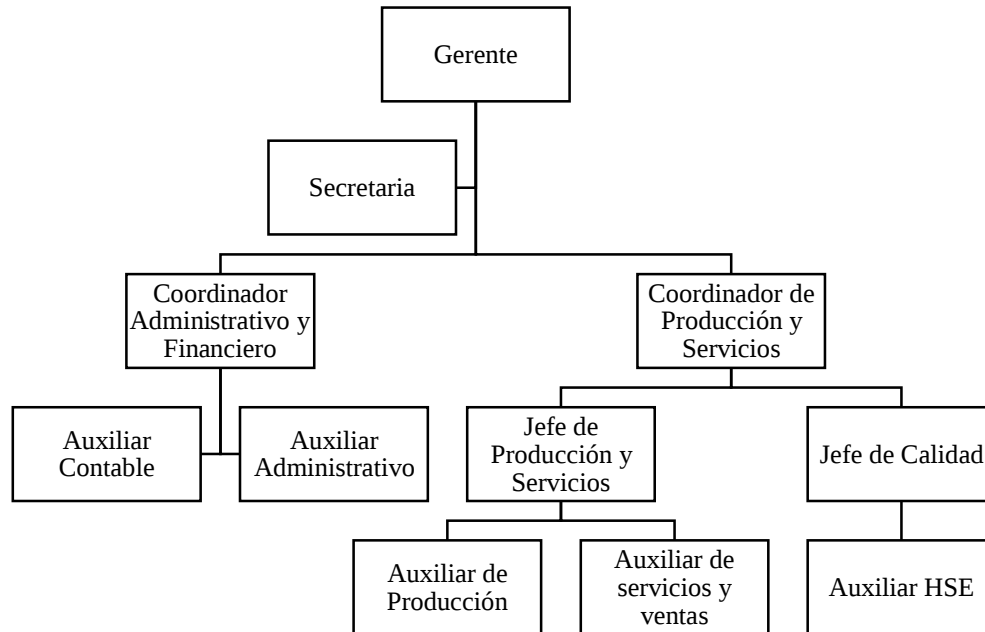
Nota: Objetivos proyectados por Sativa Oriental en pro de mejorar su desarrollo empresarial.

7.1.4. Estructura orgánica y requerimientos de personal

La distribución organizacional de la empresa es el medio a través del cual se estructuran cargos eficientes, pues la distribución de tareas y funciones se hace a partir de las necesidades que ha identificado para las distintas áreas que han demandado en la organización. Es por esto,

que en la Figura 26 se denota la estructura orgánica que se ha configurado para el buen andar de la empresa.

Figura 26. Estructura orgánica Sativa Oriental S.A.S.



7.1.5. Manual de funciones

A partir de las necesidades de recurso humano demandadas en la estructura orgánica, a través del manual de funciones se busca la distribución de las tareas y actividades que los trabajadores han de adelantar y que satisfagan, no solo los requerimientos de sus cargos, sino que se conviertan en un medio para denotar eficiencia y productividad en la empresa.

En la Tabla 6, se describen brevemente los perfiles de cargo y las funciones que cada uno de los puestos de trabajo descritos en la estructura orgánica deben cumplir.

Tabla 6. Descripción del perfil ocupacional y las funciones de los trabajadores de Sativa Oriental

Cargo	Perfil	Funciones
Gerente	Profesional en ingeniería industrial con conocimientos en producción.	
Secretaria	De formación técnica o tecnológica en áreas del componente administrativo.	
Coordinador Administrativo y Financiero	Profesional en ingeniería, administración o carreras afines con conocimientos en manejo de personal, experiencia certificada mínima de un (1) año.	
Auxiliar Contable	De formación técnicas o tecnológica, en sistemas contables, con experiencias mínima de seis (6) meses en manejo de información financiera y NIIF	
Auxiliar Administrativo	De formación técnica o tecnológica en procesos administrativos, manejo de empresa o carreras afines.	
Coordinador de Producción y Servicios	Profesional en ingeniería industrial o ingeniería química, con bastos conocimientos en líneas de producción de productos para el cuidado personal.	
Jefe de Producción y Servicios	Profesional en ingeniería industrial o ingeniería química, con bastos conocimientos en líneas de producción de productos para el cuidado personal bajo el cumplimiento de requerimientos o estándares.	
Auxiliar de Producción	De formación técnica o tecnológica en sistemas de producción, experiencia en producción mínima de un (1) año.	
Auxiliar de servicios y ventas	De formación técnica o tecnológica en ventas. en ventas.	
Jefe de Calidad	Profesional de ingeniería industrial o ingeniería química con conocimientos en sistemas de control de calidad para laboratorio.	
Auxiliar HSE	De formación técnicas o tecnológica en seguridad y salud en el trabajo, experiencia de mínimo seis (6) meses en cargos similares.	

Nota: Se realiza una descripción de los perfiles requeridos para los cargos, así como la distribución de las funciones que cada uno de ellos deben llevar a cabo según su naturaleza.

7.1.6. Análisis de costos y gastos administrativos

Los costos y gastos asociadas al manejo de la administración parten de la esencia de estos procesos y son los trabajadores, quienes son los grandes hacedores de las actividades que desarrolla Sativa Oriental, es por esto, que a la estructura orgánica proyectada en la Figura 26, se

le complementa a través de lo relacionado con el pago de nómina y la proyección de impuestos relacionados a esta que se describen en las Tabla 7 y Tabla 8.

Tabla 7. Proyección de salarios mensual

Cargo	Cantidad SMLMV	Sueldo Básico
Gerente	3,0	\$ 3.000.000
Secretaria	1,0	\$ 1.000.000
Coordinador Administrativo y Financiero	2,4	\$ 2.400.000
Auxiliar Contable	1,0	\$ 1.000.000
Auxiliar Administrativo	1,0	\$ 1.000.000
Coordinador de Producción y Servicios	2,4	\$ 2.400.000
Jefe de Producción y Servicios	2,0	\$ 2.000.000
Auxiliar de Producción	1,0	\$ 1.000.000
Auxiliar de Servicios y Ventas	1,0	\$ 1.000.000
Jefe de Calidad	2,0	\$ 2.000.000
Auxiliar HSE	1,0	\$ 1.000.000
Salario Mensual Total		\$ 17.800.000

Nota: La proyección de nómina considera los cargos proyectados para el funcionamiento base de la organización.

La Tabla 7 presenta una proyección mensual de los costos asociados a la nómina la cual establece once (11) cargos para el buen funcionar de la empresa. Esta proyección se estima en un costo mensual para el año 1 de \$17.800.000. Por otra parte, los costos asociados a la nómina, es decir, seguridad social, carga prestacional y aporte parafiscales a SENA, Bienestar Familiar y Caja de Compensación, se desglosan en la Tabla 8.

Tabla 8. Gastos asociados a la nómina mensual

Aspecto	Porcentaje	Valor Mensual
Pensiones	12%	\$ 2.248.485
EPS	8,5%	\$ 1.592.677
ARL	7%	\$ 1.304.121
Vacaciones	4%	\$ 780.724
Prima	8%	\$ 1.561.448
Cesantías	8%	\$ 1.561.448
Interés de Cesantías	1%	\$ 187.374
Caja CF	4%	\$ 749.495
ICBF	3%	\$ 562.121
SENA	2%	\$ 374.748
Gastos de nómina		\$10.922.641

Nota: Proyección de gastos asociados a la nómina a partir de la proyección de salarios.

La proyección de salarios descrita en la Tabla 7 se complementa a través de la descripción de los gastos asociados a la nómina la cual se proyecta en la Tabla 8 y que se estima mensualmente en \$10.922.641.

8. Estudio Financiero

La viabilidad financiera de una organización es indispensable para determinar el rumbo que toma la empresa en materia de inversiones, costos y gastos; por lo anterior, el presente capítulo desglosa todos los elementos relacionados con el manejo de los recursos financieros y la incidencia de estos en la toma de decisiones en relación con la viabilidad de Sativa Oriental S.A.S.

8.1. Análisis de la Inversión

Todo proyecto parte de una inversión que se centra en elementos como capital de trabajo, infraestructura, bienes tangibles e intangibles, entre otros; por esto, Sativa Oriental S.A.S., considera la inversión en diversos aspectos, para la puesta en marcha del negocio.

Partiendo inicialmente, de la infraestructura física de la planta de producción lo que conlleva a la adquisición de maquinaria, equipos y herramientas en base a los descrito en el Estudio de requerimiento de maquinaria, equipos y tecnología. Por otra parte, esta maquinaria debe ser puesta en una locación que se encuentre ubicada en la zona industrial y se cumpla con los lineamientos de ordenamiento territorial; esto lleva a la adquisición de predios vía compra o arrendamiento en la zona industrial de Caños Negros; dado que la adquisición de estos predios requiere de modificaciones, se ha pensado la adquisición de un lote y la posterior construcción y adecuación de la planta de producción y las oficinas como se han descrito en el Diseño y análisis de planta.

Del mismo modo, se han estimado la adquisición de materias primas, costos de nómina, insumos y demás elementos que se requieran para la puesta en marcha de la planta de producción; estos se presentan en la Tabla 9.

Tabla 9. Resumen de inversiones totales

Concepto	Año de Inversión
Terrenos y predios	\$ 35.000.000
Construcción y edificaciones	\$ 180.000.000
Materias Primas	\$ 80.550.000
Flota y equipo de transporte terrestre	\$ 209.990.000
Maquinaria y equipos	\$ 338.400.000
Envases, empaques y herramientas	\$ 60.000.000
Publicidad	\$ 36.000.000
Inversiones Totales	\$ 939.940.000

Nota: Las inversiones totales consideran aquellos montos económicos requeridos para la puesta en marcha de la organización.

Los gastos asociados son considerados dentro de la inversión correspondiente al año cero o año de inversión del proyecto, estos gastos incluyen construcción y adecuaciones locativas para el terreno adquirido; compra de maquinaria equipos y herramientas para el proceso de producción de Crema Corporal Sativa Oriental. Para ello se ha estimado la adquisición de un crédito de libre inversión en el Banco de Bogotá por valor de \$850.000.000 correspondiente al 90% de la inversión para llevar a cabo la financiación y compra de los diversos elementos descritos en la Tabla 9.

El crédito se ha proyectado con una vigencia de 60 meses, una tasa de interés efectiva anual del 7,55% (Banco de Bogotá, 2022), alcanzando una cuota aproximada de \$16.952.394 Mcte; la amortización de éste se encuentra desglosada en la Tabla 10

Tabla 10. Amortización crédito de libre inversión para inversión

No. Cuota	Valor Cuota	Abono a Interés	Abono a Capital	Saldo Actual
0				\$850.000.000,00
1	\$16.952.393,67	\$5.172.250,00	\$11.780.143,67	\$838.219.856,33
2	\$16.952.393,67	\$5.100.567,83	\$11.851.825,85	\$826.368.030,48
3	\$16.952.393,67	\$5.028.449,47	\$11.923.944,21	\$814.444.086,27
4	\$16.952.393,67	\$4.955.892,26	\$11.996.501,41	\$802.447.584,86
5	\$16.952.393,67	\$4.882.893,55	\$12.069.500,12	\$790.378.084,74
6	\$16.952.393,67	\$4.809.450,65	\$12.142.943,03	\$778.235.141,72

Tabla 10. Continuación

No. Cuota	Valor Cuota	Abono a Interés	Abono a Capital	Saldo Actual
7	\$16.952.393,67	\$4.735.560,84	\$12.216.832,84	\$766.018.308,88
8	\$16.952.393,67	\$4.661.221,41	\$12.291.172,26	\$753.727.136,62
9	\$16.952.393,67	\$4.586.429,63	\$12.365.964,05	\$741.361.172,57
10	\$16.952.393,67	\$4.511.182,74	\$12.441.210,94	\$728.919.961,63
11	\$16.952.393,67	\$4.435.477,97	\$12.516.915,71	\$716.403.045,93
12	\$16.952.393,67	\$4.359.312,53	\$12.593.081,14	\$703.809.964,79
13	\$16.952.393,67	\$4.282.683,64	\$12.669.710,04	\$691.140.254,75
14	\$16.952.393,67	\$4.205.588,45	\$12.746.805,22	\$678.393.449,53
15	\$16.952.393,67	\$4.128.024,14	\$12.824.369,53	\$665.569.079,99
16	\$16.952.393,67	\$4.049.987,85	\$12.902.405,82	\$652.666.674,17
17	\$16.952.393,67	\$3.971.476,71	\$12.980.916,96	\$639.685.757,21
18	\$16.952.393,67	\$3.892.487,83	\$13.059.905,84	\$626.625.851,37
19	\$16.952.393,67	\$3.813.018,31	\$13.139.375,37	\$613.486.476,00
20	\$16.952.393,67	\$3.733.065,21	\$13.219.328,47	\$600.267.147,54
21	\$16.952.393,67	\$3.652.625,59	\$13.299.768,08	\$586.967.379,46
22	\$16.952.393,67	\$3.571.696,50	\$13.380.697,17	\$573.586.682,29
23	\$16.952.393,67	\$3.490.274,96	\$13.462.118,71	\$560.124.563,57
24	\$16.952.393,67	\$3.408.357,97	\$13.544.035,70	\$546.580.527,87
25	\$16.952.393,67	\$3.325.942,51	\$13.626.451,16	\$532.954.076,71
26	\$16.952.393,67	\$3.243.025,56	\$13.709.368,12	\$519.244.708,59
27	\$16.952.393,67	\$3.159.604,05	\$13.792.789,62	\$505.451.918,97
28	\$16.952.393,67	\$3.075.674,93	\$13.876.718,75	\$491.575.200,23
29	\$16.952.393,67	\$2.991.235,09	\$13.961.158,58	\$477.614.041,65
30	\$16.952.393,67	\$2.906.281,44	\$14.046.112,23	\$463.567.929,42
31	\$16.952.393,67	\$2.820.810,85	\$14.131.582,82	\$449.436.346,59
32	\$16.952.393,67	\$2.734.820,17	\$14.217.573,50	\$435.218.773,09
33	\$16.952.393,67	\$2.648.306,23	\$14.304.087,44	\$420.914.685,65
34	\$16.952.393,67	\$2.561.265,86	\$14.391.127,81	\$406.523.557,84
35	\$16.952.393,67	\$2.473.695,85	\$14.478.697,82	\$392.044.860,02
36	\$16.952.393,67	\$2.385.592,97	\$14.566.800,70	\$377.478.059,32
37	\$16.952.393,67	\$2.296.953,99	\$14.655.439,68	\$362.822.619,63
38	\$16.952.393,67	\$2.207.775,64	\$14.744.618,03	\$348.078.001,60
39	\$16.952.393,67	\$2.118.054,64	\$14.834.339,03	\$333.243.662,57
40	\$16.952.393,67	\$2.027.787,69	\$14.924.605,99	\$318.319.056,58
41	\$16.952.393,67	\$1.936.971,46	\$15.015.422,21	\$303.303.634,37
42	\$16.952.393,67	\$1.845.602,62	\$15.106.791,06	\$288.196.843,31
43	\$16.952.393,67	\$1.753.677,79	\$15.198.715,88	\$272.998.127,43
44	\$16.952.393,67	\$1.661.193,61	\$15.291.200,07	\$257.706.927,36

Tabla 10. Continuación

No. Cuota	Valor Cuota	Abono a Interés	Abono a Capital	Saldo Actual
45	\$16.952.393,67	\$1.568.146,65	\$15.384.247,02	\$242.322.680,34
46	\$16.952.393,67	\$1.474.533,51	\$15.477.860,16	\$226.844.820,18
47	\$16.952.393,67	\$1.380.350,73	\$15.572.042,94	\$211.272.777,23
48	\$16.952.393,67	\$1.285.594,85	\$15.666.798,82	\$195.605.978,41
49	\$16.952.393,67	\$1.190.262,38	\$15.762.131,29	\$179.843.847,11
50	\$16.952.393,67	\$1.094.349,81	\$15.858.043,86	\$163.985.803,25
51	\$16.952.393,67	\$997.853,61	\$15.954.540,06	\$148.031.263,19
52	\$16.952.393,67	\$900.770,24	\$16.051.623,44	\$131.979.639,75
53	\$16.952.393,67	\$803.096,11	\$16.149.297,57	\$115.830.342,19
54	\$16.952.393,67	\$704.827,63	\$16.247.566,04	\$99.582.776,15
55	\$16.952.393,67	\$605.961,19	\$16.346.432,48	\$83.236.343,67
56	\$16.952.393,67	\$506.493,15	\$16.445.900,52	\$66.790.443,15
57	\$16.952.393,67	\$406.419,85	\$16.545.973,83	\$50.244.469,32
58	\$16.952.393,67	\$305.737,60	\$16.646.656,08	\$33.597.813,24
59	\$16.952.393,67	\$204.442,69	\$16.747.950,98	\$16.849.862,26
60	\$16.952.393,67	\$102.531,41	\$16.849.862,26	

Nota: Amortización del crédito de libre inversión para la financiación de la puesta en marcha de la empresa.

El saldo restante asociado a la inversión, por valor de \$89.940.000 será a través de la participar en programas de capital semilla mediante las entidades que adelanten este proceso de financiación, considerando que proceso de proyección del emprendimiento denote en la condonación de los dineros entregados por la entidad de financiamiento de capital semilla.

Otro aspecto a considerar dentro de la inversión es la adquisición de un vehículo para la compañía que acompañe los procesos de distribución de productos y la adquisición de materias primas e insumos para el proceso productivo. Dicha adquisición se realizará a través de la compra de una camioneta Volkswagen Amarok estimada en \$209.990.000 (Volkswagen, 2022), a través de un crédito de leasing vehicular con el Banco de Bogotá, quien llevará a cabo la financiación total del vehículo a través de un crédito con tasa efectiva anual del 18,16% (Banco de Bogotá, 2022), contemplando una cuota aproximada de \$7.465.831 Mcte, amortizando el préstamo en 36 meses. La amortización del vehículo se encuentra desglosa en la Tabla 11.

Tabla 11. Amortización del crédito vehicular

No. Cuota	Valor Cuota	Abono a Interés	Abono a Capital	Saldo Actual
0				\$209.990.000,00
1	\$7.465.831,21	\$2.939.860,00	\$4.525.971,21	\$205.464.028,79
2	\$7.465.831,21	\$2.876.496,40	\$4.589.334,81	\$200.874.693,98
3	\$7.465.831,21	\$2.812.245,72	\$4.653.585,50	\$196.221.108,48
4	\$7.465.831,21	\$2.747.095,52	\$4.718.735,69	\$191.502.372,79
5	\$7.465.831,21	\$2.681.033,22	\$4.784.797,99	\$186.717.574,80
6	\$7.465.831,21	\$2.614.046,05	\$4.851.785,16	\$181.865.789,63
7	\$7.465.831,21	\$2.546.121,05	\$4.919.710,16	\$176.946.079,48
8	\$7.465.831,21	\$2.477.245,11	\$4.988.586,10	\$171.957.493,38
9	\$7.465.831,21	\$2.407.404,91	\$5.058.426,30	\$166.899.067,07
10	\$7.465.831,21	\$2.336.586,94	\$5.129.244,27	\$161.769.822,80
11	\$7.465.831,21	\$2.264.777,52	\$5.201.053,69	\$156.568.769,11
12	\$7.465.831,21	\$2.191.962,77	\$5.273.868,44	\$151.294.900,66
13	\$7.465.831,21	\$2.118.128,61	\$5.347.702,60	\$145.947.198,06
14	\$7.465.831,21	\$2.043.260,77	\$5.422.570,44	\$140.524.627,62
15	\$7.465.831,21	\$1.967.344,79	\$5.498.486,43	\$135.026.141,19
16	\$7.465.831,21	\$1.890.365,98	\$5.575.465,24	\$129.450.675,96
17	\$7.465.831,21	\$1.812.309,46	\$5.653.521,75	\$123.797.154,21
18	\$7.465.831,21	\$1.733.160,16	\$5.732.671,05	\$118.064.483,16
19	\$7.465.831,21	\$1.652.902,76	\$5.812.928,45	\$112.251.554,71
20	\$7.465.831,21	\$1.571.521,77	\$5.894.309,45	\$106.357.245,26
21	\$7.465.831,21	\$1.489.001,43	\$5.976.829,78	\$100.380.415,49
22	\$7.465.831,21	\$1.405.325,82	\$6.060.505,40	\$94.319.910,09
23	\$7.465.831,21	\$1.320.478,74	\$6.145.352,47	\$88.174.557,62
24	\$7.465.831,21	\$1.234.443,81	\$6.231.387,41	\$81.943.170,22
25	\$7.465.831,21	\$1.147.204,38	\$6.318.626,83	\$75.624.543,39
26	\$7.465.831,21	\$1.058.743,61	\$6.407.087,60	\$69.217.455,78
27	\$7.465.831,21	\$969.044,38	\$6.496.786,83	\$62.720.668,95
28	\$7.465.831,21	\$878.089,37	\$6.587.741,85	\$56.132.927,10
29	\$7.465.831,21	\$785.860,98	\$6.679.970,23	\$49.452.956,87
30	\$7.465.831,21	\$692.341,40	\$6.773.489,82	\$42.679.467,06
31	\$7.465.831,21	\$597.512,54	\$6.868.318,67	\$35.811.148,38
32	\$7.465.831,21	\$501.356,08	\$6.964.475,13	\$28.846.673,25
33	\$7.465.831,21	\$403.853,43	\$7.061.977,79	\$21.784.695,46
34	\$7.465.831,21	\$304.985,74	\$7.160.845,48	\$14.623.849,99
35	\$7.465.831,21	\$204.733,90	\$7.261.097,31	\$7.362.752,67
36	\$7.465.831,21	\$103.078,54	\$7.362.752,67	

8.2. Presupuesto de Ingresos

La estimación de ingresos hace referencia a la incursión de la marca Sativa Oriental en el mercado, lo cual, denota en las ventas que se proyectan a partir del análisis del mercado y el precio estimado para la crema corporal Sativa Oriental de 120ml, considerada el producto estrella de la organización.

Para ello, se han estimado una proyección de producción que se encuentra descrita en la Tabla 4 y, que relacionada con el precio de venta estimado de \$35.000 Mcte.

$$\text{Ingresos} = \text{Ventas proyectadas} \times \text{precio de venta proyectado}$$

$$\text{Ingresos año 1} = 77.760 \text{ unidades} \times \$35.000 = \$2.721.600.000$$

Esto articula la proyección de ingresos que se presenta en la Tabla 12.

Tabla 12. Proyección de ingresos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Proyectados	\$2.721.600.000	\$3.260.947.140	\$3.907.166.400	\$4.681.732.896	\$5.609.740.932

Nota: La proyección de ingresos contempla la venta del producto Crema Corporal Sativa Oriental de 120ml.

La proyección contempla los ingresos asociados a la producción del elemento principal de la empresa, la Crema Corporal Sativa Oriental de 120ml.

8.3. Presupuesto de Egresos

La estimación del presupuesto de egresos parte de la proyección de compras relacionado con los gastos de producción, es decir, se ha proyectado que los gastos de producción (materias primas, insumos, herramientas, estimación de servicios, entre otros) alcanzan el 40% del precio

de venta, es decir, para la producción de una crema corporal se estima un valor por gastos de producción de \$14.000.

$$\text{Costo Unitario de Producción} = \text{Precio de Venta} \times \text{estimación de costos}$$

$$\text{Costos Unitario de Producción} = \$35.000 \times 40\% = \$14.000$$

$$\text{Proyección de compras} = \text{Proyección de unidades} \times \text{costo unitario de producción}$$

$$\text{Proyección de compras año 1} = 77.760 \text{ unidades} \times \$14.000 = \$1.088.640.000$$

Lo anterior, clarifica lo establecido en la Tabla 13, donde se realiza la proyección de compras.

Tabla 13. Proyección de compras

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Proyección de Compras	\$ 1.088.640.000	\$ 1.241.670.084	\$ 1.416.211.596	\$ 1.615.288.404	\$ 1.842.349.428

Nota: Proyección de compras a través de la cual se relacionan los costos de producción y la estimación de ventas proyectadas.

De igual manera, otro de los recursos estimados para el buen andar de la organización es la proyección de nómina, la cual considera la descripción dada en la Tabla 7 y la Tabla 8. Proyectando en el tiempo a través de un incremento año a año del 4%, en relación con la estimación de incremento de los últimos años. Esta proyección se desglosa en la Tabla 14.

Tabla 14. Proyección de nómina

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nómina proyectada	\$ 337.932.324	\$ 351.449.617	\$ 365.507.601	\$ 380.127.905	\$ 395.333.022

Para el año 1, se estima que la nómina alcanza los \$337.932.324, estos incluyen lo relacionado al pago de salarios, seguridad social, carga prestacional y aportes parafiscales.

8.4. Presupuesto de Efectivo

El presupuesto de efectivo recoge lo relacionado con los resultados alcanzados al momento de proyectar la puesta en marcha del negocio, estima el cruce entre los ingresos y los gastos proyectados con miras a determinar si hay una rentabilidad o una pérdida desde el punto de vista financiero. A partir de esto, la Tabla 15 describe la proyección de ingresos que ha de tener la empresa a partir de la puesta en venta del producto Crema Corporal Sativa Oriental de 120 ml.

Tabla 15. Estimación ingresos totales

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo inicial	-\$89.940.000	\$4.411.864.513	\$5.116.589.498	\$6.333.235.532	\$7.805.689.757
Ventas o ingresos	\$2.721.600.000	\$3.260.947.140	\$3.907.166.400	\$4.681.732.896	\$5.609.740.932
Crédito	\$209.990.000				
Depreciación	\$78.890.000	\$78.890.000	\$78.890.000	\$78.890.000	\$78.890.000
Ingresos Totales	\$3.010.480.000	\$3.339.837.140	\$3.986.056.400	\$4.760.622.896	\$5.688.630.932

Nota: Estimación de ingresos considerando las ventas, los ingresos por créditos financieros y la depreciación de bienes.

Ahora bien, los ingresos proyectados en la Tabla 15, se cruzan con los egresos totales estimados en la Tabla 16.

Tabla 16. Estimación de egresos totales

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima					
(Compras)	\$1.088.640.000	\$1.241.670.084	\$1.416.211.596	\$1.615.288.404	\$1.842.349.428
Mano de obra (Nómina)	\$317.783.903	\$330.495.259	\$343.715.070	\$357.463.672	\$371.762.219
Pólizas de seguro y almacén	\$5.000.000	\$5.200.000	\$5.408.000	\$5.624.320	\$5.849.293
Gastos Administración	\$264.000.000	\$274.560.000	\$285.542.400	\$296.964.096	\$308.842.660
Gastos ventas	\$20.000.000	\$20.800.000	\$21.632.000	\$22.497.280	\$23.397.171
Publicidad	\$39.600.000	\$43.560.000	\$47.916.000	\$52.707.600	\$57.978.360
Interés	\$57.238.689	\$77.094.162	\$54.564.500	\$29.203.447	\$7.822.746
Abono	\$146.190.035	\$215.924.536	\$238.454.199	\$263.815.251	\$195.605.978
Egresos Totales	\$1.938.452.627	\$2.209.304.042	\$2.413.443.764	\$2.643.564.071	\$2.813.607.855

Nota: Proyección estimada de egresos que consideran nómina, seguros, gastos administrativos de ventas, publicidad y gastos financieros.

Finalmente, la proyección de efectivo asociada al cruce de ingresos y egresos se evidencia en la Tabla 17.

Tabla 17. Estimación de superávit o déficit en el período proyectado

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Superávit o déficit	\$1.051.878.952	\$1.109.578.741	\$1.550.820.104	\$2.094.394.592	\$2.851.452.275

Nota: Estimación de superávit o déficit a partir de cada uno de los períodos analizados.

La proyección de efectivo denota un superávit en cada uno de los años proyectados considerando los ingresos y egresos.

8.5. Estado de Ganancias y pérdidas

Otro estado financiero que establece el crecimiento de una organización es el estado de ganancias y pérdidas el cual determina el comportamiento del dinero hasta alcanzar una utilidad neta; para ello se realiza una proyección de resultados a partir de pérdidas y ganancias el cual se desglosa en la Tabla 18.

Tabla 18. Estimación del estado de ganancia y pérdidas.

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas o ingresos	\$2.721.600.000	\$3.260.947.140	\$3.907.166.400	\$4.681.732.896	\$5.609.740.932
Costos	\$1.443.561.624	\$1.610.788.573	\$1.800.094.824	\$2.014.526.961	\$2.257.557.528
Utilidad Bruta	\$1.278.038.376	\$1.650.158.567	\$2.107.071.576	\$2.667.205.935	\$3.352.183.404
Gastos administración	\$264.000.000	\$274.560.000	\$285.542.400	\$296.964.096	\$308.842.660
Gastos ventas + comisiones	\$64.600.000	\$69.560.000	\$74.956.000	\$80.829.200	\$87.224.824
Utilidad operacional	\$949.438.376	\$1.306.038.567	\$1.746.573.176	\$2.289.412.639	\$2.956.115.921
Otros ingresos	\$209.990.000	\$-	\$-	\$-	\$-
Otros egresos	\$203.428.724	\$293.018.699	\$293.018.699	\$293.018.699	\$203.428.724
Utilidad antes de impuestos	\$536.019.652	\$1.013.019.869	\$1.453.554.477	\$1.996.393.940	\$2.752.687.197
Impuesto de renta	\$187.606.878	\$354.556.954	\$508.744.067	\$698.737.879	\$963.440.519
Utilidad antes de reserva legal	\$348.412.774	\$658.462.915	\$944.810.410	\$1.297.656.061	\$1.789.246.678
Reserva legal	\$34.841.277	\$65.846.291	\$94.481.041	\$129.765.606	\$178.924.668
Utilidad Neta	\$313.571.497	\$592.616.623	\$850.329.369	\$1.167.890.455	\$1.610.322.010

Nota: La proyección de pérdidas y ganancia define aspectos de utilidad neta la cual se evidencia en los años proyectados, considerando los gastos financieros y de ley que deben surtir dentro de la organización.

El estado de pérdidas y ganancias evidencia de manera clara utilidad neta durante los ejercicios proyectados, para el año 1, por ejemplo, se alcanza una utilidad de \$313.571.497, que evidencia un crecimiento exponencial para para los años subsiguientes.

8.6. Balance General

Es considerado el estado financiero más relevante dentro de cualquier empresa, dado que este proyecta el ejercicio asociado al aporte de socios, los elementos que pertenecen a la organización y los gastos que se tienen. A partir de esto, Sativa Oriental S.A.S., realiza la proyección de su balance general para el año 1 de funcionamiento y partiendo de la estimación de activos en la Tabla 19.

Tabla 19. Estimación de los activos para el año 1

1. ACTIVOS		\$3.901.489.300
1.1. Activos Corrientes		\$2.944.439.300
1.1.1 Ingresos	\$2.721.600.000	
1.1.2 Cuentas por Cobrar	\$328.000.000	
1.1.3 Inventarios	\$16.989.300	
1.1.4 Bancos	-\$122.150.000	
1.2. Activos Fijos		\$957.050.000
1.2.1 Activos No Depreciables	\$215.000.000	
Terrenos	\$35.000.000	
Construcción y edificaciones en montaje	\$180.000.000	
1.2.2. Activos depreciables	\$808.940.000	
Construcción y edificaciones	\$180.000.000	
Maquinaria y equipos	\$338.400.000	
Equipo de oficina	\$80.550.000	
Equipo de transporte (Vehículos)	\$209.990.000	
Equipo de computo		
Acueducto, planta y redes	\$66.890.000	
1.2.3. Depreciaciones		
Construcción y edificaciones	\$3.996.000	
Maquinaria y equipos	\$33.840.000	

Nota. Estimación de activos para el primer año de funcionamiento de Sativa Oriental S.A.S.

La estimación de activo alcanza un valor por \$3.897.789.300, los cuales se buscan cruzar con la información de los pasivos y del patrimonio; en primera medida, se estima el pasivo de la empresa para el año 1, en la Tabla 20.

Tabla 20. Estimación de los pasivos para el año 1.

2. PASIVOS		\$2.501.197.574
2.1 Nómina		\$206.860.631
2.2 Administración		\$264.000.000
2.3 Préstamos	bancarios	\$146.190.035
2.4 Interés sobre	prestamos	\$57.238.689
2.5 Impuestos por	renta	\$187.606.878
2.6 Prestaciones	sociales	\$131.071.693
2.7 Costos		\$1.443.561.624
2.8 Obligaciones	laborales	\$64.623.881
2.9 Ajuste al peso		\$44.143

Nota: Estimación del pasivo para el año 1 de funcionamiento de Sativa Oriental.

El pasivo proyectado para el año 1, alcanzó los \$2.464.252.680 considerando gastos relacionados con nómina, administración, servicios financieros, entre otros. Ahora, este monto proyectado debe ser adicionado al patrimonio proyectado de la organización para realizar la estimación de balance que se espera. El patrimonio ha sido proyectado en la Tabla 21

Tabla 21. Estimación de patrimonio de la empresa para el año 1.

3. PATRIMONIO		\$1.400.291.726
3.1 Utilidad neta		\$313.571.497
3.2 Reserva legal		\$34.841.277
3.3 Superavit		\$1.051.878.952
4. PASIVO + PATRIMONIO		\$3.901.489.300

Nota: Patrimonio proyectado que considera la utilidad neta, la reserva legal y el superávit estimado para el primer ejercicio de la empresa.

El patrimonio neto alcanzado en el primer curso, se proyecta en \$1.400.291.726; esto llevo a que la estimación del pasivo, desglosado en la Tabla 20, así como del patrimonio asociado a la Tabla 21, alcanzan un valor de \$3.901.489.300 los cuales al igualarse con el activo proyectado en la Tabla 19 se equilibran obteniendo un balance eficiente.

8.7. Indicadores y evaluación Financiera

La determinación de indicadores financieros proyectados a partir de los diversos ejercicios que se han definido, como el estado de pérdidas y ganancias, el balance general o la proyección de efectivo, llevan a una proyección de elementos que posibilitan determinar la viabilidad del emprendimiento. Para ello se consideran los resultados esperados en los cinco ejercicios proyectos financieramente, partiendo en el año 1 de los \$ 1.051.878.952 que llegan hasta \$ 2.851.452.275 en el año 5.

Estos ejercicios posibilitan la evaluación de indicadores financieros como el valor presente neto (VPN), la tasa interna de retorno (TIR) o la relación beneficio costo el beneficio alcanzado a partir de la inversión estimada. Para ello se considera la tasa de interés financiero presentada por el Banco de Bogotá, (2022) estimada en 18,16% para el crédito de libre inversión a través de cual se realizan los primero económicos para la organización.

$$VPN = -\$ 939.940.000 + \frac{\$ 1.051.878.952}{(1 + 0,1816)^1} + \frac{\$ 1.09.578.741}{(1 + 0,1816)^2} + \frac{\$ 1.550.820.104}{(1 + 0,1816)^3} + \frac{\$ 2.094.394.592}{(1 + 0,1816)^4} + \frac{\$ 2.851.452.275}{(1 + 0,1816)^4}$$

$$VPN = \$3.383.666.181,71$$

Teniendo en cuenta lo anterior, el primero de los indicadores de evaluación financiera, el valor presente neto se estima en \$3.383.666.181,71, considerando como los resultados alcanzados en el estado de pérdidas y ganancias los cuales alcanzaron un superávit en cada uno de los ejercicios proyectados. Esto permite concluir, que desde la proyección estimada y trayendo la actualización económica a período más cercano las estimaciones financieras realizadas hacen se hace viable la empresa de producción Sativa Oriental S.A.S.

La Tasa Interna de Retorno considera que el proyecto puede contar con un retroactivo en materia económica, por esto, se estima dicha TIR en 126,7%, lo cual, considerando el análisis del valor presente neto hasta llevarlo a cero, esto quiere decir, que la empresa ha proyectado un crecimiento del dinero desde el momento de inicial alto y lleva a determinar que los flujos económicos proyectos hacen viable el desarrollo de este.

Por último, se encuentra la relación beneficio costo que considera, como su nombre lo indica, los beneficios que se han alcanzado en el marco de las proyecciones financieras, frente a los dineros por concepto de gastos y salidas de efectivo para determinar qué tan articulados se encuentran. De esto se puede estimar que la relación beneficio costo alcanza un montante de 595,03g%, esto quiere decir que son más los beneficios financieros que los gastos proyectados dentro de la organización, por lo que se viabilizaría la puesta en marcha de Sativa Oriental S.A.S.

9. Análisis de Impactos

El desarrollo empresarial promueve el diseño y ejecución de acciones que pueden demarcar cambios en dinámicas económicas, sociales o ambientales y que desde, diversas perspectivas pueden generar impactos en los entornos, es por esto, que el desarrollo del emprendimiento Sativa Oriental describe como puede impactar en la dinámica económica, social y ambiental del territorio en el cual se encuentra en desarrollo.

9.1. Impacto económico

Cualquier desarrollo empresarial genera un impacto en el entorno sea por el requerimiento de inversión o por la mejora económica de la zona en la cual se dispone la empresa. Es por esto, que en materia económica la consecución de Sativa Oriental se convierte en una herramienta que impacta de manera positiva el entorno económico, dado que, en primera medida, promueve el desarrollo de competencia, es decir, la formación de nuevas empresas los cuales con productos iguales o similares ven en la modificación de precios una herramienta para mejorar sus índices de ventas; esto lleva, a la organización a una competencia por estimar el mejor precio y que se adapte a las necesidades de un mercado cambiante.

La inversión de capital económico en un territorio promueve el desarrollo de este, dado que las personas que habitan el entorno establecen pequeños negocios, como venta de café o comidas, a partir de la puesta en marcha de estas empresas, es decir, mejora la economía de las personas que cohabitan en el territorio donde impacta la organización.

Se considera que la puesta en marcha de nuevas ideas empresariales trae consigo el desarrollo de proveedores que ven como desde sus productos adquieren ganancias y prosperan sus negocios.

9.2. Impactos sociales

El entorno social se ve en crecimiento dado que, la puesta en marcha de Sativa Oriental trae consigo el desarrollo social desde la perspectiva de nuevas oportunidades laborales, dado que, la empresa cuenta con diversos cargos, que van desde requerimientos técnicos

especializados, hasta mano de obra calificada que posibilita a las personas que habitan en el entorno una nueva dinámica social. Por otra parte, esto llevo a la mejora de las familias de aquellos que laboran con la empresa, dad que permite el desarrollo y mejora de su calidad de vida.

Asimismo, la organización trae consigo mejoras en dinámica sociales relacionados con el entorno en el cual se ubica la empresa, si bien, está será ubicada en una zona industrial, aún se cuenta con personas que viven en zonas cercanas o adyacentes las cuales se benefician de temas de seguridad, dado que las compañías de seguridad, así como la alianza con la fuerza pública permite mejorar el entorno y, por otra parte, el transporte, pues la apertura de nuevas empresas en las zonas industriales promueve el desarrollo de sistemas de transporte que benefician a los trabajadores que viven en zonas alejadas de las plantas de producción lo cual desarrolla la sociedad.

9.3. Impactos Ambientales

En materia ambiental, el entorno se beneficia desde la dinámica de mejora del paisaje, el cual, ocupa y genera una dinámica visual mejor para el territorio que se encuentra en desarrollo. Si bien, este proceso, puede ser positivo, del mismo modo, el impacto por los procesos constructivos y de cambio en los terrenos, pueden generar desplazamiento de especies que habiten en el territorio. Asimismo, las empresas a partir de sus procesos productivos pueden generar impacto ambiental en fuentes hídricas dado el uso de materiales, por lo que deben proyectarse acciones que mitiguen o reduzcan el impacto ambiental; de igual manera, se puede generar una afectación en el entorno a partir de las corrientes de aire, de ser un proceso que genere material particulado o malos olores por la combinación de químicos que se producen, para ello, se deben considerar acciones a través de equipos que reduzcan el impacto de los malos olores y filtren el material particulado que sea dispuesto en el ambiente.

10. Conclusiones

El desarrollo de un emprendimiento posibilita una eficiente dinámica relacionada con estimaciones y proyecciones que pueden ser positivas y se evidencie un crecimiento continuo de la rentabilidad financiera o, simplemente, asociado a procesos negativos en los cuales se puede determinar que la idea de negocio no es tan factible como se ha planteado.

Para ello, el desarrollo de las proyecciones y estimaciones de componentes financieros, no solo permiten conocer el comportamiento económico que podría tener la empresa en el tiempo, sino que permiten la construcción de proyecciones y estimaciones para determinar consumo y posibles ventas que la empresa puede tener. Sativa Oriental es una empresa que ha estimado sus gastos en el 40% del valor de venta, por lo que, puede que desde el componente financiero generar una rentabilidad superior al 30% del precio unitario.

De igual manera, la estimación de gastos acerca al análisis de personal proyecta la inversión que en materia de talento humano se debe considerar, si bien, al iniciar una organización se estiman algunos cargos, la dinámica de crecimiento de la empresa hará que está se proyecte en el tiempo de manera eficiente, puesto que, en el marco de un emprendimiento algunos de los cargos dispuestos son desarrollados por una misma persona, por lo que, la estimación de los cargos se convierte en un elemento de proyección que la organización quiere alcanzar.

Los estudios de mercados permiten a las empresas hacer una estimación del comportamiento que en el entorno van a tener los potenciales clientes respecto a las acciones que la empresa realiza para abarcar un mercado empresarial en el cual, la competencia es fuerte y muchas veces, ya se encuentra asentada. Es por esto, que el estudio de mercado permitió identificar potencialidades de proveedores, clientes y competencias que llevaron a determinar que la empresa que la región no cuenta con grandes competidores, dado que las plantas de producción de estas empresas se encuentran fuera del entorno en el cual se desarrollará Sativa Oriental, lo cual, se convierte en una ventaja para el desarrollo de la misma.

En materia de análisis administrativo y legal, la consideración de los elementos asociados a la nómina, así como, de la determinación del tipo de organización facilitan el desarrollo de la empresa, dado que, los requerimientos en materia de impuestos permiten que las organizaciones crezcan y se desarrollen de manera más ágil; ahora bien, esto también tiene impacto en materia de las alianzas que realizan las empresas, especialmente en temas financieros, dado que no todas

las entidades financieras están dispuestas a laborar mano a mano, con emprendedores, puesto que muchas veces dejan esa labor a entidades de capital semilla; desde este punto de vista, si es necesaria la amplitud de posibilidades por parte de las empresas del sector financiero debido a que, a los emprendedores en muchas ocasiones no les permiten acceder a líneas de crédito ágiles y con tasa de interés que permitan el desarrollo de la organización.

Por otra parte, la estimación de los componentes productivos asociados al desarrollo de la línea de producción posibilita que las organizaciones estimen sus crecimientos de manera controlada, claro está, que muchas veces, estos se encuentran asociados a procesos donde los factores de impacto son determinados como positivos y, no se genera un ejercicio, que denote elementos negativos que reduzcan los altos valores alcanzados en el marco de las proyecciones desarrolladas.

Por último, un emprendimiento es un medio para mejorar los indicadores de empleabilidad del país, es importante considerar que esto mejorar a partir de la generación de nuevos empleos que se ven provistos de manera eficiente y sencilla. Ahora bien, la falta de oportunidades y la complejidad con que muchas de las empresas se desarrollan denotan impacto negativo y, por ende, estos emprendedores se estrellan con un mercado que no es como lo plantea la teoría cuando está se lleva a la realidad. Por lo cual, se considera que las investigaciones de mercados son herramientas indispensables, pero que deben considerar mayores elementos negativos que dentro de la dinámica social, ambiental o económica puedan ralentizar el desarrollo de la empresa y sus resultados tarden más tiempo del proyectado.

11. Referencias

- Agundis, R. (14 de abril de 2021). ¿Cómo hacer Glitter ecologico? <https://aleph.org.mx/como-hacer-glitter-ecologico>
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (s.f.). Estupefacientes, sustancias psicoactivas y tóxicas. [https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/listados/tematica2.jsp?subtema=30356&cadena =](https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/listados/tematica2.jsp?subtema=30356&cadena=)
- Alidaba (2022). Información general de Alidaba. <https://www.alibaba.com/?spm=a2700.galleryofferlist.scGlobalHomeHeader.4.6ae55e5dBOODvo>
- Asamblea Departamental del Meta. (2020). Plan de Desarrollo Departamento del Meta. https://devx.meta.gov.co/media/centrodocumentacion/2020/07/21/PLAN_DE_DESARROLLO_2020-2023_HAGAMOS_GRANDE_AL_META_ordenanza_1069_de_2020.pdf
- Banco de Bogotá. (abril de 2022). Tasas Vigentes. Colombia. <https://www.bancodebogota.com/wps/themes/html/banco-de-bogota/pdf/productos-parati/tasas/2022/tasas-abril-2022.pdf>
- BBC Mundo. (2017). 6 componentes de las cremas hidratantes que realmente tienen efecto. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-40826276>
- Callejas Baracaldo, P. D. (2017). Marihuana controversia legal, con fin medicinal. Colombia: [Artículo académico] Universidad Católica de Colombia. <https://core.ac.uk/download/pdf/151749192.pdf>
- CANNAPP. (2021). Crema Corporal de Cannabis Body. <https://cannapp.com.co/producto/crema-corporal-de-cannabis-body-hemp-120gr/>
- CANNVEST. (28 de abril de 2020). Los proyectos de cannabis en Colombia: empresas que los lideran. <https://cannvest.co/los-proyectos-de-cannabis-en-colombia-empresas-que-los-lideran/>
- Castañeda Escruera, D., & Luque Alemán, L. F. (2019). Uso lícito del cannabis en Colombia, en las comunidades indígenas y en la legislación internacional. [*Trabajo de Grado*, Universidad Santo Tomás]. Repositorio

<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/18407/2019luisluque.pdf?sequence=6&isAllowed=y>

Consejo Municipal de Villavicencio. (29 de 12 de 2015). Acuerdo 287 de 2015. Por medio del cual se adopta el nuevo plan de ordenamiento territorial del municipio de Villavicencio y se dictan otras disposiciones.

<https://www.concejodevillavicencio.gov.co/corporacion/gestion-documental/category/38-2015?download=113:acuerdo-no-287-de-2015&start=20>

DANE. (2020). Panorama sociodemográfico de la juventud en Colombia. Informe Técnico. <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/genero/informes/informe-panoramasociodemografico-juventud-en-colombia.pdf>

DANE. (2021). Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas.

https://www.dane.gov.co/files/sen/nomenclatura/ciiu/CIIU_Rev_4_AC2021.pdf

DANE. (julio de 2019). Resultados Censo Nacional de Población y Vivienda 2018. <https://www.dane.gov.co/files/censo2018/informacion-tecnica/cnpv-2018-presentacion3ra-entrega.pdf>

De Pouplana, T. (2022). Estrategias de comunicación: qué son y 10 ejemplos. <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/estrategias-de-comunicacionque-son-y-ejemplos>

Exxpertos. (2020). Nuestros Productos con CBD Cannabidiol. <https://exxpertos.com/productos-de-cbd/>

Fundación Femeba. (28 de noviembre de 2018). *Aceite de Cannabis: efectos adversos y potenciales interacciones*. <https://www.fundacionfemeba.org.ar/blog/farmacologia-7/post/aceite-de-cannabisefectos-adversos-y-potenciales-interacciones-46265>

Homecenter. (2022). Dotación. <https://www.homecenter.com.co/homecenterco/search?Ntt=dotación¤tpage=>

Instituto Geográfico Agustín Codazzi. (2016). Meta: un territorio más para conservar que para producir. <https://igac.gov.co/es/noticias/meta-un-territorio-mas-paraconservar-que-para-producir>

Llanabis. (2020). *Información general*. <https://llannabis.com/nosotros-llannabis/>

- Loya Simbaña, J. A., & Arroyo Morales, M. A. (2021). Plan de negocios de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de cremas corporales con base en manteca de cacao, en la Ciudad de Quito. [Trabajo de grado, Universidad Tecnológica Indoamérica]. Repositorio. <http://repositorio.uti.edu.ec/handle/123456789/1763>
- Ministerio de Justicia. (2017). Descripción de áreas y equipos en solicitudes de licencia establecidas en el Decreto 613 de 2017. <https://www.minjusticia.gov.co/programas-co/cannabis-con-fines-medicinales-y-cientificos/Documents/2021/Presentación%20descripción%20áreas%20Decreto%20613%20de%202017.pdf>
- Ministerio de Justicia. (2018). ABC para solicitar las licencias de uso de semillas para siembra y cultivo de plantas de cannabis psicoactivo y no psicoactivo con fines médicos y científicos. *Informe Técnico*. http://www.odc.gov.co/Portals/1/publicaciones/pdf/otros/cannabis/CB001032_guia_solicitud_licencias_cannabis.pdf
- Ministerio de Justicia. (2020). Tipos de Licencias y Modalidades. <https://www.minjusticia.gov.co/programas/cannabis-con-fines-medicinales-y-cientificos/tipo-licencias>
- Ministerio de Justicia. (s.f.). Cannabis con fines medicinales y científicos. <https://www.minjusticia.gov.co/programas-co/cannabis-con-fines-medicinales-y-cientificos>
- Miranda, J. (2021). Panorama de la industria de cannabis en Colombia. <https://www.metroflorcolombia.com/panorama-de-la-industria-de-cannabis-en-colombia/>
- Ponieman, N. (2021). Las Siete Grandes Compañías de Cannabis en Colombia. <https://elplanteo.com/las-cuatro-grandes-companias-de-cannabis-en-colombia/>
- Portafolio. (2021). Cannabis medicinal, una oportunidad de ‘oro verde’ para Colombia. <https://www.portafolio.co/economia/cannabismedicinal-una-oportunidad-de-oro-verde-para-colombia-553745>
- Portafolio. (30 de septiembre de 2021). Banrep elevó proyección de crecimiento a 8,6 % para el 2021. <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/banco-de-la-republica-proyeccion-en-septiembre-de-crecimiento-economico-para-el-2021-556871>

- Radio Nacional. (2021). ¿Cómo está la industria del cannabis medicinal en Colombia? <https://www.radionacional.co/actualidad/economia/como-esta-la-industria-del-cannabismedicinal-en-colombia>
- Ramírez, J. M. (2019). La industria del Cannabis medicinal en Colombia. https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/3823/Repor_Diciembre_2019_Ramírez.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Redacción Marie Claire. (12 de noviembre de 2020). 7 beneficios del aceite de Cannabis para la piel. <https://marieclaire.perfil.com/noticias/belleza/beneficios-del-aceite-de-cannabis-para-lapiel.phtml>
- Requejo, L. (2019). Cremas con cannabis: por qué el CBD de la marihuana es el ingrediente de moda (sirve para acné, rojeces y arrugas). <https://www.mujerhoy.com/belleza/tratamientos/201904/29/cremas-con-cannabis-cbdmarihuana-acne-antiarrugas-tendencias-belleza-20190425083625.html>
- Revista Empresarial & Laboral. (2017). Cifras de Emprendimiento en las empresas Colombianas. <https://revistaempresarial.com/empresas/pymesempresas/emprendimiento-pymes/cifras-emprendimiento-empresas-colombianas/>
- Rosgaby Medina, K. (2020). Todo lo que necesitas saber sobre el Lienzo Lean Canvas. <https://branch.com.co/marketing-digital/todo-sobre-el-lienzolean-canvas/>
- Valencia Luna, J. (2019). Viabilidad financiera para el cultivo de Cannabis por parte de la Cooperativa Wala Cannabis Piendamó. [Tesis de Maestría, Universidad EAFIT]. Repositorio. <https://repository.eafit.edu.co/handle/10784/13855>
- Vásquez Tumbaco, R. I. (2021). Exportación de cremas corporales artesanales elaboradas con plantas de la Amazonía ecuatoriana al mercado alemán. [Tesis de Maestría, Universidad Casa Grande]. Repositorio. <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/handle/ucasagrande/2927>
- Volkswagen. (2022). Amarok. <https://www.volkswagen.co/amarok>