

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTAR UNA TIENDA
NATURISTA EN LA CIUDAD DE BOGOTA LOCALIDAD CHAPINERO.**

DIANA PATRICIA BARACALDO BUITRAGO

NORELIS ROSA HERNÁNDEZ PETRO

JOHAN CAMILO SOTO BAREÑO

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR – CUN

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

BOGOTÁ D.C., MAYO 2017

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTAR UNA TIENDA
NATURISTA EN LA CIUDAD DE BOGOTA LOCALIDAD CHAPINERO.**

DIANA PATRICIA BARACALDO BUITRAGO

NORELIS ROSA HERNÁNDEZ PETRO

JOHAN CAMILO SOTO BAREÑO

Trabajo de opción de grado para obtener el título de

Profesional en Administración de Empresas

Asesor: Juan Carlos González Moreno

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR – CUN

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

BOGOTÁ D.C., MAYO 2017

ACEPTACIÓN

FIRMA DEL DIRECTOR

FIRMA DEL JURADO

FIRMA DEL JURADO

CIUDAD, FECHA (DIA, MES, AÑO)

DEDICATORIA

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR

Bogotá D.C., mayo 2017.

A nuestras familias, que han sido la base de nuestra formación, ya que cada uno de ellos ha aportado a las grandes cosas de nuestras vidas, nos han ayudado a enfrentar el inmenso reto que es la sociedad.

A nuestros hijos, ya que han sido los motores de nuestras vidas y quienes nos han acompañado en este gran camino y nos han apoyado para que no desfallezcamos, la comprensión de cada uno de ellos es invaluable en esta etapa de nuestras vidas.

A nuestras parejas, La ayuda de cada uno ha sido fundamental, han estado con nosotros incluso en los momentos más difíciles, con una voz de aliento y motivación.

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por darnos la paciencia para culminar con esta etapa en nuestras vidas y en nuestra formación académica.

A nuestro Director de proyecto, Profesor de Opción de grado I Ms Mauricio Rincón Moreno, Profesor Titular Administración de Empresas

Por su guía, paciencia, comprensión, entrega y valiosos consejos a lo largo del proceso de este trabajo.

A los profesores de la CUN cuando cada uno de ellos nos guiaba en cada una de nuestras inquietudes.

En esta instancia también le damos gracias a nuestros hijos ya que sacrificaron su tiempo para acompañarnos.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	11,12
JUSTIFICACION.....	12,13,14,15
2. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	15
2.1. Definición de la estructura organizacional.....	15,16,17,18,19,20
2.2. Tamaño de la empresa.....	21
2.3 Normatividad.....	22,23,24
2. 4. Costos administrativos.....	24
2.4.1. Gastos de personal.....	24,25
3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL.....	25
3.1. Objetivo del estudio legal.....	25,26,27,28
3.2. Marco legal.....	28,29
3.3. Definición de la empresa.....	29
3.3.1. Clasificación de las MIPYMES.....	30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37
3.4.1. Registro único tributario (RUT).....	38
3.4.2. Requisitos del registro mercantil.....	38
3.4.3. Resolución de la facturación DIAN.....	38,39
3.4.4. Obligaciones del registro.....	39
3.4.5. Revisión técnica de seguridad (Bomberos).....	39
3.4.6. Normas sanitarias y de salud (Secretaria de Salud).....	40
3.4.7. Normas de fabricación de alimentos y medicamentos (INVIMA).....	40
3.4.8. Impacto ambiental (Secretaria de Ambiente).....	40

3.4.8.1. Tienda Naturista.....	41
3.4.8.2. Recurso Humano.....	42
3.4.8.3. Condiciones higiénicas locativas.....	42
3.4.8.4. Aviso exterior.....	42
3.4.8.5. El local.....	42,43
4. ESTUDIO TÉCNICO.....	43
4.1. Objetivos del estudio técnico.....	43,44
4.1.1 Requisitos de las etiquetas, rotulo, envase y empaque de los productos que se permite comercializar en tiendas naturistas.....	44
4.1.2. Producto Fito terapéutico medicinal (PFM).....	44,45
4.1.3. Requisitos que debe tener un producto Fitoterapéutico en las etiquetas, rotulo, envase y empaque.....	45,46
4.1.4. Productos cosméticos.....	47
4.1.5. Requisitos que deben tener los productos cosméticos en las etiquetas, rotulo, envase y empaque.....	47,
	48
4.1.6. Idioma de las etiquetas y empaques.....	48
4.1.7. Alimento.....	48
4.1.8. Requisitos que deben tener los alimentos en las etiquetas, rótulos, envases y empaque.....	48, 49
4.1.9. Suplemento dietario (SD).....	49
4.1.10. Requisitos que deben tener los suplementos dietarios en las etiquetas, rotulo, envase y empaque.....	49,50, 51

4.1.11. Listado de ingredientes.....	52
4.1.12. Presentación de la información.....	53
4.1.13. Medicamento homeopático (MH).....	53
4.1.14. Esencias florales y minerales.....	53
4.2. Ficha técnica del producto.....	54, 55
4.3. Descripción del producto del servicio.....	55, 56
4.3.1. Proceso de recepción.....	57
4.3.2. Recepción administrativa.....	57
4.3.3. Recepción técnica.....	58
4.3.4. Diagrama de flujo de procesos.....	58,59
4.4. Requerimientos y necesidades.....	59,60
4.4.1. Infraestructura.....	60
4.4.2. Proceso de almacenamiento.....	60,61
4.4.3. Equipo e instalaciones.....	62, 63
4.5. Punto de equilibrio.....	63,64
4.5.1. Plan de compras.....	65, 66, 67
4.5.2. Manejo de inventarios.....	67, 68
4.5.3. Definición de catálogo de productos.....	68,69,70,71
5. ESTUDIO FINANCIERO.....	71,72
5.1. Ingresos.....	72,73
5.2. Egresos.....	73, 74, 75
5.3. Costos fijos.....	76
5.4. Costos variables.....	76,77

5.5. Ventas.....	77,78
5.6. Flujo de caja.....	78,79
5.7. Balance general.....	79, 80
5.8. Estado de resultados.....	81
6. ANÁLISIS DE IMPACTOS.....	81
6.1. Impacto ambiental.....	81,82
6.1.1. La luz.....	82
6.1.2. La temperatura.....	82
6.1.3. La temperatura ambiente.....	82
6.1.4. Refrigeración.....	83
6.1.5. Humedad.....	83
6.1.6. Gestión integral de residuos hospitalarios y similares.....	83
6.1.7. Recipientes.....	84
6.1.8. Descripción de los residuos generados.....	84
6.1.9. Reciclables.....	84
6.1.10. Productos fito terapéuticos, suplementos dietarios y medicamentos homeopáticos dietarios, alterados usados y/o excedentes.....	85
6.1.11. Contar con contrato con empresas autorizadas para la recolección de residuos similares.....	85
6.1.12. Reporte a las autoridades.....	85
6.1.13. Control de plagas y roedores.....	85
6.2. Impacto social.....	85, 86
6.3. Impacto económico.....	86, 87

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	87, 88
REFERENCIAS.....	89,90,91,92

GUIA OPCIÓN DE GRADO III CREACIÓN DE EMPRESA

INTRODUCCIÓN

A continuación presentaremos una idea de proyecto de creación de empresa; siguiendo los parámetros y los conocimientos brindados en la asignatura de Opción de Grado III, queremos implementar una idea empresarial que cumpla las expectativas del consumidor y de nosotros como empresarios e inversionistas, analizando todos los aspectos que rodean nuestro proyecto y con base en los conocimientos ya adquiridos buscamos tener un ingreso económico sostenible para nuestra vida, Consideramos que las tiendas de productos naturales son una excelente opción para crear empresa, porque se trata de un mercado que ha venido creciendo en los últimos años y que tiene la tendencia a seguir masivamente haciéndolo generando así vida saludable y empleo.

Sin embargo, para abrir una tienda de productos naturales no sólo basta con tener una buena idea, la realidad nos enseña que necesitamos aplicar conocimientos empresariales, además de ofrecer un ambiente adecuado, limpio, acogedor y por supuesto estar ubicados en una zona de fácil acceso, Se plantea la situación problema, de acuerdo a ello el desarrollo del mismo busca como principales objetivos determinar si es posible y rentable

llevar a cabo la propuesta de creación de una tienda dedicada a la comercialización y distribución de productos naturales, en la ciudad de Bogotá para el año 2018.

La justificación de este proyecto se basa en los axiomas de la universidad, las tendencias del consumo a lo natural y el emprendimiento como base empresarial sostenible, pues es necesario generar un mercado innovador en Bogotá en donde bajo la comercialización y distribución de productos naturales se pueda obtener de una manera diferente beneficios físicos y mentales y así crear conciencia de lo importante que es cuidar nuestro cuerpo, Se conceptualiza los antecedentes del problema con información relevante acerca de la importancia de los buenos hábitos en el cuidado del cuerpo, dentro del marco teórico y sus bases históricas, teniendo en cuenta también las limitaciones y las oportunidades del negocio, La definición de la empresa y la determinación de su estructura organizacional , funcional y legal, que sirve para lograr altos niveles de eficiencia y eficacia en la comercialización de los productos, finalmente se presentan las se presentan las conclusiones; y, se proponen las recomendaciones que son necesarias para el mejor desarrollo de la empresa, así como las fuentes bibliográficas utilizadas

1. JUSTIFICACIÓN

El emprendimiento es un término muy utilizado en los últimos tiempos en todo el mundo, aunque este siempre ha estado presente a lo largo de la historia pues es inherente a

ella, puesto que ha tomado mucha importancia ante la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos (*sildehare, 2013*)

“La palabra emprendimiento proviene del francés *entrepreneur* (pionero), y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar un objetivo” (*gerencie, 2010*). Refiriéndose también a quienes inicien un nuevo proyecto o una empresa, razón por la cual buscamos convertir nuestra idea emprendedora en un proyecto empresarial sostenible, en el cual demostremos que la mujer participa hoy en día en un alto porcentaje de emprendimiento empresarial, especialmente en economías informales y bajo diversas circunstancias sociales y culturales, y en entornos muy difíciles; situaciones como el desplazamiento forzoso debido a la violencia y el cada vez más creciente número de mujeres cabeza de familia, han contribuido de una u otra manera a disparar el desempleo en nuestro país y a cerrarle las oportunidades a la mujer de tener un pleno desarrollo laboral y económico, razones por las cuales nos vemos obligadas a iniciar por cuenta propia actividades empresariales para poder de esta manera asegurar un sustento propio.

Este plan de negocios es importante, porque es necesario generar un mercado innovador en Bogotá en donde bajo la comercialización y distribución de productos naturales se pueda obtener de una manera diferente beneficios físicos y mentales y así crear conciencia de lo importante que es cuidar nuestro cuerpo.

Las tendencias en el consumo de alimentos cambian y las exigencias del consumidor se vuelven cada vez más complejas. Actualmente existe una preocupación por consumir alimentos que provean beneficios a la salud sin sacrificar el sabor tradicional, una

preocupación de los consumidores por ingerir alimentos que además de nutrirlos cumplan otras funciones dentro del organismo (alimentos funcionales), buscan alimentos más saludables y contemplan cuestiones relacionadas con la salud a la hora de elegir sus alimentos.

Cabe indicar que los productos reducidos en grasa y sin azúcar agregada les siguen interesando a los consumidores.

Así mismo; partiendo del hecho que los consumidores de productos medicinales naturales, además de comprarlos por su concepto 'natural' lo hacen también porque los consideran efectivos y les ofrece confianza, la comunicación de esta línea de productos debe ser educativa e informativa, por esto buscamos que en la comunicación de los productos medicinales naturales se dé información sobre su origen en la agricultura ecológica, sostenible o limpia a fin de que el consumidor dimensione los beneficios tanto para su salud como para la del mismo ambiente. Esto contribuiría a reafirmar la confianza y efectividad que se percibe de estas nuevas opciones medicinales. (*microempresariales, 2004*)

El acompañar la dieta regular con productos naturales se ha convertido en una búsqueda de equilibrio, Por esto las personas que se preocupan por su salud y para quienes esto es un hábito, un estilo de vida; dan mayor valor a aquellos productos que provienen del campo, a estos que se cultivan de forma sana y que son benéficos para el cuerpo humano.

Todo esto sin olvidar que el negocio estará siendo amigable con el medio ambiente planteando en la estrategia general de la compañía una tendencia verde, para convertirla en

una empresa 100% ecológica y, sobre todo, altamente productiva teniendo una mayor conciencia sobre la importancia de cuidar el entorno, manifestando nuestra preocupación por el medio ambiente, Esto a través de la búsqueda de artículos que sean percibidos como de menor impacto ecológico, también dejando en claro cuáles serán las prácticas y las metas que se quieren alcanzar, en los que se refiere a formar hábitos dentro de la organización que sean amigables con el medio ambiente, dejando claro cuál será el límite máximo de uso de recursos. Por ejemplo: Objetivos del Papel de oficina, artículos de plástico, agua y hasta productos de limpieza.

2. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

El presente proyecto para la empresa “TIENDA NATURISTA BUENA VIDA”, EL PLACER DE LA SALUD Y EL BUEN COMER, define los objetivos y su cumplimiento, la definición de la estructura más apropiada y las funciones, así como la asignación de las responsabilidades que procuren que el mismo tenga una excelente ejecución y correcto funcionamiento en todas las etapas propuestas.

2.1 DEFINICIÓN DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

a. MISIÓN DE LA EMPRESA

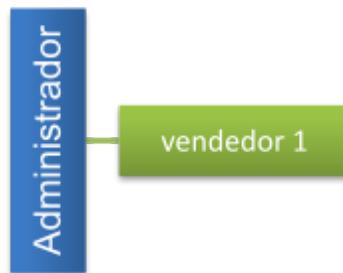
Promover un estilo de vida sana para los clientes, mediante la comercialización y distribución de productos 100% naturales que ayudan al mejoramiento de la calidad de

vida de las personas por su contenido nutricional con un valioso grado de compromiso, con los más altos estándares de atención y servicio, al mejor precio y calidad.

b. VISIÓN

Liderar dentro del mercado, alcanzando el nivel de satisfacción absoluta en nuestros clientes y continuar mejorando e innovando en servicios de forma permanente, con un equipo integrado de personal comprometido y altamente capacitado para la distribución de nuestros productos en el 2018

c. ORGANIGRAMA



Elaborado por: Diana Baracaldo
Camilo Soto
Norelis Hernández

En el organigrama presentado anteriormente, se observa los cargos indispensables en la tienda naturista BUENA VIDA, colaboradores contratados directamente por la empresa, esto con el objetivo de disminuir los costos y hacer más eficiente a la empresa.

Según la presentación:

Horizontal: En este la unidad de negocio se despliega de izquierda a derecha, Las relaciones entre las unidades se representas mediante líneas horizontales y las jerarquías se ordena en columnas

CARGO	FUNCIÓN	REQUISITOS
administrador	Operación del negocio	Profesional en Administración de Empresas
	Ordenar y Designar todas las operaciones del negocio	
	Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones	
	Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación	

CARGO	FUNCIÓN	REQUISITOS
vendedor	Contacto con el ambiente externo	Profesional en Administración de Empresas
	Determinación de la mezcla de productos, innovación, reposición o imitación	
	Elaboración de estrategias de publicidad	
	Promoción de ventas	
	Distribución de mercados y planeación de canales y territorios de ventas.	
	Análisis y control de ventas	

d. DOFA

DOFA	FORTALEZA	DEBILIDADES
<p>TIENDA NATURISTA BUENA VIDA</p>	<p>F1: Se ofrecen servicio que tiene la competencia.</p> <p>F2: Variedad en nuestro servicio que logran satisfacer a los diferentes públicos.</p> <p>F3: Calidad en los productos.</p> <p>F4: Bajos costos y excelente servicio.</p> <p>F5: Abrir sucursales en diferentes puntos de la ciudad.</p> <p>F6: Calidad en la prestación del servicio.</p>	<p>D1: Poca publicidad del negocio.</p> <p>D2: Un único punto de para el negocio.</p> <p>D3: Mucha competencia en las áreas cercanas a la tienda.</p> <p>D4. Inversión inicial y el primer año de crecimiento en el mercado.</p>

<p>OPORTUNIDADES</p> <p>O3: Clientes insatisfechos de la competencia.</p> <p>O4: Tendencias de los consumidores, crecimiento en el mercado.</p>	<p>FO</p> <p>F1-O2, O3: Atraer a más clientela ofreciendo los mismos productos de la competencia, pero con un con excelente innovación y calidad en los servicios.</p> <p>F1-O4: Contactar clientes que quieran empezar con sus empresas, para nosotros ser sus distribuidores.</p>	<p>DO</p> <p>D3-O4: Detectar y potencializar las preferencias de nuestros clientes a través de una buena publicidad.</p> <p>D2-01: Nuevas sedes para abarcar más clientes.</p>
<p>AMENAZAS</p> <p>A1: Existencia de otros de tiendas naturistas con mayor reconocimiento.</p> <p>A2: Costos de los proveedores</p> <p>A3: Crisis económica</p>	<p>FA</p> <p>F1, F2-A1: Capturar a consumidores pocos fieles a través de la innovación y estrategias de mercadeo.</p> <p>F3-A2: Contar con la guía especializada de personas expertas en los productos naturistas y nutrición.</p>	<p>DA</p> <p>D1, D3-A1 Brindar mayor espacio promocional, y de publicidad y así darnos a conocer y ser más atractivos para nuestros clientes.</p> <p>D4-A2: Efectuar convenios con doctores nutricionistas.</p>

2.2 TAMAÑO DE LA EMPRESA

“TIENDA NATURISTA BUENA VIDA” ;EL PLACER DE LA SALUD Y EL BUEN COMER!

TIPO DE EMPRESA

La mayoría de las empresas del sector Naturista podrían calificarse dentro del grupo de pequeñas y medianas empresas, existe una relativa ausencia de multinacionales, aunque algunos laboratorios internacionales están incursionando tímidamente en la línea de productos naturales. Desde el año 2005 se nota la presencia de importantes compañías importadoras de suplementos dietarios cuyas casas matrices están en Norteamérica. Este segmento ha dinamizado la industria naturista y ha puesto a los laboratorios nacionales a competir con calidad en sus diferentes líneas de productos. Por lo tanto, este es uno de los sectores con mayores perspectivas de crecimiento a futuro, y uno de los más relevantes para lograr la conservación y uso sostenible de las plantas y otros productos de la naturaleza, al introducirse buenas prácticas ambientales y de manufactura. (*repository, 2008*)

Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS), que ofrece más flexibilidad para formar empresa. “Desde su entrada en vigencia, el 54% de las empresas que se han creado en Colombia, lo han hecho bajo esa figura. Esta modalidad de empresas permite a los emprendedores simplificar trámites y comenzar su proyecto con un bajo presupuesto” (*personales, 2002*)

2.3 NORMATIVIDAD

¿Qué beneficios y ventajas ofrece la SAS?

- ✓ Los empresarios pueden fijar las reglas que van a regir el funcionamiento de la sociedad. Es posible, por ejemplo, contar con estatutos flexibles que se adapten a las condiciones y a los requerimientos de cada empresario (*personales, 2002*)
- ✓ La creación de la empresa es más fácil. Una SAS se puede crear mediante documento privado, lo cual le ahorra a la empresa tiempo y dinero, La responsabilidad de sus socios se limita a sus aportes. La empresa puede beneficiarse de la limitación de la responsabilidad de sus socios, sin tener que tener la pesada estructura de una sociedad anónima. (*personales, 2002*)
- ✓ No se requiere establecer una duración determinada. La empresa reduce costos, ya que no tiene que hacer reformas estatutarias cada vez que el término de duración societaria esté próximo a caducar” (*personales, 2002*)
- ✓ El objeto social puede ser indeterminado. Las personas que vayan a contratar con la SAS, no tienen que consultar e interpretar detalladamente la lista de actividades que la conforman para ver si la entidad tiene la capacidad para desarrollar determinada transacción. (*personales, 2002*)
- ✓ El pago de capital puede diferirse hasta por dos años. Esto da a los socios recursos para obtener el capital necesario para el pago de las acciones. La sociedad puede establecer libremente las condiciones en que se realice el pago (*personales, 2002*).

- ✓ Por regla general no exige revisor fiscal. La SAS solo estará obligada a tener revisor fiscal cuando los activos brutos a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior, sean o excedan el equivalente a tres mil salarios mínimos (*personales, 2002*).
- ✓ Mayor flexibilidad en la regulación de los derechos patrimoniales. Existe la posibilidad de pactar un mayor poder de voto en los estatutos sociales o de prohibir la negociación de acciones por un plazo de hasta 10 años (*personales, 2002*).
- ✓ Mayor facilidad en la operación y administración. Los accionistas pueden renunciar a su derecho a ser convocados a una reunión de socios o reunirse por fuera del domicilio social. La SAS no estará obligada a tener junta directiva, salvo previsión estatutaria en contrario. Si no se estipula la creación de una junta directiva, la totalidad de las funciones de administración y representación legal le corresponderán al representante legal designado por la asamblea. (*personales, 2002*)
- ✓ “El trámite de liquidación es más ágil. No se requiere adelantar el trámite de aprobación de inventario ante la Superintendencia de Sociedades” (*personales, 2002*).

¿Cómo se constituye una SAS? La creación de la SAS se hace por medio de un documento privado, que debe autenticarse por quienes participan en su suscripción e inscribirse en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio. Los tres pasos son:

- ✓ Redactar el contrato o acto unilateral constitutivo de la SAS. Este documento debe incluir: nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; razón social o denominación de la sociedad (seguida de la palabra Sociedad por Acciones Simplificada); el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales;

el capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones; y la forma de administración y el nombre de sus administradores, especificando sus facultades.

- ✓ Autenticar las firmas de las personas que suscriben el documento de constitución.
La autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado en la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio
- ✓ Inscribir el documento privado en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio.
Adicionalmente, ante la Cámara de Comercio se diligencian los formularios del Registro único Empresarial (RUE), el Formulario de inscripción en el RUT y el pago de la matrícula mercantil, el impuesto de registro y los derechos de inscripción.

2.4 COSTOS ADMINISTRATIVOS

2.4.1 GASTOS DE PERSONAL

ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS

A continuación, se relacionan cada uno de los ítems que se tendrán en cuenta para realizar la liquidación de nómina del personal de la empresa BUENA VIDA

1. Sueldo básico + Auxilio de transporte
2. Comisiones
3. Vacaciones
4. Salud + Pensión

5. ARL

6. Caja de Compensación

7. Prima

3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

3.1 Objetivo del Estudio Legal

La comercialización de Medicamentos, Cosméticos, Preparaciones Farmacéuticas a Base de Productos Naturales, Productos Homeopáticos entre otros no está regulada por normas diferentes de aquellas establecidas para el sector de comercio interno, dentro del cual se enmarca dicha actividad La salud es un bien de interés público. En consecuencia son de orden público las disposiciones del Decreto 374 DE 1994 que regulan todas las actividades relacionadas con la producción, procesamiento, importación y exportación de Medicamentos, Cosméticos, Preparaciones Farmacéuticas a base de Productos Naturales, Productos Homeopáticos, así como las condiciones técnico sanitarias y de calidad de los productos sujetos a registro y de los establecimientos que los elaboran. Está regida por lo dispuesto en el Código de Comercio, el cual se expidió mediante el decreto

A continuación, se relacionan los apartes de mayor relevancia a tratar en nuestro caso:

COSMÉTICO: Es toda sustancia o preparado destinado a ser aplicado externamente en el cuerpo humano, con el fin exclusivo o propósito de limpieza, modificación temporal del aspecto físico, conservación o protección de las condiciones físico-químicas normales de la

piel y de sus anexos (sistema capilar y piloso, uñas y dientes) o de producir efectos de aromatización, sin que afecte directamente la salud del individuo.

Los Champús indicados como tratamiento sintomático contra la psoriasis y la caspa se consideran como cosméticos, pero el Ministerio de Salud, previo concepto de la Comisión Revisora, señalará aquellos casos específicos en que por su composición o efectos especiales deban registrarse como Medicamentos.

DOSIFICACIÓN: Se refiere a la cantidad indicada de un medicamento, los intervalos entre las administraciones y la duración del tratamiento.

BUENAS PRACTICAS DE MANUFACTURAS: Son las normas, procedimientos y procesos de carácter técnico que aseguran la calidad de los productos farmacéuticos.

EFICACIA: Aptitud de un medicamento para producir los efectos propuestos, determinada por métodos científicos.

ESTABILIDAD: Aptitud de un principio activo o de un producto medicamentoso, de mantener en el tiempo sus propiedades originales dentro de las especificaciones establecidas, en relación a su identidad, concentración o potencia, calidad, pureza y apariencia física.

FARMACO: Es el principio activo de un producto farmacéutico.

FARMACOCINETICA: Estudio de la cinética de los procesos de absorción, distribución, biotransformación y excreción de los medicamentos y sus metabolitos.

INDICACIONES: Estados patológicos o padecimientos a los cuales se aplica un medicamento.

INOCUIDAD: Es la ausencia de toxicidad o reacciones adversas de un medicamento.

La constitución de 1991 en los artículos 58 y 61 garantiza la propiedad privada y propiedad intelectual, esta última compuesta por marcas, lemas, nombres y enseñas comerciales. En el artículo 78 se establece la regulación del control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización. En el artículo 88, la ley regula las acciones populares para la protección de los derechos e intereses colectivos, relacionados libre competencia económica. En el artículo 150, atribuye al Congreso las siguientes funciones:

- Expedir las leyes de intervención económica, previstas en el artículo 334, las cuales deberán precisar sus fines y alcances y los límites a la libertad económica.
- Regular el régimen de propiedad industrial, patentes y marcas y las otras formas de propiedad intelectual.

En el artículo 333 se establece la libertad de actividad económica y la iniciativa privada, dentro de los límites del bien común. La libre competencia económica aparece como un derecho de todos que supone responsabilidades y la intervención del Estado, por mandato de la ley, que impide que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evita o controla cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado

nacional. Delimita también el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación.

El artículo 334 dispone que la dirección general de la economía, estará a cargo del Estado. Este intervendrá, por mandato de la ley, en la explotación de los recursos naturales, en el uso del suelo, en la producción, distribución, utilización y consumo de los bienes, y en los servicios públicos y privados, para racionalizar la economía con el fin de conseguir el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, la distribución equitativa de las oportunidades y los beneficios del desarrollo y la preservación de un ambiente sano. El Estado, de manera especial, intervendrá para dar pleno empleo a los recursos humanos y asegurar que todas las personas, en particular las de menores ingresos, tengan acceso efectivo a los bienes y servicios básicos. También para promover la productividad, la competitividad y el desarrollo armónico de las regiones.

3.2 Marco Legal:

La empresa BUENA VIDA distribuidora de productos naturales será registrada a cada uno de los entes reguladores de ley, para un mayor control y buen funcionamiento de la misma. Primero, a través de la Cámara de Comercio de Bogotá para tener el registro de empresa. Segundo, en la DIAN para el cumplimiento de las obligaciones tributarias aduaneras y cambiarias. Tercero, la Superintendencia de Industria y Comercio que vela por la observancia de las disposiciones sobre promoción de la competencia y prácticas comerciales restrictivas. Cuarto, está vigilado por Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC) que crea

normas técnicas y certifica a Empresa Buena Vida con normas de calidad para empresas y actividades profesionales.

3.3 Definición de la empresa:

El tipo de empresa que se va a estructurar es de comercio. El código CIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme) al que pertenece es el 5231 catalogado como comercio al por menor de productos farmacéuticos, medicinales; artículos de cosméticos dietarios y de tocador en establecimientos especializados.

El tamaño de la empresa es microempresa según la propiedad de capital es privada, según el ámbito de las actividades local, según el destino de los beneficiarios es con ánimo de lucro, según la forma jurídica (S.A.S).

Sociedades por Acciones Simplificadas: Es un tipo societario que vio la luz con la Ley 1258 del 5 de diciembre de 2008 y que reúne todas las cualidades para convertirse en el modelo de constitución que se impondrá en los próximos años. Las Sociedades por Acciones Simplificadas no exigen un número mínimo de accionistas, se constituyen por documento privado que ha de registrarse en la Cámara de Comercio.

Su simplicidad se da tanto en el momento de su constitución, como en su funcionamiento, no estando obligadas a especificar el objeto social. Tampoco se les exige crear una junta directiva ni la revisoría fiscal. La responsabilidad se limitará a la aportación de cada accionista.

3.3.1 CLASIFICACIÓN DE LAS MIPYMES:

□ CLASIFICACION

En Colombia, según la Ley para el Fomento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, Ley 590, las PYMES se clasifican así:

Tipo	Nº de empleados	Activos SMLV	Activos en pesos (2007)
Micro	Hasta 10	Menos de 501	Menos de 217.283.700
Pequeña	Entre 11 y 50	Entre 501 y 5000	Entre 217.283.700 y 2.168.500.000
Mediana	Entre 51 y 200	Entre 5001 y 15000	Entre 2.168.500.000 y 6.505.500.000
Grande	Más de 200	Más de 15000	Más de 6.505.500.000

Dentro de este contexto, tienda naturista buena vida se encuentra situada como micro empresa colombiana, como una unidad económica que tiene activos totales hasta de 500 salarios mínimos mensuales legales vigentes y menos de 10 empleados. (Según la ley 590 de julio 10 de 2000, modificada por la Ley 905 de 2004.

ESTATUTOS BÁSICOS SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA

Bogotá D.C., 25 de abril de 2016

Por medio del presente documento privado, **Nosotros,**

NOMBRE	IDENTIFICACIÓN			DOMICILIO
	Tipo de Identificación	Número	Lugar de Expedición	
DIANA PATRICIA BARACALDO BUITRAGO	Cédula de Ciudadanía	102234517 2	Bogotá D.C.	Bogotá D.C.
JOHAN CAMILO SOTO BARENO	Cédula de Ciudadanía	102448381 0	Bogotá D.C.	Bogotá D.C.
NORELIS ROSA HERNÁNDEZ PETROUITRAGO	Cédula de Ciudadanía	103052162 5	Bogotá D.C.	Bogotá D.C.

Manifestamos con la firma de este documento **nuestra** voluntad de constituir una sociedad comercial del tipo: Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), la cual se regirá por los siguientes estatutos:

CAPÍTULO I

NOMBRE, NACIONALIDAD, DOMICILIO, OBJETO Y DURACIÓN DE LA SOCIEDAD

ARTÍCULO 1. NOMBRE, NACIONALIDAD Y DOMICILIO.

La sociedad se denomina **TIENDA NATURISTA NUEVA VIDA** SAS. Es una sociedad comercial por acciones simplificada, de nacionalidad colombiana. El domicilio principal de la sociedad es la ciudad de **Bogotá D.C.** La sociedad podrá crear sucursales, agencias y establecimientos por decisión de su Asamblea General de Accionistas.

ARTÍCULO 2. OBJETO:

Comercio al por menor de productos farmacéuticos, medicinales; artículos de cosméticos dietarios y de tocador en establecimientos especializados.

ARTÍCULO 3. DURACIÓN.

La sociedad tendrá vigencia indefinida.

CAPÍTULO II

CAPITAL Y ACCIONES

ARTÍCULO 4. CAPITAL AUTORIZADO, SUSCRITO Y PAGADO

VALOR NOMINAL DE LAS ACCIONES	\$ DIGITAR VALOR NOMINAL DE LAS ACCIONES (EN NÚMEROS)
CLASE DE ACCIONES	Nominativas y Ordinarias

CAPITAL AUTORIZADO	
No. DE ACCIONES	VALOR TOTAL
NÚMERO DE ACCIONES AUTORIZADAS	VALOR TOTAL CAPITAL AUTORIZADO

CAPITAL SUSCRITO	
No. DE ACCIONES	VALOR TOTAL

NÚMERO DE ACCIONES SUSCRITAS	VALOR CAPITAL SUSCRITO
---	-------------------------------

CAPITAL PAGADO	
No. DE ACCIONES	VALOR TOTAL
NÚMERO DE ACCIONES PAGADAS	VALOR DEL CAPITAL PAGADO

* ** ** ** ** *

ARTÍCULO 5. DERECHOS DERIVADOS DE CADA ACCIÓN.

Cada acción nominativa confiere los siguientes derechos a su propietario: a) El de deliberar y votar en la Asamblea de Accionistas de la Sociedad; b) El de percibir una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los beneficios sociales establecidos por los balances de fin de ejercicio; c) El de negociar las acciones con sujeción a la ley y a los estatutos; d) El de inspeccionar libremente los libros y papeles sociales, dentro de los cinco (5) días hábiles anteriores a la fecha en que deban aprobarse los

balances de fin de ejercicio, en los eventos previstos en el artículo 20 de la ley 1258 de 2008; y e) El de recibir, en caso de liquidación de la sociedad, una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los activos sociales, una vez pagado el pasivo externo de la sociedad.

CAPÍTULO III.

DIRECCIÓN, ADMINISTRACIÓN, REPRESENTACIÓN Y REVISORÍA FISCAL DE LA SOCIEDAD

ARTÍCULO 6. ÓRGANOS SOCIALES:

La dirección de la sociedad es ejercida por la Asamblea General de Accionistas o, de modificarse su composición accionaria en tal sentido y de conformidad con la ley, lo será por su único accionista. La administración y representación legal está a cargo del Representante legal.

ARTÍCULO 7. DIRECCIÓN DE LA SOCIEDAD: ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS.

La Asamblea se compone de los accionistas inscritos en el Libro de Registro de Acciones, o de sus representantes o mandatarios reunidos en el domicilio social o fuera de él, con el quórum y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. La asamblea ejerce las funciones previstas en el artículo 420 del Código de Comercio. La asamblea será convocada por el representante legal mediante comunicación escrita que incluirá el orden del día correspondiente a la reunión convocada, dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles. Para deliberar en cualquier tipo de reunión, se requerirá de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones suscritas. En cualquier tipo de reunión, la mayoría decisoria estará conformada por el voto favorable de un número singular o plural de accionistas que represente al menos la mitad más una de las acciones presentes. Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito.

ARTÍCULO 8. ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN LEGAL DE LA SOCIEDAD

La administración y representación legal de la sociedad está en cabeza del representante legal, **quien tendrá un suplente que podrá reemplazarlo en sus faltas absolutas, temporales o accidentales**

La representación legal puede ser ejercida por personas naturales o jurídicas, la Asamblea General de Accionistas, designará a los representantes legales por el período que libremente determine o en forma indefinida, si así lo dispone, y sin perjuicio de que los nombramientos sean revocados libremente en cualquier tiempo.

ARTÍCULO 9. FACULTADES DE LOS REPRESENTANTES LEGALES

Los representantes legales pueden celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y funcionamiento de la sociedad.

ARTÍCULO 10. REVISORÍA FISCAL.

La sociedad no tendrá Revisor Fiscal mientras no esté obligada por la Ley. De llegar a encontrarse en los supuestos legales que hacen obligatoria la provisión de dicho cargo, se procederá a la designación por parte de la asamblea general de accionistas, y su nombramiento se efectuará con posterioridad a la constitución de la sociedad.

CAPÍTULO IV

ESTADOS FINANCIEROS, RESERVAS Y DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES

ARTÍCULO 11. ESTADOS FINANCIEROS Y DERECHO DE INSPECCIÓN.

La sociedad tendrá ejercicios anuales y al fin de cada ejercicio social, el 31 de diciembre, la Sociedad deberá cortar sus cuentas y preparar y difundir estados financieros de propósito general de conformidad con las prescripciones legales y las normas de contabilidad establecidas, los cuales se someterán a la consideración de la Asamblea de Accionistas en su reunión ordinaria junto con los informes, proyectos y demás documentos exigidos por estos estatutos y la ley.

Tales estados, los libros y demás piezas justificativas de los informes del respectivo ejercicio, así como éstos, serán depositados en las oficinas de la sede principal de la administración, con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles al señalado para su aprobación.

ARTÍCULO 12. RESERVA LEGAL:

De las utilidades líquidas de cada ejercicio la sociedad destinará anualmente un diez por ciento (10%) para formar la reserva legal de la sociedad hasta completar por lo menos el cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito.

ARTÍCULO 13. UTILIDADES, RESERVAS Y DIVIDENDOS.

Aprobados los estados financieros de fin de ejercicio, la Asamblea de Accionistas procederá a distribuir las utilidades, disponiendo lo pertinente a reservas y dividendos. La repartición de dividendos se hará en proporción a la parte pagada del valor nominal de las acciones. El pago del dividendo se hará en efectivo, en las épocas que defina la Asamblea de Accionistas al decretarlo sin exceder de un año para el pago total; si así lo deciden los accionistas en Asamblea, podrá pagarse el dividendo en forma de acciones liberadas de la misma sociedad. En este último caso, no serán aplicables los artículos 155 y 455 del Código de Comercio.

CAPÍTULO V

DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

ARTÍCULO 14. CAUSALES DE DISOLUCIÓN.

La sociedad se disolverá ante la ocurrencia de cualquiera de las siguientes causales:

1. Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuera prorrogado mediante documento inscrito en el registro mercantil antes de su expiración.
2. Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social.
3. Por la iniciación del trámite de liquidación judicial.
4. Por las causales previstas en los estatutos.
5. Por la voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único.
6. Por orden de autoridad competente.
7. Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo de cincuenta por ciento del capital suscrito.

ARTÍCULO 15. LIQUIDACIÓN.

Llegado el caso de disolución de la sociedad, se procederá a la liquidación y distribución de los bienes de acuerdo con lo prescrito en la ley en relación con las sociedades de responsabilidad limitada.

ARTÍCULO 16. LIQUIDADOR.

Hará la liquidación la persona o personas designadas por la Asamblea de Accionistas. Si no se nombrara liquidador, tendrá carácter de tal del Representante Legal.

ARTÍCULO 17. SUJECIÓN A LAS NORMAS LEGALES.

En cuanto al desarrollo y término de la liquidación, el liquidador o los liquidadores se sujetarán a las normas legales vigentes en el momento de efectuarse la liquidación.

CAPÍTULO VI

RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

ARTÍCULO 18. ARBITRAMENTO.

Todas las diferencias que ocurran a los accionistas entre sí, o con la sociedad o sus administradores, en desarrollo del contrato social o del acto unilateral, incluida la impugnación de determinaciones de asamblea o junta directiva con fundamento en cualquiera de las causas legales, será resuelta por un tribunal arbitral compuesto por **2 Arbitros que decidirán en Derecho**, designados por el Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Bogotá. El tribunal sesionará en el Centro antes mencionado y se sujetará a las tarifas y reglas de procedimiento vigentes en él para el momento en que la solicitud de arbitraje sea presentada.

CAPÍTULO VII

REMISIÓN

ARTÍCULO 19. REMISIÓN NORMATIVA.

De conformidad con lo dispuesto en los artículos 4 del Código de Comercio y 45 de la ley 1258 de 2008, en lo no previsto en estos estatutos la sociedad se regirá por lo dispuesto en la ley 1258 de 2008; en su defecto, por lo dispuesto en las normas legales aplicables a las

sociedades anónimas; y en defecto de éstas, en cuanto no resulten contradictorias, por las disposiciones generales previstas en el Título I del libro Segundo del Código de Comercio.

CAPÍTULO VIII

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

ARTÍCULO 1. TRANSITORIO. NOMBRAMIENTOS.

Hasta cuando la Asamblea disponga lo contrario, sin perjuicio de las facultades de elección y remoción consagradas es estos estatutos, se hacen los siguientes nombramientos:

Representante Legal Principal
Se designa en este cargo a: JOHAN CAMILO SOTO BARENO , identificado con la Cédula de Ciudadanía No. 1024483810 de Bogotá D.C. .
La persona designada como Representante Legal Principal Estando presente acepta el cargo

Firmas:

JOHAN CAMILO SOTO BARENO

CC 1024483810

DIANA PATRICIA BARCALDO BUITRAGO

CC 1022345172

NORELIS ROSA HERNANDEZ PETRO

CC 1030521625

3.4.1 Registro Único tributario (RUT):

La Tienda Naturista Nueva Vida de realizar este trámite a través de la página de la DIAN (www.dian.gov.co) y para ello se necesita completar toda la información del formulario de inscripción, el documento de identificación del representante legal, documento que acredite la constitución de la sociedad y/o representación legal con

información vigente y documento con autenticación de firma, de quien ejerza la representación legal cuando se actúe a través de terceros.

3.4.2 Requisitos del registro mercantil:

Este trámite se debe realizar dentro de un mes después de la apertura de la Tienda Naturista Buena Vida, donde básicamente se necesita diligenciar el formulario de Registro Único Empresarial y Social RUES, que avala la matrícula como establecimiento comercial, en cualquier sede de la Cámara de Comercio de Bogotá, CADES o Supercades y adicional a esto, se deben cancelar los derechos de matrícula que liquidará el cajero con base en el valor de los activos vinculados a la Tienda Naturista Buena Vida declarado en el formulario.

Es importante consultar antes de hacer este registro la disponibilidad del nombre (Homonomia), consultar la actividad económica, consultar el uso de suelo y finalmente consultar todo lo referente a la marca.

3.4.3 Resolución de facturación DIAN:

El representante legal de la Tienda Naturista Buena Vida debe ingresar por el registro de la página de la DIAN y seleccionar ‘numeración de facturación’, asegurándose de que, para solicitar este trámite, se debe tener actualizado el RUT, especialmente en lo relacionado con nombre o razón social, dirección, responsabilidad para facturar y establecimientos de comercio. A partir de esto se debe autorizar los rangos donde se requiere registrar los datos de una cuenta bancaria del obligado a facturar para continuar con la solicitud y determinar la manera en que se emitirán las facturas.

3.4.4 Obligaciones de registro:

A través de la página de la Cámara de Comercio se puede verificar los tipos de documentos que aplican para la Tienda Naturista Nueva Vida, donde se descargan las plantillas correspondientes de los mismos para su diligenciamiento, además, cuando ya esté listo se debe enviar al abogado especializado que brinda este ente de control, para que de una retroalimentación y con las correcciones pertinentes se radiquen ante cualquier sede de esta institución.

3.4.5 Revisión técnica de seguridad (bomberos):

La Unidad Administrativa Especial Cuerpo Oficial de Bomberos de Bogotá es quien emite el concepto técnico de seguridad y protección contra incendios. Dependiendo de la magnitud y del nivel de riesgo del establecimiento, se debe cancelar el valor de la visita técnica o de la capacitación que realizará un Bombero, según sea el caso en una de las sedes del Banco de Occidente en la cuenta corriente No. 25604582-4 a nombre de Tesorería Distrital.

Después de realizar el pago, se solicita la capacitación, ya que, en nuestro caso, la Tienda Naturista Buena Vida no se constituye como un establecimiento de alto riesgo. Además, se necesita Certificado vigente de Cámara de Comercio y el valor a pagar es equivalente a dos salarios mínimos diarios legales vigentes por cada establecimiento. (\$41.100).

3.4.6 Normas sanitarias y de salud (secretaría de salud):

Resolución Sanitaria para Alimentos. Se refiere a todo producto natural artificial, elaborado o no, que ingerido aporta al organismo los nutrientes y la energía necesaria para el desarrollo de los procesos biológicos. Se incluyen también los alimentos obtenidos por sistemas de producción agropecuaria ecológica, así como: té, infusiones de hierbas, semillas, nueces y frutos secos, bebidas no alcohólicas y especias. (*asonatura, 2006*).

3.4.7 Normas de fabricación de alimentos y medicamentos (INVIMA):

Toda empresa que produzca o transforme alimentos, medicamentos, productos de Aseo, cosméticos y el transporte de los mismos, debe solicitar el registro de estos ante el INVIMA, Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos.

3.4.8 Impacto ambiental (secretaría de ambiente):

La ley novena de 1979 o “código sanitario nacional” establece que todos los establecimientos de comercio deben cumplir con unas condiciones sanitarias y de infraestructura mínimas para su funcionamiento a partir de la cual con el transcurrir del tiempo el estado colombiano ha establecido normas que complementan esta ley orgánica de acuerdo al tipo de establecimiento.

Con relación a las tiendas naturistas se han dictado Decretos y Resoluciones en aras de mejorar su funcionamiento, brindando requisitos mínimos que se deben cumplir en aspectos como el Recurso Humano, condiciones Higiénico Locativas y el manejo de los productos, para garantizar una adecuada prestación del servicio como lo describe la Resolución 126 de 2006 en la cual se establecen las condiciones esenciales para la apertura, funcionamiento y vigilancia y control sanitario de las tiendas naturistas. (*asonatura, 2006*)

3.4.8.1 Tienda Naturista.

Establecimiento sanitario que se dedica a vender al por menor para uso humano únicamente los siguientes productos: alimentos obtenidos por sistemas de producción agropecuaria ecológica que se encuentran debidamente empacados y etiquetados, así como: té, infusiones de hierbas, debidamente empacadas y etiquetadas, semilla, nueces y frutos secos debidamente empacadas y etiquetadas, productos cosméticos, productos Fito terapéuticos de venta libre y con fórmula médica, suplementos dietarios, medicamentos homeopáticos de venta libre y esencias florales y minerales. (Resolución 126 de 2009).

Para el adecuado funcionamiento de estos establecimientos Farmacéuticos se debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Recurso Humano.
- Condiciones Higiénico Locativas.
- Requisitos de las etiquetas, rotulo, envase y empaque de los productos que se permite comercializar en las Tiendas Naturistas.
- Procesos y procedimientos.
- Gestión integral de residuos
- Farmacovigilancia
- Documentación Legal
- Responsabilidad civil de las Tiendas Naturistas.

3.4.8.2 Recurso Humano

La Tienda Naturista debe estar bajo la responsabilidad de una persona cuya escolaridad mínima sea noveno grado de educación básica cursado y aprobado y con entrenamiento específico en el manejo de los productos permitidos en este tipo de establecimiento.

Los responsables de la venta en las tiendas naturistas en funcionamiento que no cuenten con escolaridad mínima exigida, podrán seguir desempeñándose; en todo caso, deberán cumplir con el entrenamiento específico. (*Resolución 126/2009*).

De igual manera el personal que labora en estos establecimientos debe estar vinculado al Sistema General de Seguridad Social en Salud (*EPS, Pensiones y ARP Ley 10/1990, Ley 100/1993 y Decreto 1295/1994*).

3.4.8.3 Condiciones Higiénico Locativas.

Son las condiciones mínimas de infraestructura con las que debe contar el local para un buen funcionamiento. (*Resolución 126/2009 y Ley 9/1979*)

3.4.8.4 Aviso exterior

La tienda naturista debe contar con un aviso exterior visible al público en el cual manifieste la razón social, esta debe coincidir con la información escrita en el certificado mercantil expedido por la cámara de comercio y con el objeto social.

3.4.8.5 El Local

El área debe ser proporcional al volumen de productos que se manejan con el fin de brindar un adecuado almacenamiento de los mismos y al personal que labora de tal forma que facilite el desplazamiento en su interior. Debe disponer de áreas independientes que

permitan el desarrollo de las actividades propias del establecimiento y se restringirá la circulación de personas ajenas al funcionamiento del mismo. El local debe ser totalmente independiente de cualquier otro establecimiento o sitio de vivienda. La iluminación debe ser suficiente de tal forma que permita identificar fácil y correctamente los productos. Las instalaciones deben contar con buena ventilación, ya sea natural o artificial, manteniendo las condiciones que permitan un correcto almacenamiento, la conservación de la calidad y protección de los productos. Las instalaciones eléctricas deben estar canalizadas y en buen estado para evitar cortocircuitos que generen incendios y den un buen aspecto y presentación al local. El establecimiento debe contar con unidad sanitaria completa y funcionando la cual lo componen el lavamanos, sanitario, lava traperos y agua potable permanente. Cuando las tiendas se encuentren en centros comerciales, las unidades que le sirva a dichos centros servirán para la Tienda Naturista. Los pisos deben estar en buen estado, uniformes y ser de fácil limpieza e impermeables, las paredes y techos deben estar pintadas, en buen estado y de fácil limpieza. El establecimiento debe permanecer organizado, limpio, con estanterías en buen estado y libre de elementos ajenos a su normal funcionamiento. Contar con extintor y señalización preventiva como “este sitio está libre de humo de tabaco”

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Objetivos del estudio Técnico

ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO

Nuestra tienda ofrecerá productos terminados, los cuales son a base de productos naturales y están regulados por todos los entes que certifican su comercialización.

Cada uno de los productos tendrá las especificaciones que se verán reflejadas en sus etiquetas, en estas estarán su forma de uso, contenido y componentes.

Esta clase de productos cada vez va ocupando una mejor ubicación entre la medicina a base de fármacos, lo que genera para muchos países y empresarios que gozan de estas variedades de vegetales y plantas, muchas ganancias y prestigio. El boom de la salud en los últimos años y la onda naturista ha hecho que muchas personas y empresas privadas vuelquen sus ojos hacia productos que pueden ser rentables en términos de mercado, esto es lo que denominamos "el auge de los productos naturales"

Los productos naturales son compuestos formados esencialmente por carbono, obtenidos de fuentes naturales (flora, fauna, tierra, etc.) y que generalmente poseen muy diversas e interesantes propiedades.

4.1.1 Requisitos de las etiquetas, rotulo, envase y empaque de los productos que se permite comercializar en las Tiendas Naturistas.

Los productos permitidos para comercializar en tiendas naturistas son: Alimentos, productos cosméticos, productos fitoterapéuticos de venta libre, suplementos dietarios, medicamentos homeopáticos de venta libre y esencias florales y minerales. (*Resolución 126/2009*)

4.1.2 Producto Fitoterapéutico Medicinal (PFM).

Es el producto fitoterapéutico elaborado a partir de material de la planta medicinal, o preparados de la misma, a la cual se le ha comprobado actividad terapéutica y seguridad

farmacológica y que está incluido en las normas farmacológicas colombianas vigentes. Su administración se realiza para indicaciones o uso terapéutico definido y se utiliza para la prevención, alivio, diagnóstico, tratamiento, curación o rehabilitación de la enfermedad. *(Decreto 2266/2004).*

4.1.3 Requisitos que debe tener el Productos Fitoterapéutico Medicinal en etiqueta, rotulo, envase y empaque.

Cuando por su naturaleza, los productos fitoterapéuticos lo requieran, el envase se protegerá de la acción de la luz, la humedad y otros agentes atmosféricos o físicos.

Los envases de los productos fitoterapéuticos deben estar protegidos en su tapa por un sistema de seguridad que se rompa al abrirlos. Se exceptúan los envases de los productos naturales que por su naturaleza no necesitan de dicho sistema.

Las etiquetas y empaques de las preparaciones farmacéuticas con base en plantas medicinales deberán contener la siguiente información:

- a) Nombre del producto o marca registrada si la hubiere;
- b) Nombre común y científico del material vegetal;
- c) Forma farmacéutica;
- d) Composición cualitativa y expresión cuantitativa en peso del material vegetal utilizado, usando el sistema centesimal según forma farmacéutica los componentes en porcentual;

- e) Contenido neto en el envase;
- f) Usos terapéuticos autorizados, exceptuando aquellos productos de venta con fórmula médica
- g) Número de registro sanitario;
- h) Posología, si la condición de venta es sin fórmula médica;
- i) Condiciones de almacenamiento y fecha de vencimiento;
- j) Número de lote;
- k) Establecimiento fabricante y domicilio;
- i) director técnico;
- m) Contraindicaciones y advertencias;
- n) Condición de venta; o) Leyendas: "Manténgase fuera del alcance de los niños". "Si los síntomas persisten, consulte a su médico". (Si la condición de venta del producto es sin fórmula médica), "No consumir dosis superiores a las indicadas". Usar bajo supervisión médica durante el embarazo y lactancia";

En el caso de productos importados, la información indicada anteriormente deberá estar en idioma español. Además, deberá incluirse el nombre del importador y domicilio y aplica igualmente la prohibición de colocar las indicaciones del producto previsto en el párrafo primero. En las etiquetas del material de envase y empaque no se admiten dibujos o figuras que induzcan al consumo irracional de estos productos.

4.1.4. Productos Cosméticos.

Producto cosmético es toda sustancia o formulación de aplicación local a ser usada en las diversas partes superficiales del cuerpo humano: epidermis, sistema piloso y capilar, uñas, labios y órganos genitales externos o en los dientes y las mucosas bucales, con el fin de limpiarlos, perfumarlos, modificar su aspecto y protegerlos o mantenerlos en buen estado y prevenir o corregir los olores corporales. (*Decreto 219/1998*).

4.1.5. Requisitos que debe tener los Productos Cosméticos en etiqueta, rotulo, envase y empaque.

En el texto de los envases y empaques de los productos cosméticos deben figurar con caracteres indelebles, fácilmente legibles y visibles, las siguientes menciones:

- a) Nombre o razón social del fabricante y del responsable de la comercialización del producto cosmético en Colombia. Podrán utilizarse abreviaturas siempre y cuando pueda identificarse fácilmente la empresa. Deberá indicarse la ciudad y el país de origen;
- b) El contenido nominal en peso o en volumen;
- c) La lista de ingredientes en orden ponderal decreciente. Esta lista estará precedida de la palabra "ingredientes" y se exigirá cuando la normativa internacional así lo establezca;
- d) El número de lote o la referencia que permita la identificación de la fabricación;
- e) Las precauciones particulares de empleo establecidas en las normas internacionales sobre sustancias o ingredientes, las restricciones o condiciones de uso establecidas por las

instituciones u organizaciones reconocidas en el presente decreto, las que deben figurar en el envase primario, en el empaque o en un inserto o prospecto que incorpore el fabricante;

f) Número del registro sanitario. En los envases o empaques de los productos que se expenden en forma individual, en los que no sea posible colocar todos los requisitos previstos en este artículo, deberá figurar como mínimo el nombre del producto, el número del registro sanitario, el contenido nominal, el número de lote y las sustancias que impliquen riesgo sanitario.

4.1.6. Idioma de las etiquetas y empaques:

Las frases explicativas que figuren en los envases o empaques deberán aparecer en idioma castellano. En el caso de los productos importados, deberá aparecer la traducción a este idioma, del modo de empleo y de las precauciones particulares, si las hubiere, como mínimo.

4.1.7. Alimento

Es Todo producto natural o artificial, elaborado o no, que ingerido aporta al organismo humano los nutrientes y la energía necesarios para el desarrollo de los procesos biológicos. Quedan incluidas en la presente definición las bebidas no alcohólicas, y aquellas sustancias con que se sazonan algunos comestibles y que se conocen con el nombre genérico de especias (*Decreto 3075/1997 y NTC 512-1*).

4.1.8. Requisitos que deben tener los alimentos en etiqueta, rotulo, envase y empaque

La información que debe contener es:

- Nombre del alimento
- Registro Sanitario
- Ingredientes y aditivos, los cuales deberán identificarse con nombre genérico y específico
- Contenido neto
- Nombre y dirección del fabricante
- País de origen o la leyenda industria colombiana
- Identificación del lote
- Fecha de vencimiento
- Instrucciones para la conservación

4.1.9. Suplemento dietario. (SD)

Es aquel producto cuyo propósito es adicionar la dieta normal y que es fuente concentrada de nutrientes y otras sustancias con efecto fisiológico o nutricional que puede contener vitaminas, minerales, proteínas, aminoácidos, otros nutrientes y derivados de nutrientes, plantas, concentrados y extractos de plantas solas o en combinación (*Decreto 3249/2006*).

4.1.10. Requisitos que debe tener los suplementos dietarios en etiqueta, rotulo, envase y empaque.

Los suplementos dietarios deben contar con los siguientes requisitos: Estar fabricado con materiales que no produzcan reacción física o química con el producto y que no alteren su potencia, calidad y pureza. Corresponder a las especificaciones del fabricante. Tener una forma que no genere una impresión errónea respecto de la naturaleza del producto.

Requisitos del rotulado o etiquetado: Los rótulos o etiquetas de los suplementos dietarios deberán cumplir con los siguientes requisitos:

1. El rótulo o etiqueta debe contener información veraz respecto a la naturaleza del producto.
2. No deberán describirse, ni presentarse empleando palabras, ilustraciones u otras representaciones gráficas que puedan dar lugar a apreciaciones falsas sobre la naturaleza, origen, composición o calidad del producto.
3. Información del rotulado o etiquetado. El envase o empaque de los suplementos dietarios, deberá tener un rótulo o etiqueta que contenga como mínimo, la siguiente información:

Nombre y/o marca del producto: se deberá utilizar una que no induzca a error o engaño al consumidor. Estos productos no se podrán rotular y/o etiquetar como alimentos, medicamentos, productos fitoterapéuticos, o como preparaciones farmacéuticas a base de productos naturales o bebidas alcohólicas.

Legendas: Deben incluir las siguientes:

a) “ESTE PRODUCTO NO SIRVE PARA EL DIAGNOSTICO, TRATAMIENTO, CURA O PREVENCION DE ALGUNA ENFERMEDAD Y NO SUPLE UNA ALIMENTACION EQUILIBRADA”;

b) En el caso de que un producto contenga alguna de las sustancias prohibidas en el deporte, de acuerdo al listado vigente de la Agencia Mundial Antidopaje, deberá incluir la leyenda “ESTE PRODUCTO CONTIENE SUSTANCIAS PROHIBIDAS EN EL DEPORTE”

c) “MANTENGA SE FUERA DEL ALCANCE DE LOS NIÑOS”

d) Para productos nacionales se deberá llevar la leyenda: “Industria Colombiana” o “Hecho en Colombia”; “Elaborado en Colombia” o similares; “Fabricado por o envasado por...”;

f) En el rótulo y/o etiqueta de los suplementos dietarios que contengan sustancias alergenas o que causen hipersensibilidad como cereales que contienen trigo, avena, centeno, gluten, soja (soya) y sus derivados, crustáceos y sus derivados, pescados y sus derivados, se debe incluir la leyenda: “PUEDE CAUSAR HIPERSENSIBILIDAD”;

g) Los suplementos dietarios que contengan tartrazina o FDC amarillo número cinco, deberán indicar que contienen este colorante e incluir la leyenda: “PUEDE CAUSAR HIPERSENSIBILIDAD”;

h) deberán exhibirse en forma visible, en idioma castellano, en forma legible, del mismo tamaño de la letra de la declaración autorizada, en letra mayúscula y con un color que contraste con el color del fondo de la etiqueta.

4.1.11. Listado de ingredientes.

4.1.11.1. Composición Nutricional: Deberán incluirse los nutrientes con nombre y cantidad por unidad de medida y con porcentaje del valor diario recomendado cuando sea del caso y tamaño de la porción y porciones por envase.

4.1.11.2. Nombre y domicilio: deberá indicarse el nombre o razón social y domicilio del fabricante. En los productos importados se deberá precisar además de lo anterior, el nombre o razón social y el domicilio del importador del producto.

4.1.11.3. Identificación del lote y fecha de vencimiento.

4.1.11.4. Condiciones de almacenamiento.

4.1.11.5. Modo de uso: Es la dosis diaria recomendada para población adulta y recomendaciones para grupos poblacionales cuando sea el caso.

4.1.11.6. Registro Sanitario.

4.1.11.7. Declaraciones, cuando sean del caso.

4.1.11.8. Advertencias cuando sean del caso, Idioma. En los productos importados, se aceptará el rótulo como venga del país de origen siempre y cuando tenga las leyendas obligatorias. Podrá utilizarse un rótulo adicional a este, que contenga el nombre y domicilio del importador, lista de ingredientes, condiciones de almacenamiento, modo de uso, advertencias. Número de registro sanitario, fecha de vencimiento y las leyendas obligatorias podrán incluirse en un rótulo adicional adherido al empaque.

4.1.12. Presentación de la información.

La información en el rotulado o etiquetado de los suplementos dietarios se presentará de la siguiente forma:

4.1.12.1. Las etiquetas que se adhieran a los suplementos dietarios, deberán aplicarse de manera que no se puedan remover o separar fácilmente del envase.

4.1.12.2. Los datos que deben aparecer en el rótulo o etiqueta, en virtud de la presente reglamentación deberán indicarse con caracteres claros, bien visibles, indelebles y fáciles de leer por el consumidor en circunstancias normales de compra y uso.

4.1.13. Medicamento Homeopático. (MH)

Es el preparado farmacéutico obtenido por técnicas homeopáticas, conforme a las reglas descritas en las farmacopeas oficiales aceptadas en el país, con el objeto de prevenir la enfermedad, aliviar, curar, tratar y/o rehabilitar un paciente. Los envases, rótulos, etiquetas y empaques hacen parte integral del medicamento, por cuanto estos garantizan su calidad, estabilidad y uso adecuado. *(Decreto 3554/2004)*.

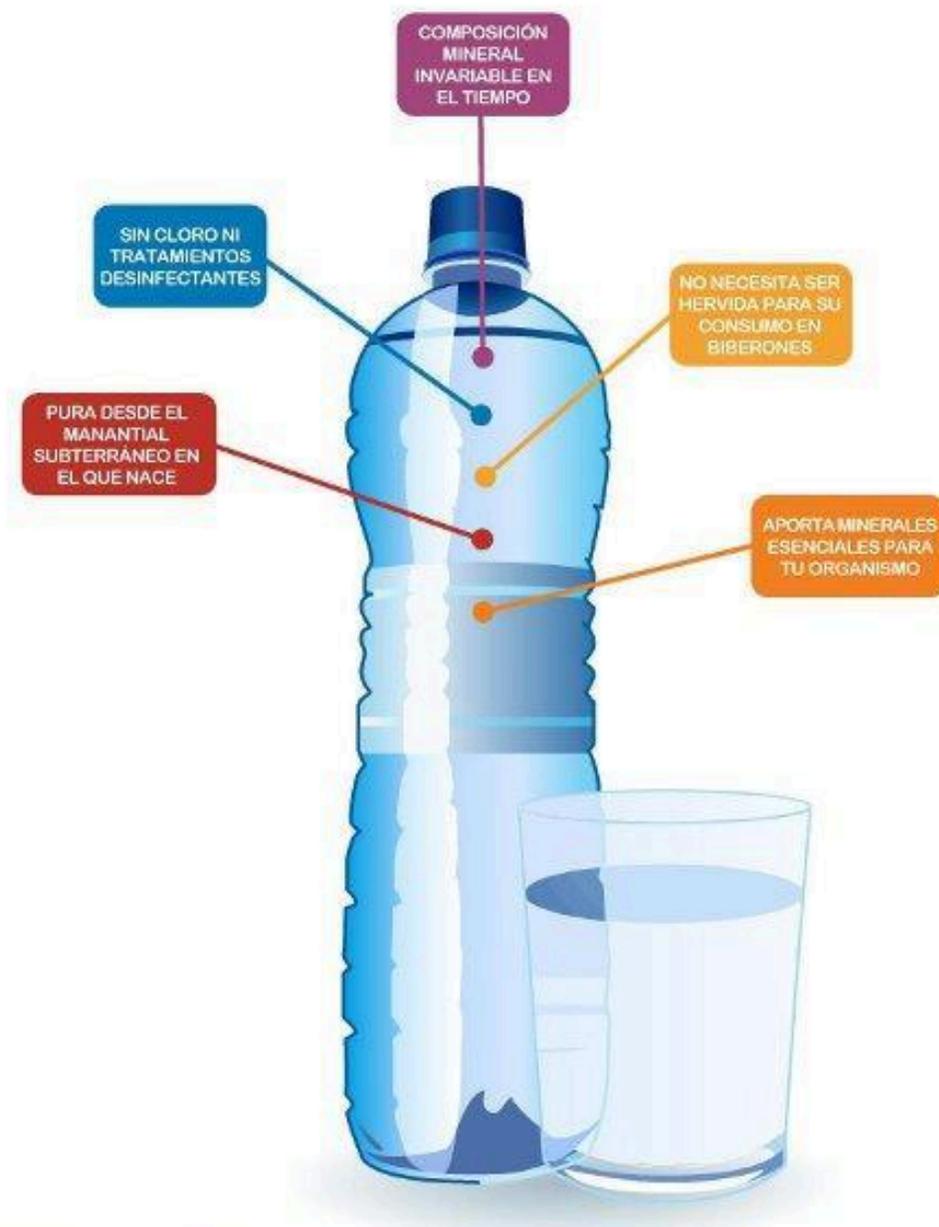
4.1.14. Esencias Florales y Minerales.

Estos productos no se encuentran normalizados, pero deben contar con una información mínima en su etiqueta la cual es:

- a. Laboratorio fabricante y su ubicación.
- b. Número de lote. c. No deben contener usos terapéuticos o indicaciones terapéuticas.

4.2 Ficha técnica del Producto (B/S)

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO	
NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO: Productos Naturales Tienda Buena Vida	
FOTOGRAFIA DEL PRODUCTO	DESCRIPCION DEL PRODUCTO
	<p>Productos naturales variados</p>
	<p>MATERIA PRIMA/INSUMOS: Producto terminado</p>
	<p>COLOR: Según referencia</p>
	<p>MEDIDA MILIMETRICA: Sujeto a empaque</p>
	<p>PESO: Proporcional al producto</p>
	<p>PRECIO DE VENTA: Varía según referencia</p>
	<p>FORMA: No aplica</p>
<p>MODELO: Sujeto a referencia</p>	
<p>A QUE TIPO DE USUARIO VA DIRIGIDO: Jovenes y adultos</p>	
CONDICIONES DE USO ALMACENAMIENTO Y EMPAQUE	
<p>CONDICIONES DE USO</p>	<p>No reemplaza las comidas principales, es un suplemento de alimentacion balanceada.</p>
<p>CONDICIONES DE ALMACENAMIENTO</p>	<p>Mantener en un lugar fresco y seco</p>
<p>CARACTERISTICAS DEL EMPAQUE</p>	<p>Sujeto a referencia.</p>



4.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE SERVICIO

Procesos y Procedimientos: Según lo dispuesto en la Resolución 126 de 2009, las tiendas naturistas deben implementar los procesos de recepción y almacenamiento de productos establecidos por la Resolución 1403 de 2007 (*Modelo de gestión del Servicio*

Farmacéutico), con el fin de garantizar que los productos que se comercializan, se almacenen en condiciones óptimas y sean adquiridos a proveedores legalmente constituidos.

En este paso veremos cómo llegan los productos a los clientes siendo nuestra tienda el canal de comercialización.

TIENDA NATURISTA BUENA VIDA, es una tienda ubicada en la ciudad de Bogotá localidad chapinero que comercializara una extensa variedad de productos naturales de las mejores marcas, principalmente productos naturales orientados a la salud, vitaminas, minerales y suplementos alimenticios, esencias florales, productos homeopáticos, y cosméticos naturales.

TIENDA NATURISTA BUENA VIDA orienta el servicio al bienestar de todos sus clientes en las áreas de salud, belleza y nutrición garantizando que todos los productos provienen de los mejores laboratorios y de esta forma satisfacer las necesidades presentadas por nuestros clientes.



4.3.1. Proceso De Recepción

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

4.3.2. Recepción administrativa

Se verificarán las especificaciones administrativas del pedido que acaba de llegar, para ello se tendrá en cuenta:

- Factura del proveedor.
- Orden de compra.
- Pedido que llega.

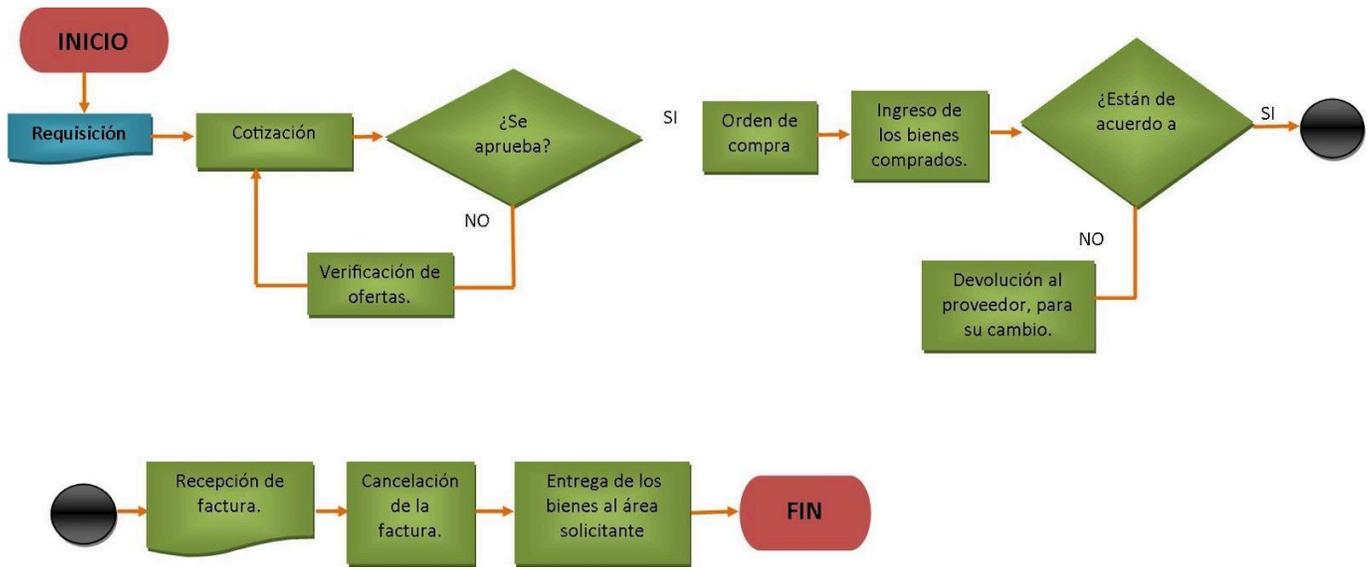
Se verificará:

- Que el producto pedido si corresponda al que llega físicamente y en la factura.
- Que la forma farmacéutica sea la solicitada.
- El valor unitario corresponda al de la orden de compra.
- El valor total este bien calculado (por producto y total de la factura).
- La fecha de entrega debe coincidir con la fecha pactada.
- Las cantidades deben coincidir: cantidad física vs. cantidad facturada y orden de compra.

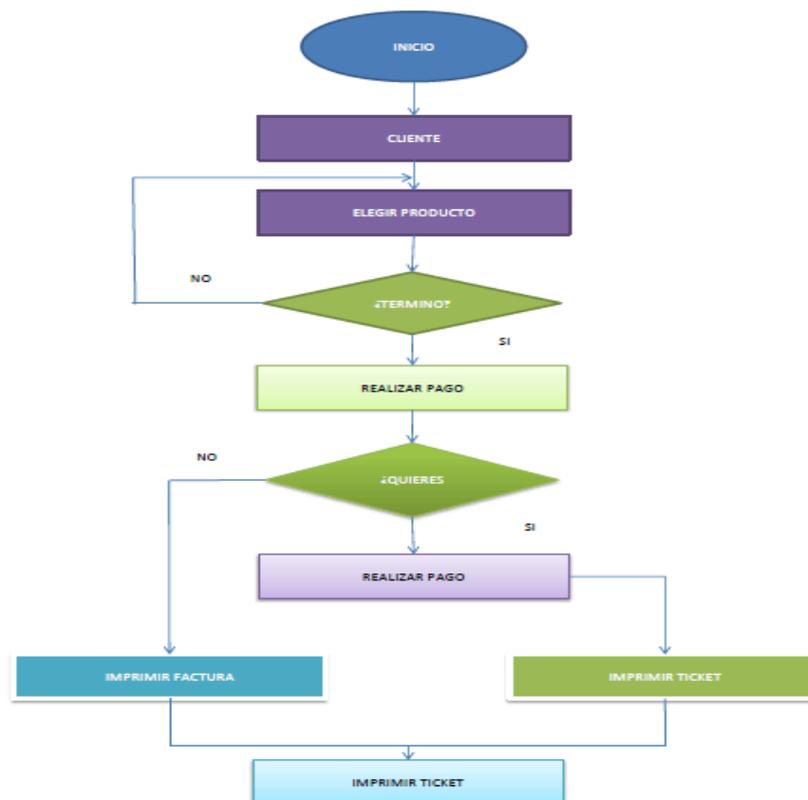
4.3.3. RECEPCION TÉCNICA: Se refiere a las características de calidad del producto (almacenamiento, transporte y fabricación).

4.3.4. DIAGRAMA FLUJO DE PROCESOS:

VENTA:



COMPRA:



4.4. REQUERIMIENTOS Y NECESIDADES:

Los productos naturales que se venderán se relacionan con aquellas preparaciones cuya base se encuentra en recursos naturales y plantas medicinales, entre ellos encontramos:

- Preparaciones farmacéuticas
- Medicamentos
- Cosméticos
- Alimentos y complementos alimenticios

CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA

Los cambios tecnológicos afectan directamente la forma en que se pueden realizar negocios, pues impactan directamente en las estrategias de marketing. Los avances en comunicaciones hacen que la empresa se replantee los elementos con los que dispone para aprovecharlos a nuestro favor. Internet, abre una brecha importante que puede ser altamente explotable para beneficio de la empresa y para enriquecer nuestras metas.

Internet es una tecnología con la cual buscamos mejorar la eficiencia y la eficacia en la idea de negocio beneficiándonos directamente al aprovecharla satisfaciendo las necesidades de consumo de nuestros clientes.

4.4.1. INFRAESTRUCTURA:

PROCESO DE ALMACENAMIENTO

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

4.4.2.1. Área administrativa: Es el espacio en el cual el director del establecimiento desempeña sus labores administrativas.

4.4.2.2. Área de recepción: Este espacio es dedicado exclusivamente para colocar los pedidos hechos al proveedor al momento de su llegada, mientras se somete al proceso de recepción. Estos productos no serán comercializados hasta no realizarles el proceso de recepción, en esta área se debe contar con estibas suficientes para ubicar en estas los productos farmacéuticos, evitando el contacto directo con el piso.

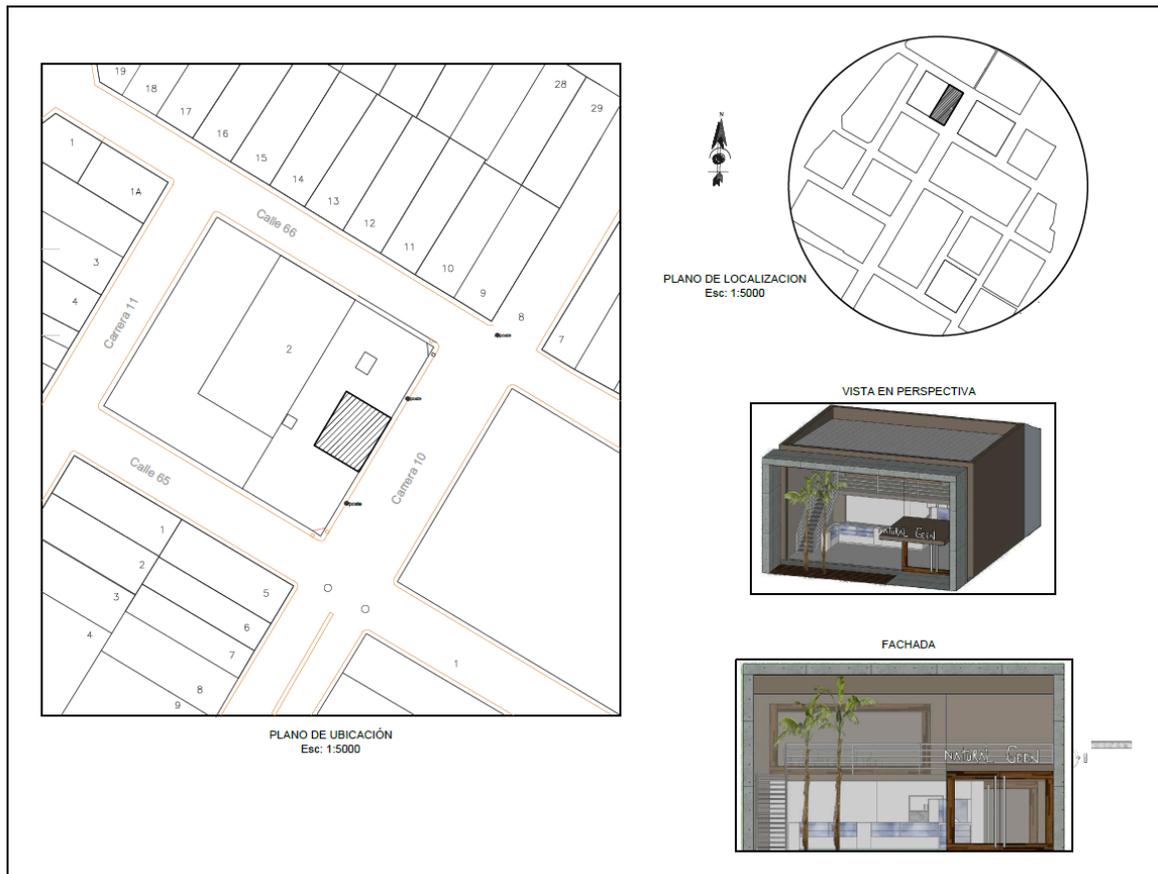
4.4.2.3. Área de cuarentena: Esta debe ser un área debidamente señalizada y diferenciada para almacenar productos farmacéuticos que no pueden ser distribuidos ya que no cumplieron con algún requisito en el proceso de recepción, devoluciones al proveedor por pronto vencimiento, averías entre otros, nunca vencidos.

SEÑALIZACION DE AREAS:

AREA	COLOR
RECEPCION	VERDE
ALMACENAMIENTO	AMARILLO
CUARENTENA	NARANJA
CADENA DE FRIO	AZUL
ADMINISTRATIVA	VINOTINTO
AVERIAS	NEGRO
DESECHOS SOLIDOS	ROJO RAYADO



4.4.3. EQUIPO E INSTALACIONES



Para nosotros es muy importante tener equipos e instalaciones que garanticen el cumplimiento de las exigencias tanto de clientes como las requeridas legalmente, es por eso que nuestra empresa estará regida de acuerdo a la resolución número 000126 DE 2009 expedida por el Ministerio de Salud y Protección Social para tiendas naturistas se ha establecido:

- ✓ Zona de embalajes completos: En este espacio se ubican los productos farmacéuticos que por su cantidad vienen en embalajes completos, es decir, cajas completas, esta área debe estar dotada de estibas suficientes.

- ✓ Zona de estanterías: Espacio en el cual se ubican los estantes en los cuales se almacenan los productos que no están por embalaje completo, es decir los productos listos para su comercialización al detal.
- ✓ Zona de Refrigeración (cadena de frio): Sitio en el cual se ubican los productos que requieren refrigeración, para esto se debe disponer de una nevera, la cual es exclusiva para almacenar productos y garantizando temperaturas entre 2°C y 8°C.

4.5 PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el momento en el cual las utilidades acumuladas son iguales al capital invertido es decir se recupera la inversión inicial. Es cuando se generan utilidades libres lo que se convierte en ganancia. Se puede expresar en número de productos vendidos o en pesos, también en tiempo.

Para calcular el punto de equilibrio, se tomaron todos los gastos en los cuales se incurrirá. Para determinar los costos fijos y los costos variables o directos.

En los costos fijos, o indirectos se consideraron todos los gastos de nómina, los gastos de administración y otros gastos generales.

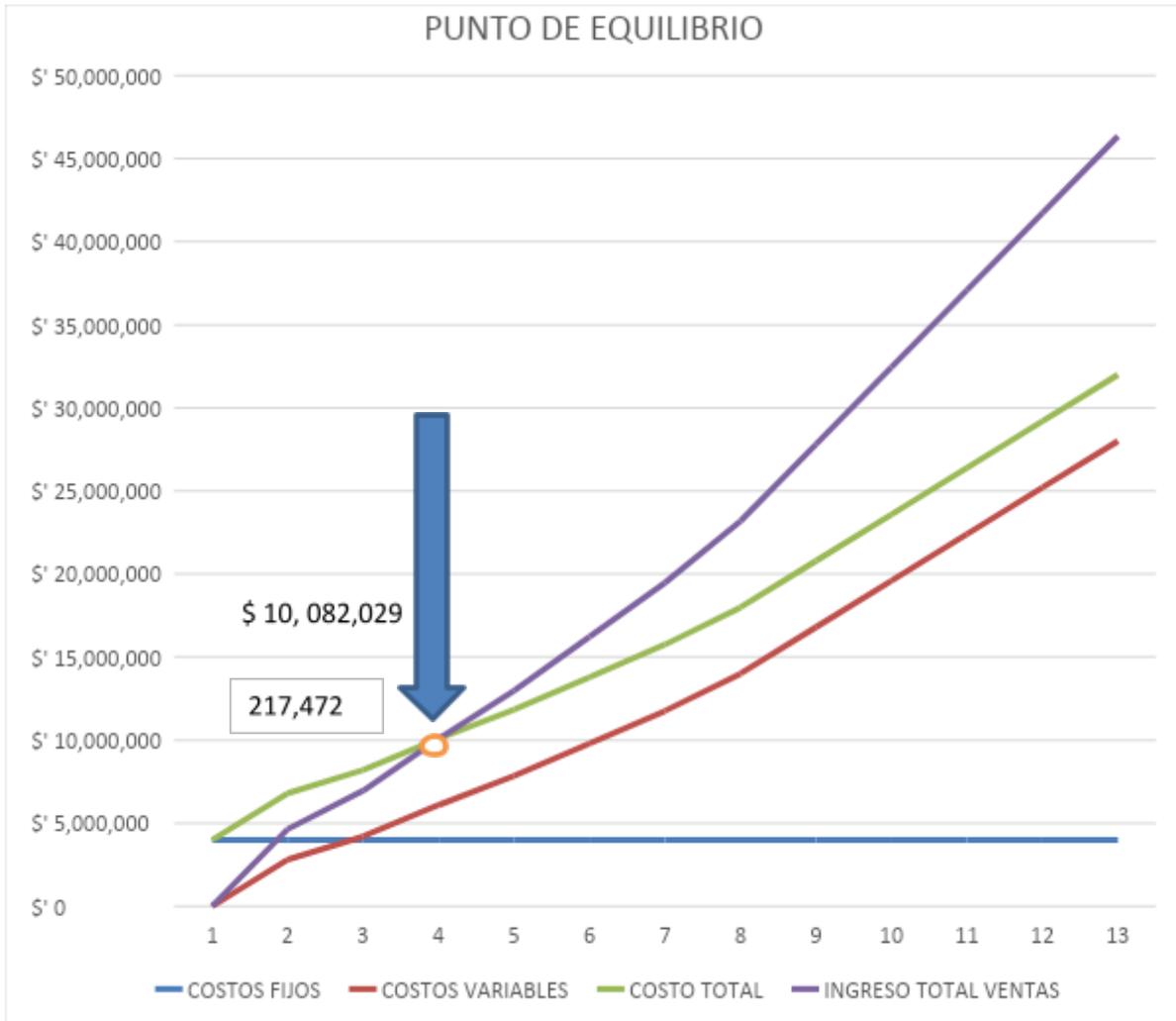
Para poder calcular este punto se hizo uso de la siguiente formula:

$$Punto\ de\ Equilibrio = \frac{Costos\ Fijos}{Precio\ Venta\ Unitario - Costos\ variables}$$

COSTOS FIJOS	Gasto Mensual
Excedente diario (PROV. IMPREVISTOS)	\$ 100.000
Arrendamiento	\$ 1.000.000
Servicios públicos	\$ 395.000
Publicidad y propaganda	\$ 20.000
Gastos diversos	\$ 50.000
Gastos totales de Nomina	\$ 2.427.797
Total costos fijos	\$ 3.992.797

COSTOS VARIABLES	GASTOS
Publicidad y propaganda	\$240.000
Gastos diversos	\$600.000
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$840.000
TOTAL COSTOS VARIABLES MENSUALES	\$28.000

COSTOS FIJOS		CF	\$ 3.992.797
PRECIO VALOR UNITARIO		CVU	\$ 46.360
COSTOS VARIABLES		CV	\$ 28.000
		UNIDADES	217,47260
		\$ 18.360	
CANTIDAD_ UNIDADES(CU)	$COSF/(CVU-CV)=$	217,5	
COSTO VARIABLE	$CU*CV =$	\$ 6.089.232,90	
COSTO DE VENTA TOTAL	$CU*CVU =$	\$ 10.082.029,90	
Comprobar unidades x precio de venta		CVU X U	\$ 0.082.029,90



4.5.1.1. PLAN DE COMPRAS

Identificación de proveedores y cotizaciones. Para que la empresa tenga un inicio de actividades productivas es necesario prestarle suma atención a este punto.

Lo que se busca con estos criterios es identificar los proveedores adecuados para nuestra empresa naturista, facilitando así el proceso de selección del tipo de materia prima que debemos utilizar en el proceso de producción de nuestros productos naturales.

Nosotros identificaremos a varios proveedores, a quienes realizaremos una evaluación exhaustiva con el fin de corroborar que cumplan con los requerimientos que exige la ley y con lo que necesitamos para nuestra compañía. También, contaremos con varios proveedores para no depender de uno solo, evitando problemas en el área de producción.

Compras. En este punto tendremos a una persona encargada del manejo de cada proceso de compra, pues de esto depende que la empresa surja y no presente inconvenientes a futuro. Este jefe de compras tendrá como responsabilidades:

- a) Solicitar e imprimir los inventarios de cierre oportunamente.
- b) Actualizar cuadros de generación de pedidos y enviarlos al jefe de Planificación de la planta de producción.
- c) Es obligación del jefe de compras, asegurarse de que una proforma no demore más de un día hábil para ser recibida.
- d) Solicitar pago para proveedores con los cuales no se posea crédito y asegurarse de que este sea enviado oportunamente.
- e) Archivar toda la documentación que respalde la comunicación con el proveedor y el solicitante del producto hasta que el pedido quede confirmado. Así como de toda la comunicación hasta que este sea despachado.

Para el desarrollo de actividades y beneficios para nuestra empresa, se desarrollarán los procesos de compra de esta manera:

- Confirmación cada inicio de mes la digitación del inventario de cierre del mes anterior.

- Impresión de inventarios.
- Obtención del inventario impreso.
- Traslado de datos de inventario a cuadros de generación de pedidos en Excel.
- Actualización de información de pedidos en camino en cuadros de generación de pedidos.
- Envíos de cuadro de generación de pedidos al jefe de planificación de producción.
- Apertura del nuevo pedido en el libro de pedidos.
- Solicitud de pago.
- Informar al proveedor de la fecha de pago.
- Registros.

4.5.1.2. MANEJO DE INVENTARIOS

A continuación, se desarrollarán las características propias del canal tiendas naturistas teniendo en cuenta la investigación realizada. Las estrategias presentadas a continuación obedecen al diseño del canal, permitiendo sugerir a modo de conclusión, un modelo de que permita la interacción directa con mercado.

Las tiendas naturistas son la mejor opción de negocio a partir de:

1. El canal se especializa en la comercialización de productos de origen natural.

2. Los consumidores acuden al canal tiendas naturistas y no a otros como supermercados, tiendas de barrio, autoservicios, entre otros, en busca de alimentos saludables y naturales.
3. Es un canal abierto a explorar nuevas propuestas de productos para ofrecer a sus consumidores.
4. El vendedor sugerirá la compra de productos cumpliendo una función de asesor-impulsador de la venta, a diferencia de otros canales en donde el cliente influenciado por fuertes campañas de posicionamiento de marca, exige un determinado producto. Esto representa una gran oportunidad de entrar más fácilmente al mercado.
5. Es un canal poco explorado por grandes compañías de consumo masivo lo que permite desarrollar de una mejor forma la gestión de ventas, estrategias de posicionamiento y distribución, debido a la poca probable posibilidad de encontrar grandes distribuidores y empresas ofertando sus productos.

4.5.1.3. Definición de catálogo de productos.

La principal ventaja de un Producto Natural, es decir los alimentos, medicamentos, cosméticos elaborados con materias de origen vegetal, es que no producen efectos secundarios debido a que no acumulan toxinas y/o químicos que a futuro puedan afectar la salud del consumidor, Millones de personas alrededor del mundo están comprobando el poder curativo de las plantas medicinales y su alta eficacia en el tratamiento de enfermedades, convirtiéndose así en una excelente alternativa económica, sana y natural para el cuidado de la salud, Razón por la cual a continuación se muestran cuatro categorías

donde se relacionan los productos que se decidió hacer parte del portafolio de productos con los que se pretende penetrar el mercado debido a factores como: interés de compra, dificultades de empaque, transporte, almacenamiento y comercialización:

❖ COSMETICOS NATURALES

- Aceites
- Cremas naturales
- Filtro solar
- Jabón natural
- Loción de extracto natural
- Shampoo



❖ ALIMENTOS

- Granulados
- Hojas e infusiones



❖ SUPLEMENTOS DIETARIOS

- Capsulas
- Extractos compuestos
- Extractos gotas
- Jarabes
- Perlas
- Tabletas



Tienda Naturista Buena Vida, implementa un riguroso proceso de selección de materias primas, basado en Buenas Prácticas de Manufactura y sobre el marco de normas legales que exige INVIMA como entidad reguladora. Garantizando la Salud Pública en Colombia,

ejerciendo inspección, vigilancia y control sanitario de carácter técnico-científico sobre los asuntos de su competencia: Controlar y vigilar la calidad y seguridad de los productos establecidos en el artículo 245 de la Ley 100 de 1993, y en las demás normas pertinentes, durante todas las actividades asociadas con su producción, importación, comercialización y consumo. (*Invima, 2015*)

5. ESTUDIO FINANCIERO

El Plan Financiero de la tienda tiene como objetivo principal analizar la viabilidad y factibilidad del proyecto. Para esto se analizarán las inversiones necesarias para la puesta en marcha del proyecto, así como las utilidades generadas por el mismo, teniendo en cuenta los costos y las ventas.

En la gráfica superior observamos que el punto de equilibrio lo tendremos en el mes 13 de estar en funcionamiento la empresa donde nuestros ingresos pueden suplir las necesidades de los costos totales.

PRINCIPALES SUPUESTOS:

Los supuestos están asociados a las inversiones, los costos, gastos y presupuestos inherentes al negocio, que permitirán visualizar de forma exacta cuales son las necesidades de financiamiento, que a la postre permitirán la construcción de los estados financieros y sus proyecciones.

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS:

Para poner en marcha la tienda, es necesario adquirir algunos activos, tales como equipos de oficina e implementos de menaje para la tienda, A continuación, se muestra una tabla resumen de las inversiones que se deben realizar en activos fijos.

INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS:

Para apoyar el inicio de la tienda, es necesario realizar unos gastos asociados a la constitución e inscripción de la misma en las diferentes entidades que regulan la actividad económica y operación de buena vida.

CONCEPTO	VALOR
Verificar nombre en CCB	\$ 2.153
Matricula CCB	\$ 700.932
Inscripción de libros contables	\$ 22.611
Formularios	\$ 3.122
Bomberos	\$ 2.092
Sayco y Acinpro	\$ 64.602
TOTAL INVERSION	\$ 2.886.381

OTROS GASTOS

- ❖ Gastos aseo y papelería: Son aquellos gastos que corresponden a los suministros de aseo, desechables, comedor y papelería.
- ❖ Servicios: Estos gastos corresponden a la luz, agua, gas y demás servicios públicos.
- ❖ Arriendo: Correspondiente al arriendo de todo el local.

5.1. INGRESOS

En la inversión inicial del proyecto se tiene en cuenta los valores intangibles antes de salir con el proyecto, el aporte de capital de cada uno de los socios, la infraestructura donde nos instalaremos, el crédito a realizar por la entidad financiera y el valor equivalente a los gastos administrativos para dar inicio al negocio

PRESUPUESTO

INVERSIONES	Previo inicio	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Maquinaria y equipo				
Maquinaria	1,000,000			
Mobiliario	200,000			
Equipos de Computo	1,000,000			
Intangible				
Arrendamiento	1,000,000			
Disponible				
Inventarios	3,000,000			
Provisión de efectivo	2,000,000			

GASTOS DE ESTABLECIMIENTO	Previo inicio	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Constitución	2,886,381			
Puesta en marcha	2,000,000			

	Previo inicio	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
INVERSIÓN TOTAL	13,086,381	-	-	-

5.2. EGRESOS

FINANCIACIÓN

CANTIDAD A FINANCIAR	13,086,381
-----------------------------	-------------------

FINANCIACIÓN	Previo inicio
Capital Social	6,000,000
Préstamo a corto plazo	2,086,381
Préstamo a largo plazo	5,000,000
TOTAL	13,086,381

DATOS DE LA OPERACIÓN	
CANTIDAD A SOLICITAR:	2,086,381
PERIODO DE DEVOLUCIÓN (AÑOS)	1
TIPO DE INTERES (%) E.A	33.00%

COMISIONES	1.00%
-------------------	-------

TABLA DE AMORTIZACION	AÑO 1
Intereses	391,456
Amortización	2,086,381
Importe total de las cuotas	2,477,837
Comisiones	20,864

AMORTIZACION					
Periodo	Cuota mensual	Intereses	Amortización	Capital amortizado	Capital pendiente
1	206,486.44	57,375.48	149,110.96	149,110.96	1,937,270.04
2	206,486.44	53,274.93	153,211.51	302,322.47	1,784,058.53
3	206,486.44	49,061.61	157,424.83	459,747.29	1,626,633.71
4	206,486.44	44,732.43	161,754.01	621,501.30	1,464,879.70
5	206,486.44	40,284.19	166,202.24	787,703.55	1,298,677.45
6	206,486.44	35,713.63	170,772.81	958,476.35	1,127,904.65
7	206,486.44	31,017.38	175,469.06	1,133,945.41	952,435.59
8	206,486.44	26,191.98	180,294.46	1,314,239.87	772,141.13
9	206,486.44	21,233.88	185,252.55	1,499,492.42	586,888.58
10	206,486.44	16,139.44	190,347.00	1,689,839.42	396,541.58
11	206,486.44	10,904.89	195,581.54	1,885,420.97	200,960.03
12	206,486.44	5,526.40	200,960.03	2,086,381.00	0.00

DATOS DE LA OPERACIÓN	
CANTIDAD A SOLICITAR:	5,000,000
PERIODO DE DEVOLUCION (AÑOS)	3
TIPO DE INTERES (%) E.A	33.00%
COSTES DE LA OPERACIÓN (%)	1.00%

TABLA DE AMORTIZACION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Intereses	1,484,540	1,037,367.46	418,130.40
Amortización	1,162,139	1,609,311.77	2,228,548.83
Importe total de las cuotas	2,646,679	2,646,679.24	2,646,679.24
Comisiones	50,000		

AMORTIZACION

Periodo	Cuota mensual	Intereses	Amortización	Capital amortizado	Capital pendiente
1	220,556.60	137,500.00	83,056.60	83,056.60	4,916,943.40
2	220,556.60	135,215.94	85,340.66	168,397.26	4,831,602.74
3	220,556.60	132,869.08	87,687.53	256,084.79	4,743,915.21
4	220,556.60	130,457.67	90,098.93	346,183.72	4,653,816.28
5	220,556.60	127,979.95	92,576.66	438,760.38	4,561,239.62
6	220,556.60	125,434.09	95,122.51	533,882.89	4,466,117.11
7	220,556.60	122,818.22	97,738.38	631,621.28	4,368,378.72
8	220,556.60	120,130.41	100,426.19	732,047.46	4,267,952.54
9	220,556.60	117,368.69	103,187.91	835,235.37	4,164,764.63
10	220,556.60	114,531.03	106,025.58	941,260.95	4,058,739.05
11	220,556.60	111,615.32	108,941.28	1,050,202.23	3,949,797.77
12	220,556.60	108,619.44	111,937.16	1,162,139.39	3,837,860.61
13	220,556.60	105,541.17	115,015.44	1,277,154.83	3,722,845.17
14	220,556.60	102,378.24	118,178.36	1,395,333.19	3,604,666.81
15	220,556.60	99,128.34	121,428.27	1,516,761.45	3,483,238.55
16	220,556.60	95,789.06	124,767.54	1,641,529.00	3,358,471.00
17	220,556.60	92,357.95	128,198.65	1,769,727.65	3,230,272.35
18	220,556.60	88,832.49	131,724.11	1,901,451.76	3,098,548.24
19	220,556.60	85,210.08	135,346.53	2,036,798.29	2,963,201.71
20	220,556.60	81,488.05	139,068.56	2,175,866.84	2,824,133.16
21	220,556.60	77,663.66	142,892.94	2,318,759.78	2,681,240.22
22	220,556.60	73,734.11	146,822.50	2,465,582.28	2,534,417.72
23	220,556.60	69,696.49	150,860.12	2,616,442.40	2,383,557.60
24	220,556.60	65,547.83	155,008.77	2,771,451.17	2,228,548.83
25	220,556.60	61,285.09	159,271.51	2,930,722.68	2,069,277.32
26	220,556.60	56,905.13	163,651.48	3,094,374.15	1,905,625.85
27	220,556.60	52,404.71	168,151.89	3,262,526.04	1,737,473.96
28	220,556.60	47,780.53	172,776.07	3,435,302.11	1,564,697.89
29	220,556.60	43,029.19	177,527.41	3,612,829.52	1,387,170.48
30	220,556.60	38,147.19	182,409.41	3,795,238.94	1,204,761.06
31	220,556.60	33,130.93	187,425.67	3,982,664.61	1,017,335.39
32	220,556.60	27,976.72	192,579.88	4,175,244.49	824,755.51
33	220,556.60	22,680.78	197,875.83	4,373,120.32	626,879.68
34	220,556.60	17,239.19	203,317.41	4,576,437.73	423,562.27
35	220,556.60	11,647.96	208,908.64	4,785,346.37	214,653.63
36	220,556.60	5,902.97	214,653.63	5,000,000.00	0.00

5.3. COSTOS FIJOS

COSTOS FIJOS

COSTOS FIJOS	Gasto Mensual
Excedente diario (PROV. IMPREVISTOS)	100,000
Arrendamiento	1,000,000
Servicios publicos	395,000
Publicidad y propaganda	20,000
Gastos diversos	50,000
TOTAL	1,565,000

TOTAL, GENERAL COSTOS 3,992,797

GASTOS DE PERSONAL											
Puesto de trabajo		Bruto Mensual	Aux. transporte	Retención	ARL	Base de cotización	Seg. Social trabajador	Seg. Social empresa	Total Seg. Social	Pago	Costo Empresa
ADMINISTRADOR	1	900,000.00	83,140.00	8%	6.96%	983,140.00	61,849.00	359,016.40	420,865.40	834,231.00	1,342,156.40
VENDEDOR	1	737,717.00	83,140.00	8%	6.96%	820,857.00	45,615.23	264,783.81	310,399.04	615,266.78	1,085,640.81
						1,803,997.00	107,464.23	623,800.21	731,264.44	1,449,497.78	2,427,797.21

5.4. COSTOS VARIABLES

COSTOS VARIABLES

COSTOS VARIABLES (EN PORCENTAJE DE LAS VENTAS)					
Producto	Mercancía	Comisiones	Deterioro	Otros	Costo Variable Total
Cosmeticos Naturales	10.00%	1.00%	0.50%	1.00%	12.50%
Alimentos	10.00%	1.00%	0.50%	1.00%	12.50%
Suplemento Dietario	10.00%	1.00%	0.50%	1.00%	12.50%

Vitaminas	10.00%	1.00%	0.50%	1.00%	12.50%
-----------	--------	-------	-------	-------	--------

COSTE VARIABLE DEL PRODUCTO (en Pesos)						
	Cosmeticos Naturales	Alimentos	Suplemento Dietario	Vitaminas	Total	% Ventas
Mes 1	28,699.50	82,721.25	68,400.00	42,607.50	222,428.25	12.5%
Mes 2	66,965.50	110,295.00	34,200.00	17,753.13	229,213.63	12.5%
Mes 3	57,399.00	165,442.50	128,250.00	49,708.75	400,800.25	12.5%
Mes 4	76,532.00	137,868.75	128,250.00	28,405.00	371,055.75	12.5%
Mes 5	81,315.25	174,633.75	102,600.00	56,810.00	415,359.00	12.5%
Mes 6	57,399.00	174,633.75	153,900.00	42,607.50	428,540.25	12.5%
Mes 7	95,665.00	174,633.75	136,800.00	74,563.13	481,661.88	12.5%
Mes 8	138,714.25	211,398.75	213,750.00	63,911.25	627,774.25	12.5%
Mes 9	186,546.75	330,885.00	196,650.00	102,968.13	817,049.88	12.5%
Mes 10	167,413.75	386,032.50	324,900.00	127,822.50	1,006,168.75	12.5%
Mes 11	215,246.25	386,032.50	393,300.00	138,474.38	1,133,053.13	12.5%
Mes 12	310,911.25	514,710.00	701,100.00	255,645.00	1,782,366.25	12.5%
Año 1	1,482,807.50	2,849,287.50	2,582,100.00	1,001,276.25	7,915,471.25	12.5%
Año 2	1,705,228.63	3,276,680.63	2,969,415.00	1,151,467.69	9,102,791.94	12.5%
Año 3	2,131,535.78	4,095,850.78	3,711,768.75	1,439,334.61	11,378,489.92	12.5%

5.5.VENTAS

VENTAS						
PRECIOS POR LINEA						
Producto	V/P					
Cosméticos Naturales	38,266					
Alimentos	73,530					
Suplemento Dietario	68,400					
Vitaminas	28,405					
VALOR PROMEDIO						
PORCENTAJE INCREMENTOS VENTAS						
% Variación Ventas año 2/ Ventas año 1	15.0%					
% Variación Ventas año 3/ Ventas año 2	25.0%					
VENTAS DE PRODUCTO O SERVICIO (en unidades)						
	Cosméticos Naturales	Alimentos	Suplemento Dietario	Vitaminas	Total	
Mes 1	6	9	8	12	35	
Mes 2	14	12	4	5	35	
Mes 3	12	18	15	14	59	
Mes 4	16	15	15	8	54	
Mes 5	17	19	12	16	64	
Mes 6	12	19	18	12	61	
Mes 7	20	19	16	21	76	
Mes 8	29	23	25	18	95	
Mes 9	39	36	23	29	127	
Mes 10	35	42	38	36	151	
Mes 11	45	42	46	39	172	
Mes 12	65	56	82	72	275	
Año 1	310	310	302	282	1,204	
Año 2	357	357	347	324	1,385	
Año 3	446	446	434	405	1,731	
PRECIO PROVEEDORES		PRECIO COMPETENCIA	PRECIO TIENDA BUENA VIDA(COMPETITIVO)	VALOR POR LINEA		
Aceites	\$ 25.00	\$ 53.20	\$ 47,500	\$ 38,266		
Cremas Naturales	\$ 28.00	\$ 58.90	\$ 53,200			
Filtro Solar	\$ 20.00	\$ 43.70	\$ 38,000			
Jabón Natural	\$ 12.70	\$ 29.83	\$ 24,130			
Shampoo	\$ 15.00	\$ 34.20	\$ 28,500			
Granulados	\$ 47.90	\$ 96.71	\$ 91,010	\$ 73,530		
Capsulas	\$ 29.50	\$ 61.75	\$ 56,050			
Jarabes	\$ 36.00	\$ 74.10	\$ 68,400	\$ 68,400		
Perlas	\$ 19.90	\$ 43.51	\$ 37,810	\$ 28,405		
Extractos Gotas	\$ 10.00	\$ 24.70	\$ 19,000			
PROMEDIO DE VENTA UNITARIO			\$ 46,360			
VENTAS DE PRODUCTO O SERVICIO (en Pesos)		Cosméticos Naturales	Alimentos	Suplemento Dietario	Vitaminas	Total
Mes 1	229,596.00	661,770.00	547,200.00	340,860.00	1,779,426.00	
Mes 2	535,724.00	882,360.00	273,600.00	142,025.00	1,833,709.00	
Mes 3	459,192.00	1,323,540.00	1,026,000.00	397,670.00	3,206,402.00	
Mes 4	612,256.00	1,102,950.00	1,026,000.00	227,240.00	2,968,446.00	
Mes 5	650,522.00	1,397,070.00	820,800.00	454,480.00	3,322,872.00	
Mes 6	459,192.00	1,397,070.00	1,231,200.00	340,860.00	3,428,322.00	
Mes 7	765,320.00	1,397,070.00	1,094,400.00	596,505.00	3,853,295.00	
Mes 8	1,109,714.00	1,691,190.00	1,710,000.00	511,290.00	5,022,194.00	
Mes 9	1,492,374.00	2,647,080.00	1,573,200.00	823,745.00	6,536,399.00	
Mes 10	1,339,310.00	3,088,260.00	2,599,200.00	1,022,580.00	8,049,350.00	
Mes 11	1,721,970.00	3,088,260.00	3,146,400.00	1,107,795.00	9,064,425.00	
Mes 12	2,487,290.00	4,117,680.00	5,608,800.00	2,045,160.00	14,258,930.00	
Año 1	11,862,460.00	22,794,300.00	20,656,800.00	8,010,210.00	63,323,770.00	
Año 2	13,641,829.00	26,213,445.00	23,755,320.00	9,211,741.50	72,822,335.50	
Año 3	17,052,286.25	32,766,806.25	29,694,150.00	11,514,676.88	91,027,919.38	

La empresa percibirá ingresos exclusivamente por la venta de los productos ofrecidos en las instalaciones y en el primer año ofrecerá el producto a un precio asequible al mercado en el cual nos encontramos, como una de sus estrategias competitivas para lograr posicionamiento.

5.6.FLUJO DE CAJA

FLUJO DE CAJA POR AÑO				
	Previo al inicio	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ventas	0	63,323,770	72,822,336	91,027,919
Financiación	7,086,381	0	0	0
Aportes	6,000,000			
TOTAL COBROS	13,086,381	63,323,770	72,822,336	91,027,919
Proveedores	0	7,915,471	9,102,792	11,378,490
Salarios	0	21,647,964	21,647,964	21,647,964

Seguridad Social	0	7,485,603	7,485,603	7,485,603
Excedente diario (PROV. IMPREVISTOS)	0	1,200,000	1,260,000	1,348,200
Arrendamiento	0	12,000,000	12,600,000	13,482,000
Servicios públicos	0	4,740,000	4,977,000	5,325,390
Publicidad y propaganda	0	240,000	252,000	269,640
Gastos diversos	0	600,000	630,000	674,100
Cuotas de los préstamos a largo	0	2,646,679	2,646,679	2,646,679
Comisiones apertura préstamos	0	70,864	0	0
Devolución deudas	0	2,477,837	0	0
Impuestos	0	0	359,338	750,162
Gastos	4,886,381	0	0	0
Pago de las inversiones	6,200,000	0	0	0
TOTAL PAGOS	11,086,381	61,024,418	60,988,025	66,170,087
Diferencia COBROS-PAGOS	2,000,000	2,299,352	11,834,311	24,857,832
SALDO ANTERIOR	0	2,000,000	4,299,352	16,133,663
SALDO FINAL DISPONIBLE	2,000,000	4,299,352	16,133,663	40,991,495

El flujo de caja proyectado muestra resultados favorables durante el ejercicio, en relación a los movimientos de efectivo de la empresa, por tal razón se determina que la liquidez es buena, y se presta para realizar diferentes inversiones a partir del año 2

5.7. BALANCE GENERAL

Con la información obtenida en el ejercicio se calcula el balance inicial y se hace el cálculo de las razones financieras

BALANCE GENERAL				
	Inicial	AÑO 1	AÑO 2	AÑO
ACTIVO				
ACTIVO CORRIENTE				
Caja	\$ -		\$ -	\$ -
Bancos		\$ 14,715,321	\$ 25,673,894	\$ 50,122,000
Inventarios	\$ 3,000,000	\$ 3,000,000	\$ 3,000,000	\$ 3,000,000
Total Activo Corriente	\$ 3,000,000	\$ 17,715,321	\$ 28,673,894	\$ 53,122,000

ACTIVOS FIJOS				
Equipo de computo	\$ 1,000,000	\$ 800,000	\$ 600,000	\$ 400,000
Maquinaria y Equipo	\$ 1,000,000	\$ 800,000	\$ 600,000	\$ 400,000
Mobiliario y Decoración	\$ 200,000	\$ 160,000	\$ 120,000	\$ 80,000
Total Activos Fijos	\$ 2,200,000	\$ 1,760,000	\$ 1,320,000	\$ 880,000
TOTAL ACTIVOS	\$ 5,200,000	\$ 19,475,321	\$ 29,993,894	\$ 54,000,000
PASIVO				
OBLIGACIONES FINANCIERAS				
Pasivo a Largo Plazo	\$ 7,940,038	\$ 5,293,358	\$ 2,646,679	\$ 1,000,000
Pasivo Corriente	\$ 2,477,837	\$ -	\$ -	\$ -
Total Obligaciones Financieras	\$ 10,417,875	\$ 5,293,358	\$ 2,646,679	\$ 1,000,000
CUENTAS POR PAGAR				
Proveedores		\$ 7,915,471	\$ 9,102,792	\$ 11,378,000
Otras cuentas por Pagar			\$ 359,338	\$ 750,000
Total de cuentas por pagar	\$ -	\$ 7,915,471	\$ 9,462,130	\$ 12,128,000
TOTAL PASIVO	\$ 10,417,875	\$ 13,208,830	\$ 12,108,809	\$ 12,128,000
PATRIMONIO				
Capital	\$ 6,000,000	\$ 6,000,000	\$ 6,000,000	\$ 6,000,000
Utilidad de ejercicios anteriores			\$ 266,491	\$ 11,618,593
Utilidad del ejercicio		\$ 266,491	\$ 11,618,593	\$ 24,250,000
TOTAL PATRIMONIO	\$ 6,000,000	\$ 6,266,491	\$ 17,885,085	\$ 41,878,593
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	\$ 16,417,875	\$ 19,475,321	\$ 29,993,894	\$ 54,000,000
		\$ -0	\$ 0	\$ -

5.8.ESTADO DE RESULTADOS

ESTADO DE RESULTADOS
1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ventas	\$ 63,323,770	72,822,336	\$ 91,027,919
Costo de Producción	\$ 7,915,471	9,102,792	\$ 11,378,490
Utilidad Bruta en Ventas	\$ 55,408,299	\$ 63,719,544	\$ 79,649,429
Gastos de Administración	\$ 53,194,948	\$ 50,704,245	\$ 54,225,892
Gastos de Ventas	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	53,194,948	50,704,245	54,225,892
Utilidad Operacional	\$ 2,213,351	\$ 13,015,299	\$ 25,423,537
Gastos Financieros	\$ 1,946,860	1,037,367	\$ 418,130
Utilidad Antes de Impuestos	\$ 266,491	\$ 11,977,931	\$ 25,005,407
Provisión para Impuestos		\$ 359,338	\$ 750,162
UTILIDAD NETA	\$ 266,491	\$ 11,618,593	\$ 24,255,245

Identificación de tendencias:

Se realiza una comparación del desempeño de la compañía durante periodos de tiempo determinados en este caso año 1-año 2- año 3. Aporta datos acerca de la solvencia de la empresa en el presente y como proyección para el futuro

6. ANÁLISIS DE IMPACTOS

6.1 Impacto Ambiental

Todas las grandes, medianas y pequeñas empresas deben aportar al cuidado del ambiente y a la preservación del mismo, dado que la problemática ambiental que vivimos hoy día tiene una dimensión gigantesca a nivel global y permanentemente se está hablando de la destrucción y deterioro de todos los ecosistemas trayendo como consecuencia destrucción del planeta y la cual está directamente relacionada con los seres humanos, la forma de vida

y la manera de desarrollar las actividades económicas que llevan a explotar los recursos naturales para el bienestar propio.

6.1.1. La Luz: Muchos productos son fotosensibles, es decir, se deterioran cuando entran en contacto con un exceso de luz. Es por ello que dichos productos se deben almacenar alejados de radiaciones directas del sol, o de lámparas. Los productos fotosensibles generalmente vienen empacados en blíster de color rojo o ámbar, frascos color ámbar, ampollas color ámbar. Este tipo de productos siempre se conservan hasta el final en su empaque secundario original.

6.1.2. La Temperatura: La temperatura se controla con un termómetro, ya sea en la nevera o en el área de almacenamiento, se lleva un control diariamente a mañana y tarde, donde se registra la temperatura de las áreas. El termómetro se rota por todas las áreas con el fin de identificar temperaturas más altas, permitiendo tomar medidas correctivas. Cada producto tiene un límite de temperatura hasta el cual resiste sin deteriorarse, requisito este que debe estar indicado en el empaque del producto. Los productos sensibles a la temperatura reciben el nombre de termo sensible. Se hace necesario controlar este factor en el área de almacenamiento, con el objeto de evitar que se deterioren y que al final tengamos un producto que ya ha perdido su potencia o que, peor aún, ya tiene otros productos que pueden ser tóxicos para el organismo.

6.1.3. Temperatura Ambiente: Se considera entre 15 - 30°C, dependiendo del sitio geográfico en donde se localice la Tienda Naturista

6.1.4. Refrigeración: Temperatura comprendida entre 2°C y 8°C. En la nevera, el termómetro se debe ubicar en el mismo sitio donde se colocan los productos allí almacenados, debido a que todos los puntos de la nevera tienen temperatura diferente.

6.1.5. Humedad: La humedad se controla con un higrómetro y se lleva un control diariamente a mañana y tarde, donde se registra la humedad de las áreas. El higrómetro se rota por todas las áreas con el fin de identificar la humedad más alta, permitiendo tomar medidas correctivas. Este factor es muy importante controlarlo porque es el que genera deterioro a través del crecimiento de microorganismos como hongos y bacterias, reacciones químicas de oxidación de los componentes de los productos y deterioro de la forma farmacéutica del producto como ablandamiento de tabletas. A los que son sensibles a la humedad se les denomina higroscópico. Es muy importante advertir al personal y a los usuarios de no retirar las bolsitas de Silica Gel que traen algunos productos porque ella está ayudando a mantener el ambiente propicio para su conservación. La humedad relativa máxima aceptada para el almacenamiento de los productos farmacéuticos es hasta 67%, de lo contrario se deben tomar las medidas de control pertinentes para garantizar la calidad de los mismos.

6.1.6. Gestión integral de Residuos Hospitalarios y Similares.

La Resolución 126/2009 menciona que las Tiendas Naturistas deben contar con un Protocolo para el manejo de residuos y similares de conformidad con las normas actuales. Las cuales son La Resolución 1164 de 2002 y el Decretos 2676 de 2000. Donde obligan los generadores de Residuos peligrosos a cumplir con algunos requisitos.

6.1.7. Recipientes

Los recipientes utilizados para el almacenamiento de residuos, deben cumplir con las siguientes características: Material plástico, rígido e impermeable, liviano, de tamaño adecuado para la recolección, resistente a los golpes, sin aristas internas, de fácil limpieza. Dotados de tapa con buen ajuste, bordes redondeados, bolsa plástica del mismo color del recipiente, boca ancha para facilitar la retirada de la bolsa. Construidos en forma tal que, estando cerrados o tapados, no permitan la entrada de agua, insectos o roedores, ni el escape de líquidos por sus paredes o por el fondo. Los recipientes deben estar rotulados con el nombre del residuo que se deposita en ellos, las bolsas se marcan con el nombre del establecimiento, fecha, dirección, teléfono y el tipo de residuo.

Para Tiendas Naturistas se requieren tres recipientes con su respectiva bolsa plástica de acuerdo al tipo de residuo generado.

6.1.8. DESCRIPCIÓN DE LOS RESIDUOS GENERADOS.

Hojas y tallos de los árboles, grama, barrido del prado, resto de alimentos no contaminados, Servilletas, empaques de papel plastificado, barrido, colillas icopor, vasos desechables, papel carbón, tela y papel higiénico. Se dispondrán en Basurero y Bolsa de color Verde.

6.1.9. RECICLABLES

Bolsas de plástico, vajilla, garrafas, recipientes de polipropileno, bolsas de suero y polietileno sin contaminar y que no provengan de pacientes con medidas de aislamiento, toda clase de vidrio, Cartón, papel, plegadiza, archivo y periódico, radiografías, toda clase de metales. Se dispondrán en Basurero y Bolsa color Gris.

6.1.10. Productos Fito terapéuticos, suplementos dietarios y medicamentos

homeopáticos, deteriorados, alterados, usados y/o excedentes.

Los residuos farmacéuticos (productos farmacéuticos vencidos y/o deteriorados o usados, incluyendo sus empaques y presentaciones), deben tener manejo adecuado y responsable de conformidad con la normatividad vigente para la Gestión Integral de Residuos Hospitalarios y Similares, (*Resolución 1164 de 2002 del Minsalud y Minambiente*) se pre destruirán y depositarán en basurero y bolsa roja.

6.1.11 Contar con contrato con empresa autorizada para la recolección de residuos y similares.

Se debe contratar con una empresa con licencia ambiental para la recolección, transporte y disposición final de los residuos peligrosos generados en el establecimiento (Productos fitoterapéuticos, suplementos dietarios y medicamentos homeopáticos, deteriorados, alterados, usados y/o excedentes).

6.1.12. Reporte A Las Autoridades.

Se reportará cada seis meses a la Secretaria de Salud del departamento el informe consolidado denominado RH1. El cual se genera del consolidado del peso por tipo de residuo generado cada mes.

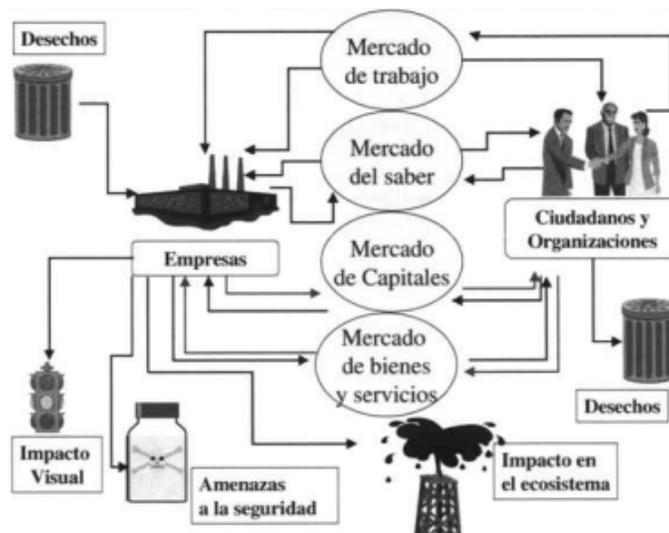
6.1.13. Control de Plagas y Roedores.

Se debe implementar un plan de control de plagas y roedores permanente dejando registros de las fumigaciones realizadas por una empresa autorizada.

6.2 Impacto Social

Generalmente las organizaciones se desenvuelven en un ambiente cambiante sin importar la actividad a la que esta se dedique, es necesario que la administración de las

empresas genere una capacidad de adaptación suficiente; es decir la oriente a la diversificación y al cambio.



Fuente: Domínguez Machuca y otros (1995)

- Las empresas deben brindar para el común de la sociedad múltiples elementos que permitan el desarrollo de las personas, estas se denominan responsabilidades internas.
- Las empresas deben generar y distribuir productos y servicios útiles
- Antes de cualquier actividad las empresas deben ser instituciones humanas que desarrollen las capacidades y actitudes de las personas que colaboran en ella.
- Las empresas deben generar valor agregado.
- Las organizaciones deben cumplir responsabilidades, como leyes de convivencia.

6.3. IMPACTO ECONÓMICO

- La empresa llevará a cabo todas sus actividades dentro de una estructura administrativa establecida a través de su misión, visión, principios, objetivos, políticas y estrategias.

- La empresa buscará desde su creación el alcance de una serie de objetivos claramente definidos a largo, mediana y corto plazo, y para lograr un óptimo desempeño contará con una serie de políticas organizacionales, administrativas y operativas.
- Como resultado del estudio de factibilidad, se concluye que el proyecto es técnica y financieramente viable, bajo las premisas planteadas, y rentable desde el punto de vista del interés de cualquier inversionista que desee obtener utilidades mayores a las que ofrecen los diversos mecanismos de depósito de efectivo del sistema financiero

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La creación de esta tienda constituye un gran reto en el cual tuvimos que poco a poco ir aclarando los estudios necesarios para presentarlo el día de hoy, encontrando que en Colombia existe una creciente tendencia hacia el consumo de productos naturales pues estos se han convertido en una alternativa para usos alimenticios, cosmetológicos y terapéuticos.

Luego de analizar cuáles son las diferentes formas legales de creación de empresas se identificó para nuestra idea de negocio que la mejor opción es una compañía SAS, la cual estimula el emprendimiento debido a las facilidades y flexibilidades que posee para su constitución y funcionamiento.

Cabe resaltar que la población escogida, cuenta con un estrato socioeconómico alto, y esto nos permitirá vender los productos que la comunidad desee adquirir sin importar su precio gracias a su poder adquisitivo.

Referente al estudio administrativo, “BUENA VIDA”, se esforzará por velar que la misión, visión, objetivos y valores corporativos estén coherentes con el desarrollo de las actividades y así establecernos dentro del mercado por mucho tiempo.

En la tienda se debe mantener estándares de calidad en todos los productos, así como en la atención al cliente generando así fidelización con los mismos y estabilidad para el negocio.

Mantener un stock adecuado y variado de productos con el fin de promocionar el consumo de los productos naturales mostrando los beneficios para el cuerpo y así mantener e incrementar la compra y el consumo.

REFERENCIAS

Emprendedores (2010). Una nueva manera de nutrir el mercado. Dinero. Recuperado el 10 de noviembre de 2015, de

<http://www.dinero.com/edicion-impres/emprendedores/articulo/una-nueva-manera-nutrir-mercado/>

Cámara de Comercio Bogotá (2005). Caracterización de las cadenas Productivas de Bogotá, p. 66.

Fuentes J. E., Bernal L. E. (1995). Indicadores de competitividad para la industria farmacéutica en Colombia, Departamento de Farmacia. *Universidad Nacional de Colombia*.

Proexport (2006). Estudio de oferta y demanda del sector farmacéutico y productos naturales, Latinpharma.

Andi (2001). La industria farmacéutica en Colombia. 1991-2000, *Cámara de la Industria Farmacéutica*.

Fayol H. (1841- 1925) Teoría Clásica de la administración.

Emprendedores (2006). Crece demanda de productos naturales en el mundo. Dinero. Recuperado el 10 de noviembre de 2015, de

<http://www.dinero.com/actualidad/noticias/articulo/crece-demanda-productos-naturales-mundo/>

Colección Salvat Temas Claves (1985). Tomo 17. Estella (Marsella): *Salvat Editores S.A.*. p. 4, 5, 8, 9, 16– 21, 56 y 57.

García C., García E. (1997). *Tratados Hipocráticos III sobre el alimento natural*. Gredos, Madrid.

Empresa Mia (2013). Recuperado el 11 de noviembre de 2015, de <http://empresamia.com/>

Crece Negocios (2002). Recuperado el 11 de noviembre de 2015, de <http://www.crecenegocios.com/>

Gerencie.com (2010). *Emprendimiento*. Recuperado el 11 de noviembre de 2015, de <http://www.gerencie.com/emprendimiento.html>

Emprende (2012). *¿qué es emprender?*. Recuperado el 12 de noviembre de 2015, de <http://emprende.jimdo.com/inicio/que-es-emprender>

Google Scholar. Recuperado el 12 de noviembre de 2015, de <https://scholar.google.es/scholar?asC5>

CHAPINERO PARTICIPA (2007). *Información básica de la localidad para la participación*. Instituto Distrital de la Participación y Acción Comunal. P. 7. Recuperado el 13 de noviembre de 2015, de file:///Users/JeniferRubiano/Downloads/Chapinero_Participa-Alcaldia_Mayor-2007.pdf

Definición.de (2013). Qué es, Significado y Concepto de método deductivo. Recuperado el 16 de noviembre de 2015, de <http://definicion.de/metodo-deductivo>

Organización Hermes (2012). Recuperado el 16 de noviembre de 2015 de <http://www.organizacionhermes.com/blog-academico/>

Censo general DANE (2005). Cálculos de la Secretaría Distrital de Planeación. *Dirección de Información, Cartografía y Estadística*. Recuperado el 16 de noviembre de 2015, de www.dane.gov.co

Ochoa I. F. (2012). Anuario de la industria naturista, *Artemisa*.

Organic Monitor Ltda (2001). Recuperado el 17 de noviembre de 2015, de <http://www.organicmonitor.com/>

Finanzas Personales (2013). ¿Por qué vale la pena constiottuir SAS?. Recuperado el 17 de noviembre de 2015, de <http://www.finanzaspersonales.com.co/impuestos/articulo/por-que-vale-pena-constituir-sas/37888>

Veenhoven R. (2000). Las cuatro calidades de vida. *Organización de conceptos y medidas de la buena vida*. Recuperado el 17 de noviembre de 2015, de <http://www.fun-humanismo-ciencia.es/felicidad/sociedad/sociedad20.htm>

Mena, U. (2008). Localidad de Chapinero, Ficha básica. *Secretaria Distrital de Cultura, Recreación y Deportes*. Recuperado el 17 de noviembre de 2015, de

<http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/observatorio/documentos/localidades/chapinero.pdf>

Stanton, W., Etzel, M., Walker, B. (2001). Fundamentos de Marketing. México, *McGraw-Hill*, p.486.

SAPAG, Nassir & Reinaldo (2003). Preparación y Evaluación de Proyectos. México, *Editorial McGraw-Hill*, p. 171.

Ministerio de la Protección Social (2009). RESOLUCION NUMERO 000126 DE 2009. Recuperado el 18 de noviembre de 2015, de https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/RESOLUCI%C3%93N%200126%20DE%202009.pdf