

ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
CULTIVADORA, PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS A
BASE DE CANNABIS PARA USO TERAPÉUTICO Y MEDICINAL EN LA CIUDAD
DE GUADALAJARA DE BUGA

STEPHANÍA ROJAS MARÍN
MARTÍN ARISTIZÁBAL LOPEZ

UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ACADÉMICO ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
GUADALAJARA DE BUGA
AGOSTO DE 2018

ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
CULTIVADORA, PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS A
BASE DE CANNABIS PARA USO TERAPÉUTICO Y MEDICINAL EN LA CIUDAD
DE GUADALAJARA DE BUGA

STEPHANÍA ROJAS MARÍN
MARTÍN ARISTIZÁBAL LOPEZ

Presentado al profesor
HERNÁN ÁVILA DÁVALOS
Magister en Ciencias de la Organización
Coordinador programa de Administración de Empresas

Trabajo de Grado de Creación de Empresa para optar al título de
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

Asesor:
LUZ KARINA GARCÍA CONTRERAS
Magister en Administración – Especialista en Finanzas
Administradora de Empresas

UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ACADÉMICO ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
GUADALAJARA DE BUGA
AGOSTO DE 2018

Nota de aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Guadalajara de Buga, 2018.

DEDICATORIA

Con todo el amor que poseemos a nuestro hijo Matthias, nuestra fuente de motivación e inspiración, nuestro anhelo de días mejores, la razón de querer ser cada vez mejor por y para él.

A nuestros padres por sus sacrificios, su incondicional apoyo, por su paciencia y voz de aliento en los momentos más difíciles.

De manera muy especial a nuestra Docente y amiga Karina García por su paciencia, dedicación y por guiarnos en este camino.

A Dios, por tantas y tantas bendiciones recibidas.

TABLA DE CONTENIDO

Pág.

RESUMEN	26
INTRODUCCIÓN	14
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	13
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	23
1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	23
2. OBJETIVOS	24
2.1 OBJETIVO GENERAL	24
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	24
3. JUSTIFICACIÓN	25
4. MARCO REFERENCIAL	27
4.1. ANTECEDENTES	27
4.2. MARCO TEÓRICO	34
4.2.1. Creatividad.....	14
4.2.2. Innovación	18
4.2.3 Emprendimiento.....	21
4.2.4. Factibilidad de Proyectos.....	24
4.3 MARCO CONCEPTUAL	30
4.4 MARCO LEGAL	35
4.4.1 Marco legal del cannabis en Colombia	36
4.4.2. Marco legal para la creación de nueva empresa en Colombia:	38
4.5 MARCO CONTEXTUAL.....	41
4.5.1 Identificación del municipio:	41
4.5.2 Símbolos:	41
4.5.3 Historia:.....	43
4.5.4. Geografía:	43
4.5.5. Ecología:	45

4.5.6. Economía:.....	45
4.5.7 Servicios Básicos:.....	45
4.5.8 Vías De Acceso:	45
5. METODOLOGÍA.....	47
5.1. TIPO DE ESTUDIO	47
5.2. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	48
5.3. FUENTES DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	48
5.3.1. FUENTES PRIMARIAS:	48
5.3.2. FUENTES SECUNDARIAS:	48
5.4. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	49
5.4.1. Observación:.....	49
5.4.2. Entrevistas	49
5.4.3. Encuestas:	49
5.4.4. Tamaño de la muestra:	50
5.5. FASES DE LA INVESTIGACIÓN	52
6. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN.....	53
6.1 ESTUDIO DE MERCADO PARA UNA EMPRESA CULTIVADORA, TRANSFORMADORA Y COMERCIALIZADORA DE CANNABIS PARA USO TERAPÉUTICO EN GUADALAJARA DE BUGA	53
6.1.1. Análisis del Sector según la Teoría de las 5 fuerzas de Michael Porter	53
6.1.2. Análisis del Mercado	68
6.1.2.1. Diagnóstico de la estructura actual	75
6.1.2.2. Tamaño De Mercado	76
6.1.2.3 Factores Decisión de Compras.....	77
6.1.2.4 Definición del Mercado Objetivo	77
6.1.2.3. Justificación del Mercado Objetivo.....	79
6.1.2.5. Clientes Potenciales	81
6.1.2.6. Proyección ventas.....	83
6.1.2.10. Perfil del consumidor.	86
6.2. ESTUDIO TÉCNICO SOBRE EL CULTIVO, TRANSFORMACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE CANNABIS PARA EL USO TERAPÉUTICO Y MEDICINAL.....	87

6.2.1 Distribución en planta	87
6.2.2. Flujogramas de procesos.....	90
6.2.3. Infraestructura.....	94
6.2.4. Proceso de Aprovisionamiento	95
6.2.5. Necesidades y requerimientos.....	95
6.2.6. Ficha técnica del producto terminado	97
6.2.7 Plan de Compras	100
6.2.8. Costos de Producción.....	102
6.2.9. Precio de venta.....	108
6.2.10. Capacidad de Producción.....	109
6.2.11 Financiación del Proyecto	110
6.3. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO PARA UNA EMPRESA CULTIVADORA, PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS A BASE DE CANNABIS.....	112
6.3.1 Principios corporativos.....	112
6.3.2 Misión	113
6.3.3 Visión	114
6.3.4 Nombre de la Empresa	114
6.3.5. Slogan de la empresa.....	115
6.3.6. Logo Empresarial.....	116
6.3.7 Estructura Organizacional.....	116
6.3.8 Análisis Externo	119
6.3.9 Análisis Interno	121
6.3.11 Necesidad y requerimiento de personal.....	125
6.3.12 Manual de Funciones y Procedimientos	128
6.4. ANÁLISIS ECONÓMICO- FINANCIERO PARA DETERMINAR LA VIABILIDAD DE CREACIÓN DE UNA EMPRESA CULTIVADORA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS A BASE DE CANNABIS.....	135
6.4.1. PROYECCIONES FINANCIERAS	135
6.4.1.1. Información Base Para Proyecciones Financieras.....	135
6.4.1.1.1. Tasa De Endeudamiento	135

6.4.1.1.2. Periodo De Amortización	135
6.4.1.1.3. Costo Producción Por Unidad.....	136
6.4.1.1.4. Precio De Venta.....	136
6.4.1.2. Presupuestos	137
6.4.1.2.1. Presupuesto De Ventas	137
6.4.1.2.2. Inversiones (Activos, Diferidos, Capital De Trabajo)	138
6.4.1.3. FINANCIACIÓN DEL PROYECTO	143
6.4.1.4. AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO	145
6.4.1.5. Estados De Resultados Proyectados.....	148
6.4.1.5.1. Estado De Pérdidas y Ganancias Proyectado	148
6.4.1.5.2. Flujo De Caja Proyectado	150
6.4.1.5.3. Balance General Proyectado	151
6.4.1.6. Análisis Financiero.....	153
6.4.1.6.1. Indicadores financieros	153
6.4.2. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	156
6.4.2.1. Flujo De Caja Neto.....	156
6.4.2.2. Valor Presente Neto Y Tasa Interna De Retorno	157
6.4.2.3. Costo de Capital Promedio Ponderado.....	157
6.4.2.4 Periodo De Recuperación De La Inversión Descontado.....	158
6.4.3. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	159
6.4.3.1. Escenario 1 Pesimista:	159
6.4.3.2. Escenario 2 Probable.....	160
6.4.3.3. Escenario 3 Optimista.....	161
6.5. IMPACTO AMBIENTAL QUE GENERA EL CULTIVO, TRANSFORMACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE CANNABIS.	162
6.5.1 Delimitación del área de Influencia directa e indirecta.	162
6.5.2. Compatibilidad Del Proyecto Con el uso del suelo.	164
6.5.3. Información de Recursos naturales renovables que se pretenden usar, aprovechar o afectar para el desarrollo del proyecto.	164
6.5.4. Identificación de residuos, emisiones y vertimientos.	165
6.5.5. Identificación y evaluación de los impactos ambientales (Prevención, mitigación, corrección, compensación).....	166

6.5.6. Plan de contingencia (medidas de prevención y atención de las emergencias que se puedan ocasionar).....	170
6.5.7. Creación sistema de control.	175
6.5.8. Plan de Seguimiento y Monitoreo.	178
7. CONCLUSIONES.....	182
BIBLIOGRAFÍA	185
ANEXOS	191
ANEXO N°1 ENCUESTA.....	191
Anexo N°2 RECONOCIMIENTO a Cannabidol.....	193

LISTADO DE TABLAS

Tabla 1 Antecedentes	27
Tabla 2 Marco legal: Uso y Control del Cannabis en Colombia.	36
Tabla 3 Marco legal creación de empresa Colombia.	38
Tabla 4 Porcentaje edades.....	51
Tabla 5 Encuestas a realizar	51
Tabla 6 Fases de la Investigación.	52
Tabla 7 Consumo Comprimidos Acetaminofen al año	81
Tabla 8 Consumo Miligramos Acetaminofén al año . ¡Error! Marcador no definido.	
Tabla 9 Unidades de Consumo al año. (Aceite Cannabido)¡Error! Marcador no definido.	
Tabla 10 Demanda potencial.....	82
Tabla 11 Producción AÑO 1	83
Tabla 12 Proyección Ventas.....	83
Tabla 13 Consumo Actual Marihuana	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 14 Capacidad Producción Aceite, Pomada y Alcohol.....	109
Tabla 15 POAM.....	120
Tabla 16 P.C.I.	122
Tabla 17 D.O.F.A.	123
Tabla 18 Plan de Inversión y Financiación Proyecto ¡Error! Marcador no definido.	
Tabla 19 Costo Materia Prima.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 20 Costo Mano de obra Directa.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 21 Otros Costos de Fabricación	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 22 Gastos Salarios	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 23 Gastos Administración.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 24 Gastos Ventas	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 25 Ingresos Por Productos	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 26 Ingresos Ventas Totales.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 27 Impuesto de Renta	148
Tabla 28 Costos Plan Contingencia	174
Tabla 29 Ficha Técnica Medio Abiótico.....	175
Tabla 30 Ficha Técnica Aspectos Sociales.....	177

LISTADO DE IMÁGENES

Ilustración 1 Mortalidad mundial debido al cáncer.....	18
Ilustración 2 Estado actual y pronóstico de diabetes.....	18
Ilustración 3 Tipo de sustancia mayor usada.	20
Ilustración 4 Top de Países que usan Cannabis.	21
Ilustración 5 Marco Teórico	13
Ilustración 6 Escudo Guadalajara de Buga.	42
Ilustración 7 Bandera Guadalajara de Buga.....	42
Ilustración 8 Cinco fuerzas de Porter.	55
Ilustración 9 Mortalidad sustancias por año.	65
Ilustración 10 Cinco fuerzas de Porter Aplicado.....	66
Ilustración 11 Pregunta N°1 Edad Población Encuestada.....	68
Ilustración 13 Pregunta N° 3. Utilización de la Marihuana.....	69
Ilustración 12 Pregunta N° 2, Enfermedades propias o familiares.	69
Ilustración 14 Pregunta N°4 Conocimiento de beneficios de la Marihuana.	70
Ilustración 15 Pregunta N° 5 Valoración de la Marihuana Medicinal.	70
Ilustración 16 Pregunta N° 6 Intención de Compra.	71
Ilustración 17 Pregunta N° 7 Probabilidad de Compra.	71
Ilustración 18 Pregunta N° 8 Nivel de Educación.	72
Ilustración 19 Pregunta N° 9 Género Población Encuestada.	72
Ilustración 20 Pregunta N° 10 Estrato Socio-Económico Población Encuestada. .	73
Ilustración 21 Ubicación Geográfica del Mercado de Consumo.	79
Ilustración 22 Consumo de Paracetamol en Sudamérica.....	80
Ilustración 23 Analgésico más consumido por País.	80
Ilustración 24 Población Dpto. del Valle.	82
Ilustración 25 Plan Marketing Cannabidol (Año 1)	85
Ilustración 26 Área del desarrollo del proyecto.....	88
Ilustración 27 Ocupación del terreno actualmente.	88
Ilustración 28 Distribución en planta.....	89
Ilustración 29 Flujograma adquisición semillas.	90
Ilustración 30 Flujograma producción (siembra y cosecha).	91
Ilustración 31 Flujograma Transformación.	92
Ilustración 32 Flujograma de Venta.....	93
Ilustración 33 Necesidad infraestructura (Maquinaria, Tecnología).....	94
Ilustración 34 Proceso de aprovisionamiento.....	95
Ilustración 35 Requerimiento producción.	96
Ilustración 36 Ficha técnica producto terminado: POMADA.....	97
Ilustración 37 Ficha técnica producto terminado: Aceite.	98
Ilustración 38 Ficha técnica producto terminado: Alcohol.	99
Ilustración 39 Compras pomada.....	100

Ilustración 40 Compras Aceite.....	100
Ilustración 41 Compras Alcohol.....	101
Ilustración 42 Costo unitario MP por Producto	102
Ilustración 43 Costo Unitario Pomada	103
Ilustración 44 Costo Total Pomada.	104
Ilustración 45 Costo Unitario Aceite	105
Ilustración 46 Costo Total Aceite.....	105
Ilustración 47 Costo Unitario Alcohol.....	106
Ilustración 48 Costo Total Alcohol	107
Ilustración 49 Financiación Fondo Emprender	110
Ilustración 50 La Misión.....	113
Ilustración 51 Logo empresarial.	116
Ilustración 52 Organigrama.	118
Ilustración 53 Recurso Humano	125
Ilustración 54 Prestaciones sociales 2018	126
Ilustración 55 Factor Prestacional 2018	126
Ilustración 56 Resumen Mano Obra Directa (MOD)	127
Ilustración 57 Procedimientos y funciones Gerencia.	129
Ilustración 58 Procedimientos y funciones Producción.	130
Ilustración 59 Procedimientos y Funciones Marketing.	131
Ilustración 60 Procedimientos y Funciones Empaquetado y almacenamiento. ...	132
Ilustración 61 Procedimientos y funciones cultivo.	133
Ilustración 62 Procedimientos y Funciones Transformación.	134
Ilustración 63 Inversiones Fijas: Terrenos y Construcciones	138
Ilustración 64 Inversiones Fijas: Maquinaria y Equipo.....	139
Ilustración 65 Inversiones Fijas: Equipos Comunicación, Computación Y Herramientas.....	140
Ilustración 66 Inversión Diferida	141
Ilustración 67 Referentes Capital de trabajo.....	142
Ilustración 68 Capital de Trabajo Año 1	142
Ilustración 69 Financiación Fondo Emprender	144
Ilustración 70 Información básica para amortización.....	145
Ilustración 71 Tabla Amortización 1	146
Ilustración 72 Tabla Amortización 2	147
Ilustración 73 Estado de Resultados Cannabidol.....	148
Ilustración 74 Flujo de Caja Cannabidol	150
Ilustración 75 Balance General Cannabidol	151
Ilustración 76 Indicadores de Liquidez	153
Ilustración 77 Indicadores de Endeudamiento o Apalancamiento	154
Ilustración 78 Razones de Lucratividad.....	155
Ilustración 79 Costo de Capital Promedio Ponderado	157

Ilustración 80 Flujo de Caja Neto Cannabidol	156
Ilustración 81 VPN Y TIR Cannabidol	157
Ilustración 82 Escenario Pesimista.....	159
Ilustración 83 Escenario Probable.....	160
Ilustración 84 Escenario Optimista	161
Ilustración 85 Delimitación Área Influencia Directa.	163
Ilustración 86 Delimitación Área Influencia Indirecta	164
Ilustración 87 Zonificación Manejo Ambiental	169
Ilustración 88 Procedimiento a seguir frente a una emergencia.....	171
Ilustración 89 Análisis Vulnerabilidad por Amenaza.....	172
Ilustración 90 Directorio de Emergencias.....	173
Ilustración 91 Seguimiento y Monitoreo Medio Abiótico	179
Ilustración 92 Seguimiento y Monitoreo Medio Social	180
Ilustración 93 Cumplimiento programa Ambiental	181
Ilustración 94 Reconocimiento	193

RESUMEN

En este estudio se ilustra, conoce y aprovecha la factibilidad para la creación de una Empresa dedicada al cultivo, transformación y comercialización de productos a base de Cannabis (Marihuana), para uso medicinal y terapéutico en la ciudad de Guadalajara de Buga. La factibilidad de “**CANNABIDOL**” se determinó mediante 5 estudios: Estudio de Mercado, Estudio Administrativo, Estudio Técnico, Estudio Financiero y Estudio Ambiental donde según los resultados obtenidos de cada uno de ellos el proyecto es viable.

Este proyecto permitió a los investigadores vislumbrar una oportunidad no solo de mercado, sino de vida, así como la posibilidad de poner en práctica los conocimientos adquiridos en el ciclo académico formativo.

Palabras claves: Cannabis, Cannabis medicinal, Cannabis recreativo, CBD, CBN, THC, Diabetes, Cancer, medicina paliativa.

INTRODUCCIÓN

No es un secreto que miles sino son millones de personas actualmente consumen Cannabis¹ de diferentes maneras para lograr reducir o minimizar sus dolencias físicas. Este analgésico natural es mucho más antiguo que aquellos disponibles en farmacias tradicionales. Aliviar la esclerosis, artritis y contracciones musculares son unos pocos ejemplos de las muchas especialidades y bondades curativas que posee la Cannabis.

Habría que decir también, que el hecho de aprobar o prohibir el consumo de marihuana de forma medicinal o recreativa es la discusión que más polémica y controversia genera en el mundo occidental, puesto que aquellos que seguramente han tenido un contacto cercano, han experimentado y comprobado sus beneficios alegan que tanto el alcohol como el tabaco (Cigarrillo) son mucho más perjudiciales para la salud de sus consumidores.

Así mismo, los defensores de la planta tratan de desmentir el mito de que la Cannabis conlleva a la adicción y es una puerta de entrada a drogas duras y que enfáticamente en el caso Colombiano el problema del tráfico ilegal podría solucionarse a medida que se legalice la planta para que cada persona que lo necesite pueda cultivar su propia medicina si así este lo desea.

Por lo tanto, siguiente trabajo, tiene como objetivo estudiar, conocer y aprovechar la factibilidad para la creación de una Empresa dedicada al cultivo, transformación y comercialización de productos a base de Cannabis (Marihuana), para uso medicinal en la ciudad de Guadalajara de Buga.

¹ Mail Online. Science & Technology. SARAH Griffith Science. Drug map. Publicado el 30 de Noviembre de 2015. Disponible en: <http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-3333877/Drug-map-reveals-substances-country-addicted-Scotland-hooked-cocaine-Iceland-smokes-cannabis-opiates-rife-US.html>. Consultado el 07 de Octubre de 2016.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Una de las enfermedades con más repercusiones en el mundo y mayor índice de mortalidad es el cáncer², ya que representa uno de los principales problemas en los países industrializados.³ Hasta ahora los tratamientos que ofrece la industria farmacéutica común tienen, en su mayoría, una eficiencia limitada acompañada de una toxicidad importante y de unos efectos secundarios indeseables⁴. Existe una planta ancestral que puede ayudar de forma natural a aliviar los síntomas tanto del cáncer como de la quimioterapia puesto que esta ofrece beneficios como: reducción del dolor, de las náuseas y vómitos, mejora el apetito el humor y el sueño; por supuesto incrementa y mejora notablemente las relaciones con el entorno ya que se conoce lo importante que es tener una buena calidad de vida durante la lucha contra esta enfermedad. La relación entre esta planta “CANNABIS” y el ser humano data aproximadamente desde los años 3.000 y 4.000 a.C. y se considera una de las primeras plantas base de la producción agrícola en el hombre moderno desde hace más de 10.000 años; En China, la marihuana era una planta muy importante para los antiguos chamanes. Los tibetanos, los celtas, los egipcios o los mediterráneos son culturas que usaron tradicionalmente esta planta tanto para fines terapéuticos como místicos.

Si bien los chamanes, los grandes profetas a mencionar Shiva, Buda, y el mismo Jesucristo, tuvieron reveladoras experiencias místicas con dicha planta, algo que ya dice mucho de todo su potencial, pues en realidad son pocos los enteógenos⁵ que son capaces de generar este tipo de experiencias; para ellos la marihuana es una planta sagrada, a más niveles incluso que muchas otras, ya que también implica

² NIH. National Cancer Institute. About Cancer. Cancer Statistics. Consultado el 04 de octubre 2016 Disponible en: <https://www.cancer.gov/about-cancer/understanding/statistics>.

³ WHO. World Health Organization. Media centre. Cancer. Modifying and avoiding risk factors. Disponible en: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs297/en/>. Consultado el 24 de Octubre de 2016.

⁴ American Cancer Society. Tratamientos y efectos secundarios. Consultado el 05 de Octubre de 2016. Disponible en: <http://www.cancer.org/espanol/servicios/tratamientosyefectossecundarios/>.

⁵ “Psicofármacos”, “alucinógenos”, “psicotrópicos”, “psicomiméticos” o “psicoactivos” y otros de acuñación mucho más reciente y de significado más próximo a la realidad que pretenden explicar, como enteógeno (literalmente: “dios generado dentro”).

una sanación física mediante aceites, de diversas dolencias, pero estos beneficios solo se obtienen a cambio del respeto de su esencia.⁶

Las estadísticas generales frente al cáncer que ofrece el NCI –National Cancer Institute- Instituto Nacional de Cáncer de Estados Unidos no son muy alentadoras ya que:

- El cáncer es una de las causas principales de muerte alrededor del mundo.
- En 2012, hubo 14 millones de casos nuevos y 8,2 muertes relacionadas con el cáncer.
- El número de casos nuevos de cáncer aumentará a 22 millones en las siguientes dos décadas.
- Más de 60 por ciento de los nuevos casos de cáncer en el mundo tienen lugar en África, Asia, Sudamérica y Centroamérica; 70 por ciento de las muertes por cáncer en el mundo también ocurren en estas regiones.⁷

El médico científico SunilKumarAggarwal, MD, Ph.D., y geógrafo médico, habla sobre los últimos avances en la investigación científica sobre la eficacia de los cannabinoides (aquellas sustancias químicas, que se enlazan con los receptores cannabinoides del cuerpo y del cerebro) en la planta de cannabis en la lucha contra el cáncer.⁸ “La marihuana mata las células cancerígenas” admitió el Instituto Nacional de Cáncer en Estados Unidos; por lo tanto es importante aclarar que los Estados de Norteamérica tal vez estén un paso más cerca de legalizar el uso recreacional de la marihuana, especialmente ahora que el N.C.I. actualizó la lista de preguntas frecuentes en su sitio web para incluir los estudios que prueban que el cannabis es un remedio natural para el cáncer.

Es así que se puede afirmar que las células del cáncer se suicidan por los diferentes componentes del Cannabis⁹. Como InfoWars informó, el N.C.I. dio a conocer varios

⁶ Onirogenia Magazine. La Marihuana según los chamanes. Publicado el 21 de Julio de 2011. Disponible en: <http://www.onirogenia.com/enteogenos/la-marihuana-segun-los-chamanes/>. Consultado el 05 de Octubre de 2016.

⁷Instituto Nacional del Cáncer. De los Institutos Nacionales de la Salud de EE. UU. El cáncer. Estadísticas del cáncer. Disponible en: <https://www.cancer.gov/espanol/cancer/naturaleza/estadisticas>. Consultado el 07 de Octubre de 2016.

⁸Alchimia Web. Le cannabis, un nouveautraitementefficacecontre le cancer (STFR). Publicado el 01 ago. 2014. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=z83OZJJIWxA>. Consultado el 08 de Octubre de 2016.

⁹ Comprobado, las células del cáncer se suicidan con el THC, #420weedTV PROGRAMA 29. Publicado el 02 de octubre de 2014. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=GqUS-Tq6AbM> Consultado el 08 de Octubre de 2016.

estudios que revelan cómo el cannabis “puede inhibir el crecimiento de los tumores a través de la muerte de las células cancerígenas, bloqueando el crecimiento de dichas células y bloqueando el desarrollo de los vasos sanguíneos que los tumores necesitan para crecer” mientras también protegen a las células normales y saludables.

Por lo tanto se puede ahora constatar que algunos cannabinoides de la planta de marihuana poseen una acción curativa contra varias formas de cáncer. Varios testimonios de pacientes están disponibles ahora en las redes sociales, en particular en los Estados Unidos donde la marihuana terapéutica es accesible de forma mucho más fácil, rápida y segura que en Europa. Los ejemplos de curación más frecuentes conciernen casos de leucemia, así como tumores cerebrales (gliomas), generalmente en niños, incluso en bebés.¹⁰

Así como el cáncer, La Diabetes y todas las complicaciones que esta presenta la ubican entre las principales causas de muerte prematura en la mayoría de países.¹¹ El término “Diabetes” refiere diferentes trastornos en el metabolismo del ser humano el cual presenta la característica de altas concentraciones de glucosa en la sangre de forma persistente y en ocasiones crónica. Esta enfermedad afecta a millones de personas en todo el mundo.

En el año 2013, en el American Journal of Medicine se publicaron los resultados de un estudio elaborado durante cinco años acerca de los efectos del cannabis en la insulina en ayunas y también en la resistencia a la insulina. El estudio indica que de los 4.657 participantes, 2.554 habían consumido cannabis alguna vez en su vida (579 seguían consumiendo y 1.975 habían consumido en el pasado) y 2.103 nunca habían consumido cannabis.

Los investigadores descubrieron que aquellos que seguían consumiendo cannabis presentaban niveles de insulina en ayunas 16% más bajos que los participantes que nunca habían consumido cannabis, además de tener niveles 17% más bajos de resistencia a la insulina y niveles más altos de HDL-C. (Colesterol bueno). Los participantes que habían consumido cannabis alguna vez en su vida, pero que ya no consumían, presentaron porcentajes parecidos, pero menos pronunciados, lo que indica que el efecto protector del cannabis desaparece con el tiempo.

¹⁰ Instituto Nacional del Cáncer. De los Institutos Nacionales de la Salud de EE. UU. El cáncer. Tratamiento del cáncer. Medicina complementaria y alternativa para pacientes. Disponible en: <https://www.cancer.gov/espanol/cancer/tratamiento/mca/paciente/cannabis-pdq>. Consultado el 08 de Octubre de 2016

¹¹ International Diabetes Federation.

Finalmente los investigadores realizaron un análisis de los datos que excluían a las personas a las que se había diagnosticado diabetes. Incluso después de excluir a los diabéticos, se descubrió que los que seguían consumiendo cannabis presentaban niveles reducidos de insulina en ayunas y de resistencia a la insulina, lo que indica que el cannabis es factor preventivo en la diabetes, además de controlar los síntomas en los casos diagnosticados.¹²

Dado lo anterior se pueden establecer importantes beneficios que otorga el uso del cannabis a los pacientes que sufren de diabetes:

- Disminuye la resistencia a la insulina: Los autores del estudio de 2013 descubrieron que los que seguían consumiendo cannabis tenían una insulinoresistencia media de 1,8 comparado con el 2,2 de los que habían consumido en el pasado y con el 2,5 de los que nunca habían consumido cannabis.

La resistencia insulínica está asociada con la diabetes tipo 2. En la diabetes tipo 1, el cuerpo no puede producir insulina, mientras que en el tipo 2, la producción de insulina no se ve afectada pero las células no pueden procesarla. Cuando las células se vuelven resistentes a la insulina, son incapaces de absorber la glucosa necesaria para proporcionarles energía, y la glucosa no utilizada se acumula en el torrente sanguíneo, lo que conduce a la hiperglucemia.¹³

- Ayuda a prevenir la obesidad: El estudio de 2013 informó que aquellos pacientes actuales consumidores de cannabis se relacionaban directamente con una circunferencia de cintura más pequeña que aquellos que habían consumido en el pasado y que nunca habían consumido cannabis.

Tanto la obesidad, como el alto índice de masa corporal (IMC) y una gran circunferencia de la cintura están relacionados con el riesgo de sufrir diabetes; son síntomas interrelacionados que comparten mecanismos de aparición y evolución y con frecuencia se van combinando sucesivamente y ocasionan complicaciones cardiovasculares.

- Trata la neuropatía inducida por la diabetes: Al igual que con muchas formas de dolor nervioso, puede resultar difícil tratar la neuropatía diabética con los

¹²The American Journal of Medicine. Elizabeth A. Penner, MD, MPH, Hannah Buettner, BA, Murray A. Mittleman, MD, DrPH. The Impact of Marijuana Use on Glucose, Insulin, and Insulin Resistance among US Adults. Disponible en <http://www.amjmed.com/article/S0002-9343%2813%2900200-3/fulltext>. Consultado el 09 de Octubre de 2016.

¹³Joslin Diabetes Center. ¿Qué es la resistencia a la insulina?

analgésicos convencionales. Sin embargo, se dispone de pruebas que indican que el cannabis puede jugar un papel aquí también.

Las personas que padecen diabetes suelen experimentar trastornos nerviosos como resultado de su enfermedad. El daño producido en el sistema nervioso a menudo afecta a las zonas periféricas, como las manos y los pies, pero puede ocurrir en cualquier órgano o zona del cuerpo. El daño puede ser asintomático, pero en muchos casos, el trastorno va acompañado de dolor, hormigueo y entumecimiento.

- Trata la retinopatía diabética: En un estudio de 2006 publicado en el American Journal of Pathology, se administró CDB a ratas diabéticas y se les realizó pruebas para determinar la tasa de muerte celular de la retina. Se demostró que el tratamiento con CDB reducía significativamente el estrés oxidativo y la neurotoxicidad, incluidos los niveles del factor de necrosis tumoral- α , una sustancia que se sabe que participa en la respuesta inflamatoria, y que también protegía contra la muerte celular de la retina y la ruptura de la barrera hemato-retiniana.¹⁴

La retinopatía diabética se asocia con la ruptura, inducida por la glucosa, de la barrera hemato-retiniana, una red de células estrechamente unidas que impiden que las sustancias no deseadas de la sangre entren en el tejido de la retina. Esta descomposición hace que el tejido neural se vea expuesto a neurotoxinas, además de aumentar la probabilidad de sangrado dentro de la retina.

¹⁴The American Journal of Pathology. Azza B. El-Remessy, Mohamed Al-Shabrawey, Yousuf Khalifa, Nai-Tse Tsai, Ruth B. Caldwell, Gregory I. Liou. Neuroprotective and Blood-Retinal Barrier-Preserving Effects of Cannabidiol in Experimental Diabetes. January 2006 Volume 168, Issue 1, Pages 235–244. Disponible en <http://ajp.amjpathol.org/article/S0002-9440%2810%2962086-X/abstract>. Consultado el 09 de Octubre de 2015.

Ilustración 1 mortalidad mundial debido al cáncer.

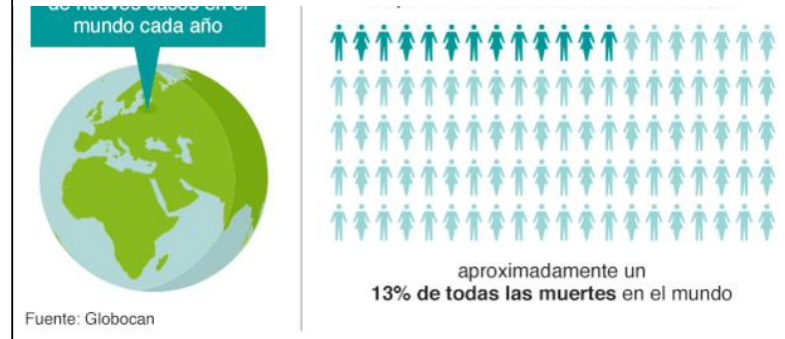
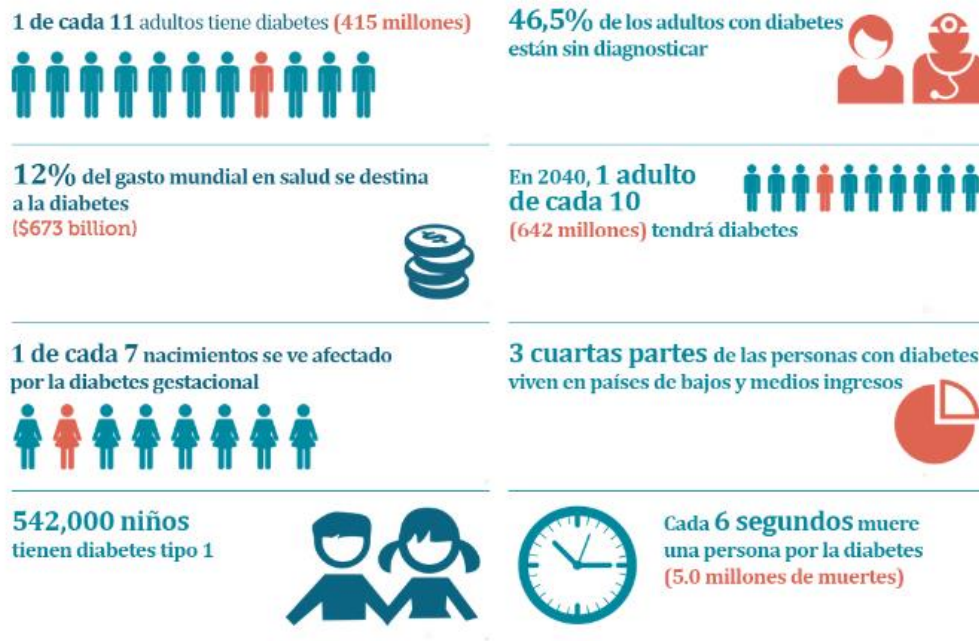


Ilustración 2 Estado actual y pronóstico de diabetes.



Traducción realizada por Fundación para la Diabetes.
Fuente original: <http://www.diabetesatlas.org/key-messages.html>

Ahora bien si se hace un esbozo a grandes rasgos acerca del papel fundamental que juega el uso del Cannabis como forma paliativa a múltiples patologías, se puede decir que la actitud hacia esta planta está cambiando de manera decisiva, y es que en una sociedad innovadora, ávida de información y optativa por lo natural y/o alternativo, los beneficios que ofrece el “Cannabis” son cada vez más conocidos y aceptados por el público en general ya que satisfacen su necesidad de ser amistoso con el medio ambiente y el cuidado de su propio cuerpo.

Se evidencia por lo anterior que la planta “Cannabis” está siendo aceptada/legalizada cada vez más en muchos países y estados de América, por tal motivo se presencia una fuerte necesidad social para disponer de ésta con métodos alternativos, eficaces y más cercanos de manera especial para aquellos consumidores que pudieran clasificarse como “terapéuticos o medicinales”.

Como se mencionó anteriormente, se observa que cada vez existen más países que liberalizan su política en materia de la Cannabis, por consiguiente permiten a los pacientes acceder al uso de medicina natural. Como ejemplo se podría citar a Francia, aunque también se inicia una legalización de forma recreativa como es el caso de Uruguay, Ecuador y algunos estados norteamericanos como: Colorado, Washington, Oregon y Alaska.

Actualmente la enorme publicidad que se está generando en torno a las empresas legales dedicadas al sector del cannabis y el gran número de nuevos inversores peleando entre sí por participar incrementa la expectativa de este mercado “virgen”, pero al igual que con cualquier industria joven, encontrar empresas acreditadas puede resultar difícil, y es que desde que despegó la industria del cannabis medicinal, han aparecido cientos de empresas que cubren todos los aspectos relacionados con la industria del cannabis, es así como se encuentran desde pequeños negocios familiares que venden cáñamo casero y tratamientos de cannabis, hasta dispensarios enormes que tienen miles de clientes.

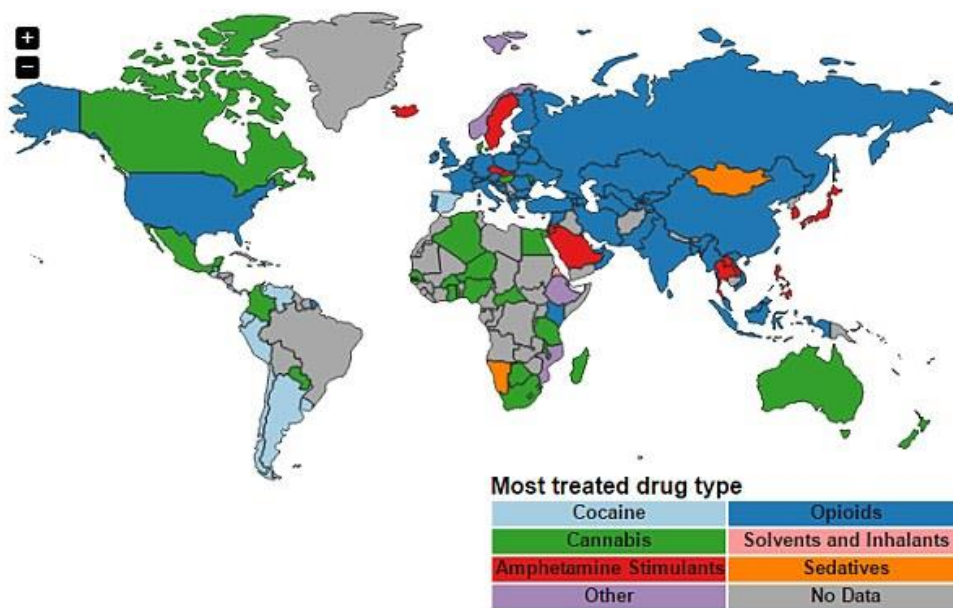
Efectivamente, La cannabis ya sea sus tallos, flores, semillas y hojas pueden incluirse perfectamente y sin ningún tipo de contraindicación (Peligro) en todo tipo de comidas, bebidas, postres y demás; puede incluso inhalarse de un modo que no genere efectos nocivos para la salud. No es un secreto que miles sino son millones de personas actualmente consumen Cannabis¹⁵ de diferentes maneras para lograr reducir o minimizar sus dolencias físicas. Este analgésico natural es mucho más antiguo que aquellos disponibles en farmacias tradicionales. Aliviar la esclerosis, artritis y contracciones musculares son unos pocos ejemplos de las muchas especialidades y bondades curativas que posee la Cannabis.

¹⁵ Mail Online. Science & Technology. SARAH Griffith Science. Op. Cit.

Ilustración 3 Tipo de sustancia mayor usada.

What Drugs Countries Seek Treatment For

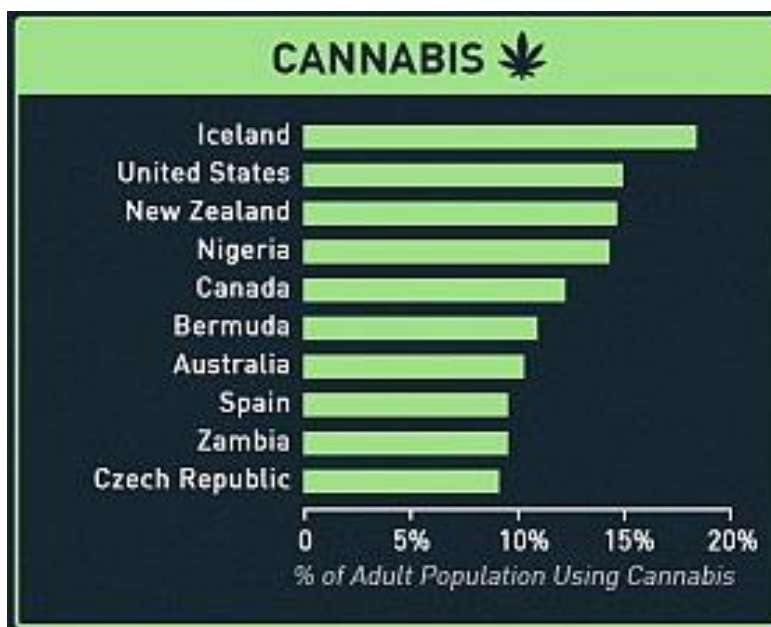
Choose a measure to display:



© Recovery Brands

Fuente directa: Mail Online. Science & Technology. SARAH Griffith Science. Drug map.

Ilustración 4 Top de Países que usan Cannabis.



Fuente directa: Mail Online. Science & Technology. SARAH Griffith Science. Drug map.

Empero, los diferentes métodos de consumo sí influyen en cómo se produce el efecto, cuanto porcentaje de TetraHidroCannabinol, CannaBiDdiol, CannaBiNoI¹⁶ (Cannabinoides) es obtenido y en la duración del efecto del mismo; Por tal motivo se hace necesario conocer las dolencias, padecimientos y demás enfermedades que son padecidas para ayudar así a los pacientes a optar por la mejor alternativa lo que lleva a una semi-personalización del servicio.

Si bien, el hecho de aprobar o prohibir el consumo de marihuana de forma medicinal o recreativa es la discusión que más polémica y controversia genera en el mundo occidental puesto que aquellos que seguramente han tenido un contacto cercano, han experimentado y comprobado sus beneficios alegan que tanto el alcohol como el tabaco (Cigarrillo) son mucho más perjudiciales para la salud de sus consumidores.

Ahora bien, los defensores de la planta tratan de desmentir el mito de que la Cannabis conlleva a la adicción y es una puerta de entrada a drogas duras y que enfáticamente en el caso Colombiano el problema del tráfico ilegal podría solucionarse a medida que se legalice la planta para que cada persona que lo necesite pueda cultivar su propia medicina si así este lo desea.

¹⁶Cannabis Consciente. Thc, Cbd, Cbn. Consultado el 29 de Octubre de 2016. Disponible en: <http://www.cannabisconsciente.com/thc-cbd-cbn/>.

Además de las empresas que cultivan la propia planta de cannabis medicinal, hay cientos, si no miles, de proveedores de servicios relacionados por todo el país, y a medida que las leyes relativas al cannabis se van relajando en un mayor número de estados, aparecen más empresas cada semana.

Las empresas relacionadas pueden proporcionar desde el kit de instalación de una habitación de cultivo hasta asistencia jurídica especializada. También actúan como consultores en caso de enfermedad o plagas y fabrican equipos para ayudar en la cosecha y el procesamiento. Asimismo diseñan y producen equipos médicos para el consumidor final, como por ejemplo inhaladores o vaporizadores, extractos o comestibles, y muchos otros servicios más.

El cannabis legal es una industria relativamente nueva, puede resultar difícil determinar la rentabilidad y la fiabilidad del mercado. Por otro lado, la industria disfruta de un importante nivel de crecimiento y en este momento, es posible invertir en el con empresas relativamente arriesgadas y disfrutar de grandes beneficios que se materializan rápidamente. Esto no es inusual para una nueva industria en etapa de desarrollo y es este factor el que atrae a enormes cantidades de emprendedores al sector del Cannabis en comparación con sectores más antiguos y más estables.

No obstante, las inversiones seguras por lo general no producen el máximo beneficio en el menor tiempo posible. Para conseguir estos resultados el arma elegida son las inversiones de alto riesgo que ofrece la creación de empresas del sector del cannabis.

Finalmente y acorde con la ley 1429 del 2010, por medio de la cual se formaliza la generación de empleo en Colombia, con el fin de generar incentivos para la creación de empresas logrando así que se aumenten los beneficios y se disminuyan los costos se piensa en la gran oportunidad que se tendría al invertir e incursionar en un mercado poco explorado, lo que haría que se generen actividades de innovación; adicionalmente existen diferentes beneficios económicos, legales y tributarios por la creación de empresa en la ciudad de Guadalajara de Buga.

A partir de lo anterior surge la siguiente pregunta:

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo determinar la factibilidad para la creación de una empresa dedicada al cultivo, transformación y comercialización de productos a base de cannabis para el uso terapéutico y medicinal en la Ciudad de Guadalajara de Buga?

1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- (Mercadeo) ¿Cuáles son las actuales estrategias de mercado de precio, producto, promoción y distribución de las empresas competidoras nacientes en el sector agrícola con énfasis en el cannabis?
- (Técnico) ¿Cuáles son los requerimientos operativos para una empresa cultivadora, productora y comercializadora de productos a base de cannabis en la ciudad de Guadalajara de Buga?
- (Organizacional) ¿Cuáles es la estructura organizacional adecuada para una empresa cultivadora, productora y comercializadora de productos a base de cannabis en la ciudad Guadalajara de Buga?
- (financiero)¿Es viable económica y financieramente la creación de una empresa cultivadora, productora y comercializadora de productos a base de cannabis en la ciudad Guadalajara de Buga?
- (Ambiental) ¿Cuáles son los principales impactos socioambientales derivados de las actividades de una empresa cultivadora, productora y comercializadora de productos a base de cannabis?

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada al cultivo, producción y comercialización de productos derivados de Cannabis para uso medicinal y terapéutico en Guadalajara de Buga, para el año 2017.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar un estudio de mercado para determinar la factibilidad de comercializar productos a base de cannabis para el uso terapéutico y medicinal.
- Elaborar un estudio técnico sobre el cultivo, transformación y comercialización de productos a base de cannabis para el uso terapéutico y medicinal.
- Elaborar un análisis administrativo para una empresa cultivadora, productora y comercializadora de productos a base de cannabis.
- Elaborar un análisis económico- financiero para determinar la viabilidad de creación de una empresa cultivadora productora y comercializadora de productos a base de cannabis.
- Identificar el impacto socioambiental que genera el cultivo, transformación y comercialización de productos a base de cannabis.

3. JUSTIFICACIÓN

El Administrador de Empresas logra desempeñarse como un administrador general, participar en diferentes proyectos empresariales, cuenta con una capacitación que le permite ejercer como profesional independiente, como empresario o consultor en cualquiera de las áreas de la administración.

Los objetivos de un Administrador de Empresas son los de crear empresas para generar su propio empleo y el de otras personas; fijar estrategias para las áreas de mercadeo, administrativa, técnica y financiera de las organizaciones, analizar las competencias más importantes del recurso humano; y buscar el mejoramiento continuo de los procesos gerenciales para lograr el éxito de la empresa.

Actualmente en Colombia se están desarrollando mecanismos legales que buscan la aceptación, uso y consumo de sustancias con contenido de THC, lo cual ha creado un “Boom” empresarial; a pesar de que han sido décadas dedicadas a la erradicación de cultivos de cannabis, ahora Colombia ve una oportunidad inminente en este sector surgiendo entonces una opción inesperada: producir marihuana con el permiso del gobierno.

¹⁷En lugares como México y Afganistán, los planes de sustitución de cultivos generalmente se basan en convencer a los campesinos de que dejen de tener cultivos ilícitos y se cambien a la agricultura comercial. La amapola se reemplaza con trigo; la hoja de coca, con café y así sucesivamente.

“Aquí tenemos una oportunidad completamente nueva”, dijo Alejandro Gaviria, ministro de Salud y Protección Social de Colombia, cuya entidad está encargada de emitir las licencias para todo tipo de actividad relacionada con el Cannabis en Colombia; Ahora bien y tras la expedición del decreto clave que dinamiza el mercado de la Cannabis los pequeños cultivadores podrán obtener beneficios cumpliéndose a la par la expectativa de una industria naciente y los anhelos de miles de enfermos.

¹⁸El Ministerio de Salud y Protección Social acaba de expedir un decreto trascendental que se convierte en la carta de navegación y reglamenta las

¹⁷ The new York Times. Casey Nicholas. Colombia ve una oportunidad en la marihuana, después de décadas de combatirla. Publicado el 09 de marzo de 2017. Disponible en: <https://www.nytimes.com/es/2017/03/09/colombia-marihuana-legalizacion-estrategia/> . Consultado el 11 de marzo de 2017. América Latina. Colombia.

¹⁸ El espectador. Quevedo. H. Norbey. La norma que reglamenta el cannabis terapéutico: La nueva ruta de la marihuana medicinal. Publicado el 08 de Abril de 2017. Disponible en: <http://www.elespectador.com/noticias/investigacion/la-nueva-ruta-de-la-marihuana-medicinal-articulo-688481> . Consultado el 11 de marzo de 2017.

actividades de cultivo, comercialización y uso de semillas de la planta de cannabis para fines médicos y científicos en Colombia. Una norma que además registra las condiciones para que los pequeños cultivadores puedan competir en el mercado y que los hace partícipes del desarrollo alternativo del posconflicto; es decir que el camino de esta planta en Colombia se despeja con la expedición de este nuevo decreto.

Según Alejandro Gaviria, se desarrolla un capítulo específico para que los pequeños cultivadores puedan competir con ventajas como que podrán demostrar su condición de tenedores de buena fe para cultivar cannabis, tendrán asesoría técnica de tres ministerios, recibirán asistencia en protocolos de seguridad, el 10% del cupo para cultivo debe ser asignado a un pequeño cultivador y se les dará prioridad en los cupos de cultivo a estos de manera prioritaria.

Es así como a partir de los beneficios mencionados anteriormente se pretende la creación de una empresa cultivadora, transformadora y comercializadora de productos a base de cannabis con un alto nivel competitivo que genere rentabilidad, satisfaga altas exigencias del mercado y permita el crecimiento y reconocimiento de la misma; que adicionalmente a la generación de fuentes de empleo para la comunidad, permita un beneficio social fuerte como lo es el mejoramiento de la calidad de vida, ofertando métodos alternativos para el tratamiento de enfermedades, siendo ésta la oportunidad para llevar a la práctica los conocimientos adquiridos sobre Administración de Empresas.

De acuerdo con los objetivos planteados, los resultados de los mismos permitirá encontrar soluciones concretas al problema de mercado, clima organizacional estructura interna, formalización y legalización, impacto ambiental y los procesos técnicos necesarios para el correcto funcionamiento de la empresa naciente en un nuevo pero fuerte sector que contribuirá a la economía del país.

4. MARCO REFERENCIAL

4.1. ANTECEDENTES

Para la elaboración del marco referencial la investigación a realizar debe tomar en cuenta conocimientos previamente construidos que formarán parte importante de la estructura teórica ya existente, en el caso concreto de esta investigación se hará una revisión bibliográfica basada fundamentalmente en 3 aspectos: Creación de empresa, Investigaciones sobre el uso y consumo del Cannabis de forma terapéutica y medicinal y finalmente la calidad de vida que brinda el consumo de esta planta a los usuarios.

Tabla 1 Antecedentes

Autor y Año	Título Investigación	Metodología	Resultados
Duque, Julián; Viasús Ana María (2010)	Estudio de Mercado, Técnico, Administrativo y Financiero para la Empresa “Salsamentaría Müller de Guadalajara de Buga”	Estudio descriptivo. Encuestas. Documentos sobre creación de empresas	Se identificaron aspectos importantes de la Carrera de Administración y lo que es para los empresarios el éxito que para ellos será el comienzo de sus empresas y que les sirvieron para el desarrollo de sus planes y propuestas para esta misma.
Estudios sobre américa latina y el caribe. Banco Mundial (2014)	El emprendimiento en América Latina Muchas empresas y poca innovación	Investigación realizada por el banco mundial en los países de américa latina sobre la innovación en los principales países del continente, así mismo se recolecta información alrededor de todo el mundo sobre empresas	Se llega a la conclusión que el emprendimiento es un motor fundamental del crecimiento y el desarrollo, los emprendedores juegan un papel crucial en la transformación de las sociedades ya que los creativos no son una mera consecuencia del desarrollo, sino motores importantes del mismo

		pequeñas y medianas referente al tema de innovación.	
(Salcedo Gutiérrez Andrés & Ramírez Bonilla Paola, 2013)	Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de artículos de marroquinería en la ciudad de Tuluá. <i>Imagine accesorios</i>	El método de investigación aplicado en este proyecto es deductivo, pues se buscan generar conclusiones y hallazgos mediante el análisis e interpretación de la información recolectada en el estudio previamente realizado;	Para determinar la viabilidad de la Empresa productora y comercializadora de artículos de marroquinería en la ciudad de Tuluá, Imagine Accesorios, se realizó un estudio de factibilidad el cual permitió llevar a cabo la investigación teniendo en cuenta un estudio de mercado, Técnico, Administrativo, Organizacional, Legal y Financiero, ofreciendo las herramientas suficientes para afirmar que la creación de esta empresa traerá consigo grandes beneficios y oportunidades.
Helson Aldubar Castañeda & Luis Alberto Ibáñez,(2014)	Estudio de factibilidad para el montaje de una empresa comercializadora de productos naturistas en la ciudad de Fusagasugá	investigación aplicada, bajo la forma de estudio descriptivo, la encuesta se dirigirá a la población y potencial clientela, especialmente hombres y mujeres en edad adulta quienes se caracterizan	Se pudo determinar a través del estudio de mercado la demanda potencial de los productos naturistas, al igual que las estrategias de marketing más adecuadas para desarrollar la comercializadora de medicamentos naturales. Gracias al estudio técnico se pudo identificar el tamaño, la localización y la organización requeridos para la operación del proyecto, logrando

		por ser más buscadores de productos que ayuden con el bienestar y buena salud.	demostrar que existe la viabilidad para el montaje de esta empresa en la ciudad de Fusagasugá.
Eilyn Katherine Vargas Vargas (2013)	Factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de derivados de guayaba en el municipio de la plata Huila	Esta investigación se realizó mediante la modalidad de una encuesta a 195 personas de distintas edades y géneros, aplicada en el área urbana, para recopilar información e identificar la viabilidad y aceptación de los productos a ofrecer	Con la investigación se pudo establecer el consumo de derivados de la guayaba en la población urbana de La Plata y a la vez identificar que es una idea innovadora y que tiene muy buena acogida en la población por los beneficios del producto estudiado.
Ministerio de salud y protección social (2014)	La marihuana con uso terapéutico en el contexto colombiano	Esta revisión es hecha por la Dirección de Medicamentos y Tecnologías en Salud del Ministerio de Salud y Protección Social, medicamentos basados en cannabis son usados en Alemania, Bélgica, Canadá, Chile, Dinamarca, España, Estados	La evidencia muestra la eficacia de los productos basados en marihuana como antieméticos, reguladores del apetito, dolor severo, Convulsiones de epilepsia, caquexia, anorexia, pérdida de peso, esclerosis múltiple entre otras y como esta ha sido beneficiosa en otros países que ya ha implementado la reglamentación de ley sobre este tema.

		Unidos, Finlandia, Francia, Holanda Italia y Reino Unido.	
Carlos Arturo Carvajal García (2014)	¿Se debe legalizar la marihuana?	Se realiza la investigación mediante un recuento histórico de la marihuana, sus inicios, beneficios hasta la prohibición de esta, analizando las perspectivas que tiene y como han impactado.	Se identificó que los mayores beneficios de la legalización serían la reducción del narcotráfico y los delitos asociados y la disminución del mercado de otras sustancias ilícitas. También debe considerarse los ingresos fiscales provenientes de la producción, distribución y el suministro regulados de marihuana, así como los beneficios para la salud que esta planta trae.
José Carlos Buoso. Director de Proyectos Científicos de la Fundación ICEERS (International Center for Ethnobotanical Education, Reserch & Servvices) (2016)	Calidad de Vida relacionada con la salud en usuarios terapéuticos de cannabis	Estudio realizado mediante el seguimiento y evaluación a 119 personas con diferentes enfermedades, aplicando dosis terapéuticas para su posterior control.	Según el seguimiento realizado, el cannabis contribuye a una mejora de la calidad de vida de las personas evaluadas, principalmente por medio de la reducción de la expresión sintomatológica de la patología, a través de la reducción del número de ataques epilépticos, y en menor medida por medio de la promoción de una emocionalidad positiva y de proporcionar una visión más optimista.
Manuel Guzmán, Universidad Complutense de Madrid (2015)	“Lo que el cannabis puede hacer por su salud”	Investigación realizada por un grupo de investigación sobre cannabinoides en la Universidad Complutense	El grupo de investigación española de Madrid demostraron que los cannabinoides como el THC(tetrahidrocannabinol), reduce el crecimiento de los glioblastomas, un tumor de cerebro muy agresivo y difícil de tratar, así como

		de Madrid, mediante la recolección de datos sobre pacientes tratados en Madrid con los derivados del cannabis.	pueden ser un buen aliado en la guerra contra el alzhéimer o el párkinson mediante los efectos que tiene el cannabis para esta sintomatología.
British Journal of Pharmacology (2014)	Estudio sobre la orientación de múltiples vías anti-tumorales por medio de los cannabinoides conduce a la inhibición de estados avanzados de cáncer de mama	El estudio se llevó a cabo mediante la evaluación patógena de la enfermedad, así como las mejoras que se evidenciaron mediante la aplicación de medicina con altos componentes de CBD (cannabinoides no psicoactivo)	Este estudio sugiere que el uso de compuestos cannabinoides puede representar un enfoque potencial para el tratamiento de pacientes con cáncer de mama metastásico. Además el estudio revela que el THC y CBD tiene efectos anti-inflamatorios, analgésicos y neuroprotectores.
Sociedad Española de Investigación sobre Cannabinoides (SEIC) (2010)	Estudio orientado al: "Tratamiento de esclerosis múltiple con cannabis"	Investigación realizada, mediante tratamiento, seguimiento y posterior evaluación de 667 pacientes afectados por esclerosis múltiple, en etapas iniciales, intermedias y avanzadas.	La investigación realizada demuestran que la administración de extractos de Cannabis o de THC es capaz de mejorar la espasticidad y reducir el dolor de forma significativa en tratamientos de larga duración, aunque las mejorías no son completas, sí son suficientes para mejorar la calidad de vida de estos pacientes.

The American Journal of Medicine. Elizabeth A. Penner, MD, MPH, Hannah Buettner, BA, Murray A. Mittleman, MD, DrPH.(2013)	“The Impact of Marijuana Use on Glucose, Insulin, and Insulin Resistance among US Adults”	Estudio elaborado a lo largo de cinco años sobre los efectos del cannabis en la insulina en ayunas y en la resistencia a la insulina.	Los investigadores descubrieron que los que seguían consumiendo cannabis presentaban niveles de insulina en ayunas 16% más bajos que los participantes que nunca habían consumido cannabis, además de tener niveles 17% más bajos de resistencia a la insulina y niveles más altos de HDL-C. Los participantes que habían consumido cannabis alguna vez en su vida, pero que ya no consumían, presentaron porcentajes parecidos, pero menos pronunciados, lo que indica que el efecto protector del cannabis desaparece con el tiempo.
---	---	---	--

Fuente: Elaboración propia.

Tras la revisión bibliográfica realizada se evidencia notablemente que la mayoría de estudios, investigaciones, recopilaciones y demás documentos de apoyo acerca del uso, consumo y utilización del Cannabis son recientes, es decir se está enfocando y apuntando a un mercado naciente el cual gracias a la importancia que se le está dando actualmente cumple los requisitos que la investigación propone para lograr un cabal desarrollo de la misma.

Otro aspecto importante el cual es sumamente relevante para la investigación es que en Colombia específicamente en el Valle del Cauca, a pesar de todos los mecanismos que se están brindando, no se ha encontrado empresas dedicadas a la producción y/o comercialización de productos derivados del Cannabis, esto genera una oportunidad única que no debe ser desaprovechada, ya que a la fecha se encuentra una mínima competencia en cuanto al número de barreras de entrada a un mercado.

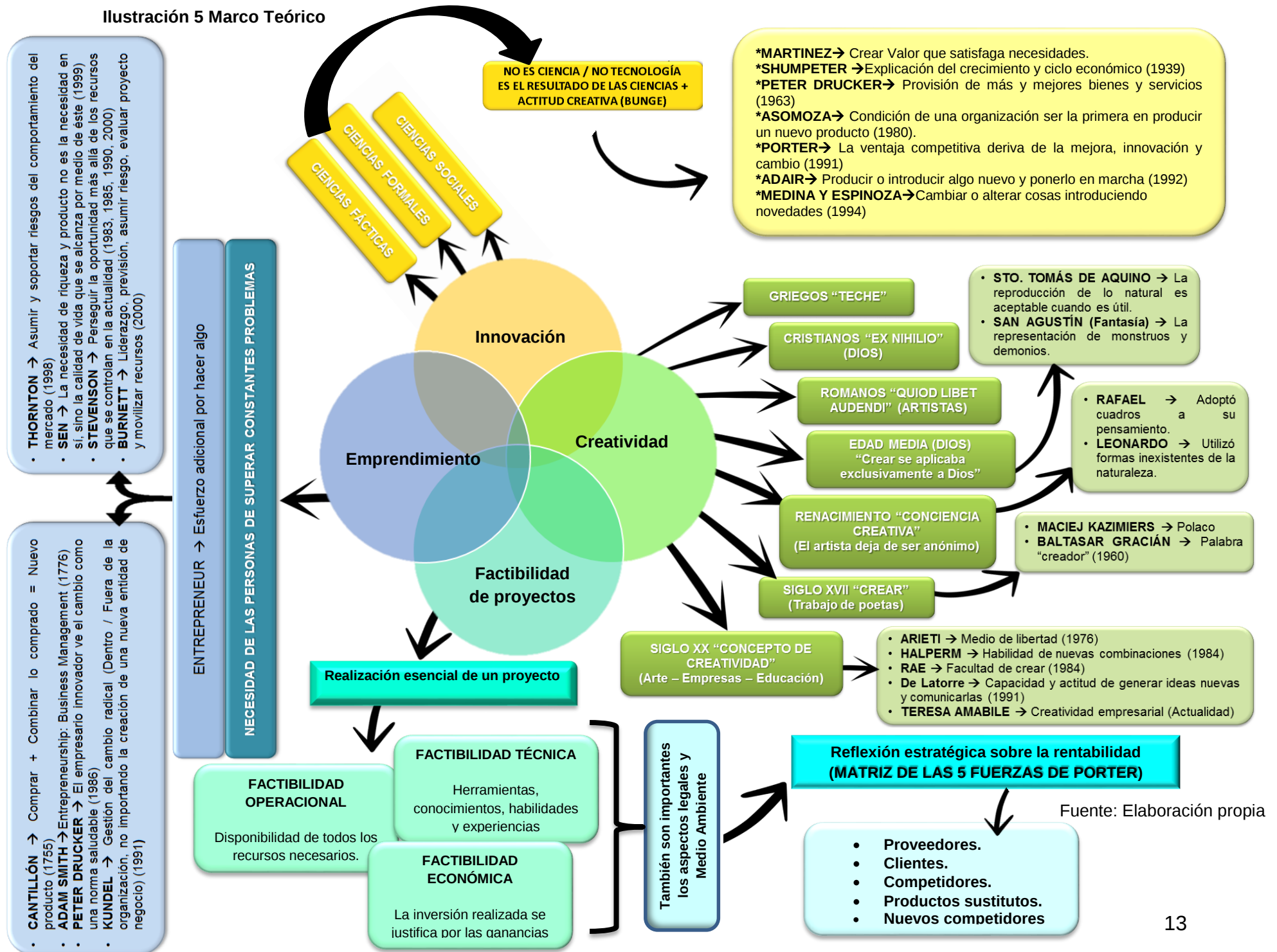
Finalmente, es necesario aclarar que se enfocará siempre en el Cannabis medicinal y se es algo estricto en esto ya que la Marihuana contiene muchísimas otras sustancias donde quizá la mayoría de sus componentes no han sido estudiados, pero dentro de esta existen cannabinoides que resultan ser beneficios por el hecho

de ser medicinales, estos si han sido estudiados e identificados por el efecto positivo que tiene en el tratamiento de varias enfermedades crónicas y terminales, por su poder analgésico y ansiolítico.

4.2. MARCO TEÓRICO

Si bien, se detallara a continuación cada uno de los elementos de la teoría que se usará directamente en el desarrollo de la investigación, incluyendo por lo tanto las relaciones más significativas que se puede producir entre las esferas utilizadas como elementos teóricos, a saber: La creatividad, La innovación, El emprendimiento y La factibilidad de proyectos.

Ilustración 5 Marco Teórico



4.2.1. Creatividad

El término creatividad es muy reciente, como palabra no aparece en el diccionario de la Real Academia Española (RAE) hasta 1984. El concepto de creatividad evoluciona desde la antigüedad, en la que no existía como tal y era sustituido por el concepto de techné de los griegos, como motor de creación, pasando por la creación ex nihilo, que los cristianos atribuían exclusivamente a Dios.

Según Tatarkiewicz, “Los griegos no tuvieron términos que se correspondieran con crear y creador en su vocabulario. A pesar de esto, se valoraba al poeta porque sólo ellos tenían la capacidad de crear”.

En Grecia se daba crédito a los logros técnicos de una obra de arte, en vez de a la creatividad. De la misma forma como se hacía con otros productos del trabajo manual, se valoraba la perfección de la obra de acuerdo con las normas y reglas del oficio. Por eso, no era de extrañar que se nombrara a artistas en compañía de barberos, cocineros y herreros.

La creatividad en el arte además de imposible, era indeseable para los griegos, ya que el arte era un destreza, y según esta apreciación, se llegó al pensamiento de que hay perfección en la naturaleza, puesto que ésta se guía por medio de leyes, y que por ende, el hombre debería parecerse a ella a través de sus actividades, descubriendo sus leyes y sometiénose a ellas; es decir, comportándose como un descubridor, y no como un inventor.

¹⁹En Roma, estos conceptos griegos se alteraron en parte. Horacio escribió que no sólo los poetas, sino también los pintores, tenían derecho al privilegio de atreverse a lo que quisieran (quod libet audendi). Los críticos de arte del periodo de decadencia de la antigüedad pensaron de un modo muy parecido.

Filóstrato escribió que “uno puede descubrir una semejanza entre la poesía y el arte y encontrar que ambas tienen la imaginación en común”.

En la Edad Media se produjo un cambio importante en la historia del vocablo a través de la expresión creatio ex nihilo –creando a través de la nada- que designaba el acto realizado por Dios, por ello, la facultad de crear se aplicaba exclusivamente a Dios. A pesar del mencionado cambio, en la Edad Media persistió la idea de que las obras de arte nacían del conocimiento y los artistas obtenían obras análogas a la

¹⁹ PONCE, Hollynes. MERCADO, Eledibeth. CASTAÑEDA, Jonathan. MONTERROSA, Miguel. Seminario de la creatividad. Historia de la creatividad. Disponible en: <https://seminariodelacreatividda.jimdo.com/historia/> Consultado el 27 de marzo de 2017.

naturaleza sin tener en cuenta la imaginación, ni siquiera a la poesía se la consideraba fruto de un acto creativo, ya que ésta era producto de la destreza.

Para Santo Tomás de Aquino la imaginación no cuenta, ya que el arte es producto de una reflexión: "La reproducción de lo natural es aceptable sólo cuando es útil". Pseudo Dionisio, siguiendo a Platón, sostenía que para pintar un cuadro, el pintor tiene que contemplar el arquetipo de belleza y no inventarlo. El artista medieval era comparado con bordadores, cerrajeros, sastres, tejedores y demás artesanos. Los artistas encontraban la satisfacción en la perfección técnica de su obra y no le importaba mucho el reconocimiento. A pesar de que la creatividad se consideraba nula en esta época, resulta imposible negar el caudal de muestras que aparece en el arte de la Edad Media.

En la Edad Media se introduce el concepto de Fantasía que, según San Agustín, era una potencia anímica de carácter inferior más vinculado a la sensibilidad que al entendimiento y, a través de este concepto, puede explicarse la representación de monstruos y demonios.

Al llegar el Renacimiento, y una vez que desaparece la pintura cristiana, los objetivos del arte se hacen más independientes. El hombre deja de anular su sensualidad e incluso trata de expandirla. El artista deja de ser anónimo y se le reconoce su capacidad creadora, comienza a ser aceptado en la sociedad, equiparándose a intelectuales y científicos.

El Renacimiento es la época de la gran demanda de obras artísticas para la Iglesia y las cortes, es la época de los estilos, de las escuelas, del perfeccionismo técnico y de las revoluciones intelectuales. El hombre renacentista era consciente de su independencia y de su capacidad creativa.

Los escritores renacentistas intentaron plasmar la libertad que sentían buscando la palabra que mejor describiera su estado, probando algunas expresiones como *excogitatio* (término relacionado con la invención) pero sin llegar al término creatividad.

Rafael adaptó sus cuadros a sus pensamientos, Leonardo utilizó formas inexistentes en la naturaleza.

En el siglo XVII, un polaco llamado Maciej Kazimiers Sarbiewski utilizó la palabra crear para describir el trabajo de los poetas "un poeta crea tal y como lo hace Dios". También Baltasar Gracián usó la palabra creador en 1690 para referirse al arte como un segundo creador que completa a la naturaleza, la embellece y, en ocasiones, la supera.

Teniendo en cuenta la evolución histórica del concepto de creatividad, tuvo que superar la resistencia y la negatividad que desde la antigüedad llevaba asociado el concepto. A pesar de los intentos de distintas civilizaciones y religiones, el concepto nunca llegó a estar separado del artista hasta el punto de llegar a ser la esencia de su trabajo. Para muchos autores no existe una definición acabada del concepto de creatividad, pero hay una larga lista de ellos que ofrecen su conceptualización personal del término. Entre los más consultados, se hallan puntos coincidentes y matices diferenciadores:

- G. Wollschäger: "Aptitud de señalar nuevas interrelaciones, de cambiar significativamente normas tradicionales contribuyendo así a la solución general de problemas de la realidad social"
- L. Stein: "Proceso que tiene como resultado una obra personal, aceptada como útil o satisfactoria por un grupo social en un punto cualquiera del tiempo"
- N. Sillany: "La disposición para crear que existe potencialmente en todos los individuos y en todas las edades, en estrecha relación con el medio sociocultural"
- J.H.Caré y F. Deybjer: "...para los pedagogos, la creatividad no es una propiedad del lenguaje, sino una aptitud del alumnado para imaginar, inventar, descubrir, expresarse, producir..."
- Ya. Lerner: "es una forma de actividad del hombre dirigida a crear valores cualitativamente nuevos para él, de importancia social, o sea, importantes para formar la personalidad en tanto que el hombre es un ente social"

La Real Academia Española (RAE) define en su vigésima edición creatividad como: Facultad de crear. Capacidad de creación.

La creatividad, denominada también ingenio, inventiva, pensamiento original, imaginación constructiva, pensamiento divergente o pensamiento creativo, es la generación de nuevas ideas o conceptos, o de nuevas asociaciones entre ideas y conceptos conocidos, que habitualmente producen soluciones originales.

La creatividad es una capacidad que posee todo ser humano, de forma más o menos desarrollada, y que todos utilizan. Para dominar la creatividad es importante salirse del camino establecido pero lo único imprescindible es dominar el campo y adaptarse a la realidad para que tenga el éxito como resultado.

Dado lo anterior, se podría decir que la evolución del concepto de creatividad tiene uno de sus hitos fundamentales en los años 50 del siglo XX cuando Alex Osborn y

Sidney Parnes deciden estructurar un modelo y un proceso para generar ideas al que denominan Creative Problem Solving Process. Este método es ampliamente difundido en el mundo de la educación y la empresa en Estados Unidos y años más tarde en Europa.

Thurstone: “Proceso para formar ideas o hipótesis, verificarlas y comunicar los resultados, suponiendo que el producto creado, sea algo nuevo”. 1952.

Parnes: “Capacidad para encontrar relaciones entre ideas antes no relacionadas, y que se manifiestan en forma de nuevos esquemas, experiencias o productos nuevos”. 1962.

Pero el verdadero acierto que afianza la difusión, la investigación, la formación y el desarrollo social de la creatividad es la creación en 1967 del primer centro de formación de creatividad en el mundo el International Center For Studies in Creativity dentro del Buffalo State College que todavía está en funcionamiento.

En el último cuarto del siglo XX la creatividad pasa de ser un concepto que sólo se asocia al mundo del arte o de las empresas publicitarias a ser objetivo importante a desarrollar en el ámbito de la educación y a entenderse como una de las principales ventajas competitiva de una empresa. Hoy en día, existe formación y programas de desarrollo de la creatividad en Universidades y escuelas de negocio (sus ejes prioritarios) en prácticamente todos los países desarrollados.

Arieti: “Es uno de los medios principales que tiene el ser humano para ser libre de los grilletes, no solo de sus respuestas condicionadas, sino también de sus decisiones habituales”. 1976.

Halpern: “Es la habilidad de formar nuevas combinaciones de ideas para llenar una necesidad”. 1984.

De la Torre: “Capacidad y actitud para generar ideas nuevas y comunicarlas”. 1991.

Teresa Amabile, proporciona la siguiente definición de creatividad empresarial: “Implantar ideas nuevas y útiles para establecer un nuevo modelo de negocio o nuevos programas para producir bienes y/o servicios”. Estas ideas están directamente relacionadas con:

- Productos o servicios
- Identificación de mercados
- Medios de producción y distribución
- Recursos para producción y distribución

Teniendo en cuenta las características de calidad, competencia y productividad que condicionan los escenarios empresariales actuales es importante que la dirección de las organizaciones apueste por activar la creatividad y la innovación en sus recursos humanos y materiales para favorecer el valor añadido de sus productos y servicios.

La creatividad debería impulsarse en las empresas de manera complementaria o paralela. Un uso cotidiano de la creatividad en los ámbitos corporativos abrirá nuevas perspectivas del negocio de manera más temprana que tarde. Una vez transformado en hábito las empresas multiplicarán las ideas con las cuales competir en siglo XXI. Qué hacer con ellas y qué tratamiento ofrecerles es

4.2.2. Innovación

La innovación ha sido descrita y definida también en diferentes formas y sentidos. Es un término que conceptualmente pertenece a las ciencias sociales y que otras ciencias formales y fácticas, según Bunge, han incorporado a sus conocimientos, al igual que otras disciplinas, y que no es precisamente una ciencia o tecnología, sino que es el resultado de ellas, y conjugada con la actitud creativa, para Martínez quien la maneja, se orienta a crear un valor que satisfaga necesidades y deseos de un grupo en particular o de la sociedad en general. El término “innovar” etimológicamente proviene del latín innovare, que quiere decir cambiar o alterar las cosas introduciendo novedades Medina y Espinosa. Al abordar este aspecto, es importante tener en cuenta que desde el inicio de la historia de la humanidad, ha existido la innovación; sin embargo, su estudio y valoración son recientes y están marcados por la perspectiva del análisis económico, del cual el economista Schumpeter, fue el primero en usar el concepto de innovación como explicación del crecimiento y de los ciclos económicos surgidos durante los años 30 y 40 del siglo pasado.²⁰

Una innovación es la introducción al uso de un producto (bien o servicio) o de un proceso (nuevo o significativamente mejorado), o la introducción de un método de comercialización o de organización (nuevo) aplicado a las prácticas de negocio, a la organización del trabajo o a las relaciones externas.²¹

Dicho esto, es necesario que el producto, proceso o método en cuestión sea completamente nuevo o tenga un alto grado de mejora para la empresa ya que es la única forma de que exista la innovación; si bien las actividades innovadoras pueden ser todas aquellas actividades de orden científico, financiero, tecnológico,

²⁰ Garzón, M. A. e Ibarra, A. (2013). Innovación empresarial, difusión, definiciones y tipología. Una revisión de literatura. Revista Dimensión Empresarial, vol. 11, Núm. 1, pp. 45-60

²¹ COLCIENCIAS. Desarrollo tecnológico e innovación. Innovación empresarial. Consultado el 14 de noviembre de 2016. Disponible en: <http://www.colciencias.gov.co/portafolio/innovacion/empresarial>

organizativo, ambiental y comercial que dirigen o tienen como objetivo introducir la innovación, por tal motivo, se diría que algunas actividades son propiamente innovadoras y otras no lo son pero conducen a la introducción de esta innovación en la organización; finalmente se puede incluir de igual forma todas las actividades de investigación y desarrollo que aunque no son propiamente innovadoras si se vinculan a la introducción de una innovación particular.

Se hace importante resaltar, que la innovación debe tomarse como un proceso continuo el cual debe estar sustentado en una metodología que produzca nuevos conocimientos, permita aprovechar nuevas tecnologías y genere grandes oportunidades.

Por aclarar el término “innovación” al respecto, Adair le da el significado de producir o introducir algo nuevo, alguna idea, algún método o instrumento nuevos para ponerlo en marcha; así la innovación es la concepción de una idea, la cual requiere de un proceso para que se lleve a cabo en un uso productivo. Entonces la innovación es una actividad humana que se asegura si existe un proceso intencional y planificado para que sea aceptado en el cambio de la organización.

De esta manera es importante considerar a Schumpeter quien definió la innovación como el cambio histórico irreversible de hacer las cosas, y llama empresa a la realización de nuevas combinaciones y emprendedores a los que dirigen dicha realización; esto lo expresa como un “cambio en la función de la producción”.

Peter Drucker ya había determinado en la década de los sesenta que la innovación es la provisión de más y mejores bienes y servicios, pero que no es suficiente para el negocio proveer bienes y servicios cualquiera que sea, deben proveerlos mejores y más económicos. En un documento posterior Drucker, afirma que si se quiere innovar, se debe apuntar bien alto, porque las innovaciones pequeñas son tan difíciles, costosas y riesgosas como las grandes.

En el contexto teórico de la administración en México, Asomoza citando a Hagen y Aiken, plantea que la innovación es el grado en que un sistema social de manera anticipada utiliza una idea entre un grupo de sistemas sociales similares. Se considera así a la innovación como la condición de ser de una organización, la primera en producir un nuevo producto.

El enfoque que propone Drucker, está orientado a entender “la innovación como concebir y realizar algo nuevo, todavía desconocido e inexistente, con el objeto de establecer relaciones económicas nuevas entre elementos viejos, conocidos y los existentes, y darles así una dimensión económica nueva.

También Porter considera de vital importancia a la innovación, ya que la ventaja competitiva se deriva fundamentalmente de la mejora, la innovación y el cambio²²

Para Schumpeter el emprendedor es el fundador de una nueva empresa, un innovador que rompe con la forma tradicional de hacer las cosas, con las rutinas establecidas. Debe ser una persona con dotes de liderazgo, y con un talento especial para identificar el mejor modo de actuar. El emprendedor tiene la habilidad de ver las cosas como nadie más las ve. Para poder introducir sus innovaciones, el emprendedor tiene que romper las inercias del entorno y vencer su oposición, pues, normalmente, el entorno es hostil a comportamientos novedosos: toda desviación del comportamiento de un miembro de la comunidad será desaprobada por los restantes miembros.

Schumpeter definió la innovación, en cinco puntos:

- La introducción en el mercado de un nuevo bien, es decir, un bien con el cual los consumidores aún no están familiarizados, o de una nueva clase de bienes.
- La introducción de un nuevo método de producción, esto es, un método aún no experimentado en la rama de la industria afectada, que requiere fundamentarse en un nuevo descubrimiento científico; y también puede existir innovación en una nueva forma de tratar comercialmente un nuevo producto.
- La apertura de un nuevo mercado en un país, tanto si este mercado ya existía en otro país como si no existía.
- La búsqueda de una nueva fuente de suministro de materias primas o de productos semielaborados, nuevamente, sin tener en cuenta si esta fuente ya existe, o bien ha de ser creada de nuevo.
- La implantación de una nueva estructura en un mercado, como, por ejemplo, la creación de una posición de monopolio.

Las innovaciones siempre han sido y seguirán siendo el esfuerzo continuo de las organizaciones por lograrlo y de esta manera poder apoderarse de un nuevo segmento del mercado y de obtener así una ventaja competitiva sobresaliente a diferencia de las demás²³.

²² Garzón, M. A. e Ibarra, A. (2013). Innovación empresarial, difusión, definiciones y tipología. Una revisión de literatura. Revista Dimensión Empresarial, vol. 11, Núm. 1, P 48.

²³ VARELA. Innovación Empresarial. Arte y Ciencia en la Creacion de Empresas., Bogota, D.C. 2001

4.2.3 Emprendimiento

El concepto de emprendimiento ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad debido a la necesidad de las personas de superar los constantes y crecientes problemas que se presentan. A lo largo de los años, el término emprendimiento ha obtenido una gran cantidad de definiciones provenientes de diversos autores, las cuales, coinciden o se diferencian según la visión de estos. En primer lugar, la palabra emprendimiento proviene del francés *entrepreneur* que se refiere a “capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo”. En términos generales, las investigaciones realizadas por innumerables autores y ejecutivos reconocidos, coinciden con que “una persona emprendedora es flexible, dinámica, capaz de asumir riesgos, innovadora, creativa y orientada al crecimiento” ²⁴.

Cantillon define al entrepreneur como el “agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto”. Distingue que el emprendedor, a diferencia de otros agentes, no posee un retorno seguro. Y afirma que es él, quien asume y soporta los riesgos que dominan el comportamiento del mercado (Thornton, 1998).

Burnett (2000) expresa que tiempo después el economista francés Say, hizo un interesante aporte a la definición de Cantillon. Say afirmó que el “entrepreneur” es un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, y que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad.

También economistas británicos, como Adam Smith, trataron aunque brevemente el tema del “entrepreneurship”²⁵. Smith hizo referencia al mismo bajo el término inglés “business management”. Sin embargo, cabe aclarar que la dinámica del fenómeno emprendimiento no es acorde a la teoría clásica, porque la misma realiza su análisis partiendo de que la economía optimiza lo que ya existe.

“La actividad emprendedora es la gestión del cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esta renovación estratégica ocurre adentro o afuera de organizaciones existentes, y sin importar si esta renovación da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio” (Kundel, 1991)²⁶

“Emprender es perseguir la oportunidad más allá de los recursos que se controlen en la actualidad” (Stevenson 1983, 1985, 1990, 2000).

²⁴ CÁMARA DE COMERCIO. Observatorio del Emprendimiento de Bogotá. Edición No. 1. 2007.

²⁵ Refiere a emprendimiento o espíritu emprendedor.

²⁶ Definición citada por Mario Dehter en su artículo “Intraempreneurship” (2001).

Peter Drucker (1986) expresa en su libro *La innovación y el empresario innovador*: “El empresariado innovador ve el cambio como una norma saludable. No necesariamente lleva a cabo el cambio él mismo. Pero (y esto es lo que define al empresariado innovador) busca el cambio, responde a él y lo explota como una oportunidad”.

Según Sen (1999), es necesario considerar que si una sociedad desea obtener mayores cantidades de riqueza o producto, no es porque lo desee en sí mismo, sino porque por medio de éste podrá conseguir una mejor calidad de vida.

Estudios realizados demuestran que el emprendimiento tiene la capacidad de recuperar, crear, y sostener fuentes de trabajo, así como la de generar progreso económico para un país, región o ciudad. Los proyectos emprendedores en su mayoría son para micro y pequeñas empresas, ayudando al tejido empresarial y al gobierno para incidir positivamente en el empleo, la competitividad y la equidad. Con un trabajo fuerte en la creación de nuevas empresas se transformará en cierta medida el panorama nacional y en especial localmente mejorando la inversión tanto interna como externa. El punto de apoyo es el emprendedor, quien necesita dos componentes adicionales para llegar: la idea de negocio con viabilidad de mercado, y el capital. Cuando un emprendimiento no es exitoso, siempre se debe a la falla de una de estas variables, o la combinación entre ellas.

“La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una inversión, o más comúnmente, una posibilidad técnica no proada. Hacerse cargo de estas cosas nuevas es difícil y constituye una función económica distinta, primero, porque se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden y en segundo lugar porque el entorno se resiste de muchas maneras desde un simple rechazo a financiar o comprar una idea nueva, hasta el ataque físico al hombre que intenta producirlo”²⁷.

La cuestión es entender cómo los individuos con conocimiento emprendedor ven las oportunidades que otros han pasado por alto, y cómo ellos son capaces de conseguir los recursos necesarios para crear una empresa que explote las oportunidades emprendedoras. Mientras el resto de las personas tienden a estar preocupadas en protegerse de amenazas y cambios, los que poseen conocimiento emprendedor están en la búsqueda continua de nuevas oportunidades. Los emprendedores siempre están ocupados trabajando y pensando acerca de invenciones adicionales y conceptos de negocios. “La habilidad del emprendedor para convertir ideas creativas e insumos homogéneos en resultados heterogéneos hace de la empresa una elección superior al mercado. Las empresas son conjunto

²⁷ SCHUMPETER, Joseph A- *Análisis del Cambio Económico. Ensayos sobre el Ciclo Económico*. México, Fondo de Cultura Económica. 1935.

de tecnologías, recursos humanos y procesos, todos puestos a funcionar por el conocimiento específico de la empresa y de los emprendedores. Es este conjunto de recursos, y la manera como el emprendedor los coordina, lo que hace a una empresa heterogénea, difícil de imitar o alterar”²⁸.

Teniendo en cuenta los estudios que demuestran que los emprendedores son los encargados de reformar y revolucionar la industria de un país, se reconoce una gran oportunidad de negocio en el tema de cannabis medicinal, ya que según el ministerio de salud y protección social el Cannabis es la sustancia psicoactiva²⁹ más consumida en el país y la que muestra una mayor tendencia de crecimiento; 11,5% de los colombianos ha probado cannabis alguna vez. La prevalencia es 18% en los hombres y 6% en las mujeres. La cifra de consumo en el último año es del 3,3%. El total de consumidores de marihuana en el último año sería, según las últimas cifras disponibles, de unos 762 mil colombianos³⁰; Estas cifras del 2014 muestran una creciente en el consumo de cannabis meramente recreativo, sin tomar en cuenta las personas que mantienen sus dolencias y controlan sus enfermedades mediante esta planta, que no entran en este censo puesto que se mantienen en el anonimato por temor a ser juzgados o penalizados. De acuerdo con la revisión hecha por la Dirección de Medicamentos y Tecnologías en Salud del Ministerio de Salud y Protección Social, medicamentos basados en cannabis son usados en Alemania, Bélgica, Canadá, Chile, Dinamarca, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Holanda Italia y Reino Unido. Estos países han puesto en práctica distintos tipos de reglamentación para el acceso a medicamentos con base en cannabis. En varios países la autorización se prescribe de manera individual, a cada caso y por un tiempo delimitado.

²⁸ GÓMEZ Núñez Iiyis ,Creación de empresas y estrategia Reflexiones desde el enfoque de recursos, 2004

²⁹ Cannabis Consciente. ¿Qué es el efecto psicoactivo? Vergara, Karina. Bióloga. Publicado el 27 de marzo de 2015, Consultado el 15 de noviembre de 2016. Disponible en: <http://www.cannabisconsciente.com/efecto-psicoactivo/>

³⁰ Ministerio de salud y protección social (2014) Consultado el 05 de noviembre de 2016. Disponible en: www.minsalud.gov.co/sites/rid/lists/bibliotecadigital/ride/de/marihuana%20con%20uso%20terapeutico-contexto%20colombiano.pdf

4.2.4. Factibilidad de Proyectos

La Teoría de la Factibilidad abarca todas aquellas cuestiones que tienen que ver con la realización esencial de un proyecto en cuanto a sus puntos básicos. Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. La Factibilidad se refiere a que un proyecto que se tenga en mente, pueda llevarse a cabo, es decir, pueda materializarse, esta puede ser clasificada en: Operativa, Técnica y Económica.

- La Factibilidad Operativa está determinada por la disponibilidad de todos los recursos necesarios para llevar adelante un proyecto. Por ejemplo, encontrar quienes serían los proveedores de los principales recursos necesarios para el proyecto, como armarías el depósito para los productos, etc.
- La Factibilidad Técnica está relacionada con encontrar las herramientas, los conocimientos, las habilidades y las experiencias necesarias y suficientes, para hacer que el proyecto sea exitosamente realizado.
- La Factibilidad Económica surge de analizar si los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar las actividades pueden ser cubiertos con el capital del que se dispone, y en su caso, realizar el estudio financiero correspondiente para captar capital de terceros.

También son importantes dos aspectos: el legal y el medio ambiente. Con relación al primero, existe en todo país un orden jurídico, marcado por la carta magna de cada estado o norma jurídica más importante (constitución nacional), los tratados internacionales reconocidos por el órgano legislativo, de cada estado y el resto de las normas inferiores de carácter legislativo (leyes nacionales y provinciales) o reglamentario (decretos nacionales y provinciales), como así también toda otra norma que reglamente una actividad (resoluciones de entidades públicas).

En cuanto al medio ambiente, el mismo es el medio que permite el desarrollo del proyecto, desde la visión holística del proyecto inserto en su medio, donde requerirá entradas, que luego del proceso que es el proyecto en sí, producirá salidas, positivas y negativas hacia el medio, el cual, evaluará la conveniencia o no, de mantener vivo este proyecto produciendo el efecto de la retroalimentación.

El estudio de factibilidad Consiste en definir el nivel de factibilidad (posibilidades de éxito) para conseguir la solución de las necesidades.

El estudio incluye los objetivos, alcances y restricciones sobre el sistema, además de un modelo lógico de alto nivel del sistema actual (si existe). A partir de esto, se crean soluciones alternativas para el nuevo sistema, analizando para cada una de éstas, diferentes tipos de factibilidades.

Los tipos de factibilidades básicamente son:

- Factibilidad técnica: si existe o está al alcance la tecnología necesaria para el sistema.
- Factibilidad económica: relación beneficio costo.
- Factibilidad operacional u organizacional: si el sistema puede funcionar en la organización.

El estudio de factibilidad, es una tarea que suele estar organizada y realizada por los analistas de sistemas. El estudio consume aproximadamente entre un 5% y un 10% del costo estimado total del proyecto, y el período de elaboración del mismo varía dependiendo del tamaño y tipo de sistema a desarrollar.

Los niveles de factibilidad que servirán para determinar si un proyecto puede ser exitoso o no, estos niveles son:

- Operacional. Se refiere al hecho de que si trabajará o no el sistema si este se llega a desarrollar
- Técnico. Factibilidad técnica que contendrá los fundamentos técnicos de las decisiones adoptadas y resumirá los resultados de la etapa
- Económico: un sistema puede ser factible desde el punto de vista técnico y operacional, pero sino es factible económicamente para la organización no puede ser implantado.

Factibilidad Técnica: Es una evaluación que demuestre que el negocio puede ponerse en marcha y mantenerse, mostrando evidencias de que se ha planeado cuidadosamente, contemplado los problemas que involucra y mantenerlo en funcionamiento.

Algunos aspectos que deben ponerse en claro son:

- Correcto funcionamiento del producto o servicio.
- Lo que se ha hecho o se hará para mantenerse cerca de los consumidores.
- Escalas de producción (es posible ampliar o reducir la producción).
- Proyectos complementarios para desarrollar el proyecto; ¿cómo se obtuvo o se obtendrá la tecnología necesaria?; ¿cómo se capacitará al personal del plantel?, ¿si existen proveedores alternativos a los seleccionados?...

Factibilidad Económica: Debe mostrarse que el proyecto es factible económicamente, lo que significa que la inversión que se está realizando es justificada por la ganancia que se generará. Para ello es necesario trabajar con un esquema que contemple los costos y las ventas:

- Costos: Debe presentarse la estructura de los costos contemplando costos fijos y variables.
- Ventas: En este punto el precio del producto o servicio es fundamental, ya que determina el volumen de ventas, por lo que debe explicarse brevemente cómo se ha definido éste. Debe mostrarse también estimaciones de ventas (unidades y en dinero) para un periodo de al menos 1 año, justificando cómo se han calculado (a través de investigaciones de mercado, estadísticas anteriores...)

Factibilidad Financiera: Sintetiza numéricamente todos los aspectos desarrollados en el plan de negocios. Se debe elaborar una lista de todos los ingresos y egresos de fondos que se espera que produzca el proyecto y ordenarlos en forma cronológica. El horizonte de planeamiento es el lapso durante el cual el proyecto tendrá vigencia y para el cual se construye el flujo de fondos e indica su comienzo y finalización. Es importante utilizar algunos indicadores financieros, tales como: Periodo de recuperación (payback, paycash, payout o payoff): indica el tiempo que la empresa tardará en recuperar la inversión con la ganancia que genera el negocio (meses o años).

La factibilidad financiera se calcula sumando los resultados netos al monto de la inversión inicial hasta llegar a cero, en este caso no se estaría considerando el "valor tiempo del dinero", por esto también es útil calcular el periodo de repago compuesto en el que se incorpora una tasa al flujo de fondos que refleja las diferencias temporales.

El valor actual neto (VAN) es el valor de la inversión en el momento cero, descontados todos sus ingresos y egresos a una determinada tasa. Indica un monto que representa la ganancia que se podría tomar por adelantado al comenzar un proyecto, considerando la "tasa de corte" establecida (interés del mercado, tasa de rentabilidad de la empresa, tasa elegida por el inversionista, tasa que refleje el costo de oportunidad).³¹

³¹ NAVARRO, Dino Pablo. Practica Profesionalizante III. Teoría de la Factibilidad. El concepto de la teoría de la Factibilidad.

Ahora bien, para establecer y contar con un marco en el que se pueda reflexionar estratégicamente sobre la rentabilidad y/o factibilidad en un sector en el que va a operar una empresa, el análisis de la teoría de las 5 fuerzas de Porter se definiría como el modelo estratégico que logra establecer dicho marco el cual logra analizar los niveles de competencia dentro de una industria, desarrollando así una estrategia de negocio.

El modelo se articula en cinco fuerzas que logran determinar la competencia, intensidad y rivalidad en un sector. Es decir, aporta diferentes datos para saber la relación en una industria de las oportunidades inversoras y de rentabilidad.

El análisis de Porter o la matriz de las 5 fuerzas de Porter, es un modelo estratégico elaborado por el economista y profesor de la Harvard Business School, Michael Porter en 1979. Esta herramienta proporciona un marco de reflexión estratégica para determinar la rentabilidad de un sector específico, con el fin de evaluar el valor y la proyección futura de empresas o unidades de negocio que operan en dicho sector. Es por tanto una herramienta esencialmente estratégica. Utilizada en la elaboración de planes estratégicos y planes de negocio de empresas.

La matriz Porter se compone de 5 elementos y/o fuerzas que deben ser analizados:

- Los proveedores.
- Los clientes.
- Los competidores.
- Los productos sustitutivos.
- Los nuevos competidores.

Poder de negociación con proveedores. Es la capacidad de negociación con la que cuentan los proveedores de un sector. Puede ser más holgada o menos en función de la concentración de empresas, del número de proveedores.

Esta amenaza depende de factores del tipo:

- Concentración de número de proveedores versus el número de empresas.
- El volumen de compra.
- La cantidad de materias primas sustitutas que existan.
- Los costes que implicaría cambiar de materias primas.
- Número de productos sustitutos disponibles en el mercado.

Poder de negociación con los clientes. Es la capacidad de negociación con la que cuentan los clientes de un determinado sector/mercado.

Esta amenaza depende de factores del tipo:

- Concentración de número de clientes versus número de compañías.
- Posibilidad de negociación, especialmente en aquellos sectores de costes fijos elevados.
- Alto volumen de compra.
- Costes o facilidades para que los clientes puedan cambiar de empresa.
- Disponibilidad de información por parte del comprador.

Rivalidad entre los competidores. Las empresas que compiten directamente en una misma industria o sector, ofreciendo el mismo tipo de producto/servicio. El grado de rivalidad entre los competidores aumentará en función del mayor número de empresas existentes.

Esta amenaza depende de factores del tipo:

- Poder de los competidores.
- Poder de los proveedores.
- Crecimiento industrial.
- Sobrecapacidad Industrial.
- Diversidad de competidores.

Barreras de salida (productos sustitutivos). Los posibles sustitutos de los productos ofrecidos en ese sector o mercado, que pueden ser relevantes para el consumidor.

Esta amenaza depende de factores del tipo:

- Propensión del comprador a sustituir.
- Precios relativos de los productos sustitutos.
- Coste o facilidad de cambio del comprador.
- Nivel percibido de diferenciación de producto o servicio.
- Disponibilidad de sustitutos cercanos.

Barreras de entrada (amenaza de nuevos entrantes). Consistiría en la entrada potencial de empresa que vendan productos sustitutivos o alternativas a los del sector o mercado.

- Esta amenaza depende de factores del tipo:
- Economía de escala.
- Diferencias de producto en cuanto a propiedad.
- El valor de la marca.
- Los requerimientos de capital.
- El acceso a la distribución.

4.3 MARCO CONCEPTUAL

Con base en la teoría presentada y el enfoque de la investigación, se definen y delimitan conceptualmente los términos que pueden hacer aparición involucrados en las variables de investigación, en los objetivos planteados o en el marco teórico.

ADMINISTRADOR DE EMPRESAS: Profesional capacitado para afrontar el proceso de cambio económico y social del país, así como para ser un empresario generador de empleo.

ALCOHOLISMO: Peligrosa adicción que tiene múltiples consecuencias físicas, psicológicas y sociales.

ANALISIS ADMINISTRATIVO: servirá para definir el organigrama y distribuir las tareas, los puestos de trabajo y las correspondientes funciones y sus responsables.

ANALISIS ECONÓMICO/FINANCIERO: Procedimiento utilizado para evaluar la estructura de las fuentes y usos de los recursos financieros. Se aplica para establecer las modalidades bajo las cuales se mueven los flujos monetarios, y explicar los problemas y circunstancias que en ellos influyen.

ANALISIS JURÍDICO/LEGAL: trámites administrativos y legales necesarios que hay que complementar para poder constituir la empresa y el régimen fiscal y normativo nacional al que deberá someterse.

ANCESTRAL: Perteneciente o relativo a los antepasados.

CANNABINOIDES: todas aquellas sustancias químicas, independientemente de su origen o estructura, que se enlazan con los receptores cannabinoides del cuerpo y del cerebro.

CANNABIS: La planta a partir de la cual se obtiene la marihuana y el hachís.

CANNABIS LEGAL: Porte y consumo personal del cannabis sin consecuencias legales.

CANNABIS MEDICINAL: cannabis que tiene el fin de aliviar un síntoma, una dolencia o una enfermedad en lugar de propósitos recreativos o espirituales. Todo cannabis que contenga una cantidad efectiva de cannabinoides activos (es decir, que no sea cáñamo industrial) puede considerarse cannabis medicinal si se usa para dicho propósito.

CANNABIS RECREATIVO: Cannabis que tiene el fin de recrear o generar estados espirituales, el uso recreativo se sigue considerando un delito o infracción; las leyes modernas establecen una distinción entre cannabis medicinal y cannabis recreativo.

CANNABIS TERAPÉUTICO: cannabis que tiene el fin de tratar un síntoma, una dolencia o una enfermedad.

C.B.D.: Cannabidiol, segundo cannabinoide más concentrado puede tener un impacto tan grande en la medicina natural moderna como el descubrimiento de los antibióticos.

C.B.N.: Cannabinol, podría ser denominado como el tercer cannabinoide más conocido de la marihuana, es psicoactivo al igual que el THC, y contribuye con aproximadamente el 10% de las propiedades psicoactivas de la planta.

CHAMANES: Los Chamanes son seres espirituales con la capacidad de curar, trabajar con las energías y "ver" visiones. Las características esenciales del chamán son el dominio de la energía y el fuego como medio de transformación.

CIENCIAS FÁCTICAS: Física, química, fisiología, biología, sexología entre otras están basadas en buscar la coherencia entre los hechos y la representación mental de los mismos. Esta coherencia es necesaria pero no suficiente, porque además exige la observación y la experimentación.

COLESTEROL BUENO: Ayuda a reducir el nivel de colesterol en la sangre. El colesterol de alta densidad lo produce de forma natural el propio organismo y remueve el colesterol de las paredes de las arterias y lo devuelve al hígado.

CREATIVIDAD: Consiste en encontrar procedimientos o elementos para desarrollar labores de manera distinta a la tradicional, con la intención de satisfacer un determinado propósito. La creatividad permite cumplir deseos personales o grupales de forma más veloz, sencilla, eficiente o económica.

DIABETES: La diabetes es una afección crónica que se desencadena cuando el organismo pierde su capacidad de producir suficiente insulina o de utilizarla con eficacia. La insulina es una hormona que se fabrica en el páncreas y que permite que la glucosa de los alimentos pase a las células del organismo, en donde se convierte en energía para que funcionen los músculos y los tejidos. Como resultado, una persona con diabetes no absorbe la glucosa adecuadamente, de modo que ésta

queda circulando en la sangre (hiperglucemia) y dañando los tejidos con el paso del tiempo. Este deterioro causa complicaciones para la salud potencialmente letales.

DROGAS DURAS: Estupefacientes o sicotrópicos productoras de dependencia física o síquica, capaces de provocar graves efectos tóxicos o daños considerables a la salud".

EMPRENDIMIENTO: Proviene del francés entrepreneur (pionero), y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo.

ENTEÓGENOS: "Psicofármos", "alucinógenos", "psicotrópicos", "psicomiméticos" o "psicoactivos" y otros de acuñación mucho más reciente y de significado más próximo a la realidad que pretenden explicar, como enteógeno (literalmente: "dios generado dentro")

ESTUDIO DE MERCADO: Estudio de mercado es el conjunto de acciones que se ejecutan para saber la respuesta del mercado, Target, demanda y proveedores, competencia ante un producto o servicio. Se analiza la oferta y la demanda, así como los precios y los canales de distribución.

ESTUDIO TECNICO: Es un estudio que se realiza una vez finalizado el estudio de mercado, que permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica de un proyecto a realizar.

FACTIBILIDAD: Orienta la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto y corresponde a la última fase de la etapa pre-operativa o de formulación dentro del ciclo del proyecto. Se formula con base en información que tiene la menor incertidumbre posible para medir las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto de inversión, apoyándose en él se tomará la decisión de proceder o no con su implementación.

GLUCOSA: La glucosa o dextrosa es un carbohidrato o glúcido que está relacionada con la cantidad de azúcar que el organismo es capaz de absorber a partir de los alimentos y transformar en energía para realizar diferentes funciones o simplemente ayudar a mantener el cuerpo caliente.

HIPERGLUCEMIA: Refiere el azúcar alta en sangre.

IMPACTO AMBIENTAL: Refiere al efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos, en términos más

técnicos, podríamos decir que el impacto ambiental es aquella alteración de la línea de base como consecuencia de la acción antrópica o de eventos de tipo natural.

INNOVACIÓN: Es la aplicación de nuevas ideas, conceptos, productos, servicios y prácticas, con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad y la competitividad.

INSULINA: Hormona producida por el páncreas endocrino que su función es provocar la captación, utilización y almacenamiento de la glucosa dentro de las células. Esto les permite disponer de la energía necesaria (a partir de la glucosa) para realizar los procesos de síntesis con gasto de energía.

INSULINORESISTENCIA: Es la condición en la cual la insulina no puede realizar la respuesta biológica apropiada en las células. Es decir, hay una disminución de la capacidad de la acción de la misma en el control metabólico de la glucosa después de una comida.

MEDICINA PALIATIVA: Es la especialidad médica que centra su atención en los enfermos terminales, es decir, aquellos cuya expectativa de vida es relativamente corta por causa de una enfermedad que no responde a los tratamientos curativos.

METABOLISMO: Conjunto de los cambios químicos y biológicos que se producen continuamente en las células vivas de un organismo.

NECROSIS TUMORAL: Proteína elaborada por los glóbulos blancos en respuesta a un antígeno (sustancia que hace que el sistema inmunitario brinde una respuesta inmunitaria específica) o a una infección. El factor de necrosis tumoral también se puede producir en el laboratorio. Puede estimular la respuesta inmunitaria del paciente y, asimismo, puede provocar necrosis (muerte celular) en algunos tipos de células tumorales. El factor de necrosis tumoral está en estudio para el tratamiento de algunos tipos de cáncer. Es un tipo de citocina. También se llama FNT.

NEUROPATÍA DIABÉTICA: Daño a los nervios ocurrido en personas con diabetes.

NEUROTOXICIDAD: Refiere a daño al cerebro o al sistema nervioso periférico causado por la exposición a las sustancias tóxicas naturales o artificiales.

PATOLOGÍA: Parte de la medicina que estudia los trastornos anatómicos y fisiológicos de los tejidos y los órganos enfermos, así como los síntomas y signos a través de los cuales se manifiestan las enfermedades y las causas que las producen.

RETINOPATÍA DIABÉTICA: Complicación ocular de la diabetes que está causada por el deterioro de los vasos sanguíneos que irrigan la retina.

TABAQUISMO: Intoxicación aguda o crónica producida por el consumo abusivo de tabaco.

THC: El tetrahidrocannabinol, también conocido como delta-9-tetrahidrocannabinol, es el principal constituyente psicoactivo del cannabis.

TOXICIDAD: grado de efectividad que poseen las sustancias que, por su composición, se consideran tóxicas. Se trata de una medida que se emplea para identificar al nivel tóxico de diversos fluidos o elementos, tanto afectando un organismo en su totalidad (por ejemplo, el cuerpo del ser humano) como sobre una subestructura (una célula).

4.4 MARCO LEGAL

El marco legal suministra las bases sobre las cuales se construirán y determinará el alcance y naturaleza de la participación política. Su fundamento esta en LA CONSTITUCIÓN como suprema legislación, que se complementa con la legislación promulgada por el Congreso y la Presidencia de la República, donde se incluyen leyes, decretos, códigos, y regulaciones, dados a conocer por distintas instancias gubernamentales.

En nuestro país, el marco legal en materia de emprendimiento como ya lo he manifestado en escritos anteriores, ha evolucionado en una compleja combinación de leyes y decretos, en regulaciones legales, reglas judiciales y la práctica real. Por tanto ciertas legislaciones pueden ser de nueva creación o estar actualizadas, otras pueden basar su funcionamiento en leyes obsoletas que están desactualizadas, pero que sin embargo aún están vigentes, lo que conlleva a que puedan existir diferentes interpretaciones, conflictos e inconsistencias entre las diferentes partes que dan forma a un marco legal y en consecuencia al proceso en sí.

4.4.1 Marco legal del cannabis en Colombia:

Tabla 2 Marco legal: Uso y Control del Cannabis en Colombia.

Ley 36 de 1939	Por la cual se reglamenta el comercio de las drogas que forman hábito pernicioso.
Ley 09 de 1979	Por la cual se dictan medidas sanitarias.
Decreto 257 de 1969	Por la cual se reglamenta el funcionamiento del Fondo Rotatorio de Estupefacientes del Ministerio de Salud Pública.
Ley 30 de 1986	Por la cual se adopta el Estatuto Nacional de Estupefacientes y se dictan otras disposiciones.
Sentencia Gaviria No. C-221 de 1994	DESPENALIZACIÓN DEL CONSUMO DE LA DOSIS PERSONAL
Acto legislativo 02 de 2009	El porte y el consumo de sustancias estupefacientes o sicotrópicas está prohibido, salvo prescripción médica. Con fines preventivos y rehabilitadores la ley establecerá medidas y tratamientos administrativos de orden pedagógico, profiláctico o terapéutico para las personas que consuman dichas sustancias. El sometimiento a esas medidas y tratamientos requiere el consentimiento informado del adicto.
Resolución 1478 de 2006	Por la cual se expiden normas para el control, seguimiento y vigilancia de la importación, exportación, procesamiento, síntesis, fabricación, distribución, dispensación, compra, venta, destrucción y uso de sustancias sometidas a fiscalización, medicamentos o cualquier otro producto que las contengan y sobre aquellas que son Monopolio del Estado.
Ley 1787 de 2016	Tiene como objeto crear un marco regulatorio que permita el acceso seguro e informado al uso médico y científico del cannabis.
Decreto 613 de 2017	COMERCIALIZACIÓN Y REGULACIÓN DE LA MARIHUANA MEDICINAL. en relación con el acceso seguro e informado al uso médico y científico del cannabis.

Fuente: Elaboración propia.

El Ministerio de Salud y Protección Social acaba de expedir un decreto trascendental; Una norma que además registra las condiciones para que los pequeños cultivadores puedan competir en el mercado y que los hace partícipes del desarrollo alternativo del posconflicto.

De esta manera, se despeja el camino de una polémica que se inició en 1986, cuando se expidió la Ley 30, que facultó al Ministerio de Salud para reglamentar la producción, uso y comercio de estupefacientes con fines terapéuticos. Una actividad que fue respaldada mediante pronunciamientos de la Corte Suprema de Justicia.

No obstante, fue el ministro de Salud, Alejandro Gaviria, quien desde que asumió su cargo en septiembre de 2012 y consciente de la necesidad de modernizar el tema, desempolvó casi 30 años después un asunto que en medio de la controversia se había convertido en tabú.

Gaviria fue gestor de un primer decreto para la expedición de licencias de cannabis medicinal y en julio del año pasado fue el Legislativo, mediante la Ley 1787 del 2016, que creó el marco regulatorio para permitir el uso médico y científico de la marihuana en Colombia.

Justamente, producto de la legislación, el 28 de julio de 2016, el Ministerio de Salud entregó la primera licencia a la firma canadiense Pharmacielo. Posteriormente fueron autorizadas para producir cannabis medicinal las compañías Cannavida, Ecomedics y Econnabis.

Pero una vez expedida la Ley 1787 de 2016 o marco legal del Cannabis, de nuevo el Ministerio de Salud encabezó el proceso para fortalecer la actividad. De esta manera, junto con los ministerios de Justicia y Agricultura, así como la Presidencia de la República, acaban de expedir el decreto clave.

Se trata de una norma que en 35 páginas reglamenta y dinamiza la actividad. En concreto, el decreto simplifica el proceso de solicitud de licencias y señala que para acceder a esta las empresas interesadas deben presentar cuatro solicitudes: de semilla, cultivo de cannabis psicoactivo (cuyo contenido es igual o superior al 1% de Tetrahidrocannabinol -THC-, principal compuesto químico del cannabis) y no psicoactivo (inferior al 1 % de THC) y fabricación de derivados como aceites, resinas, tinturas, extractos o preparados obtenidos a partir de la marihuana.

En cuanto al cáñamo, es decir, la planta del cannabis, la norma establece como opción, aplicar para tener un cultivo formalizado de cannabis no psicoactivo y según el Ministerio de Salud: “De esta manera se podrá mantener un control por parte del Gobierno Nacional y les dará un soporte a los cultivadores”.

El nuevo decreto 613 de 2017 Por el cual se reglamenta la Ley 1787 de 2016 Y se subroga el Título 11 de la Parte 8 del Libro 2 del Decreto 780 de 2016, en relación con el acceso seguro e informado al uso médico y científico del cannabis establece, además, los diversos tipos de licencia, clases de las solicitudes y los controles. En cuanto a la asignación de cupos o previsiones, crea un grupo técnico conformado por cinco funcionarios de igual número de entidades oficiales. Un tercer capítulo de la norma detalla cómo se deben hacer los derivados, la importación de semillas, las obligaciones y prohibiciones de los licenciarios, las tarifas y los criterios para determinar quiénes son los pequeños y medianos cultivadores y comercializadores en Colombia de cannabis medicinal.

4.4.2. Marco legal para la creación de nueva empresa en Colombia:

Tabla 3 Marco legal creación de empresa Colombia.

Ley 20 de 1990 “Ciencia y tecnología”	Por la cual se dictan disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico y se otorgan facultades extraordinarias.
Ley 344 de 1996 “Racionalización de gasto público”.	Por la cual se dictan normas tendientes a la racionalización del gasto público, se conceden unas facultades extraordinarias y se expiden otras disposiciones.
Ley 590 de 2000 “Ley MIPYME”	Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa.
Ley 905 de 2004 “Modifica la 590”	Promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.
Ley 1014 del 2006 “Fomento a la cultura del emprendimiento.	De fomento a la cultura del emprendimiento.

Fuente: Elaboración propia

En la política pública Colombiana para la creación de empresas se cuenta con un marco normativo que tienen una gran trayectoria cronológica, teniendo como eje central La Constitución Política (1991), en su Título XII “Del Régimen Económico y

de la Hacienda Pública”. (Art. 333), se establece la libertad económica y se considera la empresa como la base para el desarrollo

Según la Ley 1014 de 2006, la creación de empresas es “la iniciación de operaciones de las empresas para que alcancen su maduración en el corto plazo y se garantice su autosostenibilidad. Buscar mecanismos para resolver problemas de comercialización e incentivar la investigación de nuevos mercados y nuevos productos”³².

La creación de empresa en Colombia hoy en día es un proceso mucho más sencillo y económico, ya que se ha avanzado de gran manera en la simplificación de trámites o por lo menos en lo que a creación de empresas se refiere.

Las entidades implicadas son la DIAN, las Cámara de comercio y una entidad bancaria. Un porcentaje superior al 90% de las empresas que se constituyen en el país son S.A.S (Sociedades por Acciones Simplificadas) por lo que es la opción más viable para la creación de empresa que se tiene pensado realizar por medio de esta investigación.

De acuerdo a la cámara de comercio de Bogotá se puede crear empresa: Tomando la decisión, Definiendo la idea de negocio, Diseñando un modelo de negocio exitoso, iniciando la operación de la empresa y definir si se quiere constituir la empresa como persona natural, jurídica, o establecimiento de comercio; para esto la CCB, brinda asesoría evaluando el proyecto y entregando instrumentos para cumplir con los requerimientos.

Según la revista M prende existen 10 pasos para la creación de empresa en Colombia los cuales se detallan a continuación:

³³Estos son los pasos que debe seguir:

Paso 1. Consulte que sea posible registrar el nombre su compañía, es decir, que está disponible por no ser el de ninguna otra

Paso 2. Prepare, redacte y suscriba los estatutos de la compañía. Éstos son el contrato que regulará la relación entre los socios; y entre ellos y la sociedad. Recomendamos cualquiera los siguientes.

³² De Fomento a la Cultura del Emprendimiento, Ley 1014 de 2006. Art. 1.

³³ Revista M prende. Gestión Legal Colombia (GLC) consultores. 10 pasos para crear empresa en Colombia. Publicado el 09 de Agosto de 2014. Disponible en: <http://mprende.co/legal/10-pasos-para-crear-una-empresa-en-colombia> . Consultado el 27 de abril de 2017.

Paso 3. PRE-RUT. En la Cámara de Comercio, puede tramitar el PRE-RUT antes de proceder al registro. Es necesario presentar estatutos, formularios diligenciados, la cédula del representante legal y la de su suplente.

Paso 4. Inscripción en el Registro. En la Cámara de Comercio llevarán a cabo un estudio de legalidad de los estatutos; debe tener en cuenta que es necesario cancelar el impuesto de registro, el cual tiene un valor del 0.7% del monto del capital asignado.

Paso 5. Es obligatorio que con la empresa registrada y el PRE-RUT, se proceda a abrir una cuenta bancaria. Sin la certificación de apertura de la cuenta, la DIAN no procederá a registrar el RUT como definitivo.

Paso 6. Con el certificado bancario se debe tramitar en la DIAN el RUT definitivo.

Paso 7. Llevar el RUT definitivo aportado por la DIAN a la Cámara de Comercio para que en el Certificado de existencia y representación legal de la compañía, ya no figure como provisional.

Paso 8. En la DIAN, se debe solicitar una resolución de facturación, en principio manual. Sin facturas es posible contratar, pero no se pueden cobrar los servicios.

Paso 9. Toda compañía debe solicitar la Inscripción de Libros en la Cámara de Comercio; éstos serán el Libro de actas y el Libro de accionistas. La falta de registro de los libros acarrea la pérdida de los beneficios tributarios.

Paso 10. Se debe registrar a la empresa en el sistema de Seguridad Social, para poder contratar empleados.

4.5 MARCO CONTEXTUAL

Acorde al planteamiento del problema y los objetivos de la investigación propuesta, el ámbito de referencia sobre el cual se ha de construir el conocimiento es la ciudad de Guadalajara de Buga, así que para realizar la contextualización espacial se definirá este ámbito de conocimiento para la investigación.

4.5.1 Identificación del municipio:

³⁴Nombre del municipio: GUADALAJARA DE BUGA

NIT: 891.380.033-5

Código Dane: 76111

Gentilicio: Bugueños

Otros nombres que ha recibido el municipio: En los terrenos de Buga la Vieja surgió Nueva Jeréz de los Caballeros 1554 a 1555. Guadalajara de Buga, 1557 a 1559. Guadalajara de Nuestra Señora de la Victoria de Buga, el 4 de marzo de 1570, en el sitio llamado sepultura, que figura como la fundación definitiva, la cuarta, aun cuando se hizo un nuevo traslado a la margen derecha del río Piedras. Y finalmente Guadalajara de Buga (nombre actual), desde 1573.

4.5.2 Símbolos:

Escudo: A mediados del Siglo XVI el Rey Don Felipe II, por Real Cédula, le concedió a Buga el Título de "Ciudad Noble y Leal" y la hizo plaza de armas con derecho a escudo. El escudo es de forma española, ostenta en la parte superior una corona, que simboliza la majestuosidad y descendencia de la Corona Española.

Se divide en tres cuarteles: El superior de tamaño doble contiene un sol radiante, que significa la ubicación geográfica de Buga en el trópico, la sección inferior izquierda presenta un par de "alabarderos" con sus armas en balanza, significando que el rey la hizo Plaza de Armas; y la Sección inferior derecha contiene la figura de dos leones para expresar la grandeza y valor de los hijos de Guadalajara de Buga.

³⁴ Alcaldía de Guadalajara de Buga - Valle del Cauca. Buga Renovada. Sitio oficial de Guadalajara de Buga en Valle del Cauca, Colombia. Disponible en: http://www.guadalajaradebuga-valle.gov.co/informacion_general.shtml. Consultado el 26 de abril de 2017.

Ilustración 6 Escudo Guadalajara de Buga.



Fuente: Alcaldía De Guadalajara de Buga

Bandera: La Bandera de Buga, según los historiadores, es la misma que ondeó en la Batalla de Alto Palacé, llevada por José María Cabal, la misma que juraron el 20 de julio de 1813 los ejércitos de Nariño, al iniciar la campaña del sur. La Bandera de Buga viene a ser igual a la del estado de Cartagena en 1812, en la cual murió envuelto Atanasio Girardot en la Cima de Bárbula.

Se compone de tres fajas horizontales cuyos colores son: la franja superior en color amarillo oro, significando la riqueza de nuestro suelo; la franja del medio de color verde, demuestra la fertilidad de nuestra tierra, y la franja inferior de color rojo, simbolizando el patriotismo y la sangre vertida por los próceres hijos de Buga, en aras de la Independencia.

Ilustración 7 Bandera Guadalajara de Buga



Fuente: Alcaldía De Guadalajara de Buga

4.5.3 Historia:

Fecha de fundación: 04 de marzo de 1573

Nombre del/los fundadores (es): Capitán Giraldo Gil de Estupiñán.

Reseña histórica: Primera Fundación (Fecha en investigación) ordenada por el gobernador Sebastián de Belalcázar. Buga La Vieja Segunda Fundación, 1554 - 1555 ordenada por Pedro Fernández del Busto y ejecutada por Giraldo Gil de Estupiñán recibiendo el nombre de: Nueva Jerez de los Caballeros.

La ubicación era en las Cabeceras del Río Buga agrande (Corregimiento la Marina en Tuluá) Tercera Fundación, 1557 - 1559. El Gobernador que la ordenó fue Luis de Guzmán y ejecutada por Rodrigo Díez de Fuenmayor y recibió el nombre de Guadalajara de Buga. La ubicación fue Valle de Tunessi - Páramo de Pan de Azúcar. El Traslado fundación se hizo el 4 de marzo de 1570, ordenado y ejecutado por el gobernador Álvaro de Mendoza y Carvajal, bautizándole Guadalajara de Nuestra Señora de la Victoria de Buga.

Traslado definitivo en 1573 al sitio que hoy ocupa, ordenado por el gobernador Jerónimo de Silva y ejecutado por Beltrán de Unzueta recibiendo el nombre de Guadalajara de Buga.

El primer Alcalde fue el capitán Melchor Velásquez de Valdenebro, y primer Alférez Real el capitán Diego Lazo de la Vega, quien también se desempeñó como alcalde. En 1810 fue una de las ciudades confederadas del Valle del Cauca; sus hijos apoyaron la causa libertadora como ocurrió con los hermanos Cabal, y algunos terminaron su vida como héroes de la patria, tal el caso del general José María Cabal.

El Libertador Simón Bolívar visitó a Buga en dos ocasiones, quedando señaladas con sendas placas conmemorativas: 11 de enero de 1822 y entre el 26 y el 27 de diciembre de 1829.

4.5.4. Geografía:

Descripción Física: Está situado el Municipio en la Zona Centro del Departamento del Valle del Cauca, en la parte donde se hace más angosto el valle geográfico, gozando no solamente de la belleza del paisaje, de su variada y hermosa topografía sino también de la fertilidad y productividad de sus tierras, constituyéndose en una verdadera despensa agrícola y ganadera.

La ciudad está asentada en la estribaciones de la Cordillera Central, sobre el margen derecho del Río Guadalajara que en su recorrido atraviesa la ciudad de oriente a occidente; se encuentra a 74Km de Santiago de Cali, la capital del departamento y a 126Km del Puerto de Buenaventura, el más importante del occidente colombiano.

Su ubicación geográfica es privilegiada y estratégica, pues la coloca en un verdadero cruce de caminos, en el lugar de convergencia de las principales vías terrestres que cruzan el occidente del país.

Todo esto le otorga una posición destacada entre las demás ciudades del departamento.

POSICIÓN ASTRONÓMICA: Está situado a 3° 54' 07" de latitud norte y 76° 18' 14" de longitud al oeste, coordenadas respecto al meridiano de Greenwich.

LIMITES DEL MUNICIPIO: Al Norte Limita con el Municipio de San Pedro, por el perímetro rural por la Quebrada Presidente, desde su nacimiento en la Cordillera Central hasta su desembocadura en el Río Cauca.

Al Nordeste, con el Municipio de Tuluá, por el Río Tuluá hasta el nacimiento en el Páramo de Barragán en la Cordillera Central.

Al Sur, con el perímetro rural de Guacarí, por el Río Sondo desde su nacimiento en la Cordillera Central hasta su desembocadura en el Río Cauca.

Al Oriente, con el departamento del Tolima, por la sierra alta de la Cordillera Central desde el nacimiento del Río Tuluá hasta un punto frente al nacimiento del Río Sonso.

Al Sudeste, con el Municipio de Ginebra. Al Occidente , con el perímetro rural del Municipio de Yotoco, por el Río Cauca desde la desembocadura del Río Sonso hasta la Quebrada de Presidente, Por el Sur Oriente con el Municipio de Cerrito.

COORDENADAS PLANAS X = 923 M Y = 1.086.500 M

Extensión total: 832 Km²

Extensión área urbana: 16.2 Km²

Extensión área rural: 816 Km²

Altitud de la cabecera municipal (metros sobre el nivel del mar): 969

Temperatura media: 23° C

Distancia de referencia: 57 Km a Santiago de Cali.

4.5.5. Ecología:

Relieve: Su territorio tiene dos zonas, la Zona Plana en las riberas del río Cauca y la Zona Montañosa en la cordillera central; sus alturas van desde los 969 hasta los 4.210 m.s.n.m. en el Páramo de las Hermosas.

Superficie por pisos térmicos: Cálido 153 Km², Medio 169 Km², Frío 243 Km² y Páramo 271 Km².

4.5.6. Economía:

Las principales actividades económicas son: la ganadería, la agricultura, el comercio y la industria. Sobresalen los cultivos de algodón, soya, maíz, mijo, café, caña de azúcar, plátano, frijol, papa, yuca, cacao, sorgo, hortalizas y frutales.

4.5.7 Servicios Básicos:

Buga dispone de los servicios de energía eléctrica, alcantarillado, teléfonos, hospitales, clínicas, teatros, centros de salud, coliseo de ferias, concha acústica para festivales, estadio, coliseos deportivos, hoteles, bancos, dos proveedores de servicio de Internet, bibliotecas y emisoras.

Buga cuenta con su propia Cámara de Comercio que presta los servicios y cumple funciones PÚBLICAS delegadas por el Gobierno Nacional llevando el registro mercantil, el registro de proponentes y el registro de entidades sin ánimo de lucro; y funciones PRIVADAS de representación y vocería de los intereses de los empresarios, y de promoción del desarrollo económico y social en Buga y su área de jurisdicción que comprende: Buga, Guacarí, El Cerrito, Ginebra, Yotoco, Restrepo, Calima – Darién, San Pedro, El Dovio.

4.5.8 Vías De Acceso:

Aéreas: Posee gran cercanía a aeropuertos internacionales como son: "Alfonso Bonilla Aragón" en Palmira y el "Matecaña" en Pereira Capital del departamento de Risaralda y cuenta también con los aeropuertos de carga "Santa Ana" localizado en Cartago ciudad al norte del Departamento del Valle y el de "Farfán" en Tuluá para algunos vuelos nacionales.

Terrestres: Las carreteras "Panamericana" y "Panorama", conectan con las principales ciudades de Colombia y otras naciones suramericanas. La carretera BUGA-MADROÑAL-BUENVENTURA que lleva al puerto de Buenaventura, el más

importante de la costa pacífica. Por tren está conectada a la red del ferrocarril del Pacífico que atraviesa toda el valle geográfico del Río Cauca y la costa Pacífica.

Fluviales: La principal corriente de agua de Municipio la constituye el Río Guadalajara. Nace al oriente de la ciudad en la parte media de la Cordillera Central, en la confluencia de varias quebradas. De ellas las más importantes son: Los Indios, La Sonadora y los Alpes ubicados a una altura de 2.850 m.s.n.m.

La cuenca geográfica tiene una extensión de 13.500 hectáreas y el recorrido del río es de aproximadamente 36Km.

El río desemboca al occidente la ciudad en el Río Cauca. La ciudad es atravesada de oriente a occidente por las quebradas denominadas Quebrada seca, La Pachita y Lechugas, de escaso caudal y cauce seco en la parte llana excepto en la época de Lluvias.

La Hidrografía del Municipio se encuentra constituida además del Río Guadalajara por las vertientes de los Ríos Cauca, Tuluá, Sonso y la Quebrada La Magdalena y Laguna de Sonso, reservorio natural de aves y peces.

5. METODOLOGÍA

Para lograr el cabal cumplimiento de los de los objetivos, se acudirá al empleo de técnicas de investigación como la observación y la aplicación de cuestionarios (Encuestas), de tal forma se conocerá el grado de identificación del mercado objetivo con los productos y servicios a ofertar.

5.1. TIPO DE ESTUDIO

Según el nivel de conocimiento científico (Observación, descripción, explicación), al que se espera llegar se formulará el tipo de estudio. El propósito entonces es señalar el tipo de información que se necesitará así como también el nivel de análisis que se deberá realizar definiendo así el contenido.

El tipo de estudio es descriptivo al requerir caracterizar aspectos tanto de la oferta como la demanda del posible mercado objetivo de usuarios de Cannabis medicinal en Guadalajara de Buga. La caracterización de la demanda se relaciona con establecer las necesidades y expectativas del consumidor, específicamente en materia de gustos y preferencias; mientras que el estudio de la oferta debe describir la competencia y las características del servicio que ofrecen³⁵.

También este estudio permite delimitar hechos que conforman el problema de la investigación como lo son:

- Establecer las características demográficas: número de población, distribución por edades, niveles de educación, estado civil etc.
- Identificar formas de conducta y actitudes del universo de investigación: Comportamientos sociales, preferencias de consumo, motivación, decisión de compra etc.
- Establecer comportamientos concretos: Cuantas personas consumen un producto, procesos de decisión, necesidades.
- Descubrir y comprobar la asociación de las variables: Relación entre precio y consumo de un producto, mecanismos de control etc.³⁶

³⁵ DAHNKE, Gordon. FERNÁNDEZ, Carlos. La Comunicación Humana: Ciencia Social. McGraw-Hill. México, 1986.

³⁶ MENDEZ, Álvarez, Carlos Eduardo. Metodología: Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales. México: Limusa, 2008. P, 230.

5.2. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Para este estudio es necesario recurrir a métodos descriptivos, mediante la aplicación de herramienta cuantitativa tipo encuesta a posibles usuarios para caracterizar el mercado, específicamente la demanda en Guadalajara de Buga. Igualmente se requiere de revisión bibliográfica para establecer los requerimientos técnicos y legales necesarios. El método de investigación es deductivo, ya que se realiza el estudio a partir de situaciones generales como son las características del mercado, para finalmente llegar a condiciones particulares como lo es la viabilidad económica y financiera de la empresa³⁷.

Así es, que por medio del estudio descriptivo se identificarán las características del universo de investigación, señalando formas de conducta y actitudes del total de la población investigada, se establecerán los comportamientos concretos y se realizará la asociación de variables de investigación.

5.3. FUENTES DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

En este acápite, se referirán las fuentes que son hechos y que permiten obtener información relevante.

5.3.1. FUENTES PRIMARIAS:

El desarrollo de la investigación propuesta depende de la información que se recoja en forma directa; esto se traduce en la fuente primaria la cual implica utilizar diversas técnicas y procedimientos que suministren la información adecuada; se hará referencia a la utilización y aplicación de *La observación*, *La encuesta* y *La entrevista* a la comunidad potencialmente usuaria del Cannabis como medicina alternativa en la ciudad de Guadalajara de Buga.

5.3.2. FUENTES SECUNDARIAS:

Como fuentes secundarias se realizó una revisión bibliográfica exhaustiva de autores que aportan directamente al componente teórico, de igual forma se realizó la consulta de diversos trabajos de grado relacionados directamente con el tema de emprendimiento. Se consultó diferentes páginas web tanto institucionales como académicas, para la realización del plan de negocios, se siguió el modelo exigido la

³⁷ HERNÁNDEZ, Roberto. FERNÁNDEZ, Carlos. BAPTISTA, Pilar. Metodología de la Investigación. Editorial McGraw-Hill. 2003.

universidad del Valle, se hizo uso de recomendaciones, correcciones y notas tomadas en la asistencia a las asesorías programadas con la docente asignada.

5.4. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

La información es la materia prima de la investigación realizada, por tanto se tendrá mucho cuidado al momento de definir el procedimiento para obtener la información relevante y suficiente:

5.4.1. Observación:

Es una “técnica antiquísima, cuyos primeros aportes sería imposible de rastrear. A través de sus sentidos, el hombre capta la realidad que lo rodea, que luego organiza intelectualmente, la observación puede definirse como el uso sistemático de nuestros sentidos en la búsqueda de los datos que necesitamos para resolver un problema de investigación”.³⁸

5.4.2. Entrevistas

Se realizarán entrevistas a personas con alguna discapacidad, enfermedad o condición especial que permita conocer su aceptación de búsqueda de mejoramiento de su calidad de vida en la medicina alternativa, en este caso específico con el uso del Cannabis como forma alterna para sobrellevar su enfermedad.

5.4.3. Encuestas:

La cual se realizará a través de formularios, los cuales tendrán aplicación a aquellos problemas que se pueden investigar; la encuesta permite el conocimiento de las motivaciones, las actitudes y las opiniones de los individuos con relación a su objeto de investigación.

Se aplicarán tanto de forma física como por medio de la utilización de la red, medios sociales y demás grupos que se focalicen y sean acorde a la necesidad de la investigación.

³⁸ SABINO, Carlos A. El proceso de investigación, P.155.

5.4.4. Tamaño de la muestra:

En muchas investigaciones y estudios se hace necesario el análisis de ciertas variables de una población o universo, lo que implica la recolección de información sobre la misma.

Por tal motivo, se debe seleccionar una muestra que sea representativa de dicha población y que permita averiguar lo que se desea con cierto nivel de seguridad, lo cual ahorra tiempo y recursos. Pero surge así un interrogante fundamental: ¿Cuál debe ser el tamaño de muestra adecuado que permita obtener conclusiones validas sobre la población objeto de estudio?

Una muestra muy pequeña no garantiza la calidad de los resultados y un tamaño de muestra muy grande implica un desperdicio de recursos y tampoco es una garantía para la validez de las conclusiones. Es por eso que se debe buscar un tamaño de muestra óptimo o adecuado.³⁹

Por lo tanto para determinar el tamaño de la muestra representativa que se utilizará para hacer el estudio de campo se preparará una muestra piloto de 50 cuestionarios, en los cuales se identificó P (probabilidad de éxito) como 0,92 y Q (probabilidad de fracaso) como 0,08 obedeciendo a la averiguación del parámetro de proporción de la población y para ello se toma como referencia la pregunta #6 del cuestionario: ¿Si la Marihuana Medicinal estuviera en el mercado demostrando sus beneficios, usted lo utilizaría?; También se aproxima la población objeto de estudio a una población infinita y se asigna valor a las variables sobre las cuales el investigador tiene control, a saber el intervalo de confianza Z 95% y el error muestral e 5%.

Dado lo anterior se utilizará la siguiente fórmula para calcular el tamaño de la muestra representativa:

$$n = \frac{z^2 * p * q}{e^2} \quad n = \frac{1,96^2 * 0,92 * 0,08}{0,05^2} = 113.096$$

Por lo tanto para una muestra representativa de la población objetivo deben realizar 113 cuestionarios; Ahora bien para no caer en el error de sesgo, el cuestionario debe optarse por un muestreo estratificado el cual nos permita saber el número exacto de personas que deben ser encuestados acorde al rango de edad, por lo cual se acude al anuario estadístico de Guadalajara de Buga del 2015 el cual arroja datos aproximados a la población de la Ciudad.

Es así que se encuentran los datos necesarios para determinar que para la población entre los 18 y 27 años hay un tamaño del 24,1% para la población entre

³⁹ AGUILAR MORENO, Jaime. Guía Para La Determinación Del Tamaño De Una Muestra Estadística. Agosto 2005

28 y 35 años el tamaño es de 7,6%; la población entre 36 y 45 años tiene un tamaño de 32,9% y finalmente la población mayor a 60 años posee un tamaño del 12,7%.

Ahora bien si se suman estos porcentajes se tiene un total de 77.3% lo cual obedecería al 100% de la población objetiva por lo que se debe recurrir a una regla de 3 simple reemplazando cada vez el porcentaje a averiguar por todos los anteriores.

77.3% → 100% 77.3% → 100%

24,1% → X 7,6% → X ...Y así sucesivamente hasta que se obtiene:

Tabla 4 Porcentaje edades

Edad poblacional	Porcentaje
18 y 27 años	31,17%
28 y 35 años	9,8%
36 y 59 años	42,5%
Mayor a 60 años	16,4%

Fuente: Elaboración propia.

Ahora bien para evitar el sesgo se multiplicará n, por cada uno de los porcentajes obtenidos anteriormente y se obtiene que para:

Tabla 5 Encuestas a realizar

Edad poblacional	Encuestas a realizar
18 y 27 años	35
28 y 35 años	11
36 y 59 años	48
Mayor a 60 años	18

Fuente: Elaboración propia.

5.5. FASES DE LA INVESTIGACIÓN

Tabla 6 Fases de la Investigación.

OBJETIVO ESPECIFICO	ACTIVIDAD	RECURSO
Elaborar un estudio de mercado para determinar la factibilidad de comercializar productos a base de cannabis para el uso terapéutico y medicinal.	Seleccionar la herramienta que se utilizara para determinar la factibilidad del estudio, en este caso la herramienta elegida es la encuesta. Redactar la encuesta de acuerdo a la informacion que se necesita obtener. Analizar y diagnosticar el mercado actual, asi como clasificacion del mercado objetivo.	Libros, internet, minuta congresos y trabajos bajo la misma linea investigativa. Papel y encuestas. Computador con hoja de calculo.
Elaborar un estudio técnico sobre el cultivo, transformación y comercialización de productos a base de cannabis para el uso terapéutico y medicinal.	Analizar el proceso de producción del cannabis. Realizar una descripción de la maquinaria y equipo necesaria para la transformación del cannabis. Establecer plazos y tiempos necesarios para la transformación del cannabis.	Libros, artículos de revista, base de datos, internet y empresas dedicadas a la transformación. Materia prima para desarrollar los procesos de la transformación del cannabis. Espacio acorde donde desarrollar el estudio de los procesos.
Elaborar un análisis administrativo para una empresa cultivadora, productora y comercializadora de productos a base de cannabis.	Analizar el entorno del sector, sus oportunidades y/o amenazas, para crear estrategias de diferenciamiento. Implementar mediante el diagnostico del sector, una estructura organizacional acorde a las necesidades del mercado.	Libros, revistas, internet y fuentes primarias de informacion. Computador con conexcion a internet, para indagar a nivel nacional e internacional. Computador, papel y bibliografia
Elaborar un análisis económico-financiero para determinar la viabilidad de creación de una empresa cultivadora productora y comercializadora de productos a base de cannabis.	Realizar diagnostico del sector actualmente. Realizar una medición de clientes potenciales, mediante aplicación de encuestas Realizar posible estado de perdidas y ganancia de acuerdo a la proyeccion estipulada.	Libros, internet, revistas. Papel, encuestas Computador con hoja de excel.
Identificar el impacto socioambiental que genera el cultivo, transformación y comercialización de productos a base de cannabis.	Indagar acerca de los beneficios y perjuicios sobre el suelo mediante la plantacion de cannabis. Investigar los daños colaterales de la propagacion cannabis y cómo minimizar los mismos.	Libros, revistas, internet y fuentes primarias de informacion. Computador con conexcion a internet, para indagar a nivel nacional e internacional. Espacio acorde para realizar pruebas de ensayo.

Fuente: Elaboración propia

6. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

6.1 ESTUDIO DE MERCADO PARA UNA EMPRESA CULTIVADORA, TRANSFORMADORA Y COMERCIALIZADORA DE CANNABIS PARA USO TERAPÉUTICO EN GUADALAJARA DE BUGA

6.1.1. Análisis del Sector según la Teoría de las 5 fuerzas de Michael Porter

Un rápido balance de la situación agraria en Colombia, cuando se aproxima al tercer milenio, indica que se ha profundizado el desarrollo capitalista en amplias regiones del país, que muchas unidades campesinas son más viviendas de trabajadores que verdaderas bases productivas y que la tierra ha adquirido una gran movilidad, particularmente durante la década de los ochenta, cuando enormes capitales forjados en el narcotráfico presionaron los valores rurales hacia arriba. Al mismo tiempo, sin embargo, la economía campesina ha retenido su importancia y aún se reproduce en las áreas de frontera, en algunas ocasiones valorizada por los cultivos de marihuana y coca.

En efecto, en momentos en que la industria colombiana avanza penosamente, entre 1957 y 1968, porque sus avenidas externas de abastecimiento de equipos y bienes intermedios importados se han estrechado por la baja de precios del café, la agricultura comercial se desarrolla a tasas del 12% anual, en forma independiente del receso general de la economía. Es más, el avance de la agricultura comercial genera un creciente volumen y valor de exportaciones que son las que culminan equilibrando la balanza de pagos a partir de 1969, lo cual sienta las condiciones para el gran auge industrial que se inaugura durante ese año y culmina con la recesión mundial de 1974-1975, que también detiene por un momento el proceso de acumulación nacional. A partir de este umbral, la dinámica de desarrollo agrario desfallece, se resiente la productividad y se pierden mercados externos.

Es así como durante los ochenta la agricultura se contrae durante el primer lustro, cuando toda la economía sufre de una nueva y profunda recesión, para después obtener una recuperación apreciable entre 1985 y 1990, marcada de nuevo por productos de exportación. Las estadísticas oficiales no incluyen el cultivo de las materias primas de las drogas prohibidas, pero según la Drug Enforcement Agency había en 1990 30.000 hectáreas sembradas de hoja de coca y unas 15.000 de marihuana, cultivo que relativamente se había venido a menos desde finales de los setenta.

Colombia experimentó una revaluación del peso entre 1978 y 1982 debido a la afluencia de divisas propiciadas por la bonanza cafetera y por las exportaciones de drogas, la cual a su vez incidió en elevar considerablemente la inflación. Las

importaciones se multiplicaron y las exportaciones manufactureras y agrícolas se vieron reducidas, afectadas negativamente no sólo por la relación de precios contenida en una tasa de cambio revaluada, sino porque la economía internacional entró en recesión entre 1979 y 1984. Tanto la industria como la agricultura nacional contrajeron su producción durante el período: la primera en un 3% entre 1981 y 1982 y la segunda en un 5%, para después recuperarse con lentitud. Se formó un gran déficit externo y en 1983 se estuvo al borde de una crisis cambiaria.

Si el futuro económico del campo no aparece tan sombrío, el panorama político es un tanto más complejo: la desmovilización de varias organizaciones político-militares de izquierda, como el M-19, el EPL, el PRT y el Quintín Lame no han sido acompañadas por el desmonte de los grupos paramilitares, con algunas excepciones regionales, proceso que es muy oscuro porque éstos se refugian en el anonimato y las acciones soterradas. Al mismo tiempo, los dos grupos mayores, las FARC y el ELN, controlan amplias regiones del país de frontera y entran en un complejo proceso de negociación con el Gobierno. Un hecho esperanzador es que ambos grupos están presionados por dos hechos trascendentales: el derrumbe del socialismo internacional y el relativo éxito político de las organizaciones que se desmovilizaron y entraron a participar en la vida ciudadana nacional.⁴⁰

⁴⁰ Banco de la República. Banrep. Desarrollo histórico del campo Colombiano. Salomón Kalmanovitz. Consultado el 08 de noviembre de 2016. Disponible en <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/historia/colhoy/colo9.htm>.

Ilustración 8 Cinco fuerzas de Porter.



Fuente: Michael Porter 1980.

Los elementos que determinan la estructura competitiva del sector desde un punto de vista estratégico, son aquellos que conducen a detectar las oportunidades y amenazas generales, estas se concretarán en la fase de diagnóstico mediante el análisis de mercado y de la competencia. Entre todos los elementos que se pueden señalar se seguirá la propuesta original de Michael Porter (1980). Quien desarrolló el modelo denominado las cinco fuerzas competitivas. El cual evalúa la conducta de las empresas del sector. Sugiere entonces que el grado de competencia y el rendimiento de la industria está condicionado por:

- Rivalidad entre los competidores.
- El ingreso de nuevas empresas al sector.
- El poder de negociación de los proveedores.

- El poder de negociación de los compradores.
- La amenaza de sustitución.

Lo anterior supone los puntos básicos sobre los que la empresa debe realizar el análisis estructural del sector⁴¹.

❖ INTENSIDAD DE LA RIVALIDAD.

La mayor o menor intensidad de la rivalidad entre la competencia en un sector lo hace más o menos atractivo. Una mayor rivalidad confiere que una menor estabilidad y un menor nivel de servicios, esta se define por:

Número de competidores: Cuando el sector está dominado por una o varias empresas se tiende a la estabilidad, pues el líder o líderes son capaces de imponer un cierto grado de disciplina y coordinación.⁴²

Actualmente en la ciudad de Guadalajara de Buga y según la Cámara de comercio, “no existe ninguna empresa que se dedique a producir o transformar productos a base de Cannabis”, por lo cual se tiene la oportunidad de abrir un mercado, además de que la ciudad se encuentra en proceso de volverse un puerto seco, un punto que otorgaría una ventaja muy amplia frente a otras empresas que se encuentren en el territorio nacional, ya que no existiría la necesidad de incurrir en costos de fletes o transporte, o si llegasen a existir serían muy bajos, por la cercanía que se tiene ya sea al puerto de Buenaventura y en un futuro al puerto seco de la ciudad.

Diversidad de competidores: Los competidores pueden tener distintos objetivos sobre su actividad en un sector, diferir en el esquema de relaciones con sus compañías matrices y tener distintas preferencias sobre la forma de competir⁴³.

La regulación que el gobierno ha decretado en el mes de mayo del año 2017 abre las puertas para que muchas personas si así lo desean ingresen a la industria del Cannabis, afortunadamente y como ya se hizo mención actualmente no se tienen competidores por lo cual no existiría una diversidad de estos, es así como se cree que la propuesta de empresa pasaría a ser un líder el cual imponga disciplina, coordinación y proponga las bases para este mercado por tal motivo se obtendría una ventaja competitiva respecto a futuras empresas que deseen posicionarse en la ciudad. Adicionalmente se cuenta con una cercanía al principal puerto costero del país, donde un estudio del Banco de la República calculó que por el puerto de

⁴¹ BETANCOURT, Guerrero, B. Análisis sectorial y Competitividad. Análisis de la estructura del Sector. Cap. 5. Pág. 141-160.

⁴² Ibíd. Pág. 144

⁴³ Ibíd. Pag.144

Buenaventura se mueve 51% del comercio exterior⁴⁴; Lo que daría a la empresa una ventaja bastante grande para la exportación de dicho producto sin incurrir en gastos operativos de movilización de carga y demás.

Crecimiento del sector: Un crecimiento lento del sector confiere una mayor inestabilidad, dado que la obtención de un determinado nivel de beneficios puede implicar aumentos en la tasa de penetración en el mercado por parte de algunas empresas, por otro lado en sectores de crecimiento rápido los competidores pueden mejorar sus resultados solo con mantener su grado de penetración.⁴⁵

Si bien actualmente no se considera un “Sector Cannábico” para confirmar su crecimiento, si existen evidencias del incremento del consumo del Cannabis, ya que se tienen pruebas científicas sobre los beneficios que la planta brinda, a su vez el ministerio de Salud y protección social, a propósito del debate de la legalización de la marihuana con fines medicinales, entregó cifras concretas del consumo de dicha sustancia. La marihuana es la sustancia psicoactiva más consumida en el país y la que muestra una mayor tendencia de crecimiento.

De acuerdo al Ministerio de Salud y Protección Social:

*11.5% de la población ha probado marihuana alguna vez.

*La prevalencia es 18% en los hombres y 6% en las mujeres. La cifra de consumo en el último año es del 3.3%.

*El total de consumidores de marihuana en el último año, según las últimas cifras disponibles, es de unos 762.000 colombianos.

*El grupo entre 18 y 24 tiene un consumo mayor a los demás grupos de edad.

*Las regiones de mayor consumo son Medellín y su área metropolitana, los tres departamentos del Eje Cafetero, Meta y en menor medida Cali.⁴⁶

Costo de almacenaje: Un alto porcentaje de costos fijos sobre el margen variable induce a que las empresas tiendan a operar a plena capacidad, lo cual repercute normalmente en un menor nivel de precios, sobre todo cuando existen excedentes

⁴⁴ ¿CUÁNTA MERCANCÍA SE MUEVE EN LOS PUERTOS? Publicado el 14 de marzo del 2017, disponible en: www.idlogistica.com/index.php/2017/03/14/cuanta-mercancia-se-mueve-en-los-puertos. Consultado el 20 de Agosto de 2017.

⁴⁵ *Ibíd.* Pag.144

⁴⁶ EL ESPECTADOR. Política. En Colombia 11.5% de la población ha probado la marihuana alguna vez. Consultado el 4 de septiembre de 2017 Disponible en: <http://www.elespectador.com/noticias/politica/colombia-115-de-poblacion-ha-probado-marihuana-alguna-v-articulo-523908> . Publicado el 24 de Octubre de 2016. Redacción Política.

de capacidad. Esta misma tendencia de reducción de precios se da en aquellos sectores en los que el producto es difícil de almacenar o su costo de almacenamiento es elevado.

Si bien, para almacenar la cosecha (Flor de cannabis) por largos periodos lo más indicado es usar botes o frascos grandes de vidrio con cierre hermético, que permitan extraer el aire que contienen en su interior quedando sellados al vacío. Los cogollos envasados al vacío se conservan frescos e incluso mejoran sus características organolépticas. Ahora si se piensa que la rotación sea rápida ya que producto cosechado sería inmediatamente producto transformado y comercializado el almacenamiento tanto de la cosecha como del producto ya transformado no acarrearía altos costos pues lo que se busca inicialmente es una siembra en distintas temporadas lo que permitirá cosechar a lo largo del año y obtener una rápida rotación y venta de los productos.

Incremento de capacidad: Si los aumentos de capacidad suponen grandes incrementos que solo se absorben en el mercado a medio y largo plazo, esto implica unos periodos de inestabilidad en los beneficios del sector.

Se propone la creación de una Pequeña o Mediana empresa ya que la legislación para este tipo de empresa está más acorde a la capacidad que se tiene, si bien un incremento de esta capacidad no sería una opción al iniciar con la creación ya que sobrepasaría los límites, es decir que se mantendría en una estabilidad que provea los beneficios que se persiguen.

Capacidad de diferenciación del producto: En los productos commodity la motivación de compra de los clientes suele estar influenciados por el precio y servicio, lo que da lugar a una fácil e intensa competencia, por el contrario en productos altamente diferenciados las motivaciones de compra están más influenciadas por aspectos de marca, que hacen más difícil dicha competencia.

De acuerdo a los estándares de Calidad y BPM que se requieren para ofertar un producto que cumpla con todas las características requeridas para satisfacer la necesidad de una mejoría en la salud del consumidor debe existir una gran diferenciación del producto que lo posicione y genere un alto nivel de competencia.

Importancia para la empresa: La rivalidad en un sector aumenta en la medida que el éxito en este sea importante para las empresas, bien sea en función de aspectos de supervivencia, sinergias o prestigios.

Existe una alta importancia para la empresa puesto que los esfuerzos están dados en dirección de brindar beneficios a los consumidores para mejorar su calidad de

vida, intentar encontrar alivio donde la medicina convencional –farmacéutica- no ha podido ayudar o lo ha hecho en mínimas medidas.

❖ AMENAZA DE POSIBLES ENTRANTES

Estas barreras de entrada se suelen agrupar en los siguientes elementos:

Economías de escala: Esta barrera existe cuando es necesario alcanzar un elevado nivel de producción para que el porcentaje de costos fijos, comercialización e investigación, sobre el margen variable, sea adecuado. Ello implicaría que un nuevo competidor tendría que capturar una parte importante de mercado a los competidores actuales.⁴⁷

Ya se ha hecho mención que a la fecha no se tienen competidores por lo cual no habría necesidad de entrar al mercado con economías de escala pues la ventaja de ser los únicos en Guadalajara de Buga nos permite ingresar sin llegar a un elevado nivel de producción.

Diferenciación del producto: Cuando existe una fuerte identificación de marca y lealtad de los clientes se da un freno al ingreso de nuevos competidores, ya que sería necesario efectuar fuertes gastos de publicidad para romper dicha identificación.⁴⁸

Aprovechando la ventaja que a la fecha sería la única empresa en el mercado de cannabis medicinal en Guadalajara de Buga, se haría la fuerte distinción de marca, atrapando en mayor medida los clientes potenciales y generando una lealtad del consumidor.

Costo de cambio para el comprador: Si el costo de cambio del proveedor supone un costo importante para el comprador, pues implica la necesidad de nuevos costos de formación, equipos auxiliares, ajustes de proceso, etcétera, entonces los nuevos competidores tendrán que ofrecer una ventaja en precio o rendimientos.

Los proveedores en esta industria fluctúan dependiendo de la necesidad del cliente o del producto que se desea producir, a la fecha existen numerosos bancos de semilla que realizan manipulación genética de las mismas y al ser en su mayoría internacionales cumplen con altos estándares de calidad que harían plácida la permanencia con dicho proveedor sin tener que incurrir en el costo de cambio del mismo.

⁴⁷ Ibid. Pág. 148

⁴⁸ Ibid. Pág. 148

Acceso a canales de distribución: Si los canales de distribución están dominados directa o indirectamente por los competidores actuales, esta situación supone un freno importante.

No se encuentra un freno de ninguna índole al momento de ingresar al mercado pues no existen competidores en el mercado que utilicen canales de distribución en la ciudad de Guadalajara de Buga.

Necesidad de capital: El requisito de fuertes inversiones en planta, publicidad o investigación y desarrollo supone una barrera disuasoria.

Si bien se piensa en la posibilidad de recurrir a fondos de financiación como es el caso del Fondo Emprender, el cual se estima permita el desarrollo y Fortalecimiento de la pequeña empresa lo cual minimizaría la barrera disuasoria para ingresar al mercado.

Protección gubernamental: Las políticas de los gobiernos pueden limitar o impedir el ingreso en determinados sectores a través de distintas reglamentaciones (Medio ambiente, seguridad, propiedad, etc.).

A la fecha no existen impedimentos gubernamentales para ingresar a la industria del cannabis, por el contrario en el mes de mayo del año en curso surgió la nueva legislación que permite a quien así lo desee ingresar a este mercado siempre y cuando se cumplan los mínimos requisitos legales que establece el gobierno para operar mediante producción, comercialización, exportación, transformación y manipulación de semillas.

Efecto de la curva de experiencia: La reducción de costos unitarios en función de la experiencia acumulada puede ser importante en aquellos sectores que implican un alto contenido de mano de obra, operaciones complejas y procedimientos sofisticados en el proceso logístico de un negocio⁴⁹.

Una de las ventajas que quiere lograr la microempresa a un mediano / largo plazo es la contratación de personas desmovilizadas ya que su experiencia y conocimiento en el cultivo nos darán mayores y mejores resultados en cuanto a los beneficios económicos se refiere.

Reacción esperada: La estructura y la situación del sector en el que se intenta penetrar pueden condicionar un mayor o menor grado de reacción a la entrada de un nuevo competidor. En un sector atomizado y de rápido crecimiento es posible

⁴⁹ Ibíd. Pág. 149

que no exista ninguna reacción, Por el contrario en un sector muy monopolizado y de crecimiento lento la reacción puede ser muy fuerte.

Dado lo anterior la reacción esperada es de un menor grado casi nulo ya que en el sector no existe una oferta de los productos y servicios que se prevén entregar a los usuarios.

❖ PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

Los proveedores de un sector compiten intentando elevar sus precios y reducir sus costos, aunque implique una disminución en la calidad de sus productos o servicios, El poder de negociación de los proveedores será más o menos elevado en función de los siguientes elementos.

Número de proveedores importantes: Los proveedores que venden a un mercado muy fragmentado pueden ejercer gran influencia en sus condiciones de suministro.

El sector no podría denominarse como fragmentado puesto que no hay evidencia de ventas a diferentes clientes ya que en Guadalajara de Buga sería la única empresa compradora de insumos de esta índole; por tal motivo no se verían influenciadas las condiciones de suministro de los mismos.

Importancia del sector para los proveedores: Si el sector es comprador importante y tiene cierto grado de concentración, la evolución de los proveedores estará vinculada a la marcha del sector y serán propensos a aplicar condiciones de suministros razonables.

Como a la fecha el sector no es comprador importante y carece de concentración, las condiciones para el suministro de insumos al momento de iniciar operaciones no son restringidas.

Costo de cambio de los productos del proveedor: Cuando los productos del proveedor son altamente diferenciados, el costo de cambio es elevado y no existen productos sustitutivos. El poder de negociación de los proveedores aumenta⁵⁰.

No se incurrirá en costo de cambio de los productos del proveedor ya que si llegase a existir los productos altamente diferenciados no se haría necesario entregar tanto poder de negociación al proveedor debido a que existen numerosos proveedores en los procesos de cultivación y cosecha e inclusive podría llegar a considerarse ser

⁵⁰ Ibíd. Pág. 151

auto proveedores, puesto que gracias a la fácil manipulación del cannabis permitiría abastecerse de cepas medicinales específicas.

Posibilidad de integración hacia delante del proveedor: Esta posibilidad representa una amenaza real para el sector. La capacidad del sector para mejorar sus condiciones de abastecimiento se ve muy limitada.

En la actualidad el sector cuenta con una pluralidad de proveedores que permite avizorar un abastecimiento futuro con mejoras integradas que el actual, ya que como mencionó anteriormente se puede llegar a ser auto proveedores.

Rentabilidad del proveedor: Si los proveedores están obteniendo beneficios adecuados, tenderán a presionar menos en los precios, sobre todo si no existen excesos de demanda.

Si bien puede existir un exceso de demanda a futuro la mejor defensa que se tendría para ello es que a la fecha ya se logre auto proveer los insumos, de otro modo al iniciar operaciones empresariales no se presentaría el exceso de demanda puesto que como se sabe de ante mano no hay presencia de competidores.

❖ PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES

Los compradores compiten en un sector exigiendo normalmente mayores prestaciones en cuanto a calidad, servicio y precio. Su poder sobre el sector es mayor o menor con base en los siguientes elementos.

Número de compradores importantes: Si un porcentaje significativo de las ventas de un sector es adquirido por un comprador o asociación de compradores, o estos tienen una gran influencia en las motivaciones de compra de los usuarios finales, los compradores disfrutan de un poder de negociación que el sector se ve obligado a aceptar.

Al inicio de las operaciones empresariales se deberá entregar este poder a los compradores puesto que la demanda de estos será muy baja ya que inicialmente estos requieren unas licencias especiales otorgadas por el Ministerio de salud para comprar el producto sin transformar (Flor del cannabis).

Posibilidad de integración hacia atrás del comprador: El comprador decide entrar y fabricar los productos del sector si esto supone para él un pequeño

porcentaje del costo de fabricación, pero si esto le implica graves problemas logísticos su decisión de entrar al sector debe hacerla de manera gradual.⁵¹

Si bien para contrarrestar la posibilidad de que el comprador se convierta en fabricante las leyes gubernamentales brindan protección puesto que para lograr poseer semillas, cultivar, transformar, comercializar etc., debe hacer inscripciones ante los diferentes ministerios de justicia y salud, solicitar licencias y cumplir con los requisitos de ley que estos exigen. Además de realizar la inversión pertinente en tecnología para realizar los diferentes procesos que se requieren para obtener productos con ciertos grados ya sean de THC o CBD.

Rentabilidad del Comprador: Si los compradores están obteniendo bajos beneficios, presionarán fuertemente para disminuir los costos de compra, sobre todo si estos suponen un alto porcentaje de su costo.

Inicialmente la misión es lograr brindar grandes beneficios y un alto grado de satisfacción con el producto, beneficios demostrados mediante las diferentes investigaciones que se han llevado a cabo en el mundo que manifiestan que el cannabis puede ser utilizado como paliativo de ciertas enfermedades que hoy en día son las principales causas de muerte.

❖ PRODUCTOS SUSTITUTIVOS

La existencia de productos sustitutivos para los del sector supone un condicionante importante en la evolución de este que limita el desarrollo de la demanda y del precio. Su influencia dependerá de los siguientes elementos:

Disponibilidad de productos sustitutivos actuales y en un futuro próximo: La existencia actual o previsible de productos sustitutivos en mayor o menor número condiciona el desarrollo del sector.⁵²

Actualmente en Colombia, el principal producto sustituto de la industria del Cannabis es la industria farmacéutica, “Los cuales según un estudio realizado, las familias Colombianas, alrededor del 51%, tienen productos que se venden sin fórmula médica”⁵³, es decir productos tales como Dolex, aspirinas, acetaminofén etc. Esta información permite entender que el mercado de los productos para paliar dolores

⁵¹ Ibid. Pág. 153

⁵² Ibid. Pag.154

⁵³ DANE-Cálculos: Cámara Farmacéutica ANDI. Encuesta Anual Manufacturera - Asocoldro, Boletín ANDI. Bogotá, D.C. 2012.

o contrarrestarlos en este momento está liderado por la industria farmacéutica; Pero la industria del cannabis tiene a su favor que está comprobado que los fármacos crean una alta dependencia y que suministrada en grandes cantidades puede ser perjudicial para la salud, por lo que se avista una oportunidad enorme para el Cannabis de entrar a reemplazar los fármacos, ya sea por su seguridad en el momento de ser suministrada, por no tener daños colaterales de estos suministros o también por sus bajos costos frente a fármacos altamente costosos.

Rentabilidad y agresividad del productor del producto: En función de la relación precio/rendimiento del producto y de la capacidad financiera y de investigación del productor, su incidencia en el desarrollo del sector será mayor o menor.

El productor de los productos sustitutos se resguarda bajo el tabú que siempre ha rodeado el cannabis, pues la mayoría de las personas aún relacionan esta planta con problemas de drogadicción y desorden social, por lo tanto se podría decir que los productos sustitutos están en un sector con altos beneficios, sin embargo el despertar social acerca de los beneficios que otorga el Cannabis podría ayudar a contrarrestar la fuerza que tienen los fármacos hoy en día.

Y es que la industria del cannabis medicinal en Colombia está dando sus primeros pasos, pero si se compara con países que llevan años implementando esta medicina alternativa, se puede observar que es una industria muy rentable y capitalizable con el corto transcurrir del tiempo. ⁵⁴“Un estudio de una compañía de inversión de capital, Ackrell Capital, dice que solo en Estados Unidos ese mercado movería más de 50.000 millones de dólares anuales”; Aunque en Colombia no se tiene un estipulado de cuánto será la rentabilidad de esta industria, ⁵⁵“si se puede avizorar que el 10% de la población nacional se verá beneficiada con el cannabis”, es decir que alrededor de 5 millones de Colombianos serían el mercado donde al cual se le estaría apuntando, una cifra que puede crecer, ya que el tabú que conlleva el cannabis no permite que aquellas personas que necesitan un tratamiento para paliar sus dolores salgan a la luz como consumidores regulares de cannabis, porque pueden ser juzgados o marcados como “drogadictos”; Es así como el poder de negociación de los compradores será alto, pero al haber en este momento poca oferta de productos de este tipo, la demanda será altísima en el momento que comience a circular productos medicinales derivados directamente del cannabis.

⁵⁴ El 10% del país se beneficiaría del cannabis medicinal. Publicado el 10 de enero del 2017, disponible en: <http://www.portafolio.co/negocios/marihuana-medicinal-beneficiara-al-10-de-los-colombianos-502666> Consultado el 21 de agosto de 2017.

⁵⁵ El 10% del país se beneficiaría del cannabis medicinal, publicado el 10 de enero del 2017, disponible en: <http://www.portafolio.co/negocios/marihuana-medicinal-beneficiara-al-10-de-los-colombianos-502666> Consultado el 21 de agosto de 2017.

Ilustración 9 Mortalidad sustancias por año.

Fuente: Expomedeweed Colombia, Noviembre de 2016

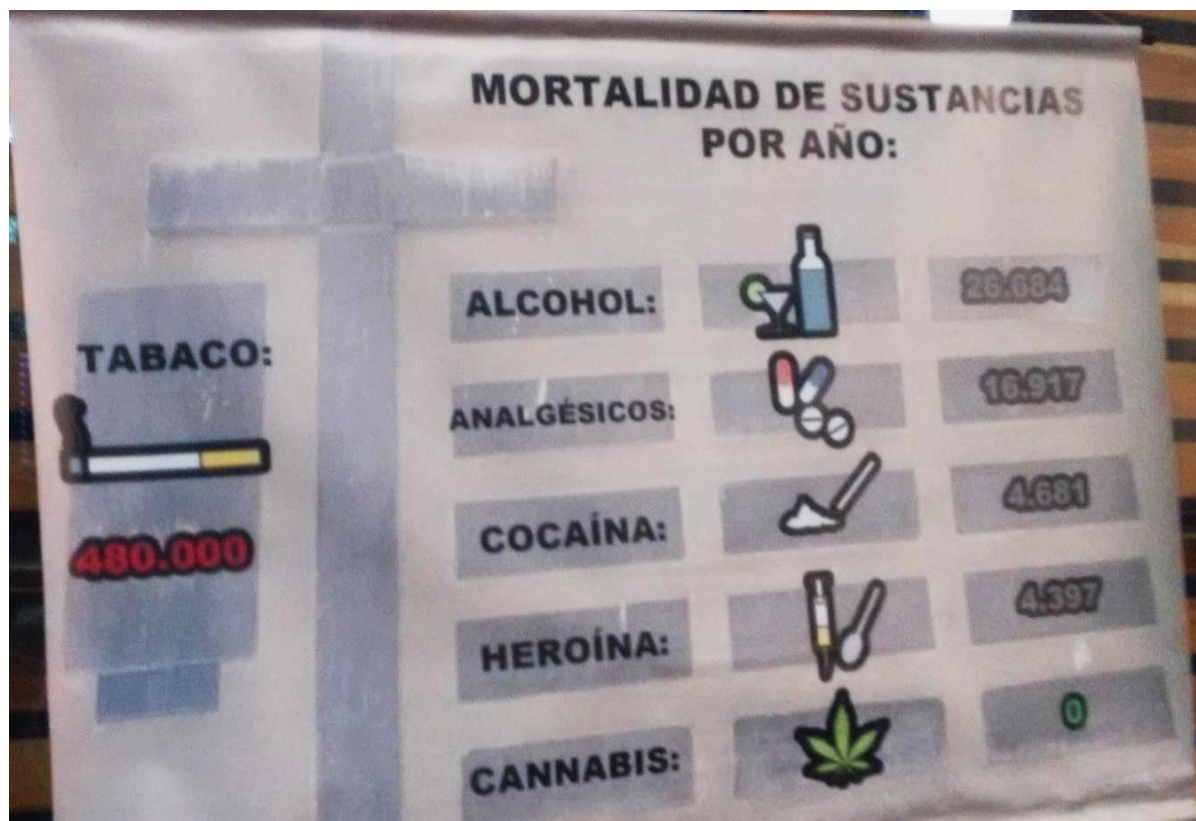
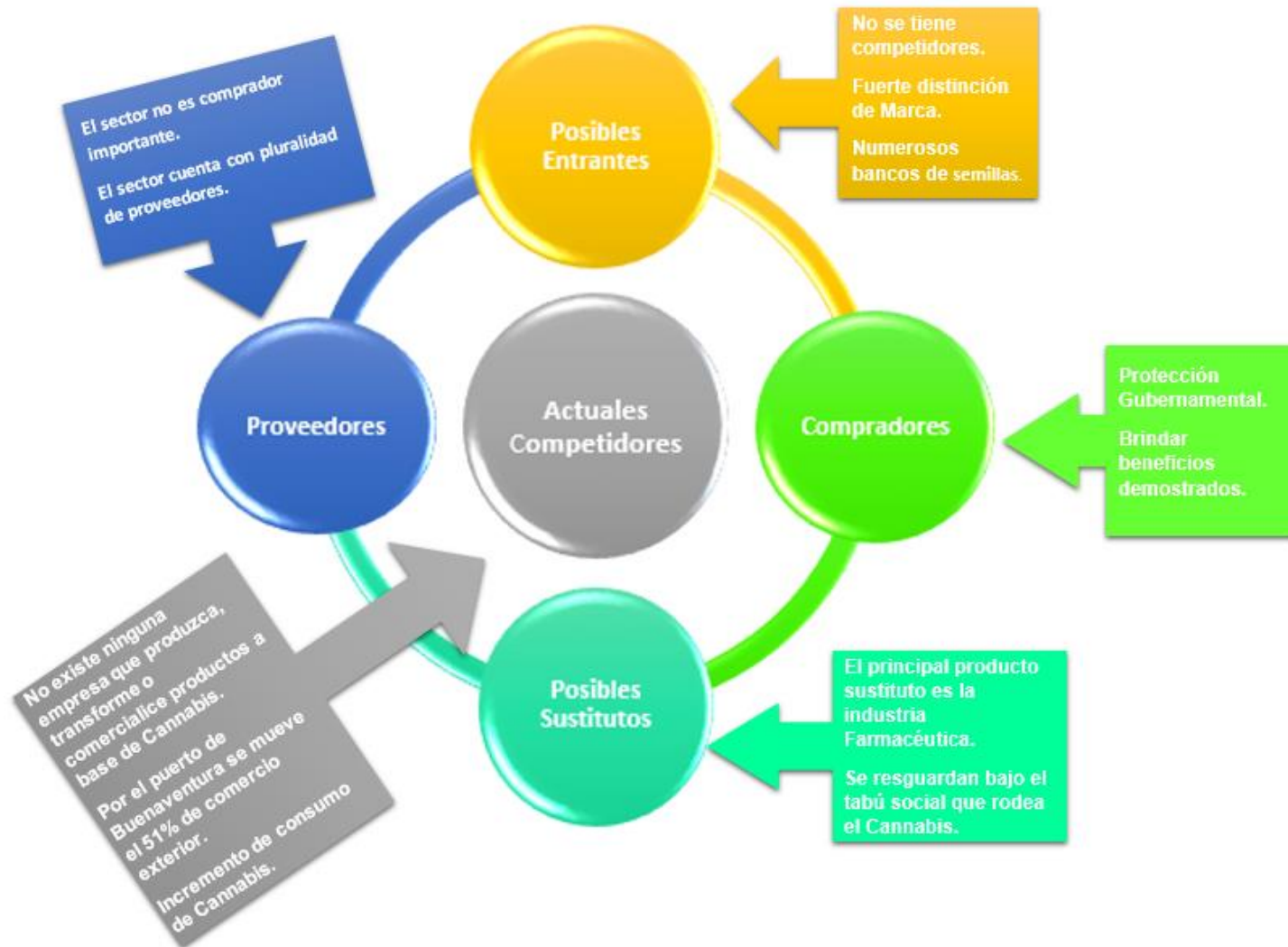


Ilustración 10 Cinco fuerzas de Porter Aplicado.



Fuente: Michael Porter 1980. Elaboración propia.

❖ DESCRIPCIÓN GENERAL

Posibles Entrantes:

- No se tienen competidores por lo cual no habría necesidad de entrar al mercado con economías de escala.
- Se realizará una fuerte distinción de marca, atrapando en mayor medida los clientes potenciales y generando una lealtad del consumidor.
- Existen numerosos bancos de semilla que realizan manipulación genética de las mismas y al ser en su mayoría internacionales cumplen con altos estándares de calidad que harían plácida la permanencia con dicho proveedor sin tener que incurrir en el costo de cambio del mismo.

Compradores:

- Existe protección gubernamental puesto que para lograr poseer semillas, cultivar, transformar, comercializar etc., debe hacer inscripciones ante los diferentes ministerios de justicia y salud, solicitar licencias y cumplir con los requisitos de ley que estos exigen.
- Se plantea Brindar beneficios demostrados mediante las diferentes investigaciones que se han llevado a cabo en el mundo que manifiestan que el cannabis puede ser utilizado como paliativo de ciertas enfermedades que hoy en día son las principales causas de muerte.

Actuales Competidores:

- Según la C.C. Buga, “no existe ninguna empresa que se dedique a producir o transformar productos a base de Cannabis.
- Según el Banco de la República se calculó que por el puerto de Buenaventura se mueve 51% del comercio exterior⁵⁶; Lo que daría a la empresa una ventaja bastante grande para la exportación de dicho producto sin incurrir en gastos operativos de movilización de carga y demás. Existen evidencias del incremento del consumo del Cannabis, ya que se tienen pruebas científicas sobre los beneficios que la planta brinda.

⁵⁶ LA REPÚBLICA. ¿Cuánta Mercancía se mueve en los puertos? Publicado el 13 Marzo 2017. Consultado el 01 Febrero 2018. Disponible en: <https://www.larepublica.co/empresas/cuanta-mercancia-se-mueve-en-los-puertos-2483441>

Posibles sustitutos:

- El principal producto sustituto de la industria del Cannabis es la industria farmacéutica, “Los cuales según un estudio realizado, las familias Colombianas, alrededor del 51%, tienen productos que se venden sin fórmula médica.
- El productor de los productos sustitutos se resguarda bajo el tabú que siempre ha rodeado el cannabis, pues la mayoría de las personas aún relacionan esta planta con problemas de drogadicción y desorden social.

Proveedores:

- A la fecha el sector no es comprador importante y carece de concentración, las condiciones para el suministro de insumos al momento de iniciar operaciones no son restringidas.
- En la actualidad el sector cuenta con una pluralidad de proveedores que permite avizorar un abastecimiento futuro con mejoras integradas que el actual, ya que como mencionó anteriormente se puede llegar a ser auto proveedores.

6.1.2. Análisis del Mercado.

RESULTADOS DE LA ENCUESTA.

Es de aclarar que todas las fuentes de las siguientes imágenes referencian la autoría propia derivadas del uso de Google Chrome.

Ilustración 11 Pregunta N°1 Edad Población Encuestada.

¿Su edad puede enmarcarse entre?

114 respuestas

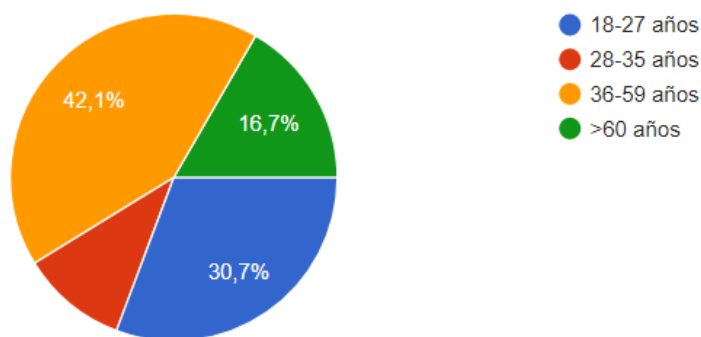


Ilustración 12 Pregunta N° 2, Enfermedades propias o familiares.

¿Sufre usted o algún familiar de enfermedades como?

114 Respuestas

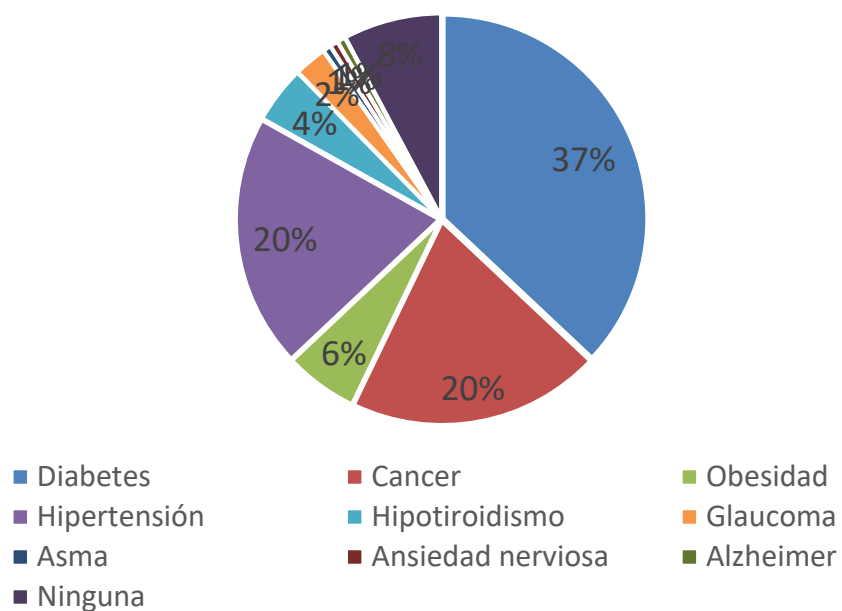


Ilustración 13 Pregunta N° 3. Utilización de la Marihuana

¿Ha utilizado Marihuana de forma?:

114 Respuestas

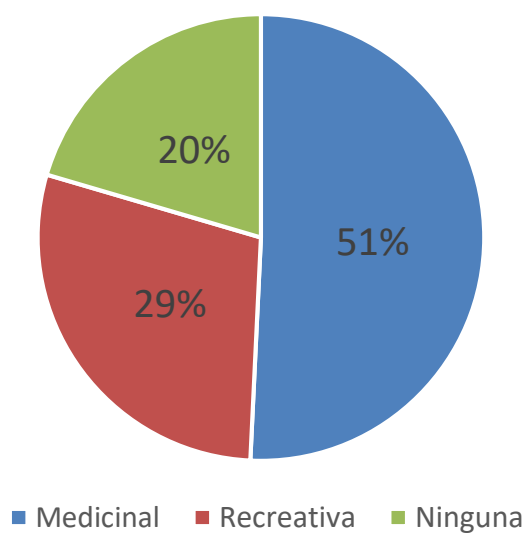


Ilustración 14 Pregunta N°4 Conocimiento de beneficios de la Marihuana.

¿Conoce los beneficios medicinales de la Marihuana?

114 respuestas

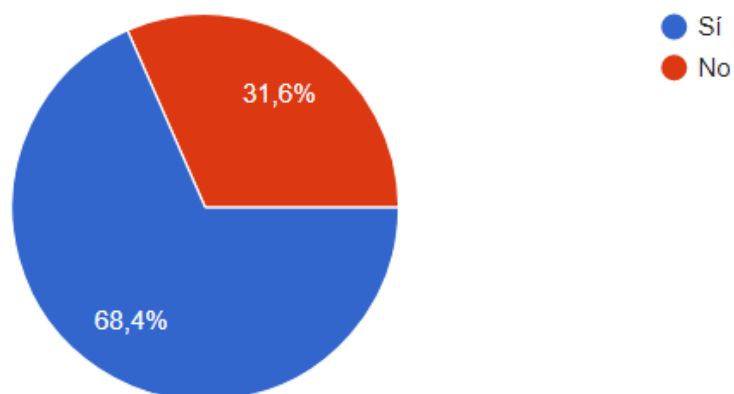


Ilustración 15 Pregunta N° 5 Valoración de la Marihuana Medicinal.

¿Por lo que sabe o ha escuchado, su valoración de la Marihuana Medicinal es:....?

114 respuestas

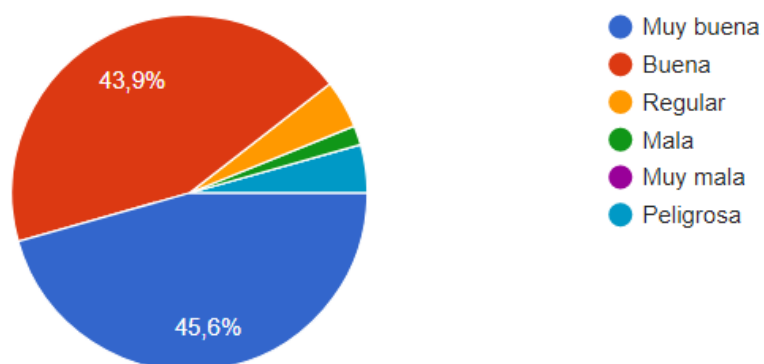


Ilustración 16 Pregunta N° 6 Intención de Compra.

¿Si la Marihuana Medicinal estuviera en el mercado demostrando sus beneficios, usted lo utilizaría?

114 respuestas

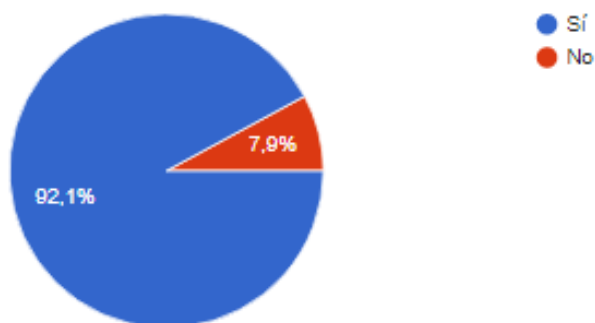


Ilustración 17 Pregunta N° 7 Probabilidad de Compra.

¿Usted compraría productos que contuvieran Marihuana Medicinal?

114 respuestas

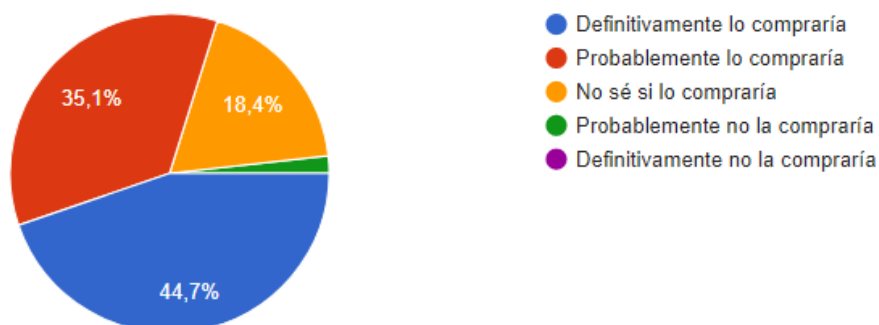


Ilustración 18 Pregunta N° 8 Nivel de Educación.

¿Su nivel de educación se ubica?

114 respuestas

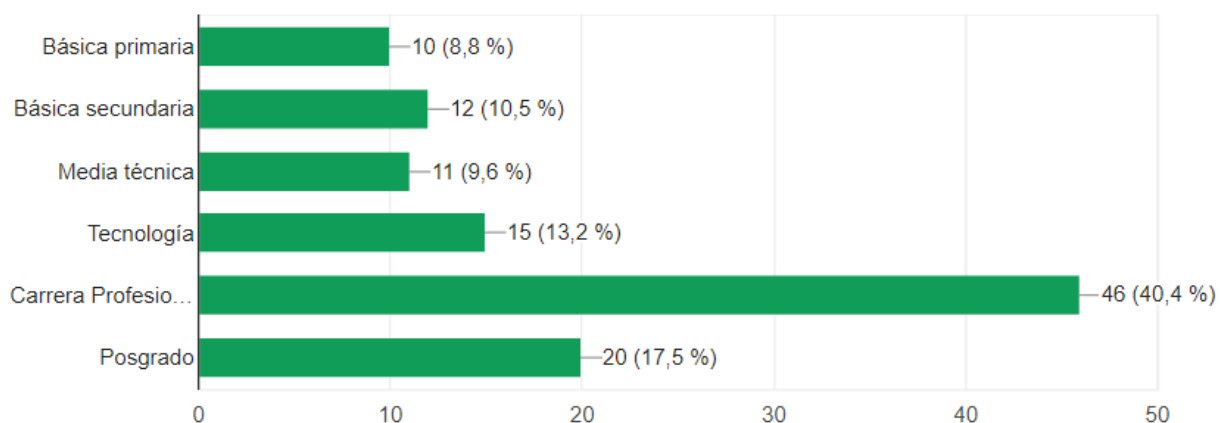


Ilustración 19 Pregunta N° 9 Género Población Encuestada.

¿Género?

114 respuestas

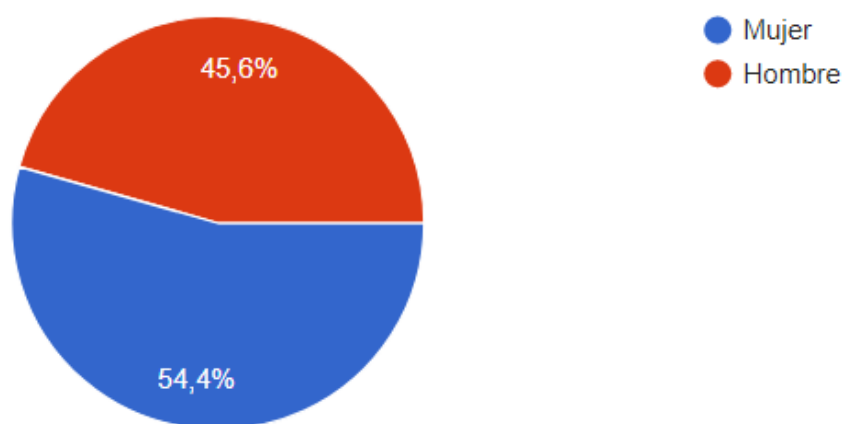
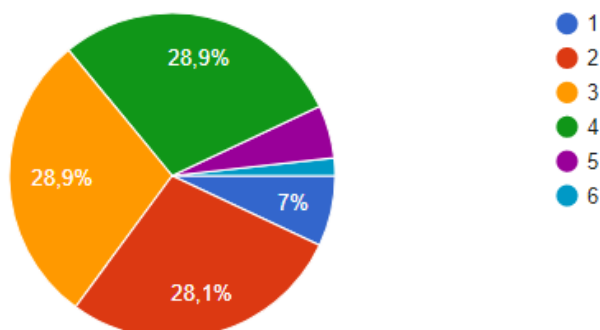


Ilustración 20 Pregunta N° 10 Estrato Socio-Económico Población Encuestada.

¿A qué estrato Socio-Económico pertenece?

114 respuestas



Análisis Gráficos obtenidos

Acorde a los resultados obtenidos se evidencia que el 92% de las personas encuestadas utilizarían productos a base de cannabis para tratar enfermedades y dolencias las cuales estarían en el mercado demostrando los beneficios para contrarrestar síntomas y combatir ciertas enfermedades.

Acorde con la intención de compra de las personas encuestadas se obtiene que el 44.7% definitivamente compraría productos que contuvieran marihuana medicinal, a su vez, el 35,1% indica que probablemente compraría estos productos, lo cual nos arroja que el 79.8% del total de la población estarían dispuestos a invertir en productos que demuestren una mejora en su salud, aliviando, minimizando y erradicando problemas asociados a la salud de los Bugueños.

Confrontando los datos que arrojan las gráficas se deduce entonces que los mayores compradores de estos productos con una respuesta de “Definitivamente compraría el producto” son los jóvenes de (18 a 27 años) y las personas de mediana edad (38 a 59 años) con porcentajes de 35% y 37% respectivamente.

Como se ha demostrado en los diferentes centros hospitalarios la diabetes fue declarada como la enfermedad del siglo 21⁵⁷, y los resultados obtenidos confirman esta “Epidemia” pues el 37% de las personas encuestadas refieren que en sus

⁵⁷ FUNDACIÓN PARA LA DIABETES. Diabetes, una epidemia del Siglo XXI. Consultado el 01 Febrero 2018. Disponible en: <http://www.fundaciondiabetes.org/prensa/298/diabetes-una-epidemia-del-siglo-xxi>

familias por lo menos una persona padece esta enfermedad, seguida de la obesidad que es uno de los factores que trae consigo la diabetes y a su vez la hipertensión. Por lo tanto se podría inferir que inicialmente los productos se elaborarán pensando en las necesidades de mejorar la diabetes, obesidad y la hipertensión pues se conoce que el cannabis al ser vasodilatador disminuye la presión arterial y minimiza la frecuencia cardíaca.

Por otro lado, se ha revisado minuciosamente el consumo que se ha hecho de la Marihuana en la población encuestada, encontrando que 104 personas (54 mujeres y 50 hombres) han tenido contacto con esta ya fuese de forma recreativa o medicinal. Pero más allá de esto se logra inferir que el consumo recreativo de esta es igual en cifras (19) tanto en hombres como en mujeres, pero que las mujeres superan la utilización de la misma de manera medicinal (35 a 31 respectivamente). Se piensa entonces que se puede empezar a desmitificar que son los hombres quienes mayormente le dan uso a esta planta y que las mujeres obedecerían en su mayoría al tipo de consumidor que más demande los productos ofertados.

Y si de desmitificar se habla también se puede lograr un cambio en la forma de pensar y de ver el cannabis como una puerta de entrada a las drogas, o causante de desorden social, pues para cambiar mentalidades y disminuir el tabú que rodea esta planta debe demostrarse con hechos, cifras, y resultados que quienes la utilicen ya sea para el fin que estos decidan darle no desmerita sus actividades diarias ni merece ser rechazado ni discriminado en sociedad; para ello este estudio revela que:

El 24% de las personas encuestadas Utilizan el Cannabis de forma Recreativa de los cuales todos han accedido a la educación superior; distribuidos de la siguiente forma:

- 11% Tecnólogos
- 63% Carrera Profesional
- 26% Posgrado

Finalmente se han logrado comparar minuciosamente los estratos y el uso del Cannabis o Marihuana, demostrando lo siguiente:

- El 92% de toda la población encuestada, ha tenido contacto directo con la Marihuana bien sea de forma medicinal o recreativa.
- Los mayores consumidores de Marihuana recreativa son personas de estrato dos (2) y cuatro (4) con porcentajes de 11% y 14% Respectivamente.

Lo anterior nos demuestra que no se debe dar por sentado como suele hacerse que únicamente las personas de bajo recursos o de un estrato económico bajo (1) son las mayores consumidoras de esta.

- Los mayores consumidores de Marihuana Medicinal son personas pertenecientes a los estratos dos (2), tres (3) y cuatro (4) con porcentajes de 16%, 17% y 22% respectivamente, orientando así hacia qué mercado ofertar los productos a base de Marihuana medicinal, pues es en estos 3 estratos donde se evidencia el mayor consumo de Marihuana relacionado con el mejoramiento de la salud.

6.1.2.1. Diagnóstico de la estructura actual

Colombia es uno de los países con mayor biodiversidad del mundo, gracias entre otros factores, a su gran variedad de ecosistemas. En Colombia se reportan cerca de 50.000 especies de flora, de las cuales aproximadamente 6.000 cuentan con algún tipo de característica medicinal o terapéutica. A pesar del potencial que posee el país en materia de plantas medicinales, tan sólo 96 especies están reportadas en la Lista Básica de INVIMA por lo que el gobierno no refleja esta condición favorable que a priori tiene Colombia en este tipo de mercado. La expansión y participación de nuevos productos naturales en este mercado no ha tenido el dinamismo esperado según la potencialidad de los recursos colombianos, debido entre otros factores a la legislación que sobre la materia rige actualmente⁵⁸.

Considerando que en Guadalajara de Buga no se ha establecido una estructura para el mercado de usuarios de Cannabis como base para tratar enfermedades y sus dolencias, si bien el gobierno en el mes de mayo del año inmediatamente anterior decretó la nueva legislación que permita a quienes así lo deseen empezar a formar parte de esta industria mediante la legalización, inscripción a licencias, y el debido cumplimiento de ciertos requisitos. Ahora bien, a la fecha no se evidencia que en la Ciudad existan otras propuestas equivalentes a la que aquí se presenta. Por tal motivo no existe una estructura actual a la cual hacer un diagnóstico, pues se presenta únicamente los vendedores ambulantes no legalizados, ni con registros (INVIMA) que venden en parques o ciertas calles de la ciudad pomadas de coca y marihuana.

⁵⁸ ICEX. EL SECTOR DE PRODUCTOS NATURALES EN COLOMBIA. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Bogotá 2005.

6.1.2.2. Tamaño De Mercado

El tamaño de mercado de este tipo de productos (Medicina Natural) es muy difícil de cuantificar dado el gran número de productos que componen este mercado, pero sobre todo porque es un sector que se caracteriza por la elevada presencia de pequeños locales que fabrican este tipo de productos de una manera informal produciendo sin autorización de los organismos competentes (como el Invima) y sacando al mercado productos sin el registro sanitario exigido. La causa de la elevada presencia de empresas informales en el sector se debe a que el gobierno no ha ofrecido unas reglas del juego claras y concisas en lo referente a la legislación de este tipo de productos. Aunque no se puede dar una cifra exacta del sector, según estudios del Instituto Alex Von Humbolt, este mercado mueve al año aproximadamente 25 millones de dólares. En cuanto a la evolución del mercado en los últimos años: las diferentes empresas del sector y asociaciones entrevistadas coinciden en afirmar que el sector de productos naturales ha experimentado un crecimiento espectacular (aproximadamente un crecimiento anual cercano al 50% los últimos 3 años) que obedece sobre todo a una tendencia mundial.

Colombia no se aleja de esta tendencia mundial donde lo natural prima sobre lo químico, y no sólo en lo que a medicamentos se refiere, sino también en relación a todo tipo de alimentos y demás productos naturales que tengan como objeto final la mejora de la salud. Por otro lado debemos destacar que se trata de un mercado donde la industria local tiene mucha fuerza, llegando a suponer casi un 80% del total del tamaño del mercado. Esta circunstancia se explica por las características del país en cuanto a biodiversidad y porque Colombia tiene una fuerte tradición en cuanto a la aplicación de remedios naturales. Sin embargo, pese a este hecho de dominio del mercado local, debemos decir que cada vez más marcas extranjeras se están posicionando en este sector y están surgiendo nuevas potencialidades comerciales al tratarse de un mercado vanguardista y en permanente evolución donde constantemente aparecen nuevos complejos vitamínicos, nuevas alternativas naturistas o nuevos alimentos dietéticos

6.1.2.3 Factores Decisión de Compras.

En cuanto a los factores de decisión de compra que motivan al consumidor colombiano, se puede decir que por encima de todo prima el asesoramiento del especialista que vende el producto, mucho más de lo que condiciona el precio o la imagen de marca a la hora de comprar. El especialista, que hace las veces de farmacéutico, determina la venta y genera un valor agregado al producto mediante sus recomendaciones al cliente. Por esta razón la medicina natural está teniendo tanto éxito; el cliente demanda no sólo el producto sino sobre todo el asesoramiento sobre las cualidades terapéuticas del producto. En este sentido, las empresas que deseen introducirse en el país han de replantearse sus estrategias si suelen posicionar el producto a través de la promoción y la publicidad; estos métodos son importantes pero sobre todo lo es el asesoramiento del especialista.

En cuanto a la fidelidad del consumidor, ha de decirse que cuando un cliente se siente satisfecho con los efectos de un producto natural en concreto lo habitual es que no cambie de marca. Por eso puede decirse que, si bien en la primera compra lo que prima es el asesoramiento del especialista, en compras sucesivas lo cierto es que, si el producto funciona, la fidelidad a una marca concreta se da plenamente.

6.1.2.4 Definición del Mercado Objetivo

El mercado objetivo debe ser medido puesto que sirve para establecer los estimados o volúmenes potenciales de consumo y compararlos con la capacidad instalada de la empresa (Producción) De esta forma se puede contar con un porcentaje de penetración de mercado al cual se puede llegar para definir estrategias de penetración lo que finalmente redundará en el potencial de utilidades a obtener.

Se proyecta que el mercado objetivo para Cannabidol comprenderá a aquellas personas que viven en la ciudad de Guadalajara de Buga, pertenecientes a los estratos socioeconómicos 2,3 y 4 las cuales padecen diversas dolencias, y enfermedades Puntuales como lo son la diabetes, hipertensión y obesidad, que pueden ser tratadas o curadas por medio del uso de derivados del cannabis.

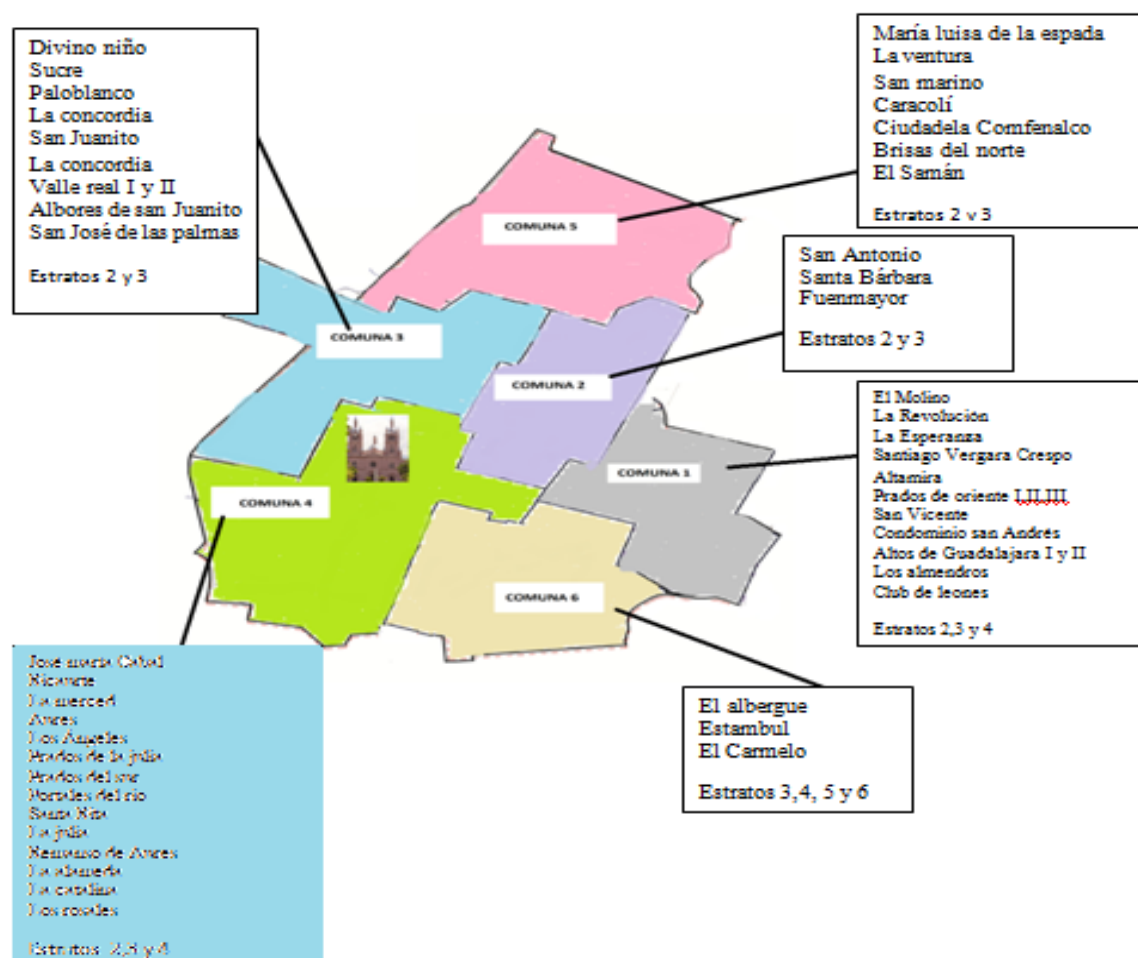
Como resultado obtenido de la encuesta aplicada se asevera que el 92% de las personas Comprarían productos a base de Marihuana medicinal para mejorar su calidad de vida. Como se hizo mención anteriormente, existe una probabilidad del 79.8% de que la población invierta en productos los cuales les provean mejoramiento en su salud a causa de enfermedades que la medicina farmacéutica no ha logrado curar y que por el contrario tiene efectos adversos a la salud con el

tiempo como es el caso de la metformina que con un uso continuado puedo afectar hígado, riñones⁵⁹ y flora intestinal.

Ahora bien, se ha deducido que los posibles mayores compradores son aquellas personas con edades entre los 18 a 27 años –Jóvenes- y entre los 38 a 59 años (edad media) con porcentajes del 35% y 37% respectivamente.

⁵⁹Dr. Tomislav Meštrović, MD, PhD, NEWS MEDICAL LIFE SCIENCE. Metformin contraindications. Consultado el 1 Febrero de 2018. Disponible en: <https://www.news-medical.net/health/Metformin-Contraindications.aspx>

Ilustración 21 Ubicación Geográfica del Mercado de Consumo.



Fuente: Alcaldía de Guadalajara de Buga

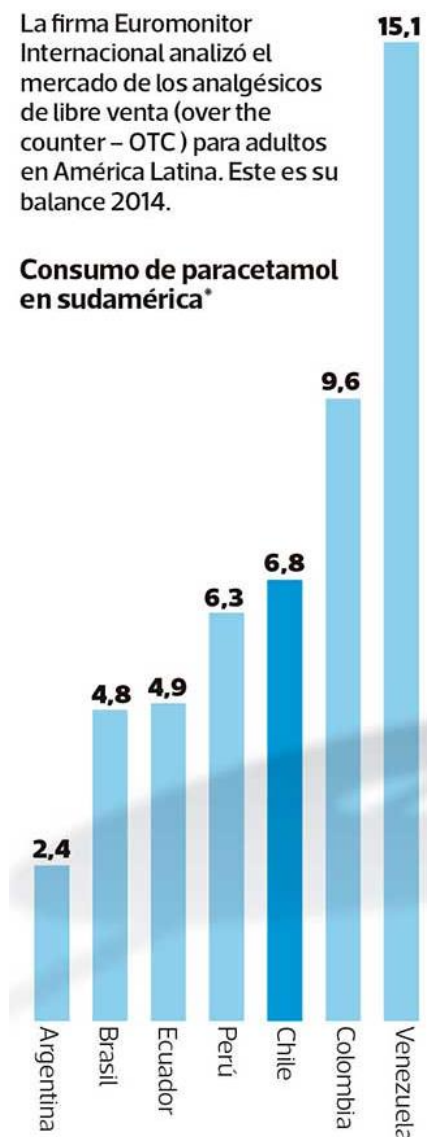
6.1.2.3. Justificación del Mercado Objetivo

Debido a la pluralidad de usos del Cannabis para el tratamiento de diversas enfermedades se prevé una oportunidad de impactar en un gran número de personas (clientes) las cuales se verían beneficiadas con el poder curativo de la planta siendo este el principio de la implementación de la medicina alternativa (que como se ha mencionado hasta el momento ya sea por desconocimiento, temor, usos ilegales y el tabú que rodea a la marihuana) hoy en día es poco explotada y utilizada en el mercado actual.

Hay que mencionar, además que dado los resultado obtenidos, son muchas las personas que han tenido ya un primer contacto con la planta para aliviar sus dolencias por “recomendación de un vecino, de un amigo, de una abuela” etc., esto permite eliminar cierta barreras a la hora de ofertar los productos.

La firma Euromonitor Internacional analizó el mercado de los analgésicos de libre venta (over the counter – OTC) para adultos en América Latina. Este es su balance 2014.

Consumo de paracetamol en sudamérica*



Es necesario recalcar que el mercado objetivo se calcula con base en el principal producto sustituto: el Acetaminofén/Paracetamol, dado que es usado en la actualidad como fármaco de libre venta para aliviar los dolores, por lo cual los usuarios potenciales de este medicamento podrían justificar el mercado objetivo de las Pomadas, Aceites y Alcoholes que ofertará Cannabidol.

De acuerdo con el estudio de la firma Euromonitor: *Consumo de paracetamol en Sudamérica; Mercado de los analgésicos OTC para adultos en América Latina 2014*, se puede afirmar que en Colombia el consumo per-cápita de Acetaminofén/Paracetamol es de 9,6 Unidades al Año con un gasto de US\$126,6 Millones.

Ilustración 23 Analgésico más consumido por País.

Analgesico más consumido por país*

	Medicamento		Millones US\$
Argentina	Ibuprofeno	9,4	45,4
Brasil	Analgesicos**	30,5	852
Chile	Paracetamol	6,8	15,2
Colombia	Paracetamol	9,6	126,6
Ecuador	Naproxeno	2,1	9,2
Perú	Ibuprofeno	4,3	46,4

*Unidades per cápita **Compuestos

Fuente: Euromonitor Internacional 2014.

Fuente: Euromonitor Internacional 2014.

Lo dicho hasta aquí, supone que:

1 Unidad de Acetaminofén/ Paracetamol es el equivalente a una caja de 3 sobres de 10 comprimidos de 500 Mg., Es decir 30 Comprimidos.

- **1 Unidad = 30 Comprimidos de 500 mg**

De modo que una persona en Colombia estaría consumiendo 288 comprimidos de 500 Mg. Al año.

- **30 Comprimidos de 500 mg X 9,6 Consumo Per-cápita =288 comprimidos.**

Tabla 7 Consumo Comprimidos Acetaminofén al año

Unidad	Comprimi dos	Consumo Pér/capita	Total	
1	30	9,6	288	Comprimidos al año

Fuente: Elaboración propia

En otras palabras:

- **288 comprimidos de 500Mg. = 144.000Mg o 144Gr. de Acetaminofén /Paracetamol al año.**

Tabla 8 Consumo Miligramos Acetaminofén al año Fuente: Elaboración propia.

Comprimi dos	Miligramos	Total	
288	500	144.000	Miligramos al año

Si bien el producto base de Cannabidol es el Aceite de Cannabis el cual utiliza 30Gr. En su preparación, se podría inferir que:

- **144Gr de Acetaminofén/30Gr de cannabis = 4,8≈5 Unidades de Aceites de Cannabis al año por Persona.**

Tabla 9 Unidades de Consumo al año. (Aceite Cannabidol)

Gramos Acetaminofen	Gramos Cannabis	Total	
144	30	5	Unidades al Año

Fuente: Elaboración propia.

6.1.2.5. Clientes Potenciales

De acuerdo al censo del DANE citado en el Anuario de Guadalajara de Buga para el año 2015 se determina un mercado de clientes potenciales equivalente a 115.234 personas habitantes de entre los 0 años y 80 años y más, quienes residen en la ciudad de Buga.

Se considera ahora que se quiere llegar al 30% de la población de Guadalajara de Buga es decir 34.570 personas de los cuales y Como se afirmó con anterioridad acorde a los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a la población de Guadalajara de Buga el 79,8% de esta población asevera que utilizaría los productos a base de cannabis por lo tanto se estaría hablando de 27.587 Clientes los cuales consumirían 5 productos al año. $(27.587 \times 5) = 137.935$ **Unidades al año.**

Tabla 10 Demanda potencial

Población Total de Buga	30% de la población	79,8% Probabilidad de Compra	X 5 Unidades al año	Total	
115.234	34.570	27.587	137.935	137.935	Unidades al Año

Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 24 Población Dpto. del Valle.



ALCALDÍA MUNICIPAL DE GUADALAJARA DE BUGA
Secretaría de Planeación
NIT 891-380.033-5



ANUARIO 2015 - GUADALAJARA DE BUGA

POBLACION DEL DEPARTAMENTO DEL VALLE

POBLACION DE LOS MUNICIPIOS DEL DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA			
76			
76020	Alcalá	20.930	0,458
76036	Andalucía	17.838	0,391
76041	Ansermanuevo	19.666	0,431
76054	Argelia	6.462	0,141
76100	Bolívar	13.652	0,299
76109	Buenaventura	392.054	8,585
76113	Bugalagrande	21.220	0,465
76122	Caicedonia	29.928	0,655
76001	Cali	2.344.734	51,342
76126	Calima	15.733	0,345
76130	Candelaria	80.485	1,762
76147	Cartago	131.545	2,880
76233	Dagua	36.282	0,794
76243	El Águila	11.026	0,241
76246	El Cairo	9.914	0,217
76248	El Cerrito	57.177	1,252
76250	El Dovio	8.597	0,188
76275	Florida	57.911	1,268
76306	Ginebra	20.857	0,457
76318	Guacarí	34.234	0,750
76111	Guadalajara de Buga	115.234	2,528
76364	Jamundí	117.117	2,564
76377	La Cumbre	11.464	0,251
76400	La Unión	37.076	0,812
76403	La Victoria	13.341	0,292

Fuente: Anuario Guadalajara de Buga. 2015

6.1.2.6. Proyección ventas

Teniendo en cuenta la demanda potencial anteriormente calculada **137.935 Unidades al año**, se prevé que para el año 1 de operación se tenga una participación del 12% en el mercado potencial, de la cual se hace la distinción del porcentaje de elaboración y participación de cada uno de los 3 productos: Pomada, Aceite y alcohol.

Tabla 11 Producción AÑO 1

Demanda Potencial	12% Sobre demanda Potencial	Producto	% De Participación	Producción Anual	Producción Mensual	Producción Diaria (27 Días)
137.935	16.552	Aceite	40%	6.621	552	20
		Pomada	30%	4.966	414	15
		Alcohol	30%	4.966	414	15
		Total	100%	16.552	1.379	51

Fuente: Elaboración propia.

6.1.2.7. Estrategia de Mercado:

Llegados a este punto, se plantea entonces un incremento anual de participación en el mercado de 2 puntos porcentuales para los años 2, 3,4 y 5 teniendo en cuenta las estrategias de marketing que se usarán:

Tabla 12 Proyección Ventas

POBLACIÓN TOTAL	115.234	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO				
		12%	14%	16%	18%	20%
Producto	% De Participación	Producción Año 1	Producción Año 2	Producción Año 3	Producción Año 4	Producción Año 5
Aceite	40%	6.621	7.724	8.828	9.931	11.035
Pomada	30%	4.966	5.793	6.621	7.448	8.276
Alcohol	30%	4.966	5.793	6.621	7.448	8.276
Total	100%	16.552	19.311	22.070	24.828	27.587

Fuente: Elaboración propia.

6.1.2.8. Plan de Marketing

El plan de marketing proporciona una visión clara del objetivo final y de lo que se quiere conseguir en el camino hacia la meta, a la vez informa con detalle de la situación y posicionamiento en los que se encuentra la empresa marcando las etapas que se han de cubrir para su consecución. Tiene la ventaja añadida de que la recopilación y elaboración de datos necesarios para realizar este plan permite calcular cuánto se va a tardar en cubrir cada etapa, dando así una idea clara del tiempo que debemos emplear para ello, qué personal se debe destinar para alcanzar la consecución de los objetivos y de qué recursos se debe disponer.

Ilustración 25 Plan Marketing Cannabidol (Año 1)

PLAN DE MARKETING CANNABIDOL (año 1)						
Tiempo	OBJETIVOS PRINCIPALES	TAREAS	RESPONSABLE	RECURSOS	Situación del Mercado	Situación de la Empresa
Trimestre 1	Dar a conocer los productos ofertados por Cannabidol	Crear una Publicidad Agresiva (Flyers, revistas, periodico, televisión, radio)	Gerente Marketing y Ventas	Contacto Publicistas.	Si bien actualmente no se considera un "Sector Cannábico" para confirmar su crecimiento, si existen evidencias del incremento del consumo del Cannabis	Aprovechamiento de la poca o nula competencia en la Ciudad de Guadalajara de Buga para ofertar los productos y "liderar" el mercado en la ciudad.
		Ubicar Stands en los principales Centros comerciales		Internet		
		Utilizar Redes sociales		Servicio Telefónico		
		Inauguración del Punto de venta		Permisos para stands		
Trimestre 2	Aumentar las ventas	Crear promociones por referencias posibles clientes.	Gerente Marketing y Ventas	Computadores	Conocimiento de los beneficios del uso del Cannabis para el mejoramiento de la salud.	Aprovechamiento del interes generado a partir del conocimiento de los beneficios del Cannabis para la oferta de productos derivados del mismo.
		Ofrecer descuentos por compras superiores a un tope.		Internet		
		Entregar cupones de descuento redimibles en proximas compras.		Desprendibles		
Trimestre 3	Convertir a más leads en Clientes	Generar base de datos con información captada de posibles clientes con los Stands, la inauguración del Punto de Venta y las referencias.	Gerente Marketing y Ventas	Computadores	No se evidencia que en la Ciudad existan otras propuestas equivalentes a la que aquí se presenta. Por tal motivo no existe una estructura actual a la cual hacer un diagnóstico, pues se presenta únicamente los vendedores ambulantes no legalizados, ni con registros (INVIMA) que venden en parques o ciertas calles de la ciudad pomadas de coca y marihuana.	Acapar el mercado en mayor medida, haciendo alianzas con farmacias y centros de medicina natural y/o alternativa
		Entablar relaciones personalizadas y a largo plazo con los potenciales consumidores.		Internet		
		Proporcionarles información valiosa y atractiva en el momento más oportuno.		Servicio Telefónico		
		Lograr la confianza que el lead necesita para decidirse a comprar		Celulares		
	Trimestre 4	Plan de Acción de Fidelización	Construir relaciones con los clientes que vayan más allá de una venta.	Gerente Marketing y Ventas	Computadores	Colombia hace parte de la tendencia mundial donde lo natural prima sobre lo químico, y no sólo en lo que a medicamentos se refiere, sino también en relación a todo tipo de alimentos y demás productos naturales que tengan como objeto final la mejora de la salud.
Exceder las expectativas del cliente en cuanto al servicio, asesoría y productos.			Servicio Telefónico			
Brindar atención personalizada, sorprender con detalles personalizados, Conceder precios especiales			Internet			
Crear programa de acumulación de compras por puntos.			Base de Datos			
			Asesoría médica			
				Celulares		
				Respaldo Gerencia		

Fuente: Elaboración propia.

6.1.2.10. Perfil del consumidor.

El comprador de los productos derivados de Cannabis ofertados por Cannabidol serán hombres y mujeres mayores de edad (18 años) los cuales acorde a los resultados arrojados por la encuesta realizada

- ❖ Pertenece a un estrato socioeconómico entre 2, 3 y 4.
- ❖ Tiene una valoración buena y muy buena del uso de la marihuana medicinal.
- ❖ Ha utilizado el Cannabis de forma medicinal y/o Recreativa.
- ❖ Son Jóvenes o de Mediana Edad.
- ❖ Ha tenido acceso a educación superior.

6.2. ESTUDIO TÉCNICO SOBRE EL CULTIVO, TRANSFORMACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE CANNABIS PARA EL USO TERAPÉUTICO Y MEDICINAL.

6.2.1 Distribución en planta

En un entorno globalizado, cada vez más las compañías deben asegurar a través de los detalles sus márgenes de beneficio. Por lo tanto, se hace imperativo evaluar con minuciosidad mediante un adecuado diseño y distribución de la planta, todos los detalles acerca del qué, cómo, con qué y dónde producir o prestar un servicio, así como los pormenores de la capacidad de tal manera que se consiga el mejor funcionamiento de las instalaciones.

La distribución en planta se define como la ordenación física de los elementos que constituyen una instalación sea industrial o de servicios. Ésta ordenación comprende los espacios necesarios para los movimientos, el almacenamiento, los colaboradores directos o indirectos y todas las actividades que tengan lugar en dicha instalación. Una distribución en planta puede aplicarse en una instalación ya existente o en una en proyección.⁶⁰

Propiedad donde funcionará la planta

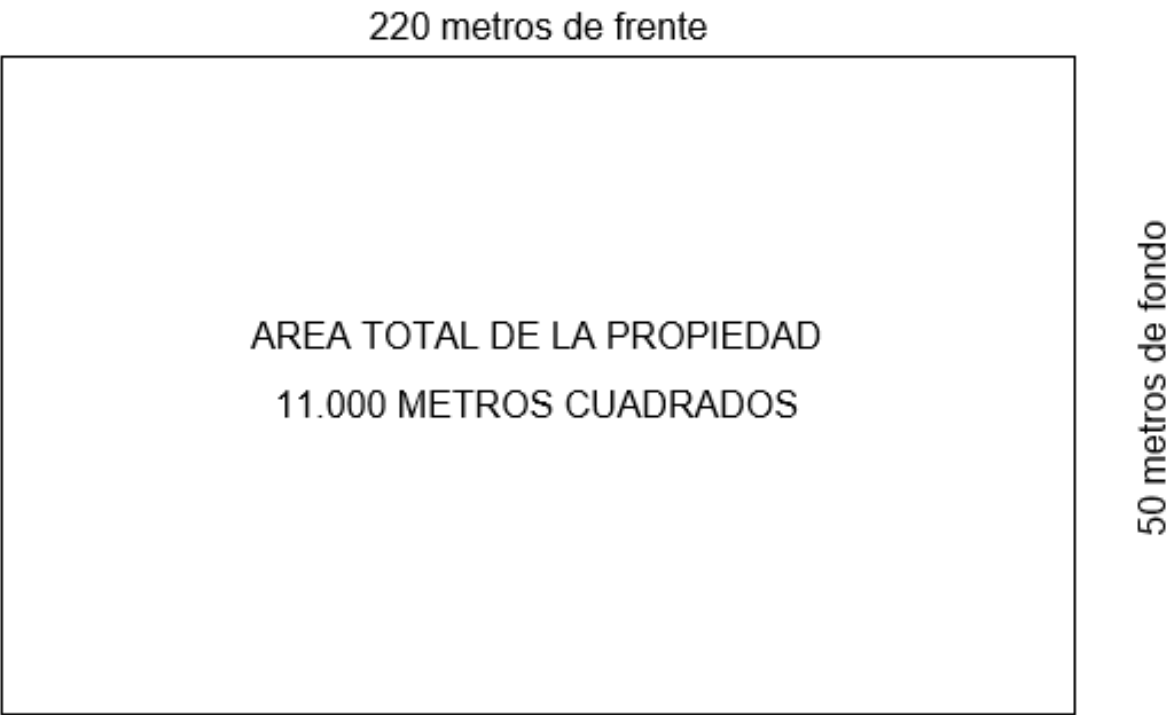
Nombre: Finca la Violeta (Vivero don Otto).

Dirección: Doble calzada vía principal Buga – Guacarí.

Área total: El terreno tiene 11.000 metros cuadrados de superficie, donde la planta total de la empresa tendrá una extensión aproximada de 6.000 metros cuadrados.

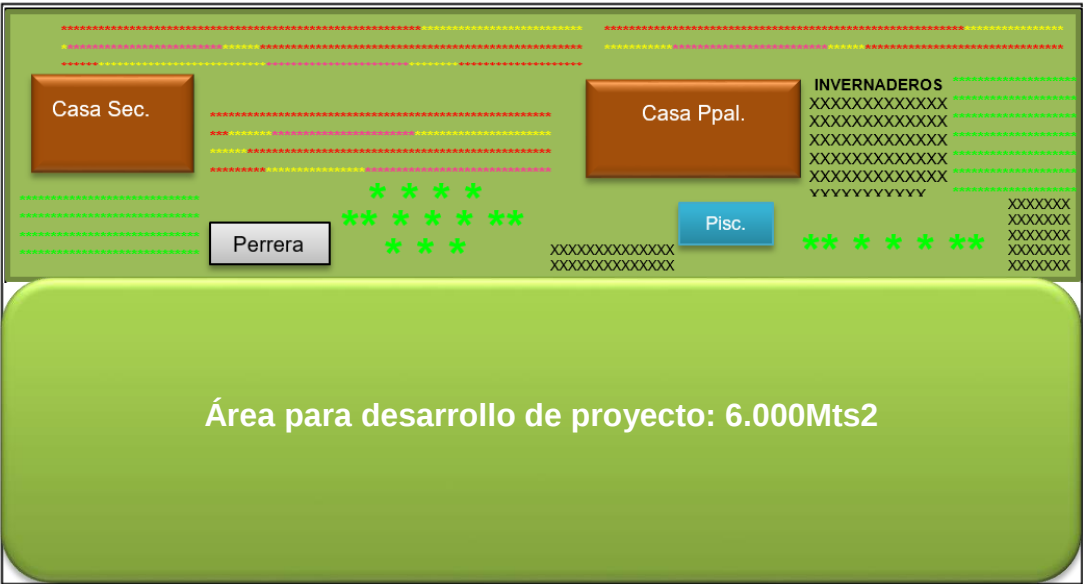
⁶⁰ Diseño y distribución en planta. Ingeniería industrial online. Herramientas para el Ingeniero. Consultado el 06 de Octubre de 20187. Disponible en: <https://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/dise%C3%B1o-y-distribuci%C3%B3n-en-planta/> .

Ilustración 26 Área del desarrollo del proyecto.



Fuente: Elaboración Propia.

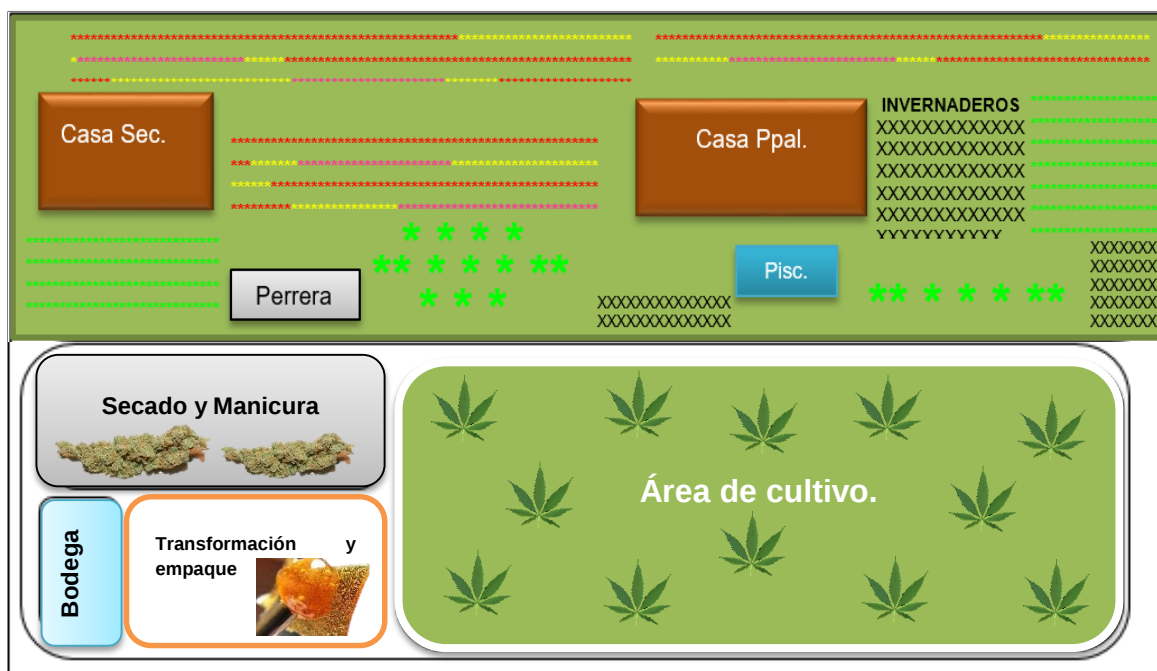
Ilustración 27 Ocupación del terreno actualmente.



Fuente: Elaboración Propia.

El área requerida para la planta estará ubicada en la parte posterior del terreno, gracias a su ubicación, se dispondrá de sol las 12 horas del día para la óptima producción de cannabis. Dentro del área destinada para la planta se utilizará un 70% de esta para cultivo, un 15 % para secado y manicura, 10% para transformación y empaque y finalmente 5% para bodega o almacenamiento lo cual será distribuido de la siguiente forma:

Ilustración 28 Distribución en planta.



Fuente: Elaboración propia.

El área de cultivo tendrá una un área de alrededor 4200 metros cuadrados donde podrá albergar 4 plantas por cada 3 metros cuadrados, es decir que en 4200 metros cuadrados de cultivo, se tendrá alrededor de 1870 plantas de cannabis.

En el área de secado y manicura que tiene un área de 900 metros cuadrados, se podrá secar cada mtr² una planta completa de cannabis.

En el departamento de transformación y empaque contara con un área de 600 metros cuadrados, se destinara todo el equipo de química, para poder extraer los compuestos de la planta THC, CBD, CBN y así mismo poder realizar la transformación de estos a los productos finales; aquí también se realizará el empaquetado final y posterior sellado del producto.

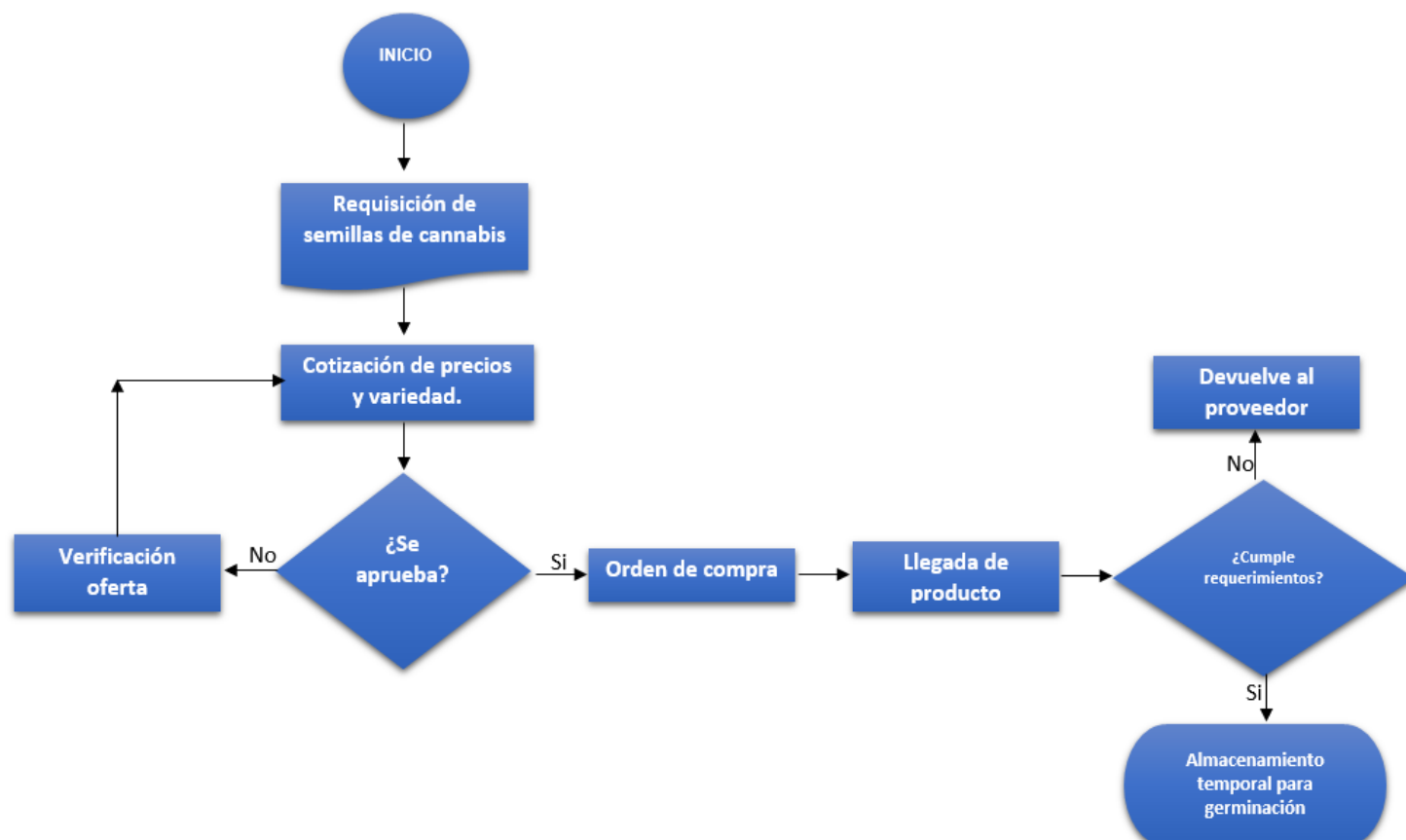
Finalmente se tendrá el área de almacenamiento y despacho que contará con un total de 300 metros cuadrados, en el cual ubicarán en gran medida anaqueles de material resistente a saber madera o metal quedando así finalmente a disposición de los clientes para su respectiva distribución.

6.2.2. Flujogramas de procesos

Un diagrama de flujo rastrea el flujo de información, clientes, equipo o materiales a través de los diferentes pasos de un proceso. Los diagramas de flujo no tienen un formato preciso⁶¹.

Por lo tanto para el panorama global se identificaran los procesos centrales:

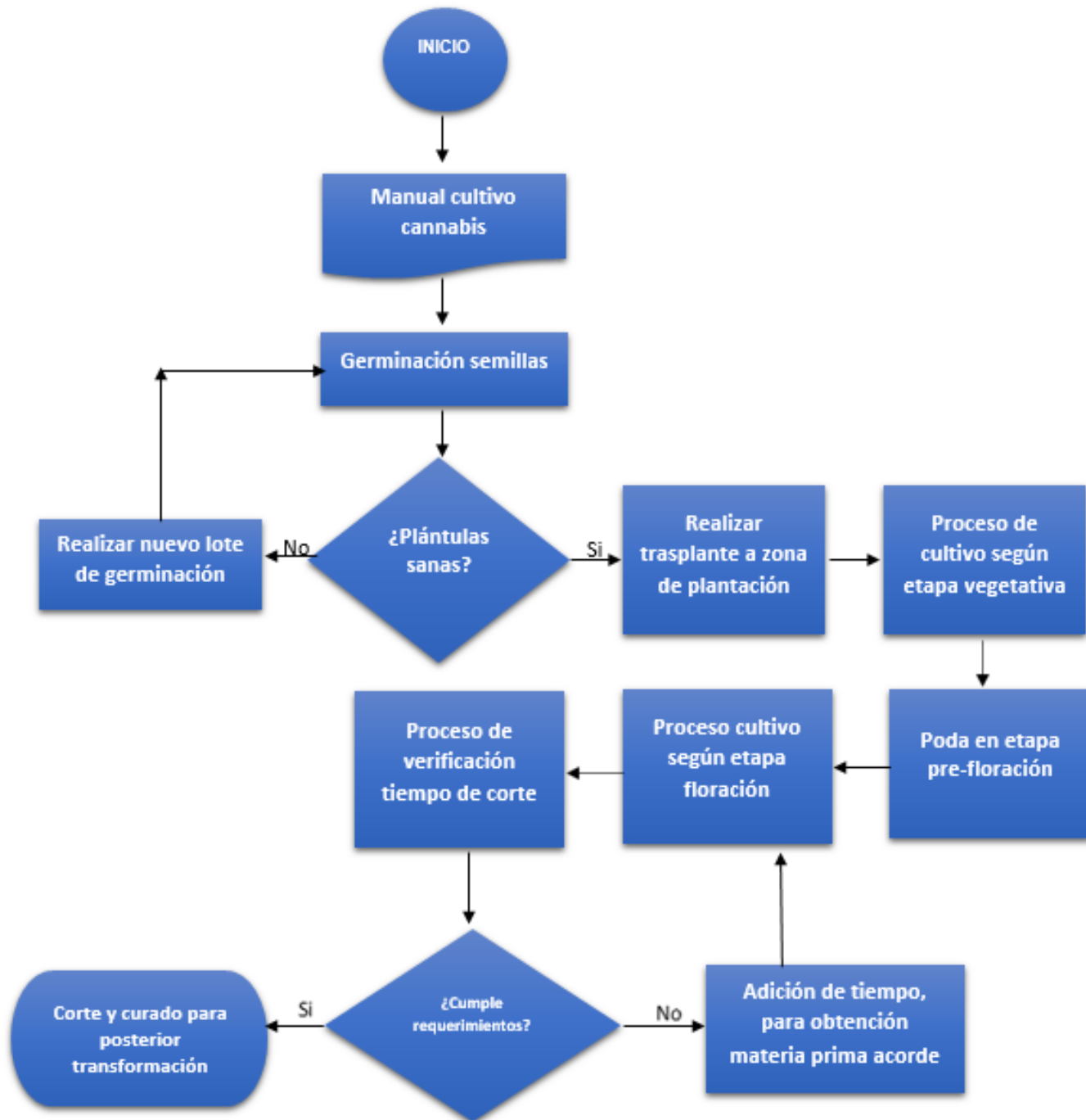
Ilustración 29 Flujograma adquisición semillas.



Fuente: Elaboración propia.

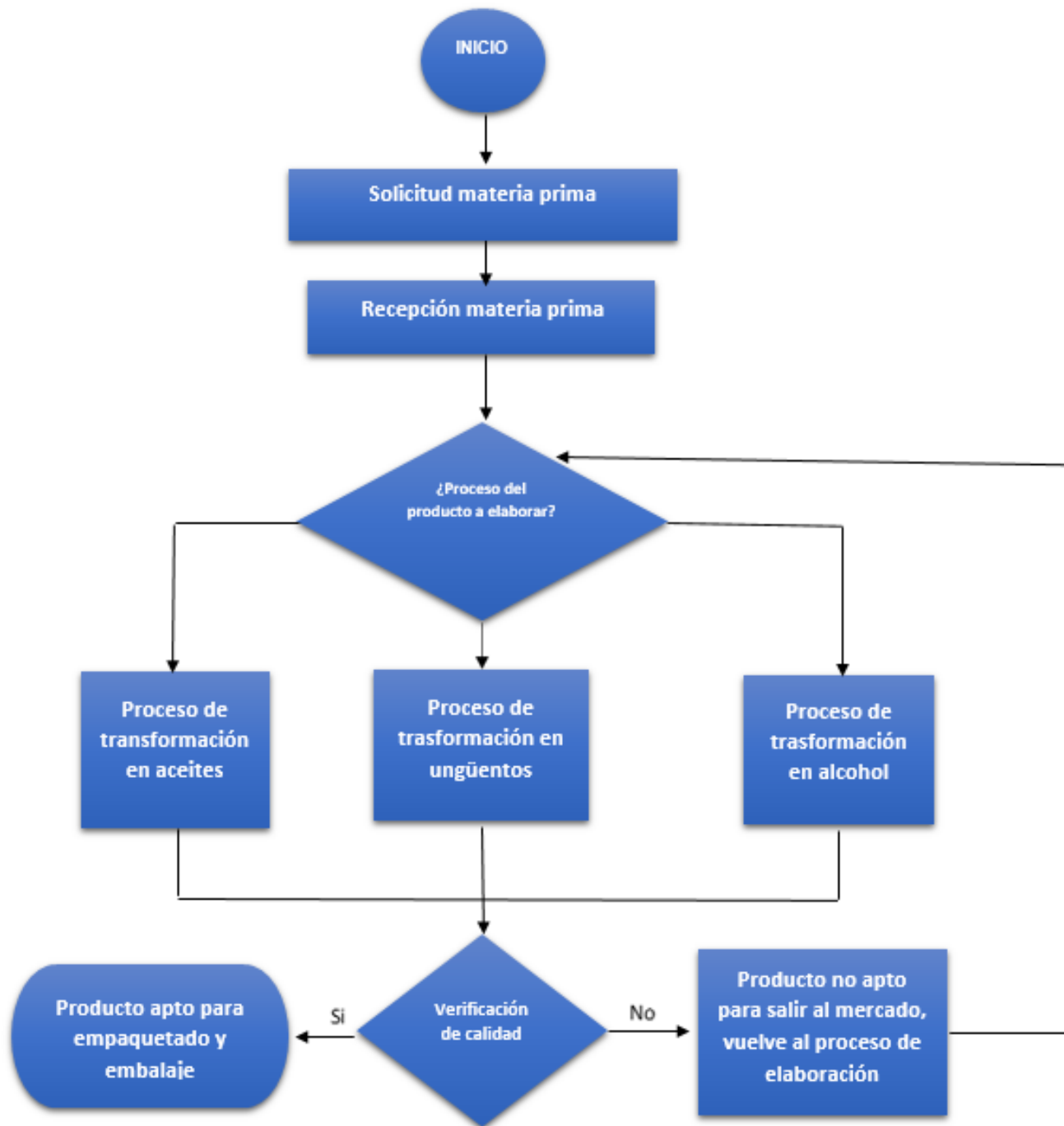
⁶¹ Krajewski Lee J. Administración de operaciones. Procesos y cadenas de suministro. Décima edición. Person educación, México 2013.

Ilustración 30 Flujograma producción (siembra y cosecha).



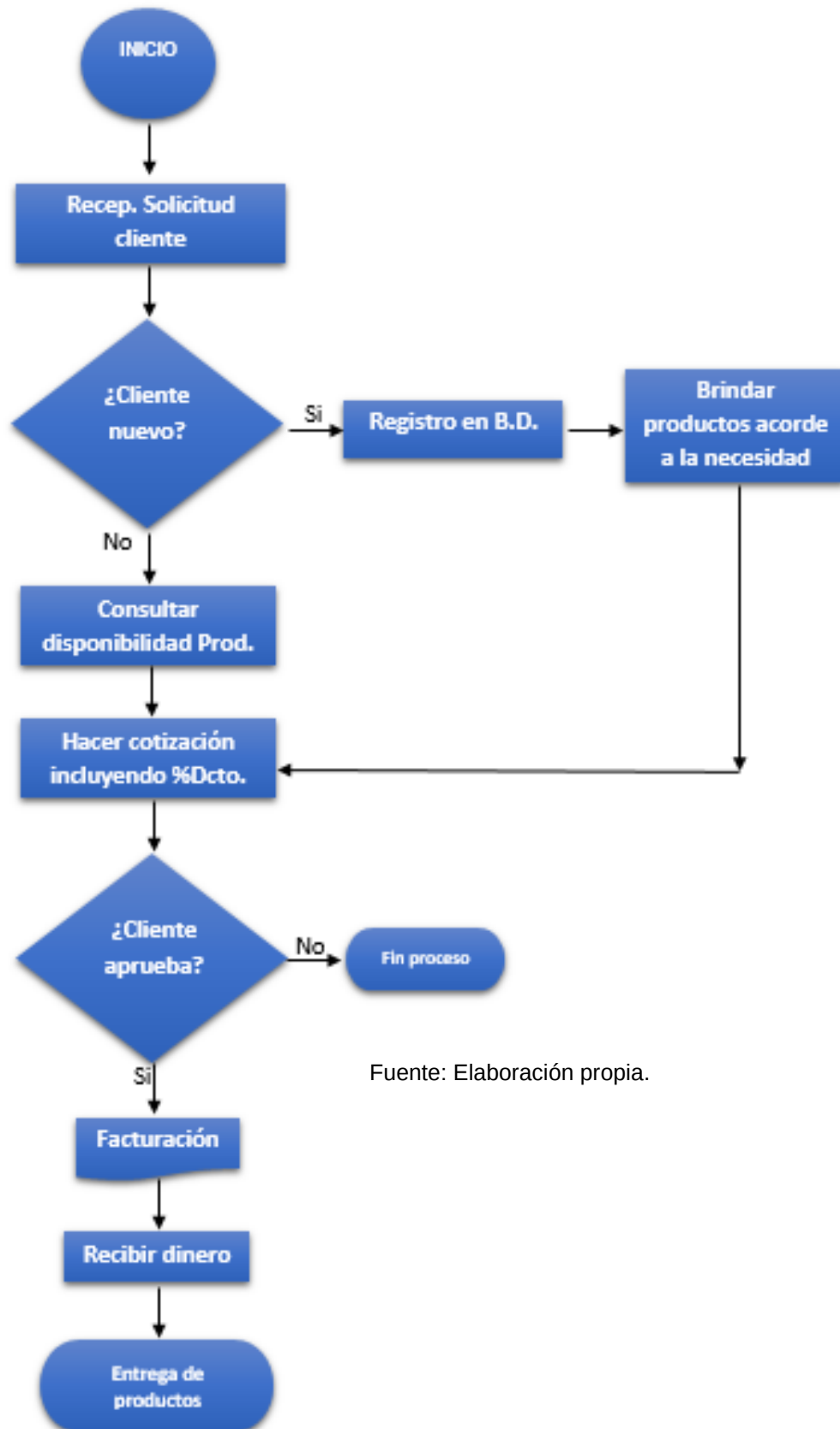
Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 31 Flujograma Transformación.



Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 32 Flujograma de Venta.



Fuente: Elaboración propia.

6.2.3. Infraestructura

A continuación se relacionarán las máquinas a adquirir indicando la función de cada una de ellas en la producción; relacione el mobiliario y las herramientas a utilizar en su proceso productivo, indicando el costo unitario de adquisición de cada máquina, herramienta y mobiliario.

Ilustración 33 Necesidad infraestructura (Maquinaria, Tecnología).

TECNOLOGÍA				
MÁQUINA	DESCRIPCIÓN	Cost. Unit.	Unid. Total.	Cost. Total
COSECHA				
Sistema riego por goteo	Sistema que permite al departamento de cultivo tener una hidratación constante de las plantas, con el fin que puedan adquirir todos los nutrientes que tenga el riego y permite estar humedo en todo momento, lo cual mantiene las plantas en constante proceso de crecimiento.	500 pesos * m2	500*4200 m2	\$ 2.100.000
Medidor de PH agua y tierra	Herramientas las cuales permite medir el potencial de hidrogeno tanto en el agua como en la tierra y así poder suministrar los nutrientes con el adecuado nivel de hidrogeno a las plantas	250,000 * Un	250,000 * 4	\$ 1.000.000
Bugis	Herramientas para transportar la materia prima recolectada y distribuirla a los departamentos correspondientes	100.000	100,000 * 4 Un	\$ 400.000
Tijeras de poda	Herramientas para la poda y el corte final de la materia prima	80.000	800.000 * 10 Un	\$ 800.000
TOTAL COSECHA				\$ 4.300.000
TRANSFORMACIÓN				
Peladora industrial. (Cannagin 215)	Herramienta industrial que permite deshojar las plantas y serararlas de los tallos facilmente	4.000.000	4.000.000*1Un	\$ 4.000.000
Caldera con fondo	Herramienta para realizar el proceso de transformacion de la materia prima mediante baño maria	2.000.000	2.000.000 * 2Un	\$ 4.000.000
Tanque 1000 lts.	Herramienta para realizar el proceso de maceracion en la transformacion de la materia prima	800.000	800.000 * 2Un	\$ 1.600.000
Controladores de temperatura y Humedad.	Dispositivos los cuales permiten tratar la materia prima a temperaturas adecuadas para poder extraer los derivados correctamente	200.000	200.000 * 4Un	\$ 800.000
Pipeta Extracción de aceite 100 lts	Herramienta que permite extraer el aceite de la materia prima mediante calor	600.000	600.000 * 4 Un	\$ 2.400.000
Medidor de cannabinoides(THC, CDB, CBN.)	Dispositivos los cuales permiten medir con exactitud los niveles de THC,CBD del producto terminado	500.000	500.000 *4	\$ 2.000.000
TOTAL TRANSFORMACION				\$ 14.800.000
TOTAL TECNOLOGIA				\$ 19.100.000

Fuente: Elaboración Propia.

6.2.4. Proceso de Aprovisionamiento

Ilustración 34 Proceso de aprovisionamiento.

Cultivo:



Transformación:



Comercialización:



Fuente: Elaboración Propia

El proceso de aprovisionamiento de la empresa Cannabidol se hará por completo desde la misma empresa puesto que se tiene la posibilidad de hacer el ciclo completo para las 3 fases: Cultivo, Transformación y comercialización.

6.2.5. Necesidades y requerimientos

Se relacionarán las materias primas e insumos requeridos en el proceso de producción en el producto por cada unidad de producto y por periodo de producción, tecnología, equipos, maquinas, mano de obra operativa especializada, cuantificación del presupuesto requerido para el cubrimiento de las necesidades y requerimientos.⁶²

⁶² Formulación planes de negocio. Unidad 5. Aspectos operativos. Pdf. Sena.

Ilustración 35 Requerimiento producción.

PRODUCCIÓN				
ELEMENTO	DESCRIPCIÓN	Cost. Unit.	Unid. Total.	Cost. Total
UNGÜENTOS				
Recipiente de vidrio	Recipiente donde sera empaquetado el producto final, con un sellado al vacio	450	4000	\$ 1.800.000
Tapa rosca metalica	Rosca con el cual sera lledao el embase de vidrio para ser sellado al vacio	50	4000	\$ 200.000
Etiqueta	Etiqueta del producto final para salir al mercado	20	4000	\$ 80.000
ACEITES				
Goteros 15 cc	Herramienta en la cual se embasara el aceite transformado para su docificacion al cliente	300	4000	\$ 1.200.000
Etiqueta	Etiqueta del producto final para salir al mercado	20	4000	\$ 80.000
Alcohol				
Recipiente plástico	Recipiente donde sera embasado el producto final	200	4000	\$ 800.000
Tapa rosca plastica	Tapa la cual ser utilizara para sellar al vacio el producto final	50	4000	\$ 200.000
TOTAL PRODUCCION				\$ 4.360.000

Fuente: Elaboración propia.

Finalmente en esta tabla se establecieron las necesidades productivas para el envasado, etiquetado y sellado de los productos terminados.

6.2.6. Ficha técnica del producto terminado

Describe las características técnicas del producto o servicio a desarrollar: Cualidades, diseño, tamaño, características fisicoquímicas, condiciones, características de empaque y embalaje y forma de uso.⁶³

Si bien Cannabidol contará con 3 líneas de productos a base de Cannabis para uso terapéutico: POMADA, ACEITE, ALCOHOL.

Ilustración 36 Ficha técnica producto terminado: POMADA.

		FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO TERMINADO
Preparado por: STEPHANIA ROJAS	Fecha elaboración: 24/Oct/2017	
NOMBRE DEL PRODUCTO	POMADA CANNABIDOL	
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	Preparación untuosa a base de cannabis y variedad de plantas que obedecen a la fitoterapia, con propiedades analgésicas, astringentes, antiinflamatorias, antisépticas, cicatrizantes y antioxidantes, relajantes y refrescantes.	
LUGAR DE ELABORACIÓN	Instalaciones Cannabidol. Finca la Violeta (Vivero don Otto), Doble calzada vía principal Buga – Guacarí.	
COMPOSICIÓN	Aceite oliva extra virgen, agua mineral, cera de abejas, Cannabis, Excipientes, Eucalipto, Caléndula, Árnica.	
PRESENTACIÓN Y EMPAQUE COMERCIAL	Presentación individual 150g	
CARACTERÍSTICAS ORGANOLÉPTICAS	Textura suave, cremosa, agradable al tacto, olor herbal, color verdoso.	

Fuente: Elaboración propia

⁶³ Ibíd.

Ilustración 37 Ficha técnica producto terminado: Aceite.



FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO TERMINADO	
Preparado por: STEPHANIA ROJAS	Fecha elaboración: 24/Oct/2017
NOMBRE DEL PRODUCTO	ACEITE CANNABIDOL
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	Preparación oleosa a base de cannabis de uso oral, con indicaciones analgésicas, antieméticas, estimulante de apetito, antiespasmódica, anti convulsionante, ansiolítica, antidepresiva y anti glaucomatoso.
LUGAR DE ELABORACIÓN	Instalaciones Cannabidol. Finca la Violeta (Vivero don Otto), Doble calzada vía principal Buga – Guacarí.
COMPOSICIÓN	Aceite oliva extra virgen, Cannabis, Excipientes, Manzanilla, menta, valeriana y jengibre.
PRESENTACIÓN Y EMPAQUE COMERCIAL	Presentación individual Goteros 15Cc
CARACTERÍSTICAS ORGANOLÉPTICAS	Textura olea, agradable al gusto, sabor herbal, color verde claro.

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 38 Ficha técnica producto terminado: Alcohol.

	FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO TERMINADO
Preparado por: STEPHANIA ROJAS	Fecha elaboración: 24/Oct/2017
NOMBRE DEL PRODUCTO	ALCOHOL CANNABIDOL
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	Preparación antiséptica de uso tópico exclusivamente a base de cannabis y variedad de plantas que obedecen a la fitoterapia, con propiedades analgésicas, astringentes, antiinflamatorias, antisépticas, cicatrizantes y antioxidantes, relajantes y refrescantes.
LUGAR DE ELABORACIÓN	Instalaciones Cannabidol. Finca la Violeta (Vivero don Otto), Doble calzada vía principal Buga – Guacarí.
COMPOSICIÓN	Alcohol antiséptico (Etílico 70%), Cannabis, Excipientes, Canela, Clavos de olor, Eucalipto, Limón swingleae, árnica, anamú, altamisa.
PRESENTACIÓN Y EMPAQUE COMERCIAL	Presentación individual botella plástica 750 ML.
CARACTERÍSTICAS ORGANOLÉPTICAS	Textura líquida, vaporosa, de rápida absorción, agradable al olfato, color verde oscuro.

Fuente: Elaboración propia.

6.2.7 Plan de Compras

Se Identificará, describirá y justificará la cantidad de cada insumo que se requiere para producir una unidad de producto registrando la información requerida por el sistema.⁶⁴

Ilustración 39 Compras pomada.

	Unidad	Cantidad
Costos Unitarios Materia Prima (MP) e Insumos (I)		
Pomada Cannabidol		
Exipientes Cannabis	Gms	50,00
Aceite (almendras, girasol, oliva)	Mls	200,00
Cera de abeja	Gms	65,00
Eucalipto	Gms	35,00
Caléndula	Gms	35,00
Árnica	Gms	35,00
Recipiente de vidrio + Tapa	UNIDAD	1,00
Stiker o etiqueta	UNIDAD	1,00

Fuente: Elaboración propia.

Aquí se presentó la materia prima necesaria para la producción de una unidad de pomada Cannabidol, la unidad de presentación y la cantidad de la misma.

Ilustración 40 Compras Aceite.

	Unidad	Cantidad
Aceite Cannabidol		
Cannabis	Gms	30,00
Aceite de oliva	Mls	30,00
Manzanilla	Gms	10,00
Valeriana	Gms	10,00
Gengibre	Gms	10,00
Menta	Gms	10,00
Gotero	Unidad	1,00
Stiker o etiqueta	UNIDAD	1,00

Fuente: Elaboración Propia.

Aquí se presentó la materia prima necesaria para la producción de una unidad de Aceite Cannabidol, la unidad de presentación y la cantidad de la misma.

⁶⁴ Ibíd.

Ilustración 41 Compras Alcohol.

	Unidad	Cantidad
Alcohol Cannabidol		
Exipientes de cannabis	gr	30,00
Canela	gr	30,00
Clavos de olor	gr	10,00
Limón swingleae	unid	1,00
Eucalipto	gr	35,00
Árnica	gr	35,00
Anamú	gr	35,00
Altamisa	gr	35,00
Alcohol antiséptico	MI	750,00
Botella plástica (750ml) + Tapa	unid	1,00
Stiker o etiqueta	UNIDAD	1,00

Fuente: Elaboración Propia.

Aquí se presentó la materia prima necesaria para la producción de una unidad de Alcohol Cannabidol, la unidad de presentación y la cantidad de la misma.

6.2.8. Costos de Producción

Se relacionará el costo de las materias primas (definiendo precio por unidad de medida), precios actuales, costo de los insumos (Pesos/Unidad) y costos de los materiales de empaque.

Ilustración 42 Costo unitario MP por Producto

Resumen Costos Unitarios Materia Prima por Producto		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Unitarios Materia Prima		\$ / unidad	\$ / unidad	\$ / unidad	\$ / unidad	\$ / unidad
Costo MP Pomada Cannabidol		3.099	3.225	3.357	3.494	3.637
Costo MP Aceite Cannabidol		1.900	1.978	2.059	2.143	2.230
Costo MP Alcohol Cannabidol		6.686	6.959	7.244	7.540	7.849
Costo MP		0	0	0	0	0
Costo MP		0	0	0	0	0
Costo MP		0	0	0	0	0
Costo MP		0	0	0	0	0
Costo MP		0	0	0	0	0
Costo MP		0	0	0	0	0
Costo MP		0	0	0	0	0
Costo Total Promedio de Materia Prima		3894,83	4054,13	4219,95	4392,54	4572,20

Fuente: Elaboración propia con base en Formato MFIN (Sena-Fondo Emprender).

En esta ilustración de entrega de manera resumida el costo unitario de la materia prima por cada producto y la proyección del mismo hasta el año 5.

Para mayor entendimiento de los costos de la materia prima utilizados para cada producto: Pomada, Aceite y Alcohol, en las siguientes tablas se detallará de manera minuciosa: 1 El costo de materia prima por unidad y 2 El costo de materia prima total y sus respectivas proyecciones.

Ilustración 43 Costo Unitario Pomada

			Vr Unitario	Vr Unitario	Vr Unitario	Vr Unitario	Vr Unitario
			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidad			Cantidad				
Costos Unitarios Materia Prima (MP) e Insumos (I)							
Pomada Cannabídol							
Exipientes Cannabis	Gms	50,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Aceite (almendras, girasol, oliva)	Mls	200,00	4,00	4,16	4,33	4,51	4,70
Cera de abeja	Gms	65,00	15,30	15,93	16,58	17,26	17,96
Eucalipto	Gms	35,00	8,00	8,33	8,67	9,02	9,39
Caléndula	Gms	35,00	4,20	4,37	4,55	4,74	4,93
Árnica	Gms	35,00	4,20	4,37	4,55	4,74	4,93
Recipiente de vidrio + Tapa	UNIDAD	1,00	700,00	728,63	758,43	789,45	821,74
Stiker o etiqueta	UNIDAD	1,00	30,00	31,23	32,50	33,83	35,22

Fuente: Elaboración propia con base en Formato MFIN (Sena-Fondo Emprender)

Ilustración 44 Costo Total Pomada.

Vr Total Año 1	Vr Total Año 2	Vr Total Año 3	Vr Total Año 4	Vr Total Año 5
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
800,00	832,72	866,78	902,23	939,13
994,50	1.035,18	1.077,51	1.121,58	1.167,46
280,00	291,45	303,37	315,78	328,70
147,00	153,01	159,27	165,78	172,57
147,00	153,01	159,27	165,78	172,57
700,00	728,63	758,43	789,45	821,74
30,00	31,23	32,50	33,83	35,22
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.098,50	3.225,23	3.357,14	3.494,45	3.637,37

Fuente: Elaboración propia con base en Formato MFIN (Sena-Fondo Emprender)

Ilustración 45 Costo Unitario Aceite		Vr Unitario					
	Unidad	Cantidad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Aceite Cannabidol							
Cannabis	Gms	30,00	35,00	36,43	37,92	39,47	41,09
Aceite de oliva	Mls	30,00	4,00	4,16	4,33	4,51	4,70
Manzanilla	Gms	10,00	5,00	5,20	5,42	5,64	5,87
Valeriana	Gms	10,00	5,00	5,20	5,42	5,64	5,87
Gengibre	Gms	10,00	5,00	5,20	5,42	5,64	5,87
Menta	Gms	10,00	5,00	5,20	5,42	5,64	5,87
Gotero	Unidad	1,00	500,00	520,45	541,74	563,89	586,96
Stiker o etiqueta	UNIDAD	1,00	30,00	31,23	32,50	33,83	35,22

Fuente: Elaboración propia con base en Formato MFIN (Sena-Fondo Emprender)

Ilustración 46 Costo Total Aceite.

Vr Total	Vr Total	Vr Total	Vr Total	Vr Total
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1.050,00	1.092,95	1.137,65	1.184,18	1.232,61
120,00	124,91	130,02	135,33	140,87
50,00	52,05	54,17	56,39	58,70
50,00	52,05	54,17	56,39	58,70
50,00	52,05	54,17	56,39	58,70
50,00	52,05	54,17	56,39	58,70
500,00	520,45	541,74	563,89	586,96
30,00	31,23	32,50	33,83	35,22
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1.900,00	1.977,71	2.058,60	2.142,80	2.230,44

Fuente: Elaboración propia con base en Formato MFIN (Sena-Fondo Emprender)

Ilustración 47 Costo Unitario Alcohol

			Vr Unitario	Vr Unitario	Vr Unitario	Vr Unitario	Vr Unitario
	Unidad	Cantidad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Alcohol Cannabidol							
Exipientes de cannabis	gr	30,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Canela	gr	30,00	8,30	8,64	8,99	9,36	9,74
Clavos de olor	gr	10,00	2,00	2,08	2,17	2,26	2,35
Limón swinglae	unid	1,00	100,00	104,09	108,35	112,78	117,39
Eucalipto	gr	35,00	8,00	8,33	8,67	9,02	9,39
Árnica	gr	35,00	4,20	4,37	4,55	4,74	4,93
Anamú	gr	35,00	8,00	8,33	8,67	9,02	9,39
Altamisa	gr	35,00	8,00	8,33	8,67	9,02	9,39
Alcohol antiséptico	MI	750,00	6,00	6,25	6,50	6,77	7,04
Botella plástica (750ml) + Tapa	unid	1,00	800,00	832,72	866,78	902,23	939,13
Stiker o etiqueta	UNIDAD	1,00	30,00	31,23	32,50	33,83	35,22

Fuente: Elaboración propia con base en Formato MFIN (Sena-Fondo Emprender)

Ilustración 48 Costo Total Alcohol

Vr Total Año 1	Vr Total Año 2	Vr Total Año 3	Vr Total Año 4	Vr Total Año 5
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
249,00	259,18	269,78	280,82	292,30
20,00	20,82	21,67	22,56	23,48
100,00	104,09	108,35	112,78	117,39
280,00	291,45	303,37	315,78	328,70
147,00	153,01	159,27	165,78	172,57
280,00	291,45	303,37	315,78	328,70
280,00	291,45	303,37	315,78	328,70
4.500,00	4.684,05	4.875,63	5.075,04	5.282,61
800,00	832,72	866,78	902,23	939,13
30,00	31,23	32,50	33,83	35,22
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
6.686,00	6.959,46	7.244,10	7.540,38	7.848,78

Fuente: Elaboración propia con base en Formato MFIN (Sena-Fondo Emprender)

6.2.9. Precio de venta

Uno de los factores más importantes lo constituye la fijación del precio de venta, pues éste influye en el nivel de demanda de un producto o servicio, determina la posición competitiva de la empresa y del producto, reflejados en el volumen de utilidades; éste se fija con base en la estructura de costos variables o fijos dependiendo de las políticas de la empresa.

Como los productos ofertados por Cannabidol son nuevos en el mercado, el precio dependerá de la necesidad del consumidor, es decir que tan dispuesto a pagar por el bien, también se tendrá en cuenta los costos fijos y el precio de los productos ofertados artesanalmente sin registro alguno para venta al público.

Por lo tanto, los precios fijados para los productos de Cannabidol son:

- **POMADA CANNABIDOL \$30.000**
- **ACEITE CANNABIDOL \$20.000**
- **ALCOHOL CANNABIDOL \$25.000**

6.2.10. Capacidad de Producción

El área de cultivo tendrá un área alrededor de 4.200 metros cuadrados donde podrá albergar 4 plantas por cada 3 metros cuadrados, es decir que en 4.200 metros cuadrados de cultivo, se tendrá alrededor de 1.870 plantas de cannabis.

Pero para efectos de una producción constante en el año se sembrarán 935 plantas cada trimestre las cuales cada una dará aproximadamente 400Grs. Es decir 374.000 Grs.

Estos 347.000Grs. Divididos en un trimestre arroja una producción de 124.666Grs. Mensuales, los cuales serán trabajados 27 días al mes para un total de 4.617Grs. Diarios.

Como punto de referencia para producción se utilizará el Aceite Cannabidol pues es el producto que lleva netamente la flor de la Cannabis por lo tanto estos 4.617Grs. Diarios se dividirán en los 30Grs. Que necesita cada unidad de aceite para ser preparado es decir: **153 Unidades Diarias de Aceite Cannabidol.**

Pero dado el porcentaje de la demanda potencial que se quiere impactar, (12%) la producción tanto de los Aceites, como de las Pomadas y Alcoholes se ajustará directamente con referencia al porcentaje de participación en el mercado.

Tabla 13 Capacidad Producción Aceite, Pomada y Alcohol.

Demanda Potencial	12% Sobre demanda Potencial	Producto	% De Participación	Producción Anual
137.935	16.552	Aceite	40%	6.621
		Pomada	30%	4.966
		Alcohol	30%	4.966
		Total	100%	16.552

Fuente: Elaboración propia.

6.2.11 Financiación del Proyecto

Ilustración 49 Financiación Fondo Emprender

PARAMETRO		VALOR	EXPLICACION					
Fecha				Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Variables Macroeconómicas (Solo para uso informativo)								
Inflación	%			5,60%	5,60%	5,60%	5,60%	5,60%
Devaluación	%			4,40%	4,58%	4,50%	4,34%	4,47%
IPP	%			2,71%	3,51%	3,72%	3,80%	3,60%
Crecimiento PIB	%			2,60%	2,90%	3,80%	3,90%	4,00%
DTF T.A.	%			6,54%	4,62%	4,65%	4,70%	4,50%
Productos								
Pomada Cannabidol								
Aceite Cannabidol								
Alcohol Cannabidol								
Información del Proyecto								
Indique la Tasa de Descuento del emprendedor		5%	Tasa Efectiva Anual					
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses		6 mes						
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)		60 mes						
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)		80 mes						
Condiciones de la Deuda								
Gracia		0	Gracia a Capital (Años)					
Plazo		5	Plazo de la Deuda (Años)					
Tasa en pesos		10%	Puntos por encima del DTF					
Depreciación Activos Fijos								
Construcciones y Edificaciones		20	Vida útil (años)					
Adecuaciones y Mejoras		20	Vida útil (años)					
Maquinaria y Equipo de Operación		10	Vida útil (años)					
Muebles y Enseres		10	Vida útil (años)					
Equipo de Transporte		5	Vida útil (años)					
Equipo de Oficina		3	Vida útil (años)					
Otros								
Inversión Diferida (Gastos en periodo preoperativo o de ejecución del proyecto)		1	Amortización (años)					
Empleos y Mano de Obra								
Mano de Obra Producción (Operativa)	unid.			3,0	1,0	1,0	1,0	1,0
Empleos Administrativos	unid.			3,0	2,0	2,0	2,0	2,0
Empleos Comerciales	unid.			0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total Personal	unid.			6,0	3,0	3,0	3,0	3,0

Fuente: Elaboración propia con base en Formato MFIN (Sena-Fondo Emprender).

En la ilustración anterior se entregan variables macroeconómicas de manera informativa con sus respectivos porcentajes, teniendo en cuenta que los emprendedores se presentarán a un fondo de financiamiento se toma como referencia el formato MFIN (Sena-Fondo emprender) de los cuales se derivan los siguientes datos: Una tasa efectiva anual del 5% a la cual aspira el emprendedor, una duración improductiva de 6 meses y se prevé la primera expansión del negocio a 60 meses y la segunda expansión a 80 meses, con un plazo de deuda de 5 años. También se realiza la depreciación de los activos fijos acorde a los años de vida útil de los mismos y finalmente se señala la contratación de 6 trabajadores de forma directa.

6.3. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO PARA UNA EMPRESA CULTIVADORA, PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS A BASE DE CANNABIS.

Las organizaciones para crecer, generar utilidades y permanecer en el mercado deben tener muy claro hacia dónde van, es decir, haber definido su direccionamiento estratégico.⁶⁵

6.3.1 Principios corporativos

Los principios corporativos son el conjunto de valores, creencias, normas que regulan la vida de una organización. Éstos definen aspectos importantes para la organización y deben ser compartidos por todos. Por tanto, constituyen una norma de vida corporativa y el soporte de la cultura organizacional.⁶⁶

De acuerdo con lo anterior los valores que se promoverán en la propuesta de empresa a la Ciudad son:

- **Responsabilidad:** Con el mundo, con nuestros colaboradores y con los usuarios de nuestros productos.
- **Honestidad:** Ofrecemos una alternativa natural, real, y confiable por medio de la cual se pretende mejorar la calidad de vida de los usuarios.
- **Respeto:** Reconocemos el valor del consumidor como persona generadora de oportunidades de negocio, entendiendo su importancia, esfuerzo, interés y por supuesto su salud.
- **Competitividad:** Poseemos la capacidad de ver oportunidades en cada situación para lograr satisfacer las necesidades del cliente.
- **Compromiso:** Asumimos con responsabilidad las labores de la empresa y damos respuestas oportunas a las inquietudes, quejas o reclamos del cliente.
- **Confianza:** Cumplimos con lo que prometemos, entregamos lo que ofrecemos sin engaños para lograr fortalecer las relaciones con nuestros clientes.

⁶⁵ Serna Gómez, Humberto. Gerencia estratégica –Teoría- Metodología. Alineamiento, implementación, y mapas estratégicos. Índices de gestión. Bogotá. DC: 3 R, Editores, 2008. Pag.58.

⁶⁶ Ibid. Pag.59

6.3.2 Misión

Cada organización es única porque sus principios, sus valores, su visión, la filosofía de sus dueños, los colaboradores y los grupos con los que interactúan en el mercado son para todos diferentes. Esta diferencia se refleja precisamente en la definición, en el propósito de la organización, el cual se operacionaliza en la visión.

La misión es entonces, la formulación de los propósitos de una organización que la distingue de otros negocios en cuanto al cubrimiento de sus operaciones, productos, mercados y talento humano que soporta el logro de estos propósitos.⁶⁷

Ilustración 50 La Misión.



Fuente: Serna Gómez, Humberto. Gerencia estratégica –Teoría- Metodología. Alineamiento, implementación, y mapas estratégicos. Índices de gestión.

⁶⁷ Ibid. Pág. 60

De acuerdo con la definición anteriormente mencionada se definiría para la propuesta de empresa como:

MISIÓN

Mejorar la Calidad de Vida de nuestros clientes, brindando una alternativa natural a su elección de tratamiento médico por medio del uso adecuado de derivados de Cannabis, obteniendo así mayor efectividad en la reducción de síntomas y dolencias siempre de la mano de una base ética, científica e innovadora.

6.3.3 Visión

La visión corporativa es un conjunto de ideas generales, algunas de ellas abstractas, que proveen el marco de referencia de lo que una empresa es y quiere ser en el futuro.

La visión señala rumbo, da dirección; es la cadena o el lazo que une, en las empresas, el presente con el futuro. La visión de una compañía sirve de guía en la formulación de las estrategias, a la vez que le proporciona un propósito a la organización.⁶⁸:

Siendo consecuentes con lo anterior se definiría entonces la visión para la propuesta de empresa como:

VISIÓN

Posicionarnos como referentes en el Valle del Cauca y Colombia como una alternativa natural para el manejo y prevención de condiciones y enfermedades.

6.3.4 Nombre de la Empresa

Al hablar de una empresa, lo que prima es el nombre de la misma; y es que el nombre es la marca con la que una empresa ingresa al mercado, este refiere el elemento que va a describir aquello que la empresa puede ofrecer. Por lo tanto es sumamente importante prestar atención y escoger el nombre que más se adapte

⁶⁸ Ibid. Pág. 61

tanto a las expectativas de la empresa como también a la descripción de características esenciales de la misma.

Dado lo anterior el nombre que más se adapta a la propuesta de empresa es: **CANNABIDOL**. Ya que como se mencionó anteriormente la descripción de características esenciales es el uso del Cannabis para aliviar o disminuir los síntomas y dolencias que la medicina convencional (farmacología) no ha logrado y por el contrario ha producido reacciones adversas.

6.3.5. Slogan de la empresa

El slogan es el lema publicitario que utiliza la empresa para representar una idea llamando así la atención sobre el producto o servicio que oferta, debe ser fácil de recordar, persuasivo y que tenga la capacidad de fidelizar los clientes es por esto que la elección del slogan es de gran importancia para el éxito de la campaña publicitaria ya que así se logrará sensibilizar a los clientes potenciales.

Es así que se llega a la conclusión que el slogan con mayor impacto para los clientes potenciales sería **Cannabis Pa'l Dolor**. Ya que se hace mención del uso exclusivo del Cannabis como medicina alternativa para minimizar las dolencias, acudiendo también al lenguaje de la identidad cultural Vallecaucana.

6.3.6. Logo Empresarial

Ilustración 51 Logo empresarial.



Fuente: Elaboración propia

6.3.7 Estructura Organizacional

La empresa, considerada como un sistema, se provee de unos recursos los cuales procesa para finalmente obtener unas salidas o resultados.

Una de las tareas más importantes del administrador consiste precisamente en organizar los recursos de tal manera que se faciliten las actividades de proceso, asignándolos a cargos y grupos de cargos conformados de manera lógica, definiendo la tecnología necesaria, pretendiendo con ello la optimización de los mismos y un mejor logro de los resultados.

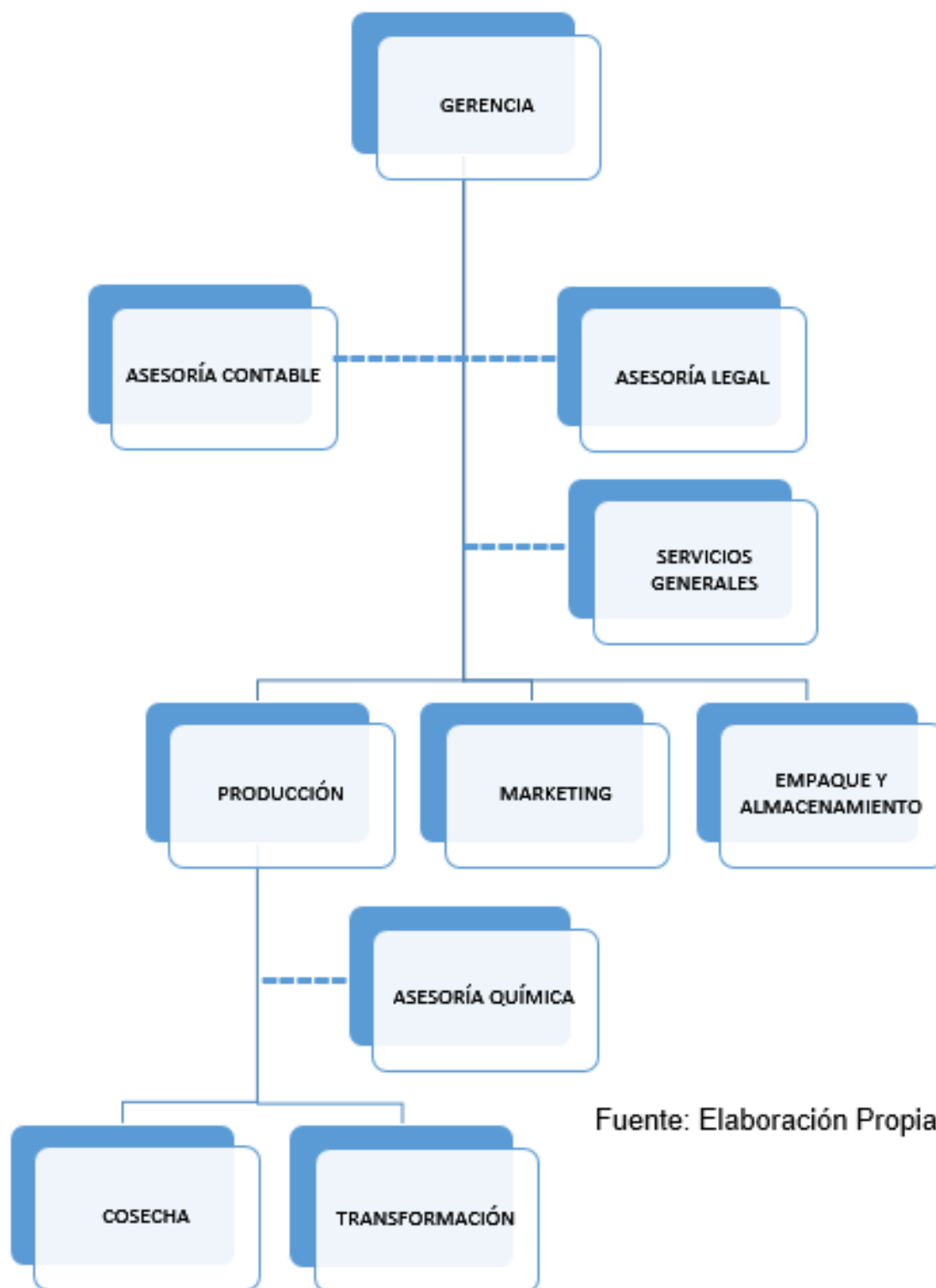
Dos propósitos son inherentes a esta labor: la identificación de actividades y su división entre los miembros de la organización (diferenciación y la coordinación entre las distintas actividades (integración).

En consecuencia, quien organiza debe pensar en asuntos tales como el tipo de estructura necesaria, el número de niveles de toma de decisiones, en qué medida la toma de decisiones debe centralizarse y descentralizarse, la forma en que se agruparán las actividades en cargos, secciones y departamentos y qué tipo de departamentalización resulta conveniente. Al hacerlo se está diseñando la estructura.⁶⁹

⁶⁹ BETANCOURTH, Benjamin. (2000) Diseño Organizacional. La estructura. Cap. 2. Los Organigramas. Pág. 9-30.

Ahora bien, a partir de lo anterior se definiría el organigrama para la empresa en cuestión de la siguiente manera:

Ilustración 52 Organigrama.



Fuente: Elaboración Propia.

6.3.8 Análisis Externo

Las organizaciones pueden considerarse como entidades ecológicas, es decir, vistas como organismos que tienen relaciones recíprocas con su entorno. El medio de una organización es la fuente de sus oportunidades y amenazas. Un medio de un gerente o equipo gerencial estratégico encuentra, en el medio en que se mueve la empresa, “nichos” que se ajustan particularmente bien a los productos, servicios y capacidades que ofrece. Igualmente, debe identificar elementos que pueden ser nocivos e incluso destructivos para sus organizaciones. En consecuencia, una planeación exitosa requiere una especie de timonel que dirija hacia las áreas favorables evitando las trampas.⁷⁰

En el desarrollo de una estrategia, el medio se refiere a los factores que están fuera de la organización.⁷¹

Así, es necesario identificar las fuerzas importantes del medio, evaluarlas y hacerles seguimiento con el fin de que la dirección estratégica de la compañía pueda tomar un curso de acción efectivo. El examen del medio puede subdividirse en seis áreas clave. Ellas son:

- Factores Económicos.
- Factores Políticos.
- Factores Sociales.
- Factores Tecnológicos
- Factores Competitivos.
- Factores Geográficos.⁷²

Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM)

Es la metodología que permite identificar y valorar las amenazas y oportunidades potenciales de una empresa. Dependiendo de su impacto e importancia, un grupo estratégico puede determinar si un factor dado en el entorno constituye una amenaza o una oportunidad para la firma.

⁷⁰ Ibid. Pág. 147

⁷¹ Ibid. Pág. 148

⁷² Ibid. Pág. 149

PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS (POAM)

Tabla 14 POAM

CALIFICACIÓN	GRADO			GRADO			IMPACTO		
	Amenazas			Oportunidades					
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
FACTORES									
Tecnológicos									
Automatización de procesos para optimizar el uso del tiempo				X			X		
Facilidad de acceso a la tecnología					X		X		
Económicos									
Entrada a un mercado "virgen". Poco explorado, utilizado y explotado.				X			X		
Pocas barreras de entrada al mercado debido al mínimo número de competidores existentes.				X			X		
Exenciones tributarias por creación de empresa, contratación de personal en condiciones especiales				X			X		
Sociales									
Estigmatización del Cannabis. Asociándola a lo negativo como la drogadicción	X						X		
Rechazo a nuevas alternativas medicinales.		X					X		
Cultura arraigada a la farmacología.		X						X	
Discriminación y rechazo por la utilización de una planta considerada como "droga".	X						X		
Inserción y permanencia a la vida legal de la población desmovilizada.				X			X		
Competitivos									
Poca competencia directa e indirecta ya que no existen empresas semejantes en el sector.				X			X		
Calidad industrial de producto garantizada así como sucede con el tabaco y el alcohol.				X			X		
Políticos									
Legalización del Cannabis en países con TLC con Colombia.				X			X		

Disminución del micro tráfico por la permisividad legal de plantación de uso personal.				X			X		
Regulación del uso del Cannabis				X			X		
Legislación reciente para producción, comercialización, transformación, exportación y porte de semillas de Cannabis y derivados.				X			X		
Política Nacional de Reintegración Social y Económica.					X		X		
Protección gubernamental a la pequeña y mediana empresa Colombiana disminuyendo monopolización de grandes compañías internacionales.				X			X		
Geográficos									
Ubicación de trópico privilegiada para la plantación de Cannabis.				X			X		
Clima óptimo que permite reducir costos al no necesitar invernaderos de ciertas características especiales.				X			X		
Vías de acceso y comunicación que permitirán un mejor flujo en cuanto a la comercialización y distribución del producto.				X			X		

Fuente: Elaboración Propia.

6.3.9 Análisis Interno

Existen varios procedimientos básicos que pueden aplicarse para estructurar el sistema de auditoría organizacional y diagnosticar el estado actual de la compañía. El perfil de capacidad interna (P.C.I) es una herramienta muy importante para la realización de la auditoría organizacional.⁷³ El P.C.I es un medio para evaluar las fortalezas y debilidades de la compañía en relación con las oportunidades y amenazas que le presenta el medio externo. Es una manera de hacer diagnóstico estratégico para una empresa involucrando en el todos los factores que afectan su operación corporativa.

El P.C.I examino cinco categorías, a saber:

- La capacidad directiva
- La capacidad Competitiva.

⁷³ Ibid. Pag.168.

- La capacidad financiera.
- La capacidad tecnológica.
- La capacidad del talento humano.

PERFIL DE CAPACIDAD INTERNA

Tabla 15 P.C.I.

CAPACIDAD \ CALIFICACIÓN	FORTALEZA			DEBILIDAD			IMPACTO		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Directiva									
Imagen corporativa reafirmando la responsabilidad social	X						X		
Orientación empresarial	X						X		
Uso de planes estratégicos		X							
Evaluación del medio		X					X		
Habilidad para responder a la tecnología cambiante.	X						X		
Sistema de tomas de decisiones.		X					X		
Evaluación de gestión.		X					X		
Competitiva									
Fuerza de producto, calidad, exclusividad.	X						X		
Bajos costos de producción	X						X		
Satisfacción del usuario	X						X		
Uso de la curva de la experiencia	X						X		
Nuevos en el mercado	X						X		
Acceso a organismos privados o públicos.		X					X		
Fortaleza de los proveedores y la disponibilidad de insumos.	X						X		
Financiera									
Financiación inmediata Condición especial.	X						X		
Préstamos bancarios acorde a las necesidades agrícolas		X					X		
Disponibilidad de fondos					X		X		
Estabilidad de costos	X						X		
Tecnológica									
Capacidad de innovación	X						X		
Habilidad técnica y de manufactura	X						X		
Nivel de tecnología utilizada en productos		X					X		
Valor agregado al producto	X						X		
Talento Humano									
Nivel académico del talento humano	X						X		
Experiencia técnica	X						X		

Pertenencia	X						X		
Motivación	X						X		
Experiencia personal	X						X		
Multidisciplinariedad		X					X		

Fuente: Elaboración propia

El análisis D.O.F.A. ayuda a determinar si la organización está capacitada para desempeñarse en su medio. Cuanto más competitiva en comparación con sus competidores esté la empresa, mayores probabilidades tiene de éxito.⁷⁴

El análisis D.O.F.A está diseñado para ayudar al estratega a encontrar el mejor acoplamiento entre las tendencias del medio, las oportunidades y amenazas y las capacidades internas, fortalezas y debilidades de la empresa. Dicho análisis le permitirá a la organización formular estrategias para aprovechar sus fortalezas, prevenir el efecto de sus debilidades, utilizar a tiempo sus oportunidades y anticiparse al efecto de las amenazas.⁷⁵

ANÁLISIS D.O.F.A

Tabla 16 D.O.F.A.

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	Entrada a mercado Virgen	Discriminación y rechazo por la utilización de una planta considerada como "droga".
	Calidad industrial	
	Exenciones tributarias.	
	Pocas barreras de entrada	
	No hay competencia.	Estigmatización del Cannabis
	Legislación reciente para el uso del Cannabis	
	Clima	
	Ubicación	Rechazo a nuevas alternativas medicinales.
	Apertura de nuevos mercados	
	Legalización del Cannabis en países con TLC con Colombia.	Cultura arraigada a la farmacología.
	Vías de acceso	
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA

⁷⁴ Ibid. Pag.185

⁷⁵ Ibíd. Pag.186

Responsabilidad Social	Desarrollo de productos acorde con las necesidades del cliente	Abrir espacios para charlas informativas que permita concientizar a la población demostrando los beneficios del uso del Cannabis como medicina alternativa.
Bajos costos de producción		
Uso de la curva de la experiencia		
Nuevos en el mercado		
Acceso a organismos privados o públicos.	Contratación de personal "reinserado" a la vida social para aprovechar su experiencia	Diseñar canales eficientes de comunicación con los clientes que permitan un seguimiento de su proceso evolutivo
Estabilidad de costos		
Capacidad de Innovación		
Nivel académico del talento humano	Exportar productos	Vincular a la comunidad a los procesos operativos para que conozcan de cerca los múltiples usos del Cannabis y modifiquen su percepción sobre esta.
Experiencia		
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
Disponibilidad de fondos	Presentación del proyecto al fondo emprender para lograr la financiación.	Brindar apoyo y conocimiento por medio del uso de bibliografía orientada a informar sobre los diferentes usos del Cannabis en especial el medicinal
	Cumplir con todos los requisitos de creación de Empresa en Buga para acceder a las exenciones tributarias.	
	Posicionarse como líder en el mercado e imponer cierto grado de disciplina y coordinación	

Fuente: Elaboración propia

6.3.11 Necesidad y requerimiento de personal

(Valores Actualizados 2018)

Ilustración 53 Recurso Humano

Costos de Mano de Obra Directa (MOD)							
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Cargo	Número meses en el cargo primer año operación	Número de ocupantes del cargo	Número de ocupantes del cargo	Número de ocupantes del cargo	Número de ocupantes del cargo	Número de ocupantes del cargo	Salario Mensual
Nómina							
Gerente	12,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1.000.000
Jefe Marketing	12,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	900.000
Jefe Producción	12,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	900.000
Empaquetador	7,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	781.242
Cosechador	7,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	781.242
Transformador	7,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	781.242

Fuente: Elaboración Propia

Para el correcto funcionamiento de la empresa se necesitará mano de obra operativa y Administrativa de los cuales la mano de obra operativa será contratada a partir del 5 mes de funcionamiento de la empresa por el ciclo de siembra y cultivo del cannabis es decir que solo se contratarían por 7 meses en el primer año.

Ilustración 54 Prestaciones sociales 2018

				Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cargo	Salario Anual	Prestaciones	Costo Total					
Nómina								
Gerente	12.000.000	4.664.880	16.664.880	16.664.880	17.598.113	18.583.608	19.624.290	20.723.250
Jefe Marketing	10.800.000	4.198.392	14.998.392	14.998.392	15.838.302	16.725.247	17.661.861	18.650.925
Jefe Producción	10.800.000	4.198.392	14.998.392	14.998.392	15.838.302	16.725.247	17.661.861	18.650.925
Empaquetador	9.374.904	3.644.400	13.019.304	7.594.594	13.748.385	14.518.295	15.331.319	16.189.873
Cosechador	9.374.904	3.644.400	13.019.304	7.594.594	13.748.385	14.518.295	15.331.319	16.189.873
Transformador	9.374.904	3.644.400	13.019.304	7.594.594	13.748.385	14.518.295	15.331.319	16.189.873
Fuente: Elaboración Propia	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0
				69.445.446	90.519.873	95.588.986	100.941.969	106.594.719

En la tabla anterior se detalló la prestación social con base al salario anual de la mano de obra operativa y la mano de obra administrativa para el año 1 por un valor total de \$69´445.446 y se realizó las respectivas proyecciones hasta el año 5 de la empresa.

Ilustración 55 Factor Prestacional 2018

Total Costo de Mano de Obra Directa	
Factor Prestacional - Componentes	
Primas	8,3%
Vacaciones	4,2%
Cesantias	8,3%
Intereses a las cesantias	1,0%
Pension 12 %	12,0%
Riesgos profesionales	1,0%
Caja de compensacion 4%	4,0%
Factor Prestacional Total	38,9%

Fuente: Elaboración Propia.

En esta tabla se desglosó el factor prestacional actualizado al año 2018 contemplando todos los ítems legales requeridos.

Ilustración 56 Resumen Mano Obra Directa (MOD)

RESUMEN Costos de Mano de Obra Directa (MOD)	Vr Total	Vr Total	Vr Total	Vr Total	Vr Total
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cargo					
Nómina					
Gerente	16.664.880	17.598.113	18.583.608	19.624.290	20.723.250
Jefe Marketing	14.998.392	15.838.302	16.725.247	17.661.861	18.650.925
Jefe Producción	14.998.392	15.838.302	16.725.247	17.661.861	18.650.925
Empaquetador	7.594.594	13.748.385	14.518.295	15.331.319	16.189.873
Cosechador	7.594.594	13.748.385	14.518.295	15.331.319	16.189.873
Transformador	7.594.594	13.748.385	14.518.295	15.331.319	16.189.873
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
Subtotal Nómina	69.445.446	90.519.873	95.588.986	100.941.969	106.594.719

Fuente: Elaboración Propia.

Finalmente se hace un resumen del costo por trabajador para la Empresa Cannabidol en el cual se muestra el salario base más el factor prestacional año a año.

6.3.12 Manual de Funciones y Procedimientos

Las organizaciones buscan estandarizar sus procesos por varias razones importantes. La estandarización puede facilitar las comunicaciones sobre cómo opera el negocio, permitir traspasos suaves en las fronteras de los procesos y posibilitar indicadores comparativos de desempeño. Entre distintas empresas, los procesos estandarizados pueden facilitar el comercio por las mismas razones: Mejores comunicaciones, traspasos más eficientes y benchmarking del desempeño. Dado que los sistemas de información sustentan los procesos, la estandarización permite sistemas uniformes dentro de la empresa e interfaces de sistemas estandarizadas entre diferentes firmas.

Uno de los principios fundamentales de la estandarización de los procesos es la división del trabajo, la cual hace referencia al número de tareas distintas en que se distribuye el trabajo necesario para la producción de un bien o servicio, tareas que han de ser realizadas por distintos trabajadores especializados en cada una de ellas.

Las economías modernas están cada vez más enfocadas en aumentar la producción a través de la eficiencia, por lo cual, para lograr realizar una determinada actividad con eficiencia, se hace indispensable, cada vez más, lograr la especialización de las actividades.

El manual de funciones y procedimientos es una herramienta técnica y procedimental necesaria para la administración del talento humano vinculado a cada uno de los cargos por grupos ocupacionales. Contiene en forma ordena y sistemática, información sobre aspectos organizacionales necesarios para la mejor ejecución del trabajo, se establecen las funciones y requisitos de los cargos que conforman la planta global de personal y la correspondencia entre los objetivos y la misión institucional.⁷⁶

Obedeciendo a lo anterior, se presenta a continuación el manual de funciones y procedimientos para **Cannabidol**:

⁷⁶ OROZCO HENAO, Adriana. Manual de Funciones, Procesos y Procedimientos para la empresa Hierros HB SA. Consultado el 28 de Septiembre de 2017. Disponible en: <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/906/658306O74.pdf?sequence=1>

Ilustración 57 Procedimientos y funciones Gerencia.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	GERENTE GENERAL
Dependencia:	GERENCIA
Número de Cargos:	1
Cargo del Jefe Inmediato:	NINGUNO
Solicita reportes y reporta a:	PRODUCCIÓN, MARKETING Y TRANSPORTE
OBJETIVO PRINCIPAL	
Actuar como representante legal de la empresa, fijar políticas operativas, administrativas y de calidad. Ejerce autoridad funcional sobre los cargos administrativos y operacionales, Actúa como soporte de la organización a nivel general. Es la imagen de la empresa en el ámbito externo e interno. Provee contactos y relaciones empresariales a la organización con el objetivo de establecer negocios a largo plazo. Crear un valor agregado con base en los productos y servicios que ofrece la empresa, maximizando el valor de la misma.	
Funciones Esenciales	
Dirigir y representar legalmente la Empresa.	
Organizar, Supervisar, coordinar y controlar los procesos productivos de la empresa.	
Velar por el cumplimiento de las normas legales de la empresa.	
Asignar y supervisar al personal de la empresa trabajos y estudios que deben realizarse acuerdo con las prioridades que requieren las distintas actividades.	
Impartir instrucciones necesarias para el cabal desarrollo de actividades.	
Evaluar costos de producción y ofertas del medio.	
Realizar plan de mercadeo.	
Autorizar y ordenar los respectivos pagos.	
Procedimientos	
Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización.	
Determinar factores críticos de éxito, estableciendo objetivos y metas específicas de la empresa.	
Desarrollar planes de acción a corto, mediano y largo plazo.	
Crear un clima organizacional óptimo para la realización de metas de grupo optimizando recursos	
Elaborar presupuestos de metas mensuales.	
Realizar el cierre de negocios	
Supervisar, medir y controlar la eficiencia del personal.	

Fuente: Elaboración Propia.

Ilustración 58 Procedimientos y funciones Producción.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	GERENTE GENERAL
Dependencia:	PRODUCCION
Número de Cargos:	1
Cargo del Jefe Inmediato:	GERENTE GENERAL
Solicita reportes y reporta a:	CULTIVO / COSECHA Y PRODUCCION
OBJETIVO PRINCIPAL	
Es el máximo responsable del correcto funcionamiento, coordinación y organización del área de producción de la empresa, con el objetivo de cumplir con la producción prevista en tiempo y calidad de trabajo mediante la eficiente administración del departamento a cargo.	
Funciones Esenciales	
Organizar y planificar la producción de la Empresa.	
Organizar y planificar el aprovisionamiento de materia prima.	
Optimizar procesos de trabajo dentro de la planta de producción.	
Procedimientos	
Realizar el ordenamiento y aseo constante en el inicio de la jornada de trabajo para un mejor ambiente en la ejecución laboral.	
Atender solicitudes, quejas y peticiones del supervisor, compañeros y operarios.	
Determinar la mejor forma de resolver quejas y peticiones de supervisor, compañeros y operarios.	
Determinar las mejores estrategias para realizar actividades diarias.	
Solicitar reportes a los dptos. De Marketing y Transporte acerca de lo planeado y llevado a cabo en las respectivas áreas.	
Realizar la organización y planificación del área de producción teniendo como finalidad cumplir con los objetivos y metas de la empresa.	
Mantener constantemente informado al Gerente General acerca de la producción para establecer el control de la empresa.	
Elaborar y dejar a disposición del Gerente los informes finales diarios del área de producción.	

Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 59 Procedimientos y Funciones Marketing.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	JEFE DE MARKETING
Dependencia:	MERCADEO Y VENTAS
Número de Cargos:	1
Cargo del Jefe Inmediato:	GERENTE GENERAL
Solicita reportes y reporta a:	PRODUCCIÓN Y TRANSPORTE
OBJETIVO PRINCIPAL	
Crear e implementar las estrategias necesarias de marketing y publicidad que permitan fortalecer la difusión y la imagen corporativa de la organización; Cumplir metas de venta determinadas por la Gerencia. Administrar eficientemente el departamento, Planear, ejecutar y controlar estrategias de ventas, generar nuevas oportunidades de negocio, creando y fortaleciendo planes de fidelización de clientes y un excelente servicio post venta.	
Funciones Esenciales	
Ejecutar y controla los planes comerciales de la empresa.	
Posicionar los productos a nivel regional y nacional.	
Informar sobre las actividades promocionales a los clientes.	
Preparar planes y presupuestos de ventas.	
Calcular demanda y pronosticar ventas.	
Presentar informes estadísticos relacionados con la atención al cliente.	
Responder inquietudes y solicitudes del cliente.	
Verificar la aplicación de estrategias de atención y servicio al cliente.	
Atender instrucciones del Gerente.	
Procedimientos	
Prestar atención a las especificaciones que pidan los clientes y proporcionar los productos que ellos ordenen.	
Dejar registro de las ventas diarias para llevar un control de su trabajo y posteriormente entregar los respectivos informes.	
Dar a conocer promociones que le interesen al comprador, informar sobre campañas, descuentos y obsequios que la Empresa puede entregar a los clientes.	
Orientar decisiones estratégicas de gerencia	
Detectar tendencias, evolución, oportunidad y riesgos del mercado.	
Reformar la imagen y el posicionamiento de la organización favoreciendo la implementación de los objetivos y apoyando la gestión de venta.	
Planificar acciones del departamento tomando en cuenta los recursos necesarios y disponibles para llevar a cabo planes de presupuestos.	
Realizar el análisis de costo de ventas	
Identificar aplicativos (Software) y sus características en la satisfacción del cliente.	
Operar recursos técnicos y tecnológicos disponibles para la atención y servicio al cliente.	
Comprender vocabulario técnico, al momento de prestar atención y servicio al cliente.	

Fuente: Elaboración Propia.

Ilustración 60 Procedimientos y Funciones Empaquetado y almacenamiento.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	JEFE EMPAQUETADO Y ALMACENAMIENTO
Dependencia:	LOGÍSTICA Y ALMACENAJE
Número de Cargos:	1
Cargo del Jefe Inmediato:	GERENTE
Solicita reportes y reporta a:	PRODUCCIÓN Y MARKETING
OBJETIVO PRINCIPAL	
Realizar el empaquetado de producto, llevar el control y registro de las actividades de recepción, almacenamiento, consolidación y despachos. Comprender todos los procesos de depósito, almacenamiento y distribución de productos.	
Funciones Esenciales	
Organizar y planificar el empaquetado y almacenamiento del producto terminado de la empresa	
Controlar el cumplimiento de los procedimientos operativos en las actividades de la bodega.	
Controlar los costos de almacenamiento y aprobar los mismos en función de los productos envasados y almacenados.	
Procedimientos	
Desarrollar notas de pedido el cual debe contener las referencias de los productos a entregar.	
Registrar y tramitar informe diario	
Organizar expediente archivando adecuadamente cada informe de etiquetado y almacenamiento	
Establecer informe diario de la jornada laboral y enviar a gerencia.	
Enviar al gerente los informes constantes acerca del etiquetado y almacenamiento de la mercancía para establecer el control de la empresa.	

Fuente: Elaboración Propia.

Ilustración 61 Procedimientos y funciones cultivo.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	COSECHADOR
Dependencia:	COSECHA
Número de Cargos:	1
Cargo del Jefe Inmediato:	JEFE DE PRODUCCION
Solicita reportes y reporta a:	JEFE DE PRODUCCION, GERENCIA
OBJETIVO PRINCIPAL	
Velar por el optimo proceso de cultivo según las especificaciones que dictamine la gerencia. Asi mismo brindar las condiciones necesarias del entorno, para que las plantas puedan producir la materia prima acorde a las necesidades que se tengan. Velar por el optimo proesco de recoleccion de la materia prima obtenida en el proceso de cultivo, asi como separar lass flores de los tallos y hojas para su posterior secado y despues procesado por separado.	
Funciones Esenciales	
Realizar el proceso de germinacion y cultivo.	
Mantener el area de cultivo en optimas condiciones.	
Realizar diagnostico diario del desarrollo de las plantas.	
Realizar las acciones correspondientes de fumigacion y abono acorde a cada etapa del cultivo	
Realizar el proceso de recoleccion de las flores obtenidas.	
Separar las flores de tallos y hojas, asi como clasificar la materia prima de acuerdo al resultado obtenido	
Realizar el proceso de secado y curado de las flores, para obtener una optima materia prima.	
Clasificar toda la materia prima obtenida para entregar al departamento de transformacion	
Procedimientos	
Germinar las semillas de las sepas establecidas por la gerencia.	
Sembrar las plantulas germinadas en unas optimas condiciones.	
Realizar fumigaciones y abonos en las etapas de vegetacion de las plantas.	
Realizar podas de acuerdo a las necesidades de las plantas.	
Realizar fumigacion y abonos en las etapas de floracion.	
Realizar verificacion de la materia prima obtenida en la planta para su posterior cosecha.	
De acuerdo al reporte del departamento de cultivo, realizar la recoleccion de las plantas listas	
Realizar los cortes acordes para proceder a realizar el secado de la materia prima.	
Realizar la sepatacion de tallos, hojas y flores para poder trabajarlas por separado.	
Realizar el proceso de secado acorde a las especificaciones para la obtencion de materia prima optima.	
Clasificacion de las flores despues del secado, para realizar el curado de estas.	
Entrega de la materia prima al departamento de transformacion, una vez realizado el secado y curado.	

Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 62 Procedimientos y Funciones Transformación.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	PROCESADOR
Dependencia:	TRANSFORMACIÓN
Número de Cargos:	1
Cargo del Jefe Inmediato:	JEFE DE PRODUCCIÓN
Solicita reportes y reporta a:	CULTIVO, COSECHA
OBJETIVO PRINCIPAL	
Transformar la materia prima obtenida en variados productos para uso tópico y oral, a saber: Cremas, Aceites, Ungüentos, Alcohol.	
Funciones Esenciales	
Lograr sacar concentrados de aceite ricos en THC, CBD, CBN.	
Manipulación de maquinaria (Planchas, podadoras, centrifugadoras, controlador de temperaturas, etc.)	
Crear estrategias que permitan eficiencia en el proceso de adquirir resinas y concentrados de aceites	
Realizar un correcto pesaje, envasado y etiquetado de los productos.	
Mantener el área de trabajo esterilizada como también el uso de elementos de protección personal.	
Procedimientos	
Recibimiento de materia prima.	
Categorización de materia prima.	
Pesaje de materia prima y almacenamiento de la misma	
Separación de producto y residuo	
Estandarización de gramaje para cada producto	
Destinar la materia prima para su transformación acorde al producto a producir	
Esterilización de elementos para destilación, calefacción, pulverización y envase.	
Pesaje de producto producido.	
Etiquetado y almacenamiento del producto final	
Informar y atender instrucciones del jefe de producción	
Entrega de informe diario de producción.	

Fuente: Elaboración Propia.

6.4. ANÁLISIS ECONÓMICO- FINANCIERO PARA DETERMINAR LA VIABILIDAD DE CREACIÓN DE UNA EMPRESA CULTIVADORA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS A BASE DE CANNABIS.

6.4.1. PROYECCIONES FINANCIERAS

Se utilizarán las proyecciones financieras para lograr pronosticar los resultados económicos-financieros futuros de Cannabidol respecto a sus operaciones, adicionalmente se generaran diversos escenarios en los que Cannabidol puede variar, teniendo diferentes estimaciones de los resultados, permitiéndole así a la gerencia identificar los posibles riesgos y la implementación de estrategias que amortigüen efectos negativos.

6.4.1.1. Información Base Para Proyecciones Financieras

6.4.1.1.1. Tasa De Endeudamiento

Como se plantea presentar al fondo emprender para entregar el proyecto y concursar en la convocatoria que este ofrece a los emprendedores la tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor es del 25% y el nivel de endeudamiento según los fondos disponibles del fondo emprender es del 55,23%

6.4.1.1.2. Periodo De Amortización

De acuerdo al formato MFI (Sena-Fondo emprender) utilizado para la presentación del proyecto al Fondo emprender se entregan unas condiciones de deuda en las cuales el periodo de plazo de la misma es de 5 años.

6.4.1.1.3. Costo Producción Por Unidad

A continuación se presentarán Los costos de producción y las estimaciones monetarias que corresponden a todos los gastos que se han hecho dentro de Cannabidol, para la elaboración de los 3 productos principales. Estos gastos abarcan todo lo referente a los costos de los materiales, así como todos los gastos indirectos que de alguna manera contribuyen a la fabricación de los aceites, los alcoholes y las pomadas.

Tabla 17 Costo producción unitario

Costo unitario producción	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	\$ / Unidad	\$ / Unidad	\$ / Unidad	\$ / Unidad	\$ / Unidad
Pomada Cannabidol	3.099	3.225	3.357	3.494	3.637
Aceite Cannabidol	1.900	1.978	2.059	2.143	2.230
Alcohol Cannabidol	6.686	6.959	7.244	7.540	7.849
COSTO TOTAL PROMEDIO PRODUCTO TERMINADO	3894,83	4054,13	4219,95	4392,54	4572,20

Fuente: Elaboración propia, con base en formato MFI

6.4.1.1.4. Precio De Venta

Como los productos ofertados por Cannabidol son nuevos en el mercado, el precio dependerá de la necesidad del consumidor, es decir que tan dispuesto a pagar por el bien, también se tendrá en cuenta los costos fijos y el precio de los productos ofertados artesanalmente sin registro alguno para venta al público.

Por lo tanto, los precios fijados para los productos de Cannabidol son:

Tabla 18 Precio productos Cannabidol

PRODUCTO	PRECIO
POMADA CANNABIDOL	\$30.000
ACEITE CANNABIDOL	\$20.000
ALCOHOL CANNABIDOL	\$25.000

Fuente: Elaboración Propia

6.4.1.2. Presupuestos

6.4.1.2.1. Presupuesto De Ventas

Para los inicios de la operación comercial de Cannabidol se pretende impactar el 12% del mercado potencial distribuyendo la producción y venta respectivamente en los 3 productos ofertados: Aceite, Pomada y Alcohol, dándole un mayor porcentaje de participación al aceite. Posterior mente y como se evidenciará se pretenderá incrementar las ventas anualmente a 2 puntos porcentuales.

Tabla 19 Presupuesto de Ventas

POBLACIÓN TOTAL	115.234	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO				
		12%	14%	16%	18%	20%
Producto	% De Participación	Producción Año 1	Producción Año 2	Producción Año 3	Producción Año 4	Producción Año 5
Aceite	40%	6.621	7.724	8.828	9.931	11.035
Pomada	30%	4.966	5.793	6.621	7.448	8.276
Alcohol	30%	4.966	5.793	6.621	7.448	8.276
Total	100%	16.552	19.311	22.070	24.828	27.587

Fuente: Elaboración propia

6.4.1.2.2. Inversiones (Activos, Diferidos, Capital De Trabajo)

Para el cálculo de las inversiones fijas se hará una división entre: Infraestructura, Maquinaria y equipo, Muebles y enseres y equipo de comunicación, computación y herramientas para así obtener el total de las inversiones fijas

Ilustración 63 Inversiones Fijas: Terrenos y Construcciones

	Unidad	Cantidad	Precio	Año 0
Inversiones Fijas				
Infraestructura: Terrenos y Construcciones				
Terrenos	Unidad	1	140.000.000	140.000.000
Construcciones y Edificios				0
Adecuaciones y Mejoras	GLOBAL	1	6.000.000	6.000.000
Subtotal Infraestructura				146.000.000

Fuente: Elaboración propia con base en Formato MFIN (Sena-Fondo Emprender)

En cuanto a Terrenos y Construcciones Cannabidol necesita aun total de \$146´000.000. De los cuales el terreno en el que se llevará a cabo el proyecto está avaluado en 1400´000.000 y se necesita hacer adecuaciones para los espacios de secado y manicura los cuales se deducen en \$6´000.000.

Ilustración 64 Inversiones Fijas: Maquinaria y Equipo

Maquinaria y Equipos				
Sistema riego por goteo	Pesos * m2	500	2.100.000	2.100.000
Medidor de PH agua y tierra	250,000 * Un	250.000	1.000.000	1.000.000
Bugis	Unidad	4	100.000	400.000
Tijeras de poda	Unidad	1	80.000	80.000
Peladora industrial. (Cannagin 215)	Unidad	1	4.000.000	4.000.000
Caldera con fondo	Unidad	1	4.000.000	4.000.000
Tanque 25 lts.	Unidad	3	400.000	1.200.000
Tanque 90 lts.	Unidad	1	900.000	900.000
Controladores de temperatura y Humedad.	Unidad	4	200.000	800.000
Pipeta Extracción de aceite 100 lts	Unidad	1	600.000	600.000
Medidor de cannabinoides(THC, CDB, CBN.)	Unidad	4	500.000	2.000.000
Invernadero	Unidad	1	50.000.000	50.000.000
Refrigerador/Congelador (industrial)	Unidad	1	2.000.000	2.000.000
Grameras	Unidad	4	40.000	160.000
Subtotal Maquinaria y Equipos				69.240.000

Fuente: Elaboración propia con base en Formato MFIN (Sena-Fondo Emprender)

En cuanto a maquinaria y equipo requeridas para las operaciones a realizar en Cannabidol se necesitan 69´240.000.

Ilustración 65 Inversiones Fijas: Equipos Comunicación, Computación Y Herramientas.

Equipos Comunicaciones, Computación y Herramientas				
Impresora multifuncional full color	UNIDAD	1	550.000	550.000
Computador portatil	UNIDAD	1	1.090.000	1.090.000
Celular		2	200.000	400.000
Escritorio		2	250.000	500.000
Subtotal Equipos de Comunicaciones, Computación y Herr				2.540.000
Total Inversiones Fijas				218.430.000

Fuente: Elaboración propia con base en Formato MFIN (Sena-Fondo Emprender)

Finalmente los equipos de comunicación, computación y herramientas para la parte administrativa de Cannabidol serían de 2'540.000 lo cual sumado a las anteriores inversiones fijas nos da el gran total de **\$218'430.000**

Para el cálculo de las inversiones diferidas se retomará el formato MFI y se describirán a continuación cada una de estas con su respectivo valor:

Ilustración 66 Inversión Diferida

Inversión Diferida (Gastos Período Preoperativo)		Cantidad	Valor Unit.	Valor Tot.
Gastos Notariales	GLOBAL	1	281.000	281.000
Matrícula Mercantil	GLOBAL	1	0	0
Gastos de Constitución	GLOBAL	1	120.000	120.000
Arrendamientos				0
Nòmina Empleados (no incluye Gerente)			52.780.566	52.780.566
Nòmina Operarios				0
Nòmina Gerente Emprendedor	GLOBAL		16.668.000	16.668.000
Honorarios Contador	GLOBAL	3	200.000	600.000
Servicios Públicos	GLOBAL	1	175.000	175.000
Dotaciones	GLOBAL			0
Sistema de Seguridad Industrial / Plan de Emergencia	GLOBAL			0
Seguro Todo Riesgo	GLOBAL			0
Publicidad y Mercadeo	GLOBAL	1	85.000	85.000
Evento de Lanzamiento				0
Otros Diferidos Financiados No Especificados				
Registro Sanitario INVIMA (Codigo)	GLOBAL	1	1.692.999	1.692.999
Licencia Cultivo Cannabis	GLOBAL	1	5.000.000	5.000.000
Carnet Manipulación (concepto sanitario)	GLOBAL	1	150.000	150.000
Licencia Transformación Cannabis	GLOBAL	1	5.000.000	5.000.000
Plan de contingencia	GLOBAL	1	12.000.000	12.000.000
Subtotal Otros Diferidos Financiados No Especificados				23.842.999
Total Inversión Diferida				94.552.565

Fuente: Elaboración propia con base en Formato MFIN (Sena-Fondo Emprender)

Para el capital de trabajo se tomará como referencia el Formato Yunus Fund entregado por la cámara de comercio para el cálculo del mismo, en el cual se evidencia que Cannabidol maneja el pago de sus productos en efectivo y que dada la condición de ser proveedores no se maneja plazo para el pago de costos con estos al igual que se piensa en ir disminuyendo los días de inventario anualmente.

Ilustración 67 Referentes Capital de trabajo

SUPUESTOS: CONDICIÓN DE RECAUDO, PAGOS E INVENTARIOS						
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Plazo promedio para recaudo de ingresos (clientes)	Días	-	-	-	-	-
Plazo promedio para el pago de costos (proveedores)	Días	-	-	-	-	-
	Días					
# días de inventario	Días	60	45	30	15	15

Fuente: Elaboración propia con base en formato Yunus Fund.

Ilustración 68 Capital de Trabajo Año 1

CÁLCULO DE CAPITAL DE TRABAJO (Automático)														
	AÑO	1												
	MES	<Fecha>												
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Cuentas por cobrar		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cuentas por pagar		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Inventario		5.099.790	5.099.790	5.099.790	5.099.790	5.099.790	10.199.580	10.199.580	10.199.580	10.199.580	10.199.580	10.199.580	10.199.580	10.199.580
Capital de Trabajo (Activos Corrientes - Pasivos Corrientes)		1.082.447	1.082.447	1.082.447	1.082.447	1.082.447	6.182.237	6.182.237	6.182.237	6.182.237	6.182.237	6.182.237	6.182.237	6.182.237

Fuente: Elaboración propia con base en formato Yunus Fund.

6.4.1.3. FINANCIACIÓN DEL PROYECTO

Se plantea presentarse a la convocatoria del fondo emprender y aplicar a los requisitos para cumplir el perfil, por lo tanto el proyecto de creación de empresa se ha realizado diligenciando el formato pertinente del Fondo Emprender y SENA (MFIN Industrial V3.7) en el cual y cómo se logra apreciar se tiene identificada una inversión total de **\$172'701.565**.

- **APORTE SOCIOS: \$140'281.000 (44,8% De la inversión total)**
- **INVERSIONES FIJAS \$78'430.000** (Infraestructura, Maquinaria y Equipo, Muebles y enseres, Equipo de comunicación, computación y herramientas).
- **INVERSIONES DIFERIDAS \$94'552.565** (Gastos periodo pre operativo)
- **Deuda por Financiación: \$172'701.565 (55,2% De la Inversión Total)**

Para dicha postulación, se consideran los siguientes parámetros:

- Institución financiera: fondo emprender
- Valor a financiar: \$122.062.992 –
- Tasa de interés: 10% encima del DTF (6.54% DTF) –
- Plazo: 5 años

A continuación se detallará con más precisión en la siguiente ilustración:

.

Ilustración 69 Financiación Fondo Emprender

PARAMETRO		VALOR	EXPLICACION					
Fecha				Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Variables Macroeconómicas (Solo para uso informativo)								
Inflación	%			5,60%	5,60%	5,60%	5,60%	5,60%
Devaluación	%			4,40%	4,58%	4,50%	4,34%	4,47%
IPP	%			2,71%	3,51%	3,72%	3,80%	3,50%
Crecimiento PIB	%			2,60%	2,90%	3,80%	3,90%	4,00%
DTF T.A.	%			6,54%	4,62%	4,65%	4,70%	4,50%
Productos								
Pomada Cannabidol								
Aceite Cannabidol								
Alcohol Cannabidol								
Información del Proyecto								
Indique la Tasa de Descuento del emprendedor	25%		Tasa Efectiva Anual					
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses	6 mes							
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	60 mes							
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)	80 mes							
Condiciones de la Deuda								
Gracia	1		Gracia a Capital (Años)					
Plazo	5		Plazo de la Deuda (Años)					
Tasa en pesos	10%		Puntos por encima del DTF					
Depreciación Activos Fijos								
Construcciones y Edificaciones	20		Vida útil (años)					
Adecuaciones y Mejoras	20		Vida útil (años)					
Maquinaria y Equipo de Operación	10		Vida útil (años)					
Muebles y Enseres	10		Vida útil (años)					
Equipo de Transporte	5		Vida útil (años)					
Equipo de Oficina	3		Vida útil (años)					
Otros								
Inversión Diferida (Gastos en período preoperativo o de ejecución del proyecto)	1		Amortización (años)					
Empleos y Mano de Obra								
Mano de Obra Producción (Operativa)	unid.			3,0	1,0	1,0	1,0	1,0
Empleos Administrativos	unid.			3,0	2,0	2,0	2,0	2,0
Empleos Comerciales	unid.			0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total Personal	unid.			6,0	3,0	3,0	3,0	3,0

Fuente: Elaboración Propia.

6.4.1.4. AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

Teniendo como segunda opción un crédito en entidad bancaria al suponer que el proyecto no sea aceptado por el Fondo emprender, se presenta a continuación una tabla de amortización para cliente preferencial en el Banco AVvillas de la Ciudad de Buga, Por valor de \$173´000.000, Con una tasa del 20% efectivo anual con un plazo de 96 meses (8 Años).

Ilustración 70 Información básica para amortización

		Credivillas Personal		
Monto de Crédito :	173.000.000	Garantía Requerida:		Garantía Admisible (Hipoteca sobre un inmueble o endoso de CDT)
Ingreso Bruto :	45			Firma pagaré en todos los casos
Actividad Económica :	Empleado			
Plazo en meses :	96	Tasa Nominal Anual :		18,37%
Tasa Efectiva Anual :	20,00%	Tasa Nominal Mensual :		1,53%

Fuente: Banco AVvillas Buga, Credivillas Personal

Ilustración 71 Tabla Amortización 1

Tasa Efectiva Anual:		20,00%		Tasa Nominal Mensual:		1,53%	
Cuota	Fecha	Capital	Interés	Seguros	Cuota KI	Cuota	Saldo Total
0	27/02/2018						173.000.000
1	27/03/2018	802.632	2.648.538	82.746	3.451.170	3.533.916	172.197.368
2	27/04/2018	814.920	2.636.251	82.746	3.451.170	3.533.916	171.382.448
3	27/05/2018	827.396	2.623.775	82.746	3.451.170	3.533.916	170.555.053
4	27/06/2018	840.063	2.611.108	82.746	3.451.170	3.533.916	169.714.990
5	27/07/2018	852.924	2.598.247	82.746	3.451.170	3.533.916	168.862.066
6	27/08/2018	865.981	2.585.189	82.746	3.451.170	3.533.916	167.996.085
7	27/09/2018	879.239	2.571.931	82.746	3.451.170	3.533.916	167.116.845
8	27/10/2018	892.700	2.558.470	82.746	3.451.170	3.533.916	166.224.146
9	27/11/2018	906.367	2.544.804	82.746	3.451.170	3.533.916	165.317.779
10	27/12/2018	920.243	2.530.928	82.746	3.451.170	3.533.916	164.397.536
11	27/01/2019	934.331	2.516.839	82.746	3.451.170	3.533.916	163.463.205
12	27/02/2019	948.635	2.502.535	82.746	3.451.170	3.533.916	162.514.570
13	27/03/2019	963.158	2.488.012	82.746	3.451.170	3.533.916	161.551.412
14	27/04/2019	977.904	2.473.267	82.746	3.451.170	3.533.916	160.573.508
15	27/05/2019	992.875	2.458.295	82.746	3.451.170	3.533.916	159.580.633
16	27/06/2019	1.008.075	2.443.095	82.746	3.451.170	3.533.916	158.572.558
17	27/07/2019	1.023.508	2.427.662	82.746	3.451.170	3.533.916	157.549.049
18	27/08/2019	1.039.178	2.411.993	82.746	3.451.170	3.533.916	156.509.871
19	27/09/2019	1.055.087	2.396.083	82.746	3.451.170	3.533.916	155.454.784
20	27/10/2019	1.071.240	2.379.930	82.746	3.451.170	3.533.916	154.383.545
21	27/11/2019	1.087.640	2.363.530	82.746	3.451.170	3.533.916	153.295.905
22	27/12/2019	1.104.291	2.346.879	82.746	3.451.170	3.533.916	152.191.613
23	27/01/2020	1.121.197	2.329.973	82.746	3.451.170	3.533.916	151.070.416
24	27/02/2020	1.138.362	2.312.808	82.746	3.451.170	3.533.916	149.932.054
25	27/03/2020	1.155.790	2.295.380	82.746	3.451.170	3.533.916	148.776.264
26	27/04/2020	1.173.484	2.277.686	82.746	3.451.170	3.533.916	147.602.779
27	27/05/2020	1.191.450	2.259.720	82.746	3.451.170	3.533.916	146.411.329
28	27/06/2020	1.209.690	2.241.480	82.746	3.451.170	3.533.916	145.201.639
29	27/07/2020	1.228.210	2.222.960	82.746	3.451.170	3.533.916	143.973.429
30	27/08/2020	1.247.013	2.204.157	82.746	3.451.170	3.533.916	142.726.416
31	27/09/2020	1.266.104	2.185.066	82.746	3.451.170	3.533.916	141.460.311
32	27/10/2020	1.285.488	2.165.682	82.746	3.451.170	3.533.916	140.174.823
33	27/11/2020	1.305.168	2.146.002	82.746	3.451.170	3.533.916	138.869.655
34	27/12/2020	1.325.149	2.126.021	82.746	3.451.170	3.533.916	137.544.506
35	27/01/2021	1.345.437	2.105.734	82.746	3.451.170	3.533.916	136.199.069
36	27/02/2021	1.366.035	2.085.136	82.746	3.451.170	3.533.916	134.833.035
37	27/03/2021	1.386.948	2.064.222	82.746	3.451.170	3.533.916	133.446.087
38	27/04/2021	1.408.181	2.042.989	82.746	3.451.170	3.533.916	132.037.905
39	27/05/2021	1.429.740	2.021.430	82.746	3.451.170	3.533.916	130.608.165
40	27/06/2021	1.451.628	1.999.542	82.746	3.451.170	3.533.916	129.156.537
41	27/07/2021	1.473.852	1.977.318	82.746	3.451.170	3.533.916	127.682.685
42	27/08/2021	1.496.416	1.954.754	82.746	3.451.170	3.533.916	126.186.269
43	27/09/2021	1.519.325	1.931.845	82.746	3.451.170	3.533.916	124.666.943
44	27/10/2021	1.542.585	1.908.585	82.746	3.451.170	3.533.916	123.124.358
45	27/11/2021	1.566.202	1.884.969	82.746	3.451.170	3.533.916	121.558.156
46	27/12/2021	1.590.179	1.860.991	82.746	3.451.170	3.533.916	119.967.977
47	27/01/2022	1.614.524	1.836.646	82.746	3.451.170	3.533.916	118.353.453
48	27/02/2022	1.639.242	1.811.929	82.746	3.451.170	3.533.916	116.714.211
49	27/03/2022	1.664.338	1.786.833	82.746	3.451.170	3.533.916	115.049.874
50	27/04/2022	1.689.818	1.761.353	82.746	3.451.170	3.533.916	113.360.056

Fuente: Banco AVillas Buga, Vicepresidencia de Credito y cartera. Gerencia de Crédito individual. Credivillas Personal

Ilustración 72 Tabla Amortización 2

51	27/05/2022	1.715.688	1.735.482	82.746	3.451.170	3.533.916	111.644.368
52	27/06/2022	1.741.954	1.709.216	82.746	3.451.170	3.533.916	109.902.414
53	27/07/2022	1.768.623	1.682.548	82.746	3.451.170	3.533.916	108.133.792
54	27/08/2022	1.795.699	1.655.471	82.746	3.451.170	3.533.916	106.338.092
55	27/09/2022	1.823.190	1.627.980	82.746	3.451.170	3.533.916	104.514.902
56	27/10/2022	1.851.103	1.600.068	82.746	3.451.170	3.533.916	102.663.799
57	27/11/2022	1.879.442	1.571.728	82.746	3.451.170	3.533.916	100.784.358
58	27/12/2022	1.908.215	1.542.955	82.746	3.451.170	3.533.916	98.876.142
59	27/01/2023	1.937.429	1.513.741	82.746	3.451.170	3.533.916	96.938.713
60	27/02/2023	1.967.090	1.484.080	82.746	3.451.170	3.533.916	94.971.624
62	27/04/2023	2.027.781	1.423.389	82.746	3.451.170	3.533.916	90.946.637
63	27/05/2023	2.058.825	1.392.345	82.746	3.451.170	3.533.916	88.887.812
64	27/06/2023	2.090.345	1.360.825	82.746	3.451.170	3.533.916	86.797.467
65	27/07/2023	2.122.347	1.328.823	82.746	3.451.170	3.533.916	84.675.120
66	27/08/2023	2.154.839	1.296.331	82.746	3.451.170	3.533.916	82.520.281
67	27/09/2023	2.187.829	1.263.342	82.746	3.451.170	3.533.916	80.332.452
68	27/10/2023	2.221.323	1.229.847	82.746	3.451.170	3.533.916	78.111.129
69	27/11/2023	2.255.330	1.195.840	82.746	3.451.170	3.533.916	75.855.799
70	27/12/2023	2.289.858	1.161.312	82.746	3.451.170	3.533.916	73.565.941
71	27/01/2024	2.324.915	1.126.256	82.746	3.451.170	3.533.916	71.241.026
72	27/02/2024	2.360.508	1.090.662	82.746	3.451.170	3.533.916	68.880.518
73	27/03/2024	2.396.646	1.054.524	82.746	3.451.170	3.533.916	66.483.872
74	27/04/2024	2.433.337	1.017.833	82.746	3.451.170	3.533.916	64.050.535
75	27/05/2024	2.470.591	980.580	82.746	3.451.170	3.533.916	61.579.944
76	27/06/2024	2.508.414	942.756	82.746	3.451.170	3.533.916	59.071.530
77	27/07/2024	2.546.816	904.354	82.746	3.451.170	3.533.916	56.524.714
78	27/08/2024	2.585.807	865.363	82.746	3.451.170	3.533.916	53.938.907
79	27/09/2024	2.625.394	825.776	82.746	3.451.170	3.533.916	51.313.513
80	27/10/2024	2.665.588	785.583	82.746	3.451.170	3.533.916	48.647.925
81	27/11/2024	2.706.396	744.774	82.746	3.451.170	3.533.916	45.941.529
82	27/12/2024	2.747.830	703.340	82.746	3.451.170	3.533.916	43.193.699
83	27/01/2025	2.789.898	661.273	82.746	3.451.170	3.533.916	40.403.801
84	27/02/2025	2.832.610	618.561	82.746	3.451.170	3.533.916	37.571.192
85	27/03/2025	2.875.975	575.195	82.746	3.451.170	3.533.916	34.695.216
86	27/04/2025	2.920.005	531.165	82.746	3.451.170	3.533.916	31.775.212
87	27/05/2025	2.964.709	486.462	82.746	3.451.170	3.533.916	28.810.503
88	27/06/2025	3.010.097	441.074	82.746	3.451.170	3.533.916	25.800.406
89	27/07/2025	3.056.180	394.991	82.746	3.451.170	3.533.916	22.744.226
90	27/08/2025	3.102.968	348.202	82.746	3.451.170	3.533.916	19.641.258
91	27/09/2025	3.150.473	300.697	82.746	3.451.170	3.533.916	16.490.785
92	27/10/2025	3.198.705	252.465	82.746	3.451.170	3.533.916	13.292.080
93	27/11/2025	3.247.676	203.495	82.746	3.451.170	3.533.916	10.044.404
94	27/12/2025	3.297.396	153.775	82.746	3.451.170	3.533.916	6.747.009
95	27/01/2026	3.347.877	103.293	82.746	3.451.170	3.533.916	3.399.131
96	27/02/2026	3.399.131	52.039	82.746	3.451.170	3.533.916	0

Fuente: Banco AVillas Buga, Vicepresidencia de Credito y cartera. Gerencia de Crédito individual.
Credivillas Personal

6.4.1.5. Estados De Resultados Proyectados

6.4.1.5.1. Estado De Pérdidas y Ganancias Proyectado

Ilustración 73 Estado de Resultados Cannabidol

<u>Inicio</u>	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ESTADO DE RESULTADOS					
Ventas	405.550.000	492.444.586	585.850.000	685.987.628	793.424.541
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	130.615.173	164.795.591	183.953.100	204.409.483	226.266.992
Depreciación	8.135.667	8.135.667	8.135.667	7.289.000	7.289.000
Costos de Fabricación	3.052.000	24.863.513	58.429.933	105.271.610	166.493.257
Utilidad Bruta	263.747.160	294.649.815	335.331.301	369.017.535	393.375.292
Gasto de Administración	50.666.400	53.399.942	56.279.843	59.314.298	62.511.963
Gastos de Ventas	85.000	89.760	94.787	100.095	105.700
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Diferidos	94.271.565	0	0	0	0
Utilidad Operativa	118.724.195	241.160.112	278.956.671	309.603.142	330.757.629
Otros ingresos	0	0	0	0	0
Intereses	0	0	0	0	0
Otros ingresos y egresos	0	0	0	0	0
Utilidad antes de impuestos	118.724.195	241.160.112	278.956.671	309.603.142	330.757.629
Impuesto renta	0	0	0	0	0
Utilidad Neta Final	118.724.195	241.160.112	278.956.671	309.603.142	330.757.629

Fuente: Elaboración propia con base en Formato MFIN (Sena-Fondo Emprender)

*NOTA ACLARATORIA

Se hace sumamente importante aclarar que dada las propiedades del formato MFIN del Sena y fondo emprender, no se logra apreciar el impuesto antes de renta, por lo cual se ve en la obligación de aplicar el mismo en “otros costos de producción”, siguiendo las indicaciones dadas por un asesor del fondo emprender el cual manifiesta que: El fondo emprender realiza exenciones tributarias cada año un porcentaje sobre el impuesto de renta (33%); por lo anterior se obtiene que el Primer año se condona el 100% ; el Segundo año se condona el 75%, el Tercer año se condona el 50%, el Cuarto año se condona el 25% y ya el Quinto año se debe pagar por completo el impuesto de renta.

Tabla 20 Impuesto de Renta.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Antes Imp.	118.724.195	262.856.798	334.079.845	411.432.747	493.668.103
Renta 33%	39.178.984	86.742.743	110.246.349	135.772.807	162.910.474
Excención Tributaria	100%	75%	50%	25%	0%
Fondo Emprender	118.724.195	21.685.686	55.123.174	101.829.605	162.910.474
Utilidad Neta	118.724.195	241.171.112	278.956.671	309.603.142	330.757.629

Fuente: Elaboración propia

Se muestra entonces en el Estado de Resultados, que la empresa desde el primer año obtiene utilidades las cuales aumentan a medida que pasan los años, teniendo un aumento en el quinto año del 64% con respecto al primer año. Con eso se demuestra que la empresa se proyecta a ser rentable.

Respecto al ingreso mostrado en el PyG, por la estrategia de venta y la demanda de los productos ofrecidos por CANNABIDOL esta empresa desde el momento de su creación, obtiene ingresos relativamente altos, y llegando a su quinto año a un aumento de ingresos del 49% con respecto al primer año.

El PyG también me muestra que en el quinto año por cada peso ingresado a la empresa, el 41% va a la utilidad. Es importante lo que demuestra dicho margen, ya que quiere decir que los gastos y costos están controlados, y la utilidad responde frente a las ventas realizadas

6.4.1.5.2. Flujo De Caja Proyectado

Ilustración 74 Flujo de Caja Cannabidol

FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de Caja Operativo						
Utilidad Operacional		118.724.195	241.160.112	278.956.671	309.603.142	330.757.629
Depreciaciones		8.135.667	8.135.667	8.135.667	7.289.000	7.289.000
Amortización Diferidos		94.271.565	0	0	0	0
Provisiones		0	0	0	0	0
Impuestos		0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Operativo		221.131.427	249.295.779	287.092.338	316.892.142	338.046.629
Flujo de Caja Inversión						
Variación Cuentas por Cobrar	0	0	0	-48.820.833	-8.344.802	-8.953.076
Variación Inv. Materias Primas e insumos	0	0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. En Proceso	0	0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. Terminados	0	0	0	0	0	0
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Variación Cuentas por Pagar	0	0	0	0	0	0
Variación Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Variación Otros Pasivos		0	0	0	0	0
Variación del Capital de Trabajo	0	0	0	-48.820.833	-8.344.802	-8.953.076
Inversión en Terrenos	-140.000.000	-140.000.000	-140.000.000	-140.000.000	-140.000.000	-140.000.000
Inversión en Construcciones	0	0	0	0	0	0
Inversión en Adecuaciones y Mejoras	-6.000.000	0	0	0	0	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	-69.240.000	0	0	0	0	0
Inversión en Muebles	-650.000	0	0	0	0	0
Inversión en Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	-2.540.000	0	0	0	0	0
Inversión Otros Activos	0	0	0	0	0	0
Inversión Activos	-218.430.000	-140.000.000	-140.000.000	-140.000.000	-140.000.000	-140.000.000
Inversión Diferida	-94.271.565	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	-312.701.565	-140.000.000	-140.000.000	-188.820.833	-148.344.802	-148.953.076
Flujo de Caja Financiamiento						
Desembolsos Fondo Emprender	172.701.565					
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	0	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		0	0	0	0	0
Intereses Pagados		0	0	0	0	0
Dividendos Pagados		0	0	0	0	0
Capital	140.000.000	0	0	0	0	0
Otros Ingresos No Operacionales		0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	312.701.565	0	0	0	0	0
Neto Periodo	0	81.131.427	109.295.779	98.271.504	168.547.339	189.093.553
Saldo anterior		0	81.131.427	190.427.206	288.698.710	457.246.049
Saldo siguiente	0	81.131.427	190.427.206	288.698.710	457.246.049	646.339.603

Fuente: Elaboración propia con base en Formato MFIN (Sena-Fondo Emprender)

En Cannabidol, el flujo de caja aumenta proporcionalmente a medida que pasan los años, esto quiere decir que no se deberá pedir préstamos a terceros, ya que el flujo de efectivo nunca será negativo; es decir que Cannabidol mantendría suficiente efectivo para las operaciones normales año tras año, tanto así que llegara a un aumento del 87% en el quinto año con respecto al primer año. Esto debido principalmente a las ventas realizadas y los desembolsos controlados.

6.4.1.5.3. Balance General Proyectado

Ilustración 75 Balance General Cannabidol

Inicio	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
BALANCE GENERAL						
Activo						
Efectivo	0	81.131.427	190.427.206	288.698.710	457.246.049	646.339.603
Cuentas x Cobrar	0	0	0	48.820.833	57.165.636	66.118.712
Provisión Cuentas x Cobrar		0	0	0	0	0
Inventarios Materias Primas e Ins	0	0	0	0	0	0
Inventarios de Producto en Proce	0	0	0	0	0	0
Inventarios Producto Terminado	0	0	0	0	0	0
Anticipos y Otras C x C		0	0	0	0	0
Total Activo Corriente:	0	81.131.427	190.427.206	337.519.544	514.411.685	712.458.315
Terrenos	140.000.000	280.000.000	420.000.000	560.000.000	700.000.000	840.000.000
Construcciones y Edificios	0	0	0	0	0	0
Adecuaciones y mejoras	6.000.000	5.700.000	5.400.000	5.100.000	4.800.000	4.500.000
Maquinaria y Equipo de Operació	69.240.000	62.316.000	55.392.000	48.468.000	41.544.000	34.620.000
Muebles y Enseres	650.000	585.000	520.000	455.000	390.000	325.000
Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Equipo de Oficina	2.540.000	1.693.333	846.667	0	0	0
Total Activos Fijos:	218.430.000	350.294.333	482.158.667	614.023.000	746.734.000	879.445.000
Total Activos Diferidos:	94.552.565	0	0	0	0	0
Total Otros Activos Fijos	0	0	0	0	0	0
ACTIVO	312.982.565	431.425.760	672.585.872	951.542.544	1.261.145.685	1.591.903.315
Pasivo						
Cuentas X Pagar Proveedores	0	0	0	0	0	0
Impuestos X Pagar	0	0	0	0	0	0
Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	0	0	0	0	0	0
Otros pasivos a LP		0	0	0	0	0
Obligacion Fondo Emprender (Conti	172.701.565	172.701.565	172.701.565	172.701.565	172.701.565	172.701.565
PASIVO	172.701.565	172.701.565	172.701.565	172.701.565	172.701.565	172.701.565
Patrimonio						
Capital Social	140.281.000	140.281.000	140.281.000	140.281.000	140.281.000	140.281.000
Reserva Legal Acumulada	0	0	11.844.320	35.960.331	63.855.998	70.140.500
Utilidades Retenidas	0	0	106.598.876	323.642.977	574.703.981	878.022.620
Utilidades del Ejercicio	0	118.443.195	241.160.112	278.956.671	309.603.142	330.757.629
Revalorizacion patrimonio	0	0	0	0	0	0
PATRIMONIO	140.281.000	258.724.195	499.884.307	778.840.979	1.088.444.120	1.419.201.750
PASIVO + PATRIMONIO	312.982.565	431.425.760	672.585.872	951.542.544	1.261.145.685	1.591.903.315

Fuente: Elaboración propia con base en Formato MFIN (Sena-Fondo Emprender)

Según el Balance General, se proyecta como una empresa solida de evolución constante en los próximos 5 años a razón de un 80.4% de crecimiento de su activo total.

En las cifras del Balance general se puede apreciar que dentro de los activos en el año 1 el activo corriente representa el 18.8% siendo el efectivo y sus equivalentes el único rubro de dicha clasificación.

Estos porcentajes aumentan a medida que pasan los años y es así como en el quinto periodo de la conformación de MFIN el activo corriente aumenta a un 44.76%.

Esto se debe principalmente al incremento del efectivo que será causada por más ventas.

Lo anterior habla de la liquidez de la empresa, y es que al no tener contemplado pasivos corrientes en los próximos 5 años de la creación de CANNABIDOL y al aumentar el ingreso cada año, la empresa podría afrontar deudas a corto plazo si las adquiriera.

En lo relacionado a la estructura del capital, que nos muestra el grado de endeudamiento con relación al patrimonio y evalúa el impacto del pasivo total con relación al patrimonio. El análisis mediante ratios nos arroja que en el momento de conformación de CANNABIDOL hay un valor de 1.23, esto significa que por cada peso aportado por los dueños de la empresa, hay 1.23 pesos aportado por los acreedores, en cierta forma esto es bueno por cuanto se emplea capital foráneo protegiendo el propio capital y utilizando dinero de terceros para trabajar, pero significa que la empresa depende mucho del financiamiento espontáneo a corto plazo. A medida que pasan los años y a razón del aumento del patrimonio, esta relación va disminuyendo, mostrando en el quinto año una estructura de capital de 0.12, esto quiere decir que por cada peso aportado por los socios, los acreedores aportan 0.12 pesos. Aquí se logra analizar que la empresa ya no depende en su totalidad de terceros para su permanencia, y así se hace más fuerte, a medida que va creciendo el patrimonio.

6.4.1.6. Análisis Financiero

6.4.1.6.1. Indicadores financieros

INDICADORES DE LIQUIDEZ: Se empleará para determinar cuántos pesos de activos corrientes hay por cada peso que Cannabidol tiene que pagar en un año

Ilustración 76 Indicadores de Liquidez

INDICADORES DE LÍQUIDEZ			
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Efectivo	\$ 81.131.427,00	\$ 190.427.206,00	\$ 288.698.710,00
Clientes	\$ -		
Cuentas por Cobrar	\$ -	\$ -	\$ 48.820.833,00
Inventarios de materia prima	\$ -	\$ -	\$ -
Inventarios de producto en proceso			
Inventarios de producto terminado			
Total activos corrientes	\$ 81.131.427,00	\$ 190.427.206,00	\$ 288.698.710,00
Proveedores Nacionales			
Cuentas por pagar			
Obligaciones a Corto Plazo	\$ 172.701.565,00	\$ 172.701.565,00	\$ 172.701.565,00
Impuestos, gravámenes y tasas			
Obligaciones laborales			
Total pasivos corrientes	\$ 172.701.565,00	\$ 172.701.565,00	\$ 172.701.565,00
1. RAZÓN CORRIENTE	0,469778	1,102637	1,671662
2. PRUEBA ÁCIDA	0,469778	1,102637	1,671662
3. CAPITAL DE TRABAJO NETO -CTN	-\$ 91.570.138	\$ 17.725.641	\$ 115.997.145
4. CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO - KTO	\$ -	\$ -	\$ 48.820.833
5. CAPITAL DE TRABAJO NETO OPERATIVO - KTNO	\$ -	\$ -	\$ 48.820.833

Fuente: Elaboración propia

Si bien la información obtenida muestra como resultado en cuanto a la razón corriente que por cada peso que Cannabidol deba en el primer año contará con 0,46 para cubrirlo pero a medida que transcurren los años se logra observar que mejora la capacidad de pago para la empresa.

Según lo indicado con anterioridad, Cannabidol, se proyecta como una empresa solida de evolución constante en los próximos 3 años a razón de un 71.89% de crecimiento de su activo corriente, finalmente se habla de que en Cannabidol el activo corriente cubre 1,1 del pasivo corriente.

INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO: Sé utilizarán para para medir el nivel de obligaciones que tiene Cannabidol.

Ilustración 77 Indicadores de Endeudamiento o Apalancamiento

INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO O APALANCAMIENTO			
	AÑO1	AÑO2	AÑO3
Total activos	\$ 431.425.760	\$ 672.585.872	\$ 951.542.544
Total pasivos	\$ 172.701.565	\$ 172.701.565	\$ 172.701.565
Total activos corrientes	\$ 81.131.427	\$ 190.427.206	\$ 337.519.544
Total pasivos corrientes			
Utilidad operacional	\$ 118.443.195	\$ 241.160.112	\$ 278.965.671
gastos financieros			
Total patrimonio	\$ 258.724.195	\$ 499.884.307	\$ 7.788.840.974
Obligaciones financieras CP	\$ 172.701.565	\$ 172.701.565	\$ 172.701.565
Obligaciones financieras LP	\$ -	\$ -	
1. NIVEL DE ENDEUDAMIENTO	40%	26%	18%
2. ENDEUDAMIENTO A CORTO PLAZO	0%	0%	0%
3. COBERTURA DE INTERESES			
4. LEVERAGE TOTAL	67%	35%	2%
5. LEVERAGE CORRIENTE	0%	0%	0%
5. LEVERAGE FINANCIERO	67%	35%	2%

Fuente: Elaboración propia

Ahora bien, en cuanto a los indicadores de endeudamiento o la estructura del capital, la cual nos muestra el grado de endeudamiento con relación al patrimonio y evalúa el impacto del pasivo total con relación al patrimonio, el análisis obtenido a razón de ratios nos arroja que en el momento de conformación de Cannabidol hay un valor de 0.66, esto significa que por cada peso aportado por los dueños de la empresa, hay 0.66 pesos aportados por los acreedores, en cierta forma esto es bueno por cuanto se emplea capital propio y se protege de las deudas, como prueba de ello, la ilustración anterior evidencia que cada año el nivel de endeudamiento de Cannabidol disminuye, al no adquirir más deudas y cancelar la única deuda que se tiene para su financiación.

RAZONES DE LUCRATIVIDAD: Mediante estos indicadores se pretende medir el nivel o grado de rentabilidad de Cannabidol.

Ilustración 78 Razones de Lucratividad

RAZONES DE LUCRATIVIDAD			
	AÑO1	AÑO2	AÑO3
Ventas	\$ 405.550.000	\$ 492.444.586	\$ 585.850.000
Utilidad bruta	\$ 263.747.160	\$ 294.649.815	\$ 336.331.301
Utilidad operacional	\$ 118.443.195	\$ 241.171.112	\$ 278.956.671
Utilidad Neta	\$ 118.443.195	\$ 241.171.112	\$ 278.956.671
Total activos	\$ 431.425.760	\$ 672.585.872	\$ 951.542.544
Total patrimonio	\$ 258.724.195	\$ 499.884.307	\$ 7.788.840.974
Utilidad antes de impuesto	\$ 118.443.195	\$ 241.171.112	\$ 278.956.671
1. MARGEN BRUTO	65%	60%	57%
2. MARGEN OPERATIVO	29%	49%	48%
3. MARGEN NETO	29%	49%	48%
4. RENTABILIDAD SOBRE LOS ACTIVOS	27%	36%	29%
5. RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO	46%	48%	4%

Fuente: Elaboración propia.

Si bien, esta ilustración evidencia una rentabilidad antes de impuesto en el primer año de Cannabidol del 65% lo cual da fe de que Cannabidol es una empresa totalmente viable, que genera rentabilidad, que puede alcanzar un alto grado de competitividad y permitir el crecimiento de la misma, siempre que se cumplan todas las metas de ventas establecidas en el plan de marketing y la correcta y completa ejecución de este.

Finalmente, el resultado final o el margen de utilidad neta indica que las tasas de utilidad obtenida de las ventas el primer año son aceptables y que a partir del segundo año Cannabidol proporciona un rendimiento atractivo donde se muestra un aumento considerando las utilidades como porcentaje de ventas revelando entonces un gran control de la administración sobre la estructura de costos de la empresa.

6.4.2. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

6.4.2.1. Flujo De Caja Neto

Ilustración 79 Flujo de Caja Neto Cannabidol

Flujo de Caja y Rentabilidad		1	2	3	4	5
Flujo de Operación		118.443.195	241.160.112	278.956.671	309.603.142	330.757.629
Impuestos		0	0	0	0	0
Utilidades después de impuestos		118.443.195	241.160.112	278.956.671	309.603.142	330.757.629
Depreciac + Amortizac + Agotamiento + Provisiones		102.688.232	8.135.667	8.135.667	7.289.000	7.289.000
Flujo de Inversión	-312.982.565	-140.000.000	-140.000.000	-188.820.833	-148.344.802	796.610.636
Flujo de Financiación	312.982.565	0	0	0	0	0
Flujo de caja para evaluación	-312.982.565	81.131.427	109.295.779	98.271.504	168.547.339	1.134.657.265
Tasa de descuento Utilizada		25%	25%	25%	25%	25%
Factor	1,00	1,25	1,56	1,95	2,44	3,05
Flujo de caja descontado	-312.982.565	64.905.141	69.949.299	50.315.010	69.036.990	371.804.493

Fuente: Elaboración propia con base en Formato MFIN (Sena-Fondo Emprender)

Si bien Cannabidol en sus 5 años logra recuperar la inversión inicial de \$312'982.565 millones ya que en el Quinto periodo logra recuperar y generar excedentes, se proyecta que la ejecución del plan de marketing y ventas permita duplicar la operación de ventas del Primer al Segundo periodo lo cual refleja la viabilidad de la creación de una empresa que tenga como base el procesamiento de productos a base de Cannabis para uso medicinal.

6.4.2.2. Valor Presente Neto Y Tasa Interna De Retorno

Ilustración 80 VPN Y TIR Cannabidol

TIR (Tasa Interna de Retorno)	50,20%
VAN (Valor actual neto)	313.028.368
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	0,98

Fuente: Elaboración propia con base en Formato MFIN (Sena-Fondo Empezar)

Con los resultados obtenidos en el escenario probable, la V.A.N es positiva y esto supone que el proyecto generará riqueza más allá del retorno del capital, es decir además del rendimiento mínimo esperado, el proyecto ofrece un “premio adicional”. Mientras tanto la T.I.R demuestra que el proyecto debe ser aceptado dado que el resultado es 25% superior a la tasa mínima de rendimiento a la que aspiran los socios.

6.4.2.3. Costo de Capital Promedio Ponderado

Se utilizará este indicador financiero con el propósito específico de englobar en un solo número y de expresar en términos porcentuales el costo de las diferentes fuentes de financiamiento que utilizará Cannabidol

Ilustración 81 Costo de Capital Promedio Ponderado

VARIABLES		VALOR
Ti	Tasa de Impuesto	33%
Kd	Costo Deuda	18,09%
D	Deuda	55,20%
P	Patrimoni	44,80%
Ke	Costo Patrimonio	25%

Fuente: Elaboración propia.

$$CCPP = K_e P / (P + D) + K_d (1 - T_i) D / (P + D)$$

Obteniendo como resultado, **CCPP = 17,8%**

Según la ecuación anterior, se aprecia entonces que a Cannabidol, le cuesta financiarse 17,8% realizando la debida combinación de financiamiento con terceros y con el patrimonio de la empresa. Por lo anterior se evidencia que Cannabidol genera un Valor agregado al tener un porcentaje menor de costo de capital promedio ponderado comparado en relación con la rentabilidad sobre el capital invertido.

6.4.2.4 Periodo De Recuperación De La Inversión Descontado

Se utilizará este indicador financiero para conocer en cuantos años se recupera la inversión inicial.

Inicialmente se utilizarán los flujos de caja netos proyectados a valores actuales para conocer así el periodo de recuperación descontado y finalmente conocer en años el tiempo en que a Cannabidol le tomará recuperar su inversión inicial

Ilustración 82 Periodo de Recuperación Descontado

	TR	25%	
AÑO	FLUJO	VP FLUJO	PRI DESCONTADO
0	-\$ 312.982.565	-\$ 312.982.565	-\$ 312.982.565
1	\$ 81.131.423	\$ 81.131.423	-\$ 231.851.142
2	\$ 109.295.779	\$ 196.732.402	-\$ 35.118.740
3	\$ 98.271.504	\$ 239.782.470	\$ 204.663.730
4	\$ 168.547.339	\$ 497.551.745	\$ 702.215.475
5	\$ 1.143.657.255	\$ 3.844.518.228	\$ 4.546.733.703
AÑOS EN LOS QUE SE RECUPERA LA INVERSIÓN			2,15

Fuente: Elaboración Propia.

De acuerdo a los datos obtenidos se puede apreciar que la inversión inicial que hará Cannabidol se logrará recuperar en un periodo de 2 años, teniendo en cuenta el

valor del dinero en el tiempo lo cual es un buen indicador ya que entre más corto sea el periodo de recuperación mejor será para los inversionistas.

6.4.3. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Se identificarán los posibles escenarios del proyecto de inversión, los cuales se clasifican en los siguientes:

- **Escenario 1 Pesimista:** Es el peor panorama de la inversión, es decir, es el resultado en caso del fracaso total del proyecto.
- **Escenario 2 Probable:** Éste sería el resultado más probable que supondría el análisis de la inversión, debe ser objetivo y basado en la mayor información posible.
- **Escenario 3 Optimista:** Siempre existe la posibilidad de lograr más de lo que proyectamos, el escenario optimista normalmente es el que se presenta para motivar a los inversionistas a correr el riesgo.

6.4.3.1. Escenario 1 Pesimista:

Suponiendo que no se logre hacer las ventas proyectadas, se hace un escenario pesimista el cual reduce las ventas a un 15%, con lo cual se obtiene:

Ilustración 83 Escenario Pesimista

Criterios de Decisión	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	25%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	-32,18%
VAN (Valor actual neto)	-747.098.091
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	-2,86
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses	6 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT)	55,23%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	60 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)	80 mes

Fuente: Elaboración propia con base en Formato MFIN (Sena-Fondo Emprender)

Este escenario muestra que con un 15% de ventas sobre las proyectadas, en la empresa no existirá rendimiento alguno mostrando que tanto la T.I.R. como la V.A.N. son negativas. No se acerca siquiera al 5% de rentabilidad que esperan los socios todo lo contrario presenta -32.18% de retorno.

Es por ello, que las estrategias de ventas deben ser satisfactorias para que el escenario negativo no se presente.

6.4.3.2. Escenario 2 Probable

Este escenario supone todo el estudio realizado hasta el momento donde se presume que el proyecto se cumplirá cabalmente llegando a las metas fijadas en tanto al alcance de las actividades de marketing, generación de valor, la venta de los productos, el beneficio social y ambiental que este presupuesta.

Ilustración 84 Escenario Probable

Criterios de Decisión	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	25%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	50,20%
VAN (Valor actual neto)	313.028.368
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	0,98
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses	6 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT)	55,18%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	60 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)	80 mes

Fuente: Elaboración propia con base en Formato MFIN (Sena-Fondo Emprender)

Con los resultados obtenidos en el escenario probable, la V.A.N es positiva y esto supone que el proyecto generará riqueza más allá del retorno del capital, es decir además del rendimiento mínimo esperado, el proyecto ofrece un “premio adicional”. Mientras tanto la T.I.R demuestra que el proyecto debe ser aceptado dado que el

resultado es 25% superior a la tasa mínima de rendimiento a la que aspiran los socios.

Estos dos indicadores analizados junto al periodo de recuperación de la inversión, el cual es muy corto, 0.98, muestra que la rentabilidad de este proyecto es alta y la recuperación es inmediata, por lo tanto si se realizan las ventas esperadas y se controla los costos y gastos el proyecto debe ser aprobado según estos indicadores.

6.4.3.3. Escenario 3 Optimista

Suponiendo que se utilice el 50% del total de la capacidad de producción de la empresa y que el producido sea completamente vendido, el incremento en las ventas de un 80% supondría que:

Ilustración 85 Escenario Optimista

Criterios de Decisión	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	25%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	134,71%
VAN (Valor actual neto)	1.311.339.918
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	0,43
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses	6 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT)	55,23%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	60 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)	80 mes

Fuente: Elaboración propia.

Luego de vender el 180% del producto realizado y utilizar el 50% de la capacidad de producción de la empresa, se presenta un escenario optimista el cual evidencia un aumento de todos los indicadores frente al escenario probable. Es decir, no solo existirá la posibilidad de recuperar la inversión que esperan los socios, sino que

también se presentará un rendimiento exponencial, mostrando una T.I.R del 134.71% con un periodo de recuperación mínimo de 0.43 y una V.A.N de 1.311.339.918

6.5. IMPACTO AMBIENTAL QUE GENERA EL CULTIVO, TRANSFORMACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE CANNABIS.

6.5.1 Delimitación del área de Influencia directa e indirecta.

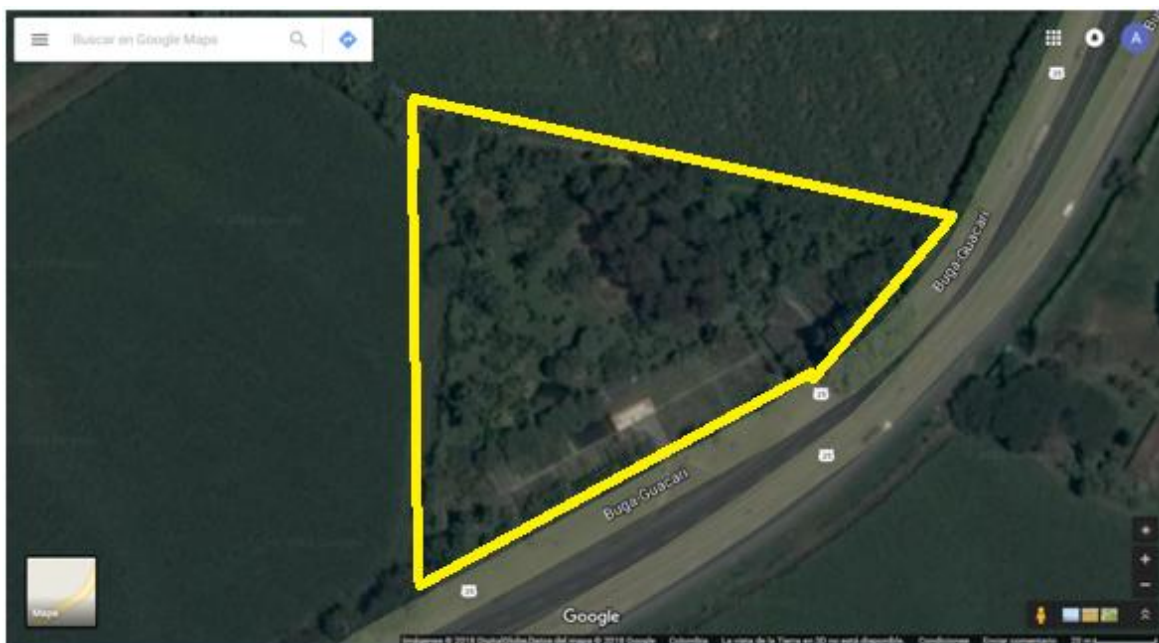
❖ Influencia directa:

El área de influencia es el territorio donde potencialmente se manifiestan los impactos de la obra sobre la totalidad del medio ambiente o sobre alguno de sus componentes naturales, sociales o económicos; se determina como Área de Influencia Directa al territorio donde pueden manifestarse significativamente los efectos sobre el medio natural y antrópico, debidos a la implantación y operación del proyecto⁷⁷, es decir, área directa es el sitio donde se van a desarrollar las actividades previamente planificadas donde se manifiestan los impactos generados por las actividades de construcción y operación.

Por lo tanto el área de influencia directa para el proyecto Cannabidol es: Finca la Violeta (VIVERO DON OTTO) ubicada en la Doble calzada vía principal Buga – Guacarí. Área total del terreno: 11.000 metros cuadrados de superficie.

⁷⁷ ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL. Área Influencia del Proyecto. Capítulo 3. Consultado febrero 17 de 2018. Disponible en:
http://www.mecontuc.gov.ar/dpv/descargas/audiencia/rp_314/EIA_CAP3.pdf

Ilustración 86 Delimitación Área Influencia Directa.

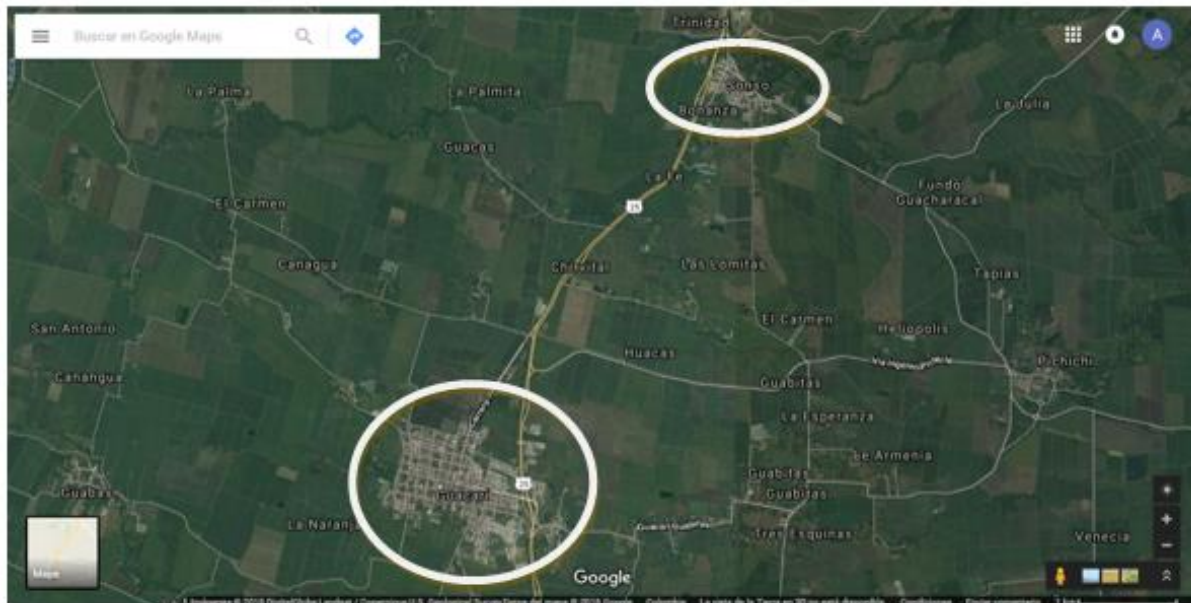


Fuente: Google Maps.

❖ **Influencia Indirecta:**

Área de influencia indirecta es la zona externa al área de influencia directa y se extiende hasta donde se manifiestan tales impactos, en este caso serían las poblaciones aledañas: Sonso y Guacarí, ya que el sector donde se realizará el proyecto está ubicado entre estos centros poblados.

Ilustración 87 Delimitación Área Influencia Indirecta



Fuente: Google Maps.

6.5.2. Compatibilidad Del Proyecto Con el uso del suelo.

El proyecto **si es compatible** con el uso del suelo contemplado en el PBOT (Plan Básico De Ordenamiento Territorial) de Guacaré, donde está ubicado el terreno en el cual se va a realizar el proyecto.

Uso compatible o complementario: Es aquel que no perturba ni obstaculiza la actividad o función del uso principal y no ocasiona peligro a la salud, a la seguridad y a la tranquilidad pública; y/o que contribuye al mejor funcionamiento del uso principal en un área de actividad.⁷⁸

6.5.3. Información de Recursos naturales renovables que se pretenden usar, aprovechar o afectar para el desarrollo del proyecto.

⁷⁸PBOT Plan Básico de Ordenamiento Territorial. San Juan Bautista de Guacaré. 2000-2010. Acuerdo N° 018. 2000. Consultado febrero 17 de 2018. Disponible en: [http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/eot_acuerdo_018_2000_guacari_v_alle_del_cauca_\(138_pag_472_kb\).pdf](http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/eot_acuerdo_018_2000_guacari_v_alle_del_cauca_(138_pag_472_kb).pdf)

Según el DECRETO 2811 DEL 18 DE DICIEMBRE DE 1974. “Por el cual se dicta el Código Nacional de Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente”, se consideran recursos naturales:

1. La atmósfera y el espacio aéreo nacional. 2. Las aguas en cualquiera de sus estados. 3. La tierra, el suelo y el subsuelo. 4. La flora. 5. La fauna. 6. Las fuentes primarias de energía no agotables. 7. Las pendientes topográficas con potencial energético. 8. Los recursos geotérmicos. 9. Los recursos biológicos de las aguas y del suelo y el subsuelo del mar territorial y de la zona económica de dominio continental o insular de la república. 10. Los recursos del paisaje.

En la realización del proyecto se van hacer uso, aprovechamiento y/o afectación de los siguientes recursos naturales:

1. atmosfera, 2. Agua, 3. Suelo, 4. Los recursos del paisaje.

Algunos de los recursos anteriormente nombrados requieren de permiso, concesión o autorización por parte de la autoridad ambiental.

6.5.4. Identificación de residuos, emisiones y vertimientos.

- **EMISIONES:** De acuerdo con las normas de calidad del aire resolución 610/2010 “Norma de Calidad del Aire o Nivel de Inmisión” y 909/2008 “Por la cual se establecen las normas y estándares de emisión admisibles de contaminantes a la atmósfera por fuentes fijas y se dictan otras disposiciones.”, esta actividad no generará ninguno de los contaminantes criterios estipulados en dicha legislación.
- **VERTIMIENTOS:** Esta actividad generará vertimientos a fuentes de aguas superficiales y debe de cumplir con los requerimiento de la resolución 0631/2015 “Por el cual se establecen los parámetros y los valores límites máximos permisibles en los vertimientos puntuales a cuerpos de agua superficiales y a los sistemas de alcantarillado público y se dictan otras disposiciones.”. La empresa para realizar sus actividades cotidianas hará uso de agua subterránea que cumple con el permiso de concesión de aguas concebido por la autoridad ambiental en este caso CVC.
- **RESIDUOS:** En las operaciones de la empresa se tratará de no utilizar ningún residuo peligroso estipulado en el decreto 4741/2005 “Por el cual se reglamenta parcialmente la prevención y el manejo de los residuos o desechos peligrosos generados en el marco de la gestión integral”, pues sus abonos, insecticidas, florecientes, entre otros son orgánicos. Y en caso de llegar a utilizar algún residuo peligros estipulado en el decreto anteriormente mencionado, la empresa debe de recurrir a compañías que se dediquen al

manejo integral de los residuos peligrosos. Para gestión de los residuos sólidos que se pueden generar en la empresa, cuenta con recipientes que cumplen el código de colores que separa los residuos: azul (plástico y vidrio desechables), gris (papel y cartón reciclables) y verde (ordinario no reciclable).

6.5.5. Identificación y evaluación de los impactos ambientales (Prevención, mitigación, corrección, compensación)

En las diferentes actividades que se realizarán para llevar a cabo la ejecución del proyecto se podrán generar impactos tanto en el medio abiótico, como también en el biótico.

A continuación se describe los impactos por las diferentes etapas:

❖ ACTIVIDAD: CONSTRUCCIÓN Y MONTAJE.

En esta actividad se puede afectar varios recursos naturales en forma **negativa** como:

- *Recurso hídrico*, por medio de la contaminación mientras se realiza esta actividad.
- *Suelo*, por cambios, remoción y/o compactación que pueda tener.
- *Paisaje*, ya que se genera un cambio.
- *Contaminación del aire*, por los efectos de emisión de gases y material particulado por esta actividad, ya sea por remoción de tierra, vehículos (fuentes móviles).

❖ **ACTIVIDAD: CULTIVO.**

Entre ella se desarrollan otras actividades que son:

- Adquisición de semillas
- Germinación
- Siembra
- Trasplante
- Crecimiento y floración
- Cosecha.

En el proceso Crecimiento y floración se optará por la utilización de fertilizantes, plaguicidas y florecientes netamente orgánicos de la marca “Biobizz” que cuentan con certificaciones de su calidad, que son seguros y lo más importante están libres de contaminación. Biobizz, es una marca responsable pues cuenta con puntos de pos-consumo para la recolección de sus envases. Es decir, no generará impactos negativos a los recursos naturales.

❖ **ACTIVIDAD: TRANSFORMACIÓN.**

Se despliega otras actividades como:

- Recibiente de flores de cannabis
- Pesaje y corte
- Trituración
- Extracción de resinas
- Prensado
- Extracción de aceites,
- Dilución con materiales alternos
- Envasado.

En estas actividades de CULTIVO Y TRANSFORMACIÓN, pueden generar impactos en cuanto a residuos sólidos, si estos no se manejan adecuadamente, afectando consigo los recursos como el hídrico, suelo y contaminación del aire por malos olores.

❖ **IMPACTOS POSITIVOS DE LAS ACTIVIDADES**

- Construcción y montaje
- Cultivo
- Transformación

Afectan positivamente el indicador social, puesto que generan empleos en los centros poblados aledaños, teniendo cambios y modificaciones tendencia de desarrollo local, aspectos culturales y procesos económicos.

❖ **MEDIDAS DE PREVENCIÓN/MITIGACIÓN:**

✓ **Recurso hídrico:**

- Análisis de la calidad del agua, para tener conocimiento si se está realizando alguna contaminación.
- Realizar el ahorro y uso eficiente del agua, realizando un inventario actualizado de los usos del agua (consumo humano, riego, esparcimiento, disposición de efluentes, etc.).
- Tener identificados los puntos de vertimientos, si se realizaran para evitar el deterioro en cuanto a la calidad del agua.

✓ **Residuos sólidos:**

- Clasificación de los residuos domésticos, industriales y especiales, y estimar los volúmenes de residuos domésticos para evitar mala disposición de estos residuos y la generación de olores que podrían tener.
- Alternativas de tratamiento, manejo y disposición e infraestructura, como podría ser un compost de los residuos orgánicos que puedan resultar de los diferentes procesos.

✓ **Contaminación del aire:**

- Realizar análisis de la calidad del aire, aunque en el proceso no se utilizan químicos, y la generación de gases es el del vapor de agua, se recomienda tenerlo y evidenciar que no generará ningún contaminantes descritos en la resolución 610/2010 “norma de calidad del aire”.

6.5.5.1 Zonificación de manejo ambiental del proyecto

A partir de la zonificación ambiental y teniendo en cuenta la evaluación de impactos realizada, se debe determinar la zonificación de manejo ambiental para las diferentes actividades del proyecto que sean aplicables atendiendo la siguiente clasificación⁷⁹:

- **1 Áreas de Exclusión:** corresponde a áreas que no pueden ser intervenidas por las actividades del proyecto. Se considera que el criterio de exclusión está relacionado con la fragilidad, sensibilidad y funcionalidad socio-ambiental de la zona; de la capacidad de auto recuperación de los medios a ser afectados y del carácter de áreas con régimen especial.
- **2 Áreas de Intervención con Restricciones:** se trata de áreas donde se deben tener en cuenta manejos especiales y restricciones propias acordes con las actividades y etapas del proyecto y con la sensibilidad socioambiental de la zona.
- **3 Áreas de Intervención:** Corresponde a áreas donde se puede desarrollar el proyecto, con manejo socioambiental acorde con las actividades y etapas del mismo.⁸⁰

Ilustración 88 Zonificación Manejo Ambiental



Fuente: Google Maps

⁷⁹ MINAMBIENTE. Ministerio de ambiente, vivienda y desarrollo territorial. Dirección de licencias, permisos y trámites ambientales república de Colombia Términos de referencia. Estudio de impacto ambiental. Proyectos de dragado de profundización de canales navegables y en área de deltas. pu-ter-1-03 Bogotá, D.C. 2006.

6.5.6. Plan de contingencia (medidas de prevención y atención de las emergencias que se puedan ocasionar).

El Plan de Contingencia de esta empresa establecerá un procedimiento a seguir en caso de derrames o fugas de sustancias nocivas, que puedan poner en riesgo la calidad natural de las aguas superficiales y subterráneas, la calidad del suelo, e igualmente la salud y la seguridad de los trabajadores y/o la población en general.⁸¹ Para este fin, se definen los lineamientos de respuesta, las responsabilidades de las entidades, las personas que intervienen en las operaciones establecidas y los recursos disponibles entre otros aspectos.

En el Plan de Contingencias se establecen tres etapas: Plan estratégico, plan operativo y plan informativo.

6.5.6.1 Plan estratégico

I Objetivos y alcances:

- Identificar las situaciones de riesgo que puedan ocurrir por fuera de las condiciones normales de la operación.
- Definir acciones para prevenir y controlar.
- Determinar recursos que se necesiten para responder oportunamente y eficazmente ante una emergencia.

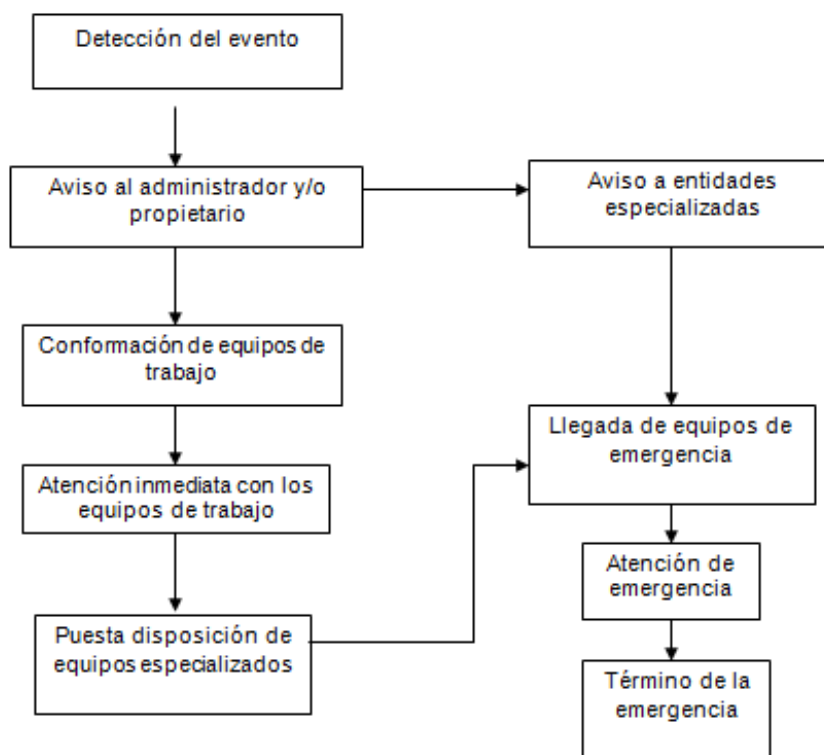
II Objetivos específicos:

- Identificar los riesgos que se puedan presentar en las diferentes etapas del proyecto.
- Evaluar la vulnerabilidad de los recursos disponibles ante las amenazas identificadas.
- Formular un Plan de Emergencia para la prevención, control y atención de los riesgos evaluados.

⁸¹ PALMA, Zúñiga. Henry. MsC. Elaboremos un estudio de impacto ambiental. Documento técnico. Pág. 164. Publicado en 2009, Consultado en febrero 17 de 2018. Disponible en: http://comunidad.udistrital.edu.co/hzuniga/files/2012/06/elaboremos_un_estudio_de_impacto_ambiental.pdf

III Organización.

Ilustración 89 Procedimiento a seguir frente a una emergencia.



Fuente: Minambiente. Criterios y Procedimientos. Agosto 2002.

IV Asignación de responsabilidades y nivel de respuesta:

Se deben asignar las responsabilidades y el nivel de respuesta así:

- Detección de emergencia: Persona que lo detecte.
- Aviso al administrador o propietario: Persona que lo detecte.
- Aviso a entidades especializadas: Persona que lo detecte. Administrador y/o propietario
- Conformación de equipo de atención: Administrador – propietario o entidades especializadas.
- Atención inmediata: Administrador y/o propietario.
- Puesta atención de entidades especializadas: Personas que laboran. Administrador y/o Propietario.
- Atención de emergencia: Entidades especializadas.

A continuación se presenta un cuadro de vulnerabilidad por amenazas que se puede presentar en la empresa.

Ilustración 90 Análisis Vulnerabilidad por Amenaza

ORIGEN	TIPO	FRECUENCIA		
		PP	P	MP
Natural	Desbordamiento de un río			x
	Tembor		x	
Tecnológico	Fuga de gas		x	
Social	Condiciones sociales insatisfechas		x	

Fuente: Elaboración propia.

PP = POCO PROBABLE - P = PROBABLE - MP= MUY PROBABLE

V Procedimiento de emergencia.

La atención se inicia movilizand o a los recursos humanos y físicos hacia las áreas sensibles y los sitios de control del evento. Las actividades inmediatas se orientan a dominar/eliminar la causa de la emergencia , prevenir la aparición de otras calamidades, evacuar personas en peligro y prohibir el ingreso de las mismas a dichos lugares, atender heridos y transportarlos a centros de ayuda, alertar a los centros y entes de ayuda y administrativos sobre la situación presentada⁸².

6.5.6.2. Plan operativo

Las medidas de prevención y atención que se tomarían para evitar estas series de amenazas son:

- 1. Capacitación adecuada.** Preparación al personal sobre lo pertinente a contingencias, riesgos, manejo adecuados de equipos, trabajo en grupo, rutas de evacuación, entre otros.
- 2. Entrenamiento a diferentes niveles de personal.** Programar ejercicios de aplicación de conocimientos, por medio de la actuación de simulacros en situaciones específicas y posibles eventos que pueden ocurrir en el funcionamiento de la empresa.

⁸² Ibíd. Pág. 168

3. Inventarios de equipos y herramientas, ubicación y funcionamiento. Tener conocimiento de los equipos y herramientas con las que cuenta la empresa para atender la emergencia, saber en qué condiciones está, con qué cantidad se cuenta y lo más importante la forma y lugar en la que se puede acceder a ellos.

4. Elaborar un plan de salud ocupacional destinado a la prevención de los riesgos que puedan afectar a los trabajadores.

5. Presentar informes de accidentes

6. Uso obligatorio de los equipos o elementos de protección personal.

7. Establecer el plan de señalización.

8. Realizar mantenimiento de equipos periódicamente.

9. Proveer de los equipos necesarios de seguridad, cascos, guantes, botas, gafas especiales, botiquín de primeros auxilios.

6.5.6.3 Plan Informativo

Tener disponible y en forma inmediata la información del Directorio de Emergencias.

Ilustración 91 Directorio de Emergencias

1. DIRECTORIO DE EMERGENCIAS	
Entidad	Teléfono
Propietarios	3006581067/3172326360
Administrador	
Bomberos	Guacarí 2236122. Alarma 119 Buga 2296891. Alarma 119
Hospital	Guacarí 2538820. Urgencias 118 Buga 2275811.
Defensa Civil	Buga 2270010. Alarma 111
Policía	Guacarí 2523500. Urgencias 112
Cruz Roja	Buga 2271155. Alarma 132

Fuente:

Elaboración propia.

I Equipo Mínimo requerido. Como mínimo se debe contar con el siguiente equipo:

- Botiquín de primeros auxilios.
- Camilla.
- Extintores.
- Equipo de comunicaciones (teléfono fijo o celular).

II Apoyo logístico. El listado de las diferentes entidades que en el caso de ocurrencia de una emergencia puedan prestar el apoyo logístico, técnico y profesional es el siguiente: Cruz Roja, Bomberos Voluntarios, Policía Nacional, Ejército Nacional, Comité Local de Emergencias, Defensa Civil.

IV Costos del Plan de Contingencia. Los costos de este Plan ascienden a la suma de \$12.000.000, discriminados de la siguiente manera, haciendo claridad que se excluyen de aquí los costos de aquellos implementos o equipos que se han tenido en cuenta en las medidas de seguridad industrial:

Tabla 21 Costos Plan Contingencia

Camilla en lona plegable (1)	\$ 200.000
Puesto de primeros auxilios	\$ 1.500.000
Unidad base telefónica.	\$ 300.000
Charlas de capacitación (dos por año)	\$ 8.000.000
Mantenimiento Anual	\$2.000.000
TOTAL	\$12. 000.000

Fuente: Elaboración propia.

6.5.7. Creación sistema de control.

Es el conjunto de programas, proyectos y actividades, necesarios para prevenir, mitigar, corregir y compensar los impactos generados por el proyecto durante las diferentes etapas. Para cada impacto identificado, debe formularse como mínimo un programa y/o proyecto como medida de manejo⁸³. A continuación se presentará las fichas técnicas de acuerdo a los impactos que se generarán en la realización del proyecto.

Tabla 22 Ficha Técnica Medio Abiótico.

FICHA No MAEMC-01(medio abiótico)	
PLAN Plan de gestión ambiental	
PROGRAMA • Programa de compensación para el medio abiótico	
Objetivos	
• Este programa consiste en el conjunto de medidas para mitigar el impacto sobre la calidad del recurso hídrico que se afecta en las diferentes etapas. • Realizar programa de ahorro y uso eficiente del recurso hídrico, y un programa para disminuir de generación de residuos en las diferentes etapas.	
Meta	
• Realizar estudios en donde se comparare los cambios previstos en la calidad del agua con los estándares de calidad de agua existentes, mejorar en un 85% su calidad. • Realizar pesajes diarios o semanales de los residuos generados en el proyecto, tener una disminución 30%	
Etapas	
Construcción y montaje. Cultivo. Transformación.	
Impactos a controlar	
• La calidad, uso y ahorro eficiente del recurso hídrico. • Generación de residuos sólidos.	
Tipo de medida	
Correctivo /Compensación	
Diseño no hay por los planos	
Acciones a desarrollar	
1 Se prohíbe el lavado, reparación y mantenimiento correctivo de vehículos y/o maquinaria en el campamento y en el área de la obra o sobre zonas verdes. Esta actividad debe realizarse en centros autorizados	

⁸³ Ibíd. Pág. 28

2. Se prohíbe el almacenamiento temporal de combustibles o cualquier otra sustancia que pueda contaminar los cuerpos hídricos en el campamento y en los frentes de obra.
3 Se debe adecuar un sitio especial para el almacenamiento temporal de materiales (preferiblemente lejos de la quebrada y del pozo)
4 Se deben realizar Monitoreos de calidad del agua.
5 Sin importar el estado inicial en el que se encuentre el área del proyecto, una vez finalicen las obras, la zona se deberá entregar libre de basuras, escombros, materiales o cualquier tipo de desecho que se encuentre.
6. Cuantificar la cantidad de agua utilizada para el desarrollo de las actividades del proyecto.
7. Disponer de manera adecuada todos los residuos sólidos generados en las diferentes etapas.
<u>Lugar de aplicación</u>
Sitio de proyecto (Zona directa)
<u>Población beneficiada</u>
Población de Sonso-Guacaré y personas involucradas en el proyecto.
<u>Mecanismos y estrategias participativas</u>
Afiches, talleres comunitarios donde se capacite y se eduque tanto las personas asociadas al proyecto como a la población para prevenir, mejorar la calidad, el ahorro y uso eficiente del recurso hídrico y la adecuada disposición de residuos sólidos..
<u>Personal requerido</u>
Técnicos/tecnólogos/ingenieros ambientales
<u>Indicadores de seguimiento</u>
Realizar análisis de la calidad del agua donde se comparen con estándares existentes. Elaborar un cuadro con valores de la cantidad de agua utilizada en las diferentes actividades y saber si aumentado/disminuido/igual el total del consumo de agua. Realizar un pesaje diario o semanal de los residuos generados en las diferentes actividades de la empresa, para conocer si ha aumentado/disminuido/igual la generación de residuos sólidos.

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 23 Ficha Técnica Aspectos Sociales.

FICHA No MAEMC-02 (aspectos sociales)	
PLAN Plan de gestión social	
PROGRAMA Programa de capacitación, educación y concientización personal de la empresa y a las comunidades aledaña al proyecto.	
<u>Objetivo</u> Este programa consiste en el conjunto de medidas para mitigar el impacto por la inducción o generación de nuevos frentes de colonización que afectan los recursos biofísicos y la demanda de los recursos naturales.	
<u>Metas</u> • Mitigar el impacto social causado por la construcción de obras de infraestructura física. (40%) • Crear escenarios de participación comunitaria que amplíen los espacios de comunicación entre los directivos del proyecto y la comunidad, para brindar información clara, veraz y oportuna, orientar y concientizar a la comunidad de afectación de los recursos biofísicos y la demanda de los recursos naturales y cómo prevenir o disminuir la afectación que se esté presentando. (60%)	
<u>Etapas</u> Construcción y montaje Cultivo. Transformación.	
<u>Impactos a controlar</u> Inducción o generación de nuevos frentes de colonización que afectan los recursos biofísicos y la demanda de los recursos naturales.	
<u>Tipo de medida</u> Compensación	
<u>Diseño</u> No hay planos. No aplica	
<u>Acciones a desarrollar</u> 1. Crear Centros de Reunión, Encuentro y Atención para realizaron de actividades para la capacitación, educación de la importancia de los recursos naturales y recursos biofísicos con las que cuenta las poblaciones de Sonso y Guacará donde se desarrollen jornadas pedagógicas (talleres). 2. Implementar herramientas de información como afiches y volantes informativos en puntos estratégicos para que así las personas que por diferentes motivos no puedan asistir o acercase a los centros de reunión, encuentro y atención, tengan información de cómo deben ser aprovechados los recursos naturales y recursos biofísicos.	

3. Hacer talleres pedagógicos donde se le dé a conocer a la comunidad diferentes formas de trabajo con los recursos naturales de manera sostenible (no solo el cultivo y transformación del cannabis).
<u>Lugar de aplicación</u>
zona indirecta y directa
<u>Población beneficiada</u>
Poblaciones de Sonso-Guacarí.
<u>Mecanismos y estrategias participativas</u>
Reuniones para realizar participación comunitaria, en los cuales se haga una lluvia de ideas a la comunidad para saber cuánto conocimiento tienen del tema.
<u>Personal requerido</u>
Técnicos/ tecnólogos ambientales con experiencia en la partición comunitaria.
<u>Indicadores de seguimiento</u>
Creación de centros de participación comunitaria donde se brinde información clara, veraz y oportuna, y la orientación y concientización a la comunidad de la importancia y el cuidado de los recursos naturales y recursos biofísicos que se encuentran en esta zona, para generación de nuevos frentes de colonización sin afectación a los recursos naturales.

Fuente: Elaboración propia.

6.5.8. Plan de Seguimiento y Monitoreo.

El programa de seguimiento y monitoreo debe contemplar como mínimo lo indicado en cada una de las fichas del plan de manejo ambiental y que permita verificar si la magnitud y naturaleza de los impactos ambientales se ajusta a los estándares, y que las estimaciones y compromisos realizados durante la etapa de evaluación sean cumplidos.

Ilustración 92 Seguimiento y Monitoreo Medio Abiótico

PROGRAMA DE SEGUIMIENTO Y MONITOREO AMBIENTAL					
MEDIO ABIOTICO					
PROGRAMA	ACCION AMBIENTAL		PARAMETRO O INDICADOR	SITIO A VERIFICAR O CONTROLAR	FRECUENCIA O MOMENTO
	No	ACCION			
FICHA No 1 Medio Abiótico	7	Recolección Y clasificación de materiales sobrantes	Material sobrante	Area de Proyecto	Diario
	8	Clasificación de residuos	Tipos de residuos	Area de explotación	Semanal
	9	Almacenamiento de residuos inorgánicos	Residuos inorgánicos	Area de vivienda	Semanal
	10	Señalización de sitio de residuos	Señales instaladas	Area de vivienda	Al comienzo del proyecto
	11	Comercialización de residuos	Residuos vendidos	Area de vivienda	Bimensual
	12	Residuos orgánicos	Disposición en obra	Area del Proyecto	Diario
	13	Residuos de repuestos de maquinaria.	Manejo	Area del proyecto	Diario
	14	Monitoreos de calidad del agua.	Verificar estado actual	Area del proyecto	Bimensual

Fuente: Adaptación de Minambiente. Criterios y Procedimientos. Agosto 2002.

Ilustración 93 Seguimiento y Monitoreo Medio Social

PROGRAMA DE SEGUIMIENTO Y MONITOREO AMBIENTAL					
MEDIO SOCIAL					
PROGRAMA	ACCION AMBIENTAL		PARAMETRO O INDICADOR	SITIO A VERIFICAR O CONTROLAR	FRECUENCIA O MOMENTO
	No	ACCION			
EDUCACION	1	Charlas técnicas o talleres	Empleados	Area del proyecto	Semestralmente
	2	Charlas técnicas o talleres	Comunidad	Area del entorno	Semestralmente
INFORMACION	3	Realización de reuniones	Actores del poder	Area del entorno	Anual
	4	Realización de reuniones	Actores del saber	Area del entorno	Anual
	5	Realización de reuniones	Actores de la producción	Area del entorno	Anual
	6	Realización de reuniones	Actores de la comunidad	Area del entorno	Anual

Fuente: Adaptación de Minambiente. Criterios y Procedimientos. Agosto 2002.

Ilustración 94 Cumplimiento programa Ambiental

ESTADO DE CUMPLIMIENTO DE LOS PROGRAMAS QUE CONFORMAN EL PLAN DE MANEJO AMBIENTAL						
PROGRAMA:					VERSION / FECHA:	
CUMPLIMIENTO DE METAS (INDICADORES DE ÉXITO)						
1. METAS			2. PARAMETRO DE CONTROL MEDIDO		3. VALOR DE REFERENCIA O CARACTERISTICA DE CALIDAD	
Nº	DESCRIPCION		DESCRIPCION	VALOR	DESCRIPCION	VALOR
CUMPLIMIENTO DE LAS ACCIONES DEL PMA						
5. ACCIONES DE MANEJO CORRECCION O COMPENSACION		6. ACCIONES DE VERIFICACION PERIODICA		7. ACCIONES DE VERIFICACION SEGUN AVANCE		8. OBSERVACIONES
		PERIODICIDAD DE LA VERIFICACION	% DE CUMPLIMIENTO	% DE AVANCE PROGRAMADO	% DE AVANCE A LA FECHA	
Nº	DESCRIPCION					
9. PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO DEL PROGRAMA (%)						
OBSERVACIONES GENERALES					NOMBRE: PROFESIONAL RESPONSABLE	
					FIRMA:	

Fuente: Adaptación de Minambiente. Criterios y Procedimientos. Agosto 2002.

7. CONCLUSIONES

Actualmente en la ciudad de Guadalajara de Buga y según la Cámara de comercio, “no existe ninguna empresa que se dedique a producir o transformar productos a base de Cannabis”, por lo cual se tiene la oportunidad de abrir un nuevo mercado; Si bien al presente no se considera un “Sector Cannábico” para confirmar su crecimiento, si existen evidencias del incremento del consumo del Cannabis, ya que se tienen pruebas científicas sobre los beneficios que la planta brinda, a su vez el ministerio de Salud y protección social, a propósito del debate de la legalización de la marihuana con fines medicinales, entregó cifras concretas del consumo de dicha sustancia. La marihuana es la sustancia psicoactiva más consumida en el país y la que muestra una mayor tendencia de crecimiento. Finalmente se determina que el mercado potencial de CANNABIDOL De acuerdo al censo del DANE del año 2015 Es de 115.433 personas en la ciudad de Guadalajara de Buga.

La propiedad donde funcionará la planta tendrá una extensión aproximada de 6.000 (M²) metros cuadrados la zona de cultivo tendrá una un área de alrededor 4200 (M²) metros cuadrados donde se pueden sembrar 4 plantas por cada 3 (M²) metros cuadrados, es decir que en 4200 (M²) metros cuadrados cultivo, se tendrán alrededor de 1.870 plantas de cannabis.

Cannabidol contará con una estructura organizacional lineal, teniendo en cuenta que los cargos estarán definidos por líneas de autoridad y de responsabilidad ocupados por perfiles de desempeño Gerencial, Administrativo y Operativo. Los valores que se promoverán en la propuesta de empresa a la Ciudad son: Responsabilidad, Honestidad, Respeto, Competitividad, Compromiso y Confianza.

A partir del estudio financiero se logra determinar que la empresa necesita una inversión inicial de \$312'982.565 COP Pesos; los cuales cubren necesidades de terreno, maquinaria, equipos de oficina, adecuación del local comercial y capital de

trabajo; de los cuales \$ 140'281.000 COP Son aporte de emprendedores y los \$172'701.565 COP pesos restantes se esperan obtener mediante la financiación de capital semilla por medio del fondo emprender ya que el proyecto es viable financieramente.

Tras analizar los estados financieros de propósito general y de usar indicadores para verificar la rentabilidad de la empresa, se concluye que Cannabidol se proyecta como una empresa con rendimiento superior a lo que sus inversionistas (Fondo Emprender) esperan inicialmente. Según el estudio de mercado realizado, las ventas proyectadas se cumplirán sin ningún retraso, dando así un logro de utilidad desde el primer año de la conformación de la empresa. A medida que pasan los años el margen de utilidad es alto pasando del 29% el primer año al 41% en el quinto, es decir que los costos y gastos serán controlados y que el dinero que entra por las ventas realizadas llega en su gran mayoría a la utilidad.

Según el análisis de la T.I.R. y V.A.N. el proyecto es factible ya que cumple con los parámetros de evaluación de estos indicadores donde suponen un V.A.N. Mayor a 0 y una T.I.R. Mayor al 25%. En el caso del escenario probable hecho en el análisis de sensibilidad, el proyecto tiene como resultado una V.A.N. de \$313'309.368 COP pesos y una T.I.R del 50.24%. Lo anterior demuestra que el proyecto generara riqueza más allá del retorno del capital, es decir además del rendimiento mínimo esperado el proyecto ofrece un “premio adicional” al tiempo que la T.I.R arroja un resultado 25% superior a la tasa mínima de rendimiento a la que aspiran los inversionistas.

Finalmente se realizó una evaluación de los impactos del proyecto identificados sobre las distintas fases, en el cual se puede concluir que no generará impactos ambientales severos sobre el medio ambiente; con la adopción de las medidas preventivas y de mitigación, deberá considerar además el correcto manejo y disposición de los residuos domésticos e industriales no peligrosos que genere el Proyecto.

Los mayores impactos del Proyecto se presentan durante la etapa de construcción de éste, en particular, sobre elementos del medio físico y biótico: suelos, vegetación y paisaje. Para el cual se debe adoptar un plan de mitigación que minimice la acción impactante de esta actividad.

Desde la perspectiva administrativa se puede concluir que el estudio de factibilidad para la creación de una empresa cultivadora, productora y comercializadora de productos a base de cannabis para uso terapéutico y medicinal en la ciudad de Guadalajara de Buga, sería viable según los diferentes estudios que se realizaron en este trabajo. Como futuros administradores de empresas el desarrollo de este trabajo les permite a los investigadores vislumbrar una oportunidad no solo de mercado, sino de vida, así como la posibilidad de poner en práctica tanto los conocimientos adquiridos como las experiencias actitudinales y aptitudinales en el ciclo académico formativo.

BIBLIOGRAFÍA

- ¿CUÁNTA MERCANCÍA SE MUEVE EN LOS PUERTOS? Publicado el 14 de marzo del 2017, disponible en: www.ldlogistica.com/index.php/2017/03/14/cuanta-mercancia-se-mueve-en-los-puertos. Consultado el 20 de Agosto de 2017.
- AGUILAR MORENO, Jaime. Guía Para La Determinación Del Tamaño De Una Muestra Estadística. Agosto 2005.
- Alcaldía de Guadalajara de Buga - Valle del Cauca. Buga Renovada. Sitio oficial de Guadalajara de Buga en Valle del Cauca, Colombia. Disponible en: http://www.guadalajaradebuga-valle.gov.co/informacion_general.shtml. Consultado el 26 de abril de 2017.
- Alchimia Web. Le cannabis, un nouveautraitementefficacecontre le cancer (STFR). **Publicado el 01 ago. 2014. Disponible en** <https://www.youtube.com/watch?v=z83OZJlWxA>. **Consultado el 08 de Octubre de 2016.**
- ALDUBAR, Castañeda Helson & IBÁÑEZ, Luis Alberto. Estudio de factibilidad para el montaje de una empresa comercializadora de productos naturistas en la ciudad de Fusagasugá. 2014.
- American Cancer Society. Tratamientos y efectos secundarios. Consultado el 05 de Octubre de 2016. Disponible en: <http://www.cancer.org/espanol/servicios/tratamientosyefectossecundarios/>.
- Banco de la República. Banrep. Desarrollo histórico del campo Colombiano. Salomón Kalmanovitz. Consultado el 08 de noviembre de 2016. Disponible en <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/historia/colhoy/colo9.htm>.
- BANCO MUNDIAL Estudios Sobre América Latina Y El Caribe. El emprendimiento en América Latina Muchas empresas y poca innovación. 2014.
- BETANCOURT, Guerrero, B. Análisis sectorial y Competitividad. Análisis de la estructura del Sector. Cap. 5. Pág. 141-160.
- BETANCOURTH, Guerrero, B. Diseño Organizacional. La estructura. Cap. 2. Los Organigramas. Pág. 9-30. 2000.
- BRITISH JOURNAL OF PHARMACOLOGY. Estudio sobre la orientación de múltiples vías anti-tumorales por medio de los cannabinoides conduce a la inhibición de estados avanzados de cáncer de mama. 2014.
- BUOSO, José Carlos. Director de Proyectos Científicos de la Fundación ICEERS (International Center for Ethnobotanical Education, Reserch &

- Servvices). Calidad de Vida relacionada con la salud en usuarios terapéuticos de cannabis. 2016.
- CÁMARA DE COMERCIO. Observatorio del Emprendimiento de Bogotá. Edición No. 1. 2007.
 - Cannabis Consciente. ¿Qué es el efecto psicoactivo? Vergara, Karina. Bióloga. Publicado el 27 de marzo de 2015, Consultado el 15 de noviembre de 2016. Disponible en: <http://www.cannabisconsciente.com/efecto-psicoactivo/>
 - Cannabis Consciente. Thc, Cbd, Cbn. Consultado el 29 de Octubre de 2016. Disponible en: <http://www.cannabisconsciente.com/thc-cbd-cbn/>
 - CARVAJAL, García Carlos Arturo. ¿Se debe legalizar la marihuana? 2014.
 - COLCIENCIAS. Desarrollo tecnológico e innovación. Innovación empresarial. Consultado el 14 de noviembre de 2016. Disponible en: <http://www.colciencias.gov.co/portafolio/innovacion/empresarial>
 - Comprobado, las células del cáncer se suicidan con el THC, #420weedTV PROGRAMA 29. Publicado el 02 de octubre de 2014. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=GqUS-Tq6AbM> Consultado el 08 de Octubre de 2016.
 - DAHNKE, Gordon. FERNÁNDEZ, Carlos. La Comunicación Humana: Ciencia Social. McGraw-Hill. México, 1986.
 - DANE-Cálculos: Cámara Farmacéutica ANDI. Encuesta Anual Manufacturera - Asocoldro, Boletín ANDI. Bogotá, D.C. 2012.
 - DE FOMENTO A LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO, Ley 1014 de 2006. Art. 1.
 - Diseño y distribución en planta. Ingeniería industrial online. Herramientas para el Ingeniero. Consultado el 06 de Octubre de 20187. Disponible en: <https://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/dise%C3%B1o-y-distribuci%C3%B3n-en-planta/>
 - Dr. Tomislav Meštrović, MD, PhD, NEWS MEDICAL LIFE SCIENCE. Metformin contraindications. Consultado el 1 Febrero de 2018. Disponible en: <https://www.news-medical.net/health/Metformin-Contraindications.aspx>
 - DUQUE, JULIÁN; VIASÜS ANA MARÍA. Estudio de Mercado, Técnico, Administrativo y Financiero para la Empresa “Salsamentaría Müller de Guadalajara de Buga”. 2010.
 - El 10% del país se beneficiaría del cannabis medicinal, publicado el 10 de enero del 2017, disponible en: <http://www.portafolio.co/negocios/marihuana-medicinal-beneficiara-al-10-de-los-colombianos-502666> Consultado el 21 de agosto de 2017.
 - El 10% del país se beneficiaría del cannabis medicinal. Publicado el 10 de enero del 2017, disponible en: <http://www.portafolio.co/negocios/marihuana->

[medicinal-beneficiara-al-10-de-los-colombianos-502666](#) Consultado el 21 de agosto de 2017.

- EL ESPECTADOR. Política. En Colombia 11.5% de la población ha probado la marihuana alguna vez. Consultado el 4 de septiembre de 2017 Disponible en: <http://www.elespectador.com/noticias/politica/colombia-115-de-poblacion-ha-probado-marihuana-alguna-v-articulo-523908> . Publicado el 24 de Octubre de 2016. Redacción Política.
- EL ESPECTADOR. Quevedo. H. Norbey. La norma que reglamenta el cannabis terapéutico: La nueva ruta de la marihuana medicinal. Publicado el 08 de Abril de 2017. Disponible en: <http://www.elespectador.com/noticias/investigacion/la-nueva-ruta-de-la-marihuana-medicinal-articulo-688481> . Consultado el 11 de marzo de 2017.
- ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL. Área Influencia del Proyecto. Capítulo 3. Consultado febrero 17 de 2018. Disponible en: http://www.mecontuc.gov.ar/dpv/descargas/audiencia/rp_314/EIA_CAP3.pdf
- FONDO EMPRENDER. Guía plan de negocios. Formulación de planes de negocios. Unidad 7. Aspectos financieros. PDF. SENA.
- FORMULACIÓN PLANES DE NEGOCIO. Unidad 5. Aspectos operativos. Pdf. Sena.
- FUNDACIÓN PARA LA DIABETES. Diabetes, una epidemia del Siglo XXI. Consultado el 01 Febrero 2018. Disponible en: <http://www.fundaciondiabetes.org/prensa/298/diabetes-una-epidemia-del-siglo-xxi>
- GARZÓN, M. A. e Ibarra, A. Innovación empresarial, difusión, definiciones y tipología. Una revisión de literatura. Revista Dimensión Empresarial, vol. 11, Núm. 1, pp. 45-60. 2013.
- GARZÓN, M. A. e Ibarra, A. Innovación empresarial, difusión, definiciones y tipología. Una revisión de literatura. Revista Dimensión Empresarial, vol. 11, Núm. 1, P 48. 2013.
- GÓMEZ Núñez Liyis. Creación de empresas y estrategia Reflexiones desde el enfoque de recursos, 2004.
- GUZMÁN, Manuel. Universidad Complutense de Madrid “Lo que el cannabis puede hacer por su salud”. 2015.
- HERNÁNDEZ, Roberto. FERNÁNDEZ, Carlos. BAPTISTA, Pilar. Metodología de la Investigación. Editorial McGraw-Hill. 2003.
- ICEX. EL SECTOR DE PRODUCTOS NATURALES EN COLOMBIA. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Bogotá 2005.
- Instituto Nacional del Cáncer. De los Institutos Nacionales de la Salud de EE. UU. El cáncer. Estadísticas del cáncer. Disponible en:

<https://www.cancer.gov/espanol/cancer/naturaleza/estadisticas>. Consultado el 07 de Octubre de 2016.

- Instituto Nacional del Cáncer. De los Institutos Nacionales de la Salud de EE. UU. El cáncer. Tratamiento del cáncer. Medicina complementaria y alternativa para pacientes. Disponible en: <https://www.cancer.gov/espanol/cancer/tratamiento/mca/paciente/cannabis-pdq>. Consultado el 08 de Octubre de 2016.
- INTERNATIONAL DIABETES FEDERATION.
- JOSLIN DIABETES CENTER. ¿Qué es la resistencia a la insulina?
- KRAJEWSKI LEE J. Administración de operaciones. Procesos y cadenas de suministro. Décima edición. Person educación, México 2013.
- LA REPÚBLICA. ¿Cuánta Mercancía se mueve en los puertos? Publicado el 13 Marzo 2017. Consultado el 01 Febrero 2018. Disponible en: <https://www.larepublica.co/empresas/cuanta-mercancia-se-mueve-en-los-puertos-2483441>
- Mail Online. Science & Technology. SARAH Griffith Science. Drug map. Publicado el 30 de Noviembre de 2015. Disponible en: <http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-3333877/Drug-map-reveals-substances-country-addicted-Scotland-hooked-cocaine-Iceland-smokes-cannabis-opiates-rife-US.html>. Consultado el 07 de Octubre de 2016.
- MENDEZ, Álvarez, Carlos Eduardo. Metodología: Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales. P, 230. México: Limusa, 2008.
- MINAMBIENTE. Ministerio de ambiente, vivienda y desarrollo territorial. Dirección de licencias, permisos y trámites ambientales república de Colombia Términos de referencia. Estudio de impacto ambiental. Proyectos de dragado de profundización de canales navegables y en área de deltas. pu-ter-1-03 Bogotá, D.C. 2006.
- Ministerio de salud y protección social (2014) Consultado el 05 de noviembre de 2016. Disponible en: www.minsalud.gov.co/sites/rid/lists/bibliotecadigital/ride/de/marihuana%20con%20uso%20terapeutico-contexto%20colombiano.pdf
- MINSALUD. Ministerio De Salud Y Protección Social. La marihuana con uso terapéutico en el contexto colombiano. 2014.
- NAVARRO, Dino, Pablo. Practica Profesionalizante III. Teoría de la Factibilidad. El concepto de la teoría de la Factibilidad.
- NIH. Biblioteca Nacional de medicina de los Estados Unidos. Medline plus. Sobredosis de Paracetamol (Acetaminofén). Consultado febrero 23 de 2018. Disponible en: <https://medlineplus.gov/spanish/ency/article/002598.htm>

- NIH. National Cancer Institute. About Cancer. Cancer Statistics. Consultado el 04 de octubre 2016 Disponible en: <https://www.cancer.gov/about-cancer/understanding/statistics>.
- Onirogenia Magazine. La Marihuana según los chamanes. Publicado el 21 de Julio de 2011. Disponible en: <http://www.onirogenia.com/enteogenos/la-marihuana-segun-los-chamanes/>. Consultado el 05 de Octubre de 2016.
- OROZCO HENAO, Adriana. Manual de Funciones, Procesos y Procedimientos para la empresa Hierros HB SA. Consultado el 28 de Septiembre de 2017. Disponible en: <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/906/658306O74.pdf?sequence=1>
- PALMA, Zúñiga. Henry. MsC. Elaboremos un estudio de impacto ambiental. Documento técnico. Publicado en 2009, Consultado en febrero 17 de 2018. Disponible en: http://comunidad.udistrital.edu.co/hzuniga/files/2012/06/elaboremos_un_estudio_de_impacto_ambiental.pdf
- PBOT Plan Básico de Ordenamiento Territorial. San Juan Bautista de Guacarí. 2000-2010. Acuerdo N° 018. 2000. Consultado febrero 17 de 2018. Disponible en [http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/eot_acuerdo_018_2000_guacari_valle_del_cauca_\(138_pag_472_kb\).pdf](http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/eot_acuerdo_018_2000_guacari_valle_del_cauca_(138_pag_472_kb).pdf)
- PBOT Plan Básico de Ordenamiento Territorial. San Juan Bautista de Guacarí. 2000-2010. Acuerdo N° 018. 2000. Consultado febrero 17 de 2018. Disponible en:
- PONCE, Hollynes. MERCADO, Eledibeth. CASTAÑEDA, Jonathan. MONTERROSA, Miguel. Seminario de la creatividad. Historia de la creatividad. Disponible en: <https://seminariodelacreatividda.jimdo.com/historia/> Consultado el 27 de marzo de 2017.
- Revista M prende. Gestión Legal Colombia (GLC) consultores. 10 pasos para crear empresa en Colombia. Publicado el 09 de Agosto de 2014. Disponible en: <http://mprende.co/legal/10-pasos-para-crear-una-empresa-en-colombia> . Consultado el 27 de abril de 2017.
- SABINO, Carlos A. El proceso de investigación, P.155.
- SALCEDO, Gutiérrez Andrés & RAMÍREZ, Bonilla Paola. Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de artículos de marroquinería en la ciudad de Tuluá. Imagine accesorios. 2013.
- SCHUMPETER, Joseph A- Análisis del Cambio Económico. Ensayos sobre el Ciclo Económico. México, Fondo de Cultura Económica. 1935.

- SEIC. Sociedad Española de Investigación sobre Cannabinoides Estudio orientado al: “Tratamiento de esclerosis múltiple con cannabis” 2010.
- SERNA, Gómez Humberto. Gerencia estratégica –Teoría- Metodología. Alineamiento, implementación, y mapas estratégicos. Índices de gestión. Bogotá. DC: 3 R, Editores, Pag.58. 2008.
- The American Journal of Medicine. Elizabeth A. Penner, MD, MPH, Hannah Buettner, BA, Murray A. Mittleman, MD, DrPH. The Impact of Marijuana Use on Glucose, Insulin, and Insulin Resistance among US Adults. Disponible en <http://www.amjmed.com/article/S0002-9343%2813%2900200-3/fulltext>. Consultado el 09 de Octubre de 2016
- THE AMERICAN JOURNAL OF MEDICINE. Elizabeth A. Penner, MD, MPH, Hannah Buettner, BA, Murray A. Mittleman, MD, Dr.PH. “The Impact of Marijuana Use on Glucose, Insulin, and Insulin Resistance among US Adults”. 2013.
- The American Journal of Pathology. Azza B. El-Remessy, Mohamed Al-Shabrawey, Yousuf Khalifa, Nai-Tse Tsai, Ruth B. Caldwell, Gregory I. Liou. Neuroprotective and Blood-Retinal Barrier-Preserving Effects of Cannabidiol in Experimental Diabetes. January 2006 Volume 168, Issue 1, Pages 235–244. Disponible en <http://ajp.amjpathol.org/article/S0002-9440%2810%2962086-X/abstract>. Consultado el 09 de Octubre de 2015.
- The new York Times. Casey Nicholas. Colombia ve una oportunidad en la marihuana, después de décadas de combatirla. Publicado el 09 de marzo de 2017. Disponible en: <https://www.nytimes.com/es/2017/03/09/colombia-marihuana-legalizacion-estrategia/> . Consultado el 11 de marzo de 2017. América Latina. Colombia.
- VARELA. Innovación Empresarial. Arte y Ciencia en la Creacion de Empresas., Bogota, D.C. 2001.
- VARGAS, Vargas Eilyn Katherine. Factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de derivados de guayaba en el municipio de la plata Huila. 2013
- WHO. World Health Organization. Media centre. Cancer. Modifying and avoiding risk factors. Disponible en: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs297/en/>. Consultado el 24 de Octubre de 2016.

ANEXOS

ANEXO N°1 ENCUESTA

Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa dedicada al cultivo, producción y comercialización de productos a base de Cannabis/Marihuana para uso terapéutico y medicinal.

Esta encuesta se realiza con fines exclusivamente académicos. La finalidad principal es obtener información acerca del uso de medicina alternativa para tratar dolencias y enfermedades.

1. ¿Su edad puede enmarcarse entre?

- 18-27 años (joven)___
- 28- 35 años (Adulto)___
- 36-59 años (Mediana edad)___
- >60 años (Tercera edad) ___

2. ¿Sufre usted, o alguien de su familia de enfermedades como:

- Diabetes___
- Cáncer___
- Obesidad___
- Hipertensión___
- Glaucoma___
- Otra___
- ¿Cuál? _____

3. ¿Ha utilizado Marihuana

- De forma medicinal___
- De forma Recreativa___

4. ¿Conoces los beneficios medicinales de la Marihuana?

- Si___
- No___

5. ¿Por lo que sabe o ha escuchado, su valoración de la Marihuana Medicinal es:

- Muy buena__
- Buena__
- Regular__
- Mala__
- Muy mala__
- Peligrosa__

6. ¿Si la Marihuana Medicinal estuviera en el mercado demostrando sus beneficios, usted lo utilizaría? SI __ NO __

7. ¿Usted compraría productos que contuvieran Marihuana Medicinal?

- Definitivamente lo compraría __
- Probablemente lo compraría__
- No sé si la compraría__
- Probablemente no la compraría__
- Definitivamente no la compraría__

8. ¿Su nivel de educación se ubica?

- Básica primaria__
- Básica secundaria__
- Media Técnica__
- Tecnología__
- Carrera profesional__
- Posgrado__

9. ¿Género? Femenino__ Masculino__

10. ¿A qué estrato Socio-Económico pertenece?

- 1- Bajo-bajo__
- 2-Bajo __
- 3-Medio-bajo __
- 4-Medio __
- 5-Medio-alto __
- 6-Alto __⁸⁴

⁸⁴ DIAN. Estratificación Colombia.

ANEXO N°2 RECONOCIMIENTO A CANNABIDOL.

Ilustración 95 Reconocimiento



Fuente: Elaboración Propia.

Cannabidol se presentó a la convocatoria Realizada en el mes de mayo del presente año por Valle E y la Red Regional de Emprendimiento a nivel departamental en el Valle del Cauca, donde más de 800 Emprendedores se postularon, quedando finalmente entre los 40 mejores Emprendimientos de la región, finalmente se obtuvo un reconocimiento por parte de la Cámara de comercio de Buga, La Cámara de Comercio de Cali y La Secretaría de Desarrollo Económico y Competitividad de la Gobernación del Valle Del Cauca.