

PLAN DE NEGOCIO PARA CREAR LA EMPRESA VERDUCAMPO DEDICADA
A LA PREPARACION Y COMERCIALIZACION DE ENSALADAS LISTAS PARA
EL CONSUMO EN LA COMUNA 3 DE LA CIUDAD DE CALI

MARIA DEL PILAR GUERRERO MOSQUERA

Codigo. 110513111036

LUZ MERY SANCHEZ ZUÑIGA

Codigo. 110513102016

UNIVERSIDAD SAN MARTIN
FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI

2016

**PLAN DE NEGOCIO PARA CREAR LA EMPRESA VERDUCAMPO DEDICADA
A LA PREPARACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ENSALADAS LISTAS PARA
EL CONSUMO EN LA COMUNA 3 DE LA CIUDAD DE CALI**

MARIA DEL PILAR GUERRERO MOSQUERA

Código: 110513111036

LUZ MERY SANCHEZ ZUÑIGA

Código: 110513102019

**UNIVERSIDAD SAN MARTIN
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
2016**

**PLAN DE NEGOCIO PARA CREAR LA EMPRESA VERDUCAMPO DEDICADA
A LA PREPARACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ENSALADAS LISTAS PARA
EL CONSUMO EN LA COMUNA 3 DE LA CIUDAD DE CALI**

**MARIA DEL PILAR GUERRERO MOSQUERA
LUZ MERY SANCHEZ ZUÑIGA**

**Proyecto de grado presentado para optar al título de administrador de
empresas**

**Tutor:
MAURICIO HERRERA
Profesión**

**UNIVERSIDAD SAN MARTIN
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
2016**

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	17
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	19
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	19
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	20
1.3. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	20
1.4. LINEA DE INVESTIGACIÓN.....	21
2. JUSTIFICACIÓN.....	22
3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	24
3.1 OBJETIVO GENERAL	24
3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	24
4. MARCO DE REFERENCIA.....	25
4.1 ANTECEDENTES.....	25
4.2 MARCO TEÓRICO	26
4.2.1. Principales aportes teóricos sobre emprendimiento	27
4.2.2. Elementos teóricos de plan de negocios	28
4.3. MARCO CONCEPTUAL	31
4.4 MARCO LEGAL.....	34
4.4.1 Constitución de Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS).....	34
4.4.2 Decreto 3075 de 1997.....	35
4.4.2.1.Resolución 2074 de 2013.....	35
4.4.3 Decreto número 60 DE 2002.....	36
4.4.4 Resolución número 005109 de 2005.....	37
4.4.5 Código sustantivo del trabajo Colombia.....	37
4.5 MARCO ESPACIAL	37
4.5.1. Comuna tres de Santiago de Cali	39
4.5.1.1 Aspectos Históricos.....	
4.5.1.2 Aspectos sociodemográficos.....	39
4.5.1.3 Distribución socioeconómica a nivel de barrio.....	40
4.5.1.4 Población.....	46
4.5.1.5 Aspectos Económicos.....	40
4.6 MARCO TEMPORAL.....	42
5. DISEÑO METODOLÓGICO.....	43
5.1 TIPO DE ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN.....	43
5.1.1. Investigación exploratoria	43
5.1.2. Investigación descriptiva	44

5.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	44
5.2.1 Unidad de análisis	45
5.2.2 Instrumentos	46
5.2.3 Pasos de ejecución de la investigación	46
5.3 MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN	46
5.4. FUENTES Y TÉCNICAS USADAS PARA RECOLECTAR LA INFORMACIÓN	47
5.4.1. Fuentes primarias	47
5.4.1.1. Población y muestra	48
5.4.2. Fuentes secundarias	49
5.5. TÉCNICAS PARA ANALIZAR LA INFORMACIÓN	49
6. ESTUDIO DEL MERCADO	50
6.1.1 Entorno geofísico	50
6.1.2 Entorno social	52
6.1.4 Entorno medioambiental	57
6.1.5 Entorno económico	58
6.1.6 Entorno tecnológico	61
6.1.7 Entorno político	62
6.1.8 Entorno jurídico	63
6.2. ANÁLISIS SECTORIAL	64
6.2.1. Análisis de la Oferta	66
6.2.2. Principales empresas del sector en Cali	68
6.2.3. Análisis de las fuerzas competitivas del sector	71
6.3. ANÁLISIS DEL MERCADO	73
6.3.1. Investigación del mercado	73
6.3.2. Segmentos del mercado	79
6.3.3. Tamaño del Mercado Actual	80
6.3.3.1. Mercado Potencial	80
6.3.3.2. Mercado Objetivo	81
6.3.4. Participación del mercado del proyecto	82
6.4. ESTRATEGÍAS DE MERCADEO	83
6.4.1. Estrategía de producto	83
6.4.1.1. Beneficios del producto	83
6.4.1.2. Presentación	84
6.4.1.3. Línea de productos	86
6.4.1.4. Propuesta de valor	87
6.4.2. Estrategía de distribución	87
6.4.2.1. Modelo de Negocio	88
6.4.3. Estrategía de promoción	90
6.4.4. Estrategía de precios	94
7. ESTUDIO TÉCNICO	95
7.1. FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	95

7.2. PROCESOS DE PRODUCCIÓN	96
7.2.1. Diagrama del Proceso del Producto	98
7.3. TAMAÑO DE LA EMPRESA.....	100
7.4. NECESIDADES DE EQUIPO	101
7.5. NECESIDADES DE MANO DE OBRA OPERATIVA	101
7.6. NECESIDADES DE MANO DE OBRA DE APOYO.....	102
7.7. NECESIDADES DE EQUIPO DE COMPUTO Y MUEBLES ENSERES.....	102
7.8. NECESIDADES DE PLANTA	103
7.9. LOCALIZACIÓN DEL NEGOCIO.....	104
7.10. NECESIDADES DE MATERIAS PRIMAS	106
7.11. COSTOS DE PRODUCCIÓN	110
7.11.1. Costo unitario de materia prima directa.....	110
7.11.2. Costo unitario de mano de obra directa.....	111
7.11.3. Costos Indirectos de fabricación (Unitario).....	112
7.11.4. Costos de producción unitario.....	112
8. ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL.....	114
8.1. ASPECTOS ORGANIZACIONALES.....	114
8.1.1. Matriz DOFA.....	114
8.1.2. Direccionamiento estratégico.....	116
8.1.3. Organigrama.....	116
8.1.4. Presupuesto de gastos operativos.....	122
8.2. ASPECTOS LEGALES	124
8.2.1. Constitución de la empresa.....	124
8.2.2. Permisos	127
8.2.3. Obligaciones tributarias.....	128
8.2.4. Contratación de empleados	128
8.2.5. Licencias y derechos	128
8.2.6. Distribución de utilidades.....	129
8.2.7. Gastos de constitución.....	129
9. ESTUDIO FINANCIERO.....	130
9.1. INVERSIONES DEL PROYECTO	130
9.2. COSTOS DE FINANCIACIÓN DEL PROYECTO	131
9.2.2. Costo de Capital del Proyecto.....	133
9.3. PARAMETROS DE PROYECCION FINANCIERA	134
9.4. POLITICAS FINANCIERAS	135
9.5. PROYECCIONES FINANCIERAS	137
9.5.1. Proyección de los estados financieros.....	138
9.6. PUNTOS DE EQUILIBRIO DEL PROYECTO.....	141
9.7. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	142
9.7.1. Análisis de Indicadores Financieros.....	142
9.7.1.1. Análisis de Liquidez	142
9.7.1.2. Análisis Operativo	143

9.7.1.3. Análisis de Endeudamiento	145
9.7.1.4. Análisis de Rentabilidad	146
9.7.2. Análisis de Factibilidad Económica del Proyecto.	147
10. CONCLUSIONES	149
11. RECOMENDACIONES.....	151
BIBLIOGRAFIA.....	152

RESUMEN

Se desarrolla en este documento el estudio de viabilidad para la creación de la empresa Verducampo dedicada a la preparación y comercialización de ensaladas listas para el consumo en la comuna 3 de la ciudad de Santiago de Cali. Esta idea se enfoca en las ventajas nutricionales de las verduras y su versatilidad para lograr la elaboración de platos exóticos tipo gourmet, por medio de la combinación de una variedad de ingredientes y la implementación de un sistema que permita al cliente diseñar el menú según prefiera.

Para enfrentar el mercado y la competencia se tiene como estrategia fundamental la diferenciación y la diversificación de producto. Igualmente se busca posicionar el producto mediante la venta directa a domicilio y no a través de distribuidores masivos como supermercados que es el canal habitual que emplean las empresas del sector, pues se intenta no caer en el poder de negociación de estas empresas quienes pagan en un promedio de 60 días.

Finalmente se concluye que este proyecto es una propuesta de negocio viable para sus inversionistas, ya que la evaluación financiera durante el lapso de 5 años alcanzara una TIR (Tasa Interna de Retorno) del 22,82% equivalente a un valor presente neto de \$44.305.671 lo que significa que el proyecto, tal como está planteado en los estudios de viabilidad, es viable financieramente, debido a que cubre su costo de capital (12%) y cumple con las expectativas de los socios.

Palabras claves: Ensaladas de verduras, alimentación saludable, segmento del mercado, evaluación financiera.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de grado está encaminado a contribuir en el mejoramiento de los hábitos de alimentación que tiene la comunidad caleña los cuales pueden reflejarse positiva o negativamente en su estado de salud y/o en su calidad de vida. El tema principal es la realización de un plan de negocios a la empresa Verducampo que contribuya a mejorar los hábitos alimenticios de la comuna tres de la ciudad de Cali a través de la venta de ensaladas listas para el consumo.

Para conocer a fondo porque el ser humano ha descuidado considerablemente los hábitos de alimentación saludable, primeramente se debe mencionar cada una de sus causas. Una de ella es el acelerado ritmo de vida que presentan, otra es por desconocer que es y cómo debe de ser una dieta adecuada o balanceada, por falta de recursos económicos o porque simplemente no es de su agrado comer saludablemente. Todo esto conlleva a la aparición y a la proliferación de una gran cantidad de enfermedades por una inadecuada nutrición, tales como la obesidad, altos niveles de colesterol, entre otras, que de alguna manera u otra afectan y comprometen su salud y por ende, su vida.

Este proyecto busca aprovechar dos tendencias de la sociedad, para crear la empresa Verducampo, e incursionar en el mercado de las ensaladas frescas empacadas y listas para el consumo.

En los últimos años, se ha evidenciado notablemente dos fuertes tendencias que tienen las personas, una de ellas es el consumo de alimentos naturales y frescos, libres de químicos, grasas y conservantes. Otra de las fuertes tendencias que se presentan en el mercado de los alimentos, corresponde a los productos empacados listos para el consumo, lo cual se traduce en una disminución en los tiempos de preparación.

En este orden de ideas, el estudio se estructura en cuatro fases que son los lineamientos investigativos, los resultados, las conclusiones y recomendaciones, los cuales, se dan a conocer con la formulación y evaluación del proyecto ya que este permite explicar con mayor coherencia su viabilidad; por lo tanto, el trabajo contempla los siguientes estudios de viabilidad:

Estudio de Factibilidad del Mercado: en este estudio se muestra las consideraciones más importantes de la Demanda y Oferta existente en los puntos de venta. Al igual que las estrategias de marketing que se van a emplear para impulsar la empresa.

Estudio de Factibilidad Técnica: muestra los requerimientos de recursos físicos, tecnológicos, y humanos de la empresa, orientado a determinar y cuantificar los recursos necesarios para la puesta en marcha de la nueva organización.

Estudio de Factibilidad Organizacional y legal: se determina la estructura administrativa de la organización, así mismo, muestra procesos de Planeación, Organización, Dirección y control. También se describe el manejo legal del negocio, en lo que corresponde a su constitución, y lo relacionado con asuntos comerciales tributarios, y laborales.

Estudio de Factibilidad Financiera: en este estudio se evalúa financieramente el proyecto, determinando la cuantificación de la inversión total, las fuentes de financiación, las proyecciones de estados financieros, y los criterios de evaluación tales como: el VPN (Valor presente neto), TIR (tasa interna de retorno), FCL (Flujo de caja libre), periodo de recuperación de la inversión, entre otras variables.

Finalmente se describen las respectivas conclusiones y recomendaciones del estudio.



Nota

Este trabajo se encuentra disponible únicamente en **formato físico**, ya que no cuenta con versión digital. Por tal motivo, en este repositorio solo serán visibles las páginas preliminares con fines informativos. Para su consulta completa, el usuario deberá verificar la ubicación o sede donde se encuentra el ejemplar físico, o bien solicitar información adicional escribiendo al correo institucional:

repositoriofusm@sanmartin.edu.co