

**ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE AREQUIPE DE NARANJA,
LIMÓN, UVAY ZAPALLO EN LA COMUNA 5 DE LA CIUDAD DE CALI-
VALLE DEL CAUCA**

**LUZ ELENA VELEZ OCAMPO
JOSE FRANCISCO BARRERA DE LA PEÑA**

**UNIVERSIDAD SAN MARTÍN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI**

2018

**ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE AREQUIPE DE NARANJA,
LIMÓN, UVA Y ZAPALLO EN LA COMUNA 5 DE LA CIUDAD DE CALI –
VALLE DEL CAUCA**

**LUZ ELENA VELEZ OCAMPO
JOSE FRANCISCO BARRERA DE LA PEÑA**

**UNIVERSIDAD SAN MARTÍN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
2018**

**ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE AREQUIPE DE NARANJA,
LIMÓN, UVA Y ZAPALLO EN LA COMUNA 5 DE LA CIUDAD DE CALI –
VALLE DEL CAUCA**

**LUZ ELENA VELEZ OCAMPO
JOSE FRANCISCO BARRERA DE LA PEÑA**

**Proyecto de grado presentado como requisito para optar al título
Profesional en Administración de empresas**

**Directora de Proyecto
Mg. Lilliana Vargas Castaño**

**UNIVERSIDAD SAN MARTÍN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
2018**

CONTENIDO

	Pág.
IDEA DEL PROYECTO DE GRADO	10
TITULO DEL PROYECTO DE GRADO	10
INTEGRANTES	10
INTRODUCCIÓN	11
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	13
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	14
1.3. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	14
2. OBJETIVOS	15
2.1. OBJETIVO GENERAL	15
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	15
3. JUSTIFICACIÓN	16
3.1. TEÓRICA	16
3.2. METODOLÓGICA	16
3.3. PRÁCTICA	16
4. MARCO DE REFERENCIA	17
4.1. ANTECEDENTES O ESTADO DEL ARTE	17
4.2. MARCO TEÓRICO	20
4.2.1. Plan de negocio	20
4.2.2. Estudio del mercado	24
4.3. MARCO CONCEPTUAL	27
4.4. MARCO LEGAL	29
4.5 MARCO ESPACIAL	31
4.6 MARCO TEMPORAL	33
5. DISEÑO METODOLÓGICO	34
5.1 TIPO DE ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN.	34
5.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	34
5.3. FUENTES Y TÉCNICAS DE LA INFORMACIÓN	34
5.3.1 Fuentes primarias	34
5.3.2. Fuentes secundarias.	34
5.4. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACION	35
5.5. POBLACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.	35
5.6. MUESTRA POBLACIONAL.	36
5.7. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	36
5.7.1. Estudio del mercado	36
5.7.1.1. Investigación del mercado	36
5.8. ANÁLISIS DEL SECTOR.	48
5.7.1.2. Estrategias de mercadeo	49

5.7.1.3 Estrategias de producto	49
5.7.1.4 Estrategia de posicionamiento	51
5.7.1.5 Estrategias de distribución.	51
5.7.1.6 Estrategias de precio..	53
5.7.1.7 Estrategias de Promoción.	54
5.7.1.8 Estrategia de servicio.	55
5.7.2 Estimación de la demanda.	55
5.7.3. Estudio técnico	56
5.7.3.1. Proceso productivo	56
5.7.3.2. Tamaño del proyecto	58
5.7.3.3. Requerimientos de activos fijos	58
5.7.3.4. Requerimientos locativos	59
5.7.3.5. Localización de la empresa	59
5.7.3.6. Requerimientos de materias primas	60
5.7.3.7. Mano de obra directa	62
5.7.3.8. Costos indirectos de fabricación.	64
5.7.3.9. Precio, costo y rentabilidad de los productos.	66
5.7.4. Estudio administrativo y legal	66
5.7.4.1. Estudio administrativo.	66
5.7.4.2. Estudio legal	78
5.7.5. Estudio financiero.	79
5.7.5.1. Presupuesto de inversión..	79
5.7.5.2. Presupuesto de Gastos..	80
5.7.5.3. Presupuesto de ingresos..	81
5.7.5.4. Resumen presupuestal.	83
5.7.5.5. Evaluación financiera del proyecto.	87
6. CONCLUSIONES	90
7. RECOMENDACIONES	92
BIBLIOGRAFIA	93

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Antecedentes de la investigación	17
Tabla 2. Datos población	36
Tabla 3. Rango de edad de los encuestados	37
Tabla 4. Sexo de los encuestados	38
Tabla 5. Personas encuestadas que laboran	39
Tabla 6. Personas que consumen el arequipe	40
Tabla 7. Frecuencia de consumo del arequipe	41
Tabla 8. Conocimiento de las marcas de arequipe en los supermercados	42
Tabla 9. Marca de arequipe que consumen	43
Tabla 10. Lo que esperan encontrar del arequipe los encuestados	44
Tabla 11. Gusto por otros sabores de arequipe	45
Tabla 12. Sabores de arequipe que les gustaría consumir	46
Tabla 13. Precios que estarían dispuestos a pagar por el arequipe	47
Tabla 14. Producción y venta de arequipe en Colombia	48
Tabla 15. Ficha técnica del arequipe	50
Tabla 16. Comparación de precios de los principales competidores de en la ciudad de Cali	53
Tabla 17. Presupuesto de mercadeo	55
Tabla 18. Estimación de la demanda del proyecto en la comuna 5 (Unid)	56
Tabla 19. Necesidades de activos fijos	59
Tabla 20. Costos sostenimiento locativo	60
Tabla 21. Costo de materias primas	61
Tabla 22. Consumo de materias primas por línea de producto	61
Tabla 23. Costo unitario de materia prima por línea de producto	62
Tabla 24. Costos del personal de producción	63
Tabla 25. Costo de mano de obra directa por línea de producto	64
Tabla 26. Distribución de áreas de la empresa	64
Tabla 27. Aplicación de CIF de servicios de instalaciones por línea de producto	65
Tabla 28. Aplicación de CIF de mano de obra indirecta por línea de producto	65

Tabla 29. Costos indirectos de fabricación total por línea de producto	66
Tabla 30. Precios y costos del producto por línea	66
Tabla 31. Descripción y requisitos del cargo de administrador	69
Tabla 32. Identificación del cargo de vendedor	70
Tabla 33. Identificación del cargo de mercaderista	71
Tabla 34. Identificación del cargo de vendedor	72
Tabla 35. Identificación del cargo de Chef	73
Tabla 36. Identificación del cargo de Auxiliar de cocina	74
Tabla 37. Identificación del cargo de empacador	75
Tabla 38. Costos del personal administrativo y de ventas	76
Tabla 39. Inversiones en activos fijos	79
Tabla 40. Relación de inversiones diferidas	79
Tabla 41. Relación de inversiones en capital de trabajo	80
Tabla 42. Presupuesto de gastos del proyecto	80
Tabla 43. Valor de depreciación de activos fijos	81
Tabla 44. Presupuesto de ventas en unidades por línea de producto	82
Tabla 45. Proyección de ingresos por ventas del proyecto a cinco años	82
Tabla 46. Estado de resultados proyectado	83
Tabla 47. Estimación de las cuentas por cobrar del proyecto	83
Tabla 48. Estimación de las cuentas por pagar a proveedores del proyecto	84
Tabla 49. Proyección del Flujo de caja directo del proyecto	84
Tabla 50. Proyección del Estado de situación financiera del proyecto	85
Tabla 51. Proyección de requerimientos de inversiones en capital de trabajo neto operativo	86
Tabla 52. Proyección del flujo de caja libre del proyecto	86
Tabla 53. Amortización del crédito Bancario	87
Tabla 54. Costo de capital del proyecto	87
Tabla 55. Evaluación de proyecto	88
Tabla 56. Punto de Equilibrio	89

LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Participación ventas en valor 2016 (cadenas en el Valle del Cauca)	32
Gráfica 2. Participación del estrato socioeconómico de la Comuna 5 de Cali	35
Gráfica 3. Rango de edad de los encuestados	37
Gráfica 4- Sexo de los encuestados	38
Gráfica 5. Personas encuestadas que laboran	39
Gráfica 6. Personas que consumen el arequipe	40
Gráfica 7. Frecuencia de consumo del arequipe	41
Gráfica 8. Conocimiento de las marcas de arequipe en los supermercados	42
Gráfica 9. Marca de arequipe que consumen	43
Gráfica 10. Lo que esperan encontrar del arequipe los encuestados	44
Gráfica 11. Gusto por otros sabores de arequipe	45
Gráfica 12. Sabores de arequipe que les gustaría consumir	46
Gráfica 13. Precios que estarían dispuestos a pagar por el arequipe	47

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Foto de arequipe	49
Figura 2. Logo de la Marca	51
Figura 3. Flujo grama del proceso	58
Figura 4. Ubicación del Barrio San Carlos en la ciudad de Cali	60
Figura 5. Organigrama propuesto	68

INTRODUCCIÓN

El presente estudio describe la evaluación de un plan de negocio para crear una empresa productora y comercializadora de arequipe de naranja, limón, uva y zapallo en la ciudad de Cali.

El análisis del trabajo comienza con la investigación de mercado donde se busca determinar el comportamiento de la población de la ciudad de Cali, específicamente en la comuna 5, frente al consumo de productos gastronómicos (dulces de la región), la cual se caracteriza por su alta producción cañera en Colombia, de donde han surgido importantes empresas de alimentos dedicados a la producción de dulce.

Tomando como referencia estas oportunidades que ofrece la ciudad de Cali, conocida como la ciudad cañera de Colombia, donde su principal materia prima está a la mano, se decide realizar una propuesta de negocio enfocada a diversificar el portafolio de dulces de arequipe que se ofrecen, tal es el caso del arequipe de naranja, limón, uva y zapallo productos innovadores en el portafolio de arequipos que puede tener una buena aceptación en el mercado local y turístico de la ciudad.

Es por esto que, se realizará un plan de negocio completo que evalúe la propuesta, mediante un análisis de mercado, técnico, organizacional - legal y financiero, con el que se procura determinar su viabilidad en el mercado de la comuna 5 en la ciudad de Cali, el cual se facilita por tener un amplio portafolio de productos artesanales de dulce que de alguna manera la posiciona en un contexto sociocultural y económico.

Los dulces de leche tienen un alto posicionamiento en el portafolio gastronómico del Valle del Cauca por ser un producto regional insignia que identifica al pueblo vallecaucano.

La dinámica empresarial de estas empresas en la ciudad, ha fortalecido la economía de grandes empresas y pequeñas microempresas familiares que han surgido, gracias a los beneficios que ha traído el desarrollo del clúster de la caña en el departamento.

Aunque hay una amplia oferta de dulces artesanales de leche en esta ciudad, actualmente se sigue trabajando en la diferenciación y desarrollo de nuevos productos, dada la buena aceptación que han tenido en el consumidor local y extranjero. Es así como el arequipe de naranja, limón, uva y zapallo, resultado de este trabajo es la combinación perfecta entre el dulce de leche y frutas de Colombia.

Es por ello, que el presente estudio busca elaborar un plan de negocio que evalúe la viabilidad de crear una productora de arequipe de naranja, limón, uva y zapallo dirigido a los estratos 2 y 3 en almacenes independientes de la comuna 5 en la ciudad de Cali.

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 viabilidad de mercado: En este estudio se muestran las consideraciones más importantes de la Demanda y Oferta existentes en las comercializadoras de dulces de leche artesanal. Al igual que las estrategias de marketing que se van a emplear para impulsar la empresa. Este análisis es necesario para identificar el segmento de mercado y de esta manera determinar el potencial de clientes que existe.

Estudio de viabilidad 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. Este capítulo es indispensable para conocer los aspectos técnicos y operativos que se requieren para el buen funcionamiento de la planta de producción, la cual cuantifica los costos de materias primas, maquinarias, servicios y recurso humano requerido para su funcionamiento.

Estudio de viabilidad organizacional y legal: Se determina la estructura administrativa de la organización, de igual forma, evidencia procesos de Planeación, Organización, Dirección, y Control. Se describe el manejo legal del negocio, en lo que corresponde a su constitución y lo relacionado con asuntos comerciales tributarios y laborales. Es indispensable este análisis para conocer la forma en que se debe estructurar la empresa y desde luego los elementos legales que deberá cumplir, de esta forma podrá operar bajo los estamentos de ley que rigen para estas empresas en Colombia.

Estudio de viabilidad 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), FC (Flujo de caja), periodo de recuperación de la inversión, entre otras variables. Esta parte es importante porque permite cuantificar los costos y beneficios del proyecto para determinar su viabilidad.

Finalmente se describen las respectivas conclusiones y recomendaciones del estudio.

SANMARTÍN
Fundación Universitaria

CRAI
Centro de Recursos para el
Aprendizaje y la Investigación

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