

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE
ALIMENTOS NUTRITIVOS A BASE DE LEGUMINOSAS Y VEGETALES EN EL
MUNICIPIO DE RIO VIEJO, BOLÍVAR

LEIDY JOHANA GÉLVEZ CAICEDO
MÓNICA JANETH CAMACHO GUERRERO

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2022

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE
ALIMENTOS NUTRITIVOS A BASE DE LEGUMINOSAS Y VEGETALES EN EL
MUNICIPIO DE RIO VIEJO, BOLÍVAR

LEIDY JOHANA GÉLVEZ CAICEDO
MÓNICA JANETH CAMACHO GUERRERO

Trabajo de grado para optar al título de Profesional en Gestión Empresarial

Director
Alejandro Mantilla Cáceres
Especialista en Gerencia de Proyectos

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2022

DEDICATORIA

A mi esposo y mi hija amada porque me tuvieron la paciencia necesaria mientras estudiaba, no fue fácil, fueron muchos momentos sacrificados que jamás volverán, por eso con todo mi amor les dedico este logro tan importante, a mi mamá y mi tía porque hicieron de mí el ser que soy hoy y a mi querida amiga Leidy, mi compañera de luchas, de llantos, de tramos, de alegrías, de interminables horas hablando por celular, te dedico este logro que es tan tuyo como mío.

A mi papá que está en el cielo por guiar mis pasos en cada momento, por difícil que parezca y cuando siento que no voy a poder, tu recuerdo me da las fuerzas para saber que por más oscura que sea la noche siempre al día siguiente aclarece, a mis dos mamás ya que Dios me dio la oportunidad de contar con dos mujeres maravillosas que con sus consejos, cuidados y su apoyo me hacen sentir importante, a mis hermanos porque son mis compañeros de lucha en cada batalla vivida y a mi familia por estar siempre para mí perdonando las fallas que he tenido, a mi compañera de estudio que me ha tenido la paciencia suficiente para llegar a cumplir este logro y con la cual he compartido mis alegrías y las ha vuelto tuyas.

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos primeramente a Dios por brindarnos la sabiduría y fortaleza necesaria para trabajar día a día en la elaboración de nuestro proyecto y permitirnos superar todas las dificultades que se nos fueron presentando en este largo y enriquecedor camino, a nuestras familias porque siempre estuvieron presentes y nos brindaron el apoyo necesario para salir adelante y ser cada día mejores, a nuestro director de proyecto por su dedicación y orientación, sin la cual no hubiese sido posible culminar esta etapa de nuestras vidas y alcanzar el objetivo de crecer a nivel personal, académico y profesional, a todos los amigos y compañeros que nos brindaron sus aportes en los momentos en que lo necesitamos.

Gracias infinitas a todos por hacer parte de este anhelado logro.

CONTENIDO

	Pág.
1. ANÁLISIS GENERAL DEL SECTOR	23
1.1 DESCRIPCIÓN DEL SECTOR	23
1.2 EVOLUCIÓN DEL SECTOR	24
1.3 TENDENCIAS DEL SECTOR	26
1.4 IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS	27
1.4.1 Oportunidades	27
1.4.2 Amenazas.....	28
1.5 MARCO LEGAL.....	29
1.6 CONTEXTO GEOGRÁFICO.....	30
1.6.1 Rio Viejo.	30
1.6.2 Valledupar	32
2. ESTUDIO DE MERCADOS	34
2.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.....	34
2.1.1 Descripción, Usos y especificaciones del producto.....	34
2.1.2 Atributos diferenciadores.	35
2.2 SEGMENTO DE MERCADO	35
2.2.1 Mercado potencial.....	35
2.2.2 Mercado objetivo.	36
2.3 ESTUDIO DE LA DEMANDA.....	36

2.3.1 Necesidades de información	36
2.3.2 Tipo de estudio.	37
2.3.3 Enfoque.	38
2.3.4 Fuentes de información.	38
2.3.5 Técnicas de investigación.	38
2.3.6 Instrumento para la recolección de información.	38
2.3.7 Modo de aplicación.	38
2.3.8 Cálculo de la muestra.	38
2.3.9 Alcance.	40
2.3.10 Tiempo de aplicación.	40
2.3.11 Tabulación, presentación y análisis de resultados.	40
2.3.12 Estimación de la demanda actual.	53
2.3.13 Estimación de la demanda efectiva.	53
2.3.14 Proyección de la demanda para los próximos cinco años.	54
2.4 ANÁLISIS DE LA OFERTA	55
2.5 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO MÍNIMO VIABLE	59
2.5.1 Descripción, usos y especificaciones del producto.	59
2.5.2 Atributos diferenciadores del producto con respecto a la competencia.	60
2.6 ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACIÓN Y DE DISTRIBUCIÓN.....	60
2.6.1 Canal de Comercialización.	60
2.6.2 Estructura de Distribución.	62
2.7 ESTRATEGIA PARA FIJACIÓN DE PRECIOS.....	64
2.8 RELACIONAMIENTO CON LOS CLIENTES	64

2.8.1 Estrategias de comunicación.	64
2.8.1.1 Análisis de medios.	68
2.8.2 Presupuesto de comunicación.	69
2.8.2.1 Presupuesto de Lanzamiento.....	69
2.8.2.2 Presupuesto de operación.	70
3. ESTUDIO TÉCNICO.....	71
3.1 TIPO DE PROYECTO	71
3.2 DESARROLLO OPERATIVO DEL PROYECTO	71
3.2.1 Ficha técnica del producto mínimo viable	71
3.2.2 Descripción y diagramación de actividades clave.	73
3.2.2.1 Diagrama de flujo.....	73
3.2.2.2 Diagrama de operaciones del proceso.....	74
3.2.3 Características del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST).....	80
3.2.4 Análisis Ambiental.....	82
3.2.5 Recursos Clave.	83
3.2.5.1 Talento humano.	83
3.2.5.2 Infraestructura.....	83
3.2.5.3 Materiales, insumo o mercancías.....	93
3.2.6 Distribución de planta.	99
3.2.7 Localización.	100
3.2.7.1 Macro localización.	100
3.2.7.2 Micro localización.....	101

3.2.8 Control de Calidad.	103
3.3 CAPACIDAD DEL PROYECTO	104
3.3.1 Capacidad total diseñada por línea de producto.	104
3.3.2 Capacidad instalada.	105
3.3.3 Capacidad utilizada y proyectada.	106
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	108
4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN	108
4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	110
4.2.1 Misión.	110
4.2.2 Visión.....	110
4.2.3 Valores corporativos.	110
4.2.4 Organigrama.....	112
4.2.5 Asignación Salarial.	112
5. ESTUDIO FINANCIERO.....	114
5.1 INVERSIONES FIJA Y DIFERIDA	114
5.1.1 Inversión fija.....	114
5.1.2 Inversión diferida.	117
5.2 COSTOS Y GASTOS	117
5.2.1 Costos de Producción.....	117
5.2.1.1 Costos fijos.	118
5.2.1.2 Costos variables.	118
5.2.1.3 Costos totales.	120
5.2.2 Gastos de administración y ventas.	120

5.2.2.1 Gastos fijos de administración y ventas.	120
5.2.2.2 Gastos variables de administración y ventas.	121
5.2.2.3 Gastos totales de administración y ventas.	122
5.3 CAPITAL DE TRABAJO	122
5.3.1 Periodo de capital de trabajo.	122
5.3.2 Estructura del crédito.	123
5.3.2.1 Amortización del crédito.	123
5.3.2.2 Gastos financieros.	124
5.3.3 Cuadro resumen del capital de trabajo.....	125
5.4 INVERSIÓN TOTAL.....	125
5.5 ESTRUCTURA DE CAPITAL.....	125
5.5.1 Recursos propios.	126
5.5.2 Recursos de Financiación.	126
5.6 PRECIO DE VENTA	126
5.7 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	126
5.7.1 Estados de resultados proyectado.	127
5.7.2 Flujo de fondos proyectado.	127
5.7.3 Estado de situación financiera inicial y proyectado	129
5.8 EVALUACIÓN FINANCIERA	130
5.8.1 Razones financieras.	131
5.8.1.1 Razones de liquidez.....	131
5.8.1.2 Razones de operación.	132
5.8.1.3 Razones de rentabilidad.	133
5.8.1.4 Razones de endeudamiento.	135

5.8.2 Indicadores de viabilidad.....	136
5.8.2.1 Tasa interna retorno (TIR).....	137
5.8.2.2 Valor presente neto (VPN).	137
5.8.2.3 Periodo de recuperación.	137
5.8.2.4 Punto de equilibrio.	138
5.9 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	140
6. CONCLUSIONES	143
7. RECOMENDACIONES.....	145
BIBLIOGRAFÍA.....	147

LISTA DE ILUSTRACIONES

	Pág.
Ilustración 1. Diagrama de Comercialización.....	62
Ilustración 2. Estructura de Distribución.	63
Ilustración 3. Diagrama de Flujo.....	73
Ilustración 4. Diagrama de Operaciones del Proceso.....	74
Ilustración 5. Selección de Lenteja.....	75
Ilustración 6. Mezcla de lenteja, agua y especias.....	75
Ilustración 7. Picado de vegetales.....	76
Ilustración 8. Cocción de vegetales y verificar cocción.....	76
Ilustración 9. Extracción del agua de las lentejas.....	77
Ilustración 10. Reposo de materia prima.....	77
Ilustración 11. Traslado a sitio de entrega.....	78
Ilustración 12. Mezclado de todos los ingredientes.....	78
Ilustración 13. Reposo de la mezcla de ingredientes.....	79
Ilustración 14. Empacar y Pesar.....	79
Ilustración 15. Refrigeración del producto.....	80
Ilustración 16. Cotización Análisis Ambiental.....	82
Ilustración 17. Plano de la empresa.....	100
Ilustración 18. Mapa del Municipio de Rio Viejo, Bolívar.....	101
Ilustración 19. Estructura Organizacional de la Empresa.....	112

LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfico 1. Conocimiento sobre las Leguminosas y Verduras	41
Gráfico 2. Leguminosas y Verduras que se conocen.	42
Gráfico 3. Conocimiento si las Leguminosas y Verduras son Nutritivas.	43
Gráfico 4. Número de personas que consumen alimentos nutritivos a base de leguminosas y verduras.	44
Gráfico 5. Frecuencia de consumo de Alimentos Nutritivos.....	45
Gráfico 6. Cantidad de compra de alimentos nutritivos mensualmente	46
Gráfico 7. Inversión mensual en alimentos nutritivos.....	47
Gráfico 8. Preferencia de sitio de compra del producto	48
Gráfico 9. Decisión de compra del producto cuando esté en el mercado	49
Gráfico 10. Preferencia de presentación del nuevo producto.	50
Gráfico 11. Sabor preferido para el producto	51
Gráfico 12. Preferencia de medios para conocer nuevos productos.....	52
Gráfico 13. Punto de Equilibrio.....	139

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Encuestas a realizar en cada municipio.....	40
Cuadro 2. Conocimiento de Leguminosas y Verduras.....	40
Cuadro 3. Conocimiento de cuáles Leguminosas y Verduras se conoce.	42
Cuadro 4. Conocimiento si las Leguminosas y Verduras son Nutritivas.	43
Cuadro 5. Número de personas que consumen Alimentos Nutritivos.	44
Cuadro 6. Frecuencia de consumo de alimentos nutritivos	45
Cuadro 7. Cantidad de compra de alimentos nutritivos mensualmente.	46
Cuadro 8. Inversión mensual en alimentos nutritivos	47
Cuadro 9. Preferencia de sitio de compra del producto.....	48
Cuadro 10. Decisión de compra del producto cuando esté en el mercado	49
Cuadro 11. Preferencia de presentación del nuevo producto.	50
Cuadro 12. Sabor preferido para el producto	51
Cuadro 13. Preferencia de medios para conocer nuevos productos.	52
Cuadro 14. Proyección de la Demanda.....	54
Cuadro 15. Análisis de la competencia	55
Cuadro 16. Benchmarking Comparativo.....	56
Cuadro 17. Análisis de Canal de Comercialización.	60
Cuadro 18. Análisis de la estructura de Distribución.	62
Cuadro 19. Análisis de Medios.....	65
Cuadro 20. Presupuesto de lanzamiento	69
Cuadro 21. Presupuesto de operación.....	70
Cuadro 22. Ficha Técnica del Producto.	71
Cuadro 23. Requisitos mínimos del SG-SST para menos de 10 trabajadores.	80

Cuadro 24. Talento Humano.	83
Cuadro 25. Equipos de Oficina.	83
Cuadro 26. Equipos de Computación y Comunicación.....	84
Cuadro 27. Maquinaria y Equipos.	86
Cuadro 28. Muebles y Enseres.	89
Cuadro 29. Herramientas o Utensilios.....	91
Cuadro 30. Materia Prima.	94
Cuadro 31. Materiales indirectos.....	94
Cuadro 32. Insumos.....	95
Cuadro 33. Distribución de Planta.....	99
Cuadro 34. Selección y Definición de Factores.....	102
Cuadro 35. Método Cualitativo por puntos.	102
Cuadro 36. Control de Calidad.....	103
Cuadro 37. Minutos disponibles al año	104
Cuadro 38. Cálculo de Minutos disponibles al año.....	105
Cuadro 39. Capacidad proyectada.....	107
Cuadro 40. Estructura Salarial.	113
Cuadro 41. Carga Prestacional.	113
Cuadro 42. Equipo de Oficina.	114
Cuadro 43. Equipo de Computación y Comunicación.	115
Cuadro 44. Maquinaria y equipo.	115
Cuadro 45. Muebles y Enseres.	116
Cuadro 46. Herramientas.....	116
Cuadro 47. Total Inversión.	117
Cuadro 48. Inversión Diferida.....	117
Cuadro 49. Costos Fijos.....	118
Cuadro 50. Mano de Obra Directa.	118
Cuadro 51. Materiales Directos.	119
Cuadro 52. Materiales Indirectos.....	119
Cuadro 53. Total Costos Variables.....	119

Cuadro 54. Costos Totales.....	120
Cuadro 55. Gastos Fijos de Administración y Ventas.....	120
Cuadro 56. Nómina Administrativa.....	121
Cuadro 57. Gastos variables de administración y ventas.	121
Cuadro 58. Nómina de Ventas.	122
Cuadro 59. Gastos totales de administración y ventas.....	122
Cuadro 60. Estructura de crédito.....	123
Cuadro 61. Amortización del Crédito.....	123
Cuadro 62. Cuadro Resumen de Capital de Trabajo.....	125
Cuadro 63. Inversión Total.	125
Cuadro 64. Estructura de Capital.	125
Cuadro 65. Precio de Venta.	126
Cuadro 66. Estados de Resultados Proyectoado.....	127
Cuadro 67. Flujo de Fondos Proyectoado.	128
Cuadro 68. Estado de Situación Financiera Inicial y Proyectoado.....	129
Cuadro 69. Razones de Liquidez.	131
Cuadro 70. Razones de Operación.	132
Cuadro 71. Razones de Rentabilidad.....	133
Cuadro 72. Razones de Endeudamiento.....	135
Cuadro 73. Indicadores de Viabilidad.....	136
Cuadro 74. Tasa Interna de Retorno.....	137
Cuadro 75. Periodo de Recuperación	138
Cuadro 76. Variables para calcular el Punto de Equilibrio.....	138
Cuadro 77. Fórmulas para calcular el Punto de Equilibrio.....	139
Cuadro 78. Estructura del Punto de Equilibrio.....	139
Cuadro 79. Proyección de Ingresos.	140

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Encuesta.....	154
Anexo B. Cotización SG-SST.....	158
Anexo C. Cotización Análisis Ambiental.....	160

GLOSARIO

ALIMENTOS PRECOCIDOS: es la lenteja y verduras ya cocinados que son sometidos a un proceso de refrigeración para su conservación.

EXTRACCIÓN: es uno de los procesos en que se somete a la lenteja el cual consiste en extraer el agua después de su cocción.

GRAMERA: es una balanza electrónica en donde serán pesados los insumos que se necesitan para la elaboración del producto.

INDUSTRIAL: es la característica de los utensilios y maquinarias que se utilizarán para la elaboración del producto.

LEGUMBRES: son un fruto formado por una vaina que encierra en su interior una semilla o una hilera de semillas, que se consumen secas, entre ellas se encuentran los frijoles secos, lentejas y chícharos secos⁵

LEGUMINOSAS: son las plantas de las que se cosechan las legumbres.

MARMITA: es una olla de metal cubierta que queda totalmente ajustada para aprovechar el vapor que ayudará a la cocción de la lenteja.

PALATABILIDAD: es el alimento que es grato al paladar.

PLANTA ELÉCTRICA: máquina utilizada para el suministro de energía en caso de fallas en el servicio de la luz del municipio, para el mantenimiento de los insumos y productos que se encuentran refrigerados.

⁵ GOBIERNO DE MEXICO. Secretaria de Agricultura y Desarrollo Rural. Legumbre o Leguminosas. [Sitio Web]. [Consulta: 26 de junio de 2022]. Disponible en: <https://www.gob.mx/agricultura/es/articulos/legumbre-o-leguminosa#:~:text=Las%20leguminosas%20son%20las%20plantas,legumbres%20m%C3%A1s%20conocidos%20y%20consumidos.>

VEGETALES: aquí se engloban a todas las plantas, algas y hongos, así como las verduras, los cereales, las frutas y las hortalizas, sin importar el color⁶VERDURAS: son hortalizas que generalmente son de color verde.

WOK: sartén ancho y profundo que se utiliza para saltear las verduras que se adicionan a la lenteja.

⁶ FOOD & WINE EN ESPAÑOL. ¿Cuál es la diferencia entre verduras y vegetales? [Sitio Web]. [Consulta: 26 de junio de 2022]. Disponible en: <https://foodandwineespanol.com/cual-es-la-diferencia-entre-verduras-y-vegetales/#:~:text=En%20espa%C3%B1ol%2C%20las%20verduras%20se,hortalizas%2C%20sin%20importar%20el%20color.>

RESUMEN

TÍTULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE ALIMENTOS NUTRITIVOS A BASE DE LEGUMINOSAS Y VEGETALES EN EL MUNICIPIO DE RIO VIEJO, BOLÍVAR.*

AUTORAS: MÓNICA JANETH CAMACHO GUERRERO, LEIDY JOHANA GÉLVEZ CAICEDO. **

PALABRAS CLAVE: FACTIBILIDAD, LEGUMINOSAS, VEGETALES, LENTEJA, NUTRIENTES, ESTUDIOS, SALUD, INVERSIÓN.

DESCRIPCIÓN: El trabajo de grado estuvo encaminado a determinar la factibilidad para la creación de una empresa productora de alimentos nutritivos a base de leguminosas y vegetales en el municipio de Río Viejo Bolívar, la cual quiere contribuir a que se incluyan estilos de vida saludable a través del consumo de una alimentación balanceada.

Se aplicaron diferentes estudios que permitieron recopilar y analizar datos del mercado al que se quiere llegar y de esta manera conocer la demanda del producto que se comercializará, logrando conocer el comportamiento de los consumidores y satisfacer sus necesidades.

Conocer los aspectos técnicos, los recursos necesarios en Talento Humano, Infraestructura, materia prima, localización y la distribución, fueron factores claves para determinar las capacidades del proyecto.

Para continuar con la alineación del logro de las metas que se quieren alcanzar en la empresa, se definió la estructura organizacional, forma de constitución de la empresa, la cual será una Sociedad comercial de naturaleza jurídica en Comandita Simple, por tratarse para las autoras, una sociedad equitativa.

Comprender la estructura financiera de la empresa Guerrero & CÍA S. en C. y el comportamiento de las variables que la componen, en los periodos proyectados, permiten determinar la viabilidad y la rentabilidad financiera de la producción y comercialización de Legumi Protein.

* Trabajo de Grado

** Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia (IPRED). Gestión Empresarial. Director: Alejandro Mantilla Cáceres. Especialista en Gerencia de Proyectos.

ABSTRACT

TITLE: FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A COMPANY PRODUCING NUTRITIOUS FOOD BASED ON LEGUMES AND VEGETABLES IN THE MUNICIPALITY OF RIO VIEJO, BOLÍVAR.*

AUTHORS: MÓNICA JANETH CAMACHO GUERRERO, LEIDY JOHANA GÉLVEZ CAICEDO. **

KEY WORDS: FEASIBILITY, LEGUMES, VEGETABLES, LENTILS, NUTRIENTS, STUDIES, HEALTH, INVESTMENT.

DESCRIPTION: The degree work was aimed at determining the feasibility for the creation of a company that produces Nutritious Foods based on Legumes and Vegetables in the Municipality of Río Viejo Bolívar, which wants to contribute to the inclusion of healthy lifestyles through consumption of a balanced diet.

Different studies were applied that allowed to collect and analyze data of the market to be reached and in this way to know the demand of the product to be marketed, getting to know the behavior of consumers and satisfy their needs.

Knowing the technical aspects, the necessary resources in Human Talent, Infrastructure, raw material, location and distribution, were key factors in determining the capabilities of the project.

To continue with the alignment of the achievement of the goals that are to be achieved in the company, the organizational structure was defined, the form of constitution of the company, which will be a commercial company of a legal nature in Comandita Simple, since it is for the authors, an equitable society.

Understanding the financial structure of the company Guerrero & CÍA S. en C. and the behavior of the variables that compose it, in the projected periods, allow determining the viability and financial profitability of the production and marketing of Legumi Protein.

* Degree Work

** Institute for Regional Projection and Distance Education (IPRED). Business management. Director: Alejandro Mantilla Cáceres. Specialist in project managing.

INTRODUCCIÓN

Analizando todas las alteraciones que ha sufrido la buena alimentación, generadas por diferentes factores que van desde lo económico, que vinculan el grado de educación, el poder adquisitivo de los consumidores, el poco tiempo del que disponen las personas para la preparación de alimentos frescos y saludables y teniendo en cuenta el incremento en el consumo de comidas con pocos valores nutricionales, la escasa información que se tiene sobre la importancia de la ingesta de productos ricos en nutrientes de la población del municipio de Rio Viejo, Bolívar, se ha evidenciado una clara oportunidad para crear una empresa especializada en el manejo de alimentos sanos, sin adiciones cárnicas, condimentados de forma natural, que sirven para complementar una dieta sana, altamente nutritiva y baja en residuos tóxicos para el organismo.

Para determinar la viabilidad del producto es necesario identificar el mercado al que se quiere llegar, realizar el análisis y recolección de la información necesaria con el fin de calcular la muestra, realizar la tabulación y la interpretación de los resultados encontrados, a su vez permitiendo conocer la estimación de la demanda y la oferta, las cuales son determinantes para tener una visión clara y poder realizar el siguiente estudio.

En el estudio técnico se identifica y recolecta información sobre el tamaño del proyecto, los recursos humanos, las materias primas, las maquinarias y equipos, así como también la localización de la empresa y demás insumos necesarios para la operación del proyecto.

Para definir cómo se constituirá la empresa, en el estudio administrativo se analizan las ventajas de crear una empresa de naturaleza jurídica en comandita simple, denominada Guerrero & CÍA S. en C., adicionalmente se define la estructura organizacional entre las que comprende la misión, visión, valores corporativos, organigrama y asignación salarial.

El objetivo de realizar el estudio financiero es determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la puesta en marcha de La empresa Guerrero & CÍA S. en

C., y determinar la viabilidad y rentabilidad financiera de la producción y comercialización de Legumi Protein.

1. ANÁLISIS GENERAL DEL SECTOR

1.1 DESCRIPCIÓN DEL SECTOR

Código CIIU 1020 - Procesamiento y conservación de frutas, legumbres, hortalizas y tubérculos.⁷ Este proyecto pertenece al sector secundario, con un mercado vulnerable debido a la crisis sanitaria generada por el Covid-19.

No cabe duda que la crisis sanitaria no sólo trajo consecuencias negativas para las personas a nivel de salud, también el sector alimenticio a nivel mundial está siendo seriamente afectado, existen dificultades para la adquisición de la materia prima, el creciente aumento en los precios de los alimentos tiene efectos sobre la población de bajos recursos económicos y es importante que los diferentes países aumenten la producción de alimentos e insumos para estabilizar los mercados, tal como lo indicó el presidente del Grupo Banco Mundial, David Malpass. A estos hechos devastadores se le suma la reciente guerra entre Rusia y Ucrania, las actuales condiciones climáticas que impactan notoriamente las condiciones de un mercado estable.⁸

La economía colombiana para el año 2021 decreció un 6.8%, según el exsuperintendente de sociedades, Juan Pablo Liévano, se espera la recuperación económica para este año, sin embargo, el sector de la agricultura y comunicaciones

⁷ CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. [Sitio web]. Descripción Actividades Económicas. [Consulta: 6 de abril del 2021]. Disponible en: <https://linea.ccb.org.co/descripcionciiu/>.

⁸ BANCO MUNDIAL. El Banco Mundial anuncia acciones previstas para responder a la crisis mundial de alimentos. [Sitio web]. 18 de mayo del 2022. [Consulta: 27 junio 2022]. Disponible en: <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2022/05/18/world-bank-announces-planned-actions-for-global-food-crisis-response>

tendrán menos crecimiento que otros sectores como el comercio, servicio de entretenimiento y construcción.⁹

Es claro que el indicador que ha causado más impacto negativo en el sector alimenticio y de las bebidas es la inflación, afectando el 93% de los productos de la canasta familiar, según lo dio a conocer el Departamento Nacional Administrativo de Estadística (DANE).¹⁰

De otra parte, señales esperanzadoras para la agricultura colombiana lo muestran las dos jornadas de negocios de Agricultura por Contrato, llevada a cabo en Magangué y Mompox Bolívar, en los cuales participaron 164 organizaciones de productores (5.421 campesinos), los cuales alcanzaron negocios potenciales por \$11.000 millones con la venta de sus cosechas.¹¹

1.2 EVOLUCIÓN DEL SECTOR

El sector de las leguminosas ha sido de gran importancia en la evolución del hombre, ya que fue la base principal de la alimentación humana durante siglos, las cuales se han cultivado por muchas culturas y, según la especie, hay diversos orígenes: en Mesopotamia, en la América Precolombina y en Asia oriental.¹²

⁹ FLOW CHEMICAL. Industria de alimentos y bebidas, retos en el 2022. [Sitio web]. 10 de febrero del 2022. [Consulta: 27 junio 2022]. Disponible en: <https://www.flowchem.com.co/industria-de-alimentos-y-bebidas-retos-en-el-2022/>

¹⁰ PORTAFOLIO. Así han variado los precios de los alimentos en un año. [Sitio web]. 21 de febrero del 2022. [Consulta: 27 junio 2022]. Disponible en: <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/precios-de-los-alimentos-en-colombia-2022-asi-ha-sido-la-variacion-562012>

¹¹ MINAGRICULTURA. En las jornadas de negocio de Bolívar se alcanzaron negocios potenciales por más de \$11.000 millones para los productores del departamento. [Sitio web]. 17 de junio del 2022. [Consulta: 27 junio 2022]. Disponible en: [https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/En-las-Jornadas-de-Negocio-de-Bol%C3%ADvar-se-alcanzaron-negocios-potenciales-por-m%C3%A1s-de-\\$11-000-millones-para-los-productores-d.aspx/](https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/En-las-Jornadas-de-Negocio-de-Bol%C3%ADvar-se-alcanzaron-negocios-potenciales-por-m%C3%A1s-de-$11-000-millones-para-los-productores-d.aspx/)

¹² GCIENCIA. [Sitio web]. ¿Cuáles Fueron los Orígenes de las Leguminosas? [Consulta: 7 de abril del 2021]. Disponible en: <https://www.gciencia.com/uncategorized/cuales-fueron-los-origenes-de-las-leguminosas/>

Según el informe 'Perspectivas agrícolas 2019-2028', publicado por la Agencia de la ONU para la Agricultura y la Alimentación (FAO) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), el consumo de estas legumbres, raíces y tubérculos se seguirá aumentando en un 1.9%, lo cual determina que el crecimiento del consumo de lentejas, habas y otras legumbres, será el más grande entre los grandes alimentos básicos.¹³

De otra parte, en Colombia las legumbres son un cultivo muy importante en la economía agrícola, según lo demuestra la última Encuesta Nacional Agropecuaria realizada en Colombia para el primer semestre 2019, el área total sembrada con hortalizas, verduras y legumbres fue de 146.318 hectáreas. En este grupo, los cultivos de frijol (36,0%), arveja (14,8%) y las hortalizas de fruto (9,6%) presentaron la mayor participación con 52.622, 21.646, 14.079 hectáreas sembradas respectivamente.¹⁴

Una de las legumbres que mayor participación tiene en los hogares colombianos es la lenteja, ya que por su bajo costo la hace asequible a un gran número de consumidores, sin embargo, las lentejas son importadas desde Canadá y Estados Unidos ya que no se producen en el país.¹⁵

En Colombia se registró un importante crecimiento en el Producto Interno Bruto, con un 17,6% en el segundo trimestre del 2021, según reveló el director del DANE,

¹³ LA OPINIÓN. [Sitio web]. Se Consumirá Más Legumbres en los Próximos 10 Años, Pero También Mas Carne. [Consulta: 7 de abril del 2021]. Disponible en: <https://www.laopinion.com.co/economia/se-consumira-mas-legumbres-en-los-proximos-10-anos-pero-tambien-mas-carne>

¹⁴ DANE. Encuesta Nacional Agropecuaria (ENA). [Sitio web]. 30 de enero del 2020. [Consulta: 27 junio 2022]. Disponible en: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/agropecuario/enda/ena/2019/boletin_ena_2019-l.pdf

¹⁵ AGRONEGOCIOS. [Sitio web]. Lentejas Movieron \$134.000 Millones al Llegar a los Puertos en Colombia en 2018. [Consulta: 7 de abril del 2021]. Disponible en: <https://www.agronegocios.co/agricultura/lentejas-movieron-134000-millones-al-llegar-a-los-puertos-en-colombia-en-2018-2872825>

destacándose los aportes de algunas actividades como los cultivos transitorios y permanentes, como por ejemplo las hortalizas, frutas, caña panelera, flores, entre otros.¹⁶

1.3 TENDENCIAS DEL SECTOR

A lo largo de muchos años, las leguminosas han proporcionado numerosas propiedades como fuentes de vitaminas, minerales como el hierro, magnesio y zinc y la proporción de proteínas y fibra que aportan, las hacen un alimento esencial por su importante valor nutricional, tal como lo respalda la Organización Mundial de la Salud (OMS) donde recomienda un consumo diario ideal de 400 gramos entre frutas y hortalizas.

Las legumbres contribuyen de manera importante a abordar asuntos no sólo de malnutrición, sino que además mitiga el hambre, la seguridad alimentaria, la salud humana y los desafíos medioambientales, como lo explicó el secretario general de la ONU Ban Ki-moon.

Las lentejas, frijoles y garbanzos son esenciales y este grupo de legumbres constituyen un 75% de la dieta media, lo cual presumen una alternativa económica a la proteína animal, en donde las legumbres contienen de un 20% a 25% de su peso de proteína, frente a la carne que tiene de un 30% a 40%.¹⁷

Los analistas han pronosticado que el mercado de estas legumbres registrará una tasa compuesta anual de casi el 6% para el año 2023, lo cual augura que habrá una

¹⁶ LR LA REPÚBLICA. Producto Interno Bruto de Colombia Creció 17,6% en el Segundo Trimestre de 2021. [Sitio web].17 de agosto 2021. [Consulta:14 de abril 2022]. Disponible en: <https://www.larepublica.co/economia/producto-interno-bruto-de-colombia-crecio-176-en-el-segundo-trimestre-de-2021-3218221>

¹⁷ LR LA REPUBLICA. [Sitio web]. ONU Promoverá Producción y Consumo de Legumbres. [Consulta: 10 de abril del 2021]. Disponible en: <https://www.larepublica.co/globoeconomia/onu-promovera-produccion-y-consumo-de-leguminosas-2338071>

demanda compuesta de una dieta saludable ya que no sólo contribuyen a una buena alimentación, sino que reduce la aparición de diferentes problemas de salud como trastornos digestivos, diabetes y obesidad en la población mundial.¹⁸

1.4 IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

1.4.1 Oportunidades

- **Incursionar en un nuevo mercado:** Después de realizar un estudio de mercados y tener la aceptación del producto, la empresa tiene la oportunidad de darse a conocer a través de estrategias publicitarias, degustaciones, buen servicio, permitiendo la captación de un importante número de clientes.
- **Expansión hacia mercados nacionales:** Al ganar posicionamiento a nivel local genera la oportunidad de abrir nuevos mercados a nivel nacional.
- **Aumento en la demanda:** Al captar un nuevo mercado, conlleva a que se incremente la demanda de alimentos saludables que son aceptados por los consumidores de la región.
- **Oportunidades de crecimiento:** Factores como la creciente demanda de una dieta saludable, brindan oportunidades de crecimiento en el mercado de las legumbres.
- **Inclusión de dieta saludable:** Las personas conscientes de la salud están optando por llevar una dieta saludable, por lo tanto, la demanda de legumbres va en aumento ya que reducen la aparición de diversos problemas de salud.

¹⁸ ABSOLUTE REPORTS. [Sitio web]. Mercado Mundial de Legumbres 2019-2023. [Consulta: 10 de abril del 2021]. Disponible en: <https://www.absolutereports.com/global-legumes-market-13808536>

- **Se cuenta con proveedores en la región:** Una importante ventaja es contar siempre con la materia prima necesaria para la elaboración de los productos y la empresa tiene varios proveedores en la región (Agricultores).

1.4.2 Amenazas

- **Existe en el mercado competidores con marcas de productos reconocida:** En el mercado que se quiere atender, gran parte está siendo atendida por empresas que ya tienen reconocimiento debido al tiempo o la trayectoria que tienen.
- **Los costos de las materias primas son variables:** La variación de precios de los productos del mercado, es un factor que no se puede controlar, porque en ella intervienen diferentes elementos que no están al alcance de la empresa para ser modificados.
- **Bajo poder adquisitivo de los consumidores:** Entre otros factores, la crisis sanitaria dejó gran desestabilización económica y esto reduce el poder adquisitivo de los clientes y consumidores.
- **Nuevos competidores ofreciendo productos similares:** Cuando un producto nuevo se lleva al mercado, no se está exento que otras empresas quieran imitarlo, afectando de alguna manera la fidelización de los clientes.
- **Política de gobierno rígida:** Se corre el riesgo de que se presenten obstáculos a través de políticas exigentes por parte del gobierno local al tratarse de una empresa nueva con un producto que es alimenticio.
- **Impacto ambiental:** Los cambios climáticos siempre que ocurren afectan a una población ya sea en su infraestructura o en las demoras en los procesos de

producción al no poder adquirir la materia prima o daños en los accesos a las vías.

1.5 MARCO LEGAL

Legislación de Alimentos en Colombia.

A continuación, se mencionan algunas de las principales normas de la legislación de alimentos en Colombia la cual permite tener un buen estándar de calidad.

- Resolución 2505 de 2004 – Vehículos de transporte de alimentos: Por la cual se reglamentan las condiciones que deben cumplir los vehículos para transportar carne, pescado o alimentos fácilmente corruptibles.¹⁹
- Resolución 5109 de 2005 – Requisitos de rotulado o etiquetado de alimentos: establece los requisitos de Rotulado o Etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados o materias primas para consumo humano.²⁰
- Resolución 2674 de 2013 – Abastecimiento de agua: establece que el agua que se utilice debe ser de calidad potable y cumplir con las normas vigentes establecidas para el Ministerio de Salud y Protección Social, disponiendo de agua a temperatura y presión requeridas en las diferentes actividades que se realizan en el establecimiento, así como para una limpieza y desinfección efectiva. El establecimiento debe disponer de un tanque de almacenamiento de agua con capacidad suficiente para un día de trabajo, garantizando la potabilidad

¹⁹ COLOMBIA. MINISTERIO DE TRANSPORTE. Resolución 002505 (6, septiembre, 2004). Por la cual se reglamentan las condiciones que deben cumplir los vehículos para transportar carne, pescado o alimentos fácilmente corruptibles. [Sitio web]. [Consulta: 27 junio 2022]. Disponible en: <https://www.foman.com.co/legislacion-alimentos-colombia/resolucion-2505-2004/>

²⁰ COLOMBIA. MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL. Resolución 005109 (29, diciembre, 2005). Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano. [Sitio web]. [Consulta: 27 junio 2022]. Disponible en: https://foman.com.co/wp-content/uploads/2016/11/resolucion_5109_de_2005.pdf

de la misma. La construcción y el material de dicho tanque se realizarán conforme a lo establecido en las normas sanitarias vigentes.²¹

- Resolución 2674 de 2013 – Requisitos sanitarios y BPM: Establece los requisitos sanitarios que se deben cumplir para las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos y los requisitos para la notificación, permiso o registro sanitario de los alimentos, según el riesgo en salud pública, con el fin de proteger la vida y la salud de las personas.²²
- Resolución 719 de 2015 – Clasificación de alimentos para el consumo humano: establece la clasificación de alimentos para consumo humano de acuerdo al riesgo para la salud pública que estos pueden presentar.²³

1.6 CONTEXTO GEOGRÁFICO

A continuación, se describen los municipios objetos de estudio, identificando su localización y economía.

1.6.1 Rio Viejo. Es un Municipio ubicado en el norte del país, en el departamento de Bolívar.

Rio Viejo está en capacidad de competir en términos de igualdad con otros municipios de la región a través de la producción, resultado de la explotación de los

²¹ COLOMBIA. MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL. Resolución 002674 (22, julio, 2013). Por la cual se reglamenta el artículo 126 del Decreto Ley 019 de 2012 y se dictan otras disposiciones. [Sitio web]. [Consulta: 27 junio 2022]. Disponible en: <https://www.foman.com.co/legislacion-alimentos-colombia/resolucion-2674-de-2013/> p. 9.

²² Ibit., p. 1-37.

²³ COLOMBIA. MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL. Resolución 00000719 (11, marzo, 2015). Por la cual se establece la clasificación de alimentos para consumo humano de acuerdo con el riesgo en salud pública. [Sitio web]. [Consulta: 27 junio 2022]. Disponible en: <https://www.foman.com.co/legislacion-alimentos-colombia/resolucion-719-2015/>

recursos naturales y por medio de la agricultura, ganadería, minería, comercio y pesca que son las bases de su desarrollo económico.

Las principales vías de comunicación son la terrestre y fluvial; respecto a la primera, la falta de este medio ha sido un obstáculo para el desarrollo socioeconómico del municipio, principalmente para la comunicación con la zona montañosa y la cabecera municipal, como es el caso del corregimiento de Casa de Barro. Para la comunicación con el Municipio de Regidor se cuenta con carretera asfaltada y para la ciudad de Aguachica a través del cruce del Río Magdalena en Ferry o transbordador.

El transporte fluvial es el medio secundario más importante y ágil, siendo el brazo de Morales y el Río Magdalena la mejor arteria de comunicación, por donde se moviliza la mayor parte de la producción, sin dejar de destacar que también se cuenta con transporte en chalupa hasta el Municipio de La Gloria Cesar, Gamarra Cesar y El Banco Magdalena, entre otros.

A pesar de sus vías de comunicación terrestre, Rio Viejo cuenta con una privilegiada posición geográfica que la convierte en un epicentro comercial a nivel regional. Posee una gran variedad en su cultura debido a la incidencia de sus pobladores afrodescendientes, la idiosincrasia costeña y su mezcla con otras razas, entre sus culturas se puede destacar en la parte folclórica la danza de los toros, paseo de la gigantona con animalandia, el grupo de tambora La Candelaria, destacada a nivel nacional, y su festival nacional de tambora y pesca con atarraya que se realiza en sus fiestas patronales durante los días del 30 de enero hasta el 4 de febrero.

La gastronomía es muy diversa, entre sus platos a destacar se encuentra la viuda de bocachico con yuca, el bagre, blanquillo frito y en salsa, pebre de galápaga, el suero y queso costeño y el bollo limpio (bollo de maíz).²⁴

1.6.2 Valledupar. Capital del departamento del Cesar, cuenta con 490.075 habitantes, según el Censo Nacional de Población y Vivienda 2018 del DANE.²⁵, está conformado por 25 corregimientos y 102 veredas.

Está ubicada al nororiente de la Costa Atlántica colombiana, a orillas del río Guatapurí, en el valle del río Cesar, formado por la Sierra Nevada de Santa Marta al occidente y la serranía del Perijá al oriente.

La ciudad es un importante centro para la producción agrícola, agroindustrial y ganadera en la región comprendida entre el norte del departamento del Cesar y el sur del departamento de La Guajira, en el punto intermedio de las dos cuencas de explotación carbonífera más grandes del país: Cerrejón al norte y el complejo minero. También es uno de los principales epicentros musicales, culturales y folclóricos de Colombia por ser la cuna del vallenato, género musical de mayor popularidad en el país y actualmente símbolo de la música colombiana. Anualmente atrae a miles de visitantes de Colombia y del exterior durante el Festival de la Leyenda Vallenata, máximo evento del vallenato.²⁶

En Gastronomía se destaca el sancocho de gallina, de chivo o de pescado y las combinaciones de carnes son una dieta constante de los cesarenses. Se come

²⁴ CAÑAS, Darmix. Río Viejo, Bolívar, Colombia. Observación inédita, 2018.

²⁵ DANE. [Sitio web]. Anexo Población Ajustada por Cobertura. [Consulta: 16 de mayo del 2021]. Disponible en: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivienda-2018/informacion-tecnica>

²⁶ WIKIPEDIA. [Sitio web]. Valledupar. [Consulta: 14 de julio del 2021]. Disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Valledupar>

frecuentemente la famosa carne pangá', para cuya preparación, además de carne de res, se utilizan ingredientes y especias ancestrales.

Otro de los platos típicos de la ciudad es la carne desmechada con arroz de fideos y plátano asado.

Los dulces típicos son elaborados con alimentos muy particulares como tubérculos, granos y frutos de la región como panochas de queso con anís en grano, queques, merengues, chiricanas y enyucados.

En cualquier esquina de Valledupar se puede encontrar la venta de arepas asadas con carne molida, o los típicos fritos, como las empanadas, caribañolas, deditos de queso fritos, o arepas rellenas de carne, pollo, chicharrones.²⁷

²⁷ SITUR CESAR. Gastronomía. [Sitio web]. Cesar. [Consulta: 14 de julio 2021]. Disponible en: <https://www.siturcesar.com/actividades/ver/5>

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

2.1.1 Descripción, Usos y especificaciones del producto. Legumi Protein es una proteína de origen vegetal que está hecha de Leguminosas, principalmente de lentejas y verduras como la zanahoria, cebollín, pimentón y especias, entre otras, las cuales dan como resultado una masa suave, deliciosa y saludable, caracterizada por asimilar bien el sabor y apariencia de la carne normal, además contiene altas propiedades nutritivas con muchos beneficios como el calcio, hierro, fósforo, magnesio, sodio, ácido fólico y antioxidantes, debido a su ingrediente principal, que es la lenteja.

Legumi Protein tiene varios usos, por tratarse de un producto que ya está precocido puede realizarse en una plancha o sartén previamente calentado, añadiendo un poco de aceite o mantequilla, según el gusto de cada persona, asando por ambos lados hasta lograr la cocción deseada para ser consumida como una arepa asada o para utilizarla en una hamburguesa.

Puede prepararse también como croquetas o albóndigas, adicionando los ingredientes preferidos.

Es de textura suave y consistente, no grasa, compuesta de lentejas, cebolla, pimentón, papa, zanahoria, cilantro, perejil, ajo, sal y especias naturales.

Visualmente es de color café, con pintas de colores por las verduras que contiene, tiene un olor a adobo natural y cuenta con una forma redonda cuando ya está empacada.

Beneficios.

- Es un producto bajo en grasas
- Alternativa de proteína vegetal para los que no pueden consumir carnes rojas

- Son una buena fuente de fibra, calcio, hierro, vitaminas y complejo B.

Presentación.

La presentación será en un empaque plástico de 250 gr. sellado herméticamente y estará contenido en una caja personalizada con el logo de Legumi Protein.

2.1.2 Atributos diferenciadores. Uno de los principales atributos diferenciadores que tendrá la proteína de Leguminosas y verduras, se describen a continuación:

- Es un producto cuya materia prima está compuesta por la Lenteja, la cual es una leguminosa con abundantes propiedades que proporcionan una alimentación rica en proteínas, minerales y vitaminas, necesarias para la buena alimentación de la familia.
- Legumi Protein está compuesto, además de la lenteja, por vegetales y especias que aportan nutrientes necesarios para complementar una alimentación balanceada.
- Es un producto que constituye una alternativa de alimentación saludable, ideal para aquellas personas que tienen problemas con la ingesta de carnes rojas.
- Legumi Protein es un producto versátil ya que puede prepararse en hamburguesas, como croquetas o albóndigas.

2.2 SEGMENTO DE MERCADO

2.2.1 Mercado potencial. El mercado potencial para la venta de Legumi Protein, estará comprendido por las personas de los Municipios de Rio Viejo (Bolívar), el cual cuenta con 10.598 habitantes, de los cuales en la zona urbana hay 5.071 habitantes y en la zona rural 5.527; y Valledupar (Cesar) que tiene una población de 490.075 habitantes, 431.794 en la zona urbana y 58.281 en la zona rural, según

información tomada del Censo Nacional de Población y Vivienda 2018, suministrada por el DANE.²⁸

2.2.2 Mercado objetivo. Teniendo en cuenta la distribución del producto, las nuevas tendencias del cuidado en la alimentación de las personas que viven en los municipios y ciudades, resaltando dentro de este rango a todas aquellas que quieren cuidar su alimentación, el mercado objetivo va dirigido a las 5.071 personas residentes en el casco urbano del Municipio de Rio Viejo (Bolívar) y las 431.794 personas en el casco urbano de Valledupar (Cesar), dando un total de 436.865 personas, según información tomada del Censo Nacional de Población y Vivienda 2018, suministrada por el DANE, las cuales serán identificadas y cuantificadas en la encuesta a aplicar al mercado objetivo.

2.3 ESTUDIO DE LA DEMANDA

2.3.1 Necesidades de información

- Identificación de los gustos, hábitos de compra, datos socioeconómicos, geográficos o predilecciones mediante la aplicación de un instrumento que arroje resultados que sirvan para la toma de decisiones acertadas respecto a la información de la demanda del producto que se llevará al mercado, para satisfacer las necesidades del cliente.
- Oferta mediante la obtención de datos que permitan establecer las cantidades adecuadas del producto que se llevará al mercado a fin de generar equilibrio entre oferta y demanda.

²⁸ DANE. [Sitio web]. Anexo Población Ajustada por Cobertura. [Consulta: 16 de mayo del 2021]. Disponible en: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivienda-2018/informacion-tecnica>

- Perfil del cliente a través de información recolectada con la finalidad de satisfacer sus necesidades.
- Información que permita establecer un precio óptimo, asequible para el consumidor y rentable para la empresa a través del análisis de la variación de precios del mercado.
- Mediante la elección de los diferentes canales, identificar el que sea más acertado y eficiente para la distribución del producto, con el objetivo de determinar el mejor costo para implementarlo y atender de manera oportuna al consumidor final.
- Mejor puesto de distribución como estrategia de incremento de ventas a través de la identificación del comportamiento de la plaza para obtener mayor accesibilidad a los consumidores.
- Mejor estrategia de promoción y publicidad mediante el análisis de los diferentes medios promocionales existentes, el cual es una táctica ingeniosa para lograr obtener un buen posicionamiento de la marca.

2.3.2 Tipo de estudio. El tipo de estudio a desarrollar serán los siguientes:

Investigación Exploratorio, con este estudio se conoce el contexto sobre el tema de la introducción al mercado de la Proteína de legumbres con verduras del cual no se tiene conocimiento.

Investigación Descriptiva, se utilizó para determinar las características cuantitativas y cualitativas de la población investigada y las percepciones de los posibles compradores respecto a las características del producto.

2.3.3 Enfoque. Se empleará el enfoque mixto ya que permite determinar con mejor precisión los modelos de comportamiento del mercado, a través de la recolección y análisis de la información aportada a partir de las encuestas realizadas.

2.3.4 Fuentes de información. Las fuentes de información que se emplearán serán:

Fuentes Primarias, Se aplicarán encuestas a la población residente del casco urbano del Municipio de Río Viejo, Bolívar y Valledupar, Cesar, con capacidad para contestar preguntas relacionadas con su forma de alimentarse.

Fuentes Secundarias, A través de la página web del Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, otros proyectos consultados en la Biblioteca de la UIS, Cámara de Comercio y Páginas web.

2.3.5 Técnicas de investigación. La técnica empleada para recolectar la información suministrada es la Encuesta.

2.3.6 Instrumento para la recolección de información. Se aplicará un cuestionario estructurado de preguntas cerradas y abiertas.

2.3.7 Modo de aplicación. La encuesta será realizada a través de internet, por medio de Formularios de Google y de forma directa.

2.3.8 Cálculo de la muestra. Para calcular el tamaño de la muestra, se considerará un muestreo de tipo probabilístico aleatorio simple aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 N(p)(q)}{e^2 (N - 1) + z^2(p)(q)}$$

Donde

$$Z = 1,96$$

N = Tamaño de población 436.865 (Datos obtenidos del número de habitantes de la zona urbana de los municipios de Río Viejo (Bolívar) y Valledupar (Cesar))

n = tamaño de la muestra

p = probabilidad de éxito 50% = 0,5

q = probabilidad de fracaso 50% = 0,5

e = error estimado 8%= 0,08

Aplicación de fórmula

$$n = \frac{436.865 * 1,96^2 * (0,5)(0,5)}{(0,08)^2 * (436.865 - 1) + 1,96^2 * (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{1.678.261 * 0,25}{0,0064 * (436.864) + 3,8416 * 0,25}$$

$$n = \frac{419.565}{2.795,9296 + 0,9604}$$

$$n = \frac{419.565}{2.796,89}$$

n = 150 Encuestas

- **Distribución de las encuestas en el mercado objetivo:**

Cuadro 1. Encuestas a realizar en cada municipio

Nombre del Municipio	No. de Habitantes	Porcentaje de Participación	No. de Encuestas a Realizar
Río Viejo, Bolívar	5.071	1%	2
Valledupar, Cesar	431.794	99%	148
Total	436.865	100%	150

2.3.9 Alcance. La investigación será aplicada en las zonas urbanas de los siguientes Municipios: Río Viejo (Bolívar) y Valledupar (Cesar).

2.3.10 Tiempo de aplicación. 15 días.

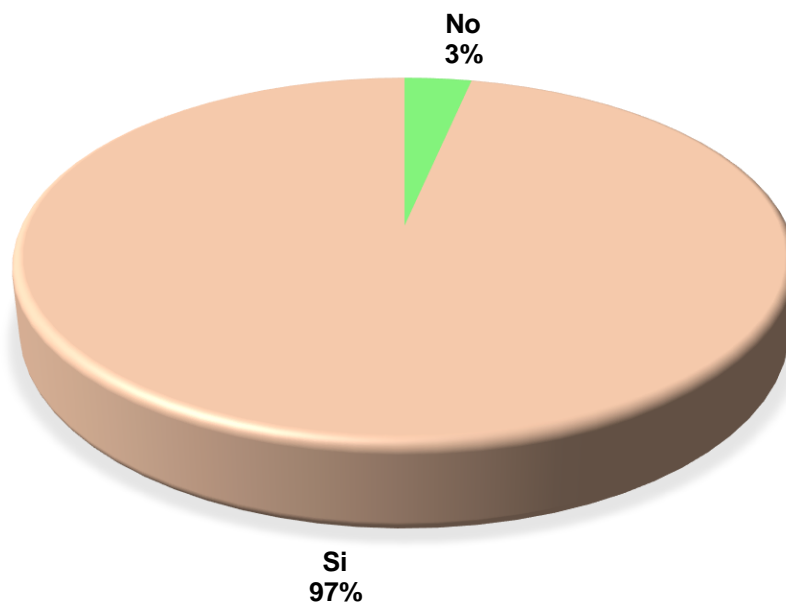
2.3.11 Tabulación, presentación y análisis de resultados. Con el objeto de evidenciar la eficacia y efectividad del instrumento, se realizó la encuesta con el tamaño de la muestra calculada en el numeral 2.3.8, que equivale a la cantidad de 150 encuestas. La distribución de las encuestas a realizar por cada municipio se muestra en el cuadro 1.

Pregunta 1. ¿Conoce las leguminosas y verduras?

Cuadro 2. Conocimiento de Leguminosas y Verduras.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	145	97%
No	5	3%
Total	150	100%

Gráfico 1. Conocimiento sobre las Leguminosas y Verduras



Según lo respondido por los encuestados de la población objetivo, el 97% si tiene conocimiento sobre las leguminosas y verduras, permitiendo continuar con la encuesta donde se relaciona el producto elaborado a partir de estos insumos.

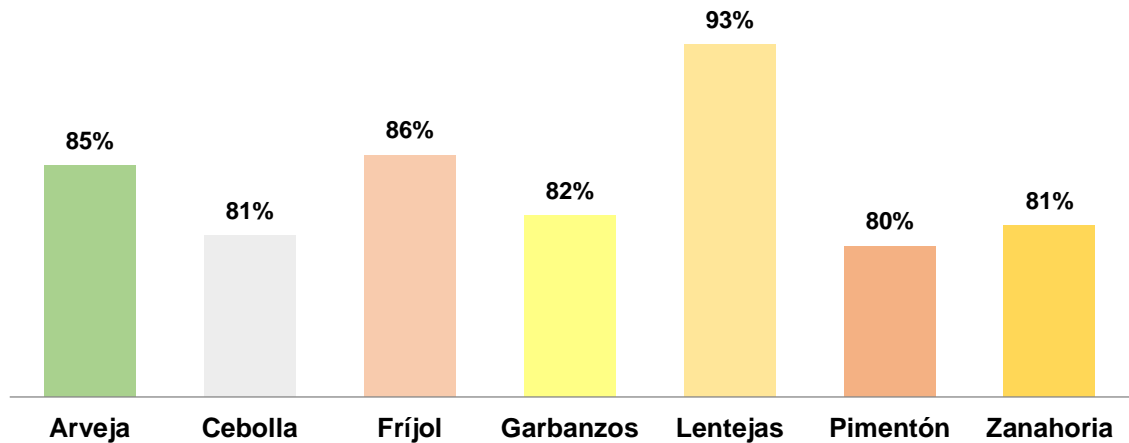
Nota: Analizando la respuesta de esta pregunta, se debe tener en cuenta que los 5 encuestados que respondieron negativamente, puede obedecer al desconocimiento del concepto de la palabra leguminosa y vegetales, por lo tanto, no se excluyen en la siguiente pregunta (Pregunta 2).

Pregunta 2. ¿Cuáles de las leguminosas y verduras relacionadas a continuación conoce usted? (selección múltiple)

Cuadro 3. Conocimiento de cuáles Leguminosas y Verduras se conoce.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Lentejas	140	93%
Garbanzos	123	82%
Fríjol	129	86%
Arveja	128	85%
Zanahoria	122	81%
Cebolla	121	81%
Pimentón	120	80%
Total	150	100%

Gráfico 2. Leguminosas y Verduras que se conocen.



Según los resultados, la mayoría de los encuestados conocen las leguminosas y verduras relacionadas en la pregunta, algunas de las cuales serán utilizadas para la elaboración del producto y esto permite seguir realizando el cuestionario a la muestra del mercado objetivo, aclarando que, aunque un mínimo porcentaje no conoce el concepto de leguminosas y verduras no indica que no las consuman.

Pregunta 3. ¿Sabe usted si las Leguminosas y Verduras son Nutritivas?

Cuadro 4. Conocimiento si las Leguminosas y Verduras son Nutritivas.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	147	98%
No	3	2%
Total	150	100%

Gráfico 3. Conocimiento si las Leguminosas y Verduras son Nutritivas.



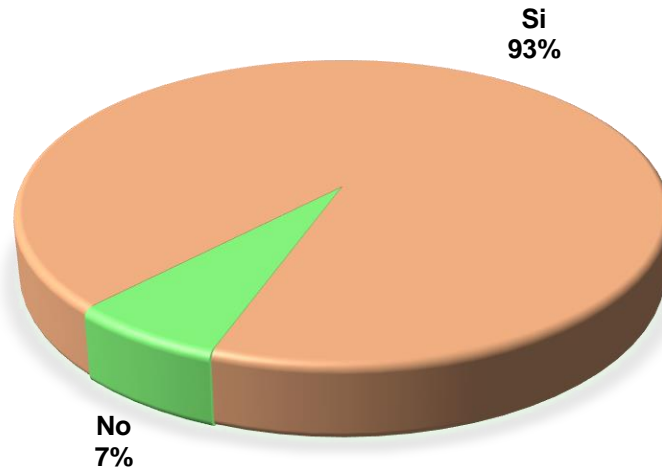
Se observa que el 98% de la población encuestada, tiene conocimiento de lo nutritivas que son las Leguminosas y Verduras, lo que permite al consumidor decidir comprar alimentos nutritivos.

Pregunta 4. ¿Actualmente compra alimentos nutritivos a base de Leguminosas y Verduras? Si responde negativamente, se da por terminada la encuesta

Cuadro 5. Número de personas que consumen Alimentos Nutritivos.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	140	93%
No	10	7%
Total	150	100%

Gráfico 4. Número de personas que consumen alimentos nutritivos a base de leguminosas y verduras.



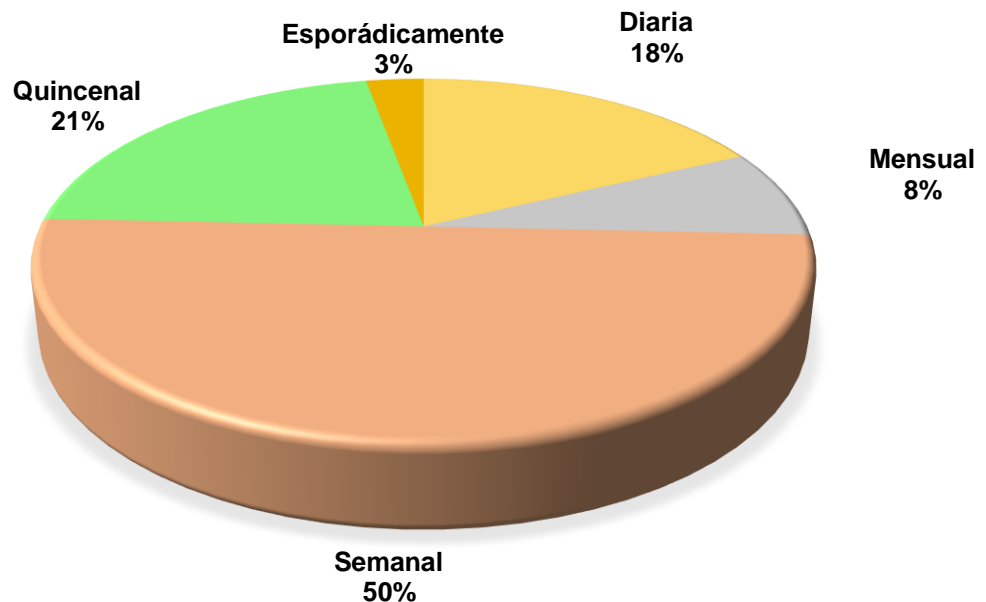
Se puede apreciar que el 93% de la población del mercado objetivo de los Municipios de Rio Viejo (Bolívar) y Valledupar (Cesar) incluyen en su alimentación productos nutritivos a base de leguminosas como la lenteja y verduras. Esta información es importante para confirmar que el mercado objetivo tiene aceptación por productos nutritivos y saludables.

Pregunta 5. ¿Con qué frecuencia compra alimentos nutritivos a base de leguminosas y verduras?

Cuadro 6. Frecuencia de consumo de alimentos nutritivos

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Promedio ponderado
Diaria	25	18%	5.4
Semanal	70	50%	2
Quincenal	30	21%	0,42
Mensual	11	8%	0.08
Esporádicamente	4	3%	0.03
Total	140	100%	7.93

Gráfico 5. Frecuencia de consumo de Alimentos Nutritivos



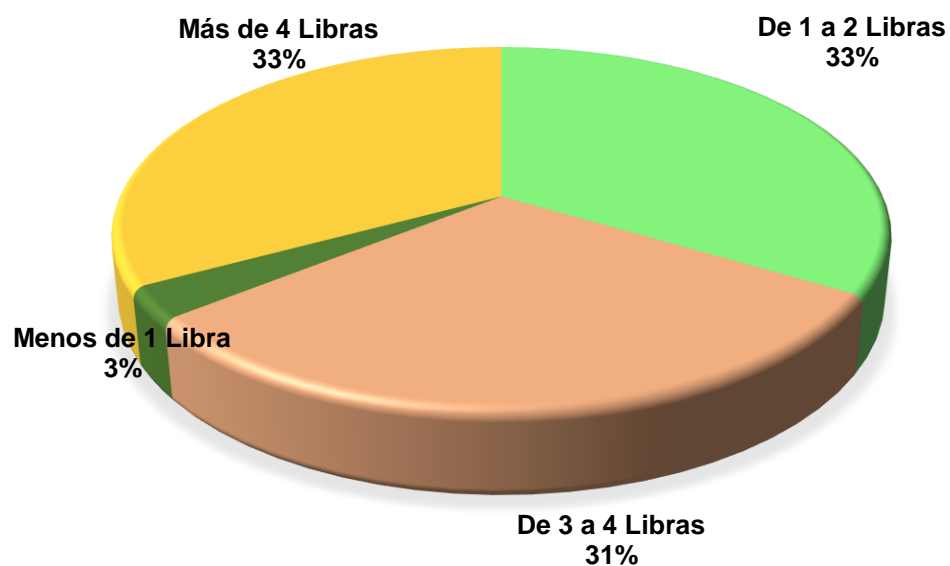
Con un 50% la población de los Municipios de Rio Viejo y Valledupar, compra alimentos de forma semanal y el 21% de forma quincenal, para un promedio de compra de alimentos de 7.93 veces al mes. Esta información sirve para calcular la demanda total del proyecto.

Pregunta 6. ¿Qué cantidad de alimentos nutritivos a base de leguminosas y verduras compra en el mes?

Cuadro 7. Cantidad de compra de alimentos nutritivos mensualmente.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Promedio Ponderado
Menos de 1 Libra	4	3%	0,01
De 1 a 2 Libras	47	33%	0,50
De 3 a 4 Libras	43	31%	1,08
Más de 4 Libras	46	33%	1,81
Total	140	100%	3,40

Gráfico 6. Cantidad de compra de alimentos nutritivos mensualmente



En la Gráfica 6, de la población encuestada se observa que el 33% compra de 1 a 2 libras, y el 31% compra de 3 a 4 libras mensuales y en promedio se compra la cantidad de 3,40 libras. Estos valores indican que hay una probabilidad favorable de que mensualmente se esté consumiendo lentejas y verduras, permitiendo ver además que el producto es bastante comercial. Así mismo esta información sirve para el cálculo de la demanda total del proyecto.

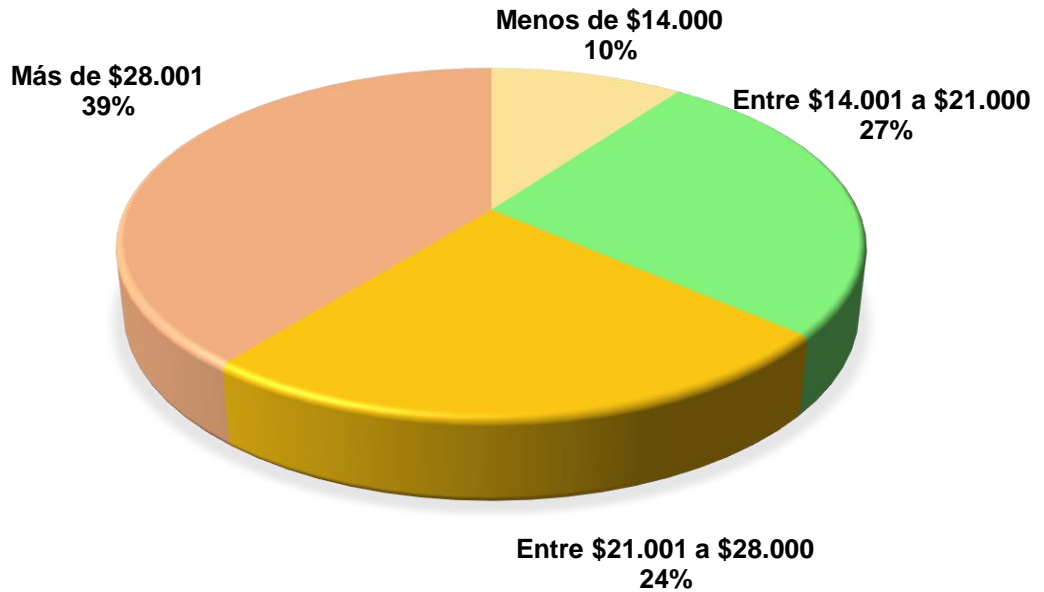
Pregunta 7. ¿Cuánto invierte mensualmente en alimentos nutritivos a base de leguminosas y verduras?

Cuadro 8. Inversión mensual en alimentos nutritivos

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Ponderado
Menos de \$14.000	14	10%	700
Entre \$14.001 a \$21.000	37	27%	4.625
Entre \$21.001 a \$28.000	34	24%	5.950
Más de \$28.001	55	39%	12.375
Total	140	100%	23.651

Nota: Los rangos de los intervalos de la pregunta se definieron, teniendo en cuenta los precios de productos similares en el mercado como la carne para hamburguesa, las albóndigas y otros productos de origen vegetal.

Gráfico 7. Inversión mensual en alimentos nutritivos



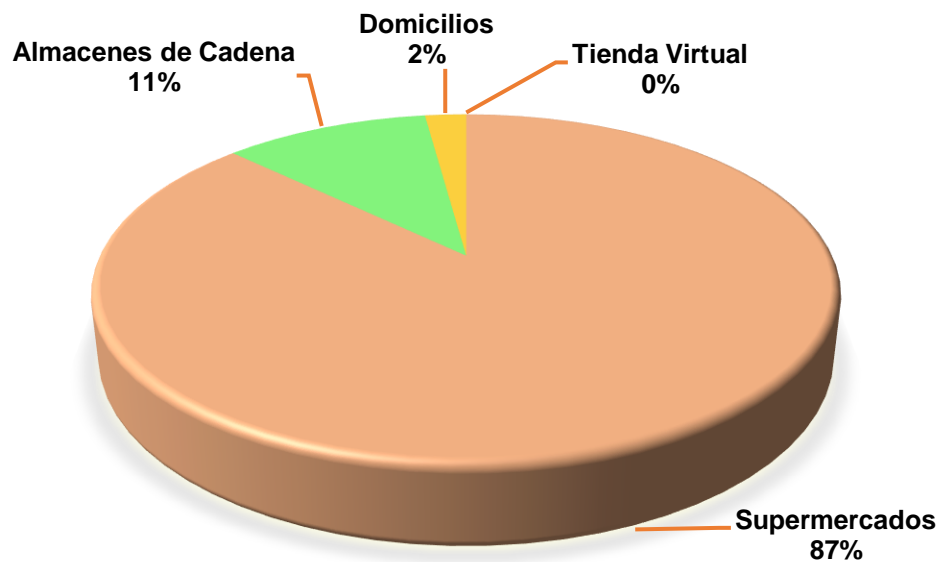
Se observa que el 39% invierte en alimentos a base de leguminosas y verduras más de \$28.001 y el 27% entre \$14.001 a \$21.000 y en promedio invertirían \$23.651 mensualmente. Esta información sirve como guía para la determinación del precio del producto a producir, teniendo en cuenta los precios de productos similares o sustitutos que existen en el mercado.

Pregunta 8. ¿Dónde prefiere comprar alimentos nutritivos a base de leguminosas y verduras?

Cuadro 9. Preferencia de sitio de compra del producto

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Supermercados	122	87%
Almacenes de Cadena	15	11%
Domicilios	3	2%
Tienda Virtual	0	0%
Total	140	100%

Gráfico 8. Preferencia de sitio de compra del producto



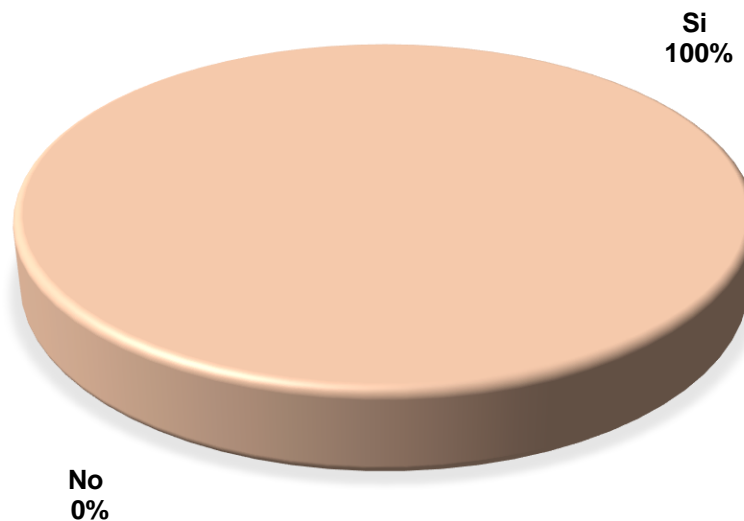
En la Gráfica 8, se observa que el mayor segmento de los compradores de productos nutritivos prefieren hacerlo en Supermercados y en almacenes de cadena, generando un 87% y un 11% respectivamente, permitiendo tener una visión clara en dónde se debe comercializar el producto.

Pregunta 9. Se quiere lanzar al mercado Alimentos Nutritivos a base de Leguminosas como la lenteja con verduras, ¿Compraría este producto cuando esté en el mercado? Si responde negativamente se da por terminada la encuesta.

Cuadro 10. Decisión de compra del producto cuando esté en el mercado

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	140	100%
No	0	0%
Total	140	100%

Gráfico 9. Decisión de compra del producto cuando esté en el mercado



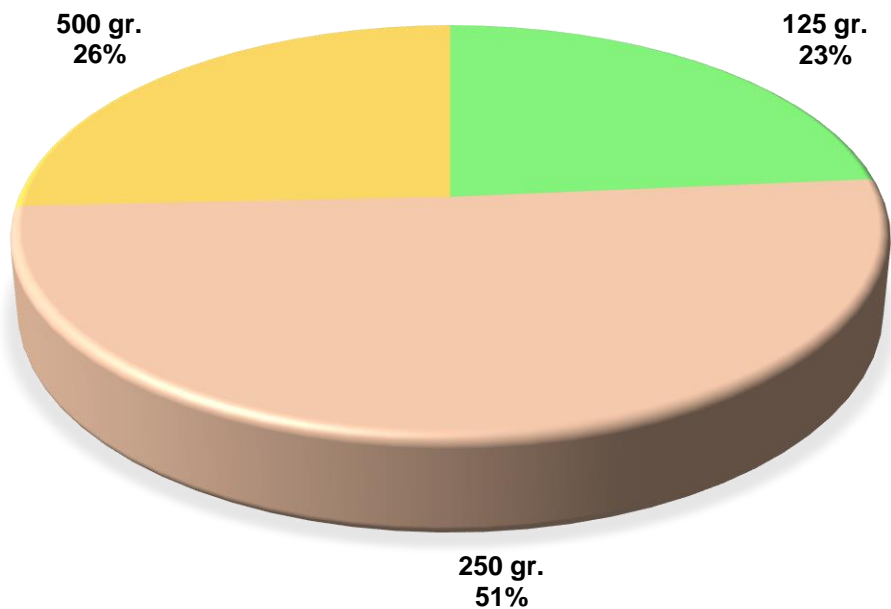
La Gráfica 9, refleja una aceptación del 100% de los habitantes del mercado objetivo para la compra del producto cuando esté en el mercado. Esta información sirve para calcular o estimar la demanda efectiva del proyecto y tener una base de la viabilidad del mismo.

Pregunta 10. ¿Cómo le gustaría que fuera la presentación del nuevo producto?

Cuadro 11. Preferencia de presentación del nuevo producto.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Promedio Ponderado
125 gr.	33	23%	29,46
250 gr.	71	51%	226,79
500 gr.	36	26%	128,57
Total	140	100%	284,82

Gráfico 10. Preferencia de presentación del nuevo producto.



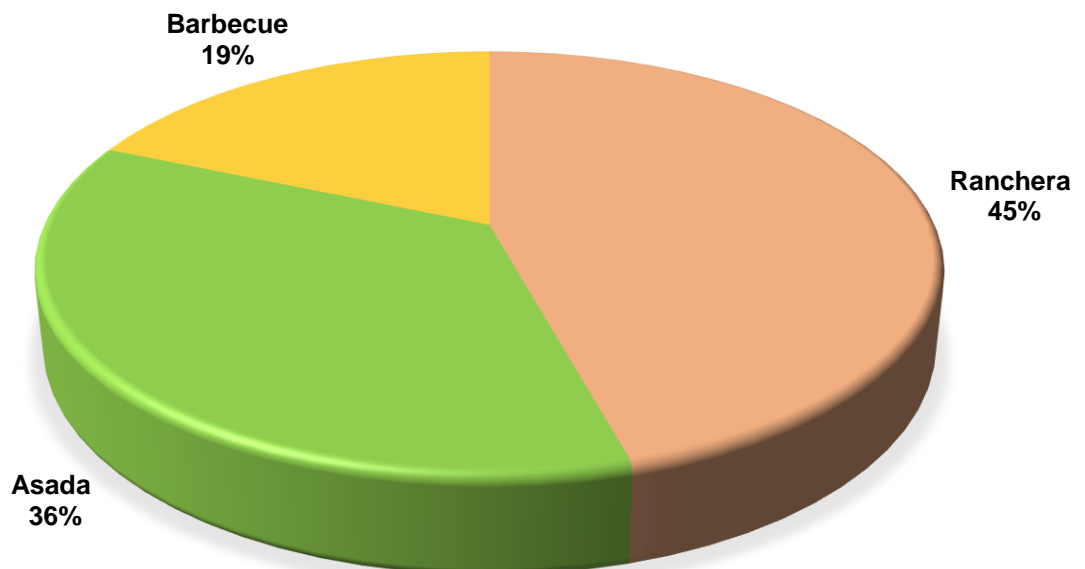
La gráfica 10, con un 51% deja ver que la población prefiere la presentación del producto en unidades de 250 gr. Con un promedio de 284,82 gr. Esta información permite orientar y determinar la mejor unidad de medida para el producto.

Pregunta 11. ¿Qué sabor prefiere para el nuevo producto?

Cuadro 12. Sabor preferido para el producto

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Ranchera	64	45%
Asada	50	36%
Barbecue	26	19%
Total	140	100%

Gráfico 11. Sabor preferido para el producto



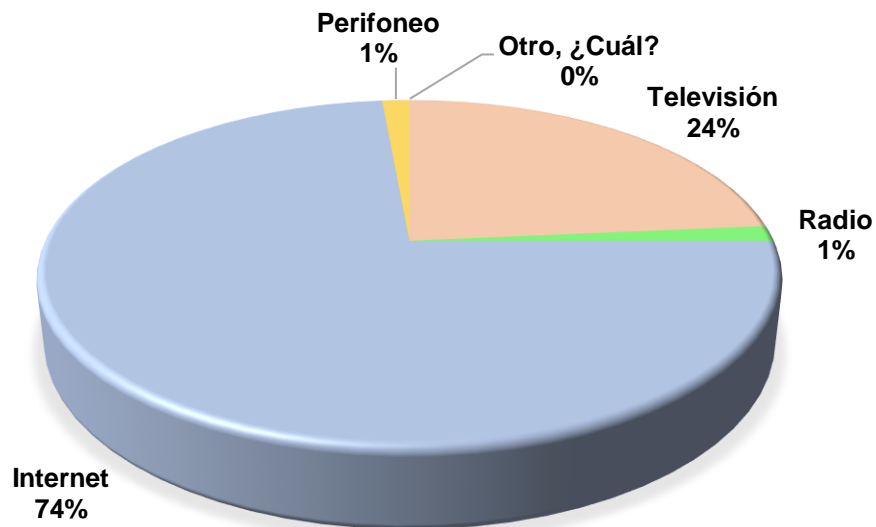
La gráfica 11, permite conocer el sabor preferido por los encuestados, donde el 45% determinaron que el sabor Ranchero es la opción favorita, sin embargo, es importante resaltar que el 36% prefieren el sabor a asado, lo que permite orientar el sabor del producto con mayor predilección.

Pregunta 12. De los siguientes medios de publicidad, ¿Cuál prefiere para conocer nuevos productos?

Cuadro 13. Preferencia de medios para conocer nuevos productos.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	33	24%
Radio	2	1%
Internet	103	74%
Perifoneo	2	1%
Otro, ¿Cuál?	0	0%
Total	140	100%

Gráfico 12. Preferencia de medios para conocer nuevos productos



La Gráfica 12, muestra una marcada predilección por el tipo de publicación de nuevos productos a través del Internet con un 74%, debido a que es uno de los medios más utilizados por las personas de los municipios encuestados, seguido de la televisión con un 24%, los cuales son los medios locales de mayor y rápida circulación de información en los municipios.

2.3.12 Estimación de la demanda actual. A partir de los resultados obtenidos en la investigación de mercados realizada, se calculará la demanda total y efectiva en unidades año, aplicando lo siguiente.

Demanda Total:

Demanda total = mercado objetivo x % población que consume alimentos nutritivos x Frecuencia de compra de leguminosas y verduras x cantidad promedio a comprar alimentos con leguminosas y verduras x 12 meses.

Se tienen los siguientes datos:

Mercado objetivo = 436.865 (población de la zona urbana del Municipio de Río Viejo, (Bolívar) y Valledupar (Cesar).

% Población que consume alimentos nutritivos (pregunta 4) = 93%

Frecuencia de compra de leguminosas y verduras (pregunta 5) = 7,93 veces mes

Cantidad promedio a comprar (pregunta 6) = 3,40 libras mes

Demanda total = $436.865 * 0,93 * 7,93 * 3,40 * 12$

Demanda total = 131.450.896 Libras anuales.

2.3.13 Estimación de la demanda efectiva.

Demanda efectiva = Demanda total x % personas que comprarían el producto a base de leguminosas y vegetales.

Se tienen los siguientes datos:

Demanda total = 131.450.896 libras anuales.

% personas que comprarían el producto (pregunta 9) = 100%

Demanda efectiva = $131.450.896 * 100 = 131.450.896$ libras anuales.

2.3.14 Proyección de la demanda para los próximos cinco años. Para proyectar la demanda se toma la población objetivo que actualmente está estimada en 436.865 personas. Para determinar el incremento de la demanda poblacional en el Municipio de Rio Viejo (Bolívar) y Valledupar (Cesar), se tiene en cuenta datos proporcionados por el informe de la FAO, el cual indica que el consumo de legumbres, raíces y tubérculos tendrá un crecimiento anual del 1.9% en el mundo hasta el 2028.²⁹

Para proyectar la demanda se hace uso de la fórmula de valor futuro.

$$F = P(1 + i)^n$$

Donde

F = Demanda proyectada

P = Demanda estimada (131.450.896 libras anuales)

I = Tasa de crecimiento de la población objetiva con un porcentaje promedio de 1,9%

n = número del periodo (años).

Cuadro 14. Proyección de la Demanda

Año	Formula	Libras anuales de Proteína de Leguminosas y Vegetales
2022	$F = 131.450.896 (1 + 0,019)^0$	131.450.896
2023	$F = 131.450.896 (1 + 0,019)^1$	133.948.463
2024	$F = 133.948.463 (1 + 0,019)^2$	139.086.860
2025	$F = 139.086.860 (1 + 0,019)^3$	147.166.396
2026	$F = 147.166.396 (1 + 0,019)^4$	158.673.861
2027	$F = 158.673.861 (1 + 0,019)^5$	174.331.678

²⁹ LA OPINIÓN. [Sitio web]. Se Consumirá Más Legumbres en los Próximos 10 Años, Pero También Mas Carne. [Consulta: 7 de abril del 2021]. Disponible en: <https://www.laopinion.com.co/economia/se-consumira-mas-legumbres-en-los-proximos-10-anos-pero-tambien-mas-carne>


2.4 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Cuadro 15. Análisis de la competencia

Análisis de la Competencia		
Nombre del competidor	Debilidades	Fortalezas
Zenú (Pietrán)	El precio es uno de los más altos en el mercado. La fecha de vencimiento es muy corta.	El reconocimiento de la marca. La confianza de la población. La tradición del producto. La infraestructura logística de distribución Mayor inversión en Publicidad.
Carfrisan	Hay marcas con más reconocimiento. Es un producto que no tiene mucha publicidad	El precio es asequible al público.
Mac Pollo	Solo manejan productos con carne de pollo, esto limita el mercado.	La trayectoria en el mercado. Invierten en publicidad y tienen reconocimiento.
Colanta	Muy poca gente sabe que la marca maneja productos cárnicos de este tipo.	Los productos conocidos tienen gran aceptación por sabor y buen precio.

Cuadro 16. Benchmarking Comparativo.

Factores	Zenú (Pietrán)	Carfrisan	Mac Pollo	Colanta	Propuesta Legumi Protein
Producto	Hamburguesa Veggie Burger. (260 g x 4 Un.)	Hamburguesa Mixta (Cerdo y Pollo) (500 g x 8 Un.)	Hamburguesa de Pollo (400 g 5 Un.)	Hamburguesa de res Montefrío (500 g. 6 Un.)	Proteína de Leguminosas con Vegetales Legumi Protein. 250 g.
Precios	Hamburguesa Veggie Burger. (260 g x 4 Un.) \$16.250	Hamburguesa de res (500 g x 8 Un.) = \$10.500	Hamburguesa de Pollo (400 g 5 Un.) \$11.600	Hamburguesa de res Montefrío (500 g. 6 Un.) \$12.990	Proteína de Leguminosas con vegetales de 250 g. \$8.500* *Precio estimado, teniendo en cuenta el precio de la competencia.
Estrategias Publicitarias	Invierten en medios de comunicación y campañas de publicidad. Entre otros medios se encuentra los siguientes: <ul style="list-style-type: none">• Redes sociales• TV	Invierten en comerciales, publicidad en redes sociales, revistas y afiches.	Invierten en comerciales, publicidad en redes sociales, revistas y afiches.	Invierten en comerciales, publicidad en redes sociales, revistas y afiches.	Publicidad en redes sociales, la radio, a través del perifoneo y afiches en tiendas y supermercados.

Factores	Zenú (Pietrán)	Carfrisan	Mac Pollo	Colanta	Propuesta Legumi Protein
Valor agregado	Es la única marca de carnes frías en Colombia avalada por la Sociedad Nacional del Corazón, además la calidad de sus productos es muy elevada, la competencia que realiza Pietrán es por beneficios.	Marca que tiene reconocimiento y el precio asequible al público.	Es una marca con trayectoria en el mercado, los productos son ricos en proteínas.	Manejan variedad en productos no sólo cárnicos, como yogures, leche, queso, jugos, etc.	Es una opción saludable y rica para preparar carne para hamburguesas, croquetas y albóndigas.
Empaques	Al vacío, con empaque secundario con la marca 	Al vacío con la marca 	Al vacío con empaque secundario con la marca 	Al vacío con la marca 	Próximamente al vacío con la marca 

Factores	Zenú (Pietrán)	Carfrisan	Mac Pollo	Colanta	Propuesta Legumi Protein
Estrategias Promocional	Descuentos en los almacenes de cadena. <ul style="list-style-type: none"> • Exhibidores • Vitrinas • Impulsadores 	Promociones. Impulsadores.	Promociones. Publican recetas en la página de la empresa Cupones.	Realizan descuentos y promociones en temporadas.	Degustaciones y promociones

2.5 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO MÍNIMO VIABLE

2.5.1 Descripción, usos y especificaciones del producto. Legumi Protein es una proteína de origen vegetal que está hecha de Leguminosas, principalmente de lentejas y verduras como la zanahoria, cebollín, pimentón y especias, entre otras, las cuales dan como resultado una textura suave, deliciosa y saludable, caracterizada por asimilar bien el sabor y apariencia de la carne normal, además contiene altas propiedades nutritivas con muchos beneficios como el calcio, hierro, fósforo, magnesio, sodio, ácido fólico y antioxidantes, debido a su ingrediente principal, que es la lenteja.

Legumi Protein tiene varios usos, por tratarse de un producto que ya está precocido puede realizarse en una plancha o sartén previamente calentado, añadiendo un poco de aceite o mantequilla, según el gusto de cada persona, asando por ambos lados hasta lograr la cocción deseada para ser consumida asada o para utilizarla en una hamburguesa.

Puede prepararse también como croquetas o albóndigas, adicionando los ingredientes preferidos.

Es de textura suave y consistente, no grasa, compuesta de lentejas, cebolla, pimentón, papa, zanahoria, cilantro, perejil, ajo, sal y especias naturales.

Visualmente es de color café, con pintas de colores por las verduras que contiene, tiene un olor a adobo natural y cuenta con una forma redonda cuando ya está empacada.

Beneficios.

- Es un producto bajo en grasas
- Alternativa de proteína vegetal para los que no pueden consumir carnes rojas
- Son una buena fuente de fibra, calcio, hierro, vitaminas y complejo B.

Presentación. La presentación será en un empaque plástico de 250 gr. sellado herméticamente y al vacío.

2.5.2 Atributos diferenciadores del producto con respecto a la competencia.

Uno de los principales atributos diferenciadores que tendrá la proteína de Leguminosas y vegetales, se describen a continuación:

- Es un producto cuya materia prima está compuesta por la Lenteja, la cual es una leguminosa con abundantes propiedades que proporcionan una alimentación rica en proteínas, minerales y vitaminas, necesarias para la buena alimentación de la familia.
- Legumi Protein está compuesto, además de la lenteja, por vegetales y especias que aportan nutrientes necesarios para complementar una alimentación balanceada.
- Es un producto que constituye una alternativa de alimentación saludable, ideal para aquellas personas que tienen problemas con la ingesta de carnes rojas.
- Legumi Protein es un producto versátil ya que puede prepararse en hamburguesas, como croquetas o albóndigas.

2.6 ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACIÓN Y DE DISTRIBUCIÓN

2.6.1 Canal de Comercialización. Se refiere al canal que se usa para llevar el producto desde el fabricante o creador hasta el consumidor final.

Cuadro 17. Análisis de Canal de Comercialización.

Canales de Comercialización	Concepto	Ventajas	Desventajas
Canal Directo	El fabricante vende directamente al consumidor final sin	Control del canal. Máxima promoción. Contacto directo con el cliente.	Mayor conexión. Mayores costos. Mayor inversión de activos fijos.

	necesidad de intermediarios	Sensibilidad inmediata, reacciones del mercado.	Administración más costosa.
Canal Indirecto	<p>El producto pasa por varias manos antes de llegar al consumidor final. Los intermediarios entre el fabricante y el consumidor en un canal de distribución indirecto pueden incluir:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mayorista/distribuidor • Comerciante • Minorista • Consultor • Representantes del fabricante • Catálogos 	<p>Amplia cobertura.</p> <p>Mantenimiento de stocks.</p> <p>Cumplimiento de líneas de producto y variedades de surtido.</p> <p>Especializaciones por zonas o áreas.</p>	<p>Menor promoción.</p> <p>Menor contribución marginal con relación al precio final de ventas.</p> <p>Volúmenes de compra adicionales a políticas ajenas al fabricante</p>
Tienda Virtual	Es un sitio web que es utilizado con la finalidad de vender un producto y/o servicios a través del E-Commerce.	<p>Reducción de tiempos de desplazamiento.</p> <p>Fácil relacionamiento con el cliente.</p> <p>Proceso de compra simple.</p>	<p>Mayores costos.</p> <p>Fallas en el sitio web.</p>

Diagrama de Comercialización.

Ilustración 1. Diagrama de Comercialización



Fuente: Elaboración propia.

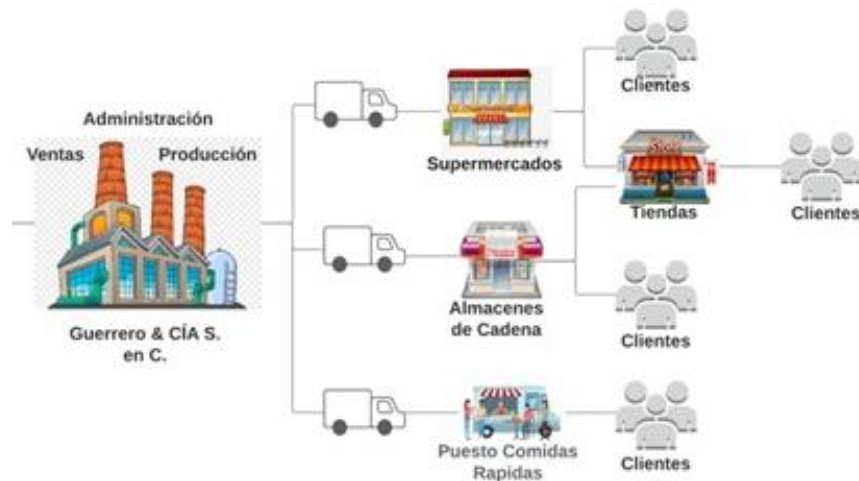
2.6.2 Estructura de Distribución. Es el medio que se emplea para llevar un producto al consumidor final.

Cuadro 18. Análisis de la estructura de Distribución.

Estructura de Distribución	Proceso
Estructura Directa	Los consumidores podrán adquirir el producto directamente en la empresa que estará ubicada en el Municipio de Río Viejo, Bolívar.
Estructura Indirecta	El producto será comercializado en Valledupar, Cesar, por medio de intermediarios en tiendas y supermercados de cadena.

	Se contará con el servicio de transporte prestado por una empresa externa.
--	--

Ilustración 2. Estructura de Distribución.



Fuente: Elaboración propia.

Los canales de comercialización y distribución tendrán impacto en el precio, con la distribución indirecta, un producto que va desde el fabricante hasta el distribuidor antes de que vaya a la tienda minorista, necesita tener un precio de venta al por mayor para que tanto el distribuidor como la tienda puedan marcar un precio. Con un canal de distribución multinivel, se vería algo así:

- El que compra al fabricante es el distribuidor.
- El que compra al distribuidor es el minorista.
- El que compra al minorista es el consumidor final.
- El fabricante, el distribuidor y el minorista necesitan sacar dinero de ese producto.

Selección de los canales de Comercialización y Distribución más convenientes para el producto.

Se utilizará tanto los canales de comercialización directos como los indirectos y tiendas virtuales, ya que se va a atender a los consumidores finales por medio de

los domicilios y se va a utilizar canales como lo son la distribución en las tiendas y en los supermercados de cadena.

2.7 ESTRATEGIA PARA FIJACIÓN DE PRECIOS

Conociendo que los consumidores de carne como la hamburguesa en Rio Viejo (Bolívar) y Valledupar (Cesar) cancelan altos costos por carne de marcas reconocidas, proporciona una gran ventaja ya que el producto que se pretende ingresar al mercado va a manejar un precio más bajo que el de la competencia, además, será un producto que proporcionará múltiples beneficios al organismo del consumidor, la población va a estar comprando un producto asequible, saludable y rico.

Se tiene claro que el reconocimiento de la marca permite manejar precios altos y que los consumidores están dispuestos a pagarlos, hay relación entre reconocimiento de marca y precios, por este motivo se sabe que hay que posicionarse en el mercado y ganar reconocimiento con el producto, para ello se va a manejar precios asequibles a la población, teniendo en cuenta variables como lo son el precio de la competencia, el valor adquisitivo de la población a la que se quiere llegar y los costos de ventas.

2.8 RELACIONAMIENTO CON LOS CLIENTES

2.8.1 Estrategias de comunicación. Con la finalidad de dar a conocer la nueva Proteína de Leguminosas y Vegetales y conseguir un buen posicionamiento de la marca Legumi Protein, la publicidad es un recurso indispensable, una táctica ingeniosa para lograr ese objetivo.

Objetivos

- Dar a conocer a la población del Municipio de Río Viejo (Bolívar) y Valledupar (Cesar) sobre la empresa productora de Proteína de Vegetales.
- Concienciar a la población sobre los beneficios del consumo de un producto nutritivo, rico, saludable y que además contiene las proteínas que aportan las carnes rojas; de esta forma se busca que las personas adquieran no sólo buenos hábitos alimenticios, sino que se decidan a consumir un producto nuevo con altos valores proteicos como lo aportan la Proteína de Leguminosas y Vegetales, Legumi Protein.

Una vez dada a conocer la nueva Proteína de Vegetales en el mercado del Municipio de Río Viejo y Valledupar, se pretende mantener a Legumi Protein en la mente del cliente a través de las distintas estrategias de publicidad que se emplearán para ello.

Cuadro 19. Análisis de Medios

ANÁLISIS DE MEDIOS		
MEDIO	VENTAJAS	DESVENTAJAS
RADIO	<p>Los contenidos se propagan al instante y permite estar informados de las últimas novedades.</p> <p>Da espacio para la imaginación.</p> <p>Colaboración e Interacción con el oyente.</p> <p>Se puede escuchar en cualquier lugar</p> <p>Es más económica y manejable.</p> <p>Es más fácil de producir.</p> <p>La publicidad es directa.</p>	<p>No contiene imágenes que refuercen el contenido sonoro.</p> <p>Muchas emisoras tienen exceso de anuncios comerciales.</p> <p>Los contenidos pueden resultar efímeros en comparación con un medio escrito.</p> <p>Mensaje fugaz.</p> <p>El oyente es inestable.</p> <p>No siempre es verídico.</p>

ANÁLISIS DE MEDIOS		
MEDIO	VENTAJAS	DESVENTAJAS
TELEVISIÓN	<p>Alto contenido de motivación: Al combinar imágenes, texto, animaciones, es más atractivo para el receptor y por lo tanto tiene mayor estímulo que con otros medios.</p> <p>Permite un mayor entendimiento.</p> <p>Alta cobertura geográfica.</p> <p>Posee un gran alcance, captando una importante cantidad de público en un periodo mínimo de tiempo.</p> <p>Medio evaluable (Por medio del rating)</p>	<p>Costo alto por anuncio.</p> <p>Tiene grupo de teleaudiencia.</p> <p>Tiene que ser constante para que no se olvide</p> <p>Mayor saturación.</p> <p>Cambio de canal durante los comerciales.</p> <p>Poca cantidad de texto.</p>
VOLANTES	<p>Presenta un diseño flexible.</p> <p>Pueden ser colocados en cualquier lugar y entregados a las personas.</p> <p>Es una publicidad segmentada.</p> <p>Son fáciles de producir.</p> <p>Fácil de leer.</p> <p>Orientados al público objetivo.</p>	<p>No es un medio masivo.</p> <p>Solo son efectivos a corto plazo, ya que las personas los tiran si no le son de utilidad.</p> <p>Demandan gastos de impresión.</p>

ANÁLISIS DE MEDIOS		
MEDIO	VENTAJAS	DESVENTAJAS
REDES SOCIALES	<p>Son accesibles para cualquier anunciante.</p> <p>Puede incluirse publicidad animada.</p> <p>Las estadísticas del sitio web permitirán cuantificar las visitas recibidas del portal o página web para medir su efectividad.</p> <p>Amplia cobertura y gran poder de segmentación.</p> <p>Visibilidad de marca.</p>	<p>No todos los visitantes del portal de internet estarán interesados en el producto.</p> <p>Usuarios desinteresados.</p> <p>Sólo está dirigida a los usuarios de la red.</p> <p>La competencia puede detectar con facilidad las estrategias de publicidad.</p> <p>No todas las personas pueden tener acceso a Internet.</p> <p>Memoria a corto plazo.</p>
REVISTAS	<p>Audiencia selectiva.</p> <p>Anuncio duradero.</p> <p>Calidad visual.</p> <p>Buena segmentación del público.</p>	<p>Costo alto.</p> <p>Distribución limitada.</p> <p>Los anuncios podrían tardar bastante en tener efecto.</p> <p>Frecuente saturación publicitaria en muchas de ellas.</p>
PERIFONEO	<p>Se mueve en la zona en donde le interesa publicitarse.</p> <p>Se utiliza por temporadas.</p> <p>Con una pequeña inversión se puede llegar a miles de clientes.</p> <p>Alto impacto en los consumidores.</p> <p>Facilidad de adaptarse a los requerimientos de cualquier cliente.</p>	<p>Saturación y rechazo.</p> <p>No a todo mundo le interesa lo que se anuncia.</p> <p>No es medio masivo de publicidad.</p> <p>Efectos a corto plazo.</p>

ANÁLISIS DE MEDIOS		
MEDIO	VENTAJAS	DESVENTAJAS
AFICHES	<p>Impacto visual.</p> <p>Fácil lectura.</p> <p>Transmiten mensajes de manera atractiva.</p> <p>Se puede hacer con pocos recursos.</p> <p>Atraen la atención del receptor.</p>	<p>Escasa selectividad del público.</p> <p>Demanda por sitios privilegiados.</p> <p>Reducido el tiempo para observar el anuncio.</p>

2.8.1.1 Análisis de medios. Como medios publicitarios se empleará el internet, televisión, redes sociales, perifoneo, radio y afiches, debido a que estos medios son los más influyentes en el Municipio de Rio Viejo (Bolívar) y Valledupar (Cesar), permitiendo que lleguen de forma directa a todos los posibles clientes del producto.

Internet y Redes Sociales: Se publicará el lanzamiento del producto donde se resalten los beneficios y ventajas del consumo de la nueva Proteína de Vegetales, Legumi Protein.

Televisión regional: Se transmitirá un anuncio de 20 segundos a mediodía, con el objetivo de llegar a todos los posibles hogares, tener un mayor impacto visual, prestigio y reconocimiento de la marca.

Volantes: Se distribuirán a la población de Rio Viejo y Valledupar.

Perifoneo: Se transmitirá por altoparlante (sobre motocicleta o automóvil) en dos sesiones diarias durante una semana por todos y cada uno de los barrios de la cabecera Municipal y sus corregimientos, durante el lanzamiento del producto, posterior al lanzamiento se promocionará una vez por semana.

Radio: Se transmitirán cuñas radiales con una duración de 40 segundos, cuatro veces al día en la emisora principal del Municipio, teniendo en cuenta los horarios de mayor sintonía.

Afiches: Se distribuirán en todas las tiendas y supermercados del Municipio, detallando las características del producto como la dirección y teléfono para pedidos a domicilio.

Merchandising: Como estrategia de promoción se darán degustaciones en las principales tiendas y supermercados del Municipio, ubicando el producto de manera estratégica de tal forma que el cliente pueda tener fácil contacto visual con el mismo. Asimismo, se acondicionará un establecimiento móvil (Tienda), en un ambiente adecuado donde se podrá exhibir el producto en sus dos fases, preparación y producto final, acompañado de sus productos complementarios como el pan para hamburguesas, verduras y salsas.

2.8.2 Presupuesto de comunicación.

2.8.2.1 Presupuesto de Lanzamiento. Se refiere a aquella publicidad planeada con esfuerzos especiales, tendiente a influir en los consumidores, dándoles a conocer las bondades del nuevo producto.

Cuadro 20. Presupuesto de lanzamiento

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Volantes de 20x25cm	1.000	\$ 40	\$ 40.000
Perifoneo por 15 días	2	\$ 350.000	\$ 700.000
Tarjetas de presentación	1.000	\$ 45	\$ 45.000
Radio	30	\$ 45.000	\$ 1.350.000
Degustación	1.000	\$ 500	\$ 500.000
Internet, redes sociales y página web	1	\$ 400.000	\$ 400.000
Papelería y Fotocopiado	1	\$ 60.000	\$ 60.000

Encuestadores	2	\$ 100.000	\$ 200.000
Servicio de diseño gráfico	1	\$ 200.000	\$ 200.000
TOTAL			\$ 3.495.000

2.8.2.2 Presupuesto de operación. Se define también como publicidad de mantenimiento y es aquella que permite que la empresa crezca y mantenga su prestigio comercial, anunciando las políticas de calidad total puestas en marcha.

Cuadro 21. Presupuesto de operación

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Degustaciones	\$ 125.000	\$ 1.500.000
Radio	\$ 180.000	\$ 2.160.000
Tarjetas de presentación	\$ 11.250	\$ 135.000
Televisión*	\$ 460.000	\$ 5.520.000
TOTAL	\$ 776.250	\$ 9.315.000

* La televisión se utilizará sólo en el presupuesto de operación, por tal motivo no se incluye en el presupuesto de lanzamiento.

3. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico permite identificar y recolectar información sobre el tamaño del proyecto, los recursos humanos, las materias primas, las maquinarias y equipos, así como también la localización de la empresa y demás insumos necesarios para la operación del proyecto.

3.1 TIPO DE PROYECTO

Producción de Alimentos Nutritivos a base de leguminosas y vegetales en el Municipio de Río Viejo (Bolívar) y Valledupar (Cesar).

El código CIIU que identifica la actividad comercial de la empresa es 1020 - Procesamiento y conservación de frutas, legumbres, hortalizas y tubérculos. Este proyecto pertenece al sector secundario.³⁰


3.2 DESARROLLO OPERATIVO DEL PROYECTO

3.2.1 Ficha técnica del producto mínimo viable

Cuadro 22. Ficha Técnica del Producto.

Ficha Técnica del Producto – Legumi Protein.	
Diseño del Producto	
Ingredientes	Lentejas, cebolla, pimentón, papa, zanahoria, sal, especias y agua.

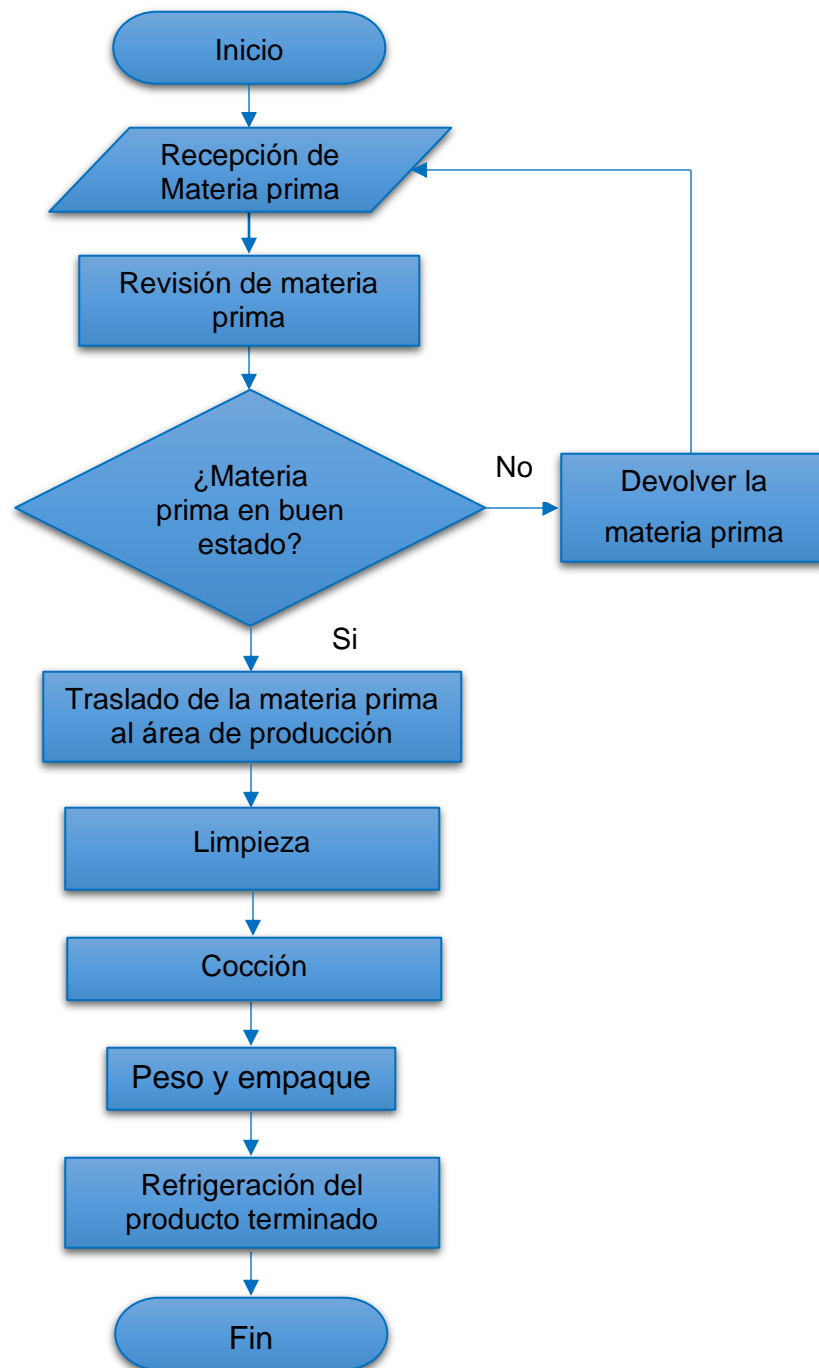
³⁰ CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. [Sitio web]. Descripción Actividades Económicas. [Consulta: 6 de abril del 2021]. Disponible en: <https://linea.ccb.org.co/descripcionciiu/>

Ficha Técnica del Producto – Legumi Protein.	
Materia prima por unidad	250 gr.
Empaque	<p>Bolsa para empaque al vacío con película coextruida apta para contacto con alimentos. Ofrece buena barrera a aromas, gases y vapor de agua. Posee alta propiedades mecánicas como resistencia a la deformación, ruptura y punzado. La impresión se puede realizar en la cara externa. Posee altas propiedades mecánicas y un amplio rango de sellado.</p> 
Descripción del producto	<p>Legumi Protein es una proteína que está hecha de lentejas y vegetales, ideal para preparar hamburguesas, croquetas u otras preparaciones alimenticias.</p> <p>Su presentación es en un empaque plástico sellado, empacado al vacío con un peso de 250 gr.</p> <p>Es un producto saludable, nutritivo, caracterizado por asimilar muy bien el sabor y apariencia de la carne normal, tiene altas propiedades nutritivas con muchos beneficios como el calcio, hierro, fósforo, magnesio, sodio, ácido fólico y antioxidantes.</p>
Vida útil	En condiciones óptimas de refrigeración, Legumi Protein puede alcanzar un tiempo de consumo de hasta 10 días.

3.2.2 Descripción y diagramación de actividades clave.

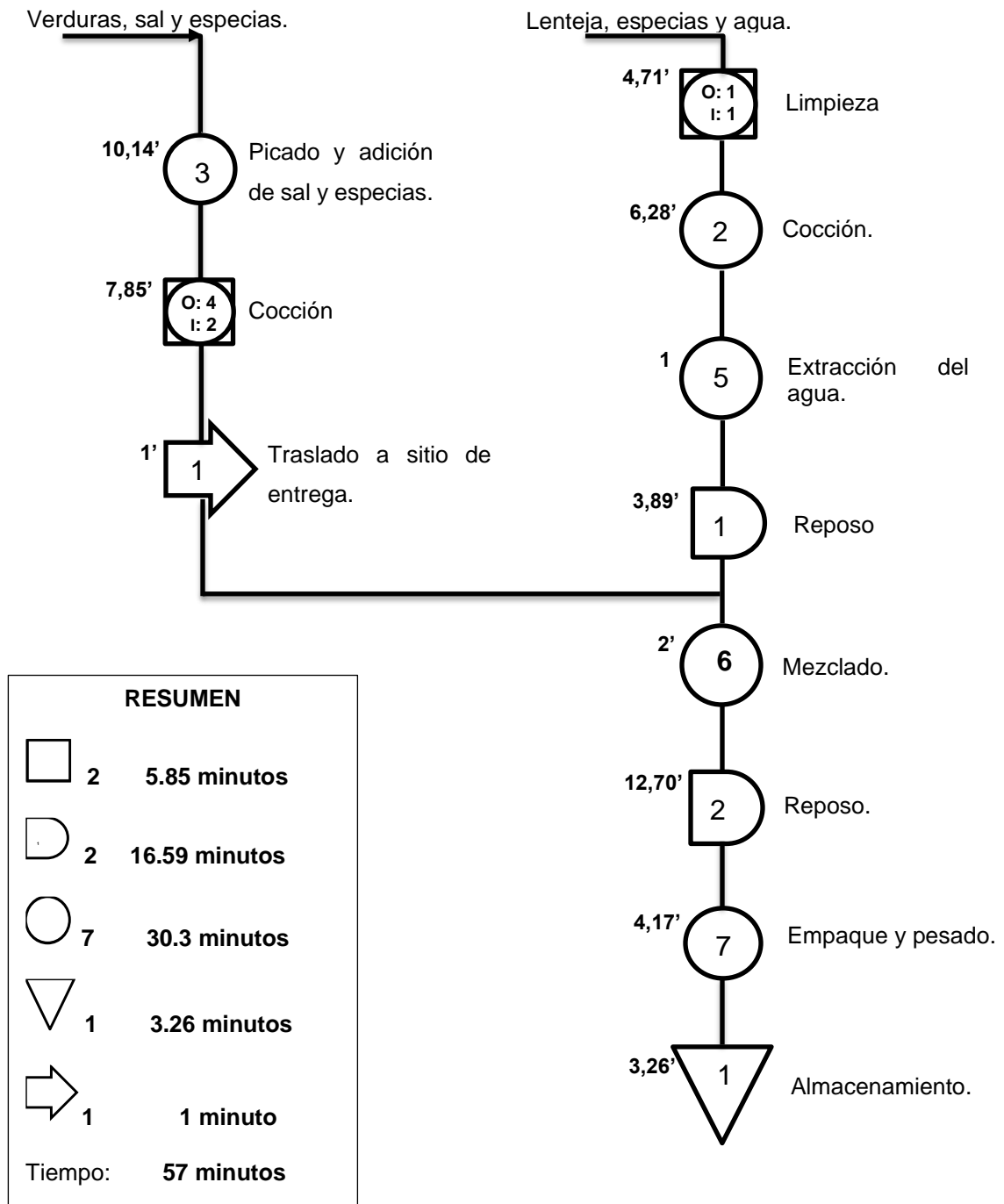
3.2.2.1 Diagrama de flujo.

Ilustración 3. Diagrama de Flujo.



3.2.2.2 Diagrama de operaciones del proceso. A continuación, se visualiza el diagrama de operación de la elaboración de Legumi Protein teniendo en cuenta para cada una de las etapas el tiempo de producción.

Ilustración 4. Diagrama de Operaciones del Proceso.



Limpieza. Este proceso inicial consta de la selección, limpieza y lavado de la lenteja con el fin de desechar producto defectuoso y suciedad excesiva para posteriormente continuar con el proceso de lavado.

Ilustración 5. Selección de Lenteja.



Fuente: ARGUINANO, Karlos. Lentejas para regular colesterol. [Ilustración]. Lentejas para regular el colesterol. [Consultado: 3 de abril de 2020]. Disponible en: <https://www.hogarmania.com/cocina/programas-television/karlos-arguinano-en-tu-cocina/consejos-nutricionales/201204/lentejas-para-regular-colesterol-14786.html>

Cocción. En esta etapa del proceso los operarios mezclan la materia prima con las especias y luego se procede con la cocción.

Ilustración 6. Mezcla de lenteja, agua y especias.



Fuente: Sin autor. Tiempos de cocción de alimentos en olla rápida o express. [Ilustración]. Comer sano. [Consultado: 3 de abril de 2020]. Disponible en: <https://cucharaotenedor.com/comer-sano/tiempos-de-coccion-de-alimentos-en-olla-rapida-o-express/>

Picado, adición de sal y especias. Los operarios pican todos los vegetales, pimentón, cebolla, papa, zanahoria, cilantro, perejil y posteriormente proceden al mezclado de los mismos en la máquina industrial.

Ilustración 7. Picado de vegetales.



Fuente: CUPANI, María. Conoce las verduras más sanas. [Ilustración]. Conoce las verduras más sanas. [Consultado: 3 de abril de 2020]. Disponible en: <https://www.vix.com/es/imj/5457/conoce-las-verduras-mas-sanas>.

Cocción. Se sigue con el paso de cocción de los vegetales picados en el proceso anterior y se verifica la cocción.

Ilustración 8. Cocción de vegetales y verificar cocción.



Fuente: MIRANDA, Javier. Frutas Verduras y Hortalizas. [Ilustración]. Hortícolas Javier Miranda. 2018. [Consultado: 3 de abril de 2020]. Disponible en: <https://terrasdemiranda.es/blog/cientificos-afirman-mas-sanas-las-verduras-fritas-aceite-oliva-cocidas/>.

Extracción del agua. Cuando se llega a este paso, las lentejas que en el segundo proceso se colocaron a hervir, ya están listas para extraerles el agua y reservar por unos minutos.

Ilustración 9. Extracción del agua de las lentejas.



Fuente: ORTÍZ, Sonia. Cocina al natural. [Ilustración]. Cocina & Comparte. 2015. [Consultado: 3 de abril de 2020]. Disponible en: <https://cocinaycomparte.com/recipes/ensalada-de-atun-con-lentejas>.

Reposo. En este paso se deja reposar la materia prima.

Ilustración 10. Reposo de materia prima.



Fuente: PAZLADEANDO. Lentejas – Truco de cocción, conservación y congelación para tus recetas. [Ilustración] [Consultado: 12 de julio de 2022]. Disponible en: <https://pazladeando.es/lentejas-trucos-de-coccion-conservacion-y-congelacion-para-tus-recetas>.

Traslado a sitio de entrega. En este proceso, se trasladan las verduras, sal y especias para proceder con el mezclado.

Ilustración 11. Traslado a sitio de entrega.



Fuente: CUIDATE PLUS. ¿Por qué es tan recomendable tomar frutas y verduras? [Ilustración] 15 de marzo de 2021. [Consultado: 12 de julio de 2022]. Disponible en: <https://cuidateplus.marca.com/alimentacion/nutricion/2020/09/13/-recomendable-frutas-verduras-174793.html>

Mezclado. Los vegetales que se saltearon, se mezclan con las lentejas en un recipiente con el suficiente espacio.

Ilustración 12. Mezclado de todos los ingredientes.



Fuente: ABELLÁN, Romualdo y LÓPEZ, Cristina. Cocinillas. [Ilustración]. El Español. 2019. [Consultado: 3 de abril de 2020]. Disponible en: https://www.elespanol.com/cocinillas/recetas/ensaladas/20190509/ensalada-lentejas-receta-sana-minutos/1001583891598_30.html

Reposo. Se deja reposar la mezcla de todos los ingredientes.

Ilustración 13. Reposo de la mezcla de ingredientes.



Fuente: MARU TV. Ensalada de Lentejas. [Ilustración]. [Consultado: 13 de julio de 2022].
Disponible en: <https://www.marubotana.tv/recipe-items/ensalada-de-lentejas/>

Empaque y Pesado. Los operarios procederán a pesar la Proteína de vegetales con el peso estipulado de 250 gr. y luego empacar de forma industrial.

Ilustración 14. Empacar y Pesar.



Fuente: Autores propios.

Almacenamiento. Finalmente, en esta última etapa del proceso, los operarios procederán a almacenar y refrigerar el producto terminado.

Ilustración 15. Refrigeración del producto.



Fuente: GUIRRE, Eiza. Criogenización de alimentos. [Ilustración]. Hamburguesas Eizaguirre. 2018. [Consultado: 3 de abril de 2020]. Disponible en: <http://www.hamburguesaseizaguirre.com/criogenizacion-de-alimentos-que-es/>.

3.2.3 Características del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST). Teniendo en cuenta el objeto social de la empresa, la cual estará conformada por menos de 10 colaboradores, se ha basado en la Resolución 0312 de 2019, en el Artículo 3 que define los estándares mínimos que debe cumplir con el fin de proteger la seguridad y salud de los trabajadores. (Ver cotización en Anexo B)

Cuadro 23. Requisitos mínimos del SG-SST para menos de 10 trabajadores.

No.	Ítem	Criterio
1	Asignación de una persona que diseñe e implemente el Sistema de Gestión de SST	El diseño del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, para empresas de menos de diez (10) trabajadores en clase de riesgo I, II y III puede ser realizado por un técnico en Seguridad y Salud en el Trabajo (SST) o en alguna de sus áreas, con licencia vigente en Seguridad y Salud en el Trabajo, que acredite mínimo un (1) año de experiencia certificada por las empresas o entidades en las que laboró en el desarrollo de actividades de Seguridad y Salud en el Trabajo y que acredite la aprobación del curso de capacitación virtual de cincuenta (50) horas. Esta actividad también podrá ser desarrollada por tecnólogos, profesionales y profesionales con posgrado en SST, que cuenten con licencia vigente en Seguridad y Salud en el Trabajo y el referido curso de capacitación virtual de cincuenta (50) horas.

2	Afiliación al Sistema de Seguridad Social Integral	Afiliación a los Sistemas de Seguridad Social en Salud, Pensión y Riesgos Laborales de acuerdo con la normatividad vigente.
3	Capacitación en SST	Elaborar y ejecutar programa o actividades de capacitación en promoción y prevención, que incluya como mínimo lo referente a los peligros/riesgos prioritarios y las medidas de prevención y control.
4	Plan anual de trabajo	Elaborar el Plan Anual de Trabajo del Sistema de Gestión de SST, firmado por el empleador o contratante, en el que se identifiquen como mínimo: objetivos, metas, responsabilidades, recursos y cronograma anual.
5	Evaluaciones médicas ocupacionales	Realizar las evaluaciones médicas ocupacionales de acuerdo con la normatividad y los peligros/riesgos a los cuales se encuentre expuesto el trabajador.
6	Identificación de peligros; evaluación y valoración de riesgos	Realizar la identificación de peligros y la evaluación y valoración de los riesgos con el acompañamiento de la ARL.
7	Medidas de prevención y control frente a peligros/riesgos identificados	Ejecutar las actividades de prevención y control de peligros y/o riesgos, con base en el resultado de la identificación de peligros, la evaluación y valoración de los riesgos.

Fuente: MINISTERIO DEL TRABAJO. Resolución número 0312 de 2019. Artículo 3. [Sitio web]. Bogotá. [Consultado: 18 de octubre de 2021]. Disponible en: <https://www.mintrabajo.gov.co/documents/20147/59995826/Resolucion+0312-2019-+Estandares+minimos+del+Sistema+de+la+Seguridad+y+Salud.pdf>

3.2.4 Análisis Ambiental.

Ilustración 16. Cotización Análisis Ambiental.



COTIZACIÓN DE ESTUDIO DE UN IMPACTO AMBIENTAL

Señores:

Guerrero & CIA S. en C.

Dirección: CII 5 n° 9-53 Barrio 7 de agosto

Tel: 3187955364 - 3173165376

Ciudad, Río Viejo Bolívar.

Dando atención a su requerimiento. Tenemos el gusto de presentarle nuestra propuesta técnica económica para la prestación del servicio de consultoría en el estudio de impacto ambiental de su empresa.

OBJETIVO:

Es el estudio técnico de carácter interdisciplinario, que se realiza con el propósito de predecir los impactos ambientales que se puedan derivar de la ejecución de un proyecto, permitiendo la toma de decisiones sobre la viabilidad ambiental del mismo.

CONTENIDO DEL SERVICIO:

La consultoría comprenderá las siguientes actividades:

- Elaboración del estudio de impacto ambiental.
- Recopilación de información técnica, legal y sanitaria.
- Monitoreo de calidad del agua, aire.
- Prestación de informe de caracterización según normativa vigente de resultados de análisis de laboratorios; por tramo de monitoreo.
- Equipos de mediciones certificados y acreditados.
- Plan de trabajo detallado días antes del monitoreo.

TIEMPO DEL SERVICIO:

- ✚ TRABAJO DE CAMPO → 6 días
- ✚ TRABAJO DE GABINETE → 10 días

DURACION DE TRABAJO: 16 días calendarios

EQUIPO TECNICO:

El personal propuesto para la presente consultoría estará conformado por:

- Un especialista ambiental.
- Dos monitoristas ambientales.

VALOR DE LA OFERTA:

El valor de la consultoría por el estudio de impacto ambiental de la empresa contratante es de \$5.000.000 millones de pesos.

NOTA: Dentro del costo se incluyen los equipos para cada monitoreo.

DISEÑADO POR:		APROVADO POR:	
MONICA LEAL Ingeniero Ambiental Especialista en SST			
NOMBRE:	Ing. Mónica Leal	NOMBRE:	
CARGO:	Director comercial	CARGO:	

(Ver cotización en Anexo C)

3.2.5 Recursos Clave.


3.2.5.1 Talento humano. Para la puesta en marcha del proyecto, el talento humano es el activo más importante, a continuación, se describen los cargos necesarios para su funcionamiento.

Cuadro 24. Talento Humano.

Cargo	Área	Número de personas	Tipo de Contrato
Gerente	Administrativa	1	Indefinido
Asistente Administrativa	Administrativa	1	Indefinido
Operarios	Producción	2	Indefinido
Asesores Comerciales	Ventas	2	Indefinido
Servicios Generales	Administrativa	1	Indefinido
Contador	Administrativa	1	Prestación de Servicios

3.2.5.2 Infraestructura. Para poner en operación el proceso productivo de la nueva empresa es necesario adquirir maquinaria, equipos, muebles, enseres, equipos de oficina y herramientas.


Cuadro 25. Equipos de Oficina.

EQUIPOS DE OFICINA		
RECURSO	ESPECIFICACIONES	FIGURA
Aire Acondicionado	<p>Especificaciones.</p> <p>Aire acondicionado 12000btu 110v Convencional marca MIDEA.</p> <p>Valor: \$1.280.000</p> <p>Cantidad: 2</p>	

EQUIPOS DE OFICINA		
RECURSO	ESPECIFICACIONES	FIGURA
Kit de Cámaras de Seguridad x 4	<p>Especificaciones.</p> <p>Kit DVR 720P alámbrico 8 cámaras marca Dairu.</p> <p>Valor: \$1.235.000</p> <p>Cantidad: 1</p>	
Televisor	<p>Especificaciones.</p> <p>Televisor 32 pulgadas HD LED marca Challenger.</p> <p>Valor: \$860.000</p> <p>Cantidad: 1</p>	

Fuente: HOMECENTER. [En línea]. [Consultado: 26 de abril de 2022]. Disponible en: <https://www.homecenter.com.co>

Cuadro 26. Equipos de Computación y Comunicación.

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y COMUNICACIÓN		
RECURSO	ESPECIFICACIONES	FIGURA
Computador de Escritorio	<p>Especificaciones.</p> <p>Todo en uno HP 22 -Df0017 la Pentium 4GB 1 sistema operativo Windows 10.</p> <p>Valor: \$1.900.000</p> <p>Cantidad: 2</p>	

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y COMUNICACIÓN		
RECURSO	ESPECIFICACIONES	FIGURA
Computador Portátil	<p>Especificaciones.</p> <p>Portátil Lenovo V14 G2 ITL 14 Core i5 1135 G7 8GB SSD 512 GB.</p> <p>Valor: \$3.233.000</p> <p>Cantidad: 1</p>	
Impresoras	<p>Especificaciones.</p> <p>Impresora Canon Pixma G5010.</p> <p>Valor: \$930.000</p> <p>Cantidad: 1</p>	
Celular	<p>Especificaciones.</p> <p>Celular Motorola Moto G20 verde.</p> <p>Valor: \$737.000</p> <p>Cantidad:3</p>	




Fuente: HOMECENTER. [En línea]. [Consultado: 26 de abril de 2022]. Disponible en: <https://www.homecenter.com.co>

Fuente: OFIX. [En línea]. [Consultado: 26 de abril de 2022]. Disponible en: <https://www.ofix.online/>

Cuadro 27. Maquinaria y Equipos.

MAQUINARIA Y EQUIPOS		
RECURSO	ESPECIFICACIONES	FIGURA
Estufa Industrial	<p>Especificaciones</p> <p>Estufa industrial 6 fogones base abierta, con quemadores industriales en hierro y aluminio.</p> <p>Valor: \$6.000.000</p> <p>Cantidad: 1</p>	
Procesador Industrial de Vegetales EVC 300	<p>Especificaciones.</p> <p>Procesador capaz de tajar, picar, rallar y cortar en julianas o en cubos hasta 70 kilogramos por hora de frutas, quesos y verduras, con capacidad de 150 Kg/hora, incluye 5 discos (tres para rallar y dos para tajar)</p> <p>Valor: \$3.514.000</p> <p>Cantidad: 1</p>	
Mezcladora Industrial	<p>Especificaciones</p> <p>Mezcladora de alimentos industrial 50 litros.</p> <p>Valor: \$5.000.000</p> <p>Cantidad: 1</p>	
Marmita Industrial en Acero	<p>Especificaciones.</p> <p>Marmita para vapor o gas en acero inoxidable, 50 litros.</p> <p>Valor: \$7.850.000</p> <p>Cantidad: 1</p>	

MAQUINARIA Y EQUIPOS

RECURSO	ESPECIFICACIONES	FIGURA
<p>Empacadora</p>	<p>Especificaciones.</p> <p>Maquina selladora empacadora al vacío industrial.</p> <p>Valor: \$4.650.000</p> <p>Cantidad: 1</p>	
<p>Nevera Industrial</p>	<p>Especificaciones.</p> <p>Nevera industrial de dos puertas de capacidad de 1223 litros.</p> <p>Valor: \$6.000.000</p> <p>Cantidad:1</p>	
<p>Gramera Industrial</p>	<p>Especificaciones.</p> <p>Gramera digital 200 KI industrial con lector led.</p> <p>Función de peso bruto, tara y cero.</p> <p>Valor: \$308.500</p> <p>Cantidad:1</p>	

MAQUINARIA Y EQUIPOS		
RECURSO	ESPECIFICACIONES	FIGURA
Planta Eléctrica	<p>Especificaciones.</p> <p>Planta eléctrica Diésel de 5000W 110/220V.</p> <p>Valor: \$5.860.000</p> <p>Cantidad:1</p>	
Estampadora Industrial	<p>Especificaciones.</p> <p>Máquina Industrial Estampadora (Sublimadora) 60 x 80 para material apto como el plástico.</p> <p>Valor: \$2.800.000</p> <p>Cantidad: 1</p>	

Fuente: EXHIBIR. Equipos y Utensilios para Panadería y Restaurante. [En línea]. [Consultado: 1 de mayo de 2022]. Disponible en: https://exhibirequipos.com/producto/procesador-de-vegetales/?gclid=Cj0KCQjw37iTBhCWARIsACBt1Izq11EPCmEslNu2_NtPGus128uelowjPDp-IL4mp6b6Btfx0uhPmgaAkBbEALw_wcB

Fuente: HOMECENTER. [En línea]. [Consultado: 24 de abril de 2022]. Disponible en: <https://www.homecenter.com.co>

Fuente: MERCADO LIBRE. [En línea]. [Consultado: 23 de abril de 2022]. Disponible en: <https://www.mercadolibre.com.co/>

Cuadro 28. Muebles y Enseres.

MUEBLES Y ENSERES		
RECURSO	ESPECIFICACIONES	FIGURA
Escritorio con silla	<p>Especificaciones.</p> <p>Escritorio de 2 piezas en forma de L para computadora de esquina que ahorra espacio en la oficina.</p> <p>Valor: \$600.000</p> <p>Cantidad: 2</p>	
Escritorio de Gerencia	<p>Especificaciones.</p> <p>Escritorio gerencial de 3 piezas en forma de L para computadora.</p> <p>Valor: \$750.000</p> <p>Cantidad: 1</p>	
Mesa en Madera	<p>Especificaciones.</p> <p>Mesa elaborada en madera en forma rectangular.</p> <p>Valor: \$150.000</p> <p>Cantidad: 1</p>	
Mesón Industrial en Acero	<p>Especificaciones.</p> <p>Mesón en acero inoxidable sin entrepaño para trabajo pesado.</p> <p>Valor: \$280.000</p> <p>Cantidad: 1</p>	

MUEBLES Y ENSERES


RECURSO	ESPECIFICACIONES	FIGURA
<p>Mesón Industrial en Acero</p>	<p>Especificaciones.</p> <p>Mesón lavaplatos con 1 poceta especial para manipulación de alimentos.</p> <p>Valor: \$1.820.000</p> <p>Cantidad: 1</p>	
<p>Extintor Multipropósito</p>	<p>Especificaciones.</p> <p>Extintor polvo químico ABC 20 lb multipropósito + gancho + señal.</p> <p>Valor: \$68.000</p> <p>Cantidad: 4</p>	
<p>Botiquín Equipado en Gabinete</p>	<p>Especificaciones.</p> <p>Botiquín metálico equipado fijo tipo A.</p> <p>valor: \$140.000</p> <p>cantidad: 2</p>	
<p>Señalización Fotoluminiscente x 16</p>	<p>Especificaciones.</p> <p>Kit x 16 señalización fotoluminiscente para oficinas.</p> <p>valor: \$161.900</p> <p>cantidad: 1</p>	

MUEBLES Y ENSERES		
RECURSO	ESPECIFICACIONES	FIGURA
Punto Ecológico	<p>Especificaciones.</p> <p>Punto ecológico de 55 litros 3 puestos.</p> <p>Valor: \$250.000</p> <p>Cantidad:1</p>	
Sillas Plásticas	<p>Especificaciones.</p> <p>Silla plástica con brazos.</p> <p>Valor: \$39.000</p> <p>Cantidad: 8</p>	

Fuente: HOMECENTER. [En línea]. [Consultado: 25 de abril de 2022]. Disponible en: <https://www.homecenter.com.co>

Fuente: MERCADO LIBRE. [En línea]. [Consultado: 25 de abril de 2022]. Disponible en: <https://www.mercadolibre.com.co/>

Cuadro 29. Herramientas o Utensilios.

HERRAMIENTAS O UTENSILIOS		
RECURSO	ESPECIFICACIONES	FIGURA
Wok	<p>Especificaciones.</p> <p>Sartén wok en hierro fundido 36 cm.</p> <p>Valor: \$120.000</p> <p>Cantidad:1</p>	

HERRAMIENTAS O UTENSILIOS		
RECURSO	ESPECIFICACIONES	FIGURA
Cucharón	<p>Especificaciones.</p> <p>Cucharón de acero inoxidable de 12 onzas.</p> <p>Valor: \$50.000</p> <p>Cantidad: 2</p>	
Espátula	<p>Especificaciones.</p> <p>Espátula con hoja delgada y flexible de acero inoxidable.</p> <p>Valor: \$25.000</p> <p>Cantidad: 2</p>	
Tablas	<p>Especificaciones.</p> <p>Set de tablas para picar por 3 unidades.</p> <p>Valor: \$ 80.000</p> <p>Cantidad: 1</p>	

HERRAMIENTAS O UTENSILIOS		
RECURSO	ESPECIFICACIONES	FIGURA
Set de Cuchillos Industriales	<p>Especificaciones.</p> <p>Juego de cuchillos en acero inoxidable por 10 piezas.</p> <p>Valor: \$394.000</p> <p>Cantidad:1</p>	
Juego de Ollas	<p>Especificaciones.</p> <p>Set de ollas en acero inoxidable de 11 piezas.</p> <p>Valor: \$1.000.000</p> <p>Cantidad:1</p>	

Fuente: HOMECENTER. [En línea]. [Consultado: 24 de abril de 2022]. Disponible en: <https://www.homecenter.com.co>

Fuente: MERCADO LIBRE. [En línea]. [Consultado: 23 de abril de 2022]. Disponible en: <https://www.mercadolibre.com.co/>


3.2.5.3 Materiales, insumo o mercancías. A continuación, se indica la cantidad de insumos a tener en cuenta para producir una unidad de Legumi Protein.

Cuadro 30. Materia Prima.

MATERIALES	UNIDAD	CONSUMO POR UNIDAD
Lentejas	Gramos	83,3
Cebolla	Gramos	50,3
Pimentón	Gramos	50,3
Papa	Gramos	43,8
Zanahoria	Gramos	15,3
Sal	Gramos	4
Espicias	Gramos	3
Agua	Litros	0,5*
TOTAL		250 gr

*Nota: El peso del agua no se suma a la cantidad de insumos

Cuadro 31. Materiales indirectos.

MATERIALES INDIRECTOS		
RECURSO	ESPECIFICACIONES	FIGURA
Bolsas para empaque al Vacío Transparentes	Especificaciones Bolsa Para Empaque al Vacío 10 x 18 Cm Paquete x 200 Unidades Valor: \$35.700 Cantidad: 445 paquetes.	

Cuadro 32. Insumos.

HERRAMIENTAS, REPUESTOS Y ACCESORIOS.		
MATERIALES	ESPECIFICACIONES	FIGURA
Resma de papel (carta)	Resma de papel carta Reprograf 75G X 500 hojas. Valor: \$14.730 Cantidad: 6	
Resma de papel (oficio)	Resma de papel oficio Reprograf 75G X 500 hojas. Valor: \$18.534 Cantidad: 6	
Lapicero	Lapiceros Kilométrico caja por 12 color negro. Valor: \$ 11.600 Cantidad: 6 cajas.	
Lápiz	Lápiz Mongol numero 2 caja por 12. Valor: \$11.700 Cantidad: 1 caja	

HERRAMIENTAS, REPUESTOS Y ACCESORIOS.

MATERIALES	ESPECIFICACIONES	FIGURA
Borrador	Caja Borrador Faber Castell por 20 unidades. Valor: \$17000 Cantidad: 1 caja	
Sacapunta	Tajalápiz metálico corriente caja x 24 unidades. Valor: \$ 9.900 Cantidad: 1 caja.	
Resaltador	Caja de resaltadores x 20 unidades Valor: \$29.000 Cantidad: 2 cajas.	
Reglas	Regla Flexible De Colores Marca Lizard x 4 Unidades De 20 Cm. Valor: \$3.800 Cantidad: 3	
Carpeta de Cartón Reciclaje (carta)	Carpeta de Cartón Reciclaje tamaño carta por 20 unidades. Valor: \$18.500 Cantidad: 1	
Carpeta de Cartón Reciclaje (oficio)	Carpeta de Cartón Reciclaje tamaño oficio por 20 unidades. Valor: \$18.500 Cantidad: 1	

HERRAMIENTAS, REPUESTOS Y ACCESORIOS.

MATERIALES	ESPECIFICACIONES	FIGURA
<p>Gancho de polipropileno</p>	<p>Gancho legajador plástico paquete por 20 unidades.</p> <p>Valor:6.400</p> <p>Cantidad: 3</p>	
<p>Calculadora</p>	<p>Calculadora científica marca Radio.</p> <p>Valor: \$29.900</p> <p>Cantidad: 4</p>	
<p>Kit de oficina</p>	<p>Kit de oficina con perforadora, cinta cosedora y ganchos.</p> <p>Valor: \$9.000</p> <p>Cantidad: 4</p>	
<p>Lámpara</p>	<p>lampara Led sensor de movimiento.</p> <p>Valor: 25.000</p> <p>Cantidad:20</p>	
<p>Kit de aseo</p>	<p>Kit de implementos para el aseo del hogar: escoba, recogedor, trapero, valdes, cepillo y plumero, útil en la labor diaria de la limpieza.</p> <p>Valor: \$45.000</p> <p>Cantidad: 6</p>	

HERRAMIENTAS, REPUESTOS Y ACCESORIOS.

MATERIALES	ESPECIFICACIONES	FIGURA
Jabón en polvo	Detergente polvo industrial Dersa por 20Kg. Valor: \$ 138.110 Cantidad: 18	
Hipoclorito de Sodio	Blanqueador liquido 5,25% marca Orión por 5 galones. Valor: \$42.000 Cantidad: 40 pimpinas	
Guantes	Guante caucho domestico amarillo talla 8 marca Delfin paquete por 2. Valor: \$3.160 Cantidad: 72	

Fuente: HOMECENTER. [En línea]. [Consultado: 25 de abril de 2022]. Disponible en: <https://www.homecenter.com.co>

Fuente: OFIX. [En línea]. [Consultado: 26 de abril de 2022]. Disponible en: <https://www.ofix.online/>

Fuente: MERCADO LIBRE. [En línea]. [Consultado: 25 de abril de 2022]. Disponible en: <https://www.mercadolibre.com.co/>

3.2.6 Distribución de planta. La distribución en la planta cuenta con un total de 216 m² que estará distribuida de la siguiente manera:

Cuadro 33. Distribución de Planta.

Área	Dimensión
Área administrativa	56 m ²
Zona de cargue y descargue	32 m ²
Bodega de Materia Prima	12 m ²
Área de producción	60 m ²
Zona de almacenamiento	12 m ²
Servicios sanitarios, vestier y patio	44 m ²

Área Administrativa: Estará conformada por la oficina de recepción, gerencia, archivo y servicios sanitarios.

Zona de cargue y descargue: Lugar donde se recibe la materia prima y demás insumos como materiales para el proceso de producción y donde se despachará el producto terminado.

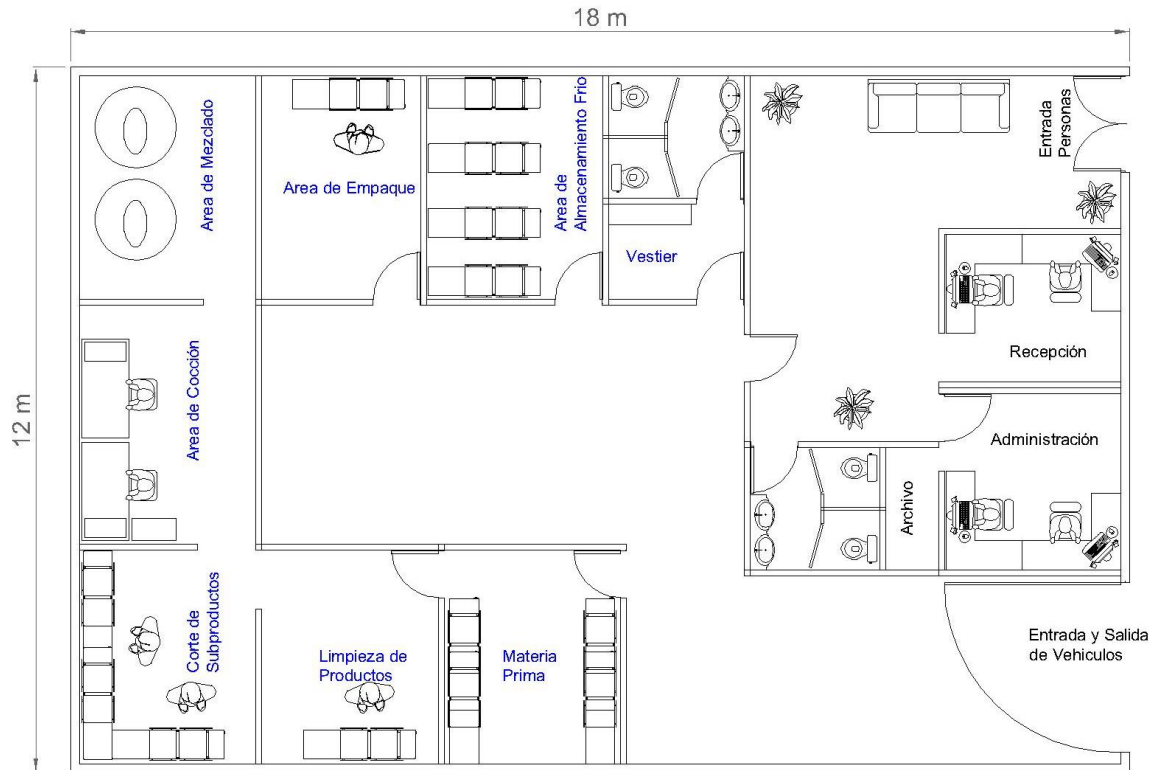
Bodega de Materia Prima: Lugar donde se almacenan los productos para luego ser procesados.

Área de Producción: Es el área donde se procesarán los ingredientes para obtener el producto final. Estará equipada de maquinaria y equipos necesarios para la producción de la proteína. Estos equipos son: Gramera Industrial, zaranda de limpieza, cortadora industrial, mesones, marmita industrial, empacadora y refrigerador industrial. Esta área cuenta con un espacio para la circulación de los operarios.

Servicios sanitarios, vestier y patio: Se dispone de esta área para la comodidad y bienestar del personal productivo, la cual está conformada por: batería de baños, vestier con lockers y patio para el tránsito y descanso del personal.

La distribución de la planta se realizó teniendo en cuenta que tuviera un flujo lineal de la materia prima para evitar tiempos de desplazamiento excesivos entre un área productiva y su adyacente en el proceso.

Ilustración 17. Plano de la empresa.



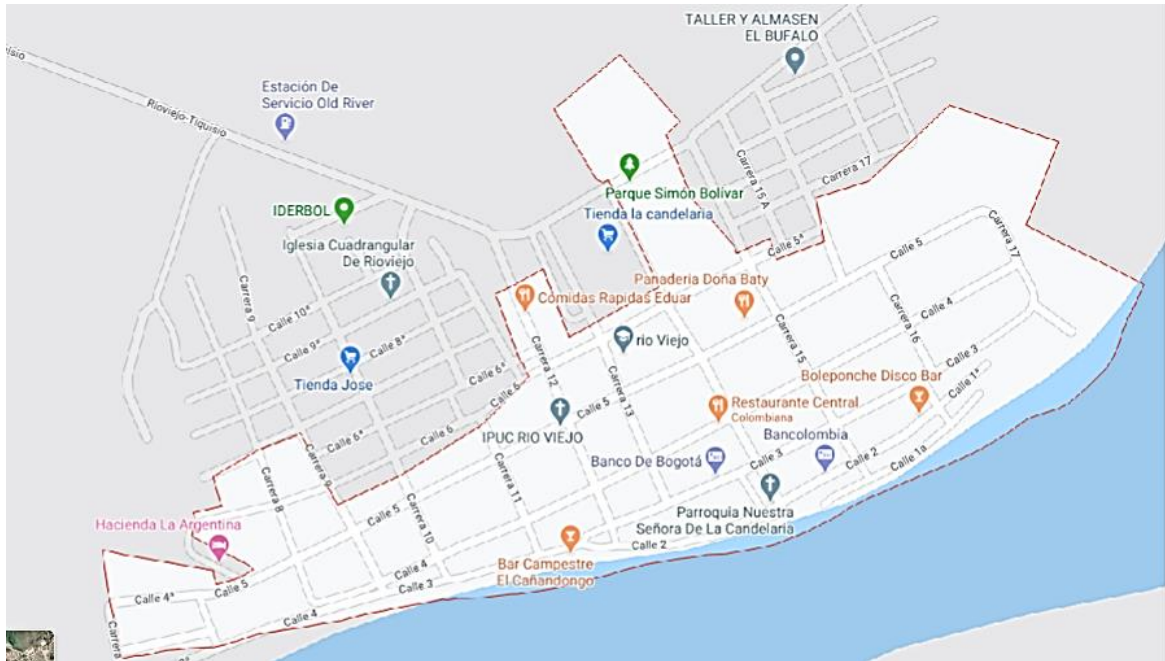
Fuente: Elaboración propia

3.2.7 Localización. Con el estudio de localización se determinará la ubicación de la empresa buscando mayor utilidad y minimización de costos. Este proceso se divide en dos fases que corresponden a la Macro localización y Micro localización.

3.2.7.1 Macro localización. Estará ubicada en el Departamento de Bolívar, Municipio de Rio Viejo, ubicado en el Norte del país, a orillas del brazo de Morales, dista de la capital departamental Cartagena de Indias a 450 Km. Limitando por el Norte con los Municipio de Regidor a 11 Km. y San Martín de Loba Bolívar. Por el

Sur con los Municipio de Arenal a 18 Km. y Morales Bolívar. Por el Oriente con el Río Magdalena y el Municipio de La Gloria Cesar a 5 Km. y por el Occidente con los Municipio de Tiquisio y Monte Cristo Bolívar.

Ilustración 18. Mapa del Municipio de Rio Viejo, Bolívar.



Fuente: Google Maps. [Ilustración]. Mapa del Municipio de Rio Viejo, Bolívar. [Consultado: 8 de abril de 2020]. Disponible en: <https://www.google.com/maps/place/R%C3%ADo+Viejo,+Bol%C3%ADvar/@8.5883975-73.8424467,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e5de9e2cb6dc58b:0x2081c2d8f99ea76a!8m2!3d8.588397!4d-73.840258>

3.2.7.2 Micro localización. Para el funcionamiento de la empresa se han considerado tres instalaciones que cumplen con los requisitos de carácter general para la producción de Alimentos Nutritivos a base de leguminosas y verduras.

Estas instalaciones están ubicadas en las siguientes direcciones:

Calle 5 No. 9-53, Barrio 7 de agosto.

Calle 1ra. de Julio

Calle 3, Urbanización La Candelaria.

Para contar con un punto preciso para la ubicación de la empresa, se va a recurrir al Método Cualitativo por Puntos. La ponderación de los factores se hace asignándole a cada factor un valor en porcentaje, dependiendo de su importancia en la localización de la empresa; esto es de menor a mayor importancia; teniendo en cuenta que la suma de la ponderación del total de factores escogidos suma 100%.

A continuación, se muestra el proceso para emplear el método Cualitativo por Puntos.

Paso No. 1 Selección y Definición de Factores: En el primer paso se realizó la selección de los cinco factores que se tendrán en cuenta para escoger el sitio idóneo donde va a estar ubicada la empresa, también se le asignó un porcentaje a cada factor según la importancia que tiene.

Cuadro 34. Selección y Definición de Factores

F1:	Costo de arrendamiento de las instalaciones	30%
F2:	Costo de servicios públicos	20%
F3:	Infraestructura disponible	15%
F4:	Instalaciones locativas	10%
F5:	Concentración del mercado	25%
Total		100%

Para el Sistema de Calificación se asignará un rango de 1 a 10, donde 1 es el puntaje menor y 10 el puntaje mayor.

Paso No. 2 Calificación: Se procede a asignar una calificación a cada factor de acuerdo a una escala predeterminada, donde 1 es el puntaje menor y 10 el puntaje mayor y para hallar la ponderación se multiplica el Peso por la Calificación.

Cuadro 35. Método Cualitativo por puntos.

Factor	Peso	Zona	Calle 5 No. 9-53, Barrio 7 de agosto	Zona	Calle 1ra. de Julio	Zona	Calle 3, Urbanización La Candelaria
		Calif.	Ponderación	Califi.	Ponderación	Calif.	Ponderación

Costo de arrendamiento de las instalaciones	0,30	7	2,1	5	1,50	5	1,50
Costo de servicios públicos	0,20	6	1,2	5	1,00	5	1,00
Infraestructura disponible	0,15	8	1,2	8	1,20	6	0,90
Instalaciones locativas	0,10	8	0,8	6	0,60	5	0,50
Concentración del mercado	0,25	9	2,3	7	1,75	4	1,00
Totales	1,00		7,6		6,05		4,90

Después de aplicar el Método Cualitativo por Puntos se puede identificar que la ubicación idónea es la Calle 5 No. 9-53, Barrio 7 de agosto porque según el análisis arrojó una mejor calificación.

3.2.8 Control de Calidad.

Cuadro 36. Control de Calidad.

Control de Calidad	
Proceso	Control
Recepción de la Materia Prima	<ul style="list-style-type: none"> • Los operarios al recibir la materia prima por parte del proveedor, verificar el estado y la calidad de la misma, por medio de pruebas aleatorias organolépticas. • Lavado minucioso de la Materia Prima. • Implementación de Buenas Prácticas de Manufactura.
Elaboración del Producto	<ul style="list-style-type: none"> • Verificar el estado e higiene de las instalaciones. • Garantizar las condiciones ambientales óptimas para no alterar la calidad del producto. • Buenas Prácticas de Manufactura para evitar contaminación del producto. • Estandarización de la fórmula para la elaboración del producto
Producto Terminado	<ul style="list-style-type: none"> • Verificar la calidad de los empaques para garantizar la conservación del producto • Contar con una cadena de frío para el almacenamiento adecuado • Implementar inventarios para garantizar la rotación adecuada del producto

3.3 CAPACIDAD DEL PROYECTO

La capacidad de producción que tiene el proyecto, determina el tamaño óptimo de la planta durante todo el periodo de funcionamiento, para el caso de Legumi Protein que es una proteína de vegetales con una presentación de 250 gr. el cual será en kilos anuales, la cual puede ser utilizada en diferentes preparaciones dependiendo del gusto del consumidor. Para este caso el proyecto se medirá por el número de unidades producidas en el año.

3.3.1 Capacidad total diseñada por línea de producto. Para determinar la capacidad diseñada, se tiene en cuenta las siguientes consideraciones:

Tiempo de producción diario: 8 horas

Número de turnos: 3

Días de la semana a laborar: 7

Semanas al año: 52

Número de operarios por turno: 2, aclarando que al realizar el cálculo de la capacidad diseñada se tiene en cuenta el trabajo de un solo operario ya que el segundo operario es el auxiliar y estaría realizando el mismo proceso a la vez.

Cuadro 37. Minutos disponibles al año

NÚMERO DE OPERARIOS	NÚMERO DE TURNOS	MINUTOS POR TURNO	DIAS LABORADOS POR SEMANA	SEMANAS AL AÑO	TOTAL, MINUTOS AL AÑO
1	3	480	7	52	524.160

Para realizar el cálculo de la capacidad diseñada, se procede a dividir el total de minutos laborados al año sobre el tiempo promedio de elaboración de Legumi Protein (Ver Ilustración 4) y tendremos lo siguiente:

$524.160 / 57 = 9.196$ lotes de producción al año, donde en cada lote de producción se producen 25 kilos de proteína de vegetales que equivale a:

$9.196 \times 25 = 229.900$ kilos al año.

Por tanto, se tendría una capacidad total diseñada de 229.900 kilos anuales en presentaciones por unidad de 250 gr., lo que equivale a 919.600 unidades de 250 gr. anuales

3.3.2 Capacidad instalada. Es el máximo nivel de producción que los colaboradores con maquinarias, equipos e infraestructura pueden lograr permanentemente, teniendo en cuenta las condiciones normales de trabajo, el cálculo de los suplementos, las contingencias propias del proceso a desarrollar y los días festivos que no son laborados.

A continuación, se realizará el cálculo de la capacidad instalada así:

Cuadro 38. Cálculo de Minutos disponibles al año.

Número de operarios	Número de turnos	Minutos por turno	Días laborados por semana	Semanas al año	Días laborados al año	Total minutos al año
1	1	465	6	52	294	136.710

Para realizar el cálculo de la capacidad instalada, se procede a dividir el total de minutos laborados al año sobre el tiempo promedio de elaboración de Legumi Protein:

$136.710 / 57 = 2.398$ procesos al año, donde en cada proceso se producen 25 kilos de proteína de vegetales que equivale a:

$2.398 \times 25 = 59.950$ kilos al año.

Por tanto, se tendría una capacidad total instalada de 59.950 kilos anuales en presentaciones por unidad de 250 gr., que equivale a 239.800 unidades de 250 gr. Anuales.

3.3.3 Capacidad utilizada y proyectada. Para estimar o calcular la capacidad utilizada, se tomará como inicio el 45% de la capacidad instalada, teniendo en cuenta que por ser una empresa nueva en el mercado, con un producto innovador, cuyo estudio de mercado ha arrojado una aceptación favorable, es necesario por parte de los socios incrementar la capacidad de producción año a año durante los próximos 5 años y de esta forma satisfacer la demanda efectiva calculada en el estudio de mercado o parte de la misma, teniendo en cuenta la capacidad de producción de la empresa con los equipos actuales.

Su cálculo es el siguiente:

Capacidad Instalada x Porcentaje de Capacidad Utilizada

$59.950 \times 45\% = 26.977,5$ kilos de Proteína vegetal.

Por tanto, la capacidad utilizada es de 26.977,5 kilos anuales en presentación de unidades por 250 gr., que equivale a 107.910 unidades de 250gr.

Para la capacidad proyectada, se tiene en cuenta el incremento en el porcentaje de la capacidad instalada, representada en el siguiente cuadro.

Cuadro 39. Capacidad proyectada

AÑO	% DE CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD PROYECTADA EN UNIDADES DE 250 GR.
1	45%	107.910
2	47%	112.706
3	49%	117.502
4	51%	122.298
5	53%	127.094

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

La empresa GUERRERO & CÍA S. EN C. se constituirá como una sociedad comercial de naturaleza jurídica en Comandita Simple. La cual está formada por socios colectivos que aportan trabajo a la Sociedad y que pueden aportar, o no, capital, y también por socios comanditarios que tan solo aportan capital.

La responsabilidad de los socios es diferente según el perfil que posean. Mientras que los socios colectivos poseen la responsabilidad subsidiaria, personal y solidaria, los socios comanditarios tan solo poseen la responsabilidad del capital que han aportado. Además, aunque los dos tipos de socios tienen derechos a participar en las ganancias y el patrimonio de la sociedad, solamente los socios colectivos poseen el derecho a la gestión de la sociedad. Cabe decir que los socios comanditarios tienen el derecho a que se les informe del balance anual de resultados de la sociedad.³¹

Se conformará este tipo de sociedad teniendo en cuenta las siguientes ventajas:

- La responsabilidad de los socios es mixta, es decir, entre socios que son responsables de manera solidaria e ilimitada, y socios que responden sólo hasta el monto de sus respectivos aportes, lo cual la hace una sociedad equitativa porque todos tienen responsabilidades
- Se utiliza la fortaleza financiera de los socios comanditarios junto con la fortaleza gerencial de los socios gestores.

³¹ EMPRENDE PYME. NET. Sociedad Comanditaria Simple. [Sitio web].20 de abril del 2017. [Consulta: 16 de abril 2022]. Disponible en: <https://www.emprendepyme.net/sociedad-comanditaria-simple.html>

- Los socios comanditarios tienen una exposición limitada de sus activos personales, ya que no se responsabilizan totalmente por las deudas de la empresa sino solo hasta el monto de dinero aportado personalmente por cada uno de ellos al capital de la empresa.
- Los herederos pueden recibir pagos sin haber recibido los activos, lo que minimiza las consecuencias del impuesto al patrimonio, mientras se resguarda el flujo de ingresos.
- Los socios gestores tienen el control total de la entidad y de sus activos. Las decisiones importantes son tomadas por el socio gestor. Cada socio, gestor o comanditario puede poseer cualquier parte del negocio. No hay un nivel en el aporte mínimo o máximo de capital para ningún socio.
- Con respecto al número de socios, no existe un límite en la cantidad de socios que pueda haber en la sociedad.
- No se requiere publicar los reportes financieros. Solo se necesita la información financiera general para administrar la empresa y satisfacer las necesidades de banqueros, proveedores, impuestos y socios comanditarios.
- No es necesario presentar una declaración de impuestos aparte para la sociedad. Cada socio tributa personalmente sobre su parte.

La Sociedad Comercial de naturaleza jurídica en Comandita Simple, se rige por lo previsto por el Código de Comercio en el capítulo II del Artículo 337 al 342.³²

³² SECRETARÍA DEL SENADO. Código de Comercio. Artículo 323. [Sitio Web]. [Consulta: 24 de abril de 2020]. Disponible en: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_comercio_pr010.html#323

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.2.1 Misión. La empresa GUERRERO Y & CÍA S. EN C. Se convertirá en una empresa sostenible y consolidada en el mercado del Municipio de Rio Viejo Bolívar, en donde uno de los propósitos es seguir incentivando al consumo de una alimentación saludable, incluyendo nuevas alternativas de proteínas de origen vegetal, siempre comprometidos con los valores corporativos, brindando una buena atención y servicio al cliente, compitiendo con honestidad y responsabilidad, procurando la excelencia y éxito de la empresa y el desarrollo de sus colaboradores.

4.2.2 Visión. GUERRERO & CIA S. EN C., es una empresa productora y comercializadora de Alimentos Nutritivos a base de Leguminosas y Vegetales, que busca incluir en la alimentación una nueva forma saludable de comer carne, satisfaciendo las necesidades alimenticias y nutricionales de los consumidores, enfocados en los próximos 5 años a consolidarse como la mejor empresa a nivel regional productora de alimentos nutritivos, cumpliendo con las normas y estándares de calidad del sector alimenticio, implementando una óptima tecnología, equipo humano competente, eficiente y eficaz, dinámico y comprometido con el objeto social de GUERRERO & CIA S. EN C.

4.2.3 Valores corporativos. Son normas o ideas que rigen el pensamiento o la conducta que orientan las actuaciones de los colaboradores de la empresa GUERRERO & CIA S. EN C.

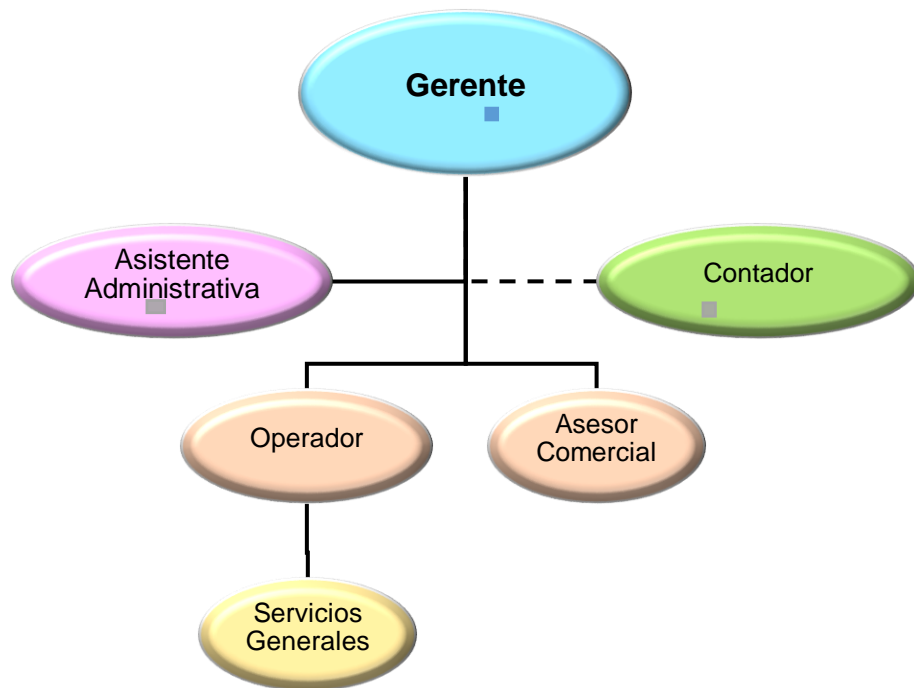
- **Trabajo en Equipo:** Brindar a los colaboradores iguales condiciones y oportunidades según sus necesidades y méritos para desarrollar sus capacidades, respetando y aceptando las diferencias de cada uno de ellos, reconociendo el logro de los resultados obtenidos por la calidad de los productos

elaborados, enfocándose siempre en los objetivos organizacionales establecidos.

- **Competencia:** Ser competitivos con la mejora continua a través de herramientas tecnológicas que permitan identificar oportunidades, e implementar estrategias que garanticen la elaboración de productos de calidad que cumplan con las exigencias de los consumidores.
- **Servicio:** Cumplir a satisfacción con las necesidades de los clientes, llenar sus expectativas y alcanzar la fidelización.
- **Financieros:** Se enmarca en la honradez, transparencia y con la conducta de todos los colaboradores de la empresa y el sentido de pertenencia de cada uno, reflejando la honestidad y eficiencia en cada actividad que se desarrolla en busca del cumplimiento de los objetivos de la empresa.
- **Persistencia:** Permanente innovación y creatividad en la introducción de nuevos y mejores productos.
- **Calidad:** Ética corporativa y responsabilidad con la calidad y seguridad de los productos alimenticios que se elaboran para el consumo humano.
- **Democracia:** Cumplimiento de normas teniendo en cuenta la integridad de los colaboradores y clientes.
- **Impacto Ambiental:** Como empresa social y amigable con el medio ambiente, los residuos generados por los vegetales serán regalados para que sean aprovechados por personas con actividades económicas dedicadas a la crianza y alimentación de animales porcinos.

4.2.4 Organigrama. La importancia de diseñar una estructura organizativa, para llevar a cabo las actividades necesarias para el funcionamiento de la empresa, permite la cuantificación de las inversiones iniciales como también el costo de las operaciones del proyecto. La organización, además, establece estructuras a partir de funciones que deberán desempeñarse con la finalidad de alcanzar los objetivos de la empresa.

Ilustración 19. Estructura Organizacional de la Empresa



4.2.5 Asignación Salarial. La asignación salarial, se ajusta a lo estipulado por el código laboral colombiano, teniendo como punto de referencia el Salario Mínimo Mensual Legal Vigente para el año 2022.

Cuadro 40. Estructura Salarial.

Cargo	Número de empleados	Salario Mensual	Tipo de contrato
Gerente	1	\$1.355.681	Indefinido
Operario	2	\$1.100.000	Indefinido
Asistente Administrativa	1	\$1.000.000	Indefinido
Asesor Comercial	2	\$1.000.000	Indefinido
Servicios Generales	1	\$1.000.000	Indefinido
Contador	1	\$1.200.000	Prestación de servicio

Cuadro 41. Carga Prestacional.

APROPIACIONES	
PROVISIÓN PARA PRESTACIONES SOCIALES	%
Cesantías	8.33
Prima	8.33
Vacaciones	4.17
Intereses sobre cesantías	1.00
APORTES PARAFISCALES	%
Salud	12.5
Pensión	16
Sena	2.00
ICBF	3.00
Caja de Compensación Familiar	4.00
Riesgo Profesional	2.435
TOTAL	61,765

5. ESTUDIO FINANCIERO

El objetivo de realizar el estudio financiero es determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la puesta en marcha de La empresa Guerrero & CÍA S EN C, y determinar la viabilidad y rentabilidad financiera de la producción y comercialización de Legumi Protein.

5.1 INVERSIONES FIJA Y DIFERIDA

Para la empresa **Guerrero & Cía. S. en C.**, las inversiones están constituidas por el conjunto de aportaciones que se tendrán que hacer para adquirir todo los bienes y servicios necesarios para su implementación y así dotarla de su capacidad operativa.

5.1.1 Inversión fija. Son todos aquellos bienes propiedad de la empresa, cuyo propósito es suministrar las condiciones necesarias para que La empresa Guerrero & CÍA S EN C lleve a cabo sus actividades.

- **Equipo de Oficina.** Son las máquinas y dispositivos que se necesitan en el área administrativa para las actividades de oficina.

Cuadro 42. Equipo de Oficina.

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPREC. ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Aire Acondicionado	2	\$ 1.280.000	\$ 2.560.000	\$ 256.000	\$ 1.280.000
Kid de Cámara de Seguridad x 4	1	\$ 1.235.000	\$ 1.235.000	\$ 123.500	\$ 617.500
Televisor	1	\$ 860.000	\$ 860.000	\$ 86.000	\$ 430.000
TOTALES			\$ 4.655.000	\$ 465.500	\$ 2.327.500

- **Equipo de Computación y Comunicación.** Son los equipos que necesita el gerente, la secretaria y en general la parte administrativa para desarrollar actividades ofimáticas y de comunicación.

Cuadro 43. Equipo de Computación y Comunicación.

ACTIVO	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPREC. ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Computador de escritorio	2	\$ 1.900.000	\$ 3.800.000	\$ 760.000	\$ 0
Computador portátil	1	\$ 3.233.000	\$ 3.233.000	\$ 646.600	\$ 0
Impresora	1	\$ 930.000	\$ 930.000	\$ 186.000	\$ 0
Celular	3	\$ 737.000	\$ 2.211.000	\$ 442.200	\$ 0
TOTALES			\$ 10.174.000	\$ 2.034.800	\$ 0

- **Maquinaria y equipo.** La maquinaria y equipo con la que contará la empresa será en Acero Inoxidable debido a que es uno de los materiales más higiénicos, de larga durabilidad y su composición impide que las bacterias y el polvo se adhieran a la superficie garantizando la higiene de los alimentos.

Cuadro 44. Maquinaria y equipo.

ACTIVO	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPREC. ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Estufa Industrial	1	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 600.000	\$ 3.000.000
Procesador Industrial de Vegetales EVC 300	1	\$ 3.514.000	\$ 3.514.000	\$ 351.400	\$ 1.757.000
Mezcladora Industrial	1	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 500.000	\$ 2.500.000
Marmita Industrial en Acero	1	\$ 7.850.000	\$ 7.850.000	\$ 785.000	\$ 3.925.000
Empacadora Industrial	1	\$ 4.650.000	\$ 4.650.000	\$ 465.000	\$ 2.325.000
Nevera Industrial	1	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 600.000	\$ 3.000.000
Gramera Industrial	1	\$ 308.500	\$ 308.500	\$ 30.850	\$ 154.250
Planta Eléctrica	1	\$ 5.860.000	\$ 5.860.000	\$ 586.000	\$ 2.930.000
Estampadora Industrial	1	\$ 2.800.000	\$ 2.800.000	\$ 280.000	\$ 1.400.000
TOTALES			\$ 41.982.500	\$ 4.198.250	\$ 20.991.250

- **Muebles y enseres.** La empresa será equipada con los escritorios y sillas para el área que lo requiera. Se contará con las señalizaciones necesarias en cada área, botiquín, extintores y sillas de espera.

Cuadro 45. Muebles y Enseres.

ACTIVO	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPREC. ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Escritorio con silla	2	\$ 600.000	\$ 1.200.000	\$ 120.000	\$ 600.000
Escritorio de Gerencia	1	\$ 750.000	\$ 750.000	\$ 75.000	\$ 375.000
Mesa en Madera	1	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 15.000	\$ 75.000
Mesón Industrial en Acero	1	\$ 280.000	\$ 280.000	\$ 28.000	\$ 140.000
Mesón Poceta Industrial en Acero	1	\$ 1.820.000	\$ 1.820.000	\$ 182.000	\$ 910.000
Extintor Multipropósito	4	\$ 68.000	\$ 272.000	\$ 27.200	\$ 136.000
Botiquín Equipado en Gabinete	2	\$ 140.000	\$ 280.000	\$ 28.000	\$ 140.000
Señalización Fotoluminiscente x 16	1	\$ 161.900	\$ 161.900	\$ 16.190	\$ 80.950
Punto Ecológico	1	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 25.000	\$ 125.000
Sillas Plásticas	8	\$ 39.000	\$ 312.000	\$ 31.200	\$ 156.000
TOTALES			\$ 5.475.900	\$ 547.590	\$ 2.737.950

- **Herramientas.** Son aquellas que se utilizan para la elaboración de un producto o prestación directa de un servicio y no son clasificadas como “maquinaria y equipo”.

Cuadro 46. Herramientas

ACTIVO	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPREC. ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Wok	1	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 24.000	\$ 0
Cucharón	2	\$ 50.000	\$ 100.000	\$ 20.000	\$ 0
Espátula	2	\$ 25.000	\$ 50.000	\$ 10.000	\$ 0
Tablas	1	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 16.000	\$ 0
Set de Cuchillos Industriales	1	\$ 394.000	\$ 394.000	\$ 78.800	\$ 0
Juego de Ollas	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 200.000	\$ 0
TOTALES			\$ 1.744.000	\$ 348.800	\$ 0

- **Total inversión.** Son todas aquellas inversiones correspondientes a Equipos de Oficina, Equipos de Computación y Comunicación, Maquinaria y Equipos, Muebles y Enseres y Herramientas.

Cuadro 47. Total Inversión.

ACTIVO	VALOR TOTAL
Equipo de oficina	\$ 4.655.000
Equipo de computación y comunicación	\$ 10.174.000
Maquinaria y equipo	\$ 41.982.500
Muebles y enseres operativos	\$ 5.475.900
Herramientas, repuestos y accesorios	\$ 1.744.000
TOTAL INVERSIÓN FIJA	\$ 64.031.400

5.1.2 Inversión diferida. Relaciona todas las distribuciones de dinero que se deben realizar antes de la puesta en marcha de la empresa y que son necesarias para su funcionamiento, los cuales comprende los gastos preoperativos.

Cuadro 48. Inversión Diferida.

CONCEPTO	VALOR
Estudio de Factibilidad	\$ 1.000.000
Licencia de funcionamiento	\$ 21.000
Registro sanitario	\$ 3.138.370
Escritura de Constitución	\$ 92.500
Estudio impacto ambiental	\$ 5.000.000
Diseño del SG-SST	\$ 3.500.000
Publicidad Lanzamiento	\$ 3.495.000
Diseño de identidad corporativa	\$ 70.000
Diseño del sitio web o tienda virtual	\$ 300.000
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA	\$ 16.616.870
Amortización anual	\$ 3.323.374
Amortización mensual	\$ 276.948

5.2 COSTOS Y GASTOS

Son las deducciones que la empresa Guerrero & CÍA S. en C. realizará para lograr producir y vender el producto Legumi Protein.

5.2.1 Costos de Producción. Se causan en el proceso productivo teniendo en cuenta la cantidad de unidades a producir.

5.2.1.1 Costos fijos. Son aquellos costos que la empresa Guerrero & CÍA va a pagar, independientemente del nivel de producción.

Cuadro 49. Costos Fijos.

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
Arriendo	\$ 420.000	\$ 5.040.000
Depreciación operativa	\$ 424.553	\$ 5.094.640
TOTALES	\$ 844.553	\$ 10.134.640

5.2.1.2 Costos variables. Hace referencia a los costos que Guerrero & CÍA va a asumir dependiendo del nivel de producción.

- **Nómina operativa (Mano de Obra Directa).** Hace referencia a la mano de obra de producción de Legumi Protein, la cual corresponde a 2 operarios.

Cuadro 50. Mano de Obra Directa.

CARGO	PORCENTAJE	OPERARIO
SUELDO		\$ 1.100.000
SUB.TRANSP		\$ 117.172
Cesantías	8,333%	\$ 101.427
Intereses a las Cesantías	1,000%	\$ 12.172
Prima de servicios	8,333%	\$ 101.427
Vacaciones	4,167%	\$ 50.713
Salud	8,500%	\$ 93.500
Pensión	12,000%	\$ 132.000
ARL	0,500%	\$ 5.500
SENA	2,000%	\$ 22.000
ICBF	3,000%	\$ 33.000
Caja de compensación	4,000%	\$ 44.000
Dotación	5,000%	\$ 55.000
SALARIO REAL		\$ 1.867.911
Nº DE PUESTOS		2
COSTO TOTAL MOD	\$ 44.829.866	\$ 44.829.866

- **Materiales directos.** Para la preparación de cada unidad de 250 gramos de proteína de vegetales se requiere la materia prima descrita en el siguiente cuadro, también se realiza el cálculo del costo de la materia prima anual teniendo

en cuenta una producción de 107.910 unidades de 250 gr. de Legumi Protein en el año.

Cuadro 51. Materiales Directos.

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD AÑO 1	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Lenteja	Gramos	8.988.903	\$ 7	\$ 61.124.540
Cebolla	Gramos	5.427.873	\$ 3	\$ 16.283.619
Pimentón	Gramos	5.427.873	\$ 4	\$ 21.711.492
Papa	Gramos	4.726.458	\$ 3	\$ 12.288.791
Zanahoria	Gramos	1.651.023	\$ 4	\$ 6.604.092
Sal	Gramos	431.640	\$ 2	\$ 776.952
Especias	Gramos	323.730	\$ 1	\$ 323.730
Agua	Litros	53.955		
COSTO TOTAL INSUMOS O MATERIA PRIMA				\$ 119.113.216

- **Materiales indirectos.** Son aquellos materiales que no intervienen directamente en el proceso de producción de Legumi Protein.

Cuadro 52. Materiales Indirectos.

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD AÑO 1	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Bolsa para Empaque al Vacío 10 x 18 cm Paquete 200 Unidades	Paquete	540	\$ 35.700	\$ 19.261.935
COSTO TOTAL MATERIALES INDIRECTOS				\$ 19.261.935

- **Total costos variables.**

Cuadro 53. Total Costos Variables.

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
MOD	\$ 3.735.822	\$ 44.829.866
Materiales directos	\$ 9.926.101	\$ 126.414.986
Materiales indirectos	\$ 1.605.161	\$ 20.442.713
Acueducto	\$ 14.400	\$ 172.800
Energía	\$ 72.000	\$ 864.000
Gas	\$ 50.000	\$ 600.000
Mantenimiento de maquinaria y equipo	\$ 82.004	\$ 984.048
TOTALES	\$ 15.485.489	\$ 185.825.865

5.2.1.3 Costos totales. Corresponde a la suma de los Costos Fijos y Costos Variables.

Cuadro 54. Costos Totales.

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
COSTOS FIJOS	\$ 844.553	\$ 10.134.640
COSTOS VARIABLES	\$ 15.485.489	\$ 185.825.865
TOTALES	\$ 16.330.042	\$ 195.960.505

5.2.2 Gastos de administración y ventas. Se generan para facilitar las condiciones organizacionales y administrativas que requiere la actividad de producción y para hacer llegar el producto a los consumidores de la manera más adecuada.

5.2.2.1 Gastos fijos de administración y ventas. Corresponden a los gastos en que se incurren de la dirección, administración y ventas de la empresa, que no se pueden dejar de cubrir.

Cuadro 55. Gastos Fijos de Administración y Ventas.

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Nómina administrativa	\$ 5.691.059	\$ 68.292.710
Arriendo	\$ 280.000	\$ 3.360.000
Acueducto	\$ 9.600	\$ 115.200
Energía	\$ 48.000	\$ 576.000
Teléfono	\$ 75.000	\$ 900.000
Internet	\$ 50.000	\$ 600.000
Mantenimiento del sitio web o tienda virtual	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Seguros	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Publicidad operativa	\$ 776.250	\$ 9.315.000
Contador	\$ 1.200.000	\$ 14.400.000
Papelería	\$ 42.840	\$ 514.084
Cafetería	\$ 430.292	\$ 5.163.500
Mitigación impacto ambiental	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Matrícula mercantil	\$ 46.667	\$ 560.000
Amortización de diferidos	\$ 276.948	\$ 3.323.374
Depreciaciones administrativas	\$ 208.358	\$ 2.500.300
TOTALES	\$ 9.635.014	\$ 115.620.168

- **Nómina Administrativa.** Son los gastos que se generan con el Gerente, Asistente Administrativa y Servicios Generales.

Cuadro 56. Nómina Administrativa.

CARGO	PORCENTAJE	Gerente	Asistente Administrativa	Servicios Generales
SUELDO		\$ 1.355.681	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
SUB.TRANSP		\$ 117.172	\$ 117.172	\$ 117.172
Cesantías	8,333%	\$ 122.733	\$ 93.094	\$ 93.094
Intereses a las Cesantías	1,000%	\$ 14.729	\$ 11.172	\$ 11.172
Prima de servicios	8,333%	\$ 122.733	\$ 93.094	\$ 93.094
Vacaciones	4,167%	\$ 61.366	\$ 46.547	\$ 46.547
Salud	8,500%	\$ 115.233	\$ 85.000	\$ 85.000
Pensión	12,000%	\$ 162.682	\$ 120.000	\$ 120.000
ARL	0,500%	\$ 6.778	\$ 5.000	\$ 5.000
SENA	2,000%	\$ 27.114	\$ 20.000	\$ 20.000
ICBF	3,000%	\$ 40.670	\$ 30.000	\$ 30.000
Caja de compensación	4,000%	\$ 54.227	\$ 40.000	\$ 40.000
Dotación	5,000%	\$ 67.784	\$ 50.000	\$ 50.000
SALARIO REAL		\$ 2.268.902	\$ 1.711.079	\$ 1.711.079
Nº DE PUESTOS		1	1	1
COSTO TOTAL NÓMINA	\$ 68.292.710	\$ 27.226.824	\$ 20.532.943	\$ 20.532.943

5.2.2.2 Gastos variables de administración y ventas. Son aquellos gastos que pueden cambiar por diferentes factores.

Cuadro 57. Gastos variables de administración y ventas.

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Nómina de ventas	\$ 3.422.157	\$ 41.065.886
TOTALES	\$ 3.422.157	\$ 41.065.886

- **Nómina de ventas.** Es el gasto en que va a incurrir la empresa por los dos Asesores Comerciales, encargados de las ventas del producto Legumi Protein.

Cuadro 58. Nómina de Ventas.

CARGO	PORCENTAJE	ASESOR COMERCIAL
SUELDO		\$ 1.000.000
SUB.TRANSP		\$ 117.172
Cesantías	8,333%	\$ 93.094
Intereses a las Cesantías	1,000%	\$ 11.172
Prima de servicios	8,333%	\$ 93.094
Vacaciones	4,167%	\$ 46.547
Salud	8,500%	\$ 85.000
Pensión	12,000%	\$ 120.000
ARL	0,500%	\$ 5.000
SENA	2,000%	\$ 20.000
ICBF	3,000%	\$ 30.000
Caja de compensación	4,000%	\$ 40.000
Dotación	5,000%	\$ 50.000
SALARIO REAL		\$ 1.711.079
Nº DE PUESTOS		2
COSTO TOTAL NÓMINA	\$ 41.065.886	\$ 41.065.886

5.2.2.3 Gastos totales de administración y ventas. Corresponde a la suma de los gastos fijos y gastos variables.

Cuadro 59. Gastos totales de administración y ventas.

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gastos fijos	\$ 9.635.014	\$ 115.620.168
Gastos variables	\$ 3.422.157	\$ 41.065.886
Total	\$ 13.057.171	\$ 156.686.053

5.3 CAPITAL DE TRABAJO

5.3.1 Periodo de capital de trabajo. Para la empresa Guerrero & CIA S. en C. el periodo de capital de trabajo corresponderá a 1 mes, teniendo en cuenta que es el tiempo que transcurre desde la compra de la materia prima hasta el momento que retorna el efectivo proveniente de las ventas.

5.3.2 Estructura del crédito. Se realizará un crédito por valor de \$36.471.666 a un periodo de 60 meses, con una tasa de interés mensual del 1,5 y una Tasa Efectiva Anual de 19,56 otorgado por la entidad financiera Comultrasan.

Cuadro 60. Estructura de crédito.

CONCEPTO	VALOR	PORCENTAJE
Crédito bancario	\$ 36.471.666	33,26%
TOTAL	\$ 36.471.666	33,26%

5.3.2.1 Amortización del crédito.

Cuadro 61. Amortización del Crédito.

Préstamo	\$ 36.471.666	Interés mensual		1,50%
Periodo	60	Valor cuota mensual		926.141
PERIODO	CAPITAL	INTERESES	CUOTA MENSUAL	SALDO
1	\$ 379.066	\$ 547.075	\$ 926.141	\$ 36.092.600
2	\$ 384.752	\$ 541.389	\$ 926.141	\$ 35.707.848
3	\$ 390.523	\$ 535.618	\$ 926.141	\$ 35.317.325
4	\$ 396.381	\$ 529.760	\$ 926.141	\$ 34.920.944
5	\$ 402.327	\$ 523.814	\$ 926.141	\$ 34.518.617
6	\$ 408.362	\$ 517.779	\$ 926.141	\$ 34.110.255
7	\$ 414.487	\$ 511.654	\$ 926.141	\$ 33.695.768
8	\$ 420.704	\$ 505.437	\$ 926.141	\$ 33.275.064
9	\$ 427.015	\$ 499.126	\$ 926.141	\$ 32.848.049
10	\$ 433.420	\$ 492.721	\$ 926.141	\$ 32.414.629
11	\$ 439.922	\$ 486.219	\$ 926.141	\$ 31.974.707
12	\$ 446.520	\$ 479.621	\$ 926.141	\$ 31.528.187
	\$ 4.943.479	\$ 6.170.213	\$ 11.113.692	
13	\$ 453.218	\$ 472.923	\$ 926.141	\$ 31.074.969
14	\$ 460.016	\$ 466.125	\$ 926.141	\$ 30.614.953
15	\$ 466.917	\$ 459.224	\$ 926.141	\$ 30.148.036
16	\$ 473.920	\$ 452.221	\$ 926.141	\$ 29.674.116
17	\$ 481.029	\$ 445.112	\$ 926.141	\$ 29.193.087
18	\$ 488.245	\$ 437.896	\$ 926.141	\$ 28.704.842
19	\$ 495.568	\$ 430.573	\$ 926.141	\$ 28.209.274
20	\$ 503.002	\$ 423.139	\$ 926.141	\$ 27.706.272
21	\$ 510.547	\$ 415.594	\$ 926.141	\$ 27.195.725
22	\$ 518.205	\$ 407.936	\$ 926.141	\$ 26.677.520
23	\$ 525.978	\$ 400.163	\$ 926.141	\$ 26.151.542
24	\$ 533.868	\$ 392.273	\$ 926.141	\$ 25.617.674
	\$ 5.910.513	\$ 5.203.179	\$ 11.113.692	
25	\$ 541.876	\$ 384.265	\$ 926.141	\$ 25.075.798
26	\$ 550.004	\$ 376.137	\$ 926.141	\$ 24.525.794

Préstamo	\$ 36.471.666	Interés mensual		1,50%
Periodo	60	Valor cuota mensual		926.141
PERIODO	CAPITAL	INTERESES	CUOTA MENSUAL	SALDO
27	\$ 558.254	\$ 367.887	\$ 926.141	\$ 23.967.540
28	\$ 566.628	\$ 359.513	\$ 926.141	\$ 23.400.912
29	\$ 575.127	\$ 351.014	\$ 926.141	\$ 22.825.785
30	\$ 583.754	\$ 342.387	\$ 926.141	\$ 22.242.031
31	\$ 592.511	\$ 333.630	\$ 926.141	\$ 21.649.520
32	\$ 601.398	\$ 324.743	\$ 926.141	\$ 21.048.122
33	\$ 610.419	\$ 315.722	\$ 926.141	\$ 20.437.703
34	\$ 619.575	\$ 306.566	\$ 926.141	\$ 19.818.128
35	\$ 628.869	\$ 297.272	\$ 926.141	\$ 19.189.259
36	\$ 638.302	\$ 287.839	\$ 926.141	\$ 18.550.957
	\$ 7.066.717	\$ 4.046.975	\$ 11.113.692	
37	\$ 647.877	\$ 278.264	\$ 926.141	\$ 17.903.080
38	\$ 657.595	\$ 268.546	\$ 926.141	\$ 17.245.485
39	\$ 667.459	\$ 258.682	\$ 926.141	\$ 16.578.026
40	\$ 677.471	\$ 248.670	\$ 926.141	\$ 15.900.555
41	\$ 687.633	\$ 238.508	\$ 926.141	\$ 15.212.922
42	\$ 697.947	\$ 228.194	\$ 926.141	\$ 14.514.975
43	\$ 708.416	\$ 217.725	\$ 926.141	\$ 13.806.559
44	\$ 719.043	\$ 207.098	\$ 926.141	\$ 13.087.516
45	\$ 729.828	\$ 196.313	\$ 926.141	\$ 12.357.688
46	\$ 740.776	\$ 185.365	\$ 926.141	\$ 11.616.912
47	\$ 751.887	\$ 174.254	\$ 926.141	\$ 10.865.025
48	\$ 763.166	\$ 162.975	\$ 926.141	\$ 10.101.859
	\$ 8.449.098	\$ 2.664.594	\$ 11.113.692	
49	\$ 774.613	\$ 151.528	\$ 926.141	\$ 9.327.246
50	\$ 786.232	\$ 139.909	\$ 926.141	\$ 8.541.014
51	\$ 798.026	\$ 128.115	\$ 926.141	\$ 7.742.988
52	\$ 809.996	\$ 116.145	\$ 926.141	\$ 6.932.992
53	\$ 822.146	\$ 103.995	\$ 926.141	\$ 6.110.846
54	\$ 834.478	\$ 91.663	\$ 926.141	\$ 5.276.368
55	\$ 846.995	\$ 79.146	\$ 926.141	\$ 4.429.373
56	\$ 859.700	\$ 66.441	\$ 926.141	\$ 3.569.673
57	\$ 872.596	\$ 53.545	\$ 926.141	\$ 2.697.077
58	\$ 885.685	\$ 40.456	\$ 926.141	\$ 1.811.392
59	\$ 898.970	\$ 27.171	\$ 926.141	\$ 912.422
60	\$ 912.455	\$ 13.686	\$ 926.141	\$ 0
	\$ 10.101.892	\$ 1.011.800	\$ 11.113.692	
	36.471.666			

5.3.2.2 Gastos financieros. Corresponden a los intereses de un mes de gastos financieros, iguales a \$547.075

5.3.3 Cuadro resumen del capital de trabajo.

Cuadro 62. Cuadro Resumen de Capital de Trabajo.

CONCEPTO	VALOR
Costos totales de producción	\$ 16.330.042
Gastos de administración y ventas	\$ 13.057.171
Gastos financieros	\$ 547.075
Menos Depreciaciones	-\$ 632.912
Menos Amortización diferidos	-\$ 276.948
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 29.024.429

5.4 INVERSIÓN TOTAL

Corresponde a la suma de la inversión Fija, inversión diferida y la inversión del capital de trabajo de la empresa Guerrero & CÍA.

Cuadro 63. Inversión Total.

CONCEPTO	VALOR
Inversión fija	\$ 64.031.400
Inversión diferida	\$ 16.616.870
Inversión capital de trabajo	\$ 29.024.429
INVERSIÓN TOTAL	\$ 109.672.699

5.5 ESTRUCTURA DE CAPITAL

La empresa Guerrero & CIA S. en C. cuenta con las siguientes fuentes de financiación, descritas a continuación.

Cuadro 64. Estructura de Capital.

CONCEPTO	VALOR	PORCENTAJE
Socios fundadores	\$ 73.201.033	66,74%
Nuevos socios	\$ 0	0,00%
Crédito bancario	\$ 36.471.666	33,26%
TOTAL	\$ 109.672.699	100,00%

5.5.1 Recursos propios. El 66,74% de la inversión que corresponde a \$73.201.033 serán de recursos aportados por la Socia Comanditaria, provenientes de ahorros de todos sus años de trabajo y herencias familiares.

5.5.2 Recursos de Financiación. El 33,26% de la inversión total requerida que corresponde a \$36.471.666 serán financiados con un crédito por la entidad financiera Comultrasan.

5.6 PRECIO DE VENTA

Se tiene un precio de venta de \$3.845, en donde el intermediario tendrá un margen de utilidad del 5% vendiéndole al consumidor final el producto en \$4.048 y para la empresa Guerrero & CÍA una utilidad del 15%.

Cuadro 65. Precio de Venta.

Precio de Venta	
Costos totales de producción	\$ 195.960.505
Gastos de administración y ventas totales	\$ 156.686.053
Costos y gastos totales	\$ 352.646.559
Capacidad utilizada año 1	107.910
Costos y gastos totales unitarios	\$ 3.268
Margen de utilidad	15%
Precio de venta	\$ 3.845
Margen para el intermediario	5%
Precio al intermediario antes de IVA	\$ 4.048
Tasa de IVA o Imptoconsumo	0%
Precio al consumidor	\$ 4.048

5.7 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

A continuación, se presentan las proyecciones financieras correspondientes a ingresos y egresos para los primeros cinco años de funcionamiento de la empresa Guerrero & CÍA S. en C.

5.7.1 Estados de resultados proyectado. Permite calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto que se obtienen restando a los ingresos todos los costos en que incurra la empresa.

Cuadro 66. Estados de Resultados Proyectado.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos operacionales	\$414.913.950	\$ 433.354.570	\$451.795.190	\$470.235.810	\$488.676.430
Ingresos no operacionales					
TOTAL INGRESOS	\$ 414.913.950	\$ 433.354.570	\$ 451.795.190	\$ 470.235.810	\$488.676.430
MENOS COSTOS DE PRODUCCIÓN					
Materiales	\$ 119.113.216	\$ 124.407.137	\$ 129.701.058	\$ 134.994.978	\$ 140.288.899
MOD	\$ 44.829.866	\$ 44.829.866	\$ 44.829.866	\$ 44.829.866	\$ 44.829.866
CIF	\$ 32.017.423	\$ 32.989.991	\$ 33.962.559	\$ 34.935.127	\$ 35.907.696
UTILIDAD BRUTA	\$ 218.953.445	\$ 231.127.576	\$ 243.301.707	\$ 255.475.838	\$ 267.649.970
MENOS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS					
Nómina administrativa	\$ 68.292.710	\$ 68.292.710	\$ 68.292.710	\$ 68.292.710	\$ 68.292.710
Gastos generales	\$ 88.393.344	\$ 90.218.494	\$ 92.043.645	\$ 93.868.795	\$ 95.693.946
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 62.267.391	\$ 72.616.372	\$ 82.965.353	\$ 93.314.333	\$ 103.663.314
Menos gastos financieros (Intereses)	-\$ 6.170.213	-\$ 5.203.179	-\$ 4.046.975	-\$ 2.664.594	-\$ 1.011.800
Menos 4x1000	-\$ 1.659.656	-\$ 1.733.418	-\$ 1.807.181	-\$ 1.880.943	-\$ 1.954.706
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 54.437.523	\$ 65.679.775	\$ 77.111.197	\$ 88.768.796	\$ 100.696.808
Menos Impuesto de Renta	-\$ 19.053.133	-\$ 22.987.921	-\$ 26.988.919	-\$ 31.069.079	-\$ 35.243.883
Menos Impuesto de Ind y Cio	-\$ 12.447.419	-\$ 13.000.637	-\$ 13.553.856	-\$ 14.107.074	-\$ 14.660.293
UTILIDAD NETA	\$ 22.936.971	\$ 29.691.217	\$ 36.568.422	\$ 43.592.643	\$ 50.792.633
Menos Reserva Legal	-\$ 2.293.697	-\$ 2.969.122	-\$ 3.656.842	-\$ 4.359.264	-\$ 5.079.263
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 20.643.274	\$ 26.722.095	\$ 32.911.580	\$ 39.233.379	\$ 45.713.369

5.7.2 Flujo de fondos proyectado. Muestra una estimación del dinero que se espera que ingrese y que salga de la empresa Guerrero & CÍA S. en C, también suministra una base para valorar las necesidades futuras de efectivo y sus probables fuentes.

Cuadro 67. Flujo de Fondos Proyectado.

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo de caja anterior	\$ 0	29.024.429	89.436.786	128.623.811	173.598.047	224.293.284
+INGRESOS		414.913.950	433.354.570	451.795.190	470.235.810	488.676.430
Operacionales		414.913.950	433.354.570	451.795.190	470.235.810	488.676.430
- EGRESOS		-343.387.900	- 383.053.854	- 395.707.262	- 408.426.880	- 421.225.661
Materiales		119.113.216	124.407.137	129.701.058	134.994.978	140.288.899
MOD		\$ 44.829.866	\$ 44.829.866	\$ 44.829.866	\$ 44.829.866	\$ 44.829.866
CIF		\$ 32.017.423	\$ 32.989.991	\$ 33.962.559	\$ 34.935.127	\$ 35.907.696
Nómina administrativa		\$ 68.292.710	\$ 68.292.710	\$ 68.292.710	\$ 68.292.710	\$ 68.292.710
Gastos generales		\$ 88.393.344	\$ 90.218.494	\$ 92.043.645	\$ 93.868.795	\$ 95.693.946
Menos depreciaciones		-\$ 7.594.940	-\$ 7.594.940	-\$ 7.594.940	-\$ 7.594.940	-\$ 7.594.940
Menos amortizaciones		-\$ 3.323.374	-\$ 3.323.374	-\$ 3.323.374	-\$ 3.323.374	-\$ 3.323.374
Impuesto de renta		\$ 0	\$ 19.053.133	\$ 22.987.921	\$ 26.988.919	\$ 31.069.079
Impuesto de Ind y Cio		\$ 0	\$ 12.447.419	\$ 13.000.637	\$ 13.553.856	\$ 14.107.074
4 x 1000		\$ 1.659.656	\$ 1.733.418	\$ 1.807.181	\$ 1.880.943	\$ 1.954.706
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDAD DE OPERACIÓN	\$ 0	\$ 71.526.050	\$ 50.300.716	\$ 56.087.928	\$ 61.808.930	\$ 67.450.769
+INGRESOS	73.201.033	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 26.056.700
Capital social	73.201.033					
Valor de salvamento						\$ 26.056.700
-EGRESOS	-80.648.270	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Compra de Equipo de oficina	4.655.000					
Compra de Equipo de computación y comunicación	10.174.000					
Compra de Maquinaria y equipo	41.982.500					
Compra de Muebles y enseres	5.475.900					
Compra de Materiales, repuestos y accesorios	1.744.000					
Inversión activos diferidos	16.616.870					

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO ACTIVIDADES INVERSIÓN	- 7.447.237	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 26.056.700
+INGRESOS	36.471.666					
Préstamo bancario	36.471.666					
-EGRESOS		- 11.113.692	- 11.113.692	- 11.113.692	- 11.113.692	- 11.113.692
Abono a capital		\$ 4.943.479	\$ 5.910.513	\$ 7.066.717	\$ 8.449.098	\$ 10.101.892
Gastos financieros		\$ 6.170.213	\$ 5.203.179	\$ 4.046.975	\$ 2.664.594	\$ 1.011.800
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDAD DE FINANCIACIÓN	36.471.666	- 11.113.692	- 11.113.692	- 11.113.692	- 11.113.692	- 11.113.692
FLUJO DE EFECTIVO NETO (AUMENTO O DISMINUCIÓN)	29.024.429	\$ 60.412.358	\$ 39.187.024	\$ 44.974.236	\$ 50.695.238	\$ 82.393.777

5.7.3 Estado de situación financiera inicial y proyectado. Es el Estado Financiero en donde se muestra la situación económica de la empresa en un momento determinado. El Estado de Situación Financiera inicial y Proyectado se utiliza para mostrar la estructura económica estimada del proyecto en los futuros años.

Cuadro 68. Estado de Situación Financiera Inicial y Proyectado.

CUENTA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
ACTIVOS CORRIENTES						
Fondos en caja		\$ 37.000.000	\$ 38.000.000	\$ 39.000.000	\$ 40.000.000	\$ 41.000.000
Fondos en bancos	\$ 29.024.429	\$ 52.436.786	\$ 90.623.811	\$ 134.598.047	\$ 184.293.284	\$ 239.630.362
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 29.024.429	\$ 89.436.786	\$ 128.623.811	\$ 173.598.047	\$ 224.293.284	\$ 280.630.362
Equipo de oficina	\$ 4.655.000	\$ 4.655.000	\$ 4.655.000	\$ 4.655.000	\$ 4.655.000	\$ 4.655.000
Equipo de computación y comunicación	\$ 10.174.000	\$ 10.174.000	\$ 10.174.000	\$ 10.174.000	\$ 10.174.000	\$ 10.174.000
Maquinaria y equipo	\$ 41.982.500	\$ 41.982.500	\$ 41.982.500	\$ 41.982.500	\$ 41.982.500	\$ 41.982.500
Muebles y enseres	\$ 5.475.900	\$ 5.475.900	\$ 5.475.900	\$ 5.475.900	\$ 5.475.900	\$ 5.475.900
Materiales, repuestos y accesorios	\$ 1.744.000	\$ 1.744.000	\$ 1.744.000	\$ 1.744.000	\$ 1.744.000	\$ 1.744.000
Menos depreciación acumulada	\$ 0	-\$ 7.594.940	-\$ 15.189.880	-\$ 22.784.820	-\$ 30.379.760	-\$ 37.974.700
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 64.031.400	\$ 56.436.460	\$ 48.841.520	\$ 41.246.580	\$ 33.651.640	\$ 26.056.700

CUENTA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 16.616.870	\$ 16.616.870	\$ 16.616.870	\$ 16.616.870	\$ 16.616.870	\$ 16.616.870
Menos amortización acumulada	\$ 0	-\$ 3.323.374	-\$ 6.646.748	-\$ 9.970.122	-\$ 13.293.496	-\$ 16.616.870
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 16.616.870	\$ 13.293.496	\$ 9.970.122	\$ 6.646.748	\$ 3.323.374	\$ 0
ACTIVOS TOTALES	\$ 109.672.699	\$ 159.166.742	\$ 187.435.453	\$ 221.491.375	\$ 261.268.298	\$ 306.687.062
PASIVO						
PASIVOS CORRIENTES						
Obligaciones financieras corto plazo	\$ 4.943.479	\$ 5.910.513	\$ 7.066.717	\$ 8.449.098	\$ 10.101.892	\$ 0
Impuesto de renta y complementarios	\$ 0	\$ 19.053.133	\$ 22.987.921	\$ 26.988.919	\$ 31.069.079	\$ 35.243.883
Impuesto de Industria y Comercio	\$ 0	\$ 12.447.419	\$ 13.000.637	\$ 13.553.856	\$ 14.107.074	\$ 14.660.293
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	\$ 4.943.479	\$ 37.411.064	\$ 43.055.275	\$ 48.991.873	\$ 55.278.045	\$ 49.904.176
Obligaciones financieras largo plazo	\$ 31.528.187	\$ 25.617.674	\$ 18.550.957	\$ 10.101.859	\$ 0	\$ 0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	\$ 31.528.187	\$ 25.617.674	\$ 18.550.957	\$ 10.101.859	\$ 0	\$ 0
PASIVOS TOTALES	\$ 36.471.666	\$ 63.028.738	\$ 61.606.232	\$ 59.093.732	\$ 55.278.045	\$ 49.904.176
PATRIMONIO						
Capital social	\$ 73.201.033	\$ 73.201.033	\$ 73.201.033	\$ 73.201.033	\$ 73.201.033	\$ 73.201.033
Reserva legal acumulada	\$ 0	\$ 2.293.697	\$ 5.262.819	\$ 8.919.661	\$ 13.278.925	\$ 18.358.189
Utilidad del ejercicio	\$ 0	\$ 20.643.274	\$ 26.722.095	\$ 32.911.580	\$ 39.233.379	\$ 45.713.369
Utilidades o excedentes acumulados	\$ 0	\$ 0	\$ 20.643.274	\$ 47.365.369	\$ 80.276.949	\$ 119.510.328
PATRIMONIO TOTAL	\$ 73.201.033	\$ 96.138.004	\$ 125.829.221	\$ 162.397.643	\$ 205.990.286	\$ 256.782.919
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO	\$ 109.672.699	\$ 159.166.742	\$ 187.435.453	\$ 221.491.375	\$ 261.268.331	\$ 306.687.095
diferencia	-	-	-	-	-	-

5.8 EVALUACIÓN FINANCIERA

La Evaluación Financiera determina el rendimiento financiero de los recursos que se van a invertir y su propósito es establecer si el proyecto es recomendable financieramente. Esta evaluación se realiza teniendo en cuenta los métodos más utilizados como el VPN (Valor Presente Neto), la TIR (Tasa Interna de Retorno), Valor Recuperado, Razones Financieras y el Punto de Equilibrio.

5.8.1 Razones financieras. Son indicadores que permiten medir o cuantificar la productividad, rentabilidad y la capacidad financiera de la organización.

Se observarán a continuación las razones financieras de liquidez, operación, rentabilidad y endeudamiento.

5.8.1.1 Razones de liquidez. Miden la capacidad de la empresa de generar recursos para atender sus compromisos corrientes o de cortos plazos, tanto operativos como financieros.

Cuadro 69. Razones de Liquidez.

RAZONES DE LIQUIDEZ	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Razón corriente	activo corriente / pasivo corriente	No veces	2,39	2,99	3,54	4,06	5,62
Prueba ácida**	activo corriente - inventarios / pasivo corriente	No veces	2,39	2,99	3,54	4,06	5,62
Capital de trabajo neto	activo corriente - pasivo corriente	unidades \$\$	52.025.722	85.568.536	124.606.174	169.015.239	230.726.186

- **Razón corriente.** Da a conocer la capacidad que tiene la empresa para cumplir con sus obligaciones financieras a corto plazo.

$$\text{Razón Corriente} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

Esta razón corriente permite analizar que por cada peso que tenga de deuda Guerrero & CÍA S. En C. en el año 1, tiene \$ 2,39 para hacerle frente a las obligaciones de corto plazo, lo cual es favorable para la empresa porque representa un respaldo ante proveedores y entidades financieras.

- **Prueba ácida.** Este indicador permite a la empresa medir su liquidez, la capacidad para generar flujos de efectivo en el corto plazo y a su vez medir su capacidad de pago.

$$\text{Prueba Ácida} = \frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

- **Capital de trabajo neto.** Son todos aquellos recursos para poder operar, se conoce como activo corriente (Efectivos, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios)

$$\text{Capital de Trabajo} = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}$$

Guerrero & CÍA S. En C. cuenta con \$52.025.722 de capital de trabajo disponible para las operaciones durante el primer año, con este eficiente capital de trabajo, la empresa podrá asumir los compromisos y proyectar futuras inversiones sin necesidad de recurrir a financiamiento de socios o terceros.

5.8.1.2 Razones de operación. Mide la efectividad con que la empresa está usando los recursos. Entre estas razones se encuentran la Rotación de Activo Corriente, Rotación de Activo Fijo y Rotación de Activo Total.

Cuadro 70. Razones de Operación.

RAZONES DE OPERACIÓN	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rotación activo corriente	ventas/activo corriente	No veces	4,64	3,37	2,60	2,10	1,74
Rotación activo fijo	ventas / activo fijo neto	No veces	7,35	8,87	10,95	13,97	18,75
Rotación activo total	ventas / activo total	No veces	2,61	2,31	2,04	1,80	1,59

- **Rotación de activo corriente.** Se utiliza para determinar la eficiencia de Guerrero & CÍA en la administración y gestión de los activos.

$$\text{Rotación de Activo Corriente} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Corriente}}$$

- **Rotación de activo fijo.** Permite medir la eficiencia de la empresa en el manejo de los activos que no se pueden volver líquidos en un plazo menor a un año para generar ingresos o ventas.

$$\text{Rotación de Activo Fijo} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Fijo Neto}}$$

- **Rotación de activo total.** Calcula la eficiencia con que la empresa Guerrero & CÍA S. en C. utiliza sus activos para generar ingresos.

$$\text{Rotación de Activos} = \frac{\text{Ingresos por venta}}{\text{Total Activos}}$$

La empresa Guerrero & CÍA S. en C. muestra en el primer año 2,61 veces ingresos que corresponden a la inversión en activos; se presenta una disminución a lo largo de la proyección debido al incremento de los activos que adquiere la empresa con el paso de los años.

La empresa tiene una rotación de activos en el primer año, cada 138 días (360 / 2,61 = 138)

5.8.1.3 Razones de rentabilidad. Permiten calcular la efectividad de la administración para ejercer mejor control sobre los costos y gastos y así convertir las ventas en utilidades. Entre estas razones está, Margen Bruto de Utilidad, Margen de Utilidad Neta y Rendimientos Activos.

Cuadro 71. Razones de Rentabilidad.

RAZONES RENTABILIDAD	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	UNIDAD DE ANÁLISIS				
			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Margen bruto utilidad	utilidad bruta/ventas	%	52,77%	53,33%	53,85%	54,33%	54,77%
Margen utilidad neta	utilidad neta/ventas	%	5,53%	6,85%	8,09%	9,27%	10,39%
Rendimiento activos	utilidad neta/activos totales	%	14,41%	15,84%	16,51%	16,69%	16,56%

- **Margen bruto de utilidad.** Indica la rentabilidad de Legumi Protein, expresado en porcentaje; mientras más alto sea el número, más rentable es la empresa.

$$\text{Margen Bruto de Utilidad} = \frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas}}$$

Este indicador nos refleja que por cada peso que la empresa venda en el primer año, generará una utilidad bruta de 52,77%, faltando cubrir los gastos de administración y financieros.

- **Margen de Utilidad Neta.** Es un cálculo que expresa la rentabilidad de toda la empresa, se expresa en porcentaje y es directamente proporcional, mientras más alto sea el porcentaje, más rentable es la empresa.

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

Con esta razón se puede mostrar que al final del ejercicio del primer año se tiene un margen de utilidad del 5,53% sobre el valor total de las ventas.

- **Rendimiento de Activos.** Es un indicador que permite ver la rentabilidad de la empresa con relación al conjunto de los activos, muestra la eficiencia de Guerrero & CÍA con la gestión de los activos en su función de generar beneficios futuros.

$$\text{Rendimiento de Activos} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}}$$

Esta razón deja ver que en el primer año la empresa genera un beneficio o remanente disponible de 14.41%, después de cubrir las obligaciones financieras.

5.8.1.4 Razones de endeudamiento. Se entiende como aquella actividad en la cual la empresa usa dineros suministrados por terceras personas con fines de financiar la empresa y producir más utilidades. Entre las razones se encuentran, Endeudamiento Total, Cobertura de Intereses, Índice de Participación Patrimonial.

Cuadro 72. Razones de Endeudamiento.

RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS					
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Endeudamiento total	pasivo total / activo total	%	39,60%	32,87%	26,68%	21,16%	16,27%
Cobertura intereses	utilidad operacional / intereses	No veces	10,09	13,96	20,50	35,02	102,45
Índice participación patrimonial	patrimonio / activo total	%	60,40%	67,13%	73,32%	78,84%	83,73%

- **Endeudamiento total.** Indica cuál es el porcentaje de activos que se encuentran financiados por los acreedores.

$$\text{Endeudamiento Total} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$$

Guerrero & CÍA S. en C. en el primer año tiene comprometido el 39,60% de su activo total, sin embargo, el nivel de endeudamiento va disminuyendo a lo largo de toda la proyección y de la ejecución del proyecto.

- **Cobertura de intereses.** Indica para un periodo de tiempo determinado, cuántas veces el flujo de caja generado por la empresa, son superiores a las cargas financieras que se deben pagar.

$$\text{Cobertura de intereses} = \frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Intereses}}$$

Se puede visualizar que la empresa Guerrero & CÍA S. en C., generará durante el primer año una utilidad de 10,09 veces superior a los intereses pagados y en los

siguientes años la utilidad será mayor dado que los intereses a cancelar son menores.

- **Índice de participación patrimonial.** Indica el porcentaje de participación que tienen los socios fundadores por el patrimonio aportado.

$$\text{Índice de participación patrimonial} = \frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo Total}}$$

Se aprecia que en el primer año los socios tienen un porcentaje de participación del 60,40% con incrementos importantes a lo largo de los años.

5.8.2 Indicadores de viabilidad. Son diferentes cálculos que permiten determinar la viabilidad de la puesta en marcha de la empresa productora de alimentos nutritivos a base de leguminosas y vegetales en el municipio de Río Viejo, Bolívar, para ello, se aplicó la Tasa Mínima Atractiva de Retorno TMAR Mixta, teniendo en cuenta que se contaron con varias fuentes de recursos.

Cuadro 73. Indicadores de Viabilidad.

TMAR Mixta		
TMAR = i + f + i*f (Bacca Urbina, 2013)		
Donde:		
i = prima de riesgo al riesgo	Riesgo bajo	1% a 10%
f = inflación	Riesgo medio	11% a 20%
	Riesgo alto	21% a 30%
Prima de riesgo al riesgo	20%	
Inflación	6%	
TMAR recursos propios	26,74%	
Recursos crédito	19,56%	
TMAR Banco	26,28%	
Porcentaje aportación recursos propios	66,74%	
Porcentaje aportación Banco	33,26%	
TMAR MIXTA	26,59%	
TMAR MIXTA DEFLACTADA	21,27%	

5.8.2.1 Tasa interna retorno (TIR). Es la tasa de interés que hace que el VPN sea igual a cero; esta tasa se compara con la rentabilidad de la mejor alternativa de uso de los recursos empleados en la puesta en marcha del proyecto y se aceptan todos aquellos en los que la TIR es igual o superior.

Cuadro 74. Tasa Interna de Retorno.

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-\$ 73.201.033	\$ 60.412.358	\$ 39.187.024	\$ 44.974.236	\$ 50.695.238	\$ 82.393.777

Se determina que para la empresa Guerrero & CÍA S. en C., la TIR corresponde al 66,50% indicando que la rentabilidad del negocio es atractiva para los socios fundadores, lo que hace que se puedan sumar inversionistas y establecer alianzas estratégicas que permitan su crecimiento.

5.8.2.2 Valor presente neto (VPN). El Valor Presente Neto es el valor monetario que resulta de la deducción entre el valor presente de todos los ingresos y el valor presente de todos los egresos calculados en el flujo financiero neto, teniendo en cuenta la tasa de interés de oportunidad. Permite medir la rentabilidad del proyecto después de recuperar toda la inversión.

Dado lo anterior, se tiene una Prima de Riesgo del 20%; valor obtenido de estimar una tasa referente al riesgo que implica desarrollar la actividad de producción de alimentos nutritivos a base de leguminosas y vegetales, esto indica que al traer al presente los ingresos y egresos proyectados a 5 años, Guerrero & CÍA S. en C. obtiene un saldo positivo por (\$83.336.360) lo cual indica que el proyecto tiene viabilidad.

5.8.2.3 Periodo de recuperación. Es el tiempo promedio estipulado donde los flujos de efectivo neto sin actualizar cubren el monto total de la inversión.

Para hallar el cálculo del periodo de recuperación se realiza el siguiente proceso:

Cuadro 75. Periodo de Recuperación

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-\$ 73.201.033	\$ 60.412.358	\$ 39.187.024	\$ 44.974.236	\$ 50.695.238	\$ 82.393.777
VNA	-\$ 73.201.033	\$ 47.722.816	\$ 24.453.603	\$ 22.169.946	\$ 19.740.961	\$ 25.345.206
VALOR RECUPERADO		\$ 47.722.816	\$ 72.176.419	\$ 94.346.365	\$ 114.087.326	\$ 139.432.532

En el cuadro 90, se puede identificar que el periodo de recuperación de la inversión, la cual corresponde a \$73.201.033, se encuentra entre el año 2 y 3, calculado de la siguiente manera, en el año 2 se recuperó \$72.176.419 y lo que falta para cubrir la inversión total se calcula restando a la inversión el valor recuperado del año 2 y el resultado se divide entre el valor recuperado en el año 3, dando como resultado 0,01 periodos del año 3, quedando así:

$$\begin{aligned} \text{Periodo de recuperación} &= 73.201.033 - 72.176.419 = 1.024.614 \\ &= 1.024.614 / 94.346.365 = 0,01 \end{aligned}$$

5.8.2.4 Punto de equilibrio. Permite determinar el nivel de ventas necesario para que la empresa cubra los costos, es decir, en donde la empresa no genera ganancias ni pérdidas.

Para determinar el punto de equilibrio es importante analizar las siguientes variables Cuadro 76. Variables para calcular el Punto de Equilibrio.

Variable	Valor
CF: costos fijos	\$ 125.754.808
CV: costo variable	\$ 226.891.751
CT: costos totales	\$ 352.646.559
IT: ingreso total	\$ 414.913.950
Pu: precio unitario	\$ 3.845
CVu: costo variable unitario	\$ 2.103
VT: ventas totales	\$ 414.913.950
N: número días año	360
Capacidad utilizada año 1	107.910

Las fórmulas a tener en cuenta para el cálculo son las siguientes:

Cuadro 77. Fórmulas para calcular el Punto de Equilibrio.

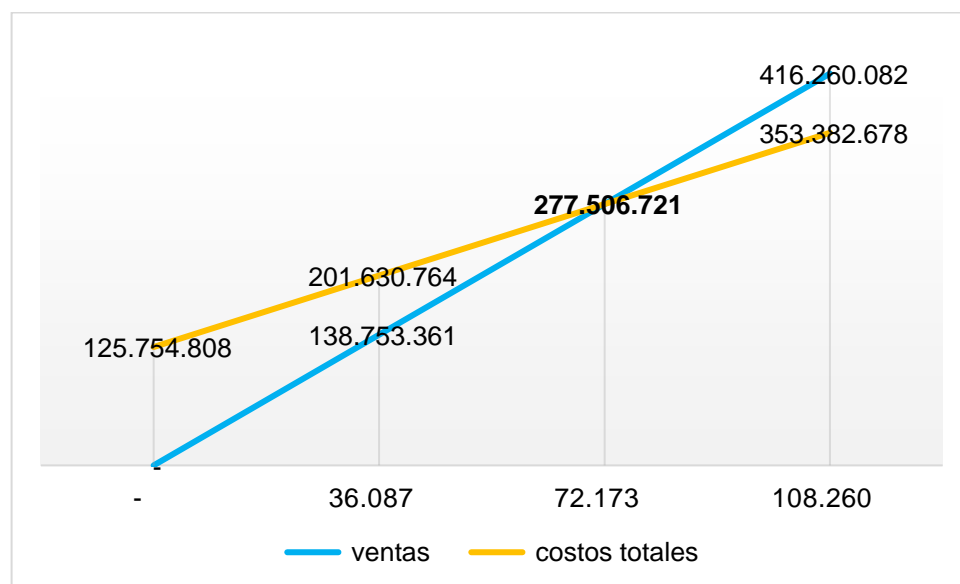
PUNTO DE EQUILIBRIO	FÓRMULA	RESULTADO
En función de la capacidad instalada (%)	$PE = CF / (IT - CV)$	66,88%
En función de cantidades producidas (Q)	$PE = CF / (Pu - CVu)$	72.173
En función de volumen de ventas (\$)	$PE^* = CF / 1 - CV/IT$	\$ 277.506.721
En función del número de días año	$PE = PE^* / (VT/N)$	241

La empresa Guerrero & CÍA alcanzará el Punto de Equilibrio con una capacidad Instalada de 66,88%, produciendo una cantidad de 72.173 Unidades del producto Legumi Protein en presentación de 250 gr., con unas ventas de \$277.506.721 en función de 241 días.

Cuadro 78. Estructura del Punto de Equilibrio.

Punto de equilibrio	-	36.087	72.173	108.260
ventas	-	138.753.361	277.506.721	416.260.082
costos fijos	125.754.808	125.754.808	125.754.808	125.754.808
costos variables	-	75.875.957	151.751.913	227.627.870
costos totales	125.754.808	201.630.764	277.506.721	353.382.678
utilidad	- 125.754.808	- 62.877.404	-	62.877.404

Gráfico 13. Punto de Equilibrio.



El Punto de Equilibrio se determina cuando la empresa Guerrero & CÍA produzca 72.173 unidades del producto Legumi Protein de 250 gr. Con unas ventas por un valor de \$277.506.721, donde se tienen unos Costos Fijos de \$125.754.808 y unos Costos Variables de \$151.751.913, generando un Costo Total de \$277.506.721 que corresponde al valor de las ventas, en este punto se puede apreciar que la empresa no tendrá utilidades, pero en su defecto tampoco tendrá pérdidas.

5.9 TAMAÑO DEL PROYECTO.

Guerrero & CÍA S. en C. se clasifica como una microempresa ya que tiene la siguiente proyección de ingresos.

Cuadro 79. Proyección de Ingresos.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos operacionales	\$ 414.913.950	\$ 433.354.570	\$ 451.795.190	\$ 470.235.810	\$ 488.676.430
TOTAL INGRESOS	\$ 414.913.950	\$ 433.354.570	\$ 451.795.190	\$ 470.235.810	\$ 488.676.430

No superando los \$895.488.252 según lo que estipula el decreto 957 del 5 de junio de 2019, mediante el cual se establece una nueva clasificación del tamaño empresarial, teniendo en cuenta clasificación por ventas año 2022.³³

Los habitantes del Municipio de Río Viejo Bolívar y sus alrededores serán los principales beneficiarios con la puesta en marcha de la empresa Guerrero & CÍA S. en C. la cual se dedicará a la producción de Alimentos Nutritivos a base de Leguminosas y Vegetales, teniendo una aceptación importante, según se puede evidenciar en el cálculo de la demanda anual que fue de 131.450.896 libras, esta

³³ COLOMBIA. BANCOLDEx. Decreto MinCIT No. 957. (05, 06, 2009). En Colombia el segmento empresarial está clasificado en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas. [Sitio web]. 29 de julio de 2021. [Consulta: 20 de mayo 2022]. Disponible en: <https://www.bancoldex.com/es/sobre-bancoldex/quienes-somos/clasificacion-de-empresas-en-colombia-200#:~:text=En%20Colombia%20el%20segmento%20empresarial,por%20el%20Decreto%20MinCI T%20No>

tendencia por la ingesta de este tipo de alimentos, puede generar un gran impacto en la salud de sus consumidores dado que es un producto de origen vegetal y sus componentes naturales proporcionan propiedades nutritivas con beneficios como el calcio, hierro, fósforo, magnesio, sodio y antioxidantes, contrarrestando la posibilidad de adquirir enfermedades derivadas del alto consumo de carnes rojas.

Una de las principales etapas del proceso fue el cálculo de las diferentes capacidades, donde se pudo determinar una capacidad utilizada de 107.910 unidades de 250 gr. anuales para el primer año, el cual se proyecta a incrementar en un 2% cada año, lo cual no es un factor que condicione la puesta en marcha del proyecto.

Los insumos principales serán obtenidos de proveedores campesinos de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander, impulsando la economía de este sector agrícola.

La empresa inicialmente contribuirá en la generación de 8 nuevos empleos, de los cuales 2 de ellos estarán en el área operativa, 2 en el área de ventas y 4 en la parte administrativa. Por medio de esta generación de empleo no sólo se logrará la productividad de la organización, sino que también se pretende mejorar la calidad de vida de todos los colaboradores y la de sus familias.

La empresa por su constitución legal contribuye al pago de los impuestos del Municipio de Río Viejo, lo cual beneficiará indirectamente a la comunidad ya que con estos recursos se pueden invertir en Infraestructura, salud y educación, entre otros.

Los colaboradores de la empresa y sus familias contarán con todas las afiliaciones al Sistema de Gestión de Seguridad Social en Salud, lo que permitirá acceder a todos los programas de salud con los que cuenta el Hospital Local La Candelaria del municipio de Río Viejo.

Los recursos económicos necesarios para dar inicio a la empresa Guerrero & CÍA S. en C. resultaron de la contribución del socio comanditario con un aporte del 66,74% y los demás recursos correspondientes a un 33,26% serán adquiridos a través de un crédito bancario.

6. CONCLUSIONES

La alimentación saludable va relacionada directamente con buena salud, el cual es un tema que en la actualidad está impactando en los hábitos alimenticios de las personas y está generando que se tenga conciencia de su gran incidencia, esto permitió principalmente pensar en la producción de un producto que sea rico para el consumo y que a la vez contengan los nutrientes necesarios para el buen funcionamiento del organismo.

Legumi Protein, es una proteína de Lentejas y Vegetales con el cual se quiere atender un mercado objetivo que está conformado por 5.071 habitantes del casco urbano del Municipio de Río Viejo, Bolívar, y 431.794 habitantes del casco urbano de Valledupar, Cesar.

Con el objetivo de conocer la aceptación de las diferentes variables como precio, gustos de consumidores, conocimiento y frecuencia de ingesta de alimentos saludables, entre otros, se realizó una encuesta que permitió estimar las demandas correspondientes a 131.450.896 unidades de 250 gr. anuales, lo cual permitió a su vez, establecer estrategias para poder atender ese mercado y anticiparse a escenarios futuros que puedan impactar de forma positiva o negativa a la empresa.

Una de las actividades que proporciona una ventaja competitiva es el de documentar paso a paso la elaboración del producto, ya que minimiza el riesgo de errores en la producción que puede conllevar a diferentes pérdidas económicas.

Los recursos claves con que contará la empresa son el talento humano, la infraestructura, la materia prima, maquinarias y equipos, entre otros, los cuales son indispensables para que el proceso productivo sea eficiente y se pueda alcanzar los objetivos planteados, por tal motivo se realizará una inversión considerable para asegurar la calidad en todos los procesos que se ejecuten.

Una de las estrategias que se plantea consiste en tener una localización que permita atender un mayor número de clientes, contar con una eficiente distribución de la planta que no genere reprocesos en las actividades establecidas y que no afecten las capacidades proyectadas.

La empresa Guerrero & CÍA S. en C. se constituirá como una sociedad comercial de naturaleza jurídica en comandita simple, ya que cumple con las condiciones necesarias establecidas por las socias fundadoras, entre la que destaca que la contribución de uno de los socios sólo puede realizar aporte de capital y el otro socio aporta el trabajo, por tanto, la responsabilidad es mixta, siendo equitativa para cada socio.

Teniendo en cuenta todas las variables de los estudios requeridos e implementados, se puede concluir que, si es factible la creación de una empresa productora de alimentos nutritivos a base de leguminosas y vegetales en el municipio de Río Viejo, departamento de Bolívar – Colombia, ya que al realizar el estudio financiero se puede observar una TIR del 66,50%, un Periodo de Recuperación de la inversión hecha por la socia comanditaria, en un 0,01 periodos y finalmente un Punto de Equilibrio al producir 72.173 unidades del producto Legumi Protein en presentación de 250 gr. con unas ventas por un valor de \$277.506.721, donde se tienen unos Costos Fijos de \$125.754.808 y unos Costos Variables de \$151.751.913, generando un Costo Total de \$277.506.721 que corresponde al valor de las ventas, corroborando la viabilidad y rentabilidad del negocio.

7. RECOMENDACIONES

- Contar con políticas que fundamenten el buen servicio a clientes externos e internos, sin olvidar que es una empresa enfocada por personas trabajando para otras.
- Brindar capacitación constante a los colaboradores, con la finalidad que estén actualizados en los diferentes procesos y políticas que se llevan a cabo en la empresa.
- Implementar objetivos organizacionales que permitan que todas las áreas estén enfocadas en el cumplimiento de las metas de la empresa.
- Contar con políticas de Gestión Humana de tal forma que permita el crecimiento no sólo de la empresa sino también de todos los colaboradores y sus familias.
- Estar a la vanguardia en el cumplimiento de todas las normas, leyes, políticas que hacen parte de Guerrero & CÍA S. en C y todas aquellas que estén relacionadas con la actividad económica.
- Tener presente contar con el presupuesto anual para dar cumplimiento a lo impartido en el estudio ambiental y la mitigación del impacto, con la finalidad de prevenir las sanciones por incumplimiento al mismo.
- Con la finalidad de aprovechar la capacidad instalada de la empresa, se recomienda realizar un estudio de mercado más grande, que permita tener presencia en otras ciudades del país.
- Teniendo en cuenta las tendencias del mercado, su globalización y que el mundo de los negocios está en constante evolución, se recomienda establecer alianzas

estratégicas, que permitan a la empresa estar en la capacidad de planificar, gestionar y desarrollar actividades económicas en el mercado internacional.

BIBLIOGRAFÍA

ACTIVIDADES ECONOMICAS. Actividades Económicas. [En línea] [16 de septiembre de 2020] Disponible en: <https://www.enlace-apb.com/interssi/ServletPrincipal?proceso=actividades&comando=verActividadesPRE>

ABSOLUTE REPORTS. Mercado Mundial de Legumbres 2019-2023. [Sitio web]. 28 de enero del 2019 [Consulta: 10 de abril del 2021]. Disponible en: <https://www.absolutereports.com/global-legumes-market-13808536>

AGRONEGOCIOS. En el Día Mundial de las Legumbres, el Frijol y la Arveja son las más Sembradas en Colombia. [Sitio web]. [Consulta: 7 de abril del 2021]. Disponible en: <https://www.agronegocios.co/agricultura/en-el-dia-mundial-de-las-legumbres-el-frijol-y-la-arveja-son-los-mas-sembrados-en-colombia-3123363>

AGRONEGOCIOS. Lentejas Movieron \$134.000 Millones al Llegar a los Puertos en Colombia en 2018. [Sitio web]. [Consulta: 7 de abril del 2021]. Disponible en: <https://www.agronegocios.co/agricultura/lentejas-movieron-134000-millones-al-llegar-a-los-puertos-en-colombia-en-2018-2872825>

COLOMBIA. BANCOLDX. Decreto MinCIT No. 957. (05, junio, 2009). En Colombia el segmento empresarial está clasificado en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas. [Sitio web]. 29 de julio de 2021. [Consulta: 20 de mayo 2022]. Disponible en: [147](https://www.bancoldex.com/es/sobre-bancoldex/quienes-somos/clasificacion-de-empresas-en-colombia-200#:~:text=En%20Colombia%20el%20segmento%20empresarial,por%20el%20Decreto%20MinCIT%20NoCÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. Descripción</p></div><div data-bbox=)

Actividades Económicas. [Sitio web]. [Consulta: 6 de abril del 2021]. Disponible en: <https://linea.ccb.org.co/descripcionciiu/>

CARFRISAN. [Sitio web]. [Consulta: 14 de abril 2022]. Disponible en: <https://www.carfrisan.com.co/>

COLANTA. [Sitio web]. [Consulta: 14 de abril 2022]. Disponible en: https://colanta.com/aprende-de/mercolanta/?gclid=Cj0KCCQjwjN-SBhCkARIsACsrBz4nwFz4kg2SHIRxdBIUfA2aWK7vD27meIDz_oXbtr2nooLXKW sKmGgaAnDGEALw_wcB

COLOMBIA. MINISTERIO DE TRANSPORTE. Resolución 002505 (6, septiembre, 2004). Por la cual se reglamentan las condiciones que deben cumplir los vehículos para transportar carne, pescado o alimentos fácilmente corruptibles. [Sitio web]. [Consulta: 27 junio 2022]. Disponible en: <https://www.foman.com.co/legislacion-alimentos-colombia/resolucion-2505-2004/>

COLOMBIA. MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL. Resolución 005109 (29, diciembre, 2005). Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano. [Sitio web]. [Consulta: 27 junio 2022]. Disponible en: https://foman.com.co/wp-content/uploads/2016/11/resolucion_5109_de_2005.pdf

COLOMBIA. MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL. Resolución 002674 (22, julio, 2013). Por la cual se reglamenta el artículo 126 del Decreto Ley 019 de 2012 y se dictan otras disposiciones. [Sitio web]. [Consulta: 27 junio 2022]. Disponible en: <https://www.foman.com.co/legislacion-alimentos-colombia/resolucion-2674-de-2013/> p. 9.

COLOMBIA. MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL. Resolución 00000719 (11, marzo, 2015). Por la cual se establece la clasificación de alimentos para consumo humano de acuerdo con el riesgo en salud pública. [Sitio web]. [Consulta: 27 junio 2022]. Disponible en: <https://www.foman.com.co/legislacion-alimentos-colombia/resolucion-719-2015/>

DANE. Anexo Población Ajustada por Cobertura. [Sitio web]. [Consulta: 16 de mayo del 2021]. Disponible en: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018/informacion-tecnica>

DANE. Encuesta Nacional Agropecuaria (ENA). [Sitio web]. 30 de enero del 2020. [Consulta: 27 junio 2022]. Disponible en: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/agropecuario/enda/ena/2019/boletin_ena_2019-I.pdf

ECOAGRICULTOR. Las lentejas y sus propiedades nutricionales. [Sitio web]. [Consulta: 21 de noviembre 2020]. Disponible en: <https://cutt.ly/egTjOQk>

EL TIEMPO. Niños, publicidad de comida chatarra y obesidad; un coctel peligroso. [Sitio web]. 3 de marzo de 2017 [Consulta: 23 de noviembre 2020]. Disponible en: <https://cutt.ly/zhaqR7B>

FLOW CHEMICAL. Industria de alimentos y bebidas, retos en el 2022. [Sitio web]. 10 de febrero del 2022. [Consulta: 27 junio 2022]. Disponible en: <https://www.flowchem.com.co/industria-de-alimentos-y-bebidas-retos-en-el-2022/>

FOMAN. Legislación de Alimentos en Colombia. [Sitio web]. [Consulta: 11 de abril del 2021]. Disponible en: <https://foman.com.co/legislacion-alimentos-colombia/>

GCIENCIA. ¿Cuáles Fueron los Orígenes de las Leguminosas? [Sitio web]. [Consulta: 11 de septiembre 2020]. Disponible en: <https://www.gciencia.com/uncategorized/cuales-fueron-los-origenes-de-las-leguminosas/>

GELVEZ GARCIA, Erika Tatiana; URIBE BUITRAGO, Paola Andrea. Factibilidad Para la Creación de una Empresa Productora de Pancakes a Base de Verduras en el Municipio de Bucaramanga. [Sitio web]. 2013. [Consulta: 10 de abril del 2021]. Disponible en: <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/>

GERENCIE.COM. Vida útil de los Activos Fijos o Depreciables. [Sitio web]. [Consulta: 11 de mayo 2022]. Disponible en: <https://www.gerencie.com/vida-util-de-los-activos-fijos.html>

GERENTE.COM. Comidas rápidas y restaurantes. [Sitio web]. 23 de octubre de 2018 [Consulta: 22 de noviembre 2020]. Disponible en: <https://n9.cl/8yag6>

HECENNER. [En línea]. [Consultado: 24 de abril de 2022]. Disponible en: <https://www.hecenter.com.co>

LA OPINIÓN. Se Consumirá Más Legumbres en los Próximos 10 Años, Pero También más Carne. [Sitio web]. [Consulta: 7 de abril del 2021]. Disponible en: <https://www.laopinion.com.co/economia/se-consumira-mas-legumbres-en-los-proximos-10-anos-pero-tambien-mas-carne>

LOS RECURSOS HUMANOS. Principales Teorías Administrativas: Enfoques y Representantes. [Sitio web]. [Consulta: 10 de abril del 2021]. Disponible en: <https://www.losrecursoshumanos.com/principales-teorias-administrativas-enfoques-y-representantes/>

LR LA REPUBLICA. ONU Promoverá Producción y Consumo de Legumbres. [Sitio web]. 6 de enero del 2016 [Consulta: 10 de abril del 2021]. Disponible en: <https://cutt.ly/PgTjAH8>

MACPOLLO. [Sitio web]. [Consulta: 14 de abril 2022]. Disponible en: <https://www.macpollo.com/>

MERCADO LIBRE. [En línea]. [Consultado: 23 de abril de 2022]. Disponible en: <https://www.mercadolibre.com.co/>

MERCY FOR ANIMALS. 10 problemas de salud asociados con el consumo de carne. [Sitio web]. Joe Loria; 3 de abril de 2017 [Consulta: 21 de noviembre 2020]. Disponible en: <https://n9.cl/mubh>

MINAGRICULTURA. En las jornadas de negocio de Bolívar se alcanzaron negocios potenciales por más de \$11.000 millones para los productores del departamento. [Sitio web]. 17 de junio del 2022. [Consulta: 27 junio 2022]. Disponible en: [https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/En-las-Jornadas-de-Negocio-de-Bol%c3%advar-se-alcanzaron-negocios-potenciales-por-m%c3%a1s-de-\\$11-000-millones-para-los-productores-d.aspx/](https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/En-las-Jornadas-de-Negocio-de-Bol%c3%advar-se-alcanzaron-negocios-potenciales-por-m%c3%a1s-de-$11-000-millones-para-los-productores-d.aspx/)

MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCION SOCIAL. Alimentación saludable. [Sitio web]. Santiago de Cali; Anyul Milena Vera y Blanca Hernández; marzo del 2013 [Consulta: 24 de noviembre 2020]. Disponible en: <https://cutt.ly/VhawwZs>

MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL. Manual de tarifas para el cobro de los servicios prestados por el INVIMA. [Sitio web]. [Consulta: 12 de mayo 2022]. Disponible en: <https://consultorsalud.com/wp-content/uploads/2021/10/MANUAL-TARIFARIO-INVIMA.pdf>

NUTRICIÓN. Leguminosas; plato de buen comer y fuente de valor nutritivo. [Sitio web]. 04 de diciembre del 2018 [Consulta: 25 de noviembre 2020]. Disponible en: <https://cutt.ly/FhsG0zc>

OFIX. [En línea]. [Consultado: 26 de abril de 2022]. Disponible en: <https://www.ofix.online/>

PIETRÁN. [Sitio web]. [Consulta: 14 de abril 2022]. Disponible en: <https://www.pietran.com.co/>

PORTAFOLIO. Así han variado los precios de los alimentos en un año. [Sitio web]. 21 de febrero del 2022. [Consulta: 27 junio 2022]. Disponible en: <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/precios-de-los-alimentos-en-colombia-2022-asi-ha-sido-la-variacion-562012>

PUBLINEWS. Pandemia ha cambiado hábitos alimenticios; sube consumo de enlatados y poco nutritivos. [Sitio web]. Ivonne Gordillo; 18 de agosto de 2020 [Consulta: 21 de noviembre 2020]. Disponible en: <https://cutt.ly/fhp57jg>

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. Diccionario de la Lengua Española. [Sitio web]. [Consulta: 10 de abril del 2021]. Disponible en: <https://dle.rae.es/>

SUÁREZ CARREÑO, Yadira; RIVERA FLÓREZ, Laura Katherine. Factibilidad Para la Creación de una Empresa Productora de Barras Energéticas 100% Natural a Base de Frutos Deshidratados, en la Ciudad de Bucaramanga y su Área Metropolitana. [Sitio web]. 2015. [Consulta: 6 de abril del 2021]. Disponible en: <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/>

UNIVERSITAT OBERTA DE CATALUNYA. La alimentación en el mundo; hábitos alimenticios y problemas nutricionales. [Sitio web]. [Consulta: 20 de noviembre 2020]. Disponible en: <https://cutt.ly/ehp5v2u>

WIKIPEDIA. Río Viejo. [Sitio web]. [Consulta: 7 de abril del 2021]. Disponible: https://es.wikipedia.org/wiki/R%C3%ADo_Viejo

WIKIPEDIA. [Sitio web]. Valledupar. [Consulta: 14 de julio del 2021]. Disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Valledupar>

ZARATE PEÑA, Gloria Amparo. Factibilidad Para la Creación de una Empresa Productora y Comercializadora de una Harina a Base de Arveja Para Preparación de Bebida Caliente en el Municipio del Socorro. [Sitio web]. 2013. [Consulta: 6 de abril del 2021]. Disponible en: <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/>

ANEXOS

Anexo A. Encuesta.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL - X SEMESTRE

CLIENTE _____

FECHA _____

OBJETIVO: Investigar, conocer y analizar las necesidades y gustos con respecto al consumo de Alimentos Nutritivos a base de Legumbres y Verduras en el Municipio Rio Viejo Bolívar. Agradecemos de antemano su colaboración

Pregunta 1. ¿Conoce las leguminosas y verduras?

Sí _____ No _____

Pregunta 2. ¿Cuáles de las leguminosas y verduras relacionadas a continuación conoce usted?

Selección múltiple.

Lentejas

Garbanzos

Frijol

Arveja

Zanahoria

Cebolla

Pimentón

Pregunta 3. ¿Sabe usted si las Leguminosas y Verduras son Nutritivas?

Sí _____ No _____

Pregunta 4. ¿Actualmente compra alimentos nutritivos a base de leguminosas y verduras? Si responde negativamente se da por terminada la encuesta.

Sí _____ No _____

Pregunta 5. ¿Con qué frecuencia compra los alimentos nutritivos a base de leguminosas y verduras?

a. Diaria _____

b. Semanal _____

c. Quincenal _____

d. Mensual _____

e. Esporádicamente _____

Pregunta 6. ¿Qué cantidad de alimentos nutritivos a base de leguminosas y verduras compra en el mes?

Menos de 1 Libra

De 1 a 2 Libras

De 3 a 4 Libras

Más de 4 Libras

Pregunta 7. ¿Cuánto invierte mensualmente en alimentos nutritivos a base de leguminosas y verduras?

Menos de \$14.000 _____

Entre \$14.001 a \$21.000 _____

Entre \$21.001 a \$28.000 _____

Más de \$28.001 _____

Pregunta 8. ¿Dónde prefiere comprar alimentos nutritivos a base de leguminosas y verduras?

Supermercados _____

Almacenes de Cadena _____

Domicilios _____

Tienda virtual _____

Pregunta 9. Se quiere lanzar al mercado Alimentos Nutritivos a base de Leguminosas como la lenteja con verduras, ¿Compraría este producto cuando esté en el mercado? Si responde negativamente se da por terminada la encuesta.

Sí _____ No _____

(Si responde negativamente se da por terminada la encuesta).

Pregunta 10. ¿Cómo le gustaría que fuera la unidad de medida del nuevo producto?

125 gr.

250 gr.

500 gr.

Pregunta 11 ¿Qué sabor prefiere para el nuevo producto?

Ranchera _____

Asada _____

Barbecue _____

Pregunta 12. De los siguientes medios de publicidad, ¿cuál prefiere para conocer nuevos productos?

Televisión _____


Radio _____

Internet _____

Perifoneo _____

Otro ¿Cuál? _____

Anexo B. Cotización SG-SST

	SISTEMA DE GESTIÓN EN SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO	CODIGO: SST-01 VERSIÓN: 01
	COTIZACIÓN PARA EL DISEÑO DEL SG-SST	FECHA: 10/03/2022 PAGINA: 1 - 1

Río viejo Bolívar; 10 de marzo del 2022

Señores:

Guerrero & CIA S. en C.

Dirección: Calle 5 No. 9-53 Barrio 7 de agosto

Tel: 318 795 5364 - 317 316 5376

Ciudad, Río Viejo Bolívar.


Tenemos el gusto de presentar nuestra cotización a su empresa, brindándoles asesoría con profesionales eficientes y con altas capacidades en el diseño, evaluación y seguimiento de un sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo – SG SST, independientemente el tipo de empresa. Comprometidos a garantizar a nuestros clientes una total satisfacción de nuestros servicios ofrecidos en el SG SST.

OBJETIVO DEL DISEÑO SG SST:

Diseñar un sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo - SG SST que cumpla con las directrices y estándares mínimos definidos en el decreto 1072 de 2015 (decreto único reglamentario del sector trabajo) y la resolución 0312 de 2019 (estándares mínimos del SG-SST).

Guerrero & CIA S. en C. por ser una empresa que cuenta con menos de 10 trabajadores y por su actividad económica se encuentra clasificado en un nivel de riesgo II. Se le entregara dentro del diseño documentación y formatos que se requieren según los 7 ITEM establecidos en la resolución 312 de 2019, los cuales son:

- Asignación de persona que diseña el SG-SST.
- Afiliación al sistema de seguridad social integral.
- Capacitación en seguridad y salud en el trabajo - SST.
- Plan anual de trabajo.
- Evaluaciones medicas ocupacionales.
- Identificación de peligros; evaluación y valoración de riesgos.
- Medidas de prevención y control frente a peligros/riesgos identificados.

	SISTEMA DE GESTIÓN EN SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO	CODIGO: SST-01 VERSIÓN: 01 FECHA: 10/03/2022 PAGINA: 1 - 1
	COTIZACIÓN PARA EL DISEÑO DEL SG-SST	

VALOR DE LA OFERTA

El valor de los servicios del diseño del sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo es:

FORMA DE PAGO **50% al inicio de contrato.**
50% al liquidar contrato.

Validez de la oferta	15 días
Valor total de la oferta	\$ 3.500.000

TIEMPO DE DURACION DEL SERVICIO

Sesenta (60) días calendario.

EJECUCIÓN DE PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN

Se incluirá acompañamiento en la programación de las primeras 3 capacitaciones a realizar al personal, con el propósito de aclarar, formar y brindar un ámbito laboral sano y seguro a los empleados de la empresa **Guerrero & CIA S. en C.**

“EL QUE NO PREVIENE, ACCIDENTES TIENE”

DISEÑADO POR:		APROVADO POR:	
MÓNICA LEAL Ingeniero Ambiental Especialista en SST			
NOMBRE:	Ing. Mónica Leal	NOMBRE:	
CARGO:	Director comercial	CARGO:	

Anexo C. Cotización Análisis Ambiental.



COTIZACIÓN DE ESTUDIO DE UN IMPACTO AMBIENTAL

Señores:

Guerrero & CIA S. en C.

Dirección: Cll 5 n° 9-53 Barrio 7 de agosto

Tel: 3187955364 - 3173165376

Ciudad, Río Viejo Bolívar.

Dando atención a su requerimiento. Tenemos el gusto de presentarle nuestra propuesta técnica económica para la prestación del servicio de consultoría en el estudio de impacto ambiental de su empresa.

OBJETIVO:

Es el estudio técnico de carácter interdisciplinario, que se realiza con el propósito de predecir los impactos ambientales que se puedan derivar de la ejecución de un proyecto, permitiendo la toma de decisiones sobre la viabilidad ambiental del mismo.

CONTENIDO DEL SERVICIO:

La consultoría comprenderá las siguientes actividades:

- Elaboración del estudio de impacto ambiental.
- Recopilación de información técnica, legal y sanitaria.
- Monitoreo de calidad del agua, aire.
- Prestación de informe de caracterización según normativa vigente de resultados de análisis de laboratorios; por tramo de monitoreo.
- Equipos de mediciones certificados y acreditados.
- Plan de trabajo detallado días antes del monitoreo.

TIEMPO DEL SERVICIO:

- ✚ TRABAJO DE CAMPO → 6 días
- ✚ TRABAJO DE GABINETE → 10 días

DURACION DE TRABAJO: 16 días calendarios

EQUIPO TECNICO:

El personal propuesto para la presente consultoría estará conformado por:

- Un especialista ambiental.
- Dos monitoristas ambientales.

VALOR DE LA OFERTA:

El valor de la consultoría por el estudio de impacto ambiental de la empresa contratante es de \$5.000.000 millones de pesos.

NOTA: Dentro del costo se incluyen los equipos para cada monitoreo.

DISEÑADO POR:		APROVADO POR:	
MONICA LEAL Ingeniero Ambiental Especialista en SST			
NOMBRE:	Ing. Mónica Leal	NOMBRE:	
CARGO:	Director comercial	CARGO:	