

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
DE CEBOLLAS OCAÑERAS POR MEDIO DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD
DE BUCARAMANGA**

JUAN CAMILO GARCIA CASTILLO ID: 95443

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA SECCIONAL BUCARAMANGA
ESCUELA DE INGENIERIAS
FACULTAD DE INGENIERIA INDUSTRIAL
BUCARAMANGA, SANTANDER

2014

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
DE CEBOLLAS OCAÑERAS POR MEDIO DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD
DE BUCARAMANGA**

JUAN CAMILO GARCIA CASTILLO ID: 95443

Director:

Luis Eduardo Suárez Caicedo

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA SECCIONAL BUCARAMANGA
ESCUELA DE INGENIERIAS
FACULTAD DE INGENIERIA INDUSTRIAL
BUCARAMANGA, SANTANDER

2014

Nota de aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Bucaramanga, Marzo de 2014

Página de dedicatoria

A mis padres, Carlos Eduardo García, Lorena Lizbeth Castillo y a mi hermano Carlos Andrés García por todo el apoyo, paciencia y credibilidad que pusieron en mí desde el comienzo de este proceso. Por sus buenas y sabias palabras cuando más complicadas fueron las situaciones. A Vanessa Dukón González por ese importante y necesario apoyo para poder cerrar esta gran etapa lleno de amor y comprensión. A mis tíos Rocio Castillo, Jaime García y Martha García por su apoyo y mano amiga fundamental durante mi carrera. A mis abuelitos Alonso, Elizabeth, Hernando y Lucila por ser otros padres para mí y con su manto de experiencia aconsejarme para ir por el camino correcto. A mi socio y gran amigo Juan Carlos Ordoñez por sus buenos consejos y apoyo en mi gran sueño de ser empresario. A mis primos que fueron como hermanos al comienzo de mi carrera, Juan Carlos González y Catalina González.

A mis amigos, compañeros y demás familiares que siempre creyeron en mí.

Página de agradecimiento

Quiero agradecer a la Universidad Pontificia Bolivariana por haberme brindado todo lo mejor para mi formación como Ingeniero Industrial, a mis profesores, directivos y demás personal de la Universidad que me acompañó durante la carrera.

A mi excelente tutor, Luis Eduardo Suárez Caicedo por todo el apoyo y especial dedicación durante el proyecto con el fin de conseguir los mejores resultados.

A Dios y a todos esos seres que lleve durante estos años en el corazón, dándome una razón para salir adelante.

CONTENIDO

GLOSARIO.....	17
INTRODUCCIÓN	21
1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	24
2. ANTECEDENTES.....	26
3. JUSTIFICACIÓN.....	29
4. OBJETIVOS.....	30
4.1. OBJETIVO GENERAL.....	30
4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	30
5. MARCO CONCEPTUAL.....	31
5.1. ENCURTIDOS	31
5.1.1. Cebolla Ocañera.....	32
5.1.2. Conservación de las verduras	33
5.1.3. Pasteurización de encurtidos.....	34
5.1.4. Utilización de conservantes	34
5.1.5. Tratamientos con almíbar.....	35
6. GENERALIDADES	36
6.1. CONCEPTO DEL NEGOCIO.....	44
6.1.1. Descripción de la idea de negocio	44
6.1.2. Descripción del producto	45
6.1.3. Definición, usos y especificaciones del producto.....	45

6.1.4. Productos sustitutos.....	46
6.1.5. Productos complementarios	46
6.1.6. Atributos diferenciadores con respecto a la competencia	47
7. ESTUDIO DE MERCADOS.....	48
7.1. OBJETIVO GENERAL.....	48
7.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	48
7.3. MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO.....	49
7.3.1. Mercado potencial	49
7.3.2. Mercado objetivo	49
7.4. LA DEMANDA.....	49
7.4.1. Investigación de mercados	49
7.4.1.1. Planteamiento del problema de investigación	49
7.4.1.2. Necesidades de la información	52
7.4.1.3. Ficha técnica.....	52
7.4.1.4. Análisis e interpretación de datos.....	55
7.5. ANÁLISIS DEL MERCADO.....	70
7.5.1. Análisis de la demanda primaria y selectiva.....	70
7.5.2. Segmentación	72
7.5.2.1. Segmentación geográfica	73
7.5.2.2. Segmentación por tipo de restaurante	73
7.5.2.3. Segmentación por precio	74
7.5.2.4. Segmentación por tipo de producto.....	74
7.5.3. Análisis de la oferta.....	74

7.6.	MEDICION DEL MERCADO.....	79
7.6.1.	Estimación del potencial del mercado	80
7.6.2.	Estimación de las ventas de la industria	81
7.6.3.	Pronóstico de ventas	83
7.7.	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE LA FACTIBILIDAD DEL MERCADO	83
8.	PLAN DE MARKETING	85
8.1.	PROGRAMA DE DESARROLLO DE PRODUCTO.....	85
8.1.1.	Marca y empresa del producto	85
8.1.2.	Ciclo de vida del producto.....	86
8.1.3.	Condiciones de empaque y embalaje.....	87
8.2.	PROGRAMA DE DISTRIBUCION Y VENTAS.....	88
8.2.1.	Canales de distribución	88
8.2.2.	Papel de fuerza de ventas.....	88
8.2.3.	Selección del canal de distribución.....	89
8.3.	PROGRAMA DE FIJACION DE PRECIOS	90
8.4.	PROGRAMA DE COMUNICACIÓN IONTEGRAL DE MARKETING	90
8.4.1.	Programa de publicidad.....	90
8.4.2.	Marca del producto y de la empresa.....	92
8.4.3.	Estrategias publicitarias.....	93
8.5.	CUADRO DE MANDO INTEGRAL DE MARKETING	93
9.	ESTUDIO TÉCNICO	98
9.1.	TAMAÑO DEL PROYECTO.....	98
9.1.1.	Factores que determinan el tamaño del proyecto.....	98
9.1.2.	Capacidad del proyecto	100

9.2.	LOCALIZACIÓN	101
9.2.1.	Macro localización	101
9.2.2.	Micro localización	103
9.3.	REVISIÓN DEL CONCEPTO DEL PRODUCTO	109
9.4.	ESTÁNDARES DE CALIDAD	110
9.5.	DESCRIPCION TÉCNICA DEL PROCESO	112
9.5.1.	LLEGADA DE MATERIA PRIMA	115
9.5.2.	Selección de la cebollas	115
9.5.3.	Lavado o limpieza.....	115
9.5.4.	Pelado	115
9.5.5.	Baño caliente o cocción.....	115
9.5.6.	Escurrido.....	116
9.5.7.	Llenado de los frascos con cebollas y vinagre	116
9.5.8.	Almacenamiento de producto en proceso.....	116
9.5.9.	Preparación de conservantes y colorantes (Colorantes en el caso de la cebolla roja)	116
9.5.10.	Llenado completo del frasco	116
9.5.11.	Esterilización	117
9.5.12.	Etiquetado y control de calidad	118
9.6.	PLAN DE PRODUCCIÓN	118
9.7.	RECURSOS	121
9.7.1.	Recursos humanos	121
9.7.2.	Recurso físico	122

9.7.3. Recurso materia prima o insumos	128
9.8. ESTUDIO DE PREVEEDORES	133
9.9. DISTRIBUCIÓN DE PLANTA	134
9.10. CONDICIONES DE ALMACENAMIENTO Y TRANSPORTE	138
9.11. CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TECNICA DEL PROYECTO	139
10. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	140
10.1. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA	140
10.1.1. Declaración de la misión	140
10.1.2. Declaración de la visión	140
10.1.3. Formulación de objetivos y estrategias	141
10.1.4. Emprendimiento	143
10.1.5. Estructura organizacional	143
10.1.6. Definición de la planta de personal	144
10.2. COSTOS DE CONSTITUCION Y PROCEDIMIENTO	146
10.2.1. Estudio de homonimia	146
10.2.2. Tipo de sociedad y minuta de constitución	146
10.2.3. Consulta de viabilidad de uso de suelos	148
10.2.4. Trámites ante la Cámara de Comercio	151
10.2.5. Trámites ante la Dian	153
10.2.6. Trámites ante la alcaldía	153
10.2.7. Otras regulaciones por tipo de empresa y producto	155
10.2.8. Gastos de constitución	156
10.3. GESTION DE LEGALIZACIÓN TRIBUTARIA Y LABORAL	156

10.3.1. Compromisos tributarios.....	156
10.3.2. Compromisos laborales	158
10.4. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL	159
11. ESTUDIO FINANCIERO.....	160
11.1. INVERSIONES	160
11.1.1. Inversión fija	160
11.1.2. Inversión diferida	161
11.1.3. Inversión corriente.....	161
11.1.4. Inversión total.....	162
11.1.5. Fuentes de financiación	162
11.2. COSTOS.....	163
11.2.1. Costos fijos.....	163
11.2.2. Costos de producción	163
11.3. PUNTO DE EQUILIBRIO	164
11.4. PRECIO DE VENTA	164
11.5. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	165
11.6. FLUJO DE CAJA PROYECTADO	166
11.7. BALANCE GENERAL PROYECTADO	167
11.8. RAZONES E INDICADORES FINANCIEROS	168
11.9. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO.....	169
12. EVALUACION DEL PROYECTO	170
12.1. IMPACTO SOCIAL.....	170
12.2. IMPACTO AMBIENTAL.....	170

12.3. EVALUACION FINANCIERA.....	171
12.3.1. Valor presente neto.....	171
12.3.2. Tasa interna de retorno	172
12.3.3. Periodo de recuperación	172
12.3.4. Análisis de costo beneficio.....	173
12.4. ESCENARIO DE RIESGOS Y PLANES DE CONTIENGENCIA.....	173
12.5. CONCLUSIONES DE LA EVALUACION DEL PROYECTO	175
13. PLAN DE PUESTA EN MARCHA Y MONTAJE DE LA EMPRESA	177
14. CONCLUSIONES	178
15. RECOMENDACIONES.....	180
BIBLIOGRAFIA.....	181
WEBGRAFIA	182
ANEXOS.....	186

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Comportamiento del mercado de la cebolla Ocañera	33
Tabla 2. Ficha técnica de la cebolla roja	41
Tabla 3. Composición química de la cebolla roja	43
Tabla 4. Composición nutricional de la cebolla encurtida	46
Tabla 5. Cantidades de pedido de más de 9.000 gr	64
Tabla 6. Cantidades de pedido menos o igual a 9.000 gr	65
Tabla 7. Análisis de la demanda	70
Tabla 8. Segmentación geográfica.....	73
Tabla 9. Ranking empresas de encurtidos en Colombia	81
Tabla 10. Cuadro integral de marketing	94
Tabla 11. Capacidad utilizada.....	101
Tabla 12. Cálculo del valor relativo de los factores objetivo	105
Tabla 13. Valor relativo de los factores objetivo FOi.....	106
Tabla 14. Calificación w_j	106
Tabla 15. Cercanía a proveedores.....	106
Tabla 16. Costo arriendo y servicios	107
Tabla 17. Cercanía a clientes	107
Tabla 18. Vías de acceso	107
Tabla 19. Puntaje relativo Rij	108
Tabla 20. Valor relativo de los factores subjetivos FSi.....	108
Tabla 21. Medida de preferencia de localización MPL	109
Tabla 22. Tiempos de producción cebolla roja/día.....	119
Tabla 23. Tiempos de producción cebolla blanca/día.....	120
Tabla 24. Recurso físico oficina.....	127
Tabla 25. Materia prima requerida cebolla roja	132
Tabla 26. Materia prima requerida cebolla blanca	132
Tabla 27. Cotización de materia prima	133
Tabla 28. Estructura salarial.....	145

Tabla 29. Prestaciones	145
Tabla 30. Costos de construcción	146
Tabla 31. Parafiscales y caja prestacional	159
Tabla 32. Inversión fija	160
Tabla 33. Inversión diferida	161
Tabla 34. Inversión corriente.....	161
Tabla 35. Inversión total.....	162
Tabla 36. Fuentes de financiación.....	162
Tabla 37. Crédito financiero	162
Tabla 38. Costos fijos.....	163
Tabla 39. Costos de producción	163
Tabla 40. Punto de equilibrio.....	164
Tabla 41. Precio de venta.....	164
Tabla 42. Estado de resultados proyectado.....	165
Tabla 43. Flujo de caja proyectado	196
Tabla 44. Balance general proyectado	167
Tabla 45. Razones e indicadores financieros	178
Tabla 46. Tasa interna de retorno	172
Tabla 47. Periodo de recuperación de la inversión.....	172
Tabla 48. Escenarios de riesgo y planes de contingencia	173
Tabla 49. Conclusiones de la evaluación del proyecto.....	177

LISTA DE IMÁGENES

Imagen 1. Encurtidos en vinagre.....	31
Imagen 2. Productos encurtidos Gran Unión.....	76
Imagen 3. Empaque presentaciones del producto.....	87
Imagen 4. Logotipo empresa	92
Imagen 5. Ubicación de Santander en Colombia.....	102
Imagen 6. Bucaramanga, su área metropolitana y Lebrija	102
Imagen 7. Bodega centro Bucaramanga.....	103
Imagen 8. Bodega Gaitán Bucaramanga	104
Imagen 9. Bodega Concordia	105
Imagen 10. Lavadora de tambor	122
Imagen 11. Peladora de cebolla	123
Imagen 12. Estufa a gas industrial	124
Imagen 13. Envase de vidrio 4.000 gr	125
Imagen 14. Etiqueta completa cebollas rojas	126
Imagen 15. Etiqueta completa cebollas blancas	127
Imagen 16. Materia prima requerida	128
Imagen 17. Distribución de planta.....	137

FIGURAS

Figura 1. Consumo de cebolla ocañera	55
Figura 2. Preferencia de marca	56
Figura 3. Razón de preferencia de marca.....	56
Figura 4. Preferencia de compra	57
Figura 5. Modo de adquisición de la cebolla	57
Figura 6. Preferencia de proveedor	58
Figura 7. Puntaje calificación Coopasan	59
Figura 8. Puntaje calificación Plaza Guarín	59
Figura 9. Puntaje calificación Industrias Kany.....	60
Figura 10. Puntaje calificación Plaza La Rosita	60
Figura 11. Puntaje calificación Plaza Centro	61
Figura 12. Puntaje calificación San Andresito La Isla	61
Figura 13. Puntaje calificación La Ocañera	62
Figura 14. Puntaje calificación La Coruña	62
Figura 15. Productos acompañados con cebolla	63
Figura 16. Cantidad de compra promedio a la semana	64
Figura 17. Precio de compra de la cebolla ocañera	65
Figura 18. Presentación de compra	66
Figura 19. Preferencia en el color de las cebollas	66
Figura 20. Decisión de compra de una empresa nueva en Bucaramanga	67
Figura 21. Canal de distribución directa	89

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Modelo de comercialización tipo reloj de arena	37
Gráfico 2. Principales verduras consumidas de acuerdo a la ENSIN 2005	38
Gráfico 3. Ocupación laboral según rama de actividad 2010	51
Gráfico 4. Ciclo de vida del producto en conversa y cebolla encurtida	86
Gráfico 5. Diagrama de proceso producción de cebollas rojas	113
Gráfico 6. Diagrama de proceso producción de cebollas blancas	114
Gráfico 7. Estructura organizacional de la empresa	143

LISTA DE ANEXOS

ANEXO A. Modelo de encuesta	187
ANEXO B. Manual de funciones	189
ANEXO C. Estudio de homonimia	205
ANEXO D. Minuta de constitución	206
ANEXO E. Trámites en Cámara de Comercio	209

GLOSARIO

ENCURTIDO: Los encurtidos son aquellos productos vegetales hortícolas que tras ser sometidos a diversas transformaciones, tienen en común su aderezo con vinagre. Entre las especies hortícolas cultivadas para encurtir destacan: pepinillo, cebollita, guindilla, rabanitos, zanahoria, repollo, berenjenas, remolacha de mesa, judía verde, pimiento, tomate verde, alcaparra, coliflor y apio.¹

ALIMENTO: Todo aquel producto o sustancia (líquidas o sólidas) que, ingerida, aporta materias asimilables que cumplen con los requisitos nutritivos de un organismo para mantener el crecimiento y bienestar de las estructuras corporales.²

CEBOLLA: La cebolla es la parte subterránea en forma de bulbo amarillo rojo violáceo de una pequeña planta, la cual tiene sus verdes ramas verdes y redondas, que están huecas por dentro. La cebolla blanca se recolecta a finales de primavera y las de color se recogen a finales de verano.³

OCAÑA: Segunda ciudad del Departamento de Norte de Santander en Colombia. Se encuentra a una altura sobre el nivel del mar de 1.202 metros y su temperatura promedio es de 22°C, se encuentra sobre la cordillera oriental en un territorio en el cual la región toma su nombre debido a su extensa área de influencia.

La ciudad de Ocaña dista de la capital del país 610 km y tiene una población de 90037 habitantes (Censo 2005).⁴

¹ Ecu Red – Encurtidos – Disponible online: <http://www.ecured.cu/index.php/Encurtido> - [Recuperado en marzo de 2014]

² Salud Glosario – Alimento – Disponible online: <http://salud.glosario.net/alimentacion-nutricion/alimento-2196.html> - [Recuperado en marzo de 2014]

³ Euro residentes – Cebolla – Disponible online: <http://www.euroresidentes.com/Alimentos/cebolla.htm> - [recuperado en marzo de 2014]

⁴ Ciudad Ocaña – Ocaña – Disponible online: <http://www.ciudadocana.com/secciones.php?seccion=ocana> – [Recuperado en marzo de 2014]

COCCIÓN: La cocción hace que la mayoría de los productos se vuelvan más sabrosos. El proceso también ayuda a la conservación. Sin embargo, la mayoría de las frutas y de las verduras pueden comerse crudas. Hay ocasiones en que la carne y el pescado se comen crudos, aunque son excepciones.

La cocción permite la modificación de los componentes físicos y bioquímicos del alimento, ya sea a través del ablandamiento, la coagulación, el hinchamiento o la disolución. El calor también permite la destrucción de los agentes causales de enfermedades que aparecen en los alimentos crudos.⁵

ESTERILIZACIÓN: Es la eliminación completa de toda forma de vida microbiana de objetos inanimados incluyendo esporas. Puede conseguirse a través de métodos físicos químicos o gaseosos.

Es una técnica de saneamiento preventivo para conseguir la destrucción de todos los microorganismos y sus formas de resistencia que puedan existir en la superficie o en el espesor de un objeto.

Obtiene como resultado la ausencia de todo germen vivo consiguiendo material estéril.⁶

⁵ Ecu red – Cocción – Disponible online: http://www.ecured.cu/index.php/Cocci%C3%B3n_de_alimentos – [Recuperado en marzo de 2014]

⁶ Podología Clínica – Esterilización – Disponible online: <http://www.podologiaclinica.cl/menu/material/esterilizacion.html> - [Recuperado en marzo de 2014]

RESUMEN GENERAL DEL PROYECTO DE GRADO

TITULO: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CEBOLLAS OCAÑERAS POR MEDIO DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA.

AUTOR: JUAN CAMILO GARCÍA CASTILLO

FACULTAD: FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

DIRECTOR: LUIS EDUARDO SUÁREZ CAICEDO

RESUMEN

El presente estudio financiero contiene información fundamental para poder determinar la factibilidad de producir y comercializar cebollas Ocañeras encurtidas por medio de restaurantes en Bucaramanga.

Cinco partes fundamentales conforman dicho estudio, iniciando con un estudio de mercados que se realiza con el fin de determinar las características básicas del mercado de las cebollas encurtidas en una presentación de 4000gr para restaurantes de comida típica. Teniendo lo anterior, se procede a estructurar un plan de marketing que establezca los debidos objetivos y estrategias para la distribución y divulgación del producto. Como consecuencia de esto, se da inicio a un estudio técnico, con el objetivo de conocer las capacidades necesarias de producción teniendo en cuenta resultados acerca de la localización y demanda del mercado. Como cuarto paso se ejecuta un análisis financiero por medio de herramientas y técnicas de proyección financiera, que permitan determinar la viabilidad de la producción y comercialización del producto, en este estudio se conocerán cifras importantes como el precio de venta, utilidades, costos, gastos e inversiones que evaluarán si es viable o no la puesta en marcha del negocio. Una vez se tiene un resultado del estudio financiero, se hace un estudio administrativo para diseñar la estructura organizacional, administrativa y legal, mediante leyes y esquemas de formación empresarial con el fin de crear la empresa de manera legal y organizada.

PALABRAS CLAVE: Cebollas, Demanda, Mercado objetivo, Encurtidos, Utilidad, Precio, Publicidad, Producción, Materia prima, Distribución, Legalización, Depreciación, Localización, Costo, Ventas, Mano de obra, Ocaña, Agricultura, Hortalizas

GENERAL OVERVIEW OF DEGREE PROJECT

TITLE	FEASIBILITY STUDY FOR THE PRODUCTION AND MARKETING OF ONIONS OCANERAS BY RESTAURANTS IN THE CITY OF BUCARAMANGA.
AUTHOR	JUAN CAMILO GARCÍA CASTILLO
FACULTY	FACULTY OF INDUSTRIAL ENGINEERING
DIRECTOR	LUIS EDUARDO SUAREZ CAICEDO

ABSTRACT

The present financial study contains basic information in order to determine the feasibility of producing and marketing onions pickled in vinegar through restaurants in Bucaramanga.

Five key parts make up this study, starting with a market research that is carried out in order to determine the basic characteristics of the market for onions pickled in vinegar in a presentation of 4000 gr for restaurants of typical food. Given the above, is to structure a marketing plan that establishes the appropriate objectives and strategies for the distribution and dissemination of the product. As a result, starts a technical study, with the objective of knowing the capabilities of production taking into account results about the location and market demand. As fourth step executes a financial analysis with the correct tools and financial projection techniques, which allow to determine the viability of the production and marketing of the product, important figures as the price of sale, profits, costs, expenses, and investments that assessed will be known in this study if it is viable or not starting up business. Once it is a result of the financial study, an administrative study is made to design the organizational, administrative and legal structure through laws and schemes of entrepreneurship in order to create the company in a legal and organized manner.

KEY WORDS

Onions, demand, target market, pickles, utility, price, advertising, production, raw material, distribution, legalization, depreciation, location, cost, sales, labor, Ocaña, agriculture, vegetables

INTRODUCCION

La importancia de realizar un estudio de factibilidad está dada por cada uno de los capítulos que la contienen, ya que paso a paso y progresivamente se van dejando ver todos los factores que indican si el proyecto es viable o no. Según lo anterior se procede a realizar el estudio de factibilidad para la producción y comercialización de cebollas ocañera encurtidas por medio de restaurantes en la ciudad de Bucaramanga.

Las cebollas Ocañeras son una hortaliza muy conocida por los colombianos en sus platos típicos de diferentes regiones del país, especialmente en Santander. La cebolla ocañera como su nombre lo indica, proviene de Ocaña Norte de Santander y es allí donde se cultiva la cebolla más rica y famosa del país. Este reconocimiento va acompañado de una problemática que actualmente pone en riesgo el futuro y el desarrollo sostenible de los cultivos de esta hortaliza.

Por cuestiones de calidad y costos, se ha venido importando cebolla roja de bulbo Peruana. Al realizarse esta práctica, disminuyen las ventas de cebolla ocañera en el país, generando pérdidas en los cultivos e inconvenientes financieros en las cuentas de los agricultores Norte santandereanos.

La idea de crear este proyecto, nace del deseo de fomentar el consumo de cebolla ocañera con el fin de respaldar y defender los cultivos y la agricultura propia de la región.

Para dar inicio al proyecto el primer paso, consiste en identificar cada uno de los problemas que se presentan para posteriormente comenzar a plantear soluciones y justificaciones. Para ello se tienen en cuenta los antecedentes al proyecto con el fin de no repetir un estudio que ya este realizado y de la misma manera poder tener datos históricos e importantes para el desarrollo y análisis de la estructura del negocio.

La justificación describe la importancia de hacer el proyecto y especificar por qué se tiene el interés en realizarlo.

Más adelante los objetivos brindarán una clara idea de a dónde se quiere llegar, por medio de qué métodos y cómo se realizarían estos en la estructuración del proyecto.

En cuanto a la teoría y los conceptos generales, se tiene en cuenta la importancia de conocer claramente cada uno de los términos y entender de manera sencilla en que consiste cada uno de los procesos y factores que influyen directamente en la creación de la empresa y el producto. A fin de conocer el comportamiento del producto en el mercado, se procede a realizar todo lo que conforma un debido estudio de mercados por medio de encuestas a los clientes que se quiere llegar y así recolectar toda la información para desarrollar de la mejor manera el producto y que este sea de gran interés entre el mercado objetivo.

Una vez conocidas todas las características del mercado, y establecido un pronóstico de las unidades a vender y producir, se piensa en la mejor manera de darlo a conocer por medio de estrategias de marketing y publicidad que llevarían el producto a lugares y clientes difíciles de alcanzar en un comienzo..

Una vez se ha llegado a un acuerdo entre las estrategias y los objetivos de marketing, el siguiente paso está conformado por un estudio técnico que tendrá como principal objetivo, el desarrollo, ubicación, capacidad y organización de la empresa con el fin de estipular todos los procesos adecuados para la producción de las cebollas. De igual manera este estudio determinará cantidades necesarias de materia prima, personal requerido, maquinaria y utensilios adecuados de trabajo y tiempos exactos necesarios para el desarrollo del producto.

Para la localización de la bodega donde estará instalada la planta de producción se utilizará el método de Brown & Gibson ya que este evalúa los factores más importantes en el momento de la toma de decisiones para la ubicación.

Una vez se tienen todas las características físicas de la empresa determinadas, se procede a darle una organización adecuada al personal de trabajo, describiendo cuidadosamente cada una de sus funciones, salarios, cargos, objetivos y deberes por medio de un estudio administrativo.

Por otra parte, se realizará un estudio legal con el fin de conocer que requisitos exige el estado para la creación y practicas legales del negocio, para no generar inconvenientes y complicaciones legales para la empresa.

Uno de los numerales más importantes de este proyecto es el estudio financiero ya que en este se conocerán todos los valores y el comportamiento económico del proyecto con el fin de determinar si el proyecto es un negocio viable.

Como resultado del estudio financiero se continúa con el proceso de puesta en marcha bajo un organizado cronograma de trabajo especificando en una tabla de tiempo que aclara, cuáles y donde se realizarán las actividades necesarias para el comienzo y lanzamiento de la empresa.

Como último punto se generan las conclusiones y recomendaciones del proyecto con el fin de dejar claro de una manera más sencilla todo lo que se investigó y comprendió a lo largo del estudio.

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

En la actualidad son muchas las marcas y organizaciones dedicadas a la producción de cebollas Ocañeras. Este producto durante muchos años ha sido un alimento que sirve para acompañar reuniones, onces, celebraciones y eventualidades con licor, ensaladas y platos típicos en Santander.

Actualmente se ha venido presentando una problemática en la cosecha de cebolla ocañera, viéndose afectada por la importación de cebolla peruana. Los campesinos de la región de Norte de Santander se muestran preocupados por la competencia desmedida de los productos cultivados en países vecinos. Indican que en la vigencia 2012 desde Perú se importaron 130 mil toneladas de 72 productos y entre los más significativos es la cebolla. Esa situación conlleva a que la provincia de Ocaña pierda más de 2 mil 600 hectáreas afectando a más de 5 mil familias que subsisten de ese cultivo.

Los productores han solicitado al ministerio de agricultura, el acompañamiento a través del registro de origen porque la cebolla peruana ingresa, se baja, reempaca y se vende en la costa norte colombiana, como si fuese propia de esta región dejando así a un lado la cebolla producida en Norte de Santander; generando pérdidas y desperdiciando la producción.⁷

Debido a lo anterior, nace la idea de crear una planta para la fabricación de Cebollas Ocañeras bajo estrictos procedimientos legales y enfocados a un producto final de calidad y competitivo en el mercado, con el fin de aumentar el aprovechamiento de la producción en Ocaña.

La idea de poner en marcha el motor de este proyecto es estructurar y desarrollar un esquema de fabricación adecuado de estos alimentos, contando con un debido registro, legalización de licencias y marca registrada. Para esto se realizará un completo estudio y análisis de viabilidad, con el fin de conocer todas las ventajas y desventajas que acarrea el proyecto, teniendo en cuenta que actualmente existen empresas dedicadas a la

⁷ Ocaña city.co – Disponible on line – <http://www.ocanacity.co/index.php/component/k2/item/98-cebolla-peruana-quebra-cultivadores> - [Recuperado en septiembre de 2013]

producción de cebollas Ocañeras encurtidas en vinagre y encurtidos que actualmente se encuentran en el mercado. Empresas como Unilever, La Coruña, Comestibles alfa y Conservas la Ocañera

Para poder incursionar en mercados nacionales con productos competitivos, es necesario gestionar todo el proceso de certificación y legalización de los productos, estandarizando debidamente los procesos a seguir con una infraestructura que preste facilidades higiénicas ante el comercio y la demanda.

En el transcurso de la investigación se tendrá en cuenta cada uno de los respectivos factores que permitan producir cebollas Ocañeras sin ningún inconveniente y bajo todas las normas adecuadas para las buenas practicas alimenticias con el objetivo de ofrecer un producto de calidad y competitivo en el mercado.

2. ANTECEDENTES

Actualmente existen empresas de talla internacional que dedican una de sus ramificaciones a la producción de encurtidos. Una de ellas es Unilever, líder en Colombia en la producción de productos alimenticios y la canasta familiar.⁸

En Bucaramanga existen empresas dedicadas a la producción de encurtidos y aunque no son muy conocidas, algunas alcanzan los supermercados de cadena y las tiendas locales. Unas de ellas son Conservas Caseras del Mundo y Exim Aliment que siendo marcas registradas, no presentan un índice de reconocimiento significativo en la ciudad.

La oferta de mano de obra en Bucaramanga y su área metropolitana aumenta cada día más, facilitando notablemente el progreso de nuevas ideas empresariales que busquen trabajo humano.

Bucaramanga cuenta con diversas zonas de cultivos cercanas con grandes facilidades de transporte y distribución. Teniendo en cuenta que las cebollas son la materia prima más importante en el proceso de fabricación, es considerado este factor, de gran importancia delimitando las ventajas que acarrea el mismo.⁹

Históricamente se registran datos de estudios realizados en el sector de verduras y hortalizas:

- **Título:** Estudio de factibilidad para la producción y comercialización de antipasto en Bucaramanga y su área metropolitana y la localidad de Suba en Bogotá.

Autor: Ardila Pulgarin, Catalina, Hernández Flórez, Laura Rocío

Universidad Pontificia Bolivariana-Seccional Bucaramanga, 2012

Director: Nelson E. Moreno Gómez

⁸ Revista la nota económica – disponible online - <http://www.lanotadigital.com/vademecum/search/productos-alimenticios/alimentos-varios-conservas-pasabocas-y-otros/> - [recuperado en enero de 2014]

⁹ Asociación hortícola y frutícola de Colombia – disponible online - http://www.asohofrucol.com.co/archivos/biblioteca/biblioteca_114_Plan%20NaI%20frur-santander.pdf - [recuperado en septiembre de 2013]

Alcance: El estudio de factibilidad realizado tiene como alcance la realización de los estudios correspondientes y basados en sus conclusiones, se plantea y ejecuta la programación para su puesta en marcha.

✓ **Título:** "FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA COMECIALIZADORA DE VERDURAS Y HORTALIZAS DE PRIMERA CALIDAD, DIRIGIDO A HOGARES DEL SECTOR DE BELLAVISTA EN EL MUNICIPIO DE FLORIDABLANCA, SANTANDER"

Autor: Medina Torres, Amparo y Hernández Ramírez, Erika

Asesor Académico: Sarmiento, Jaime Enrique

Tipo: Trabajo de Grado

Editorial: Universidad Industrial de Santander

Facultad: Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia

Programa: Gestión Empresarial

Año: 2009

Alcance: El estudio de factibilidad realizado tiene como alcance la realización de los estudios correspondientes, concluyendo el proyecto con recomendaciones de constituir y poner en marcha el negocio.

✓ **Título:** FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PROCESADORA DE PASTA DE CEBOLLA CABEZONA NATURAL SIN PRESERVATIVOS EN EL MUNICIPIO DE FLORIDABLANCA

Autor: Suárez Silva, Hilda Nancy

Asesor Académico: Suarez Caicedo, Luis Eduardo

Tipo: Trabajo de Grado

Editorial: Universidad Industrial de Santander

Facultad: Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia

Programa: Gestión Empresarial

Año: 2004

Alcance: El estudio de factibilidad realizado tiene como alcance la realización de los estudios correspondientes, concluyendo el proyecto con recomendaciones de constituir y poner en marcha el negocio. Este proyecto se enfocó con gran detalle en la investigación de mercados con el fin de describir e identificar el mercado, en función de las

características y preferencias del consumidor, el grado de aceptación que tenga en torno al producto de la cebolla natural procesada, conocer el perfil de la competencia en el municipio de Floridablanca.

✓ **Título:** Estudio de factibilidad para la obtención de cebolla cabezona (*Allium Cepa*) Liofilizada

Autor: Solorzano Sanabria, Maria Isabel

Pie de imprenta: Bogotá: Universidad de La Salle. Facultad de Ingeniería de Alimentos

Notas: Tesis (Ingeniero de Alimentos).--Universidad de La Salle. Facultad de Ingeniería de Alimentos, 1997

Año: 1997

Materias: CEBOLLA CABEZONA

CULTIVO CEBOLLA CABEZONA BOTANICA

URL: <http://hdl.handle.net/10185/15736>

Alcance: El estudio de factibilidad realizado tiene como alcance la realización de los estudios correspondientes, concluyendo el proyecto con recomendaciones de constituir y poner en marcha el negocio.

Finalmente se puede comparar el resultado de los proyectos anteriores y ninguno genera conflicto de igualdad o similitud que pueda comprometer la autenticidad del proyecto actual.

3. JUSTIFICACIÓN

Santander es un departamento que cuenta con una diversidad gastronómica muy demandada por el resto del país, compuesta por una gran variedad de carnes, vegetales, frutas, lácteos y especiales platos originarios de la región. La comida santandereana generalmente es acompañada por una gran variedad de aderezos compuestos por salsas elaboradas a base de vegetales y frutas.

Dentro de las opciones para acompañar las comidas se encuentran las cebollas Ocañeras, que se compone de cebollas conservadas en vinagre y condimentadas con un toque herbal.

Es de vital importancia resaltar las correctas prácticas de manufactura y procesamiento del producto con el fin de ofrecer calidad y satisfacción, asegurando la conservación de los productos basándose en correctos procedimientos, respaldos legales y en otras entidades de certificación, por la exigencia de los clientes en el momento de seleccionar los productos de la canasta familiar. Lo anterior con el fin de aprovechar las cosechas y prevenir el desperdicio de la materia prima para lo cual se plantea industrializar bajo técnicas de salubridad, contemplando como característica fundamental el valor agregado mediante la transformación y utilización de esta materia prima en un proceso de manufactura de alimentos.

4. OBJETIVOS

4.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de Cebollas Ocañeras mediante los estudios de mercados, técnico, administrativo y su evaluación de impacto social, ambiental, económico y financiero, con el fin de determinar la incursión en el mercado de restaurantes en la ciudad de Bucaramanga.

4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Realizar un estudio del mercado de cebollas Ocañeras por medio de una encuesta aplicada a administradores y/o propietarios de restaurantes ubicados en Bucaramanga, con el fin de determinar las características básicas del mercado del producto a ofrecer.
- Hacer un estudio técnico del proyecto por medio de una investigación, con el fin de conocer todos los procesos, insumos, tecnología y recursos relacionados con la producción de cebollas Ocañeras encurtidas en vinagre.
- Ejecutar un análisis financiero por medio de herramientas y técnicas de proyección financiera, que permitan determinar la viabilidad de la producción y comercialización de cebollas Ocañeras encurtidas en vinagre.
- Establecer la estructura organizacional, administrativa y legal, mediante leyes colombianas y esquemas de formación empresarial con el fin de conformar la empresa de manera legal y organizada.
- Evaluar el impacto socio-económico en la región por medio de bases de datos históricas con la finalidad de hacer un aporte significativo a la productividad del departamento y el país.
- Desarrollar un estudio de impacto ambiental mediante un proceso técnico administrativo, con el fin de conocer las variables ambientales que influyen el proceso de planeación, ejecución y funcionamiento del proyecto

5. MARCO CONCEPTUAL

5.1.1. Encurtidos

Los encurtidos o conservas son productos de origen vegetal sometidos a transformaciones, fundamentalmente producidas por el aderezo con vinagre.

Existe una inmensa cantidad de tipos de encurtidos, y cada día van apareciendo nuevas ideas y sistemas que amplían el campo. No obstante, los vegetales fundamentales y más frecuentemente usados en conservas son guindilla, pepinillo, cebollita, remolacha, repollo, berenjenas, zanahoria, rabanitos, tomate verde, pimiento, alcaparra, oliva, apio, gran variedad de frutas y coliflor.

Estos vegetales pueden ser sometidos a una fermentación, pasteurización, adición de azúcares, esencias y aromas, especias, etc., dependiendo del resultado final que se quiera obtener. Lo que sí incluyen en todos los casos es el vinagre.¹⁰

Imagen1: Encurtidos en vinagre



Fuente: <http://encurtidosbuensabor.blogspot.com>

¹⁰ CANAL COCINA: Disponible on line: <http://cocina.comohacerpara.com/n7422/como-hacer-encurtidos.html> - [Recuperado en septiembre de 2013]

5.1.2. Cebolla Ocañera

El cultivo de la cebolla de bulbo en Colombia, ha venido creciendo favorecido por la demanda y adaptabilidad a muchas zonas del país. Entre todas las variedades sembradas, la Ocañera es la más importante por el área, valor y volumen de la producción. Su área de siembra se localiza en los departamentos de Norte de Santander y Cesar, donde ha logrado ocupar aproximadamente 2.000 ha.

Eventualmente y en pequeñas áreas se la siembra en el Valle del Cauca. Su color rojo claro y sabor picante hacen de la cebolla Ocañera el principal motivo para ser preferida sobre otras variedades. Además, presenta entre sus características fundamentales ciclo vegetativo corto y buenos rendimientos.

La siembra de la variedad se inició posiblemente en Abrego en el siglo XVII, pasando después a los municipios de La Playa, Ocaña, El Carmen y Loma de González, que conforman la zona cebollera de Ocaña y alrededores. Se cultiva también en Choachí (Cundinamarca), Bucaramanga (Santander), Chitagá (Norte de Santander) y cerca de Pereira (Risaralda). A diferencia de otras variedades sembradas comercialmente en el país a partir de semilla sexual, la variedad Ocañera se caracteriza por su siembra asexual (bulbos) que contribuye a reducir el período vegetativo lográndose obtener hasta tres cosechas por año. Su sistema radical es muy restringido y superficial, las raíces son adventicias, blancas y delgadas, más o menos de un milímetro de diámetro y en promedio veinticinco por planta. El bulbo es rojo claro, ovoide, de tamaño mediano y .de sabor picante. El tamaño depende principalmente de la fertilidad del suelo, condiciones climáticas y físicas del suelo. De acuerdo con el tamaño de la semilla utilizada variará el número de bulbos obtenidos por planta o sitio. ¹¹

¹¹ ALIMENTA BOGOTA: Disponible on line: http://alimentabogota.gov.co:8081/calendario/-/asset_publisher/30IJ/content/cebolla-ocanera;jsessionId=FDBBD66731BECD2BDE490A3D6AAFE40C?redirect=http%3A%2F%2Falimentabogota.gov.co%3A8081%2Fcalendario%3Bjsessionid%3DFDBBD66731BECD2BDE490A3D6AAFE40C%3Fp_id%3D101_INSTANCE_30IJ%26p_p_lifecycle%3D0%26p_p_state%3Dnormal%26p_p_mode%3Dview%26p_p_col_id%3Dcolumn-2%26p_p_col_pos%3D1%26p_p_col_count%3D2 – [Recuperado en septiembre de 2013]

La cebolla, de color rojo y que puede tener entre 3,5 y 5 centímetros de diámetro tiene como característica principal la pungencia (picante) que la hace única en el país.

La cebolla Ocañera tiene características de sabor, olor y color más concentrados que en otra clase de cebolla. Es utilizada igualmente para tratamientos medicinales.

Tabla 1. Comportamiento del mercado de la cebolla ocañera

Oferta alta ▲	Enero, Febrero, Marzo, Abril y Octubre
Oferta media ▶	Mayo, Julio, Agosto, Septiembre, Noviembre y Diciembre
Oferta baja ▼	Junio
Procedencia	Cesar y Norte de Santander
Periodo vegetativo en días	80 -90 Días
Altura	500 – 1300 Metros
Temperatura	21 – 25 ° C

Fuente: alimentabogota.gov.co - Disponible on line:

http://alimentabogota.gov.co:8081/calendario/-/asset_publisher/3OIJ/content/cebolla-ocanera

5.1.2. Conservación de las verduras

Para poder conservar durante más tiempo la disponibilidad de la verdura, se procesan en conservas, secas al aire, en fermentación (como el sauerkraut de la cocina alemana o el kimchi de cocina coreana), los encurtidos (pepinillos en vinagre), en salazón, fermentaciones, etc.¹²

¹² *Ibíd.* p. 32.

5.1.3. Pasteurización de encurtidos

La pasteurización de encurtidos se lleva a cabo mediante un tratamiento térmico de los productos en sus recipientes, con valores de temperatura y tiempo de calentamiento determinado. Los fines que persigue pueden ser uno o varios de los siguientes:

- Destruir los microorganismos que toleran elevadas concentraciones de ácido acético, permitiendo además que la acción conservadora del ácido continúe después del calentamiento.
- Inhibir las reacciones enzimáticas causantes de alteraciones, gracias a la inactivación térmica de las enzimas del encurtido o de origen microbiano. En este caso el proceso debe ser más enérgico que para la destrucción de los microorganismos. Esto justifica la pasteurización de los productos de gran acidez.
- Reducir las alteraciones por oxidación o en las que participa el oxígeno, liberando el aire retenido en la parte superior de algunos envases que lo permiten.

5.1.4. Utilización de conservantes

La utilización de conservantes en los encurtidos está legalmente regulada, siendo los siguientes los más comunes:

El dióxido de azufre se emplea para inhibir la multiplicación de lactobacilos, levaduras y mohos que toleran el ácido acético de los encurtidos. No obstante, para la misma concentración o niveles superiores de este conservante, este efecto inhibitorio se reduce si se combina rápidamente con los componentes del producto encurtido. Esto no ocurre con las aceitunas, para las que se ha demostrado que previene eficazmente la formación de levaduras productoras de espuma.

El ácido sórbico resulta eficaz contra levaduras en hortalizas tratadas con salmuera, pertenecientes al género *Lactobacillus*, y especialmente contra el moho *Moniliella acetoabutans*. Es un conservante útil y autorizado.

El uso de los hidroxibenzoatos se encuentra más restringido, ya que no son particularmente eficaces contra los microorganismos responsables de las alteraciones de los encurtidos, ni siquiera empleando los niveles máximos permitidos. Así, por ejemplo, el mismo ácido benzoico está limitado a la remolacha de mesa cocida y envasada en el Reino Unido.

5.1.5. Tratamientos con almíbar

Es una técnica poco frecuente en hortalizas, limitándose a aquellas que se incluyen en los encurtidos dulces o cuando se pretenden prevenir la dilución localizada de la salsa por difusión del tejido tisular procedente de las hortalizas y la flotación de éstas en las salsas dulces.

Este tratamiento permite reducir la actividad del agua, así como mejorar la estabilidad microbiológica.¹³

¹³ CANAL AGRO: <http://servicios.laverdad.es/canalagro/datos/conservas/metodos4.htm> - [Recuperado en septiembre de 2013]

6. GENERALIDADES

La diversidad de características geográficas, climáticas y biológicas que moldean los diferentes ecosistemas en el país, la riqueza cultural, su ubicación ecuatorial y la interacción entre estos factores, hacen de Colombia un territorio con la potencialidad de producir gran variedad de especies vegetales durante todo el año; entre ellas frutas y verduras (F&V), para el consumo interno y externo.

El observatorio de seguridad nutricional y alimentaria de Colombia realizó un estudio en el que se determinó que en el país se producen alrededor de 30 productos diferentes, con destino principal al mercado interno; sobre su producción se encontró que la regularidad de la oferta depende principalmente de decisiones a corto plazo de los agricultores determinadas por razones de precio, abastecimiento y estado sanitario de los cultivos principalmente.

El abastecimiento de F&V y de los alimentos en general está constituido por el volumen total de alimentos que ingresan al circuito económico de estudio (país, ciudad, región, localidad) para atender la demanda de los consumidores, la cual se suple con la oferta local y las importaciones que provienen tanto de otras regiones del país, como de otros países.

En Colombia la comercialización de estas especies particularmente se realiza siguiendo un modelo tradicional o centralizado; esto es de acuerdo al modelo de “Reloj de arena” (Gráfico 1), en donde los aspectos geográficos como la distancia entre los centros de consumo y producción, los agentes que intervienen, la información y los procesos de formación de precio, se convierten en factores determinantes del modelo, de su eficiencia y de su eficacia¹⁴.

¹⁴ Observatorio de seguridad alimentaria y nutricional de Colombia – Perfil nacional de consumo de frutas y verduras – disponible on line: http://www.osancolombia.gov.co/doc/Perfil_Nacional_Consumo_FyV_Colombia_2012.pdf - [Recuperado en octubre de 2013]

Grafico 1: Modelo de comercialización tipo “reloj de arena”



Fuente: Adaptado de: Perfil nacional de consumo – página 28 - Disponible on line:
http://www.osancolombia.gov.co/doc/Perfil_Nacional_Consumo_FyV_Colombia_2012.pdf

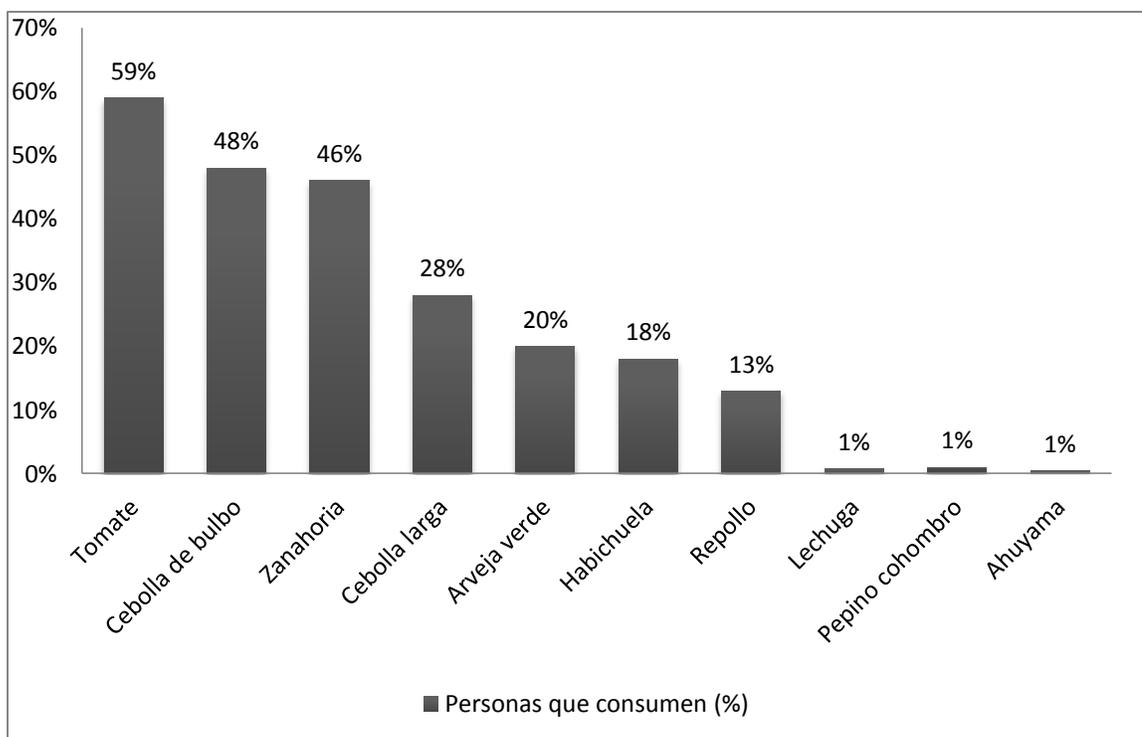
En este modelo la producción se realiza en unidades pequeñas y heterogéneas a nivel de recursos y factores de producción disponibles, que pueden estar distantes o cercanos a los centros de consumo y que generalmente son dispersos. Al final de la cadena de comercialización se encuentran los consumidores clasificados entre hogares y consumidores institucionales (hospitales, **restaurantes**, comedores comunitarios, entre otros) numerosos y concentrados generalmente en las zonas urbanas; los primeros compran en cantidades pequeñas a detallistas y los segundos adquieren mayores cantidades a mayoristas. La Encuesta de Situación Nutricional en Colombia del año 2005 (ENSIN 2005) reporta que el 27,9% de la población encuestada no consumía verduras en su dieta diaria, además que a nivel de los departamentos no hubo variación significativa entre los resultados, siendo predominante el hecho de la poca variedad de estos alimentos en la ingesta de comida cotidiana.¹⁵

¹⁵ Ibid. Página. 36

Los departamentos que más gramos de verduras ingirieron diariamente, fueron: Norte de Santander, Santander, Bogotá D.C., Huila y Meta.

Al analizar las verduras más consumidas en el país se encuentra que el tomate es la verdura más frecuentemente incluida en la dieta de las personas, sin embargo la cantidad de gramos consumidos de este alimento es baja. (Media 33.2 gramos diarios por persona)

Gráfico 2: Principales verduras consumidas de acuerdo a la Encuesta de Situación Nutricional en Colombia del año 2005 (ENSIN 2005)



Fuente: Adaptado de: Perfil nacional de consumo – página 41 - Disponible on line: http://www.osancolombia.gov.co/doc/Perfil_Nacional_Consumo_FyV_Colombia_2012.pdf

La segunda verdura más consumida en el país en 2005 fue la cebolla de bulbo, seguida de la zanahoria, la cebolla de rama, la arveja verde, la habichuela y el repollo (Gráfico 2), lo cual coincide con lo reportado por la ENSIN 2005, los cuales no son usados como plato principal, sino como aditivos a las preparaciones principales.

Boyacá es el departamento que más producción de verduras tiene, este territorio especializó su producción en las cuatro más consumidas, siendo la cebolla de bulbo la mayor producida. Cundinamarca posee una producción más diversificada que Boyacá, con producciones importantes de tomate, cebolla de bulbo, zanahoria, repollo y lechuga. Norte de Santander, se muestra como el tercer productor de verduras, con una clara especialización hacia el tomate y la cebolla de bulbo.

Generalidades de la Cebolla cabezona o cebolla de bulbo

El cultivo de Cebolla Cabezona Blanca es importante en Colombia no solo por ser un interesante generador de ingresos, sino también, por la gran cantidad de mano de obra que exige en las diferentes labores que en él se realizan.

En Colombia la producción de cebollas blancas, arraigada en Boyacá, Nariño y cercanías a Bogotá, es realizada principalmente en áreas que oscilan entre 0.25 y 1.0 hectárea.

La cebolla roja conocida como Ocañera es propia de esta región de Norte de Santander donde solo es posible producirla con excelente calidad y rentabilidad. Se considera a las cebollas como la segunda hortaliza más consumida en el mundo y en Colombia después del tomate. Sus propiedades saborizantes la hacen apetecible en la mesa a lo que se unen algunas cualidades terapéuticas que han popularizado su uso medicinal. Industrialmente también se le usa en la elaboración de deshidratados y preservadas en Vinagre.

Sin embargo la producción nacional es deficitaria en algunas épocas, al parecer por la presencia de heladas en la zona andina, lo que lleva a la necesidad de realizar importaciones desde Chile, Perú y Europa.¹⁶

¹⁶ AGRONET – Disponible on line:

http://www.agronet.gov.co/www/docs_si2/Cartilla%20didactica%20de%20cebolla%20cabezona.pdf – [Recuperado en octubre de 2013]

La cebolla para la provincia de Ocaña representa el principal renglón de la economía regional donde se siembran anualmente 3000 hectáreas por aproximadamente 7.500 familias, que generan a los productores ingresos brutos anuales superiores a 50.000 millones en el 2008.

En casi todos los supermercados se encuentra una cebolla de bulbo roja, caracterizada por su pungencia o sabor picante, igualmente encurtidos de cebollas pequeñas de la misma clase denominada ocañera producida en la provincia de Ocaña ubicada en la cuenca alta del río Catatumbo en el departamento Norte de Santander.

La reproducción es asexual, es decir, se siembran bulbos lo que le da la particularidad a la producción de tener un período vegetativo de 75 días aproximadamente y la necesidad de un reposo o latencia para la semilla de 60 días, época en la que se siembra frijol rosado o Zaragoza.

El riego utilizado es el de ramillón, en el que se emplean grandes cantidades de agua y mano de obra, el cual consiste en lanzar agua en forma de aspersión sobre los cultivos con un instrumento que se compone de un palo o vara de 2 metros y una totuma o ponchera que va en uno de sus extremos. Para evitar la erosión por el riego, se emplea una tapa o cobertura de paja o pasto picado la cual además cumple la función de controlar malezas, mantener humedad en el suelo y evitar su apelmazamiento.

Para lograr que las anteriores actividades sean factibles, se hace necesaria la construcción (100% manual) de eras con las siguientes dimensiones: 8 a 10 metros de largo dependiendo de la habilidad del regador; 1 a 1.20 metros de ancho para poder realizar las prácticas necesarias en el cultivo como la siembra, control de malezas y cosecha; y 0.2 a 0.4 metros de alto dependiendo de la pendiente del lote facilitando el escurrimiento de agua. La preparación del suelo en un 90% de los cultivos se hace de manera manual.¹⁷

¹⁷ Ibid. Página. 39

Las anteriores prácticas están enmarcadas en un sistema de explotación de economía campesina donde el productor participa con su familia, evitando al máximo pagar jornales y es normal ver a mujeres, jóvenes y niños sembrando, regando, cosechando o “arreglando” cebollas, actividad ésta que consiste en eliminar raíces y hojas para darle al producto la mejor presentación en el mercado.¹⁸

FICHA TÉCNICA: CEBOLLA ROJA

CARACTERÍSTICAS GENERALES

Tabla 2 – Ficha técnica de la cebolla roja – Características generales

Denominación	Cebolla roja
Nombre en el Catalogo ONU	Verduras frescas
Unidad de medida	Kilogramo (Kg)
Descripción General	La cebolla o <i>Allium cepa</i> L. es una hortaliza de la familia de las Liliaceae, que posee un bulbo de forma esférica y con capas concéntricas. Las cebollas rojas, a diferencia de las blancas, contienen un tipo de antioxidantes, las antocianinas, que son los pigmentos naturales que les confieren el color violáceo.

Fuente: Sociedad nacional de industrias – Lima Perú – Documento: Ficha técnica cebolla roja – [Recuperado en octubre de 2013]

¹⁸ Sociedad nacional de industrias – Lima Perú – Documento: Ficha técnica cebolla roja – [Recuperado en octubre de 2013]

CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

Las cebollas rojas deben tener las siguientes características:

- ✓ Estar enteras
- ✓ Estar sanas, y exentas de podredumbre o deterioro que hagan que no sean aptas para el consumo
- ✓ Estar limpias, y exentas de cualquier materia extraña visible
- ✓ Estar exentas de plagas que afecten al aspecto general del producto
- ✓ Estar exentos de daños causados por plagas
- ✓ Exentas de humedad externa anormal, salvo la condensación consiguiente a su remoción de una cámara frigorífica
- ✓ Estar exentas de cualquier olor y/o sabor extraños
- ✓ Tener un aspecto fresco

Dicho vegetal debe presentar un grado de madurez óptimo, adecuado para su comercialización.

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS Y ORGANOLÉPTICAS

Forma: Globosa, esférica o elipsoidal

Tamaño y peso: De un diámetro que oscila entre los 3 -12 cm, pesando entre 100 y 250 gramos cada una

Color: Rojo violáceo, rojo intenso, violáceo.

Sabor: En general picante, según la variedad también las hay dulces.¹⁹

¹⁹ **Ibíd. P. 41**

COMPOSICIÓN QUÍMICA

Tabla 3: Composición química de la cebolla roja

Composición por 100 gramos de cebolla	
Energía	43 kcal
Agua	89 %
Glúcidos	7,1 %
Lípidos	0,2 %
Proteínas	1,3 %
Fibras	2,1 %
Calcio	25 mg
Magnesio	10 mg
Potasio	170 mg
Hierro	0,3 mg
Vitamina C	7 mg
Vitamina B1	0,06 mg
Vitamina B3	0,3 mg
Vitamina B6	0,14 mg
Vitamina B9	0,02 mg
Vitamina E	0,14 mg

Fuente: El blog de la cebolla – Disponible online: <http://www.cebollaelblog.com/cebolla/> -
[Recuperado en Octubre de 2013]

6.1. CONCEPTO DEL NEGOCIO

6.1.1. Descripción de la idea de negocio

Cebollitas Bareke es una microempresa enfocada a la producción y comercialización de cebollas Ocañeras para consumo de restaurantes de comida típica en Bucaramanga, basándose en recetas típicas de la región y conservando los sabores tradicionales de su tierra. En el proceso de producción se tienen en cuenta técnicas de conservación por medio de tratamientos térmicos con el fin de conservar el producto 1 año sin abrir. Después de abierto se recomienda mantener bajo refrigeración.

Pensando en un producto nutricionalmente balanceado, se tiene como objetivo mantener la producción bajo el uso de ingredientes 100% naturales. La cebolla es una hortaliza muy famosa por sus habilidades en el ámbito curativo y medicinal, resaltando que; Estimula numerosas funciones orgánicas, pues es diurética, cardiotónica e hipoglucemiante. Tiene asimismo propiedades antisépticas y emenagogas (regulación del ciclo menstrual). Reduce, al igual que el ajo, la agregación plaquetaria (peligro de trombosis), así como los niveles de colesterol, triglicéridos y ácido úrico en la sangre. De manera general, favorece el crecimiento, retrasa la vejez y refuerza las defensas orgánicas, sobre todo frente a agentes infecciosos.²⁰

²⁰ Alimentación sana – La cebolla: Sus propiedades – Disponible online: <http://www.alimentacion-sana.org/informaciones/novedades/cebolla.htm> - [Recuperado en Enero de 2014]

6.1.2. Descripción del producto

Las cebollas Ocañeras encurtidas en vinagre, son un producto hecho a base de cebollas rojas que provienen de Ocaña – Norte de Santander. Estas cebollas durante muchos años han acompañado platos de comida típica en todo el país. Siendo este producto elaborado con materia prima 100% natural y producida en Colombia, representa un gran símbolo gastronómico en la región.

Cada uno de los ingredientes, cuenta con procesos y transformaciones encaminados a la conservación adecuada de la cebolla, con el fin de poder asegurar la calidad y la duración del producto en el transcurso de la cadena de suministro.

Estas cebollas se encuentran actualmente en cualquier tienda o supermercado y como presentación en algunos platos de restaurantes en el país. Su presentación ira enfocada a las necesidades del consumidor y sus objetivos de venta, pero para un correcto proceso de conservación, se debe envasar el producto terminado en frasco de vidrio con tapa metálica de rosca y debidamente etiquetado.

6.1.3. Definición, usos y especificaciones del producto

La cebolla ocañera encurtida tiene como principal uso el acompañamiento de platos de comida típica tales como; ensaladas, carnes, arroces, pescados y mariscos. De la misma manera este producto tiene gran aceptación en consumo de eventos con el fin de acompañar el licor.

Tabla 4: Composición nutricional cebolla encurtida

COMPUESTO	UNIDAD	TOTAL
Energía	kcal	25
Proteína	%	1.40
Grasa total	%	0.20
Sodio	%	20
Carbohidratos	%	10
Calcio	Mg	10
Fosforo	Mg	14

Fuente: Práctica agroindustrial fruver – Documento: Producción de encurtidos utilizando cebolla cabezona ocañera

6.1.4. Productos sustitutos

Los productos sustitutos para las cebollas Ocañeras pertenecen a una gran variedad de productos encurtidos que pueden ser verduras, cocidas o crudas, como pepinillos, zanahorias, nabos, jengibre, repollo, ajíes, pepinillos, tomates o cualquier otro vegetal que pueda ser encurtido en vinagre.

6.1.5. Productos complementarios

Como se ha mencionado anteriormente, las cebollas Ocañeras son un alimento que puede acompañar diversas preparaciones como; carnes, sopas, ensaladas, arroz, pescados, mariscos, pizza, panes, arepas y muchos alimentos con los que el consumidor quiera acompañar las cebollas.

6.1.6. Atributos diferenciadores con respecto a la competencia

Este producto será creado con el fin de apoyar la mano de obra local teniendo en cuenta la utilización de productos 100% colombianos y apoyando la agroindustria de Norte de Santander por medio de restaurantes Bumangueses. A diferencia de muchos otros productos, estas cebollas llevarán un toque gourmet creado a base de finas hierbas que le darán un toque más característico de la cocina Colombiana. De la misma manera se ofrecerá en presentaciones de acuerdo a la necesidad del consumidor recordándole que estará consumiendo cebollas 100% Ocañeras, ayudando así, a combatir la problemática que hoy en día afecta la agroindustria de Norte de Santander protagonizada por la importación de cebolla roja Peruana.

7. ESTUDIO DE MERCADOS

7.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la aceptación de la cebolla ocañera encurtida en los restaurantes de la ciudad de Bucaramanga por medio de una encuesta, con el fin de identificar su comportamiento en el mercado.

7.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ✓ Determinar el conocimiento que tienen los restaurantes en Bucaramanga sobre la cebolla ocañera encurtida en vinagre, por medio de la información obtenida en la encuesta, con el fin de conocer el grado de aceptación de los clientes.
- ✓ Establecer la demanda mediante el análisis de otros proveedores de cebollas Ocañeras encurtidas en los restaurantes, para poder identificar las necesidades a satisfacer de los clientes.
- ✓ Determinar el precio que los restaurantes estarían dispuestos a pagar por las cebollas encurtidas, teniendo en cuenta los resultados de las encuestas, con el fin de fijar el precio final del producto.
- ✓ Establecer los canales de distribución más adecuados para el producto, por medio de los resultados de la encuesta, con el objetivo de adaptarlos a las necesidades de los clientes.

7.3. MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

7.3.1. Mercado potencial

El mercado potencial para este producto corresponde a los restaurantes ubicados en la ciudad de Bucaramanga, que estén dispuestos o necesiten incluir en su menú las cebollas Ocañeras encurtidas

7.3.2. Mercado objetivo

Propietarios y/o administradores de restaurantes de comida típica Colombiana ubicados en Bucaramanga donde la cebolla ocañera encurtida en vinagre es famosa por acompañar los platos de comida.

Mercado primario: Los propietarios y/o administradores de restaurantes de comida típica Colombiana.

Mercado Secundario: Clientes de restaurantes de comida típica Colombiana.

7.4. LA DEMANDA

7.4.1. Investigación de mercados

7.4.1.1. Planteamiento del problema de investigación

Actualmente en Colombia y el mundo entero se consume mucho la cebolla de bulbo o más conocida como cabezona. Muchas personas conocen sus grandes capacidades nutritivas y de aporte positivo a la salud, mientras que otras solamente las consumen por gusto. Algunas de sus bondades nutricionales son las siguientes:

- ✓ Es un excelente antioxidante, gracias a su contenido de Vitaminas A, B, C y E, azufre, magnesio, fósforo, silicio, cobre, entre otros.
- ✓ Tiene efectos medicinales que combaten las infecciones.
- ✓ Excelente diurético natural, elimina líquido del cuerpo.
- ✓ Es depurativa, favorece a eliminar toxinas del organismo.
- ✓ Es un excelente Antiparasitario.
- ✓ Es Antiasmática y Antiinflamatoria.
- ✓ Contiene Quercetina, sustancia utilizada como antialérgico y para conciliar el sueño.
- ✓ Es un excelente expectorante natural, previene la tos y el resfriado común.
- ✓ Tiene propiedades adelgazantes.
- ✓ Regulariza el funcionamiento del estómago.
- ✓ Acelera el tránsito intestinal combatiendo el estreñimiento.
- ✓ Reduce el colesterol y los triglicéridos.
- ✓ Favorece al corazón, estimula la circulación de la sangre y la purifica.²¹

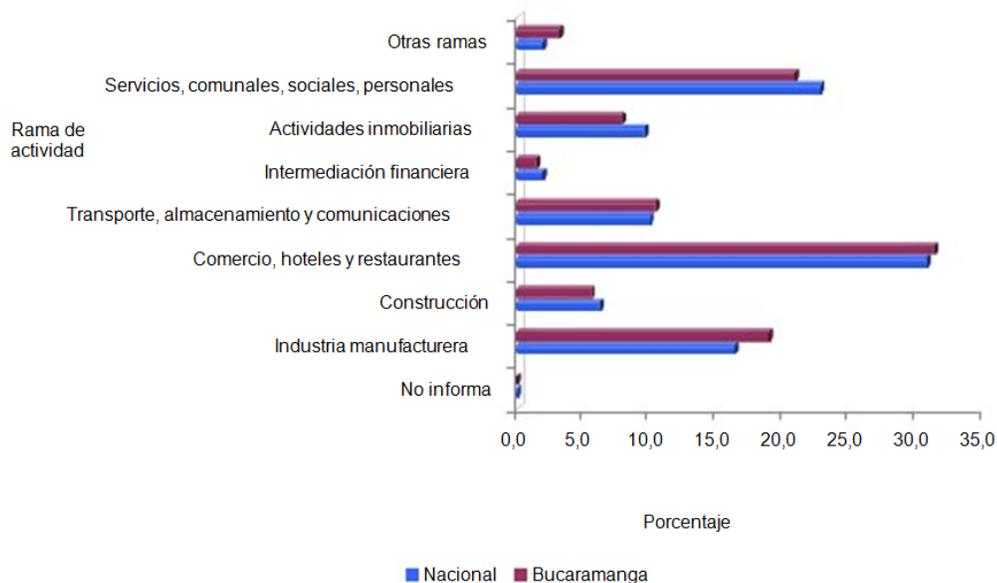
Por tal efecto, cabe resaltar que en Norte de Santander se cultiva la mayor cantidad de cebolla ocañera del país y es el tercer departamento del país en producir cebolla cabezona en general.

Sin dejar atrás el análisis del sector, se puede observar (Gráfico 3) que en Bucaramanga durante 2010, la industria manufacturera, el comercio, restaurantes y hoteles y el transporte, almacenamiento y comunicaciones aportaron 60,8% del empleo total, mientras que en el orden nacional estas actividades participaron con 57,3%.²²

²¹Alimentación sana ORG – Disponible on line - <http://www.alimentacion-sana.org/PortalNuevo/actualizaciones/cebolla.htm> - [Recuperado en octubre de 2013]

²² DANE – informe de coyuntura económica regional – Disponible on line - http://www.dane.gov.co/files/icer/2010/santander_icer__10.pdf - [Recuperado en octubre de 2013]

Gráfico 3: Ocupación laboral según rama de actividad 2010



Fuente: Informe de coyuntura económica regional – disponible on line – http://www.dane.gov.co/files/icer/2010/santander_icer__10.pdf – [Recuperado en octubre de 2013]

Según lo anterior nace la idea de crear un producto fabricado en Bucaramanga de manera 100% natural que satisfaga el mercado de los restaurantes, apoyando de igual manera, la producción de cebollas Ocañeras en el departamento vecino, evitando el apoderamiento del mercado de la cebolla roja proveniente de Perú.

7.4.1.2. Necesidades de la información

Para identificar el mercado, conocer los gustos, preferencias y determinar el consumo, se requiere conocer cuántos restaurantes de comida típica hay actualmente en la ciudad de Bucaramanga. Se solicitó información a la cámara de comercio de Bucaramanga pero el listado que en esta entidad se facilita, no permite saber si el restaurante es de comida típica o no. Debido a la importancia de este dato, ya que no en todos los restaurantes las cebollas Ocañeras hacen parte, o podría hacer parte del menú, se consultó en el directorio de publicar y el de telebucaramanga y en ellos se clasificaron los restaurantes de comida típica existentes en Bucaramanga.

7.4.1.3. Ficha técnica

Tipo de investigación	<p>El proyecto se basará en una investigación exploratoria buscando revelar información desconocida sobre el mercado de las cebollas ocañeras en los restaurantes de Bucaramanga, teniendo en cuenta información adquirida por medio de experiencias de otros autores e investigaciones realizadas en diferentes proyectos, que ayuden a moldear los datos necesarios para la investigación de mercados.</p> <p>Con el apoyo de una Investigación Descriptiva se podrán identificar las formas de conducta, actividades y comportamientos sociales, así como las preferencias de consumo, decisiones de compra y precios. De la misma manera es conveniente analizar las estrategias de la</p>
------------------------------	--

	<p>competencia, tales como las promociones, publicidad, los canales de distribución a utilizar, y las necesidades de los clientes que se encuentren en el marco de la investigación con el fin de establecer un diagnóstico para finalmente sugerir conclusiones viables a la realización de este proyecto.</p>
Fuentes de información	<p>Fuente primaria (instrumento)</p> <p>Se aplicará una encuesta orientada al grado de aceptación que tiene la cebolla Ocañera encurtida en vinagre en los restaurantes de comida típica en Bucaramanga.</p> <p>Fuentes secundarias</p> <p>En el presente estudio las fuentes que suministraron la información básica, fueron consultas de internet, periódicos, revistas y libros.</p>
Técnica de recolección de la información	<p>Encuesta dirigida a los restaurantes de comida típica ubicados en Bucaramanga.</p>
Instrumento	<p>Cuestionario estructurado</p>
Modo de aplicación	<p>Directa y telefónicamente. Considerando que algún administrador o propietario del restaurante donde se aplique la encuesta solicite la encuesta vía correo electrónico, se tendría en cuenta el método web.</p>

Definición de la población (elemento, unidad de muestreo)	Administradores y/o propietarios de restaurantes de comida típica en Bucaramanga.
Proceso de muestreo	Se consultó en el directorio de publicar y el de telebucaramanga y en ellos se clasificaron los restaurantes de comida típica existentes en Bucaramanga.
Marco muestral	Para poder determinar cuántos restaurantes de comida típica hay en Bucaramanga se solicitó un listado de la cámara de comercio, pero este no muestra información específica sobre si es de comida típica o no. Por tal efecto se recurre a los directorios telefónicos de Publicar y Telebucaramanga. Se encontraron 177 restaurantes de comida típica y dentro de ellos algunos que por lo menos incluyen en su menú, comida típica Colombiana.
Alcance	Ciudad de Bucaramanga
Tiempo de aplicación	La recolección de datos se realizó desde el 3 de Diciembre hasta el 20 de diciembre de 2013.

7.4.1.4. Análisis e interpretación de datos

Para aplicar la encuesta en los restaurantes de comida típica en la ciudad de Bucaramanga, fue necesario consultar el directorio telefónico local con el fin de saber con exactitud cuales restaurantes eran de comidas típicas y cuáles no. Se solicitó un listado en Cámara de Comercio, pero los datos que proporcionaba esta institución no especificaban si se trataba de un restaurante de comida típica o no.

Se encontraron 177 restaurantes de comidas típicas, 17 de ellos no aceptaron responder la encuesta. Dentro de las razones que dieron los encuestados para no responder la encuesta, se encuentra que no tienen tiempo, no están interesados, no manejan el producto y no están autorizados para responder preguntas.

1. **¿Incluye en el menú de su restaurante cebollas Ocañeras encurtidas en vinagre?**
En caso negativo pasar a pregunta 12

Figura 1. Consumo de cebollas Ocañeras en los restaurantes.



Fuente: Autor del proyecto

La figura 1 evidencia que el 86% de los restaurantes encuestados, consume cebollas Ocañeras, frente a un 14% que no las incluye en su menú por varias razones en común, tales como la incompatibilidad con los menús, el estilo del restaurante y el desacuerdo con el sabor y la presentación de las cebollas.

2. ¿Qué marca de cebollas compra para su restaurante?

Figura 2. Preferencia de marca



Fuente: Autor del proyecto

La figura 2 evidencia una diferencia por la marca Gran Unión con un 51%, seguido de La Coruña con un 34%. De la misma manera, algunos de los encuestados representados por la opción **otros** mostraron interés por recetas artesanales y caseras, distribuidas en plazas de mercado.

3. ¿Por qué prefiere la marca que utiliza? (marque solo una, la más importante para Ud.)

Figura 3. Razón de preferencia de marca

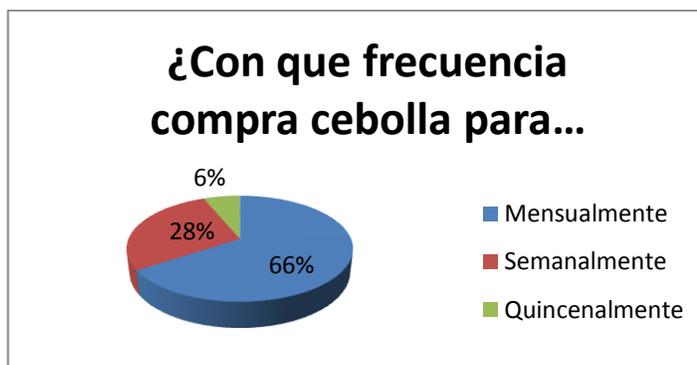


Fuente: Autor del proyecto

La figura 3 demuestra que el factor más importante para los encuestados en el momento de comprar sus cebollas Ocañeras, es la calidad del producto. Es decir el precio no es el factor principal al momento de decidir la compra de las cebollas.

4. ¿Con que frecuencia compra cebolla para abastecer su restaurante?

Figura 4. Frecuencia de compra

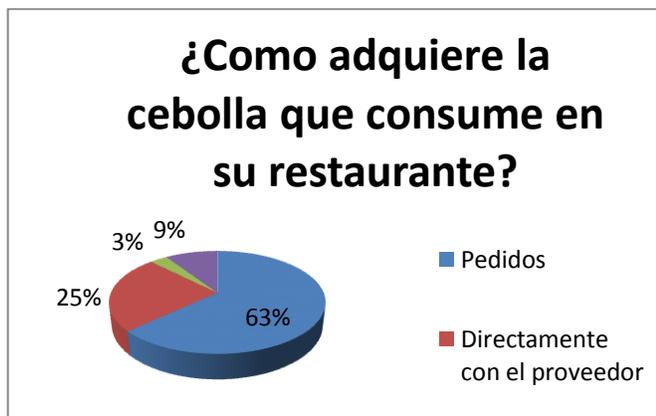


Fuente: Autor del proyecto

Según la figura 4, los encuestados prefieren abastecer su restaurante con las cebollas Ocañeras Mensualmente. Algunos encuestados hablaron sobre la incomodidad de almacenar los frascos de 4000gr que se manejan para la comercialización de grandes cantidades.

5. ¿Cómo adquiere la cebolla que consume en su restaurante?

Figura 5. Modo de adquisición de la cebolla

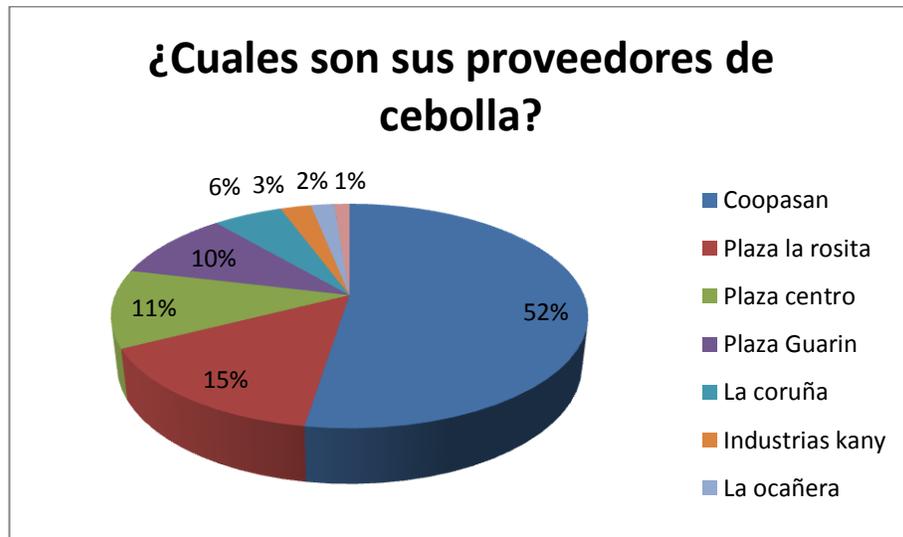


Fuente: Autor del proyecto

Según la encuesta realizada, el método más utilizado por los restaurantes para abastecerse de cebollas es el de pedidos. Se le dio la opción a los encuestados de escoger entre pedidos telefónicos y pedidos virtuales. En cuanto a la preferencia con respecto a los pedidos, el 100% de estos se realizan telefónicamente. El pedido virtual no es utilizado dado a la poca aceptación y falta de conocimiento sobre su uso.

6. ¿Cuáles son sus proveedores de cebolla ocañera encurtida y como los califica, siendo 5 la más alta calificación y 1 la menor calificación?

Figura 6. Preferencia de proveedores



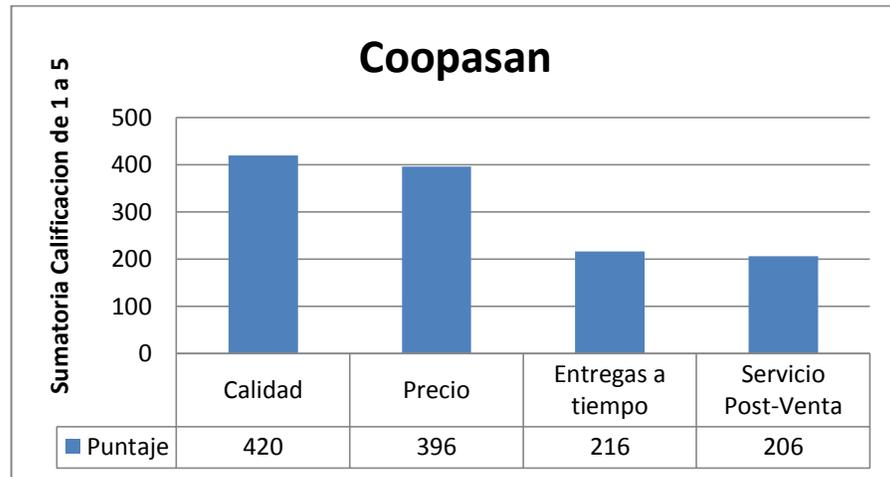
Fuente: Autor del proyecto

En Bucaramanga actualmente Coopasan es el almacén de insumos alimenticios y de utensilios para la industria de alimentos más completo y con el mejor servicio. De la misma manera es el preferido por los directivos de los restaurantes encuestados. La figura 6 evidencia con un 52% que Coopasan es el proveedor preferido por los encuestados.

Por otra parte se le pidió a los encuestados que calificaran sus proveedores de 1 a 5 siendo 1 la menor calificación, en cuestión de calidad, precio, entregas a tiempo y servicio post venta.

Los resultados fueron organizados como puntaje. Cada proveedor fue calificado por sus clientes y se acumularon al final todos los puntos obtenidos.

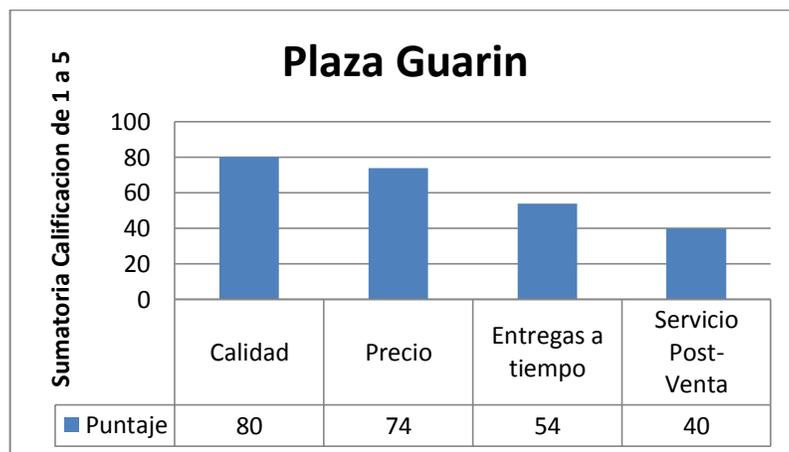
Figura 7. Puntaje de calificación Coopasan



Fuente: Autor del proyecto

Coopasan fue calificado por 84 encuestados. Sumando los puntos de calificación se obtiene el total de los mismos siendo (420) lo más alto y (0) lo más bajo.

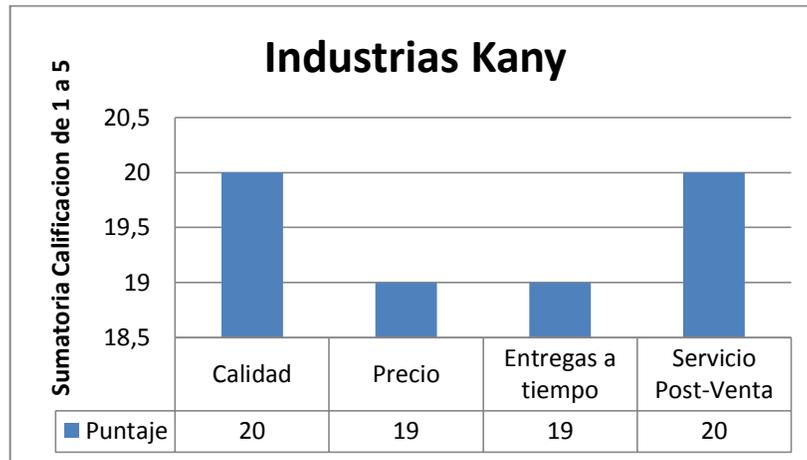
Figura 8. Puntaje de calificación Plaza Guarín



Fuente: Autor del proyecto

La plaza Guarín fue calificada por 16 encuestados. Sumando los puntos de calificación se obtiene el total de los mismos siendo (80) lo más alto y (0) lo más bajo.

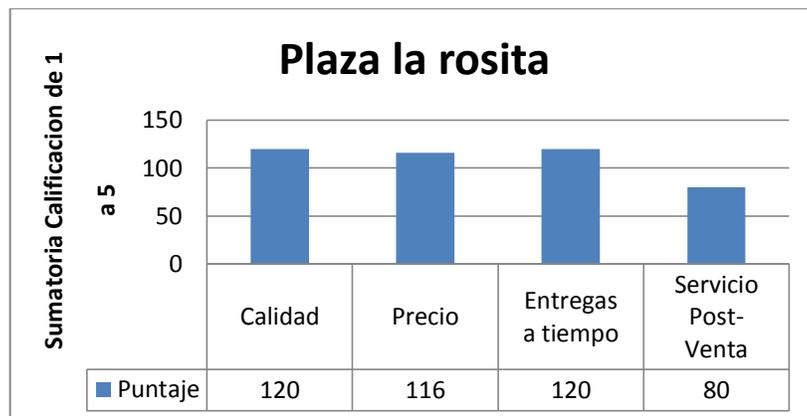
Figura 9. Puntaje calificación de Industrias Kany



Fuente: Autor del proyecto

Industrias Kany fue calificado por 4 encuestados. Sumando los puntos de calificación se obtiene el total de los mismos siendo (20) lo más alto y (0) lo más bajo.

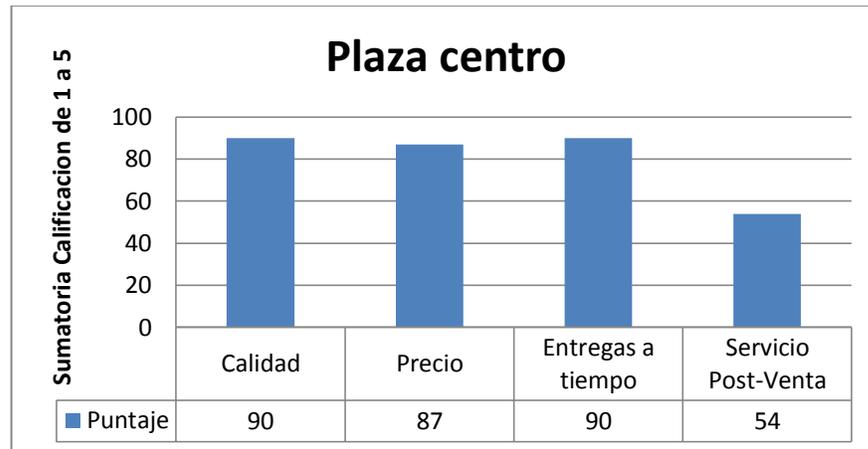
Figura 10. Puntaje calificación de plaza La Rosita



Fuente: Autor del proyecto

La plaza la rosita fue calificada por 24 encuestados. Sumando los puntos de calificación se obtiene el total de los mismos siendo (120) lo más alto y (0) lo más bajo.

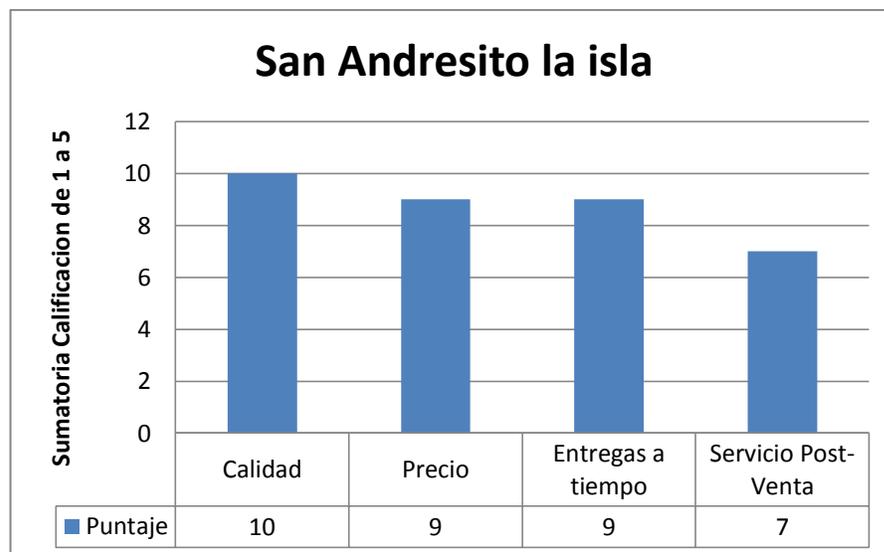
Figura 11. Puntaje calificación plaza centro



Fuente: Autor del proyecto

La plaza centro fue calificada por 18 encuestados. Sumando los puntos de calificación se obtiene el total de los mismos siendo (90) lo más alto y (0) lo más bajo.

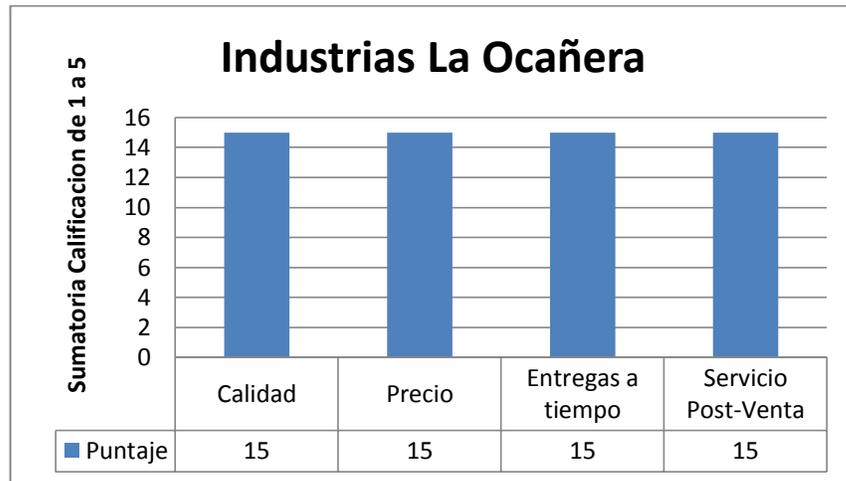
Figura 12. Puntaje calificación San Andresito La isla



Fuente: Autor del proyecto

San Andresito la isla fue calificada por 2 encuestados. Sumando los puntos de calificación se obtiene el total de los mismos siendo (10) lo más alto y (0) lo más bajo.

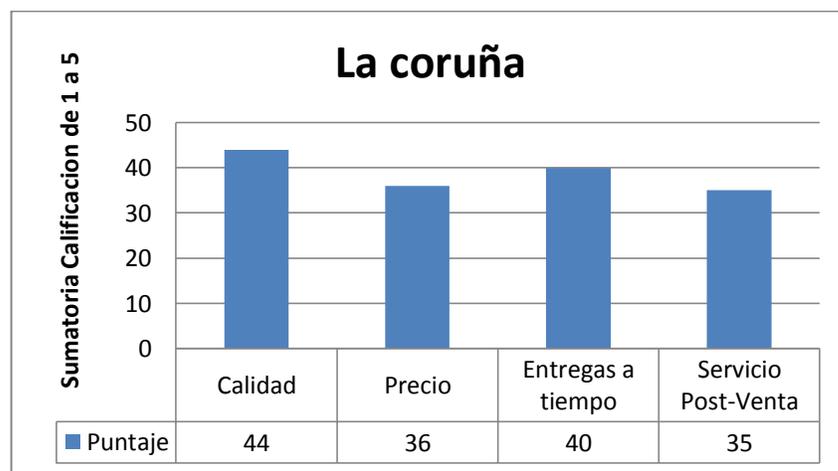
Figura 13. Puntaje calificación industrias La Ocañera



Fuente: Autor del proyecto

Industrias la Ocañera fue calificada por encuestados. Sumando los puntos de calificación se obtiene el total de los mismos siendo (15) lo más alto y (0) lo más bajo.

Figura 14. Puntaje calificación industrias La Coruña



Fuente: Autor del proyecto

Industrias la Coruña fue calificada por 9 encuestados. Sumando los puntos de calificación se obtiene el total de los mismos siendo (45) lo más alto y (0) lo más bajo.

Según los resultados anteriores, se puede concluir que los encuestados prefieren a sus proveedores por la calidad que estos les ofrecen. De la misma manera Coopasan es el proveedor más común entre los restaurantes, esto debido a que allí encuentras diferentes marcas de su preferencia. Los otros proveedores obtienen menores calificaciones en términos de cantidad, ya que estos no son muy conocidos o simplemente son proveedores a su vez de Coopasan.

7. ¿Qué productos suele acompañar con la cebolla ocañera?

Figura 15. Productos acompañados con cebolla

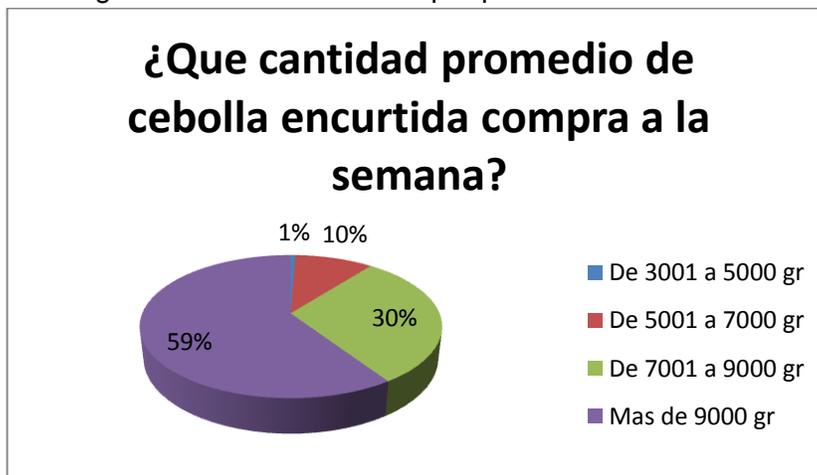


Fuente: Autor del proyecto

Según la figura 15, un 57% de los restaurantes encuestados prefiere incluir las cebollas Ocañeras dentro de los ingredientes de las ensaladas. Un 38% representa los restaurantes que consideran más importante acompañar las carnes y solo un 5% lo hace con las aves.

8. ¿Qué cantidad promedio de cebolla ocañera encurtida compra a la semana?

Figura 16. Cantidad de compra promedio a la semana



Fuente: Autor del proyecto

Los restaurantes en Bucaramanga prefieren hacer el abastecimiento al por mayor. Por tal efecto, se evidencia en la figura 16 que un 59% compra más de 9000gr. Ese 59% el compra cantidades superiores a 9000gr mensualmente,

Aunque la pregunta número 8 de la encuesta está especificada semanalmente, se le pidió al encuestado que si la periodicidad de compra era diferente a semanalmente, este la especificara y a su vez, la cantidad de compra.

Los encuestados especificaron las siguientes cantidades:

Tabla 5. Cantidades de pedido más de 9000gr mensuales

Frecuencia	kg	kg/mes
Semanalmente	0	0
Quincenalmente	0	0
Mensualmente	2056	2056
Total mensual	2056	2056

Fuente: Autor del proyecto

De los encuestados que compran más de 9000gr de cebolla, se obtiene que aproximadamente su demanda es de 2056 kg mensuales.

Tabla 6. Cantidades de pedido menor o igual a 9000gr mensuales

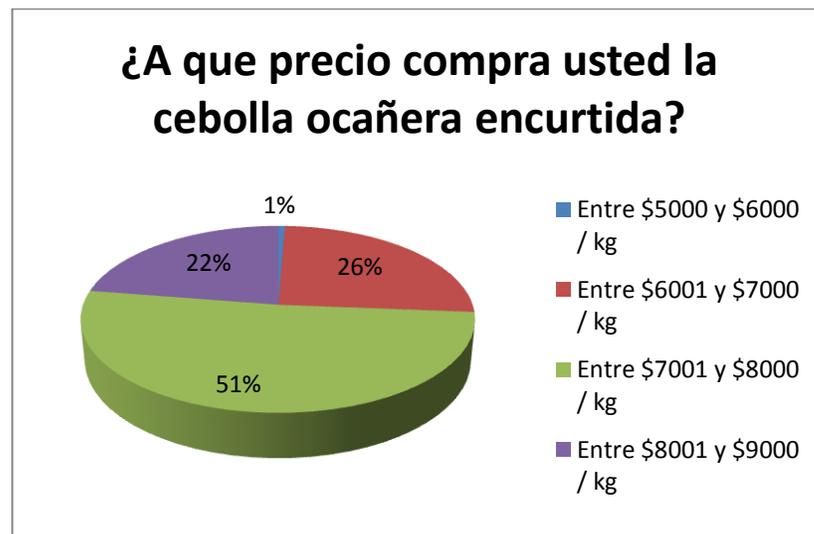
Frecuencia	kg	kg/mes
Semanalmente	310	1240
Quincenalmente	28	56
Mensualmente	80	80
Total mensual		1376

Fuente: Autor del proyecto

De los encuestados que compran cantidades iguales o menores a 9000 gr de cebolla, se obtiene que aproximadamente su demanda es de 1376 kg mensuales.

9. ¿A qué precio compra usted la cebolla ocañera encurtida?

Figura 17. Precio de compra de la cebolla Ocañera



Fuente: Autor del proyecto

En la figura 17 se evidencia que el 51% de los restaurantes en Bucaramanga adquieren la cebolla a un precio que oscila entre \$7.001 y \$8.000. Un 22% paga entre \$8.001 y \$9.000 por la misma cantidad mientras que un 26% paga entre \$6.001 y \$7.000. Precio promedio \$7440/kg. Según lo anterior el precio por frasco de 4000 gr es de \$29760.

10. ¿En qué presentación compra la cebolla Ocañera para su restaurante?

Figura 18. Presentación de compra

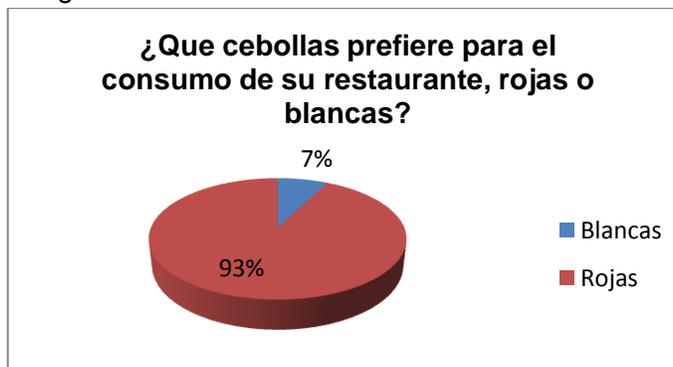


Fuente: Autor del proyecto

Según la figura 18, el 76% de los restaurantes en Bucaramanga prefieren comprar las cebollas en una presentación de 4000gr.

11. ¿Para el consumo de su restaurante, prefiere cebollas encurtidas blancas o rojas?

Figura 19. Preferencia en el color de las cebollas



Fuente: Autor del proyecto

En la figura 19 se puede evidenciar un notable 93% de preferencia por las cebollas rojas contra un 7% de cebollas blancas.

Por otra parte se les pidió a los encuestados que especificaran porque prefieren el color de las cebollas que escogieron. Se registraron muchas respuestas parecidas en lo que se puede concluir:

Rojas

- Mejor apariencia
- Mejor sabor
- Más conocidas
- Mas picantes
- Tienen tradición
- Combinan mejor con los platos típicos

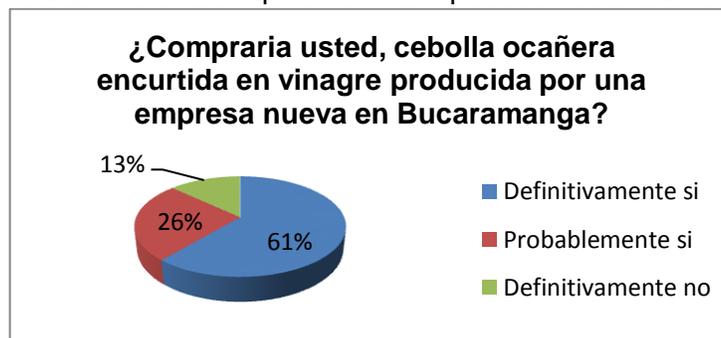
Blancas

- Combinan mejor con el estilo de las recetas del restaurante
- Color más sobrio
- Son más gourmet

Las anteriores razones fueron aquellas que más tienen en cuenta los restaurantes y de igual manera son las que justifican su preferencia por las respectivas cebollas.

12. ¿Compraría usted, cebolla Ocañera encurtida en vinagre producida por una empresa nueva en Bucaramanga?

Figura 20. Decisión de compra en una empresa nueva en Bucaramanga



Fuente: Autor del proyecto

Para efecto positivo del presente estudio, la figura 20 evidencia una disposición muy favorable de compra para una empresa nueva de cebollas en Bucaramanga. Esto se ve reflejado en un 61% que está decidida a comprar, un 16% que consideraría la posibilidad de comprar y un 13% que definitivamente no lo haría.

Las razones que dieron los encuestados por las cuales no comprarían cebolla Ocañera encurtida producida en una empresa nueva en la ciudad de Bucaramanga son las siguientes:

- Conformidad con el proveedor actual
- No se atreven a probar nuevos productos
- Siguen recetas de tradición familiar
- Prefieren la receta que utilizan por antigüedad
- Conformidad con el precio y la calidad del proveedor actual

13. ¿Cuáles son sus recomendaciones respecto a una nueva empresa productora de cebollas Ocañeras encurtidas en Bucaramanga?

- Envases plásticos
- Menores precios
- Mayor calidad a igual o menor precio
- Campañas de recolección de los envases
- Campañas ambientales
- Variación de los colores de la cebolla
- Servicio a domicilio
- Descuento por ventas al por mayor
- Conservación del sabor tradicional
- Mas picantes
- Descuento por reciclaje de los envases

Las anteriores ideas se podrían relacionar con deficiencias actuales de los proveedores de los restaurantes de Bucaramanga. De esta manera se pueden plantear estrategias ofreciendo como valor agregado estas ventajas que solicitan los clientes.

Como conclusión al estudio primario, se puede determinar como positivo ya que demuestra una clara aceptación por el consumo del producto.

7.5. ANALISIS DEL MERCADO

Con el fin de conocer factores importantes en la competencia tales como productos, estrategias, ventajas y desventajas, es necesario realizar un correcto análisis del mercado. De esta manera se pueden identificar también, elementos y características de los demás proveedores y así poder plantear estrategias para que los clientes vean en el proyecto algo diferente y llamativo.

7.5.1. Análisis de la demanda primaria y selectiva

Para analizar la demanda primaria y selectiva se tuvo en cuenta la variedad de productos que son producidos a base de hortalizas y legumbres. Teniendo en cuenta esto, se analizaron las diferentes ramas del producto inicial, incluyendo variedad de recetas, productos y marcas. En la siguiente tabla se puede evidenciar la variedad de productos que existen en el mercado, tomando las marcas más conocidas y los productos más comunes en el mercado que se consideren como competencia para Cebollas Bareke.

Tabla 7. Análisis de la demanda

Productos hechos a base de hortalizas y legumbres					
Conservas			Condimentos		Salsas
Almíbar	Salmuera	Vinagre	Secos	Líquidos	
Todo tipo de frutas acidas, dulces y agridulces.	Pepinillos, zanahorias, aceitunas, cebollas, tomates, ajíes	Ajíes, cebollas, ajos, granos, coliflor, chiles, pimentones, pepinos, zanahoria.	Orégano, tomillo, laurel, cúrcuma	Curry, ajo, ajíes,	Salsa de ajo, cebolla, tomate,
Marcas	Marcas	Marcas	Marcas	Marcas	Marcas
Alfresco, éxito, dulcor, el fortín, la Coruña	La costeña, hoja redonda, éxito	La coruña, gran unión, el faro, Frudens, éxito, cebollas Bareke	Éxito, el rey, badia, kiska, mccormick	Fruco, aderezos, la coruña, frudens, heinz	La constancia, éxito, heinz, hunts, fruco, la torre

Fuente: Autor del proyecto

Según la tabla anterior, se puede observar que se tuvieron en cuenta tres tipos de productos que se consideran competidores dentro de lo que podría utilizarse como complementos de cocina en un restaurante o acompañantes de platos y recetas. En varios de los casos, las materias primas son similares pero son utilizadas en recetas diferentes.

Cebollas Bareke se encuentra dentro del grupo de conservas en vinagre. Según la encuesta, los restaurantes que incluyen en su menú cebollas Ocañeras, representan un 86% mientras que un 14% no lo hace por diferentes razones de presentación y compatibilidad con su menú.

En el mercado de las conservas se encuentran muchos productos y de diferentes marcas. Las más comunes son las conservas en vinagre, ya que este ingrediente facilita la conservación del producto durante mucho tiempo y de manera confiable. Según un análisis que se realizó, los restaurantes de comida típica en la ciudad de Bucaramanga, consumen aproximadamente 3432 kg de cebolla al mes.

Lo más importante al momento de comercializar las cebollas Ocañeras, es tener en cuenta que existen demasiadas marcas a precios bajos que son producidas de manera rudimentaria o artesanal, y hay restaurantes que así lo prefieren. Para esto, se crean estrategias que llamen la atención del consumidor, de manera que el producto a comercializar sea de su preferencia por motivos que algunos proveedores no cumple.

En la encuesta se le pidió a los encuestados que nombraran algunas sugerencias para una nueva empresa de cebollas Ocañeras en Bucaramanga. Se reunieron conceptos de diferentes clientes y se llegó a la conclusión que estas sugerencias son realizadas por restaurantes que sufren con esas deficiencias y estarían satisfechos si se cubrieran esas faltas.

En Bucaramanga, Coopasan es una empresa dedicada a la comercialización de insumos alimenticios y un 52% de los encuestados compran allí sus cebollas. Dentro de los productos conservados en vinagre, junto con cebollas Bareke se encuentran dos marcas que se comercializan en Coopasan. Gran Unión y La Coruña que a su vez fueron las dos marcas preferidas por los encuestados representadas por 51% y 34% respectivamente.

7.5.2. Segmentación

Para poder enfocar el estudio de manera correcta hacia el mercado potencial, es necesario conocer las diferentes características del entorno donde se distribuirá el producto. Esto con el fin de tener un pleno conocimiento de la zona del mercado y de esta manera competir de manera más efectiva.

Las empresas de alimentos tales como restaurantes y fabricantes utilizan la segmentación para identificar y apuntar a un mercado de consumidores que compran de ellos. Basado en la información conocida sobre un mercado objetivo en particular, las empresas crean ofertas especiales y mensajería para tentar al consumo de sus productos y servicios. Las estrategias de segmentación comunes incluyen el tipo de servicio de restaurante, el rango de precios, el tipo de producto y geografía.²³

²³ Diccionario financiero e-how – Tipo de segmentación para restaurantes – disponible online - http://www.ehowenespanol.com/tipo-segmentacion-utilizado-empresas-alimentos-info_214919/ - [recuperado en enero de 2014]

7.5.2.1. Segmentación geográfica

Tabla 8. Segmentación geográfica

SEGMENTACIÓN GEOGRAFICA	
REGION	Bucaramanga ²⁴
SUPERFICIE	165 km ²
DENSIDAD	4.342 hab./km ²
CLIMA	23°C
ECONOMIA	<p>Las principales actividades económicas desarrolladas en el municipio están relacionadas con el comercio y la prestación de servicios. La actividad industrial que cuenta con un mayor reconocimiento a nivel nacional es el calzado así mismo tiene un importante mercado a nivel internacional en países como Argentina, Brasil, Canadá, Ecuador, Italia, algunas islas del Caribe, Estados Unidos, Perú, Venezuela y México.</p> <p>La confección, así como la prestación de servicios de salud, finanzas y, en un alto grado la educación, al punto que cabe decir que la Ciudad se perfila para el siglo XXI como la Tecnópolis de Los Andes; prueba de ello es el creciente número de centros de investigación tecnológica en diversos tópicos como los de energía, gas, petróleo, corrosión, asfaltos, cuero y herramientas de desarrollo agroindustrial, entre otros. Un sector significativo de la economía bucaramanguense es el agropecuario, cuyas principales actividades: agricultura, ganadería y avicultura se llevan a cabo en zonas aledañas de los departamentos de Santander y Cesar, pero su administración y comercialización se desarrollan en la Ciudad²⁵</p>

Fuente: Autor del proyecto

7.5.2.2. Segmentación tipo de restaurante

Los restaurantes a los cuales les serán distribuidas las cebollas, son restaurantes de comida típica que incluyan en su menú o estén dispuestos a incluir en él, cebollas Ocañeras encurtidas en vinagre.

²⁴ Bucaramanga – plan de desarrollo sostenible – Documento disponible online - http://www.bucaramanga.gov.co/documents/PRIMER_%20DOCUMENTO_%20PLAN_%20DE_%20DESARROLLO_%202012-2015.pdf – [Recuperado en enero de 2014]

²⁵ AMB – Jurisdicción – disponible online - http://www.amb.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=83&Itemid=484 – [Recuperado en enero de 2014]

7.5.2.3. Segmentación por precio

Según la encuesta, los restaurantes de comida típica en Bucaramanga pagan en promedio por kg de cebolla encurtida, \$7440. Según lo anterior se podría enfocar la venta del producto a todos los restaurantes que respondieron de manera positiva al consumo de cebollas, estructurando estrategias para ofrecer la mejor calidad al mejor precio sin sobrepasar el precio anterior.

7.5.2.4. Segmentación por tipo de producto

El producto a ofrecer (cebollas Ocañeras encurtidas en vinagre) se consideran dentro del grupo de productos hechos a base de verduras encurtidas y conservadas en vinagre. Este producto tiene como fin acompañar platos y menús en restaurantes de comida típica en la ciudad de Bucaramanga. Los platos que según los encuestados son más comunes para acompañar con las cebollas Ocañeras son las ensaladas y las carnes, representadas a elección de los clientes por un 57% y un 38% respectivamente.

7.5.3. Análisis de la oferta

Para poder hacer un análisis adecuado de la oferta es necesario conocer que ofrece la competencia en cuanto a empresas productoras y comercializadoras de hortalizas, especialmente conservadas en vinagre.

A continuación se encuentran las principales marcas que producen y comercializan conservas en vinagre especialmente cebollas Ocañeras, con su descripción y oferta de producto.

MARCA	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA
<p>Gran Unión²⁶</p>	<p>La Compañía General de Alimentos, con su marca CONSERVAS GRAN UNIÓN, es una de las más antiguas del sector, con más de 20 años de actividad en el mercado Colombiano.</p> <p>La empresa vende sus productos a través de los principales almacenes de cadena del país. Atiende también el mercado de las tiendas y pequeños supermercados con el apoyo de importantes distribuidores, quienes igualmente los acompañan en la atención al segmento institucional.</p> <p>La planta está localizada en una de las principales zonas industriales de Bogotá. En 1998, la empresa tomó la decisión de desarrollar un proyecto de crecimiento, partiendo del reconocimiento de las ventajas competitivas de producción y distribución de las zonas francas y construyó entonces sus bodegas principales Zona Franca de Bogotá.</p> <p>Soportando este proyecto de desarrollo, la compañía esta implementado una nueva estrategia de venta que incluye:</p> <p>I. Incrementar la participación de marca con alto margen de valor agregado;</p> <p>II. Introducir nuevos productos y nuevas formas de empaque tales como pet y easy open;</p> <p>III. Incrementar las exportaciones fortaleciendo las alianzas con socios productores y comercializadores extranjeros y la automatización de la planta de producción</p> <p>Sus productos:</p> <p>La empresa Gran Unión cuenta con una gran variedad de productos como</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aceitunas alcaparras • Vinagres, mieles y salsas • Frutas y néctares y granos • Encurtidos <p>Dentro de este último grupo que es el de gran interés para el proyecto, se encuentran las cebollas Ocañeras y los productos encurtidos en vinagre.</p> <p>La empresa tiene publicada en su página web una tabla organizada</p>

²⁶ Conservas Gran Unión – disponible online - <http://www.granunion.com/encur.htm> - [recuperado en enero de 2014]

con los productos que ofrecen y sus características.

Imagen 2. Productos encurtidos gran unión

PRODUCTO	GMS	EMBALAJE	PESO NETO	PESO DRENADO	ENVASE
PEPINILLO VINAGRE	250	24	250g.	140g.	Vidrio
	500	24	500g.	280g.	Vidrio
	1000	12	1000g.	560g.	Vidrio
	4000	4	4000g.	2400g.	Vidrio
PEPINILLO AGRIDULCE	250	24	250g.	140g.	Vidrio
	500	24	500g.	280g.	Vidrio
	1000	12	1000g.	560g.	Vidrio
	4000	4	4000g.	2400g.	Vidrio
PEPINILLO AGRIDULCE Rodajas	250	24	250g.	140g.	Vidrio
	500	24	500g.	280g.	Vidrio
	1000	12	1000g.	560g.	Vidrio
	4000	4	4000g.	2400g.	Vidrio
CEBOLLITA BLANCA	250	24	250g.	140g.	Vidrio
	500	24	500g.	280g.	Vidrio
	1000	12	1000g.	560g.	Vidrio
	4000	4	4000g.	2400g.	Vidrio
CEBOLLITA ROJA	250	24	250g.	140g.	Vidrio
	500	24	500g.	280g.	Vidrio
	1000	12	1000g.	560g.	Vidrio
	4000	4	4000g.	2400g.	Vidrio
ENCURTIDOS	500	24	500g.	280g.	Vidrio
	1000	12	1000g.	560g.	Vidrio

Fuente: Gran Unión – tabla de productos encurtidos y especificaciones – disponible online - <http://www.granunion.com/encur.htm> - [recuperado en enero de 2014]

<p>La Coruña²⁷</p>	<p>La Coruña es una empresa dedicada a la importación, exportación, producción y comercialización de alimentos en conservas tales como vegetales y frutas enlatadas, encurtidos, salsas, néctares, aceites, entre otros.</p> <p>Su planta de producción y oficina principal está ubicada en Bogotá, cuentan con oficinas en Barranquilla, Cali y Medellín para poder cubrir todos los rincones de Colombia. Están presentes en todos los mercados como grandes superficies y tiendas del país y adicional manejan su línea institucional. Sus clientes les han demostrado confianza dándoles maquilas de marcas propias de los productos de su portafolio.</p> <p>Sus productos están distribuidos en varios grupos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Aceitunas ➤ Aceites y vinagres ➤ Bebidas ➤ Cárnicos ➤ Encurtidos <ul style="list-style-type: none"> Alcaparras en vinagre, Alcaparras Nompareill, Cebollitas blancas en vinagre, Cebollitas rojas en vinagre, Champiñones, Encurtidos, Espárragos, Mazorquitas, Palmitos enteros, Pepinillos ➤ Frutas en almíbar ➤ Frutos secos, esencias y miel ➤ Línea dulce ➤ Vegetales ➤ Línea de mar ➤ Línea gourmet

²⁷ Industrias La Coruña – Disponible online - <http://www.industriaslacoruna.com/vcsys/> - [recuperado en enero de 2014]

	➤ Empacado al vacío
Industrias Kany²⁸	<p>Comestibles Kany es una empresa de Ocaña Norte de Santander cuyo objetivo es ser la organización líder, en la distribución de los mejores productos, llegando no solo a los hogares sino a todo el público en general, manteniendo un alto nivel de permanencia, para ser identificados como símbolo de excelencia.</p> <p>Sus productos son:</p> <p>Productos de panadería Harinas, azúcar y margarina Enlatados Encurtidos (Cebollitas rojas en vinagre) Ganadería (sal y melaza)</p>
Frudens²⁹	<p>El nacimiento de la empresa familiar Frudens se remonta al año de 1980, cuando por idea de los señores Hernán Jorge Franco Pallares Y Jorge Hernán Franco Pérez actual gerente. Padre e hijo pensaron en la oportunidad que tiene la provincia de Ocaña de producir una cebolla delgada única en Colombia y la necesidad de explotación y procesamiento de la cebolla, por ello crearon una fábrica de cebollita Ocañera en vinagre.</p> <p>Luego en el tiempo lograron crear la marca registrada Frudens (frutos de Norte de Santander). Esta marca actualmente cuenta con más de 15 productos de alta calidad.</p>

²⁸ Comestibles Kany – Blog informativo – Disponible online - <http://comestibleskany.blogspot.com/search?updated-min=2009-01-01T00:00:00-08:00&updated-max=2010-01-01T00:00:00-08:00&max-results=8> – [recuperado en enero de 2014]

²⁹ Industrias frudens – Reseña – disponible online - <http://frudens.blogspot.com/2009/12/resena-historica.html> - [recuperado en enero de 2014]

	Cebollitas rojas, blancas picantes en vinagre, antipasto, jalapeños, arequipes, coctel de frutas, champiñones, mermeladas, vinagre, conservas Ocañeras, ají casero, alcaparras y aceitunas.
La ocañera	<p>Conservas la ocañera es una empresa de Ocaña Norte de Santander que actualmente se encuentra incursionando en mercados de su mismo departamento y en Santander. Aunque no es muy conocida todavía en Bucaramanga, algunos restaurantes la consumen. Esta empresa no muestra mucha información en su página pero fue posible conocer sus productos.</p> <p>Conservas la ocañera produce: Cebollitas rojas y blancas en vinagre, arequipe, duraznos en almíbar y brevas.</p>

Según el reporte anteriormente detallado, las empresas que proveen actualmente cebollas Ocañeras encurtidas en vinagre a restaurantes de comida típica en Bucaramanga, se destacan por sus variedad en los productos, fácil acceso a su variedad, se encuentran en supermercados de cadena, variedad en sus envases y presentaciones, algunos son exportadores y proveedores como Gran Unión cuentan con excelente servicio post venta.

De la misma manera se encuentran algunas debilidades como su falta de visitas programadas para los clientes, dificultad para ventas directas al detal, poca flexibilidad en las recetas y sugerencias de los clientes, falta de publicidad y motivación para los restaurantes y falta de especificación sobre la cebolla ocañera.

7.6. MEDICION DEL MERCADO

La medición del mercado es una parte fundamental del estudio y por tal razón es necesario conocer e interpretar de la mejor manera los resultados de esta medición, ya que esta da a conocer el nivel de aceptación que tendría el producto en el mercado.

7.6.1. Estimación del potencial de mercado

Para estimar el potencial de mercado es necesario conocer la aceptación de los clientes hacia el producto. Por tal efecto se creó una pregunta dentro de la encuesta para saber si los restaurantes estaban dispuestos a adquirir unas cebollas Ocañeras encurtidas en vinagre, producidas en una nueva empresa en Bucaramanga.

Para esta pregunta, el 61% respondió que **definitivamente si** compraría el producto. El 26% respondió que **probablemente si** lo compraría. Y un 13% de los encuestados respondió que **definitivamente no** estaba interesado en el producto.

Teniendo en cuenta lo anterior se busca establecer un estimado acorde con el tamaño previsto de empresa a montar. Por tal efecto se decide tomar una participación del 40% sobre el mercado.

Según las encuestas 98 restaurantes afirmaron que definitivamente si comprarían el producto. De esta manera el total de unidades que comprarían esas 98 sería de 542 unidades. Estas unidades son aclaradas en las encuestas por cada uno de los restaurantes que estuvo de acuerdo con adquirir el producto.

El 40% de esas 542 unidades sería 217. Para efectos de campo de acción en el área metropolitana de Bucaramanga, se obtiene que si en la ciudad de Bucaramanga se encontraron 177 restaurantes aptos para aplicar la encuesta y el 90.4% que equivale a 160 restaurantes la respondieron, para 259 restaurantes aptos en el área metropolitana un 90.4% la respondería que equivale a 234 restaurantes.

Dada esta situación se entendería que si en Bucaramanga 98 restaurantes que equivalen al 61% de los 160 que fueron encuestados estarían dispuestos comprar 542 unidades de producto, para los 234 restaurantes un 61% equivaldría a 143 restaurantes que estarían dispuestos a comprar 792 unidades.

El total de unidades para el potencial de mercado estaría representado por 1334 unidades que serían el 100% del mercado. Buscando una participación del mercado del 40% se

tendrían que producir 530 unidades mensuales para suplir la demanda de Bucaramanga y su área metropolitana y adaptarse al tamaño de la empresa que se va a montar.

7.6.2. Estimación de las ventas de la industria

En Colombia actualmente existen varias empresas productoras de conservas y encurtidos. Según la revista la nota económica, las empresas se posicionan en el país por sus ventas así:

Tabla 9. Ranking empresas de encurtidos en Colombia. 2010

POSICIÓN	EMPRESA
3	Kraft Colombia
10	Conservas California
17	Alimentos spress
20	Industrias La coruña
21	Colombo Española conservas
22	Continental foods
24	Comestibles alfa
27	Conservas del casino
30	Iberoamericana de alimentos
51	Conservas gran unión
56	Industria de conservas
57	Alimentos especializados
73	Agroindustrial de alimentos

Fuente: Revista la nota económica – disponible online -

<http://www.lanotadigital.com/vademecum/search/productos-alimenticios/alimentos-varios-conservas-pasabocas-y-otros/> - [recuperado en enero de 2014]

Un artículo de central américa data, resalta que la mitad de la comida en conserva que se consume en Colombia es importada.

En los últimos cinco años, en Colombia las importaciones de pescado, fruta y legumbres en conserva han crecido un 200%. Lo anterior es consecuencia de la ampliación del portafolio de productos y el dinamismo del mercado, reconoció Elmer Botia, empresario de ese sector. "El 50% de los productos (conservados) que se venden en Colombia son importados, pues los costos de producción locales son altos".

Se requiere que la industria y la producción agraria local logren una mayor competitividad para darle mayor dinamismo a este mercado.

Colombia importó en 2011 más de 215 millones de USD de productos conservados, la mayoría de ellos provenientes de EE.UU. y de países de Suramérica, de acuerdo con datos de Trade Map.

Las exportaciones costarricenses de preparaciones cárnicas en conserva superaron los 48 millones de USD en 2011, en tanto, las exportaciones de frutas y legumbres fueron marginales, cerca de 16 mil USD en ese mismo año. El grueso de las exportaciones nacionales de bienes en conserva son preparaciones de pescado (62%) y embutidos (27%).

Por otra parte, las exportaciones de alimentos en conserva costarricenses al mercado colombiano superaron los 510 mil USD en 2011, aunque decrecieron ligeramente respecto al 2010. Dichas exportaciones están altamente concentradas en productos embutidos, por lo que existe espacio para que se pueda diversificar esa oferta exportable, aprovechando el mayor dinamismo y los requerimientos que presenta el mercado colombiano.³⁰

³⁰ Central américa data – Colombia importa el 50% de los alimentos en conserva – disponible online - http://www.centralamericadata.com/es/article/home/Colombia_importa_el_50_de_los_alimentos_envasados - [recuperado en enero de 2014]

7.6.3. Pronóstico de ventas

Con base en el estudio de mercados realizado a los restaurantes de comida típica en Bucaramanga, se puede evidenciar que el 61% respondió que **definitivamente si** compraría el producto, ese 61% equivale a 98 restaurantes de los 160 que respondieron la encuesta. Estos 98 restaurantes según la encuesta, compran mensualmente 2168 kg de cebolla encurtida mensual, lo que equivale a 542 Uds. El 40% de 542 unidades equivale a 217 unidades, más las 316 unidades que representan el 40% del mercado del área metropolitana. De acuerdo con lo anterior habría que producir 530 unidades para satisfacer el mercado de restaurantes de Bucaramanga y su área metropolitana. ninguno de los restaurantes que estuvo de acuerdo a comprar el producto consume cebollas blancas. De la misma manera se observa que ninguno de los encuestados realiza compras con un periodicidad mayor a mensualmente.

Actualmente no existen registros del comportamiento de las ventas disponible al público. Por lo tanto se ha tomado como referencia el comportamiento de ventas en producción artesanal previa a este estudio. Las cebollas una vez producidas, se comercializaban en presentaciones de 500gr, 50 unidades se vendían aproximadamente en 1 semana. Los métodos de ventas eran rudimentarios y de voz a voz. Teniendo en cuenta lo anterior, es válido agregar que si se estandariza una correcta producción y se establecen métodos más efectivos de marketing y ventas, estas, aumentarían considerablemente.

7.7. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE LA FACTIBILIDAD DEL MERCADO

Una vez realizado el estudio de factibilidad del mercado, se evidencia que existe una aceptación por parte de los encuestados con un 61% que respondieron que definitivamente si estarían de acuerdo en comprar el producto, a una nueva empresa en Bucaramanga. Por otra parte, un 26% aseguró que probablemente si compraría el producto.

Posterior a la medición, se concluye que se tendrían que producir como mínimo 542 frascos de 4000gr para satisfacer la demanda mensual a un precio promedio de \$29.700 por unidad.

En cuanto a las cebollas blancas, se puede concluir que son muy poco apetecidas por los clientes y por tal razón según las encuestas no sería un producto que se produciría al comienzo del proyecto.

8. PLAN DE MARKETING

El plan de marketing contiene todo lo relacionado con el producto, precio y distribución. Debido a lo anterior, en este numeral se estructurara el plan estratégico junto con los objetivos, estrategias y todo lo relacionado con presupuestos indispensables para llevar a cabo la promoción de las cebollas Ocañeras encurtidas en vinagre, en el lugar correcto y con el precio justo.

8.1. PROGRAMA DE DESARROLLO DE PRODUCTO

El programa de desarrollo de producto tiene en cuenta características importantes del producto, para aprovecharlas teniendo claro su ciclo de vida, formas de posible transporte, embalaje y almacenamiento del mismo.

8.1.1. Marca y empresa del producto

El nombre de la empresa será Conservas Bareke y los nombres de los productos serán: Cebollitas rojas Bareke y cebollitas blancas Bareke diferenciándose por sus colores de etiqueta. Las cebollas rojas tienen una etiqueta negra y las blancas tienen una etiqueta anaranjada.

Se ha escogido una etiqueta sencilla pero bastante representativa y de un aspecto moderno. La sencillez de la etiqueta se tuvo en cuenta debido a que los frascos serán destinados a bodegas de almacenamiento o despensas de restaurantes y no a clientes particulares ni se exhibirá en una estantería para llamar la atención del público.

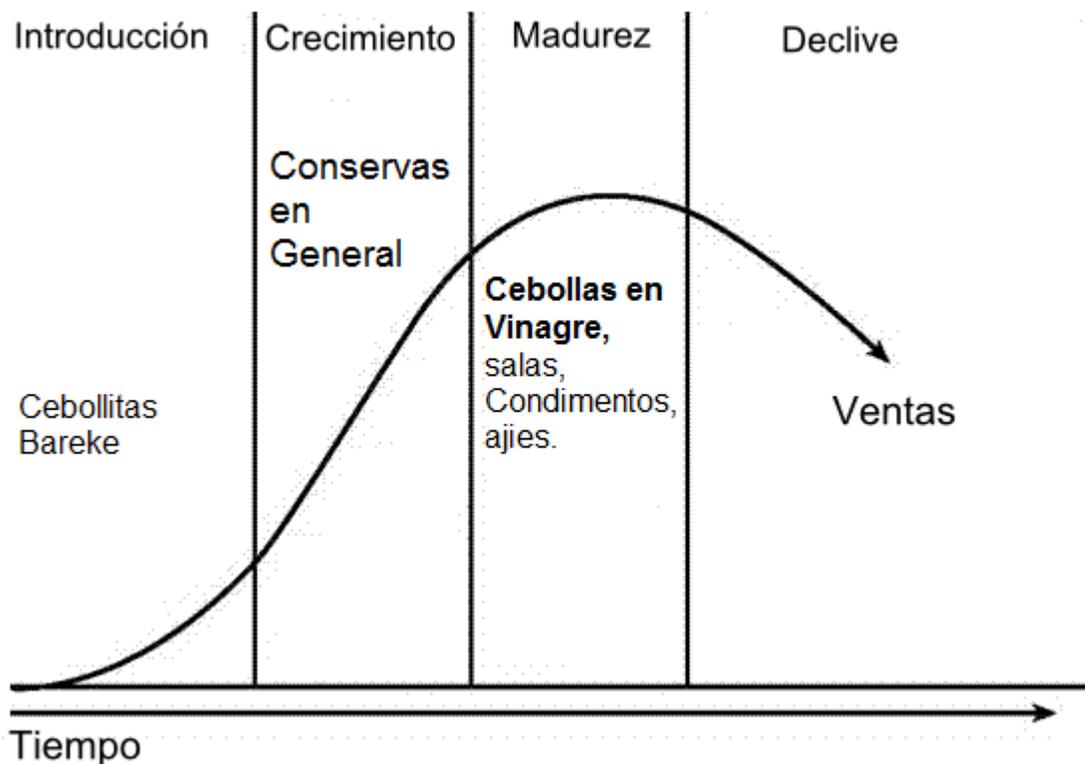
El nombre se escogió pensando en algo alusivo a la tierra santandereana y norte santandereana y proviene del nombre bareque, que son un material antiguo y artesanal de construcción. Para hacerlo algo más moderno y original, se cambió a BAREKE.

8.1.2. Ciclo de vida del producto

El ciclo de vida del producto es un factor indispensable para tener en cuenta. Este indica el comportamiento del mismo en el mercado. Adicional a esto, es de gran importancia conocer en qué momento del ciclo se encuentra el producto del proyecto y los productos similares o la competencia.

A continuación se ilustra lo anterior.

Grafico 4. Ciclo de vida de productos en conserva y cebolla encurtida



Fuente: Autor del proyecto

Cebollitas Bareke es un producto nuevo y se encuentra en etapa de introducción ya que hasta ahora comienza a hacerse a conocer. La gran ventaja que tiene este producto es que su grupo general de cebollas ocañera encurtidas en vinagre, es muy conocido no solo en Bucaramanga sino también en todo el país.

Las conservas en general aún se consideran como productos en crecimiento ya que en algunos lugares del país e incluso de Bucaramanga no son muy conocidos y alguno de ellos no se distribuye aun en todos lados.

Como se había resaltado anteriormente, las cebollitas encurtidas son muy conocidas y tienen un mercado definido en todo el país. Por esta razón se encuentran dentro de la etapa de madurez en el ciclo de vida. En esta etapa las empresas dedican gran parte del tiempo y destinan sus estrategias a crear lealtad de los clientes y a mejorar sus precios.

8.1.3. Condiciones de empaque y embalaje.

El empaque de las cebollitas se eligió pensando en la manera más fácil de conservación. Teniendo en cuenta muchas de las sugerencias de los posibles clientes, se estudió la posibilidad de hacerlo con envases plásticos pero estos no serían adecuados para los procesos de conservación y pasteurización del producto. Por dicha razón se escogió el envase de vidrio como mejor opción de empaque.

Imagen 3. Empaque presentaciones del producto



Fuente: Autor del proyecto

8.2. PROGRAMA DE DISTRIBUCION Y VENTAS

El programa de distribución y ventas es el encargado de identificar la mejor manera de distribución y determinar los canales adecuados para el producto. Este proceso se basa en las características del producto cuidando su presentación y preservación.

8.2.1. Canales de distribución

El canal de distribución para las cebollitas Bareke es bastante sencillo ya que parte de la planta de producción para luego ser distribuido a los restaurantes de comida típica en Bucaramanga.

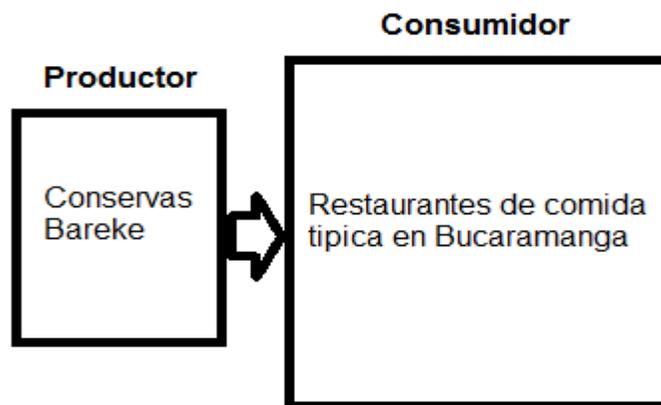
8.2.2. Papel de la fuerza de ventas

En Bucaramanga la fuerza de ventas es muy importante para el producto ya que al ser un producto nuevo, requiere de especial atención en su proceso de venta y entrega final al restaurante.

8.2.3. Selección del canal de distribución

Para distribuir las cebollas se elige un canal de distribución directa entre el productor y el cliente.

Figura 21. Canal de distribución directa



Fuente: Autor del proyecto

Las ventajas de contar con un canal de distribución directa, son:

- ✓ Mayor comunicación entre el productor y el consumidor.
- ✓ Amplio conocimiento de las preferencias del consumidor.
- ✓ Menor dificultad en la seguridad de la conservación de los productos
- ✓ Fácil respuesta ante cualquier inquietud o garantía ante el consumidor

8.3. PROGRAMA DE FIJACION DE PRECIOS

El programa de fijación de precios es una herramienta muy útil a la hora de buscar y analizar factores que afecten el precio final, tales como impuestos, costos, transporte, competencia, con el fin de establecer el precio del producto de manera correcta en el estudio financiero.

Se considera importante conocer el precio que los consumidores están dispuestos a pagar, y por tal razón se tuvo en cuenta durante la encuesta realizada en el estudio de mercado. Se obtuvo que el 49% paga entre \$7.000 y \$8.000 por kg y un 35% paga entre \$8.000 y \$9.000 por kg. Se realizó un promedio de las preferencias de los encuestados y se determinó que el precio adecuado para el producto según el precio promedio de la encuesta es de \$7440/kg y el frasco de 4.000gr a \$29.700

El estudio financiero arroja un precio de venta de \$28.000 para los restaurantes.

8.4. PROGRAMA DE COMUNICACIÓN INTEGRAL DE MARKETING

El programa de comunicación integral de marketing se relaciona con toda actividad de promoción del producto, logotipo, publicidad, slogan y cada uno de los planes y estrategias a seguir, con el fin de que el producto se promocióne y se dé a conocer de la mejor manera posible.

8.4.1. Programa de publicidad

Debido a que el producto será distribuido directamente a los restaurantes de comida típica, las estrategias publicitarias deben apuntar a que los restaurantes se interesen en los productos.

Por tal efecto sería ideal programar visitas a los restaurantes con degustaciones para que conozcan el producto y puedan compararlo con el que consumen actualmente o simplemente se interesen por adicionarlo a sus menús.

Otros métodos de publicidad por medio de internet son utilizados a diario por las empresas para darse a conocer. Facebook y Twitter, son las redes sociales más conocidas en Colombia y el mundo

En los últimos años Colombia ha registrado un crecimiento exponencial en cuanto a la cantidad de usuarios que se encuentran registrados en las redes sociales.

Redes como Facebook y Twitter son las que gozan de mayor popularidad entre los colombianos, a tal punto que en Facebook, Colombia ocupa el lugar número 14 a nivel mundial con más de 15 millones de usuarios, mientras que Bogotá es la novena ciudad del mundo con una cifra cercana a los 6.5 millones.

En el caso de Twitter, a pesar que la red de micro blogs no revela datos oficiales, la industria estima que cerca de 6 millones de colombianos usan el popular servicio, que se ha convertido en el canal predilecto por medios de comunicación, campañas políticas, deportistas, personajes de Gobierno, entre otros. Esta cifra pone a Colombia por encima en número de usuarios sobre países como Francia y Alemania.³¹

Adicional a esto, se creará una página web de la empresa para que los restaurantes también puedan conocer los productos, sus ventajas, características y hacer sus pedidos.

³¹ Ministerio de tecnologías de la información y la comunicación – Colombia vive una revolución digital – Disponible online: <http://www.mintic.gov.co/index.php/mn-sabia/797-colombia-es-uno-de-los-paises-con-mas-usuarios-en-redes-sociales-en-la-region> - [recuperado en enero de 2014]

8.4.2. Marca del producto y de la empresa

Logotipo

Imagen 4. Logotipo de la empresa



Fuente: German Yepes – Diseñador Gráfico

Diseño: El diseño del logotipo, fue basado en el nombre de la empresa, mostrando sobriedad y modernidad en el diseño.

Color: Los colores que se utilizaron para el logo, son el blanco, negro y rojo. Estos colores fueron escogidos con el fin de dar un toque moderno al producto y a su vez, impactar en la memoria del cliente con colores fuertes bajo combinaciones parejas.

Significado: Bareke fue escogido pensando en actividades, culturas, elementos, historia y recuerdos clásicos de la región, teniendo en cuenta que bahareque es un sistema de construcción de viviendas a partir de palos o cañas entretejidas y barro. Muy clásico de Colombia y la región santandereana. Este significado abre las puertas a nuevos productos futuros, y no especifica que sean distribuidos en una región específica.

Slogan: El slogan que se escogió fue, **construyendo tradición**, ya que se conoce como bahareque a un sistema de construcción y la tradición es un aspecto muy importante ya que es una de las reglas fundamentales a la hora de producir las cebollas.

8.4.3. Estrategias publicitarias

Como estrategias publicitarias se realizarán maratones de degustación en cada uno de los restaurantes interesados. Se participará en ferias gastronómicas, y se realizarán campañas de bonificación por devolución de envases, generando descuentos en los pedidos y en el transporte.

Las campañas de bonificación motivarían a los clientes a guardar el envase utilizado para así obtener los descuentos y adicional a eso, se contribuye con el reciclaje.

La organización de la estrategia de los envases se distribuiría así:

- De 1 a 5 envases entregados = 5% de descuento en el pedido
- De 6 a 10 envases entregados = 7% de descuento en el pedido
- Más de 10 envases entregados = 10% de descuento en el pedido

8.5. CUADRO DE MANDO INTEGRAL DE MARKETING

El cuadro de mando integral de marketing es una herramienta cuya función es reunir los objetivos principales que se quieren alcanzar con el plan de marketing. De la misma manera este cuadro muestra que estrategias se han escogido para cumplir con los objetivos de cada uno de los programas, el valor que representan y el personal responsable.

Tabla 10. Cuadro de mando integral de marketing

PROGRAMA DE DESARROLLO	OBJETIVO	ESTRATEGIA	RESPONSABLE	VALOR
PRODUCTO	Crear la marca de los productos	<p>Con el fin de generar identidad y reconocimiento por parte del mercado meta, se crea una marca diferenciadora que resalte los elementos esenciales del producto y promueva una actitud positiva favorable a la marca por parte del cliente. Lo anterior, basándose en una promesa atractiva, una oferta de valor y una experiencia de marca.</p>	<p>Director de Mercadeo y Promoción (Gerente)</p>	---
PRODUCTO	Determinar la presentación de los productos	<p>Se implementaran las tres cualidades fundamentales (Naming, Branding, Packaging) transmitiendo al consumidor los valores y las características esenciales del producto, con un alto grado de</p>	<p>Director de Mercadeo y Promoción (Gerente)</p>	---

		percepción y visibilidad, con el fin de que el cliente pueda identificar fácilmente el producto.		
PRODUCTO	Conocer el ciclo de vida de las conservas de alimentos	Tener pleno conocimiento acerca del proceso y comportamiento de conservación de las cebollas Ocañeras, con el fin de desarrollar nuevos métodos y generar valor agregado al producto.	Director de Mercadeo y Promoción (Gerente)	\$1'000.000
PLAZA (Distribución y ventas)	Establecer los canales de distribución y de comercialización adecuados para los productos y los consumidores	Con base a las encuestas realizadas, se identificarán los clientes potenciales (restaurantes) con el fin de establecer un canal de distribución directo (Productor - consumidor) que facilite la adquisición y comercialización del producto, posicionándolo en los lugares más propensos a su consumo.	Gerente General	---
PLAZA (Distribución y ventas)	Dar a conocer el producto en los posibles puntos de ventas	Con el fin de expandir el mercado, se realizarán visitas a los diferentes lugares de mayor consumo. Se ofrecerán pequeñas muestras y	Director de Mercadeo y Promoción	\$500.000

		degustaciones con el fin de cautivar al cliente, dando a conocer los beneficios de la marca y generando una necesidad de consumo que se verá reflejada en las ventas.		
PRECIO	Establecer el precio de los productos teniendo en cuenta su valor real	Analizar detalladamente los precios de la competencia y determinar los factores que intervienen de manera directa en indirectamente, en la producción y comercialización de las Cebollas Ocañeras y su dinámica en el mercado actual.	Gerente General	---
PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN	Introducir adecuadamente la marca y el producto para darlo a conocer	Se ejecutará un programa de publicidad de acción directa, con el fin de buscar respuesta rápida en un periodo a corto plazo por parte de los consumidores. Se identificará la audiencia meta, los objetivos generales de promoción y el mensaje que se transmitirá,	Director de Mercadeo y Promoción (Gerente)	\$500.000

		enfocado a la introducción y posicionamiento de las Cebollas Ocañeras en el mercado.		
PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN	Fomentar el consumo de Cebollas Ocañeras	Por medio de campañas publicitarias, se darán a conocer los diferentes beneficios de consumir adecuadamente las conservas naturales.	Director de Mercadeo y Promoción (Gerente)	\$500.000
PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN	Crear una relación directa con los consumidores	Se implementará el Marketing Viral, estableciendo una relación directa con el cliente por medio de las redes sociales, con el fin de conocer sus opiniones y facilitar información pertinente acerca del producto.	Director de Mercadeo y Promoción (Gerente)	\$500.000

Fuente: Autor del proyecto

9. ESTUDIO TÉCNICO

9.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

Para poder determinar el tamaño del proyecto, es necesario efectuar un análisis de factores específicos que establezcan la capacidad del proyecto. Debido a esto es necesario encontrar variables que tengan relación con la estructura del mismo.

9.1.1. Factores que determinan el tamaño del proyecto

Para determinar el tamaño del proyecto se necesita examinar una serie de factores importantes como el comportamiento de la demanda, la mano de obra, planta y equipo, ubicación de la planta, disponibilidad de materia prima y capital de inversión.

Con el fin de obtener resultados favorables, es necesario estudiar cada una de las anteriores variables individualmente, para luego integrarlas y relacionarlas de una manera óptima. Debido a lo anterior, se procede a elaborar el siguiente análisis:

Tamaño vs demanda: Teniendo en cuenta el estudio de mercados presentado en el capítulo 7, se evidenció que el 61% definitivamente si compraría cebollas ocañera encurtidas en una empresa nueva de Bucaramanga. El anterior porcentaje fue determinado con las encuestas realizadas a los 160 restaurantes de comida típica en Bucaramanga. Adicional a lo anterior, cabe resaltar que en Bucaramanga existe una fuerte competencia en el área de encurtidos y su distribución.

Tamaño vs disponibilidad de insumos: La materia prima requerida para la producción de cebollas Ocañeras encurtidas consta de vinagre, sal, azúcar, color vegetal y cebollas Ocañeras pequeñas. Para cumplir con el objetivo de apoyar con la agricultura ocañera, es indispensable contar con un proveedor de cebollitas que sean cultivadas en Ocaña Norte de Santander. De la misma manera es importante la calidad al momento de la selección de las cebollas para evitar que estén magulladas o en descomposición.

Tamaño vs disponibilidad de mano de obra: La mano de obras para producir las cebollas encurtidas es más artesanal que especializada. Sin embargo se debe contar con personal calificado para la manipulación de maquinaria, y con conceptos básicos de cocina y salubridad industrial.

Tamaño vs tecnología y equipos: Para la producción de cebollas Ocañeras encurtidas es necesario contar con cierta maquinaria teniendo en cuenta que es importante ahorrar tiempo en el pelado de las cebollas, ya que es la labor más tediosa del proceso de producción. Las maquinas que se deben seleccionar, deben ser las adecuadas según referencias, capacidad y características en el mercado.

Tamaño vs capital: El Tamayo del proyecto va determinado por el capital que se encuentre disponible para la inversión. Por tal efecto es importante resaltar que el estudio financiero es el que se encarga de determinar variables como la inversión necesaria y el tiempo de recuperación de esta inversión que es indispensable para el arranque del proyecto.

Tamaño vs localización: La localización de la planta de producción depende de aspectos muy importantes como lo son la disponibilidad del terreno, el costo de transporte y distribución, cercanía de los proveedores y facilidad de distribución por parte de los mismos, mano de obra entre otros. De acuerdo con esto, hay que tener en cuenta que la distribución se realizara en los restaurantes de comida típica en Bucaramanga y por dicha razón sería conveniente buscar un sitio que facilitara la distribución a cada uno de los restaurantes.

9.1.2. Capacidad del proyecto

Capacidad diseñada: La capacidad diseñada debe estar en concordancia con la capacidad máxima de producción de acuerdo con el diseño inicial de la planta de producción. Según el tamaño del local y el diseño de la planta, se podría trabajar con una maquina peladora, una maquina lavadora, 2 estufas industriales para cocción y esterilización, estanterías, mesones y 6 operarios como máximo. Por tal efecto, se podrían producir teniendo en cuenta la capacidad máxima para a esterilización en 3 turnos de trabajo que serían 960kg/día, 80 unidades por turno y un máximo de 5760 unidades al mes, es decir 23.040 kg de cebolla ocañera encurtida mensual.

Capacidad instalada: En este caso la capacidad instalada cuenta con una maquina peladora, una maquina lavadora, 2 estufas industriales para cocción y esterilización, estanterías, mesones y 1 operario en mano de obra en una jornada laboral de 8 horas durante 6 días a la semana y 24 días al mes. Según esta capacidad instalada se podrían producir hasta 576 unidades mensuales.

Capacidad utilizada: La capacidad utilizada indica que parte de la capacidad instalada se utilizara para incursionar en el mercado inicialmente. Como la demanda es relativamente baja, la capacidad instalada podría cumplir con el 100% de la demanda mínima del mercado. 530 unidades de 4000gr cada una, lo que representarían 2120kg de producto mensual. De esta manera siendo la capacidad máxima de la planta en un turno normal diario de 8 horas, 1600 unidades del producto mensual el 100%, el porcentaje de utilización de la planta es de 33.1%. La siguiente tabla evidencia la utilización especificada por actividades.

Tabla 11. Capacidad utilizada

Contenido de un frasco (kg)	4000
% Cebollas peladas / frasco	87.3%
% Vinagre y condimentos / frasco	12.7%
# Horas laborales / día	8
# Días laborales / semana	6
# Días laborales / mes	24
Total de unidades a producir / mes	530
Total de kg a producir / mes	2120
Total de kg a producir / día	88.3
Total de kg a producir / hora	11.04

Fuente: Autor del proyecto

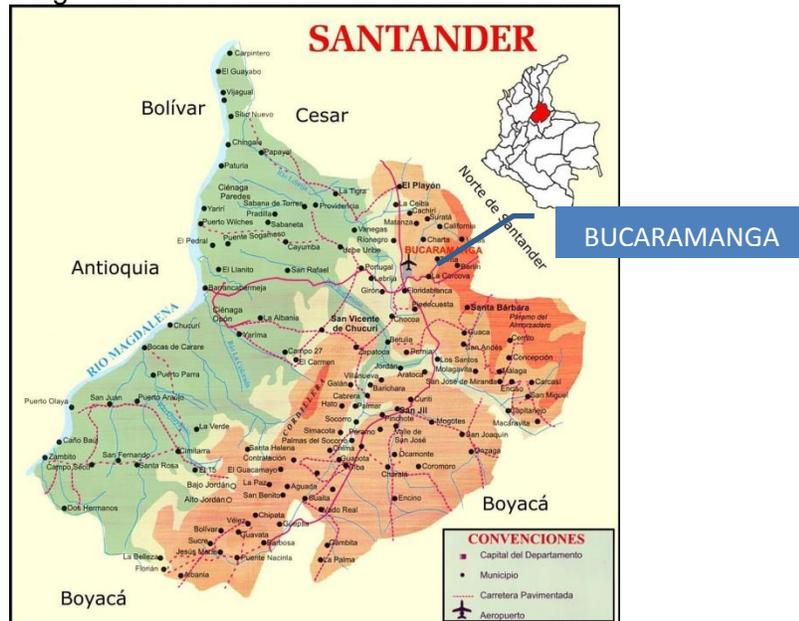
9.2. LOCALIZACIÓN

La localización de la empresa es un aspecto de gran importancia teniendo en cuenta los factores del numeral 9.1.1. Para dicha localización se resaltara la macro localización ya que esta se centra en la ubicación geográfica de la empresa y la micro localización, en la cual se estudiara la reglamentación del uso del suelo.

9.2.1. Macro localización

Conservas Bareke estará ubicado en la ciudad de Bucaramanga en la zona centro, buscando beneficios de transporte y fácil acceso a los restaurantes de la ciudad.

Imagen 5. Ubicación de Santander en Colombia



Fuente: http://www.quetiempo.es/calle-alfonso-xiii-39002-santander_31012.htm - [Recuperado en febrero de 2014]

Imagen 6. Bucaramanga, su área metropolitana y Lebrija



Fuente: <http://www.corporacioncompromiso.org/?apc=l1--83-83-&x=121> - [Recuperado en febrero de 2014]

9.2.2. Micro localización

La micro localización tiene como opciones 3 bodegas ubicadas en Bucaramanga, en diferentes sectores, con diferentes precios y tamaños. A continuación se muestran sus especificaciones.

Barrio centro³² – Bucaramanga

Este local se encuentra ubicado en el centro de la ciudad de Bucaramanga. Cuenta con servicio de gas, agua, y luz. Su área es de 60 m², baño, estrato 3, un piso y adecuada ventilación. Espacio para maquinaria de producción, almacenamiento de materia prima y escritorio para organización de documentos.

Imagen 7. Bodega centro Bucaramanga



Fuente:

http://www.tuanuncioenlaweb.com/dominguezparra/inmuebles_detalle.php?codigo_inm=000130&iframe=true&width=1060&height=650

³² Local industrial arriendo – Alejandro Domínguez Parra – Disponible online: http://www.tuanuncioenlaweb.com/dominguezparra/inmuebles_detalle.php?codigo_inm=000130&iframe=true&width=1060&height=650 – [recuperado en febrero de 2014]

Barrio Gaitán³³ – Centro Bucaramanga

Bodega ubicada en el barro Gaitán de la ciudad de Bucaramanga en la zona centro – norte. Cuenta con 153,00 m², estrato 3, dos baños, un solo piso con ventilación, servicio de agua, luz y gas. Adecuado espacio para ubicar maquinaria, almacenamiento y oficina.

Imagen 8. Bodega Gaitán Bucaramanga



Fuente: <http://www.fincaraiz.com.co/bodega-en-arriendo/bucaramanga/gaitan-det-1047951.aspx>

Barrio la concordia³⁴ - Bucaramanga

Esta bodega cuenta con 133 m², patio descubierto, comercio múltiple, puerta tipo cortina, espacio para maquinaria, y oficina. Tiene servicio de luz, gas y el teléfono va incluido en el canon.

³³ Bodega industrial arriendo – Finca raíz . Disponible online: <http://www.fincaraiz.com.co/bodega-en-arriendo/bucaramanga/gaitan-det-1047951.aspx> - [Recuperado en febrero de 2014]

³⁴ Bodega la concordia – Vivavisos – Disponible online: <http://propiedades.vivavisos.com/arriendo-locales+bucaramanga/arriendo-locales-bucaramanga/90363470> - [Recuperado en febrero de 2014]

Imagen 9. Bodega concordia



Fuente: <http://propiedades.vivavisos.com/arriendo-locales+bucaramanga/arriendo-locales-bucaramanga/90363470>

Para poder elegir la mejor ubicación para la empresa, es necesario elegir un método de evaluación y decisión para la localización. El método de Brown & Gibson, es el método que más se acomoda a la situación ya que analiza y resalta características competitivas importantes en el momento de comparar las opciones, con el fin de elegir el lugar más conveniente para la planta de producción de la empresa.

El proceso de elección comienza analizando factores como costos MO y MP, costos en general, valor del terreno y costos totales. La siguiente tabla evidencia lo anterior.

Tabla 12. Cálculo del valor relativo de los factores objetivos

Loc.	Valor arriendo	Área m ²	Valor terreno / m ²	Costos MO y MP	Otros costos	Total (ci)	Reciproco (1/ci)
Centro	\$1'000.000	60	\$16.666	\$1'605.350	\$100.000	\$1'722.016	0.00000058071
Concordia	\$1'500.000	133	\$11.278	\$1'600.350	\$100.000	\$1'711.628	0.00000058423
Gaitán	\$1'500.000	153	\$9.803	\$1'609.000	\$100.000	\$1'718.803	0.0000005818
TOTAL						\$5'152.447	0.00000174674

Fuente: Autor del proyecto

Para calcular el valor relativo de los factores objetivos, se emplea la siguiente fórmula.

FOi= Valor relativo de los factores objetivos. C= Valor recíproco (1/ci) correspondiente.

$$FOi = \frac{1/c}{\sum 1/c}$$

Tabla 13. Valor relativo de los factores objetivos FOi

FO - A	0.33245359987	Centro
FO - B	0.33446878184	Concordia
FO - C	0.33307761887	Gaitán

Fuente: Autor del proyecto

Una vez se tienen los factores objetivos FOi, se procede a calcular el valor relativo de los factores subjetivos FSj. Para esto, es necesario analizar 4 factores importantes para la planta en el momento de elegir la ubicación. Como factores de mayor relevancia se tuvo en cuenta la cercanía a proveedores, costos de arriendo y servicios, cercanía a los clientes y vías de acceso.

Tabla 14. Calificación Wj

Factor (j)	Comparaciones pareadas				Suma preferencias	Índice Wj
	Proveedores	Arriendo	Clientes	Acceso		
Proveedores	1	0	0	1	2	0,2
Arriendo	1	1	0	1	3	0,3
Clientes	0	0	1	1	2	0,2
Acceso	1	0	1	1	3	0,3
					10	1

Fuente: Autor del proyecto

Para el cálculo Rij se tuvieron de la misma manera los factores de la tabla anterior.

Tabla 15. Cercanía a proveedores

Cercanía a proveedores					
Localización	Comparaciones pareadas			Suma preferencias	Índice Rij
	Centro	Concordia	Gaitán		
Centro	1	0	1	2	0,333333333
Concordia	1	1	1	3	0,5
Gaitán	0	0	1	1	0,166666667
				6	1

Fuente: Autor del proyecto

Tabla 16. Costo arriendo y servicios

Costo arriendo y servicios					
Localización	Comparaciones pareadas			Suma preferencias	Índice Rij
	Centro	Concordia	Gaitán		
Centro	1	1	1	3	0,428571429
Concordia	0	1	1	2	0,285714286
Gaitán	0	1	1	2	0,285714286
				7	1

Fuente: Autor del proyecto

Tabla 17. Cercanía a clientes

Cercanía a clientes					
Localización	Comparaciones pareadas			Suma preferencias	Índice Rij
	Centro	Concordia	Gaitán		
Centro	1	0	1	2	0,333333333
Concordia	1	1	1	3	0,5
Gaitán	0	0	1	1	0,166666667
				6	1

Fuente: Autor del proyecto

Tabla 18. Vías de acceso

Vías de acceso					
Localización	Comparaciones pareadas			Suma preferencias	Índice Rij
	Centro	Concordia	Gaitán		
Centro	1	0	0	1	0,166666667
Concordia	1	1	1	3	0,5
Gaitán	1	0	1	2	0,333333333
				6	1

Fuente: Autor del proyecto

En la tabla 18 se pueden evidenciar los valores Rij que se calcularon en las tablas anteriores.

Tabla 19. Puntaje relativo Rij

Factor (j)	Puntaje relativo Rij			Índice Wj
	Centro	Concordia	Gaitán	
Cercanía a proveedores	0,333333333	0,5	0,166666667	0,2
Costo arriendo	0,428571429	0,28571429	0,28571429	0,3
Cercanía a clientes	0,333333333	0,5	0,166666667	0,2
Vías de acceso	0,166666667	0,5	0,333333333	0,3

Fuente: Autor del proyecto

La siguiente fórmula se utilizó para hallar el valor relativo de los factores subjetivos (FSi)

FSi= Valor relativo de valores subjetivos. Rij= Puntajes relativos. Wj= Índice

$$FSi = \sum Rij Wj$$

Tabla 20. Valor relativo de los factores subjetivos FSi

FS – A	0,311904762	Centro
FS – B	0,435714286	Concordia
FS – C	0,252380952	Gaitán

Fuente: Autor del proyecto

Una vez se tienen los valores Rij y Wj se procede a calcular la medida de preferencia de localización MPL. Para esto se toma la fórmula de MPL mostrada a continuación y tener un valor para K que se encuentre entre 0.30 y (1 – K) es 0.70

$$MPL_i = K(FOi) + (1 - K)(FSi)$$

MPL= Medida de preferencia de localización. K= 0.75 (porcentaje de importancia)

FOi= Valor relativo de los factores objetivos. FSi= Valor relativo de los factores subjetivos

Tabla 21. Medida de preferencia de localización MPL

MPL - A	0,326288949	Centro
MPL - B	0,364842433	Concordia
MPL - C	0,308868619	Gaitán

Fuente: Autor del proyecto

Después de la aplicación del método de Brown & Gibson se concluye que la ubicación más apropiada es la bodega ubicada en el barrio la concordia en la calle 48 con carrera 19, Bucaramanga Santander

9.3. REVISIÓN DEL CONCEPTO DEL PRODUCTO

Las cebollitas Ocañeras encurtidas durante varios años han representado para Colombia, un encuentro de sabores entre la cultura santandereana y Norte santandereana, y el resto del país. Teniendo esto en cuenta cabe resaltar que la cebolla ocañera tiene como tradición acompañar platos de carnes típicas de la región santandereana y ensaladas provenientes de todo el país.

La producción de cebollas Ocañeras encurtidas consta de dos productos, cebollas blancas y rojas. Aunque el estudio de mercados arrojó información favorable para las cebollas rojas, las blancas no dejan de ser importantes en los menús de algunos restaurantes y por esta razón se ha decidido fabricarlas. Dentro de los procesos de fabricación se encuentra el empaque al vacío con el fin de lograr una correcta conservación, teniendo en cuenta todas las condiciones de asepsia que el proceso conlleva.

9.4. ESTÁNDARES DE CALIDAD

Conservas Bareke se rige bajo las siguientes normas de calidad:

ISO 22000: Esta norma especifica requisitos para un sistema de gestión de Inocuidad de los alimentos en la cadena alimentaria cuando una organización necesita demostrar su capacidad para controlar los peligros relacionados con la inocuidad de los alimentos con el objeto de asegurar que el alimento es inocuo en el momento del consumo humano.

Es aplicable a todas las organizaciones, independientemente de su tamaño y que estén implicadas en cualquier parte de la cadena alimentaria y quieran implementar sistemas que consistentemente suministren productos inocuos. Esto significa que el cumplimiento de cualquier requisito de esta norma se puede lograr mediante el uso de recursos internos y /o externos.³⁵

HACCP (RvA): Seguridad Alimentaria

Gestión de Seguridad Alimentaria

Durante los últimos años, la industria mundial de alimentos se ha visto directamente afectados por un aumento en la legislación y reglamentación sobre inocuidad de los alimentos y la higiene. Hoy en día, las técnicas del sistema HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) son cada vez más utilizadas en la industria alimentaria y se recomendó como la forma más eficaz para las empresas alimentarias de garantizar la protección de los consumidores.

HACCP es un sistema de control pro-activo de procesos por los cuales se garantiza la calidad de los alimentos. Los principios HACCP, desarrollados por el Codex Alimentarius de la Organización Mundial de la Salud, demandan que la eficacia de sistemas de seguridad alimentaria se establezca a través de la aplicación de un enfoque sistemático para el análisis de peligros y riesgos.

Los principios guía de un sistema HACCP son:

³⁵Icontec – Norma técnica Colombiana ISO 22000 – Disponible online: <http://www.itp.gob.pe/normatividad/demos/doc/Normas%20Internacionales/Union%20Europea/ISO/ISO22000SistemaGestiSeguridadAlimentaria.pdf> - [recuperado en febrero de 2014]

- Descripción de productos
- Descripción de procesos
- Análisis de peligros: la identificación de los peligros potenciales (es decir, físicos, químicos y biológicos)
- Análisis de riesgo: la definición de "puntos críticos de control (PCC) y otras áreas que requieren atención
- Control de los puntos críticos de control
- Control de cualquiera de los puntos de atención, por medidas generales³⁶

POES: Los Procedimientos de Operación Estándar de Saneamiento (POES) son métodos prescritos específicamente para procedimientos que describen qué, cómo, cuándo y dónde limpiar y desinfectar, así como los registros y advertencias que deben respetarse.

Con esto se logra:

- Controlar los riesgos de contaminación para el producto
- Limpieza y desinfección de las superficies en contacto directo con el alimento
- Etapas del proceso productivo libres de agentes contaminantes tales como grasa, sangre, plumas, pelo, óxido, polvo, detergente, entre otros.

BPM: Buenas prácticas de manufactura

Establecidas en Colombia mediante el Decreto 3075 de 1997, las Buenas Prácticas de Manufactura son un conjunto de principios básicos cuyo objetivo es garantizar que los productos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas y se minimicen los riesgos inherentes durante las diferentes etapas de la cadena de producción, pues involucra todo lo relacionado con la manipulación, preparación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte y distribución de los alimentos.

³⁶ Lloyd's register – Seguridad alimentaria – Disponible online: <http://www.lrqa.com.co/normas-esquemas-directivas/esquemas/168068-haccp-rva-seguridad-alimentaria.aspx> -[Recuperado en febrero de 2014]

Mediante la implementación de las BPM's se logra:

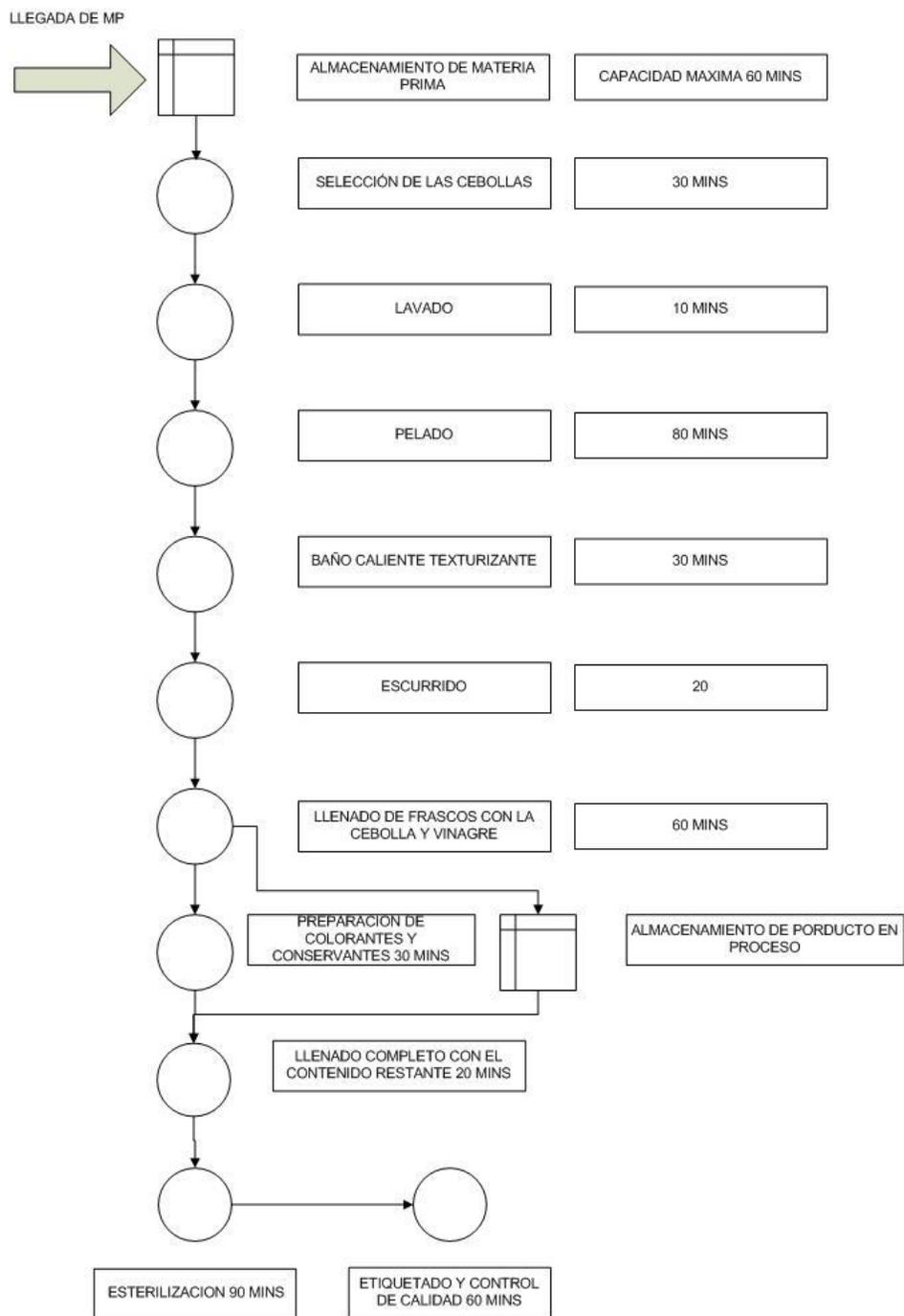
- Establecer los parámetros para el aseguramiento de la calidad sanitaria de las materias primas, los materiales utilizados y los productos terminados.
- Desarrollar e implementar políticas de calidad mediante el seguimiento del manual.
- Normalizar y documentar los procesos de producción.
- Implementar políticas de higiene, limpieza y desinfección de instalaciones, equipos y utensilios.³⁷

9.5. DESCRIPCION TECNICA DEL PROCESO

Conocer los procesos y su orden de producción es un paso elemental con el fin de obtener una calidad óptima como resultado final. A continuación se ilustra el proceso de producción de cebollas Ocañeras encurtidas en vinagre de manera detallada para la empresa **conservas Bareke**.

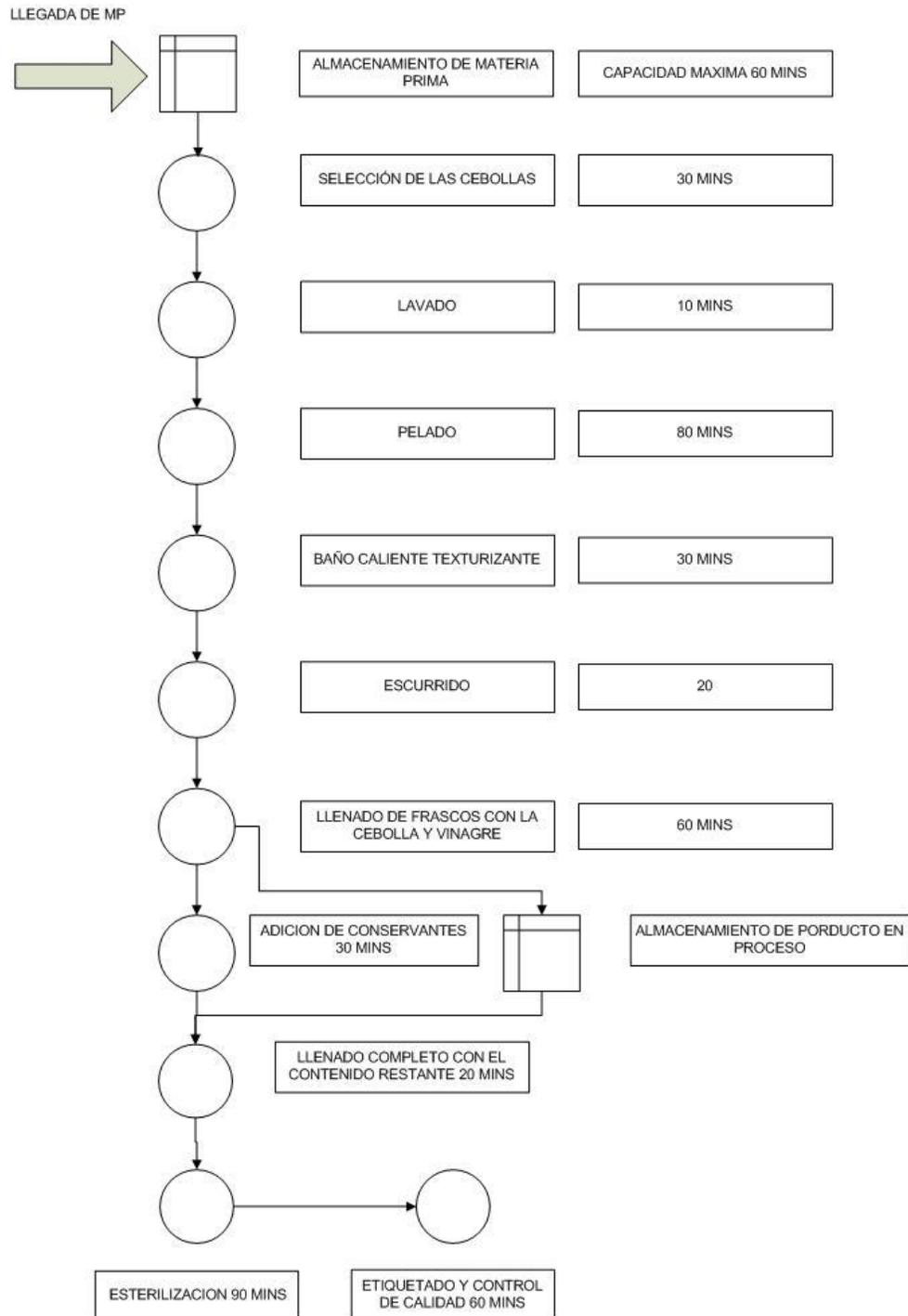
³⁷ Consultores en alimentos – Documentación – Disponible online: <http://acoalimentos.jimdo.com/documentaci%C3%B3n/> - [recuperado en febrero de 2014]

Grafico 5. Diagrama de proceso de producción cebollas rojas



Fuente: Autor del proyecto

Grafico 6. Diagrama de proceso de producción de cebollas blancas



Fuente: Autor del proyecto

9.5.1. Llegada de materia prima

Se recibe la materia prima proveniente del proveedor y se almacena en el lugar destinado en la planta de producción para el almacenamiento de la materia prima según su tipo de conservación y correcta ubicación.

9.5.2. Selección de las cebollas

En este proceso se escogen las cebollas con mejor presentación y aspecto aptas para la producción.

9.5.3. Lavado o limpieza

Las cebollas pasan por un proceso de lavado muy riguroso para eliminar impurezas, bacterias o suciedad que puedan traer y que puedan contaminar el producto.

9.5.4. Pelado

Después de ser lavadas correctamente, las cebollas pasaran por una maquina especial que funciona con un sistema de centrifugación y raspado, con el fin de eliminar la cascara y sus tallos.

9.5.5. Baño caliente o cocción

Este proceso de cocción consiste en sumergir las cebollas en agua caliente a punto de ebullición durante 5 minutos con el fin de ablandarlas un poco y reducir su picante. De la misma manera sirve para limpiarlas nuevamente y cocinarlas para resaltar su sabor.

9.5.6. Escurrido

El escurrido es la parte del proceso donde las cebollas se dejan secar del agua con las que han sido cocidas anteriormente. Esto se hace con el objetivo de evitar que dentro del producto terminado haya presencia de agua o suciedad que lo afecte.

9.5.7. Llenado de los frascos con la cebolla y el vinagre

Una vez las cebollas están secas y libres de agua, se introducen en frascos de 4000gr con la sal y un llenado parcial del 60% de vinagre.

9.5.8. Almacenamiento del producto en proceso

Posterior al llenado de los frascos, se ubican o almacenan como producto en proceso mientras por otra parte se hace la preparación del contenido restante con el colorante y las especias que le darán un sabor más característico y gourmet.

9.5.9. Preparación de conservantes y colorantes (colorantes en caso de la cebolla roja)

Se realiza una cocción de la sal, tomillo y laurel con el fin de preparar el contenido restante del frasco. A continuación se añade el colorante vegetal para darle su tono rojizo que caracteriza a las cebollas encurtidas.

9.5.10. Llenado completo del frasco

Una vez terminado todo el proceso de cocción se procede a llenar el frasco con el contenido preparado hasta el borde y asegurándose que no quede ninguna cebollas saliente del vinagre.

9.5.11. Esterilización

La pasteurización es un proceso en el cual el frasco es cerrado al vacío por medio de un proceso de calentamiento que se le realiza al frasco con el contenido con el fin de expulsar el aire que quede en el interior y pueda oxidar el producto.

Al elaborar productos mediante Tecnologías Domésticas es necesario envasarlos al terminar de prepararlos y esterilizarlos para prolongar su duración. En la esterilización los gérmenes son destruidos por la acción del calor y para ello puede seguir el siguiente procedimiento:

- Cualquiera que sea el producto que se elabore, se envasa en cuanto se termine de preparar, es decir, en caliente para evitar contaminaciones.
- Dentro de una olla de peltre coloque una parrilla o manta de cielo, de manera que los frascos no toquen el fondo del recipiente.
- Acomode los frascos de manera que no caigan y agregue agua tibia o caliente sin que rebase el cuello de los mismos.
- La tapa de los frascos debe estar levemente enroscada, "al llegue"; esto tiene como finalidad permitir la salida del aire que haya quedado dentro del frasco y también para evitar rompimiento. El agua se pone a hervir a fuego bajo.
- Los frascos de 500 gramos se dejan hervir por 30 minutos y los de un kilo por 45 minutos. Los tiempos pueden variar de acuerdo al tipo de producto que se trate.
- Transcurrido el tiempo de esterilización se saca y cierra la tapa perfectamente y se deja enfriar a temperatura ambiente.

Se etiquetan los frascos anotando:

- Nombre del producto
- Fecha de elaboración
- Fecha aproximada de caducidad (duración)³⁸

³⁸ Profeco – Esterilización de productos – Disponible online: http://www.profeco.gob.mx/tecnologias/esteril/esteril_2.asp - [retomado en febrero de 2014]

9.5.12. Etiquetado y control de calidad

Finalmente los frascos son etiquetados de acuerdo a su contenido y se realiza un sencillo control de calidad, asegurándose que el producto este correctamente sellado y que los frascos no tengan desperfectos.

9.6. PLAN DE PRODUCCION

Para el plan de producción se tiene en cuenta la capacidad instalada, que se analizó anteriormente con base a las unidades necesarias a producir mensualmente sin dejar atrás la maquinaria necesaria en el proceso. De esta manera se tiene en cuenta que se deben producir 530 unidades mensuales. Se trabajan 6 días a la semana en una jornada laboral de 8 horas.

23 Uds. / día. Semana = $135 * 4$ semanas = 540 unidades por mes aproximadamente

Para esta producción se trabajarían 6 días a la semana. Según esto se podría trabajar de lunes a sábados y los viernes de cada semana, adquirir la materia prima necesaria. Esto con el fin de poder contar con materia prima fresca y de buena calidad..

Cálculo de tiempos según la producción diaria

La siguiente tabla evidencia el tiempo que se requiere para realizar cada una de las operaciones necesaria en la producción diaria. De la misma manera se encontrara información sobre el tiempo total en minutos y horas. Los tiempos que se encuentran allí representan la duración del proceso en su totalidad.

Tabla 22. Tiempos de producción cebolla roja

Operación	Tiempo por operación (minutos/día)	Producción en kilos/día	Tiempo de producción (minutos/mes)	Tiempo de producción en horas/mes
Llegada de materia prima	60	91	1200	20
Lavado	10	91	200	3,3
Pelado	80	91	1600	26,6
Cocción	30	91	600	10
Escurreido	20	91	400	6,7
Llenado de los frascos con cebollas y vinagre	60	91	1200	20
Aplicación de conservantes y colorantes	30	91	600	10
Llenado completo del frasco	20	91	400	6,7
Esterilización	90	91	1800	30
Etiquetado y control de calidad	60	91	1200	20
TOTAL	460		9200	153,3

Fuente: Autor del proyecto

Tabla 23. Tiempos de producción cebolla blanca

Operación	Tiempo por operación (minutos/día)	Producción en kilos/día	Tiempo de producción (minutos/mes)	Tiempo de producción en horas/mes
Llegada de materia prima	60	91	1200	20
Lavado	10	91	200	3,3
Pelado	80	91	1600	26,6
Cocción	30	91	600	10
Escurreido	20	91	400	6,7
Llenado de los frascos con cebollas y vinagre	60	91	1200	20
Aplicación de conservantes y colorantes	30	91	600	10
Llenado completo del frasco	20	91	400	6,7
Esterilización	90	91	1800	30
Etiquetado y control de calidad	60	91	1200	20
TOTAL	460		9200	153,3

Fuente: Autor del proyecto

9.7. RECURSOS

9.7.1.1. Recursos humanos

Para la producción de las cebollas ocañera encurtidas y según la demanda, se ha determinado que es necesario 1 operario con las siguientes funciones de trabajos repartidos en 5 etapas.

Etapa 1: La llegada de materia prima debe ser supervisada por ambos operarios y a su vez organizada para dejarla lista en su inicio de procesamiento. Posteriormente se procede a seleccionar las cebollas que se van a utilizar, después se procede lavar y organizar las cebollas para pasarlas a la etapa de pelado.

Etapa 2: Una vez seleccionadas las cebollas y organizadas en la máquina de pelado, se procede a encender la máquina y a esperar el tiempo correspondiente para que queden debidamente peladas. Este proceso es supervisado por el operario mientras que el deja precalentar la cocción de las cebollas posterior al pelado.

Etapa 3: La cocción es supervisada mientras se alista preparación de los conservantes y de la mezcla del llenado final. Una vez termina la cocción, se trabaja en el escurrido de las cebollas que se realiza con el fin de no incluir agua de más en el producto final.

Etapa 4: Una vez escurridas las cebollas se procede a envasarlas en los frascos de vidrio de 4000gr junto con la medida correspondiente de vinagre y se almacenan en un lugar fresco mientras se termina de preparar la mezcla con los debidos conservantes y colorantes en el caso de la cebolla roja.

Etapa 5: Se llenan los frascos con el resto de los ingredientes para luego ser almacenados hasta completar las tandas de esterilización que cumplan con la capacidad del recipiente esterilizador. Una vez esterilizado el producto se espera el tiempo suficiente para que se enfríen y se etiquetan, se marcan y se les hace el respectivo control de calidad.

9.7.2. Recurso físico

Como recurso físico para la producción de cebollas Ocañeras se necesita en la planta:

- Maquinaria
 - Lavadora de tambor
 - Peladora industrial
 - Estufa industrial

- Utensilios
 - Pinzas para frascos
 - Recipientes de cocción en acero inoxidable con capacidad de 20 litros

A continuación se detalla cada una de las máquinas y utensilios necesarios.

✓ Lavadora de tambor

Lava la fruta en un tambor con chorros de agua a presión, el tambor va girando quitando todo tipo de impurezas sin maltratar la fruta. Capacidad: 500kg/ hora hasta 20 ton/ hora. Material: Acero Inoxidable AISI 304

Imagen 10. Lavadora de tambor



Fuente: JJ Industriales – equipos para procesamiento de alimentos.

✓ **Peladora industrial de cebolla y ajo**

Las cebollas se pelan en el interior de la máquina que las golpea con aletas de goma sin maltratarlas con el fin de desprender la cascara. Por medio de un chorro de agua que se va aplicando a las cebollas mientras giran, se van expulsando las cascara fuera de la máquina, dejando dentro de ella solo las cebollas peladas.

Potencia 0.25CV - Consumo 0.18 KW/H - Voltaje 110/220 - Acero Inoxidable - Producción 70Kg/h

Imagen 11. Peladora industrial de cebolla



Fuente: Essen – Comercialización de maquinaria para la producción de alimentos

✓ **Estufa a gas industrial**

- Construcción marco o cubierta en acero inoxidable.
- Tres (3) parrillas removibles en acero fundido de 40 x 40 Cms.
- Tres (3) quemadores de alto rendimiento de 28.000 B.T.U's
- Deflectores de temperatura para cada quemador.
- Válvulas de mando desde el tablero frontal.
- Pilotos de encendido individual.
- Bandeja recolectora de grasas en acero inoxidable.
- Laterales y piso en acero inoxidable.
- Bases ajustables al nivel del piso en acero inoxidable y aluminio.

Imagen 12. Estufa a gas industrial



Fuente: Kadell de Colombia – producción y comercialización de maquinaria para producción de alimentos.

✓ **Envases**

Se envasará el producto en frascos de vidrio de 4000gr con tapa dorada tipo twist off.

Imagen 13. Envase de vidrio 4000gr



	4000ml
	89-2050
	263.5mm
	159.5mm

Fuente: Distribuidora córdoba – Catalogo de envases de alimentos

✓ Etiquetas

Las etiquetas se diseñaron teniendo en cuenta la normatividad del artículo 5, capítulo 2 de la resolución 5109 de 2005³⁹.

Esta ley indica que la información que debe contener la etiqueta cumpla con:

- ✓ Nombre del alimento
- ✓ Ingredientes
- ✓ Contenido neto y peso escurrido
- ✓ Nombre y dirección
- ✓ Identificación del lote (L)
- ✓ Fecha de vencimiento (ven)
- ✓ Instrucciones para el uso

A continuación se muestra el contenido de las etiquetas para las cebollas blancas y rojas.

Imagen 14. Etiqueta completa cebollas rojas



Fuente: Autor del proyecto

³⁹ Instituto Colombiano de bienestar familiar – El derecho de bienestar – Disponible online: <http://www.icbf.gov.co/portal/page/portal/PortalICBF/NormatividadC/Transparencia/AvanceJuridico> - [Recuperado en febrero de 2014]

Imagen 15. Etiqueta completa cebollas blancas



Fuente: Autor del proyecto

La maquinaria y el recurso físico se encontrará distribuido en un área de aproximadamente 150 m2, teniendo en cuenta los espacios correspondientes al debido almacenamiento, desechos y oficina.

Tabla 24. Recurso físico oficina

Equipo	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Escritorio	2	\$500.000	\$1'000.000
Computador	2	\$1'500.000	\$3'000.000
Teléfono	2	\$30.000	\$60.000
Silla	6	\$70.000	\$420.000
Archivador	1	\$200.000	\$200.000

Fuente: Autor del proyecto

9.7.3. Recurso de materia prima o insumos

Imagen 16. Materia prima requerida



Fuente: Autor del proyecto

La materia prima requerida es la siguiente:

- ✓ **Cebolla ocañera (pequeña):** La cebolla de cabeza (*Allium cepa*.l), es una de las hortalizas más consumidas en el mundo, después del tomate; hallándose el cultivo, muy tecnificado en algunos países, con el uso de maquinaria moderna altamente especializada; pero algunas zonas cebolleras de Colombia, su cultivo es totalmente tradicionalista y manual, picando el terreno con azadón, uso de riego arcaico por ramillón, y uso de bulbos (propagación vegetativa), como material de siembra.

En la Provincia de Ocaña, está generalizada la siembra de material vegetativo (bulbos de cosecha anterior), que además de ser muy costoso (50% costos) es la principal manera de diseminación de plagas y enfermedades en toda la zona, especialmente problemas radiculares y del bulbo, haciendo que cada día, las producciones sean más bajas y los costos de producción más elevados, por las altas aplicaciones de toda clase de pesticidas, para tratar de reducir el efecto de los microorganismos patogénicos (hongos, bacterias y nematodos), que lleva el material de siembra (bulbos). En la región se siembran anualmente cerca de 3.000 hectáreas entre 7.500 familias.⁴⁰

- ✓ **Sal:** Relacionada con el consumo humano, la sal es fundamental para resaltar y potenciar de forma natural el sabor de los alimentos. Además de esta cualidad organoléptica que la ha hecho universalmente popular, la sal tiene otras muchas propiedades:
 - ✓ La capacidad de la sal como conservante y preservativo ha sido fundamental para el desarrollo humano a lo largo de la historia, ya que permitía la preservación de los alimentos.
 - ✓ La sal actúa como aglutinante de otros ingredientes en los procesos alimentarios.
 - ✓ La sal funciona como sustancia que permite controlar los procesos de fermentación de determinados alimentos.
 - ✓ La sal se utiliza para dar textura a los alimentos y así hacerlos más agradables al tacto y visualmente más atractivos y apetitosos.
 - ✓ La sal se utiliza para desarrollar el color de múltiples alimentos, haciéndolos más agradables a la vista.
 - ✓ La sal es un agente deshidratador y ablandador de muchas materia primas alimentarias.⁴¹

⁴⁰ Revista upc – Ocaña – Propagación de la cebolla cabezona – Disponible online: http://www.upc-aguachica.edu.co/revista/propagacion_de_cebolla_cabezona.pdf - [Retomado en febrero de 2014]

⁴¹ Instituto de la sal – Uso de la sal – Disponible on line: <http://www.institutodelasal.com/index.php?page=usos> – [Recuperado en febrero de 2014]

- ✓ **Azúcar:** El azúcar es un endulzante de origen natural, sólido, cristalizado, constituido esencialmente por cristales sueltos de sacarosa, obtenidos a partir de la caña de azúcar (*Saccharum officinarum* L) o de la remolacha azucarera (*Beta vulgaris* L) mediante procedimientos industriales apropiados.

La caña de azúcar contiene entre 8 y 15% de sacarosa. El jugo obtenido de la molienda de la caña se concentra y cristaliza al evaporarse el agua por calentamiento. Los cristales formados son el azúcar crudo o, de ser lavados, el azúcar blanco. En las refinerías el azúcar crudo es disuelto y limpiado y cristalizado de nuevo producir el azúcar refinado.

Composición

El azúcar es sacarosa, un carbohidrato de origen natural compuesto por carbono, oxígeno e hidrógeno (carb-o-hidrato). Los azúcares blancos son alimentos muy puros con más del 99% de sacarosa. Los azúcares crudos poseen un contenido algo menor de sacarosa (> 94%) pues conservan aún parte de la miel a partir de la cual fueron fabricados.⁴²

- ✓ **Colorante vegetal rojo:** La práctica de colorear los alimentos tiene una larga tradición. Algunos productos naturales eran ya conocidos por las civilizaciones antiguas, como el azafrán, de color amarillo. Los colorantes alimentarios son unas sustancias que añaden o devuelven el color a los alimentos, y están permitidos siempre que no alteren las cualidades nutritivas o de conservación de los alimentos y que no sean perjudiciales para la salud.

Habitualmente, los colorantes no son consumidos como alimentos por sí mismos y no se consideran ingredientes característicos en alimentación.

⁴² Perafan – Azúcar de caña – Disponible online: <http://www.perafan.com/azucar/ea02azuc.html> - [recuperado en febrero de 2014]

Las últimas disposiciones legislativas tienden a reducir y unificar los colorantes autorizados en diferentes países, suprimiendo la antigua clasificación en naturales y artificiales, puesto que los estudios toxicológicos revelan que el hecho de que un producto sea natural no significa que sea atóxico y que material sintético no es sinónimo de tóxico.

Los colorantes se usan para mejorar el color y el aspecto de los alimentos, aunque no contribuyen a aumentar su calidad ni su valor nutritivo. Este concepto de mejora es muy relativo, dado que, por ejemplo, un zumo de limón natural no tiene el color amarillo intenso que suelen presentar los zumos envasados.

El tipo de colorante a utilizar en la producción de cebollas Ocañeras es el E-162. Rojo de remolacha, betanina, betalaína: Colorante de la remolacha roja. Es una mezcla muy compleja de la que aún no se conocen todos sus componentes. Resistente a los ácidos, es fácilmente alterable por calentamiento, en especial en presencia de aire, pasando de rojo a marrón. Se usa en postres, helados, derivados lácteos, bebidas refrescantes, conservas vegetales y de pescado, mermeladas, yogures y encurtidos de verduras como las cebollas.⁴³

- ✓ **Vinagre blanco:** El vinagre blanco es un producto elaborado a partir de ácido acético. Grado alimenticio de síntesis orgánica, en una concentración de acidez baja, esta característica permite que pueda ser utilizado en la preparación de alimentos sin ningún riesgo para el consumidor.⁴⁴

"Es un ácido orgánico débil", explica a BBC Mundo Jorge Roldán, químico de profesión, que "se obtiene a partir de una reacción química de oxidación que transforma la glucosa en ácido acético".

⁴³ Planeta saber – colorantes – Disponible online: <http://www.planetasaber.com/theworld/gats/secciones/cards/default.asp?pk=796&art=59> – [Recuperado en febrero de 2014]

⁴⁴ Pronaca foodservice – Vinagre blanco – Disponible online: <http://www.pronaca.com/site/principalFood.jsp?arb=1123&cat=25> – [Recuperado en febrero de 2014]

"Tiene efectos bactericidas porque cambia el pH (la medida de acidez o alcalinidad de las sustancias)", dice Roldán. Por eso, muchas bacterias que sobreviven en un medio alcalino mueren al contacto con el ácido.⁴⁵

Para la producción de cebollas Ocañeras se requieren las siguientes cantidades de materia prima.

Tabla 25. Materia prima requerida cebollas rojas

Materia prima	Cantidad requerida (gr)
Cebollas Ocañeras pequeñas	2650
Vinagre	650
Sal	120
Azúcar	120
Colorante vegetal rojo	40

Fuente: Autor del proyecto

Tabla 26. Materia prima requerida cebollas blancas

Materia prima	Cantidad requerida (gr)
Cebollas Ocañeras pequeñas	2650
Vinagre	650
Sal	100
Azúcar	120
Colorante vegetal rojo	0

Fuente: Autor del proyecto

⁴⁵ BBC Mundo - ¿Por qué el vinagre es bueno para tantas cosas? – Disponible online: http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2014/02/140204_ciencia_usos_domesticos_vinagre_np.shtml - [Recuperado en febrero de 2014]

Las anteriores cantidades provienen de la receta original de las cebollas Ocañeras encurtidas y mediante pruebas se obtuvieron los pesos exactos de cada uno de los ingredientes.

Adicionalmente es necesario tener en cuenta los insumos y materiales que hacen parte del proceso de fabricación de las cebollas como los frascos y etiquetas.

9.8. ESTUDIO DE PROVEEDORES

Para la compra de materia prima se realizaron cotizaciones en Coopasan Bucaramanga y en la plaza de mercado de la rosita, con el fin de tener conocimiento sobre el precio de los ingredientes para la producción. Con respecto a la maquinaria se contactaron 2 diferentes proveedores con el fin de comparar precios y elegir el producto de mejor calidad y precio más favorable. Las páginas web de los proveedores de maquinaria son las siguientes:

<http://www.jjindustrial.com.co/frutas-verduras.php>

<http://www.essen.com.co/peladora-ajos.html>

Para el pago de la materia prima y los insumos se tendrá en cuenta que se debe entregar el 100% del valor de los artículos en el momento de la entrega. Las cotizaciones de la plaza de mercado de la rosita fueron realizadas personalmente y las de la maquinaria fueron vía telefónica.

Tabla 27. Cotización de materia prima

Materia prima	Lugar	Precio
Cebolla	P. Mercado la rosita	\$75.000 / 50kg
Vinagre	Coopasan	\$6.000 / 4lt
Sal	P. Mercado la rosita	\$2.000 / 3kg
Azúcar	P. Mercado la rosita	\$1.500 / kg
Colorante	Suquin Ltda.	\$30.000 / lb

Fuente: Plaza de mercado la rosita, Coopasan y Suquin Ltda.

Cotización de envases

Los envases se cotizaron en dos empresas. Una de ellas es Unicor s.a. ubicada en Bucaramanga y vende los envases de 4000gr a \$2.100 con tapa. La otra empresa es Discordoba s.a.s. esta última vende los envases a \$1.950 con tapa pero se encuentra ubicada en Bogotá. Por cuestiones de costos de envíos a la ciudad de Bucaramanga donde estará ubicada la planta de producción en más viable Unicor s.a.

Etiquetas

Las etiquetas tendrán una medida de 10 x 25 cm, serán impresas por la empresa de publicidad Icnova y se imprimen 1000 Uds. en \$400.000 con troquel incluido a full color.

9.9. DISTRIBUCION DE PLANTA

La distribución de planta en su desarrollo tiene en cuenta las normatividades establecidas en el decreto 3075 de 1997⁴⁶, este decreto tiene como objetivo dirigirse a las empresas que fabriquen o procesen alimentos para supervisar la correcta manipulación de los mismos.

La planta de producción cuenta con un solo nivel y un baño. Ya que la producción no es muy grande el espacio escogido se adapta a la perfección con el tamaño necesario. La bodega cuenta con agua luz y gas por lo tanto las modificaciones que habría que hacerle no son tan complicadas.

Los planos de la distribución de la planta son realizados en Microsoft Office Visio y está dividido por etapas según el orden de la producción.

Etapas 1: Recepción de materia prima

⁴⁶Decreto 3075 – Disponible online: http://www.legicol.com/lejuro40/Decreto_3075_de_1997.pdf
[Recuperado en febrero de 2014]

- Mesón de acero inoxidable con desagüe para facilitar la limpieza de las cebollas
- Canastillas de almacenamiento y fácil transporte
- Agua potable
- Bodega de almacenamiento de materia prima en un lugar fresco y seco según parámetros de almacenamiento en el numeral 9.10.

Etapas 2

- Lavado, pelado de la cebollas
- Canastillas de almacenamiento y fácil transporte
- Agua potable
- Desagüe para fácil limpieza

Etapas 3

- Cocción, escurrido de las cebollas
- Canastillas de almacenamiento y fácil transporte
- Agua potable
- Conexión de gas
- Campana extractora de gases
- Desagüe para fácil limpieza

Etapas 4

- Llenado de los frascos con el producto parcialmente
- Canastillas de almacenamiento y fácil transporte
- Agua potable
- Desagüe para fácil limpieza

- Almacenamiento de producto en proceso según parámetros de almacenamiento en el numeral 9.10.

Etapas 5.

- Aplicación de conservantes y colorantes
- Canastillas de almacenamiento y fácil transporte
- Agua potable
- Desagüe para fácil limpieza

Etapas 6.

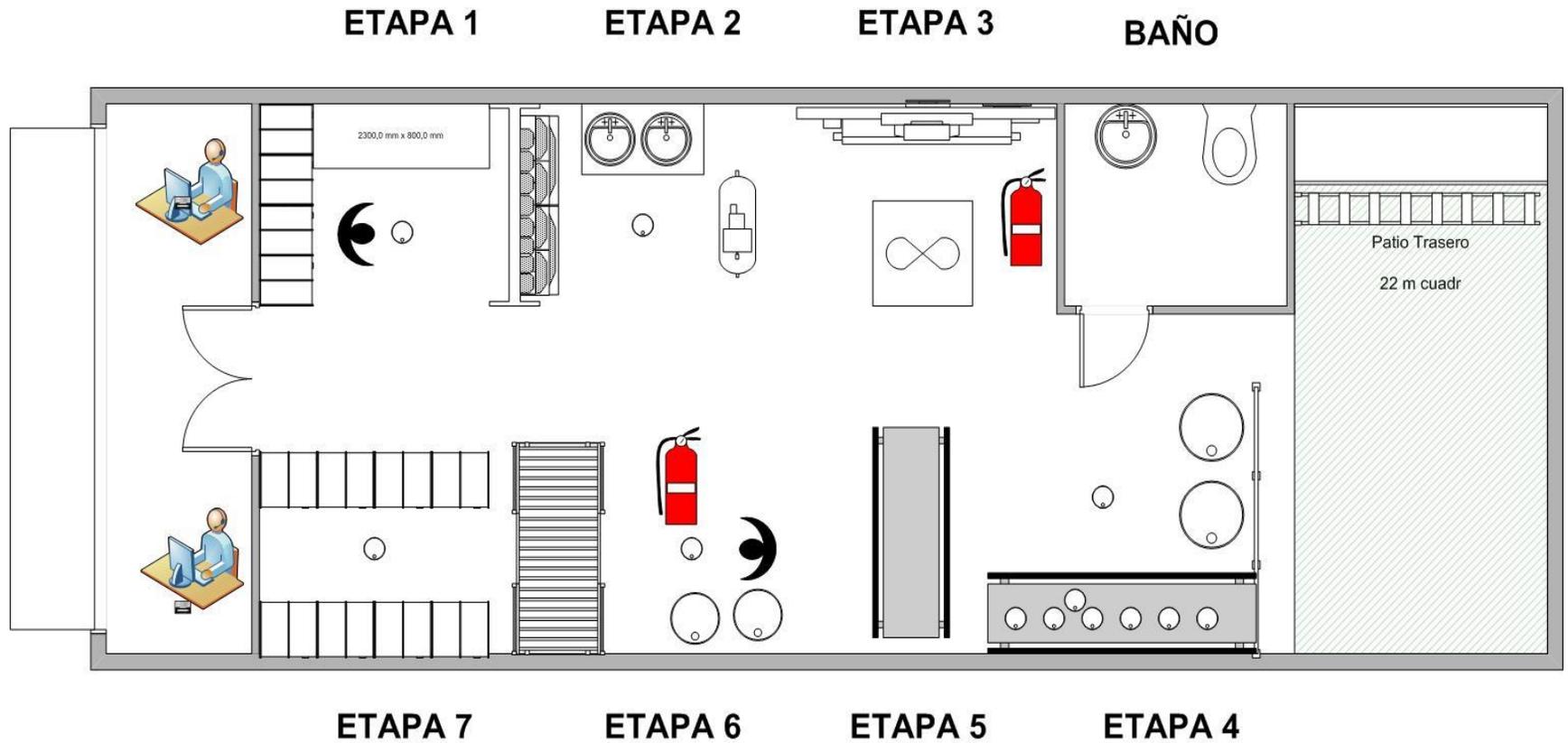
- Llenado de los frascos y esterilización del producto
- Canastillas de almacenamiento y fácil transporte
- Agua potable
- Conexión de gas
- Campana extractora de gases
- Desagüe para fácil limpieza

Etapas 7.

- Etiquetado y control de calidad
- Bodega de almacenamiento producto en proceso
- Utensilios de limpieza del producto final para excelente presentación

El área dedicada a la producción es el 78.9% del tamaño total de la bodega que equivale a 105mts cuadrados. El otro 21.1% está dedicado a administración y atención al cliente y son 28mts cuadrados.

Imagen 17. Distribución de planta



Fuente: Autor del proyecto

9.10. CONDICIONES DE ALMACENAMIENTO Y TRANSPORTE

Para el almacenamiento de la materia prima se debe tener en cuenta que para mejor conservación de los productos se deben almacenar en lugares frescos y secos donde no haya exposición solar ni humedad. Para el caso de las cebollas Ocañeras, el producto se almacenara a temperatura ambiente.

Como los puntos de entrega del producto para los clientes quedan en la misma ciudad, no pasaran mucho tiempo expuestos a altas temperaturas o a cambio bruscos de temperatura.

Para poder conservar el producto de una manera correcta es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos:

Exposición a la luz: Cuando el producto es expuesto a luz solar las características de color, sabor, acidez y propiedades físicas son alteradas, por tal efecto es importante no exponer el producto a la luz solar.

Temperatura: La temperatura y sus cambios bruscos ayudan a la proliferación de microorganismos que ayudarían a descomponer el producto. Debido a esto el lugar de almacenamiento del producto debe ser fresco y no estar expuesto a cambios bruscos de temperatura.

Tiempo: Debe respetarse la fecha de vencimiento del producto. Aunque el producto cuente con correctas prácticas de elaboración y contenga conservantes, es importante que se consuma antes de la fecha sugerida.

9.11. CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO

- Una vez realizado el estudio técnico se pudo concluir que es viable cubrir el 100% de la demanda inicial con los trabajadores asignados y cumpliendo el horario que se estudió.
- Se estableció que el lugar más apropiado para instalar la planta de producción es en el barrio la concordia de Bucaramanga ya que tiene una favorable cercanía con los proveedores, es un punto central para realizar las entregas a los clientes, cuenta con fluidas vías de acceso en perfecto estado, además de contar con servicios públicos a buen precios y un arriendo cómodo.
- Se estipularon los factores más importantes en el momento del almacenamiento y el transporte con el fin de hacer llegar a los clientes el producto en excelentes condiciones y resaltando la importancia de las reglas y normas de conservación.
- El proceso de producción consta de 7 etapas divididas por funciones y procesos especiales acorde con la materia prima y los insumos requeridos para cada una de las operaciones.
- Se concluye que la planta tiene una capacidad mayor a la demanda inicial llegando a las 4800 unidades como capacidad diseñada, 648 unidades en la capacidad instalada y el porcentaje de utilización de la planta en un solo turno es del 33.9%. El diseño de la capacidad de la planta se hace con el fin de buscar un aprovechamiento a futuro para más pedidos y de la misma manera cumplir desde el comienzo con los pedidos, considerando que la primera impresión que tengan los clientes de la empresa es muy importante para el futuro de la misma.

10. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

El estudio administrativo es una etapa de la evaluación del proyecto muy importante ya que el éxito de la organización depende de un manejo administrativo correcto y debidamente estructurado. Dentro de este estudio se analizan factores importantes como los costos de constitución de la empresa, diligencias tributarias, impuestos y estructura administrativa.

10.1. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

En su inicio, la empresa necesita establecer los parámetros actuales y por ende se debe crear la misión, ya que con esta se sabe de manera superficial cuáles son sus intenciones como organización y sus objetivos actuales. De la misma manera requiere tener una proyección a largo plazo con metas establecidas y para esto se constituye una visión.

10.1.1. Declaración de la misión

Conservas Bareke es una empresa cuya misión es la producción y comercialización de cebollas encurtidas en vinagre que satisfagan las necesidades de alimentación típica nacional e internacional de población Bumanguesa, manteniendo un enfoque departamental y nacional con calidad superior, servicio e innovación.

10.1.2. Declaración de la visión

Para el año 2020, Bareke será reconocida como una de las diez empresas líderes en el mercado colombiano de productos encurtidos y en conserva en cuanto a la participación del mercado, calidad y rentabilidad. Para este año la empresa cubrirá el mercado nacional de los restaurantes de comida típica.

10.1.3. Formulación de objetivos y estrategias

Establecer los objetivos de la empresa es muy importante ya que permite tener claridad de lo que la empresa quiere hacer en el mercado y a dónde quiere llegar con su producto. De la misma manera basándose en los objetivos se logran crear las estrategias para cumplirlos.

Objetivo general

Fomentar el consumo de cebolla ocañera encurtida en vinagre, por medio de promociones, innovación del producto, aseguramiento de la calidad y la tradición del sabor, con el fin de rescatar la producción de esta cebolla en el departamento de norte de Santander especialmente en Ocaña.

Objetivos específicos

- ✓ Satisfacer la demanda de cebollas encurtidas en vinagre de los restaurantes de comida típica en Bucaramanga, siguiendo las estrategias en el plan de marketing con el fin de cumplir con la demanda del mercado.
- ✓ Preparar al equipo de trabajo, específicamente al personal de ventas sobre la problemática de la importación de cebolla peruana, por medio de campañas y capacitaciones, buscando que el producto sea comercializado con el objetivo principal de rescatar la producción ocañera.
- ✓ Asegurar la satisfacción de los clientes, por medio de excelentes servicios post venta, servicio a domicilio y opción de sugerencias, todo encaminado a que el cliente se sienta en su derecho de solicitar lo que quiere y lo hace sentir complacido.
- ✓ Establecer relaciones y acuerdos de compra con los proveedores para adquirir descuentos y abastecimiento por medio de contratos y acuerdo de cantidades.

Estrategias

- ✓ Por medio de capacitaciones, mantener al personal preparado para todas las funciones de la organización ya que es de vital importancia asegurar el buen conocimiento de todo el personal pues esto se verá reflejado en el producto.
- ✓ Prestar especial atención a las sugerencias, inquietudes y molestias de los clientes con el fin de asegurar la satisfacción de los mismos y así poder mejorar las falencias que se presenten.
- ✓ Mantener un estricto control de calidad en la llegada de materia prima y en la selección de los ingredientes con el fin de asegurar las buenas condiciones del producto.
- ✓ Realizar campañas de motivación para los clientes enfocadas al objetivo de rescatar la excelencia de los cultivos de cebolla de tierra norte santandereana e incrementar las ventas de las mismas.
- ✓ El personal de trabajo en la empresa se someterá a pruebas que evalúen su preparación y sus capacidades para desempeñar las labores que la empresa demanda. Esto con el fin de contar con un personal que trasmita al producto excelentes prácticas de manufactura y comercialización.
- ✓ Motivar a los clientes con promociones por pronto pago de los pedidos, premiar su fidelidad y realizar campañas de recolección de envases como en el estudio de mercados arrojo la encuesta. Esto con el fin de mantener a los clientes tranquilos y a gusto con el producto.

10.1.4. Emprendimiento

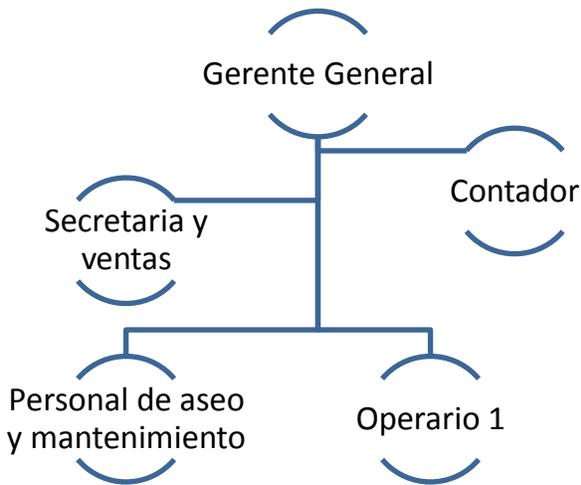
La idea de emprendimiento nace en un estudiante de Ingeniería Industrial de la Universidad Pontificia Bolivariana, que descubre la problemática que atraviesa en este momento Norte de Santander con la poca demanda de sus cultivos de cebolla. De esta manera se crean ideas de fomentar el consumo de esta cebolla alrededor del país con el fin de apoyar la agricultura ocañera.

La cebolla ocañera es más conocida como cebollita en vinagre. Debido a que esta cebolla se consume mucho en los restaurantes como ingredientes de menús típicos, surge una opción de negocio aprovechando a Bucaramanga como capital de Santander, tierra de turismo y gastronomía típica colombiana para desarrollar el proyecto.

10.1.5. Estructura organizacional

Como la empresa inicia con una demanda tan pequeña, se puede comenzar con una estructura organización no muy extensa pero con funciones muy bien distribuidas como se evidencia en el siguiente gráfico.

Grafico 7. Estructura organizacional de la empresa



Fuente: Autor del proyecto

El grafico 7. Se puede evidenciar la estructura organizacional. Las funciones de cada uno de los empleados se distribuyen así:

- **Gerente:** Revisión de contabilidad, diseño de estrategias de marketing, pago de nómina, logística y supervisión en la producción
- **Secretaria:** Contabilidad, servicio post venta, ventas y recepción telefónica.
- **Personal de mantenimiento y aseo:** Mantenimiento y supervisión de funcionamiento correcto de la maquinaria de la planta y aseo de la misma.
- **Operarios:** Producción y organización del producto en sus etapas correspondientes.
- **Contador:** Contabilidad general de la empresa

10.1.6. Definición de la planta de personal

Manual de funciones

Para el manual de funciones se tiene como referencia el formato de perfil del cargo de la Universidad Nacional de Colombia⁴⁷ - **Anexo B**

Estructura salarial

El personal de conservas Bareke será seleccionado y evaluado por el gerente, esto debido a que es la persona con adecuados criterios para elegir que personal es apto para un trabajo adecuado.

La contratación del personal se realizara a contratos de trabajo. Los contratos de trabajo no dejaran a un lado el pago debidamente revisado de prestaciones.

⁴⁷ Universidad Nacional de Colombia – formato de perfil de cargo – Disponible online: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:nXKeXh2MnYYJ:www.unal.edu.co/dnp/Archivos_base/formato%2520perfil%2520cargo%2520v%2520jul%252026%252005.xls+&cd=8&hl=en&ct=clnk&gl=co – [Recuperado en febrero de 2014]

Los salarios del personal se evidencian en la siguiente tabla y están sujetos a modificaciones.

Tabla 28. Estructura salarial

Cargo	# Empleados	Personas a cargo	Salario y honorarios	Total salarios
Gerente	1	4	\$ 1.700.000	\$ 1.700.000
Contador	1	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Secretaria	1	0	\$ 800.000	\$ 800.000
Aseo	1	0	\$ 616.000	\$ 616.000
Operarios	1	0	\$ 616.000	\$ 616.000
TOTAL			\$ 4.032.000	\$ 4.032.000

Fuente: Autor del proyecto

Tabla 29. Prestaciones

TRABAJADOR		Gerente	Secretaria	Aseo	Operarios
Salario		\$ 1.700.000	\$ 800.000	\$ 616.000	\$ 616.000
Auxilio de transporte			\$ 72.000	\$ 72.000	\$ 72.000
Total salario devengado		\$ 1.700.000	\$ 872.000	\$ 688.000	\$ 688.000
Cesantías	8,330%	\$ 141.610	\$ 72.638	\$ 57.310	\$ 57.310
Prima	8,330%	\$ 141.610	\$ 72.638	\$ 57.310	\$ 57.310
Vacaciones	4,170%	\$ 70.890	\$ 36.362	\$ 28.690	\$ 28.690
Interés sobre cesantías	1,000%	\$ 17.000	\$ 8.720	\$ 6.880	\$ 6.880
Salud	4,000%	\$ 68.000	\$ 34.880	\$ 27.520	\$ 27.520
Aporte pensión	12,000%	\$ 204.000	\$ 104.640	\$ 82.560	\$ 82.560
ARP	0,522%	\$ 8.874	\$ 4.552	\$ 3.591	\$ 3.591
Cajas compensacion	4,000%	\$ 68.000	\$ 34.880	\$ 27.520	\$ 27.520
Total prestaciones		\$ 583.984	\$ 299.549	\$ 236.342	\$ 236.342

Fuente: Autor del proyecto

10.2. COSTOS DE CONSTITUCIÓN Y PROCEDIMIENTO

Tabla 30. Costos de constitución

Legalización y licencias de funcionamiento	Valor
Constitución	\$ 28.000
Derechos de inscripción	\$ 336.000
Derechos de registro	\$ 45.000
Valor certificados	\$ 6.500
Formularios	\$ 4.300
Registro de proponentes	\$ 412.000
Registro de libros	\$ 42.700
Registro sanitario	\$ 3.223.733
Lanzamiento del producto	\$ 800.000
Estudio técnico	\$ 1.000.000
TOTAL	\$ 8.398.233

Fuente: Autor del proyecto

10.2.1. Estudio de homonimia

El estudio de homonimia tiene como objetivo la verificación de igualdad de nombres entre la empresa que se va a crear y otra existente. El estudio de homonimia fue realizado en: <http://www.sintramites.com/sintramites/General/Homonimia.aspx> y la referencia se encuentra como **Anexo C**

10.2.2. Tipo de sociedad y minuta de constitución

Conservas Bareke se constituirá como empresa unipersonal. Esto debido a que solo existe un socio.

Constitución: La constitución de una empresa unipersonal es solemne, pues debe efectuarse por escrito, es decir, documento privado o escritura pública cuando se aportan bienes inmuebles, y con estricta sujeción a las reglas contempladas en el artículo 72 de la Ley 222 de 1995.

Si se constituye por documento privado, éste deberá ser reconocido por el constituyente o empresario ante juez o notario o presentado personalmente ante el secretario de la cámara.

Requisitos: El documento mediante el cual se constituya la empresa debe contener la siguiente información:

- Nombre, documento de identidad, domicilio y dirección del empresario.
- Denominación o razón social de la empresa, seguida de la expresión “empresa unipersonal” o de su sigla E.U., so pena de que el empresario responda ilimitadamente.
- El domicilio de la empresa.
- El término de duración, si éste no fuere indefinido.
- Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la empresa podrá realizar cualquier acto lícito de comercio.
- El monto del capital haciendo una descripción pormenorizada de los bienes aportados con estimación de su valor. El empresario responderá por el valor asignado a los bienes en el documento constitutivo.
- El número de cuotas de igual valor nominal en que se dividirá el capital de la empresa.
- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores.

La empresa unipersonal, una vez inscrita en el registro mercantil, forma una persona jurídica distinta del empresario.

Las aclaraciones de las escrituras públicas deberán hacerse por este mismo medio. Sin embargo, las reformas de estatutos, podrán realizarse por documento privado con presentación personal ante Notario Público o ante el funcionario designado por la Cámara de Comercio, independientemente, de que la constitución se hubiere elevado a escritura pública, a menos que se aumente capital y se aporte un bien inmueble. Dicho documento se inscribe en la Cámara de Comercio del domicilio de la empresa unipersonal.

Cuando el empresario lo estime conveniente podrá aumentar el capital de la empresa unipersonal mediante el aporte de nuevos bienes, para lo cual suscribirá el

correspondiente documento privado o público, según se trate de bienes muebles o inmuebles, como sucede para la constitución de la empresa. Podrá así mismo disminuir el capital, pero en este caso, con sujeción a lo dispuesto en el artículo 145 del Código de Comercio, respecto de la autorización previa de la Superintendencia de Sociedades, en el evento que se produzca un efectivo reembolso de aportes.

Recomendaciones

- ✓ Antes de asignar nombre a la empresa, verifique que no exista registrado un nombre igual o similar al que se va a utilizar.
- ✓ En caso de aportes de bienes inmuebles, que incluya linderos y número de matrícula inmobiliaria y otorgarse la correspondiente escritura pública. En este caso, debe presentar ante la Cámara el recibo de pago del impuesto de registro por los derechos cancelados ante la Oficina de Registro de Instrumentos Públicos.
- ✓ Para que pueda prorrogarse el término de duración de la empresa unipersonal, el documento de reforma debe ser inscrito con anterioridad al vencimiento del término de duración.⁴⁸

10.2.3. Consulta de viabilidad de uso de suelos

La consulta del uso del suelo se realizó en:

<http://www.sintramites.com/sintramites/General/UsodeSuelo.aspx>.

FABRICA DE ALIMENTOS: Es el establecimiento en el cual se realice una o varias operaciones tecnológicas, ordenadas e higiénicas, destinadas a fraccionar, elaborar, producir, transformar o envasar alimentos para el consumo humano.

⁴⁸ Cámara de comercio de Cali – Empresas unipersonales (EU) – Disponible online: <http://www.ccc.org.co/servicios/registros-publicos/mercantil/tramites/constituciones-reformas-y-nombramientos/empresas-unipersonales-eu> - [Recuperado en febrero de 2014]

REQUISITOS:

CAPITULO VIII. RESTAURANTES Y ESTABLECIMIENTOS DE CONSUMO DE ALIMENTOS

ARTICULO 36. CONDICIONES GENERALES: Los restaurantes y establecimientos destinados a la preparación y consumo de alimentos cumplirán con las siguientes condiciones sanitarias generales:

- ✓ Se localizaran en sitios secos, no inundables y en terrenos de fácil drenaje.
- ✓ No se podrán localizar junto a botaderos de basura, pantanos, ciénagas y sitios que puedan ser criaderos de insectos y roedores
- ✓ Los alrededores se conservarán en perfecto estado de aseo, libres de acumulación de basuras, formación de charcos o estancamientos de agua.
- ✓ Deben estar diseñados y contruidos para evitar la presencia de insectos y roedores.
- ✓ Deben disponer de suficiente abastecimiento de agua potable.
- ✓ Contaran con servicios sanitarios para el personal que labora en el establecimiento, debidamente dotados y separados del área de preparación de los alimentos.
- ✓ Deberán tener sistemas sanitarios adecuados, para la disposición de aguas servidas y excretas.
- ✓ Contaran con servicios sanitarios para uso del público, separados para hombres y mujeres, salvo en aquellos establecimientos en donde por razones de limitaciones del espacio físico no lo permita caso en el cual podrán emplearse los servicios sanitarios de uso del personal que labora en el establecimiento y los ubicados en centros comerciales.

ARTICULO 37. CONDICIONES ESPECÍFICAS DEL AREA DE PREPARACION DE ALIMENTOS. El área de preparación de los alimentos, cumplir con las siguientes condiciones sanitarias específicas:

Los pisos deben estar contruidos con materiales que no generen sustancias o contaminantes tóxicos, resistentes, no porosos, impermeables no absorbentes, no deslizantes y con acabados libres de grietas o defectos que dificulten la limpieza, desinfección y el mantenimiento sanitario.

El piso de las áreas húmedas debe tener una pendiente mínima de 2% y al menos un drenaje de 10cm de diámetro por cada 40m² de área servida; mientras que en las áreas de baja humedad ambiental y en los depósitos, la pendiente mínima será del 1% hacia los drenajes, se requiere de al menos un drenaje por cada 90 m² de área servida.

Las paredes deben ser de materiales resistentes, impermeables, no absorbentes y de fácil limpieza y desinfección. Además hasta una altura adecuada, las mismas deben poseer acabado liso y sin grietas, pueden recubrirse con material cerámico o similar o con pinturas plásticas de colores claros que reúnan los requisitos antes indicados.

Los techos deben estar diseñados de manera que se evite la acumulación de suciedad, la condensación, la formación de hongos, el desprendimiento superficial y además se facilite la limpieza y el mantenimiento.

Los residuos sólidos deben ser removidos frecuentemente del área de preparación de los alimentos y disponerse de manera que se elimine la generación de malos olores, el refugio y alimento para animales y plagas y que no contribuya de otra forma al deterioro ambiental.

Deben disponerse de recipientes, locales e instalaciones para la recolección y almacenamiento de los residuos sólidos, conforme a lo estipulado en las normas sanitarias vigentes.

Deberá disponerse de recipientes de material sanitario para el almacenamiento de desperdicios orgánicos debidamente tapados, alejados del lugar donde se preparan los alimentos y deberán ser removidos y lavados frecuentemente.

Se prohíbe el acceso de animales domésticos y la presencia de personas diferentes a los manipuladores de alimentos.

Se prohíbe el almacenamiento de sustancias peligrosas en la cocina o en las áreas de preparación de los alimentos.⁴⁹

⁴⁹Centro de atención empresarial - Decreto No. 3075 de 1997, expedido por el Ministerio de Salud hoy, Ministerio de la Protección Social – Disponible online: <http://www.sintramites.com/sintramites/General/UsodeSuelo.aspx> - [Recuperado en febrero de 2014]

10.2.4. Trámites ante la cámara de comercio

Para la debida conformación de la empresa se requieren trámites ante la Cámara de Comercio. En el **Anexo E** se evidencia la Guía Diligenciamiento Formulario RUES

Registro Único Empresarial (Carátula Única)

Este documento debe diligenciarse en la Cama de Comercio, incluyendo en este la información necesaria de constitución:

- ✓ Razón social de la empresa.
- ✓ Nombre comercial.
- ✓ Dirección.
- ✓ Tipo de organización.
- ✓ Fecha de constitución.
- ✓ Estado actual de la empresa.
- ✓ Actividad económica.

Registro de libros

Solamente las personas jurídicas, deben registrar ante la Cámara de Comercio los siguientes Libros:

- ✓ El libro de registro de socios o accionistas
- ✓ El libro de actas de asamblea y junta de socios

Requisitos para solicitar el registro de libros

Presente el formato de solicitud de libros diligenciado y firmado por el representante legal, revisor fiscal o contador de la entidad que contenga lo siguiente:

- ✓ Fecha de solicitud
- ✓ Nombre completo de la entidad a quien pertenezcan los libros.

- ✓ Nombre o destinación de los libros que solicita inscribir.
- ✓ Cantidad de hojas útiles de cada libro y en que numeración comienza y en cual numeración termina. Ejemplo: 10 hojas, desde la hoja 11 a la hoja 20.
- ✓ Código de cada libro, si es de hojas continuas

Requisitos de los libros

- ✓ Se registran libros únicamente en blanco.
- ✓ Cada libro debe presentarse: debidamente rotulado, con el nombre de la entidad a que pertenecen y su destinación. (Ej. libro de actas), cada libro debe llevar una numeración sucesiva y continua.
- ✓ Si los libros son de hojas continuas removibles o de tarjetas, debe crearse un código para cada libro.⁵⁰

Requisitos para registrar nuevos libros

Cuando se ha terminado un libro y se va a registrar uno nuevo, debe cumplirse con uno de estos requisitos:

- ✓ Traer el libro anterior.
- ✓ Presentar certificación del revisor fiscal o del contador público que certifique sobre la terminación del libro.

⁵⁰ Cámara de comercio de Bucaramanga – Registro de libros – Disponible online: http://www.camaradirecta.com/index_oficina.php?Id_Master=11&Id_Division=1&Id_Secciones=18&Id_Subseccion=4&Tip_Seccion=1&OpciVerm=0&Tipo_Subseccion0&Idioma=0&front=0&Ord_Seccion=3&Ids_Master=0&seccionactiva=18&secciones=12-21-18-19-22-15-13-17-20-16&sesion=view – [Recuperado en febrero de 2014]

10.2.5. Trámites ante la Dian

La Dirección Nacional de Impuestos DIAN requiere los siguientes trámites:

- ✓ Inscripción del RUT.
- ✓ Actualización del RUT.
- ✓ Cancelación del RUT.
- ✓ Numeración de facturas.
- ✓ Solicitud de acogimiento a beneficios parafiscales.

Para realizar los trámites ante la DIAN:

<https://muisca.dian.gov.co/WebRutMuisca/DefInscripRutCamNatPortal.faces>

10.2.6. Trámites ante la alcaldía

Registro de industria y comercio

El registro de industria y comercio es el trámite mediante el cual se obtiene la legalidad para el funcionamiento de establecimientos de industriales, comerciales, de servicios, del sector financiero, oficinas, bodegas y consultorios garantizado el cumplimiento de las normas sanitarias, seguridad y salubridad que trata la ley 232 de 1995.

Dicho trámite consiste en los estudios que realiza la Administración Municipal a fin de verificar que los establecimientos comerciales para su funcionamiento cumplan con la viabilidad del uso de suelo acorde con el Plan de Ordenamiento Territorial, que se den la condiciones sanitarias de que trata la ley 9 de 1979 y demás requisitos señalados en la ley 232 de 1995, entre los cuales se exige la matrícula mercantil vigente que exige la Cámara de Comercio.

Adicionalmente se registra la persona natural o jurídica como contribuyente del impuesto de industria y comercio que se genera por la realización de actividades industriales,

comerciales o de servicios, desarrollada en el Municipio de Bucaramanga, en forma permanente u ocasional en inmuebles determinados o sin ellos.

Están obligados a registrarse las siguientes personas:

- ✓ Toda persona natural o jurídica que posea dirección comercial en la ciudad de Bucaramanga para el ejercicio de actividades industriales comerciales o de servicios.
- ✓ Toda persona natural o jurídica que posea dirección comercial en la ciudad de Bucaramanga para el ejercicio de actividades industriales comerciales o de servicios y abra sucursales, puntos de venta, bodegas para almacenar bienes o productos, oficinas administrativas adicionales o su sede principal, deberá obtener por cada una de estas un registro de industria y comercio, previo cumplimiento de los requisitos señalados en la Ley del pago de los conceptos liquidados que le resulten a cargo.

Fundamento legal Decreto 099 de 1996, por el cual se reglamentan los requisitos y derechos de cancelación para la Inscripción del registro de industria y comercio y para garantizar el control de la seguridad y salubridad pública de los establecimientos industriales, comerciales o de servicio, con fundamento legal otorgado por la Ley 232 de 1995.

La Administración Municipal a través de la Entidad Bancaria autorizada. Actualmente se hace en el Banco Sudameris, Oficina ubicada en la **Alcaldía de Bucaramanga**.

Costo del trámite

- ✓ Capital entre 0 y 10salarios MLMV, cancela el equivalente a 3 salarios diarios legales vigentes.
- ✓ Capital superior a 10 SMLMV y menor o igual a 20 SMLMV, cancela el equivalente a 5 salarios diarios legales vigentes.
- ✓ Capital superior a 20 y menos o igual a 40 SMLMV, cancela el equivalente a 10 salarios diarios legales vigentes.

- ✓ Capital superior a 40 SMLMV cancela 15 salarios diarios legales vigentes.⁵¹

Cuerpo oficial de bomberos

Con este servicio se espera reducir los riesgos de incendios, accidentes, explosiones u otras situaciones que pongan en peligro la vida y los bienes del ciudadano.

Inspecciones de riesgo en empresas, establecimientos públicos y unidades residenciales
Visita a los establecimientos analizando riesgos tanto en las instalaciones como maquinarias y equipos. Entre los aspectos que se tienen en cuenta están; Aspectos generales, tipo de construcción, materias primas utilizadas, suministros e instalaciones, procesos, desechos del proceso, planta de personal, muebles y enseres de oficinas, maquinaria en la planta, antecedentes de siniestros, información de la brigada, evaluación de riesgos por áreas, capacidad de atención de emergencias, rutas de evacuación, equipos de extinción de incendios entre otras.

Se entrega un informe detallado de la inspección, recomendaciones generales con los siguientes anexos: Informe escrito con recomendaciones.⁵²

10.2.7. Otras regulaciones por tipo de empresa y producto

Como regulación adicional al proceso de legalización de la empresa, el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos **INVIMA** exige el trámite de algunos requisitos para la obtención de un registro sanitario. Estos requisitos se encuentran expuestos en la página web del INVIMA.

Los formatos necesarios para las empresas de alimentos son:

⁵¹ Cámara de Comercio de Bucaramanga – Registro de industria y comercio – Disponible online: http://www.camaradirecta.com/xmod_descargas/images/descargas234.pdf - [Recuperado en febrero de 2014]

⁵² Concepto de seguridad de bomberos de Bucaramanga – Disponible online: http://www.camaradirecta.com/xmod_descargas/images/descargas329.pdf - [Recuperado en febrero de 2014]

- ✓ Formularios de solicitud de registro automático, renovación y actualización de la información de alimentos.
- ✓ Formularios de permiso sanitario para la fabricación y venta de alimentos elaborados por microempresarios y de actualización de la información.
- ✓ Formatos únicos de inscripción de establecimientos.
- ✓ Solicitud de aprobación de publicidad.

Además de los anteriores requisitos, cada uno de los operarios de la empresa debe recibir capacitaciones sobre la manipulación de alimentos.⁵³

10.2.8. Gastos de constitución

10.3. GESTION DE LEGALIZACION TRIBUTARIA Y LABORAL

10.3.1. Compromisos tributarios

Esto están compuestos por el IVA, retención en la fuente, impuesto de renta, impuesto de industria y comercio, y son impuestos que se deben pagar una vez ya esté funcionando la empresa.

Impuesto al valor agregado (IVA): El IVA es un impuesto nacional a los consumos que se aplica en cada una de las etapas del proceso económico, en proporción al valor agregado del producto y la prestación de servicios.

Algunas de las ventajas que presenta el IVA es que aunque inicialmente genere reacciones adversas, con el tiempo tiende a hacerse transparente; además garantiza

⁵³ INVIMA – Plegable de requisitos – Disponible online: https://www.invima.gov.co/images/pdf/tramites-y-servicios/requisitos/Plegable_Alimentos.pdf - [Recuperado en febrero de 2014]

mayor frecuencia del recaudo, ya que como se presenta bimestralmente mejora la liquidez del gobierno

El IVA en Colombia es del 16%⁵⁴

Retención en la fuente: Es un mecanismo para recaudar impuestos (Renta, IVA, Timbre, entre otros) anticipadamente. El efecto sobre los impuestos es que en el momento en el que se declara, estos valores podrán ser deducidos del valor total del impuesto. Para las personas no declarantes, la retención en la fuente será el impuesto.⁵⁵

Impuesto de renta y complementarios: El impuesto sobre la renta y complementarios es un solo gravamen integrado por los impuestos de renta y los complementarios de ganancias ocasionales y de remesas.

Las ganancias ocasionales son todos aquellos ingresos que se generan en actividades esporádicas o extraordinarias. Se obtienen por el acontecimiento de determinados hechos que no hacen parte de la actividad cotidiana o regular del contribuyente, por el azar o por la mera liberalidad de las personas, salvo cuando hayan sido taxativamente señalados como no constitutivos de renta ni de ganancia ocasional.

El hecho generador del impuesto complementario de remesas es la transferencia al exterior de Rentas de Ganancias ocasionales obtenidas en Colombia, cualquiera que sea el beneficiario o destinatario de la transferencia, salvo lo previsto para aquellos ingresos que no obstante constituir renta o ganancia ocasional gravadas en Colombia, no están sometidas a este impuesto complementario por expresa disposición legal.

El impuesto sobre la renta grava todos los ingresos que obtenga un contribuyente en el año, que sean susceptibles de producir incremento neto del patrimonio en el momento de

⁵⁴ Universidad EAFIT - ¿Qué es el IVA? – Disponible online: <http://www.eafit.edu.co/escuelas/administracion/consultorio-contable/Documents/boletines/fiscal/b3.pdf> -[Recuperado en febrero de 2014]

⁵⁵ Universidad EAFIT - ¿Qué es el IVA? – Disponible online: <http://www.eafit.edu.co/escuelas/administracion/consultorio-contable/Documents/boletines/fiscal/b5.pdf> -[Recuperado en febrero de 2014]

su percepción, siempre que no hayan sido expresamente exceptuados, y considerando los costos y gastos en que se incurre para producirlos.⁵⁶

10.3.2. Compromisos laborales

Sistema de seguridad social en salud: El Sistema de Seguridad Social en Salud (SGS-SS) es la forma como se brinda un seguro que cubre los gastos de salud a los habitantes del territorio nacional, colombianos y extranjeros. Usted se afilia a la Entidad Promotora de Salud (EPS) que prefiera, recibe su Carnet de Salud y entra a formar parte del Sistema de Seguridad Social en Salud. Los servicios los recibe a través de una Institución Prestadora de Servicios (IPS), que como verá más adelante, le traerá muchos beneficios.

El Sistema General de Seguridad Social en Salud funciona en dos regímenes de afiliación: el Régimen Contributivo y el Régimen Subsidiado. En esta cartilla se abordará el Régimen Contributivo, al cual se deben afiliar las personas que tienen una vinculación laboral, es decir, con capacidad de pago como los trabajadores formales e independientes, los pensionados y sus familias.⁵⁷

⁵⁶ Universidad EAFIT - ¿Qué es el IVA? - Disponible online: <http://www.eafit.edu.co/escuelas/administracion/consultorio-contable/Documents/boletines/fiscal/b4.pdf> - [Recuperado en febrero de 2014]

⁵⁷ Ministerio de salud - Seguridad social - Disponible online: <http://www.minsalud.gov.co/Documentos%20y%20Publicaciones/GUIA%20INFORMATIVA%20DEL%20REGIMEN%20CONTRIBUTIVO.pdf> - [Recuperado en febrero de 2014]

Aportes parafiscales y caja prestacional:

Tabla 31. Parafiscales y caja prestacional

	EMPLEADOR	TRABAJADOR
Cesantías	8.33%	
Interés sobre cesantías	1%	
Prima de servicios	8.33%	
Pensión	12%	4%
Vacaciones	4.17%	
Caja de compensación	4%	

Fuente: Autor del proyecto

10.4. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

- Una vez realizado el estudio técnico se puede concluir que es de vital importancia tener en cuenta los objetivos de la empresa para poder plantear estrategias y planes de trabajo que conlleven de la mejor manera al cumplimiento de dichas metas y objetivos.
- Es importante contar con el personal adecuado para cada una de las funciones de la organización y de la misma manera tener claro el manual de funciones de cada uno de los empleados.
- Mantener siempre todos los pagos a los empleados y al estado con el fin de evitar cualquier complicación legal.
- Es importante realizar estudios de manera regular con el fin de mantenerse actualizado sobre el comportamiento de la demanda, personal, proveedores y mantenerse informado sobre los cambios en el mercado.

11. ESTUDIO FINANCIERO

En el presente estudio financiero las proyecciones se realizaron a precios constantes (sin aumento de precios o sin tasa de inflación), haciendo la debida evaluación bajo dicha modalidad, lo cual es más real que hacerla con proyecciones financieras a precios corrientes (es decir con aumento de precios o con tasa de inflación por cada año).

11.1. INVERSIONES

En los siguientes numerales se encontrara toda la información relacionada con la inversión inicial para dar comienzo al proyecto.

11.1.1. Inversión fija

La inversión fija se constituye por los equipos de oficina, equipos y maquinaria necesarios para la producción.

Tabla 32. Inversión fija

		VALOR INVERSION
INVERSIONES FIJAS:	No. años para depreciación	
Terrenos	0	\$ 0
Edificaciones, locales, oficinas	20	\$ 0
Maquinaria y equipos básicos	10	\$ 17.845.000
Muebles y escritorios de oficina	10	\$ 1.680.000
Equipo de cómputo con software e impresoras	5	\$ 3.000.000
Vehículo	5	\$ 0
Motocicleta	5	\$ 0
Herramientas menores		\$ 500.000
TOTAL INVERSION FIJA		\$ 23.025.000

Fuente: Autor del proyecto

11.1.2. Inversión diferida

La inversión diferida consta de las inversiones que se realizan antes de dar comienzo a la producción y se hace con el fin de adecuar la planta de producción, legalización y todo lo relacionado con los trámites legales para el funcionamiento de la empresa.

Tabla 33. Inversión diferida

INVERSION DIFERIDA	
Constitución y legalización de la Empresa	\$ 1.674.500
Estudios previos al proyecto	\$ 3.500.000
Permisos, licencias y patentes	\$ 3.223.733
TOTAL INVERSION DIFERIDA	\$ 8.398.233

Fuente: Autor del proyecto

11.1.3. Inversión corriente

Tabla 34. Inversión corriente

INVERSION CORRIENTE	
Caja o bancos	\$ 2.336.790
Cartera comercial	\$ 4.452.000
Inventario Producto terminado	\$ 875.583
Inventario Materia Prima	\$ 1.360.558
TOTAL INVERSION CORRIENTE	\$ 9.024.930

Fuente: Autor del proyecto

11.1.4. Inversión total

La siguiente tabla describe de manera detallada la inversión inicial necesaria para iniciar producción del producto

Tabla 35. Inversión total

CONCEPTO	VALOR
Inversión fija	\$ 23.025.000
Inversión diferida	\$ 8.398.233
Inversión corriente	\$ 9.024.930
TOTAL	\$ 40.448.163

Fuente: Autor del proyecto

11.1.5. Fuentes de financiación

Como capital propio para la inversión inicial se cuenta con \$ 12.134.449 y se financiarían \$ 28.313.714 con un interés del 18.14% según el Banco de la Republica, tasas de interés para créditos de colocación.

Tabla 36. Fuentes de financiación

TOTAL INVERSION	\$ 40.448.163
Aporte de los socios	\$ 12.134.449
Financiación	\$ 28.313.714

Fuente: Autor del proyecto

Tabla 37. Crédito financiero

GASTOS FINANCIEROS	Año 1	Año 1	Año 1	Año 1	Año 1
Intereses sobre crédito	\$ 3.982.094	\$ 2.415.368	\$ 848.643	\$ 0	\$ 0
Gastos Bancario	\$ 712.320	\$ 726.544	\$ 741.104	\$ 755.888	\$ 771.008
TOTAL	\$ 4.694.414	\$ 3.141.912	\$ 1.589.747	\$ 755.888	\$ 771.008

Fuente: Autor del proyecto

11.2. COSTOS

En los siguientes numerales se evidencian los costos de producir cebollas Ocañeras encurtidas en vinagre.

11.2.1. Costos fijos

Tabla 38. Costos fijos

Descripción	Costo / mes	Costo / año	Costo aplicable al producto
Arrendamiento	\$ 1.500.000	\$ 18.000.000	\$ 14.202.000
Servicios públicos	\$ 480.000	\$ 5.760.000	\$ 4.544.640
Servicio de Internet y comunicaciones	\$ 90.000	\$ 1.080.000	\$ 852.120
Mantenimiento de planta y equipos	\$ 100.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Seguros de equipos, mercancías y planta	\$ 80.000	\$ 960.000	\$ 960.000
Depreciación de equipos	\$ 148.708	\$ 1.784.500	\$ 1.784.500
Total costos indirectos	\$ 2.398.708	\$ 28.784.500	\$ 23.543.260

Fuente: Autor del proyecto

11.2.2. Costos de producción

Tabla 39. Costos de producción

PRIMER AÑO	COSTOS
COSTOS INSUMOS	\$ 48.980.083
COSTOS PERSONAL DIRECTO	\$ 11.383.680
COSTOS INDIRECTOS	\$ 44.706.160
TOTAL COSTOS DEL PROCESO	\$ 105.069.923

Fuente: autor del proyecto

11.3. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio evidencia las ventas necesarias para llegar al punto de equilibrio. Estas ventas llegan el primer año a 6194 unidades por un valor de \$173.419.977 para obtener una utilidad operacional en equilibrio.

Tabla 40. Punto de equilibrio

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas punto de equilibrio	\$ 173.419.977	\$ 171.128.551	\$ 169.498.823	\$ 168.907.057	\$ 169.544.927
% punto de equilibrio / Valor proyectado ventas	97,38%	94,22%	91,48%	89,38%	87,96%
Distribución de ventas en punto de equilibrio	\$ 173.419.977	\$ 171.128.551	\$ 169.498.823	\$ 168.907.057	\$ 169.544.927
Cebollas encurtidas rojas	\$ 173.419.977	\$ 171.128.551	\$ 169.498.823	\$ 168.907.057	\$ 169.544.927
Cantidad de productos en equilibrio					
Cebollas encurtidas rojas	6.194,00	6.112,00	6.054,00	6.032,00	6.055,00
Comprobación de punto de equilibrio					
Valor de las ventas	\$ 173.419.977	\$ 171.128.551	\$ 169.498.823	\$ 168.907.057	\$ 169.544.927
Costos y gastos variables	\$ 52.619.157	\$ 51.646.956	\$ 51.154.953	\$ 50.976.231	\$ 51.168.600
Utilidad variable	\$ 120.800.820	\$ 119.481.595	\$ 118.343.869	\$ 117.930.827	\$ 118.376.327
Costos y gastos fijos	\$ 120.800.820	\$ 119.481.595	\$ 118.343.869	\$ 117.930.827	\$ 118.376.327
Utilidad operacional	\$ 0				
Costos y gastos variables	\$ 54.033.103	\$ 54.818.126	\$ 55.916.525	\$ 57.031.840	\$ 58.172.487
Costo y gastos fijos	\$ 120.800.820	\$ 119.481.595	\$ 118.343.869	\$ 117.930.827	\$ 118.376.327

Fuente: Autor del proyecto

11.4. PRECIO DE VENTA

Tabla 41. Precio de venta

Precio de venta según margen de contribución	\$ 28.000,00
No. productos a vender por año	6.360,00

Fuente: Autor del proyecto

El precio de venta según un margen de contribución del 60.94% es de 28.000 para el frasco de producto de 4000gr.

11.5. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Tabla 42. Estado de resultados proyectado

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL VENTAS DE PRODUCTOS	\$ 178.080.000	\$ 181.636.000	\$ 185.276.000	\$ 188.972.000	\$ 192.752.000
COSTOS DE PRODUCCION					
+ Inventario inicial de Insumos o Mercancías	\$ 0	\$ 1.360.558	\$ 1.376.470	\$ 1.404.050	\$ 1.432.055
+ Compras de insumos o mercancías	\$ 50.340.641	\$ 49.568.816	\$ 50.573.376	\$ 51.581.967	\$ 52.613.682
- Inventario final de insumos o mercancías	\$ 1.360.558	\$ 1.376.470	\$ 1.404.050	\$ 1.432.055	\$ 1.460.696
COSTOS INSUMOS	\$ 48.980.083	\$ 49.552.905	\$ 50.545.796	\$ 51.553.962	\$ 52.585.041
COSTOS PERSONAL DIRECTO	\$ 11.383.680				
COSTO PERSONAL POR TAREAS	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
COSTOS INDIRECTOS	\$ 44.706.160	\$ 44.953.660	\$ 45.382.660	\$ 45.818.260	\$ 46.263.760
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	\$ 105.069.923	\$ 105.890.245	\$ 107.312.136	\$ 108.755.902	\$ 110.232.481
+ Inventario Inicial de prod. terminado	\$ 0	\$ 875.583	\$ 882.419	\$ 894.268	\$ 906.299
- Inventario Final de prod. terminado	\$ 875.583	\$ 882.419	\$ 894.268	\$ 906.299	\$ 918.604
TOTAL COSTO DE VENTAS	\$ 104.194.340	\$ 105.883.408	\$ 107.300.287	\$ 108.743.871	\$ 110.220.176
UTILIDAD BRUTA	\$ 73.885.660	\$ 75.752.592	\$ 77.975.713	\$ 80.228.129	\$ 82.531.824
MARGEN DE UTILIDAD BRUTA	41,49%	41,71%	42,09%	42,46%	42,82%
GASTOS OPERACIONALES:					
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 58.568.887	\$ 58.568.887	\$ 58.568.887	\$ 58.568.887	\$ 58.568.887
GASTOS DE VENTAS	\$ 6.500.700	\$ 6.698.678	\$ 6.789.625	\$ 6.881.990	\$ 6.976.438
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	\$ 65.069.587	\$ 65.267.564	\$ 65.358.512	\$ 65.450.877	\$ 65.545.324
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 8.816.073	\$ 10.485.027	\$ 12.617.202	\$ 14.777.253	\$ 16.986.499
MARGEN DE UTILIDAD OPERACIONAL	4,95%	5,77%	6,81%	7,82%	8,81%
GASTOS FINANCIEROS:					
INTERESES SOBRE CREDITO	\$ 3.982.094	\$ 2.415.368	\$ 848.643	\$ 0	\$ 0
GASTOS BANCARIOS	\$ 712.320	\$ 726.544	\$ 741.104	\$ 755.888	\$ 771.008
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	\$ 4.694.414	\$ 3.141.912	\$ 1.589.747	\$ 755.888	\$ 771.008
UTIL. DESPUES DE GASTOS FINANC.	\$ 4.121.660	\$ 7.343.115	\$ 11.027.455	\$ 14.021.365	\$ 16.215.491
MARG. UTILID.DESP. GASTOS FCIEROS.	2,31%	4,04%	5,95%	7,42%	8,41%
IMPUESTO DE RENTA	\$ 1.401.364	\$ 2.496.659	\$ 3.639.060	\$ 4.627.050	\$ 5.351.112
UTILIDA NETA	\$ 2.720.295	\$ 4.846.456	\$ 7.388.395	\$ 9.394.314	\$ 10.864.379
MARGEN DE UTILIDA NETA	1,53%	2,67%	3,99%	4,97%	5,64%

Fuente: Autor del proyecto

La proyección se realiza a precios constantes, el resultado obtenido es bastante favorable ya que desde el primer año se obtiene utilidad del proyecto. se dan a conocer los resultados de las operaciones financieras realizadas en la empresa y se analizar su situación financiera, su estructura de ingresos, costos y toma decisiones acertadas sobre el futuro del proyecto. Por tal efecto se justifica de manera positiva realizar la inversión.

11.6. FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Tabla 43. Flujo de caja operacional

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL					
Ingresos por ventas del período	\$ 173.628.000	\$ 177.095.100	\$ 180.644.100	\$ 184.247.700	\$ 187.933.200
Ingresos por recaudos período anterior	\$ 0	\$ 4.452.000	\$ 4.540.900	\$ 4.631.900	\$ 4.724.300
Total ingresos por ventas	\$ 173.628.000	\$ 181.547.100	\$ 185.185.000	\$ 188.879.600	\$ 192.657.500
Egresos operacionales:					
Pago Compras materia prima del período	\$ 50.340.641	\$ 49.568.816	\$ 50.573.376	\$ 51.581.967	\$ 52.613.682
Pago Compras materia prima período anterior	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Pago Personal Directo	\$ 11.383.680	\$ 11.383.680	\$ 11.383.680	\$ 11.383.680	\$ 11.383.680
Pago Personal por tareas	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Pago costos indirectos del servicio	\$ 42.921.660	\$ 43.169.160	\$ 43.598.160	\$ 44.033.760	\$ 44.479.260
Pago gastos de administración	\$ 56.121.240	\$ 56.121.240	\$ 56.121.240	\$ 56.121.240	\$ 56.121.240
Pago gastos de ventas	\$ 6.500.700	\$ 6.698.678	\$ 6.789.625	\$ 6.881.990	\$ 6.976.438
Pago de impuestos	\$ 980.955	\$ 2.168.071	\$ 3.296.340	\$ 4.330.653	\$ 5.133.894
Total egresos operacionales	\$ 168.248.876	\$ 169.109.644	\$ 171.762.421	\$ 174.333.290	\$ 176.708.193
Flujo de caja operacional	\$ 5.379.124	\$ 12.437.456	\$ 13.422.579	\$ 14.546.310	\$ 15.949.307
Inversiones a realizar:					
Compra activos fijos	-\$ 23.025.000				
Inversión diferida	-\$ 8.398.233				
Financiación y apalancamiento:					
Recursos Propios	\$ 12.448.163				
Crédito Financiero	\$ 28.000.000				
Atención de la deuda:					
Abonos a capital	-\$ 9.333.333	-\$ 9.333.333	-\$ 9.333.333	\$ 0	\$ 0
Pago de intereses	-\$ 4.694.414	-\$ 3.141.912	-\$ 1.589.747	-\$ 755.888	-\$ 771.008
Flujo de caja desp Invers y financ	\$ 376.308	-\$ 37.790	\$ 2.499.499	\$ 13.790.422	\$ 15.178.299
Pago utilidades a Socios					
Otros Ingresos (Egresos) en efectivo					
Saldo en caja del período	\$ 376.308	-\$ 37.790	\$ 2.499.499	\$ 13.790.422	\$ 15.178.299
Saldo anterior en caja		\$ 376.308	\$ 338.518	\$ 2.838.017	\$ 16.628.439
Saldo final acumulado	\$ 376.308	\$ 338.518	\$ 2.838.017	\$ 16.628.439	\$ 31.806.738

Fuente: Autor del proyecto

11.7. BALANCE GENERAL PROYECTADO

Tabla 44. Balance general

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Caja y Bancos	\$ 376.308	\$ 338.518	\$ 2.838.017	\$ 16.628.439	\$ 31.806.738
Cartera comercial	\$ 4.452.000	\$ 4.540.900	\$ 4.631.900	\$ 4.724.300	\$ 4.818.800
Inventarios	\$ 2.236.141	\$ 2.258.888	\$ 2.298.318	\$ 2.338.354	\$ 2.379.300
Otros activos corrientes	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Total activos corriente	\$ 7.064.449	\$ 7.138.306	\$ 9.768.235	\$ 23.691.093	\$ 39.004.837
Activo fijo bruto	\$ 23.025.000	\$ 23.025.000	\$ 23.025.000	\$ 23.025.000	\$ 23.025.000
- Depreciación acumulada	-\$ 2.552.500	-\$ 5.105.000	-\$ 7.657.500	-\$ 10.210.000	-\$ 12.762.500
Activo fijo neto	\$ 20.472.500	\$ 17.920.000	\$ 15.367.500	\$ 12.815.000	\$ 10.262.500
Activos diferidos bruto	\$ 8.398.233	\$ 8.398.233	\$ 8.398.233	\$ 8.398.233	\$ 8.398.233
Amortización Diferida acumulada	-\$ 1.679.647	-\$ 3.359.293	-\$ 5.038.940	-\$ 6.718.586	-\$ 8.398.233
Activos diferidos netos	\$ 6.718.586	\$ 5.038.940	\$ 3.359.293	\$ 1.679.647	\$ 0
TOTAL ACTIVOS	\$ 34.255.535	\$ 30.097.246	\$ 28.495.028	\$ 38.185.739	\$ 49.267.337
Obligaciones Fcieras de corto plazo	\$ 9.333.333	\$ 9.333.333	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Proveedores por pagar	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Impuesto de renta por pagar	\$ 420.409	\$ 748.998	\$ 1.091.718	\$ 1.388.115	\$ 1.605.334
Total Pasivo Corriente	\$ 9.753.743	\$ 10.082.331	\$ 1.091.718	\$ 1.388.115	\$ 1.605.334
Obligaciones. Fcieras. De largo plazo	\$ 9.333.333	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Total Pasivo de largo plazo	\$ 9.333.333	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL PASIVOS	\$ 19.087.076	\$ 10.082.331	\$ 1.091.718	\$ 1.388.115	\$ 1.605.334
Patrimonio:					
Capital Socios	\$ 12.448.163	\$ 12.448.163	\$ 12.448.163	\$ 12.448.163	\$ 12.448.163
Reservas	\$ 272.030	\$ 756.675	\$ 1.495.515	\$ 2.434.946	\$ 3.521.384
Utilidad ejercicio. Anteriores	\$ 0	\$ 2.448.266	\$ 6.810.076	\$ 13.459.632	\$ 21.914.515
Utilidad del ejercicio	\$ 2.448.266	\$ 4.361.810	\$ 6.649.555	\$ 8.454.883	\$ 9.777.941
TOTAL PATRIMONIO	\$ 15.168.459	\$ 20.014.915	\$ 27.403.310	\$ 36.797.624	\$ 47.662.004
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 34.255.535	\$ 30.097.246	\$ 28.495.028	\$ 38.185.739	\$ 49.267.337

Fuente: Autor del proyecto

11.8. RAZONES E INDICADORES FINANCIEROS

Tabla 45. Razones e indicadores financieros

FECHAS	31/12/2014	31/12/2015
LIQUIDEZ		
Razón corriente (veces)	0,72	0,71
Prueba ácida (veces)	0,50	0,48
Capital neto de trabajo (\$)	\$ -2.689.294	\$ -2.944.025
ENDEUDAMIENTO		
Nivel de endeudamiento (%)	55,72%	33,50%
Concentración del endeudamiento corto plazo (%)	51,10%	100,00%
Cobertura de intereses (No. Veces)	1,88	3,34
Relación deuda / patrimonio (No. Veces)	1,26	0,50
Deuda financiera / Pasivo Total (%)	97,80%	92,57%
Impacto de la carga financiera (%)	2,64%	1,73%
ACTIVIDAD		
Período promedio de cobro (No. Días)	9,00	9,00
No. Veces de rotación de cartera	40,00	40,00
Disponibilidad Inventario (No. Días)	7,73	7,68
No. Veces de rotación de inventario	46,60	46,87
Período promedio de pago a proveed. (No. Días)	0,00	0,00
Ciclo bruto de efectivo (días)=(Per.prom.de cobro + disp.Invent.)	16,73	16,68
Ciclo neto de efectivo (días)=(Ciclo bruto efect.-Per.prom.proveed.)	16,73	16,68
Rotación de activo total (veces)	5,20	6,03
Rotación de activo operacional (veces)	6,56	7,35
RENTABILIDAD		
Margen bruto de utilidad (%)	41,49%	41,71%
Margen operacional de utilidad (%)	4,95%	5,77%
Margen neto de utilidad (%)	1,53%	2,67%
Rendimiento del patrimonio (%)	17,93%	24,21%
Rendimiento del activo total (%)	7,94%	16,10%
Sistema Dupont:		
Rotación de activos (No. Veces)	5,20	6,03
Margen neto de utilidad (%)	1,53%	2,67%
Sistema Dupont (Rotación X Margen) (%)	7,94%	16,10%
EBITDA (\$Miles)	\$ 8.816.073	\$ 10.485.027

Fuente: Autor del proyecto

11.9. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO

Con respecto a la inversión inicial se pudo obtener que es un total de \$ 40.448.163 y corresponde a \$ 23.025.000 de inversión fija, \$ 9.024.930 de inversión corriente y \$ 8.398.233 de inversión diferida.

Según lo anterior, se planea financiar un monto de \$28.000.000 que corresponde al 70% de la inversión total a una tasa de interés del 18.14% según el Banco de la República para créditos de colocación, y un capital propio de \$12.500.000 que corresponde al 30%.

Para los costos de producción se tienen en cuenta las materias primas, los costos indirectos y la mano de obra. La depreciación de los equipos se realizó teniendo en cuenta la vida útil y el precio de adquisición.

De acuerdo con el flujo de caja el saldo final el primer año es de \$ 376.308 ascendiendo el quinto año a \$ 31.806.738 con resultados positivos sin excesos en cajas y con un aumento porcentual moderado.

El precio de venta asignado al producto con el fin de ser competitivo en el mercado es de \$28.000 con un margen de contribución del 60,94%, posterior a esto se evidencia una utilidad positiva por lo tanto el proyecto es viable.

12. EVALUACION DEL PROYECTO

12.1. IMPACTO SOCIAL

Conservas Bareke tiene como principal objetivo apoyar la agricultura Ocañera con el fin de promover el consumo de cebolla cultivada en Ocaña. Esto como objetivo secundario aumenta la tasa de empleo en los Santanderes y contribuye con el mercado de excelente calidad de hortalizas encurtidas hechas en Colombia. De la misma manera la empresa buscara ofrecerles a los empleados desde su comienzo en la etapa laboral, un agradable ambiente de trabajo para que ellos den su mejor parte y aporten la mejor actitud. Por medio de capacitaciones a medida que pase el tiempo se irán motivando los trabajadores con mejoría en sus conocimientos y preparación para sus carreras personales.

Buscando un mayor reconocimiento regional, se buscara realizar campañas de apoyo a la región ocañera para llegar a un punto competitivo mucho mayor respecto a las importaciones provenientes de Perú en temas de cebolla de bulbo roja.

Puesto que para Conservas Bareke es muy importante que las cebollas con las que se produce cada una de las unidades debe ser autentica de Ocaña Norte de Santander, se realizaran campañas de apoyo a los agricultores de la región con el objetivo de hacerlo conocer en todo el país con más fuerza y motivarlos a producir constantemente para que este maravilloso producto no decaiga debido a la problemática ya anteriormente mencionada.

12.2. IMPACTO AMBIENTAL

Durante el proceso de producción se tiene en cuenta que salen desperdicios orgánicos y reciclables. Para evitar contaminaciones innecesarias, se realizarán convenios con empresas de reciclaje para no hacer mal uso de los residuos y de la misma manera contribuir con campañas ya establecidas en la ciudad.

Por otra parte, se realizarán importantes campañas de recolección de envases de los clientes con el fin de reutilizarlos y evitar que sean desechados de manera incorrecta perjudicando el medio ambiente.

En Colombia actualmente existen muchas entidades que se encargan de realizar y facilitar proyectos basados en metas especializadas en la preservación del medio ambiente, debido a esto se buscarán conexiones con estas entidades con toda la disposición de ayudar y contribuir con el cuidado del medio ambiente.

La industria alimenticia no solo produce desechos orgánicos sino también reciclables y de tratamientos especiales como los químicos conservantes y de limpieza de la planta. Por tal efecto se mantendrá capacitado el personal para seguir los debidos conductos regulares para ubicar de manera acertada estos desechos sin perjudicar ni dañar el medio ambiente.

Teniendo en cuenta las normas de seguridad para empresas que trabajen con gases en este caso de cocina, se harán las correspondientes adaptaciones a la planta con el fin de no afectar tampoco a los trabajadores y evitar un accidente.

12.3. EVALUACION FINANCIERA

12.3.1. Valor presente neto

Para realizar los siguientes cálculos se utilizó la siguiente tasa de descuento.

WACC = TASA DE DESCUENTO	13,66%
VPN	\$ 14.350.896

Según lo anterior se evidencia que el Valor presente neto es mayor a cero ($VPN > 0$) lo que indica que el proyecto es financieramente viable. Esto significa que al traer todos flujos netos a pesos de hoy, equivalen a este monto. Si esta cifra fuera negativa el proyecto no sería viable. La tasa de descuento a utilizar es la WACC porque es la tasa promedio

ponderada de recursos (Ponderado entre recursos propios – Socios y recursos de crédito financiero), ya que es la mejor tasa que mide la viabilidad de un proyecto.

Se procede a quitar la tasa de inflación a la tasa WACC para que quede también a precios constantes tal como están las proyecciones financieras, a precios constantes o sin tasa de inflación.

12.3.2. Tasa interna de retorno TIR

Tabla 46. Tasa interna de retorno

TASA INTERNA DE RETORNO = TIR	27,57%
TASA INTERNA DE RETORNO MODIFICADA = TIRM	22,54%

Fuente: Autor del proyecto

12.3.3. Periodo de recuperación de la inversión

Tabla 47. Periodo de recuperación de la inversión

RECUPERACION DE LA INVERSION	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Valor presente de los flujos a evaluar	-\$ 31.423.233	\$ 4.732.694	\$ 9.627.757	\$ 9.141.687	\$ 8.716.458	\$ 13.555.532
VPN acumulado	-\$ 31.423.233	-\$ 26.690.539	-\$ 17.062.782	-\$ 7.921.095	\$ 795.363	\$ 14.350.896
PRI: Año en que se recupera la inversión:	Año 3					
Mes de recuperación de la inversión:	10					
Día de recuperación de la inversión:	28					

Fuente: Autor del proyecto

La anterior tabla evidencia que la inversión del proyecto será recuperada en 3 años 10 meses y 28 días.

12.3.4. Análisis de costo – beneficio

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO = B / C	1,45670
---	----------------

B/C= 1,45670. Lo anterior indica que el resultado es mayor que 1, significa que los ingresos netos superan este número de veces a los egresos netos. Por lo tanto el proyecto es viable.

12.4. ESCENARIO DE RIEGOS Y PLANES DE CONTINGENCIA

Tabla 48. Escenarios de riesgo y planes de contingencia

ESCENARIOS DE RIESGO	PLANES DE CONTINGENCIA
Inconvenientes o crisis económicas	En el caso de presentarse una crisis económica en la región o en el territorio Colombiano, se deben contar con estrategias de descuentos y optimización de recursos para que dicha crisis no afecte en gran porcentaje a la empresa.
Accidentes laborales	Para mantener y asegurar el bienestar de los trabajadores de la empresa, se cumplirá con las debidas normas de seguridad en la planta de producción y de la misma manera se contara con un debido plan de riesgos profesionales.
Desastres naturales	Dado el caso de un desastre natural en las zonas de cultivo en Norte de Santander, se comenzaría un análisis de posibilidades de renovación de cultivos en áreas donde se pueda producir la cebolla ocañera de igual o mejor manera que en su territorio original.
Riesgos de reputación	Se crean constantes estrategias de promoción con el fin de que los restaurantes acojan el producto esto por medio de ferias, campañas alimentarias y participación en rotaciones y visitas motivacionales.

Perdida de recurso humano o ausencia de empleados	En el momento que uno de los empleados decida dejar la empresa o tenga que ser destituido por causas de incumplimiento de reglamento, o perdida de alguno de los miembros de la nómina, se debe contar con bases de datos de empleo para realizar una contratación y reemplazo del personal inmediato.
--	--

Fuente: Autor del proyecto

12.5. CONCLUSIONES DE LA EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Según el anterior estudio se puede concluir y demostrar la factibilidad para la creación y estructuración de la empresa Conservas Bareke E.U. en la ciudad de Bucaramanga.

La cantidad mínima de productos a vender sin afectar la factibilidad del proyecto es de 525 unidades. Debido a que se toma una participación del 40% del mercado potencial, enfocar las ventas solo a la ciudad de Bucaramanga solo nos daría a vender 217 unidades y en ese caso el proyecto no sería viable. Debido a lo anterior, el campo de acción o el mercado para efectos de venta y evaluación se hace con el área metropolitana de Bucaramanga, es decir, mediante inferencia estadística, que sería tomar los resultados del estudio de mercados (Solo de Bucaramanga con la población de restaurantes encuestados) y aplicarlo en el área metropolitana (Restaurantes de Floridablanca y demás municipios del área, debidamente identificados por cada ciudad) con exactamente los mismos porcentajes y con el promedio de consumo o promedio de compra de cebollas por mes o por período de tiempo para aplicarlo a dichos restaurantes.

Según el procedimiento realizado para efectos de campo de acción en el área metropolitana de Bucaramanga, se obtiene que si en la ciudad de Bucaramanga se encontraron 177 restaurantes aptos para aplicar la encuesta y el 90.4% que equivale a 160 restaurantes la respondió, para 259 restaurantes aptos en el área metropolitana un 90.4% la respondería que equivale a 234 restaurantes. Dada esta situación se entendería que si en Bucaramanga 98 restaurantes que equivalen al 61% de los 160 que fueron encuestados estarían dispuestos comprar 542 unidades de producto, para los 234 restaurantes un 61% equivaldría a 143 restaurantes que estarían dispuestos a comprar 792 unidades. El total de unidades para el potencial de mercado estaría representado por 1334 unidades que serían el 100% del mercado. buscando una participación del mercado del 40% se tendrían que producir 530 unidades mensuales para suplir la demanda de Bucaramanga y su área metropolitana.

Tabla 49. Conclusiones de la evaluación del proyecto

SUMATORIA DE VALOR PRESENTE NETO	\$ 14.350.896	PROYECTO VIABLE
V.P.N. CON FUNCIONES FINANCIERAS	\$ 14.350.896	PROYECTO VIABLE
TASA INTERNA DE RETORNO = TIR	27,57%	PROYECTO VIABLE
TASA INTERNA DE RETORNO MODIFICADA = TIRM	22,54%	PROYECTO VIABLE
RELACIÓN BENEFICIO / COSTO = B / C	1,45670	PROYECTO VIABLE

Fuente: Autor del proyecto

13. PLAN DE PUESTA EN MARCHA Y MONTAJE DE LA EMPRESA

En la siguiente tabla se evidencia el plan de puesta en marcha con sus actividades y tiempos asignados con el fin de hacerlo en el menor tiempo posible pero de manera correcta.

Tabla 50. Cronograma de actividades puesta en marcha

Actividades	Semanas															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Puesta en marcha	■															
Tramites de legalización	■															
Registro ante entidades	■	■	■													
Inversiones			■	■	■	■										
Inversión fija			■	■	■											
Inversión diferida				■	■											
Capital de trabajo					■	■										
Arriendo local						■	■									
Adecuación del área de trabajo						■	■									
Compra maquinaria						■	■									
Vinculación del recurso humano							■	■	■							
Recepción de hojas de vida								■	■							
Proceso de selección									■	■						
Pruebas psicotécnicas										■	■					
Entrevistas											■	■	■			
Contrataciones												■	■			
Inducciones													■	■		
Compra de MP														■	■	
Compra de insumos															■	■
Producción inicial															■	■
Lanzamiento																■
Evento inaugural																■

Fuente: Autor del proyecto

14. CONCLUSIONES

Una vez realizado el estudio de factibilidad para la producción y comercialización de cebollas Ocañeras encurtidas en vinagre, se evidenció que la aceptación por el producto en los restaurantes de comida típica Colombiana ubicados en Bucaramanga, está representada por un 61%.

Las capacidades se han diseñado con el fin de suplir la demanda inicial en un 100% dejando capacidad disponible para futuros contratos y negociaciones con más restaurantes. El producto tendrá un precio de venta de \$28.000 por unidad de 4.000gr.

Para la ubicación de la planta de producción se realizó un estudio apoyado en el método de Brown & Gibson y por medio de este se logró determinar que la ubicación más apropiada en términos de costos según una serie de factores, es en el barrio la concordia, en una bodega de 133 mts cuadrados.

Con respecto al tema de lanzamiento y carácter publicitario de la empresa se tomó la decisión de hacerlo por medio de volantes, campañas publicitarias, representaciones y redes sociales con el fin de hacerse conocer en el medio de los restaurantes de comida típica en Bucaramanga. Como el medio de los restaurantes es algo cerrado en el sentido de escoger adecuadamente toda su materia prima se decidió ir por cada restaurante puerta a puerta a enseñar el producto con la finalidad de dar confianza al cliente.

De la misma manera los clientes se vieron bastante motivados por el objetivo del proyecto que se centra mucho en contribuir con la agricultura Ocañera ya que se encuentra en problemas debido a las altas importaciones de cebolla de bulbo provenientes de Perú.

En términos financieros se concluye que el proyecto es viable basándose en varios factores que así lo determinan. En este estudio se conocieron detalladamente cada uno de los gastos, costos, inversiones, financiaciones, utilidades y demás datos importantes para evaluar si el proyecto es viable.

Los factores que muestran un comportamiento en pro de la factibilidad del proyecto son los siguientes: **VPN = \$ 2.277.692, TIR = 27,57%, TIRM = 26,55% y B / C = 1,07248.**

El comportamiento de la financiación bajo un monto de \$28.000.000 se rige bajo una tasa de interés del 18.14% E.A. y la inversión total se recupera en el año 4 mes 8 día 24.

Según lo anterior se puede evidenciar la viabilidad económica de la creación de la empresa y la ejecución de sus estrategias.

15. RECOMENDACIONES

Como principales recomendaciones es válido aclarar que un factor importante y definitivo en el futuro de la empresa es la publicidad y la promoción del producto. Esto con el objetivo de hacerse conocer entre el medio gastronómico de la región. De la misma manera tener muy en cuenta la promoción del producto en diferentes ciudades y poblaciones de Santander con la campaña principal de apoyo a la agricultura Ocañera, ya que esto motivo muchos de los clientes que decidieron comprar el producto.

En cuanto a la capacidad diseñada de la planta, crear estrategias y surcar nuevos mercados con el fin de acercarse a un aprovechamiento total de la planta teniendo en cuenta la contratación, capacitación y regulación de turnos de nuevo personal.

Se recomienda a la empresa conservas Bareke, estudiar nuevas posibilidades de producto, aspecto que también sería útil en cuanto al aprovechamiento de la planta de producción, así como mantener conexiones con el mercado del área metropolitana para aumentar las ventas y de la misma manera aumentar la utilidad y el tamaño de la empresa.

Una vez se tengan ganancias suficientes, invertir en el desarrollo de la legalización del código de barras para abrir el mercado de las grandes superficies y los supermercados de cadena. Por otra parte se recomienda invertir a futuro en vehículos de transporte del producto con el fin de prestar el servicio a domicilio a un menor costo y mantener la satisfacción del cliente.

BIBLIOGRAFÍA

ARDILA PULGARÍN, Catalina y HERNANDEZ FLOREZ, Laura Rocío. Estudio de factibilidad para la producción y comercialización de antipasto en Bucaramanga y su área metropolitana y la localidad de suba en Bogotá. 2012, 197 h, Trabajo de grado (Ingeniería Industrial). Universidad Pontificia Bolivariana. Facultad de Ingeniería Industrial.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN. Trabajos escritos: presentación y referencias bibliográficas (NTC 1486) – 2012. 36 p.

WEBGRAFÍA

Alimentación sana – La cebolla: Sus propiedades – Disponible online:
<http://www.alimentacion-sana.org/informaciones/novedades/cebolla.htm> - [Recuperado en Enero de 2014]

AGRONET – Disponible on line:
http://www.agronet.gov.co/www/docs_si2/Cartilla%20didactica%20de%20cebolla%20cabezona.pdf – [Recuperado en octubre de 2013]

ALIMENTA BOGOTA: Disponible on line: http://alimentabogota.gov.co:8081/calendario/-/asset_publisher/3OIJ/content/cebolla-ocanera;jsessionid=FDBBD66731BECDD2BDE490A3D6AAFE40C?redirect=http%3A%2F%2Falimentabogota.gov.co%3A8081%2Fcalendario%3Bjsessionid%3DFDBBD66731BECDD2BDE490A3D6AAFE40C%3Fp_p_id%3D101_INSTANCE_3OIJ%26p_p_lifecycle%3D0%26p_p_state%3Dnormal%26p_p_mode%3Dview%26p_p_col_id%3Dcolumn-2%26p_p_col_pos%3D1%26p_p_col_count%3D2 – [Recuperado en septiembre de 2013]

Alimentación sana ORG – Disponible on line - <http://www.alimentacion-sana.org/PortalNuevo/actualizaciones/cebolla.htm> - [Recuperado en octubre de 2013]

AMB – Jurisdicción – disponible online -
http://www.amb.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=83&Itemid=484 – [Recuperado en enero de 2014]

Bodega industrial arriendo – Finca raíz. Disponible online:
<http://www.fincaraiz.com.co/bodega-en-arriendo/bucaramanga/gaitan-det-1047951.aspx> - [Recuperado en febrero de 2014]

Bodega la concordia – Vivavisos – Disponible online:
<http://propiedades.vivavisos.com/arriendo-locales+bucaramanga/arriendo-locales-bucaramanga/90363470> - [Recuperado en febrero de 2014]

Bucaramanga – plan de desarrollo sostenible – Documento disponible online -
http://www.bucaramanga.gov.co/documents/PRIMER_%20DOCUMENTO_%20PLAN_%20ODE_%20DESARROLLO_%202012-2015.pdf – [Recuperado en enero de 2014]

CANAL AGRO: <http://servicios.laverdad.es/canalagro/datos/conservas/metodos4.htm> -
[Recuperado en septiembre de 2013]

CANAL COCINA: Disponible on line: <http://cocina.comohacerpara.com/n7422/como-hacer-encurtidos.html> - [Recuperado en septiembre de 2013]

Central américa data – Colombia importa el 50% de los alimentos en conserva –
disponible online -
http://www.centralamericadata.com/es/article/home/Colombia_importa_el_50_de_los_alimentos_envasados - [recuperado en enero de 2014]

Central américa data – Colombia importa el 50% de los alimentos en conserva –
disponible online -
http://www.centralamericadata.com/es/article/home/Colombia_importa_el_50_de_los_alimentos_envasados - [recuperado en enero de 2014]

Comestibles Kany – Blog informativo – Disponible online -
<http://comestibleskany.blogspot.com/search?updated-min=2009-01-01T00:00:00-08:00&updated-max=2010-01-01T00:00:00-08:00&max-results=8> – [recuperado en enero de 2014]

Conservas Gran Unión – disponible online - <http://www.granunion.com/encur.htm> -
[recuperado en enero de 2014]

Consultores en alimentos – Documentación – Disponible online:
<http://acoalimentos.jimdo.com/documentaci%C3%B3n/> - [recuperado en febrero de 2014]

DANE – informe de coyuntura económica regional – Disponible on line - http://www.dane.gov.co/files/icer/2010/santander_icer__10.pdf - [Recuperado en octubre de 2013]

Diccionario financiero e-how – Tipo de segmentación para restaurantes – disponible online - http://www.ehowenespanol.com/tipo-segmentacion-utilizado-empresas-alimentos-info_214919/ - [recuperado en enero de 2014]

Icontec – Norma técnica Colombiana ISO 22000 – Disponible online: <http://www.itp.gob.pe/normatividad/demos/doc/Normas%20Internacionales/Union%20Europea/ISO/ISO22000SistemaGestiSeguridadAlimentaria.pdf> - [recuperado en febrero de 2014]

Industrias frudens – Reseña – disponible online - <http://frudens.blogspot.com/2009/12/resena-historica.html> - [recuperado en enero de 2014]

Industrias La Coruña – Disponible online - <http://www.industriaslacoruna.com/vcsys/> - [recuperado en enero de 2014]

Instituto Colombiano de bienestar familiar – El derecho de bienestar – Disponible online: <http://www.icbf.gov.co/portal/page/portal/PortallCBF/NormatividadC/Transparencia/AvanceJuridico> - [Recuperado en febrero de 2014]

Lloyd´s register – Seguridad alimentaria – Disponible online: <http://www.lrqa.com.co/normas-esquemas-directivas/esquemas/168068-haccp-rva-seguridad-alimentaria.aspx> -[Recuperado en febrero de 2014]

Local industrial arriendo – Alejandro Domínguez Parra – Disponible online: http://www.tuanuncioenlaweb.com/dominguezparra/inmuebles_detalle.php?codigo_inm=000130&iframe=true&width=1060&height=650 – [recuperado en febrero de 2014]

Ministerio de tecnologías de la información y la comunicación – Colombia vive una revolución digital – Disponible online: <http://www.mintic.gov.co/index.php/mn-sabia/797-colombia-es-uno-de-los-paises-con-mas-usuarios-en-redes-sociales-en-la-region> - [recuperado en enero de 2014]

Observatorio de seguridad alimentaria y nutricional de Colombia – Perfil nacional de consumo de frutas y verduras – disponible on line: http://www.osancolombia.gov.co/doc/Perfil_Nacional_Consumo_FyV_Colombia_2012.pdf - [Recuperado en octubre de 2013]

Ocaña city.co – Disponible on line – <http://www.ocanacity.co/index.php/component/k2/item/98-cebolla-peruana-queiebra-cultivadores> - [Recuperado en septiembre de 2013]

Profeco – Esterilización de productos – Disponible online: http://www.profeco.gob.mx/tecnologias/esteril/esteril_2.asp - [retomado en febrero de 2014]

Sociedad nacional de industrias – Lima Perú – Documento: Ficha técnica cebolla roja – [Recuperado en octubre de 2013]

ANEXOS

Anexo A. Modelo de encuesta



Facultad de Ingeniería Industrial

Estudio de factibilidad para la producción de cebolla ocañera encurtida en vinagre y su comercialización por medio de restaurantes de comida típica Colombiana en Bucaramanga

Juan Camilo García C.

La siguiente encuesta tiene como objetivo conocer aspectos importantes en la toma de decisiones en el proceso de creación de una empresa productora y comercializadora de encurtidos. (Cebollas Ocañeras encurtidas en vinagre)

Responda con sinceridad marcando la opción correspondiente.

1. **¿Incluye en el menú de su restaurante cebollas Ocañeras encurtidas en vinagre?**

___ Si

___ No.

¿Por qué no? _____

(En caso negativo pasar a pregunta 10)

2. **¿Qué marca de cebollas compra para su restaurante?**

___ Frudens

___ Gran unión

___ La Coruña

___ La ocañera

___ Kany

___ ¿Otro? _____

3. **¿Por qué prefiere la marca que utiliza? (marque solo una)**

___ Precio

___ Calidad y sabor

___ No hay otra opción de compra

___ Duración y correcta conservación
 ¿Otra opción? _____

___ Quincenalmente
 ___ Mensualmente
 ___ Trimestralmente
 ___ ¿Otro?
 ¿Cuál? _____

4. ¿Con que frecuencia compra cebolla para abastecer su restaurante?

___ Semanalmente

5. ¿Cómo adquiere la cebolla que consume en su restaurante?

___ Pedidos (seleccione telefónico o virtual) / ___ Telefónico ___ Virtual

___ Directamente en la ubicación del proveedor

___ El proveedor realiza visita

6. ¿Cuáles son sus proveedores de cebolla ocañera encurtida y como los califica, siendo 5 la más alta calificación y 1 la menor calificación?

Proveedor	Calidad	precio	Entregas a tiempo	Servicio postventa
<i>Ej.</i> a. insumos xx	5	4	4	3
a.				
b.				
c.				
d.				

7. ¿Qué productos suele acompañar con la cebolla ocañera?

___ Carnes
 ___ Aves
 ___ Sopas
 ___ Ensaladas

8. ¿Qué cantidad de cebolla ocañera encurtida compra a la semana?

___ De 1000 a 3000 gr

9. ¿A qué precio compra usted la cebolla ocañera encurtida?

___ Entre \$5000 y \$6000 / kg
 ___ Entre \$6001 y \$7000 / kg
 ___ Entre \$7001 y \$8000 / kg
 ___ Entre \$8001 y \$9000 / kg

___ Más de \$9000

___ De 3001 a 5000 gr

___ De 5001 a 7000 gr

___ De 7001 a 9000 gr

___ Más de 9000

___ 4000 gr

___ ¿Otro?

¿Cuál? _____

10. ¿En qué presentación compra la cebolla Ocañera para su restaurante?

___ 250 gr

___ 500 gr

___ 1000 gr

___ 2000 gr

11. ¿Para el consumo de su restaurante, prefiere cebollas encurtidas blancas o rojas?

___ Blancas

___ Rojas

12. ¿Compraría usted, cebolla Ocañera encurtida en vinagre producida por una empresa nueva en Bucaramanga?

Probablemente si _____

Si

Probablemente no _____

No _____

13. ¿Cuáles son sus recomendaciones respecto a una nueva empresa productora de cebollas Ocañeras encurtidas en Bucaramanga?

Anexo B: Manual de funciones



FORMATO DE PERFIL DE CARGO

FECHA: Marzo de 2014 SEDE: _____

1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

DENOMINACIÓN: Gerente CÓDIGO: _____

AREA Administrativo GNACIÓN SALAR \$1,700,000

DEPENDENCIA: _____

Establecer, diseñar y controlar todo tipo de estrategias para el mejoramiento continuo de la empresa por medio de ordenes directas.

3. REQUISITOS MÍNIMOS

3.1 FORMACIÓN ACADÉMICA Profesional Ingenieria Industrial

3.2 EXPERIENCIA LABORAL: 2 Años

4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

	PERIODICIDAD	TIPO
Planeacion estrategica	M	A
Revision de contabilidad	M	C
Manejo del personal y control de adecuado ambiente laboral	M	D
Verificacion del cumplimiento de los objetivos	M	C
Control de contratacion y compras	M	C

Convenciones

TIPO DE FUNCIÓN
PERIODICIDAD

Ejecución	Análisis	Dirección	Control (c)
Ocasional	Diaria (d)	Mensual	Trimestral (t)

5. COMPETENCIAS		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
5.1 GENERALES				
1	Adaptación	X		
2	Ambición profesional	X		
3	Análisis	X		
4	Aprendizaje	X		
5	Asertividad	X		
6	Autocontrol	X		
7	Autonomía	X		
8	Creatividad	X		
9	Delegación	X		
10	Dinamismo	X		
11	Flexibilidad	X		
12	Independencia	X		
13	Iniciativa	X		
14	Integridad	X		
15	Juicio	X		
16	Liderazgo	X		
17	Negociación y conciliación	X		
18	Orientación al servicio	X		
19	Persuasión	X		
20	Planificación y Organización	X		
21	Resolución de problemas	X		
22	Sensibilidad interpersonal			X
23	Sociabilidad	X		
24	Toma de decisiones	X		
25	Trabajo bajo presión	X		
26	Trabajo en equipo	X		
5.2 TÉCNICAS				
1	Atención al detalle		X	
2	Atención al público			X
3	Autoorganización	X		
4	Comunicación no verbal	X		
5	Comunicación oral y escrita	X		
6	Disciplina	X		
7	Razonamiento numérico	X		
8	Sentido de Urgencia	X		

6. RESPONSABILIDADES	NIVEL		
	ALTO	MEDIO	BAJO
a. Bienes y valores (¿cuáles?)	X		
b. Información (¿cuál?)	X		
c. Relaciones interpersonales (¿cuál?)	X		
d. Dirección y coordinación (¿de qué nivel jerárquico?)	X		

7. REQUERIMIENTOS FÍSICOS Y MENTALES	PORCENTAJE DE LA JORNADA LABORAL			
	0 - 25%	26 - 50%	51 - 75%	76 - 100%
7.1 CARGA FÍSICA				
a. Posición Sedente			X	
b. Posición Bípeda		X		
c. Posturas mantenidas		X		
d. Alternar posiciones			X	
e. Motricidad Gruesa			X	
f. Motricidad Fina			X	
g. Destreza Manual		X		
h. Levantamiento y Manejo de Cargas	X			
i. Velocidad de Reacción		X		
7.2 CARGA MENTAL				
a. Recibir información oral/escrita				X
b. Producir información oral/escrita				X
c. Análisis de información				X
d. Emitir respuestas rápidas				X
e. Atención				X
f. Concentración				X
g. Repetitividad				X
h. Monotonía				X
i. Tareas de precisión visomotora				X
j. Habilidad para solucionar problemas				X
k. Interpretación de signos y símbolos				X
l. Percepción causa - efecto				X
m. Valoración de la realidad				X
7.3 SENSOPERCEPCIÓN				
a. Percepción Visual			X	

b. Percepción auditiva				X
c. Percepción gustativa				X
d. Percepción olfatoria				X
e. Percepción táctil				X
f. Percepción / discriminación de detalles				X
g. Integración sensorial requerida			X	
h. Diferenciación figura fondo			X	
i. Relaciones espaciales			X	
j. Kinestesia			X	
k. Propiocepción			X	
l. Esterognosia		X		
m. Constancia de la forma			X	
n. Percepción del color			X	
o. Planificación motora		X		
8. EXÁMENES OCUPACIONALES DE INGRESO				
TIPO	REQUERIDO	NO REQUERIDO		
a. Exámen Médico	X			
b. Visiometría	X			
c. Audiometría	X			
d. Espirometría		X		
e. Cuadro Hemático		X		
f. Glicemia		X		
g. Frotis de Sangre Periférico		X		
h. Rx de columna		X		

FECHA: _____ mar- 14

SEDE: _____

1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

DENOMINACIÓN: _____ SECRETARIA _____ CÓDIGO: _____

AREA _____ ASIGNACIÓN SALARIAL: \$ _____ 800.000

DEPENDENCIA: _____

2. OBJETO GENERAL DEL CARGO

CONTABILIDAD, VENTAS, CARTERA, MANEJO DE CLIENTES Y RECEPCION

3. REQUISITOS MÍNIMOS

3.1 FORMACIÓN ACADÉMICA; TECNICO EN SISTEMAS Y MANEJO DE PERSONAL

3.2 EXPERIENCIA LABORAL: 4 AÑOS

4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

FUNCIONES	PERIODICIDAD	TIPO
CONTABILIDAD	M	E
VENTAS	M	D
CARTERA	M	C
CLIENTES	M	E
RECEPCION	M	E

Convenciones

TIPO DE FUNCIÓN
PERIODICIDAD

Ejecución (e)	Análisis (a)	Dirección (d)	Control (c)
Ocasional (o)	Diaría (d)	Mensual (m)	Trimestral (t)

5. COMPETENCIAS		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
5.1 GENERALES				
1	Adaptación		X	
2	Ambición profesional		X	
3	Análisis		X	
4	Aprendizaje	X		
5	Asertividad		X	
6	Autocontrol		X	
7	Autonomía		X	
8	Creatividad		X	
9	Delegación		X	
10	Dinamismo		X	
11	Flexibilidad		X	
12	Independencia		X	
13	Iniciativa		X	
14	Integridad		X	
15	Juicio		X	
16	Liderazgo		X	
17	Negociación y conciliación	X		
18	Orientación al servicio	X		
19	Persuasión	X		
20	Planificación y Organización		X	
21	Resolución de problemas		X	
22	Sensibilidad interpersonal		X	
23	Sociabilidad	X		
24	Toma de decisiones	X		
25	Trabajo bajo presión	X		
26	Trabajo en equipo	X		
5.2 TÉCNICAS				
1	Atención al detalle		X	
2	Atención al público			X
3	Autoorganización	X		
4	Comunicación no verbal	X		
5	Comunicación oral y escrita	X		
6	Disciplina	X		
7	Razonamiento numérico	X		
8	Sentido de Urgencia	X		

6. RESPONSABILIDADES	NIVEL		
	ALTO	MEDIO	BAJO
a. Bienes y valores (¿cuáles?)	X		
b. Información (¿cuál?)	X		
c. Relaciones interpersonales (¿cuál?)	X		
d. Dirección y coordinación (¿de qué nivel jerárquico?)	X		

7. REQUERIMIENTOS FÍSICOS Y MENTALES	PORCENTAJE DE LA JORNADA LABORAL			
	0 - 25%	26 - 50%	51 - 75%	76 - 100%
7.1 CARGA FÍSICA				
a. Posición Sedente			X	
b. Posición Bípeda		X		
c. Posturas mantenidas		X		
d. Alternar posiciones			X	
e. Motricidad Gruesa			X	
f. Motricidad Fina			X	
g. Destreza Manual		X		
h. Levantamiento y Manejo de Cargas	X			
i. Velocidad de Reacción		X		
7.2 CARGA MENTAL				
a. Recibir información oral/escrita				X
b. Producir información oral/escrita				X
c. Análisis de información				X
d. Emitir respuestas rápidas				X
e. Atención				X
f. Concentración				X
g. Repetitividad				X
h. Monotonía				X
i. Tareas de precisión visomotora				X
j. Habilidad para solucionar problemas				X
k. Interpretación de signos y símbolos				X
l. Percepción causa - efecto				X
m. Valoración de la realidad				X
7.3 SENSOPERCEPCIÓN				
a. Percepción Visual			X	

b. Percepción auditiva			X	
c. Percepción gustativa			X	
d. Percepción olfatoria			X	
e. Percepción táctil			X	
f. Percepción / discriminación de detalles		X		
g. Integración sensorial requerida		X		
h. Diferenciación figura fondo		X		
i. Relaciones espaciales			X	
j. Kinestesia				X
k. Propiocepción			X	
l. Esterognosia		X		
m. Constancia de la forma			X	
n. Percepción del color			X	
o. Planificación motora		X		
8. EXÁMENES OCUPACIONALES DE INGRESO				
TIPO	REQUERIDO	NO REQUERIDO		
a. Exámen Médico	X			
b. Visiometría	X			
c. Audiometría	X			
d. Espirometría		X		
e. Cuadro Hemático		X		
f. Glicemia		X		
g. Frotis de Sangre Periférico		X		
h. Rx de columna		X		

FECHA: _____ mar- 14

SEDE: _____

1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

DENOMINACIÓN: _____ OPERARIO _____ CÓDIGO: _____

AREA _____ ASIGNACIÓN SALARIAL: \$ _____ 616.000

DEPENDENCIA: _____

2. OBJETO GENERAL DEL CARGO

PRODUCIR DE MANERA CORRECTA CUMPLIDA Y CON CALIDAD LOS PRODUCTOS

3. REQUISITOS MÍNIMOS

3.1 FORMACIÓN ACADÉMICA; TECNOLOGIA EN ALIMENTOS

3.2 EXPERIENCIA LABORAL: 2 AÑOS

4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

FUNCIONES	PERIODICIDAD	TIPO
PRODUCCION GENERAL	M	E
CALIDAD	M	C
COCINA	M	E
EMPAQUE	M	E
DESPACHO	M	C

Convenciones

TIPO DE FUNCIÓN
PERIODICIDAD

Ejecución (e)	Análisis (a)	Dirección (d)	Control (c)
Ocasional (o)	Diaria (d)	Mensual (m)	Trimestral (t)

5. COMPETENCIAS		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
5.1 GENERALES				
1	Adaptación	X		
2	Ambición profesional	X		
3	Análisis	X		
4	Aprendizaje	X		
5	Asertividad	X		
6	Autocontrol	X		
7	Autonomía	X		
8	Creatividad		X	
9	Delegación		X	
10	Dinamismo		X	
11	Flexibilidad		X	
12	Independencia			X
13	Iniciativa			X
14	Integridad			X
15	Juicio			X
16	Liderazgo		X	
17	Negociación y conciliación		X	
18	Orientación al servicio		X	
19	Persuasión	X		
20	Planificación y Organización		X	
21	Resolución de problemas			X
22	Sensibilidad interpersonal		X	
23	Sociabilidad	X		
24	Toma de decisiones	X		
25	Trabajo bajo presión	X		
26	Trabajo en equipo	X		
5.2 TÉCNICAS				
1	Atención al detalle	X		
2	Atención al público	X		
3	Autoorganización	X		
4	Comunicación no verbal	X		
5	Comunicación oral y escrita		X	
6	Disciplina			X
7	Razonamiento numérico			X
8	Sentido de Urgencia			X

6. RESPONSABILIDADES	NIVEL		
	ALTO	MEDIO	BAJO
a. Bienes y valores (¿cuáles?)	X		
b. Información (¿cuál?)	X		
c. Relaciones interpersonales (¿cuál?)	X		
d. Dirección y coordinación (¿de qué nivel jerárquico?)	X		

7. REQUERIMIENTOS FÍSICOS Y MENTALES	PORCENTAJE DE LA JORNADA LABORAL			
	0 - 25%	26 - 50%	51 - 75%	76 - 100%
7.1 CARGA FÍSICA				
a. Posición Sedente			X	
b. Posición Bípeda		X		
c. Posturas mantenidas		X		
d. Alternar posiciones			X	
e. Motricidad Gruesa			X	
f. Motricidad Fina			X	
g. Destreza Manual		X		
h. Levantamiento y Manejo de Cargas	X			
i. Velocidad de Reacción		X		
7.2 CARGA MENTAL				
a. Recibir información oral/escrita				X
b. Producir información oral/escrita				X
c. Análisis de información				X
d. Emitir respuestas rápidas				X
e. Atención				X
f. Concentración				X
g. Repetitividad				X
h. Monotonía				X
i. Tareas de precisión visomotora				X
j. Habilidad para solucionar problemas				X
k. Interpretación de signos y símbolos				X
l. Percepción causa - efecto				X
m. Valoración de la realidad				X
7.3 SENSOPERCEPCIÓN				
a. Percepción Visual			X	

b. Percepción auditiva	X			
c. Percepción gustativa	X			
d. Percepción olfatoria	X			
e. Percepción táctil	X			
f. Percepción / discriminación de detalles		X		
g. Integración sensorial requerida			X	
h. Diferenciación figura fondo			X	
i. Relaciones espaciales			X	
j. Kinestesia		X		
k. Propiocepción			X	
l. Esterognosia		X		
m. Constancia de la forma		X		
n. Percepción del color	X			
o. Planificación motora	X			
8. EXÁMENES OCUPACIONALES DE INGRESO				
TIPO	REQUERIDO	NO REQUERIDO		
a. Exámen Médico	X			
b. Visiometría	X			
c. Audiometría	X			
d. Espirometría		X		
e. Cuadro Hemático		X		
f. Glicemia		X		
g. Frotis de Sangre Periférico		X		
h. Rx de columna		X		

FECHA: _____ mar- 14

SEDE: _____

1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

DENOMINACIÓN: _____ ASEO _____ CÓDIGO: _____

AREA _____ ASIGNACIÓN SALARIAL: \$ _____ 616.000

DEPENDENCIA: _____

2. OBJETO GENERAL DEL CARGO

LIMPIEZA GENERAL DE LA EMPRESA

3. REQUISITOS MÍNIMOS

3.1 FORMACIÓN ACADÉMICA; BACHILLER

3.2 EXPERIENCIA LABORAL: N/A

4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

FUNCIONES	PERIODICIDAD	TIPO
LIMPIEZA	D	E

Convenciones

TIPO DE FUNCIÓN
PERIODICIDAD

Ejecución (e)	Análisis (a)	Dirección (d)	Control (c)
Ocasional (o)	Diaría (d)	Mensual (m)	Trimestral (t)

5. COMPETENCIAS		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
5.1 GENERALES				
1	Adaptación		X	
2	Ambición profesional		X	
3	Análisis		X	
4	Aprendizaje		X	
5	Asertividad		X	
6	Autocontrol		X	
7	Autonomía		X	
8	Creatividad		X	
9	Delegación		X	
10	Dinamismo		X	
11	Flexibilidad		X	
12	Independencia		X	
13	Iniciativa		X	
14	Integridad		X	
15	Juicio		X	
16	Liderazgo		X	
17	Negociación y conciliación		X	
18	Orientación al servicio		X	
19	Persuasión		X	
20	Planificación y Organización		X	
21	Resolución de problemas		X	
22	Sensibilidad interpersonal		X	
23	Sociabilidad		X	
24	Toma de decisiones		X	
25	Trabajo bajo presión		X	
26	Trabajo en equipo		X	
5.2 TÉCNICAS				
1	Atención al detalle		X	
2	Atención al público		X	
3	Autoorganización		X	
4	Comunicación no verbal		X	
5	Comunicación oral y escrita		X	
6	Disciplina		X	
7	Razonamiento numérico		X	
8	Sentido de Urgencia		X	

6. RESPONSABILIDADES	NIVEL		
	ALTO	MEDIO	BAJO
a. Bienes y valores (¿cuáles?)		X	
b. Información (¿cuál?)		X	
c. Relaciones interpersonales (¿cuál?)		X	
d. Dirección y coordinación (¿de qué nivel jerárquico?)		X	

7. REQUERIMIENTOS FÍSICOS Y MENTALES	PORCENTAJE DE LA JORNADA LABORAL			
	0 - 25%	26 - 50%	51 - 75%	76 - 100%
7.1 CARGA FÍSICA				
a. Posición Sedente	X			
b. Posición Bípeda		X		
c. Posturas mantenidas		X		
d. Alternar posiciones		XX		
e. Motricidad Gruesa		X		
f. Motricidad Fina	X			
g. Destreza Manual	X			
h. Levantamiento y Manejo de Cargas		X		
i. Velocidad de Reacción		X		
7.2 CARGA MENTAL				
a. Recibir información oral/escrita		X		
b. Producir información oral/escrita		X		
c. Análisis de información	X			
d. Emitir respuestas rápidas	X			
e. Atención	X			
f. Concentración		X		
g. Repetitividad		X		
h. Monotonía		X		
i. Tareas de precisión visomotora			X	
j. Habilidad para solucionar problemas			X	
k. Interpretación de signos y símbolos		X		
l. Percepción causa - efecto		X		
m. Valoración de la realidad		X		
7.3 SENSOPERCEPCIÓN				
a. Percepción Visual			X	

b. Percepción auditiva	X			
c. Percepción gustativa	X			
d. Percepción olfatoria	X			
e. Percepción táctil	X			
f. Percepción / discriminación de detalles	X			
g. Integración sensorial requerida	X	X		
h. Diferenciación figura fondo		X		
i. Relaciones espaciales		X		
j. Kinestesia			X	
k. Propiocepción		X		
l. Esterognosia		X		
m. Constancia de la forma		X		
n. Percepción del color	X			
o. Planificación motora	X			
8. EXÁMENES OCUPACIONALES DE INGRESO				
TIPO	REQUERIDO	NO REQUERIDO		
a. Exámen Médico	X			
b. Visiometría	X			
c. Audiometría	X			
d. Espirometría			X	
e. Cuadro Hemático			X	
f. Glicemia			X	
g. Frotis de Sangre Periférico			X	
h. Rx de columna			X	

Anexo C. Estudio de homonimia

**RUES** Registro Único Empresarial y Social
Cámaras de Comercio 

[Inicio](#) [Consultas](#) [Reporte de Veedurías](#) Acceso privado

Realice aquí su consulta empresarial o social

Consulte si [una empresa](#) o persona natural está inscrita en el [registro](#) mercantil de las [cámaras de comercio](#) del país. Escoja el criterio que se ajuste a sus necesidades.

[Razón Social Nombre](#) [Razón Social Palabra Clave](#) [Número de Identificación](#) [Matrícula Mercantil](#) [Registro Nacional de Turismo](#)

Los [resultados](#) de la consulta por nombre siempre se mostrarán en [orden alfabético](#), y retorna todos aquellos comerciantes cuya [razón social](#) o sigla inicie con las palabras ingresadas.

Instrucciones adicionales para la consulta de Homonimia y Condiciones de Uso

Razón social: **Consultar**

Advertencia:
La consulta por Nombre no ha retornado resultados

Anexo D. Minuta de constitución

En la ciudad de Bucaramanga el día ___ de _____ de _____, el suscrito Juan Camilo García Castillo, mayor de edad, identificado con al cédula de ciudadanía número 1100953741 de San Gil, domiciliado y residente en Bucaramanga en la dirección xxxxxxxx teléfono xxxxxx quién para todos los efectos se denominará el CONSTITUYENTE O EMPRESARIO, mediante el presente escrito manifiesto mi voluntad de constituir una Empresa Unipersonal, que se regulará conforme lo establecido en las disposiciones que regulan la materia y en especial por los siguientes Estatutos: **PRIMERO. Razón Social:** la Empresa que mediante este documento se constituye se denominará “ _____ **E.U.**”, cuya sigla es “ _____ ” **SEGUNDO. Domicilio:** el domicilio de la Empresa Unipersonal será la ciudad de _____, departamento del Huila, pudiendo constituir o establecer sucursales, agencias o dependencias en otras ciudades del país o del exterior. **TERCERO. Objeto:** compra y venta de insumos agrícolas, importación y exportación de toda clase de bienes muebles. En general se realizará toda actividad lícita de comercio. **CUARTO. Duración.** La Empresa tendrá una duración **indefinida**. **QUINTO. Capital:** El capital de la Empresa Unipersonal es la suma de _____ PESOS MCTE (\$ _____), **SEXTO. Cuotas.** El capital de la Empresa se halla dividido en ____ (___) cuotas de valor nominal de (\$ _____) _____ Pesos Mcte. Cada una, capital que se halla aportado en su totalidad. **SÉPTIMO. Responsabilidad:-** La responsabilidad del suscrito, en calidad de constituyente de la Empresa, se circunscribe al monto de los aportes que conforman el capital de la misma, sin perjuicio de que éste posteriormente sea aumentado con arreglo a las normas vigentes. **OCTAVO. Cesión de Cuotas:** Las cuotas en que se representa el capital de la empresa, podrán ser cedidas total o parcialmente, en cuyo caso dicha cesión deberá constar por escrito con anotación en el respectivo registro mercantil. **NOVENO. Administración:** La administración de la empresa estará en cabeza de un Gerente, de libre nombramiento y remoción por parte del constituyente. El Gerente tendrá un periodo cuatro años , sin perjuicio de que pueda ser reelegido indefinidamente o removido en cualquier tiempo. **DÉCIMO. Facultades del Gerente:** El Gerente es el Representante Legal de la Empresa, con facultades, por lo tanto, para ejecutar todos los actos y contratos acordes con la naturaleza de su encargo y que se relacionen directamente con el giro ordinario de los negocios de la Empresa. En especial, el Gerente tendrá las siguientes funciones:

1. Usar de la firma o razón social;
2. Designar los empleados que requiera el normal funcionamiento de la compañía y señalarles su remuneración.
3. Rendir cuentas de su gestión al constituyente, en la forma establecida en el artículo undécimo.
4. Constituir los apoderados judiciales necesarios para la defensa de los intereses sociales.

PAR. El gerente no requerirá autorización previa del Constituyente para la ejecución de cualquier acto o contrato.

DÉCIMO PRIMERO. Rendición de Cuentas: El Gerente deberá rendir al Constituyente cuentas comprobadas de su gestión al final de cada ejercicio, dentro del mes siguiente a la fecha en el cual se retire de su cargo y en cualquier momento en que el Constituyente las exija. Para tal efecto presentará los estados financieros que fueran pertinentes, junto con un informe de gestión. Las cuentas anuales de final de ejercicio deberán presentarse antes del 01 de abril de cada año. **DÉCIMO SEGUNDO. Designación:** se nombra como gerente a _____, identificado con la cédula de ciudadanía No. _____ de _____, quién es también el empresario o constituyente de esta Empresa Unipersonal, quien ejercerá sus funciones y ostentará el cargo hasta cuando se designe y efectúe el registro correspondiente de cualquier nuevo nombramiento. **DÉCIMO**

TERCERO. Reserva Legal: La Empresa formará una reserva legal con el diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas de cada ejercicio, hasta completar el cincuenta por ciento (50%) del capital. En caso de que este último porcentaje disminuyere por cualquier causa, la Empresa deberá seguir apropiando el mismo diez por ciento (10%) de utilidades líquidas de los ejercicios siguientes hasta cuando la reserva legal alcance nuevamente el limite fijado. **Parágrafo:** en caso de pérdidas, éstas se cubrirán con las reservas que se hayan constituido para ese fin y en su defecto, con la reserva legal. **DÉCIMO CUARTO. Causales de disolución:** La Empresa se disolverá por las siguientes causales:

1. Por voluntad del Constituyente.
2. Por vencimiento del término previsto, a menos que fuere prorrogado mediante documento inscrito en el registro mercantil antes de su expiración.
3. Por muerte del Constituyente.
4. Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas.
5. Por orden de autoridad competente.
6. Por perdidas que reduzcan el patrimonio de la empresa en más del cincuenta por ciento.
7. Por la iniciación del trámite de liquidación obligatoria.

DÉCIMO QUINTO. Liquidación: Disuelta la Empresa, se procederá de inmediato a su liquidación, en la forma indicada en la ley. En consecuencia, no podrá iniciar nuevas operaciones en desarrollo de su objeto social y conservará su capacidad jurídica

únicamente para los actos necesarios a la liquidación. El nombre de la Empresa una vez disuelta, se adicionará con la expresión “en liquidación”. Su omisión hará incurrir a los encargados de adelantar el proceso liquidatorio en las responsabilidades establecidas en la ley. **Parágrafo primero.** En los casos previstos en el Código de Comercio, podrá evitarse la disolución de la Empresa adoptando las modificaciones que sean del caso según la causal ocurrida, siempre y cuando se efectúen dentro de los seis meses siguientes a la ocurrencia de la causal. **Parágrafo segundo:** La liquidación del patrimonio

podrá hacerse por el Empresario o por un liquidador o varios liquidadores nombrados por él. El nombramiento se inscribirá en el registro público de comercio. Sobre el particular, se seguirán las reglas previstas para la liquidación de las sociedades de responsabilidad limitada.

En constancia firma el Constituyente o Empresario:

Juan Camilo Garcia C.

C.C. 1100953741 de. San Gil

