

**Estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de chorizos de cerdo  
artesanales “ChoriYarigués” en el Barrio Oro Negro de Barrancabermeja**

Leydi Esperanza Madrid Arcila

Asesor

Ruth V. Macias Pérez

Universidad nacional abierta y a distancia UNAD

Escuela de ciencias administrativas, contables, económicas y de negocios ECACEN.

Administración de empresas

2024

## **Agradecimientos**

A mi madre, tus consejos, tu amor y apoyo incondicional han sido mi mayor motivación. agradezco infinitamente tus esfuerzos.

A mi fiel compañera de cuatro patas, Susy E. quien estuvo a mi lado noche tras noche durante 8 años, brindándome alegría.

Mi gratitud hacia la UNAD y a todos sus docentes por guiarnos y apoyarnos a los estudiantes en nuestro camino hacia la excelencia académica y profesional.

## Resumen

La propuesta de fabricación de chorizos artesanales de cerdo surge como respuesta a la creciente demanda de productos alimenticios de calidad en el barrio Oro Negro de Barrancabermeja. La iniciativa tiene como objetivo principal satisfacer la necesidad de disponer de chorizos frescos y seguros para el consumo en la zona, así como mejorar la oferta gastronómica del barrio. En términos sociales, el consumo de chorizo artesanal fomenta el sentido de identidad y pertenencia a la comunidad, al tratarse de un producto arraigado en la cultura local y presente en reuniones familiares, cumpleaños, asados y eventos sociales. El chorizo artesanal se ha convertido en un símbolo de la riqueza gastronómica de Barrancabermeja. Este proyecto se enfoca en abordar las preferencias y necesidades de los consumidores mediante la creación de un plan de negocios destinado a la producción de chorizos artesanales de cerdo. Además, contempla la elaboración de una guía práctica detallada que sirva como herramienta fundamental para la producción, proporcionando instrucciones paso a paso y garantizando un proceso óptimo de higiene. Se espera que este proyecto contribuya al desarrollo económico y social del barrio Oro Negro, generando empleo local y promoviendo el consumo de productos alimenticios de calidad. Asimismo, se proyecta que sirva como modelo para futuros emprendimientos en la zona.

***Palabras clave:*** Embutidos, plan de negocios, factibilidad, estudio de mercado, chorizo artesanal.

## **Abstract**

The proposal for the production of artisanal pork sausages arises in response to the growing demand for high-quality food products in the Oro Negro neighborhood of Barrancabermeja. The main objective of this initiative is to meet the need for fresh and safe pork sausages for local consumption, while also enhancing the neighborhood's culinary offerings. From a social perspective, the consumption of artisanal sausage fosters a sense of identity and belonging within the community, as it is a product deeply rooted in local culture and commonly shared at family gatherings, birthdays, barbecues, and social events. Artisanal sausage has become a symbol of Barrancabermeja's rich gastronomic tradition. This project focuses on addressing consumer preferences and needs through the development of a business plan aimed at the production of artisanal pork sausages. In addition, it includes the creation of a detailed practical guide that will serve as a key tool in the production process, providing step-by-step instructions and ensuring optimal hygiene standards. The project is expected to contribute to the economic and social development of the Oro Negro neighborhood by generating local employment and promoting the consumption of quality food products. Furthermore, it is envisioned as a model that can be replicated in future entrepreneurial initiatives throughout the area.

***Keywords:*** Sausages, business plan, feasibility, market study, artisanal pork sausage

**Tabla de contenido**

	Pag
Introducción .....	13
Planteamiento del problema.....	15
Justificación .....	16
Formulación del problema .....	17
Objetivos .....	18
Objetivo general.....	18
Objetivos específicos .....	18
Marco teórico .....	19
Estudio de mercado.....	19
Estudio organizacional.....	20
Estudio técnico.....	21
Estudio legal.....	22
Estudio financiero .....	23
Marco referencial .....	25
Antecedentes .....	25
Marco conceptual.....	28
Chorizo artesanal .....	28
Producción artesanal .....	28

Embutidora.....	29
Molino de carne .....	29
Selladora al vacío.....	29
Ahumador .....	29
Indumentaria .....	30
Plan de negocios .....	30
Higiene alimentaria.....	30
Metodología .....	31
Características del estudio.....	31
Estudio de mercado.....	35
Mercado objetivo .....	37
Diseño y aplicación de encuestas.....	38
Estimación de la demanda .....	46
Análisis de la demanda .....	46
Análisis de la oferta .....	49
Estudio organizacional.....	50
Organización del Recurso Humano. ....	51
Plan de marketing .....	54
Descripción del Producto.....	54
Promoción.....	55

Distribución.....	56
Propuesta de valor.....	56
Estrategia de cifras.....	56
Programa de fidelización por compras acumuladas.....	57
Excelente servicio al cliente cómo estrategia de fidelización.....	57
Estudio técnico.....	59
Presentación del producto.....	59
Estrategia de Almacenamiento.....	60
Localización.....	60
Estrategia de venta.....	60
Recursos operacionales.....	61
Recursos físicos.....	61
Maquinaria y equipo.....	61
Marco legal.....	67
Recurso humano.....	67
Normativa técnica.....	67
Normativa laboral.....	67
Normativa ambiental.....	68
Estudio financiero.....	69
Costos de producción.....	71

Materia prima.....	72
Costo del personal.....	73
Costo de materia prima.....	74
Costos totales.....	74
Ingresos estimados.....	74
Flujo de caja.....	74
Flujo de caja 1.....	75
TIR.....	77
VAN.....	77
Conclusión.....	80
Recomendaciones.....	81
Referencias bibliográficas.....	82
Apéndices.....	84

## Lista de tablas

<b>Tabla 1</b> <i>Analisis dafo</i> .....	47
<b>Tabla 2</b> <i>Competidores de chorizo</i> .....	48
<b>Tabla 3</b> <i>Fortalezas y debilidades de los competidores</i> .....	48
<b>Tabla 4</b> <i>Inversión en maquinaria y equipo</i> .....	70
<b>Tabla 5</b> <i>Depreciación</i> .....	71
<b>Tabla 6</b> <i>Costo materia prima</i> .....	72
<b>Tabla 7</b> <i>Costo mensual del personal</i> .....	73
<b>Tabla 8</b> <i>Costos fijos y variables</i> .....	73
<b>Tabla 11</b> <i>Flujo de caja proyectado</i> .....	78
<b>Tabla 12</b> <i>Relación costo/Beneficio</i> .....	78

## Lista de figuras

<b>Figura 1</b> <i>Distribución de la población urbana</i> .....	35
<b>Figura 2</b> <i>Mapa comuna 6 de Barrancabermeja</i> .....	36
<b>Figura 3</b> <i>Barrios legalizados por comuna</i> .....	36
<b>Figura 4</b> <i>Preferencia por Chorizos Artesanales</i> .....	38
<b>Figura 5</b> <i>Consumo Regular de Chorizo de Cerdo</i> .....	39
<b>Figura 6</b> <i>Disposición a probar nuevas variedades de chorizos</i> .....	39
<b>Figura 7</b> <i>Gasto en comida rápida mensualmente</i> .....	40
<b>Figura 8</b> <i>Preferencia de compra</i> .....	41
<b>Figura 9</b> <i>Precio que estaría dispuesto a pagar</i> .....	42
<b>Figura 10</b> <i>Nivel de ingreso familiar</i> .....	43
<b>Figura 11</b> <i>Compra de chorizo en establecimiento</i> .....	43
<b>Figura 12</b> <i>Presentación del empaque</i> .....	44
<b>Figura 13</b> <i>Sabor y variedad</i> .....	45
<b>Figura 14</b> <i>Aspectos del chorizo</i> .....	45
<b>Figura 15</b> <i>Nueve pasos para crear empresa</i> .....	50
<b>Figura 16</b> <i>Organigrama</i> .....	51
<b>Figura 17</b> <i>Logo</i> .....	54
<b>Figura 18</b> <i>Diseño de empaque</i> .....	55
<b>Figura 19</b> <i>Fidelización</i> .....	57
<b>Figura 20</b> <i>Referencia de maquina picadora</i> .....	62
<b>Figura 21</b> <i>Maquina embutidora</i> .....	62

<b>Figura 22</b> <i>Mezcladora de carne</i> .....	63
<b>Figura 23</b> <i>Horno Ahumador</i> .....	63
<b>Figura 24</b> <i>Vitrina</i> .....	64
<b>Figura 25</b> <i>Empacadora al Vacío</i> .....	64
<b>Figura 26</b> <i>Referencia de balanza</i> .....	65
<b>Figura 27</b> <i>Referencia cuchillo</i> .....	65
<b>Figura 28</b> <i>Bolsas al vacío</i> .....	65
<b>Figura 29</b> <i>Refrigerador</i> .....	66
<b>Figura 30</b> <i>Computador</i> .....	66
<b>Figura 31</b> <i>Flujo de caja enero - diciembre</i> .....	75
<b>Figura 32</b> <i>Flujo de caja Año 1 al año 5</i> .....	76

**Lista de apéndices**

<b>Apéndice A</b> <i>Formato de encuesta</i> .....	84
<b>Apéndice B</b> <i>Participantes</i> .....	85
<b>Apéndice C</b> <i>Resultados de la encuesta</i> .....	89

## Introducción

El Barrio Oro Negro, está situado en el departamento de Santander en Barrancabermeja. es un distrito colombiano ubicado a orillas del río Magdalena, en la parte occidental de Santander y es la ciudad industrial más importante del departamento, sede de la refinería de petróleo más grande del país. El barrio está compuesto principalmente por familias de estrato socioeconómico uno, cuyos ingresos provienen de empleos formales, el comercio informal y pequeños negocios locales, como veterinarias, salones de belleza, gimnasios y restaurantes. En cuanto a sus hábitos de consumo, los habitantes muestran preferencia por las carnes, embutidos y comida rápida, priorizando aquellos productos con menos aditivos en su alimentación diaria.

Sin embargo, actualmente no existen establecimientos enfocados en la venta de embutidos artesanales en la zona. Esto es una oportunidad de negocio, especialmente considerando que los jóvenes y adultos del sector buscan alternativas más saludables, con menos conservantes y un alto contenido de proteínas.

Este barrio ha enfrentado desafíos relacionados con la violencia, delincuencia común y homicidios, lo que ha afectado su desarrollo económico. Según datos reportados por el Ministerio de Justicia, Barrancabermeja registró una tasa de 53,19 homicidios por cada 100.000 habitantes en 2023, la más alta en la última década. En 2024, la situación se agravó, alcanzando 161 homicidios, lo que representa un aumento del 31% en comparación con el año anterior, lo que ha generado el cierre de algunos negocios como farmacias y asaderos.

El emprendimiento de chorizos responde a la necesidad de ofrecer un producto saludable y de calidad y a su vez generaría empleo en la comunidad. Por ello es importante resaltar aspectos

positivos de la zona, como la gastronomía para contribuir a mejorar la imagen del barrio y ofrecer nuevas oportunidades para su desarrollo.

Mi motivación para desarrollar este proyecto surge de una experiencia personal. Al vivir en el barrio, he notado que en las tiendas venden productos muy grasosos y que carecen de variedad, Además, la unidad de chorizo es costosa y no se ajusta a las expectativas de calidad que busco, lo que me llevó a la idea de crear un chorizo más llamativo, nutritivo y variado que no solo respondiera a mis necesidades, sino que también mejorare las alternativas gastronómicas.

## **Planteamiento del problema**

El Barrio Oro Negro, ubicado en Barrancabermeja, Santander, es una zona con un alto potencial para el desarrollo gastronómico, dada su importancia al conectar con otros barrios y el crecimiento urbano que viene teniendo en los últimos años. Sin embargo, el mercado local tiene limitaciones en la oferta de embutidos, especialmente en lo que respecta a los chorizos artesanales. Aunque existen opciones en el barrio, la mayoría de los productos son, excesivamente grasosos, productos industriales y con poca variedad, lo que no lo hace tan atractivo para los adultos y jóvenes que prefieren consumir productos más saludables.

Esta situación genera una oportunidad clara de negocio. Existe una oferta limitada y poco atractiva, están buscando productos que se ajusten mejor a sus expectativas de sabor, nutrición y precio. Por lo tanto, la creación de una empresa de chorizos artesanales no solo llenaría este vacío, sino que también contribuiría a mejorar la oferta gastronómica y emplearía a personas que ya sea por su edad o poca experiencia no logran emplearse en la ciudad.

El impacto de este proyecto no solo beneficiaría al Barrio Oro Negro, sino que también tendría efectos positivos en la economía local, la producción y comercialización de chorizos al generar empleo fortalecería la competitividad del mercado y ofrecería una alternativa de consumo más saludable incluso para habitantes de barrios aledaños ya que el punto de pozo 7 conecta con otros barrios.

## Justificación

La iniciativa de crear el emprendimiento CHORIYARIGUÍES en el barrio Oro Negro surge de la necesidad de ofrecer un producto artesanal de calidad y rico en proteína, respondiendo a la creciente demanda de embutidos más saludables dentro de la comunidad y por la preferencia de derivados de la carne de cerdo. Se evidencia una actitud favorable hacia el consumo de chorizo de cerdo, ya que el 74,6 % de los encuestados del barrio Oro Negro manifestó su preferencia por este producto en una encuesta aplicada a 276 personas. Esto sugiere una tendencia positiva en la demanda de carne de cerdo.

La propuesta de valor se basa en brindar un excelente servicio al cliente, fomentando la lealtad y la satisfacción de los consumidores a través de una experiencia de compra diferenciada. Además, los chorizos CHORIYARIGUÍES se distinguirán por su contenido de carne de cerdo del 70 %, garantizando un producto completo, fresco y de calidad. El propósito principal es abordar esta necesidad no satisfecha.

Por otra parte, a nivel nacional, la carne de cerdo ha sido la proteína con mayor crecimiento en el consumo de carnes. En el último año, se registró un aumento del 18,6 % en el consumo per cápita total de carnes, lo que representa un incremento de 1,2 kg por habitante en comparación con 2023. Actualmente, la carne de cerdo ocupa la tercera posición en el ranking de consumo a nivel nacional.

Si bien no se dispone de datos específicos sobre el consumo de carne de cerdo y chorizos en Barrancabermeja, la encuesta en el barrio Oro Negro sugiere una tendencia en la preferencia de chorizos artesanales en la ciudad. Dado que tres de cada cuatro encuestados prefieren este producto, es probable que esta demanda se extienda a otras comunas.

### **Formulación del problema**

El problema descrito anteriormente se puede abordar a través de la siguiente pregunta:

¿Es viable la creación de un plan de negocios para la fabricación y comercialización de chorizos de cerdo artesanales en el barrio oro negro de Barrancabermeja?

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Diseñar un plan de negocios para la fabricación y comercialización de chorizos artesanales de cerdo en el Barrio Oro Negro de Barrancabermeja con el fin de evaluar su viabilidad.

### **Objetivos específicos**

Identificar las preferencias y comportamientos de compra de los consumidores del barrio oro negro mediante encuestas.

Establecer una estimación de los costos de producción de chorizo artesanal considerando los costos de materia prima y equipos necesarios para la fabricación basándose en investigación y cotización.

Analizar la competencia en el mercado local de chorizos artesanales, identificando sus fortalezas y debilidades, con el propósito de posicionar de manera efectiva el producto ‘ChoriYariguíes’

Describir los aspectos organizacionales clave necesarios para establecer y gestionar el proyecto

## Marco teórico

### Estudio de mercado

El estudio de mercado es esencial para comprender las dinámicas y necesidades del entorno comercial del negocio de chorizos artesanales. Según Kotler, Bloom & Hayes (2004), el estudio de mercado implica la recopilación sistemática y análisis de información relevante sobre el mercado objetivo, competencia y tendencias del consumidor.

Según Churchill & Iacobucci (2006), su obra "Marketing Research: Methodological Foundations" explica la importancia del estudio de mercado en la toma de decisiones empresariales. el estudio de mercado es fundamental en la toma de decisiones estratégicas, ya que permite identificar patrones de consumo y segmentar el mercado con base en datos cuantificables.

En este caso,

74,6 % de los encuestados prefiere el chorizo artesanal sobre el industrial.

65 % consume embutidos al menos una vez por semana.

58 % estaría dispuesto a pagar más por un producto sin conservantes.

Se empleó un estudio descriptivo, que, según los autores, es ideal para analizar las preferencias y comportamientos del consumidor. Además, su modelo de investigación destaca la importancia de la recopilación de datos a través de encuestas estructuradas y su posterior análisis mediante técnicas estadísticas descriptivas, lo cual se aplicó en este estudio a través de Google Forms.

## **Estudio organizacional**

Moctezuma y Manzano (2017), por su parte consideran que los Estudios Organizacionales: “Apuestan por consolidarse como un campo multidisciplinar que, si bien tuvo acño en la ciencia administrativa, han migrado hacia un espacio de discusión incluyente que cobija diferentes visiones y perspectivas para el abordaje epistémico en el análisis del fenómeno organizacional para describir, comprender y explicar su existencia, su naturaleza, su evolución, su desarrollo” (p. 16).

Aaker (2011), la gestión organizacional eficaz en mercados competitivos debe enfocarse en la diferenciación y la creación de una propuesta de valor. Para que una empresa sea exitosa, debe consolidar su identidad de marca y establecer una conexión con los consumidores a través de productos auténticos y una experiencia de compra diferenciada.

Al integrar estas perspectivas, CHORIYARIGUÍES ha estructurado su organización con un enfoque que combina gestión estratégica y diferenciación de marca. Siguiendo a Moctezuma y Manzano (2017), se adopta un modelo organizacional dinámico que responde a las condiciones del mercado y a las expectativas del consumidor. A su vez, de acuerdo con Aaker (2011), se ha diseñado una estrategia centrada en la calidad del producto y el servicio al cliente, buscando fortalecer la lealtad del consumidor que busca generar un posicionamiento sólido en el mercado de embutidos artesanales.

## **Estudio técnico**

El tamaño del proyecto está determinado por varios factores clave que afectan la capacidad de producción y la sostenibilidad del negocio (Kotler y Armstrong, 2016): Según el estudio de mercado realizado en el barrio Oro Negro, el 74,6 % de los encuestados manifestó preferencia por el consumo de chorizos artesanales. Esto indica una oportunidad de negocio clara, ya que actualmente no existen productores locales que ofrezcan un producto similar.

Según la FAO (2021), los negocios de producción cárnica deben cumplir con buenas prácticas de manufactura (BPM) y garantizar la trazabilidad de los alimentos. Se implementarán controles de calidad en la manipulación de la carne de cerdo y en el proceso de curado.

La producción artesanal requiere personal capacitado en la elaboración de embutidos. Según Pérez y Montoya (2015), la especialización en el proceso garantiza un producto diferenciado y de mayor valor en el mercado.

## **Localización**

El proyecto estará ubicado en el barrio Oro Negro, Barrancabermeja, Santander, debido a su estrategia de proximidad con el mercado objetivo. La producción y comercialización en puntos cercanos reduce costos logísticos y garantiza una mejor distribución del producto, de acuerdo con Trienekens y Zuurbier (2008).

### **Proceso de producción**

Recepción de materia prima, donde la carne de cerdo será adquirida de proveedores certificados, garantizando frescura y calidad.

Para la preparación se utilizarán ingredientes naturales y especias seleccionadas, asegurando el sabor característico del chorizo artesanal

El producto se embutirá en tripa natural y pasará por un proceso de ahumado.

Se emplearán técnicas de refrigeración y empaques al vacío para garantizar su conservación

### **Control de calidad**

Consiste en la verificación de temperatura y frescura de la carne, pruebas sensoriales de sabor y textura y el uso de empaques que prolonguen la vida útil del producto sin necesidad de conservantes artificiales.

### **Proveedores**

Se han identificado proveedores locales de carne de cerdo que cumplen con estándares de calidad. Además, se establecerán acuerdos con distribuidores de especias, empaques y equipos de refrigeración para garantizar un buen producto final.

### **Estudio legal**

Guillén (2013) menciona que un estudio legal implica la revisión detallada de la normativa legal aplicable a la actividad comercial o proyecto en cuestión. Esto incluye leyes y regulaciones relacionadas con la constitución de empresas, contratos comerciales, propiedad intelectual, impuestos, regulación laboral, protección al consumidor y cualquier otro aspecto legal relevante para la operación del negocio.

En Colombia, el Decreto 1500 de 2007 establece los requisitos sanitarios para la producción y comercialización de productos cárnicos, obligando a las empresas a implementar Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y a obtener el Registro Sanitario del INVIMA.

Por ende, para garantizar la operación legal de CHORIYARIGUÍES, se debe considerar registro del negocio ante la Cámara de Comercio de Barrancabermeja y la DIAN, Cumplimiento de normativas sanitarias (Decreto 1500 de 2007 y BPM), Obtención del Registro Sanitario del INVIMA, indispensable para la comercialización de embutidos, Cumplimiento de obligaciones fiscales, según el régimen tributario que apliquen y aplicación de normativas laborales, garantizando condiciones justas para los trabajadores.

### **Estudio financiero**

El análisis financiero, según Rubio (2007), es esencial para evaluar la viabilidad económica del proyecto. Este proceso implica el uso de técnicas analíticas para interpretar estados financieros y tomar decisiones financieras efectivas. Un análisis detallado de costos, ingresos proyectados y estrategias de financiamiento asegura la sostenibilidad financiera del negocio de chorizos artesanales.

En primer lugar, se ha calculado la estructura de costos, incluyendo insumos, mano de obra y entre otros, que permitan determinar el costo de producción de los chorizos artesanales. También, se ha realizado una proyección de ingresos basada en la demanda identificada en el barrio Oro Negro, lo que ha permitido establecer precios competitivos y definir estrategias de ventas adecuadas. En cuanto al financiamiento, se ha proyectado un crédito inicial de 34 millones de pesos, destinado a cubrir la inversión en maquinaria, materia prima e infraestructura

necesaria para la operación del negocio. Además, se ha determinado el punto de equilibrio, es decir, la cantidad mínima de unidades que deben venderse para cubrir costos y generar rentabilidad. Con estos elementos, el análisis financiero demuestra que cuenta con una estructura financiera viable, permitiendo su desarrollo.

## Marco referencial

El marco referencial de este proyecto tiene componentes fundamentales tales como: antecedentes, marco teórico y marco conceptual. Inicialmente se indagan los antecedentes para comprender el desarrollo de los planes de negocio relacionados con la fabricación de chorizos artesanales de cerdo. Seguidamente, se consideran las teorías previamente establecidas en el contexto de la importancia del estudio de mercado para establecer un negocio, lo que proporciona un fundamento académico y práctico para este proyecto. Por último, el marco conceptual engloba las definiciones clave necesarias para la ejecución del plan de negocios propuesto, clarificando los conceptos esenciales que guiarán el desarrollo de este. Este enfoque del marco referencial proporciona una base sólida y coherente para la elaboración y análisis del plan de negocios para la fabricación de chorizos artesanales.

### Antecedentes

Izurieta y Cusangua, (2022) llevaron a cabo una propuesta de grado que consistió en investigar la factibilidad de utilizar fécula de papa (*Solanum tuberosum*) como aglutinante en la elaboración de chorizo en la provincia del Carchi.

Como resultado, se encontró que la fécula de papa mejoró la textura del chorizo y redujo la necesidad de aditivos artificiales, manteniendo un producto de calidad. Sin embargo, una de sus limitaciones es que el estudio solo se enfocó en un mercado específico y no analizó la viabilidad comercial del producto en otras regiones. Este antecedente es relevante para el presente proyecto, ya que resalta la importancia del uso de ingredientes naturales como un factor diferenciador y alineado con las tendencias del consumidor hacia productos más saludables.

El proyecto desarrollado por Camilo Andrés Borda Martínez (2020), titulado "Plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la comercialización y distribución de chorizo de cerdo Santarrosano en la localidad de Bosa" empleó una metodología basada en el análisis de mercado, estudio financiero y estrategias de distribución. Sus resultados evidenciaron la viabilidad del negocio debido a factores como la densidad poblacional, la disponibilidad de materia prima y la implementación de estrategias de marketing efectivas. Se resalta la importancia de la segmentación de mercado y la promoción del producto como claves para la comercialización en el barrio Oro Negro.

Por otra parte, El estudio realizado por Daniel Giraldo y Deisy Pérez, estudiantes de AUNAR, propusieron un análisis de factibilidad para la producción y comercialización de chorizos trifásicos en la ciudad de Villavicencio.

Los resultados indicaron que la innovación en el sabor y presentación del producto influía en la aceptación del consumidor, además de la capacidad adquisitiva del mercado. Sin embargo, la investigación no abordó en profundidad el impacto de la competencia en el sector. Este antecedente resulta pertinente para ya que refuerza la importancia de la diferenciación del producto como estrategia competitiva, lo que justifica el enfoque artesanal y libre de conservantes en la elaboración de sus chorizos.

En Barrancabermeja la "Fábrica de Chorizos Miraflores" es un ejemplo notable de una empresa dedicada a la producción y comercialización de chorizo de cerdo. ha sido reconocida por mantener una tradición artesanal en la elaboración de sus productos, utilizando métodos tradicionales. Su éxito se ha basado en la fidelización de clientes locales, lo que ha permitido su sostenibilidad en el tiempo. Sin embargo, su comercialización ha extendido al mercado local.

De acuerdo con la fuente proporcionada, el municipio de Barrancabermeja presenta una carga tributaria per cápita significativamente mayor que el promedio nacional. Según el documento del Conpes (Consejo Nacional de Política Económica y Social) número 2662, la carga tributaria per cápita de Barrancabermeja alcanza los \$10.978, cifra que contrasta con el promedio nacional de \$4.802. ¿Cómo se vincula con el proyecto? Este dato refuerza la viabilidad del negocio, ya que un mercado con mayor capacidad adquisitiva es más propenso a consumir productos diferenciados y con un precio superior a los industriales.

### **Marco conceptual**

Se describe los procesos de elaboración artesanal, que incluyen el uso de herramientas simples, se clarifica el propósito del marco conceptual al proporcionar una base teórica para comprender la producción artesanal del chorizo de cerdo.

### **Chorizo artesanal**

Es un embutido elaborado con ingredientes naturales y sin conservantes artificiales. Se diferencia del chorizo industrial por su proceso de producción, que es más cuidadoso y manual, asegurando una mejor calidad en la selección de la carne y los condimentos.

### **Producción artesanal**

Elabora productos mediante la transformación de materias primas naturales básicas, a través de procesos de producción no industrial que involucran máquinas y herramientas simples con predominio del trabajo físico y mental (Departamento Nacional de Planificación, 2006).

Es un proceso de elaboración de productos que se realiza de manera manual o con una intervención mínima de maquinaria, priorizando la calidad. Se caracteriza por el uso de técnicas tradicionales y la elaboración en pequeñas cantidades a diferencia del proceso industrial que se realiza a gran escala.

### **Mercado objetivo**

Se refiere al grupo de consumidores al que va dirigido un producto o servicio. En este caso, está compuesto por jóvenes y adultos entre 18 y 60 años en el barrio Oro Negro que tienen preferencia por productos artesanales derivados del cerdo.

## **Análisis de la competencia**

El análisis de la competencia es un proceso de evaluación de los competidores existentes en el mercado, con el objetivo de identificar oportunidades de diferenciación y posicionamiento. En el caso de CHORIYARIGUÍES, se utilizó el análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)

## **Embutidora**

Según el “Diccionario Enciclopédico de la Gastronomía Mexicana” (Larousse Cocina, 2018), una embutidora es un aparato que se utiliza para introducir la mezcla de carne, condimentos y otros ingredientes en las tripas o envolturas adecuadas para la elaboración de embutidos como el chorizo.

## **Molino de carne**

El molino de carne está diseñado para simplificar el proceso de molido de carne.

## **Selladora al vacío**

Una selladora al vacío es una máquina diseñada para sellar productos utilizando el vacío para eliminar el aire de los espacios vacíos dentro del envase. Estas máquinas son comúnmente utilizadas en la industria alimentaria para mejorar la durabilidad de los productos y facilitar su almacenamiento y distribución.

## **Ahumador**

Un ahumador es un dispositivo utilizado para ahumar alimentos mediante la exposición al humo generado por la quema controlada de astillas de madera u otros materiales. Según la

Enciclopedia de la Cocina, el ahumado no solo aporta sabor, sino que también ayuda a preservar y prolongar la vida útil de los alimentos (Enciclopedia de la Cocina, página 123).

### **Indumentaria**

El término indumentaria que reconoce el diccionario de la Real Academia Española (RAE) hace referencia a aquello vinculado al vestido, entendiendo este concepto como las prendas exteriores que se utilizan para cubrir el cuerpo.

### **Plan de negocios**

Un plan de negocio, según Longenecker (2007), es un documento que expone la idea principal que sustenta una empresa, detallando aspectos relacionados con su establecimiento y su funcionamiento futuro.

### **Higiene alimentaria**

Según la OMS, es el conjunto de condiciones y medidas que deben estar presentes en todas las etapas de producción, almacenamiento, transformación, transporte, conservación y cocinado doméstico del alimento, para garantizar la salubridad de los alimentos.

## **Metodología**

### **Características del estudio**

La metodología empleada en este plan de negocios está orientada hacia la recolección de datos cuantitativos, como lo sugiere Tamayo (2007), mediante el uso de encuestas que permiten conocer las preferencias y comportamientos de los consumidores en el Barrio Oro Negro. El enfoque cuantitativo es importante para lograr un análisis representativo de la población objetivo, comprendida por adultos entre 18 y 60 años, con capacidad adquisitiva y afinidad por productos artesanales.

### **Enfoque Cuantitativo**

Para este estudio de mercado se utilizó un enfoque cuantitativo, basado en la aplicación de encuestas con preguntas cerradas de respuesta múltiple.

Se eligió este enfoque porque permite identificar patrones de consumo y medir la demanda potencial de chorizos artesanales en el barrio Oro Negro. A través de las encuestas, se recopiló información objetiva sobre las preferencias de los consumidores, su frecuencia de consumo y su disposición a adquirir chorizos artesanales en lugar de productos industriales.

Para garantizar la representatividad de la muestra, se empleó un muestreo aleatorio simple, en el cual todos los habitantes dentro del segmento del mercado objetivo tuvieron la misma probabilidad de ser seleccionados, evitando así sesgos en los resultados.

El tamaño de la muestra se determinó mediante una fórmula estadística, considerando un margen de error del 5 % y un nivel de confianza del 95 %, lo que asegura que los resultados sean estadísticamente significativos. Como resultado, se aplicó la encuesta a 276 personas, permitiendo obtener datos representativos y confiables para el análisis del mercado.

## **Población y muestra**

Para Malhotra (2004), la población es el conjunto de todos los elementos que comparten características similares, que representa el universo para el propósito del problema de investigación. Relacionando esta definición, en este estudio, la población está conformada por adultos entre 18 y 60 años residentes en el barrio Oro Negro, que tengan capacidad adquisitiva para la compra de chorizos artesanales y que consuman embutidos con regularidad.

Según Arias (2006, p. 83) define muestra como “un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población que es accesible.

En términos prácticos, cuanto mayor sea el tamaño de la muestra, mayor será la confiabilidad de las respuestas obtenidas. Esto se debe a que, para un nivel de confianza determinado, un tamaño de muestra más grande conlleva a un intervalo de confianza más estrecho. Por lo tanto, en este estudio se encuestó a 275 personas, con el objetivo de obtener resultados robustos y representativos que reflejen adecuadamente las características y preferencias del mercado en la zona de interés.

## **Instrumentos de recolección de datos**

Los instrumentos de recolección de datos son las herramientas utilizadas para recopilar información durante un estudio o investigación.

### **Instrumento de recolección y fuente de información**

El instrumento de recolección utilizado en este estudio fue un cuestionario estructurado, diseñado específicamente para obtener información sobre las preferencias y comportamientos de los consumidores en relación con los chorizos artesanales de cerdo.

El cuestionario constaba de 11 preguntas cerradas, formuladas con opciones de respuesta múltiple y basadas en la escala de Likert, lo que permitió medir el grado de acuerdo o preferencia de los encuestados en relación con diferentes aspectos del consumo de chorizo.

Las preguntas abordaban temas como:

Frecuencia de consumo de embutidos.

Preferencias de sabor y características más valoradas en un chorizo artesanal.

Factores de decisión de compra, como precio, calidad y origen del producto.

Disposición a pagar por un chorizo artesanal en comparación con uno industrial.

En este caso, la fuente primaria de información fueron los propios consumidores que completaron el cuestionario, proporcionando datos concretos sobre sus hábitos y percepciones relacionadas con el consumo de chorizo.

La fuente secundaria para este estudio se enfocó en consultar investigaciones previas, planes de negocios sobre embutidos y datos estadísticos relevantes relacionados con la industria de alimentos procesados, específicamente en productos cárnicos como los chorizos artesanales de cerdo.

Estas fuentes proporcionaron información clave sobre tendencias del mercado, comportamiento del consumidor, competencia en el sector y factores determinantes en la comercialización y consumo de embutidos artesanales. Entre las fuentes utilizadas se encuentran

informes del sector porcicultor, estudios de mercado y literatura académica sobre producción y consumo de embutidos.

Las referencias completas de estas fuentes se encuentran en la sección de bibliografía al final del documento.

### **Análisis de datos**

El análisis de datos se realizó a partir de las respuestas recopiladas mediante Google Forms, herramienta que permitió procesar automáticamente la información obtenida en las encuestas. Para interpretar los resultados, se emplearon técnicas estadísticas descriptivas, facilitando la identificación de patrones de consumo y preferencias de los encuestados.

Las técnicas utilizadas fueron:

Frecuencias absolutas y relativas, para conocer cuántas personas eligieron cada opción y qué porcentaje representan dentro del total.

Porcentajes, para expresar la distribución de respuestas y facilitar su comparación.

Moda, para identificar las respuestas más frecuentes en cada pregunta.

Gráficos de barras y circulares, generados por Google Forms, para visualizar los datos y detectar tendencias de consumo.

Dado que Google Forms no proporciona medidas de dispersión de forma automática, el análisis se centró en la interpretación de los datos representativos, esto es considerado un análisis exploratorio para comprender la demanda de chorizos artesanales y las preferencias de los consumidores.

## Estudio de mercado

El barrio Oro Negro de la Comuna 6 es el objeto de estudio debido a su densidad poblacional y su perfil socioeconómico. Esta comunidad alberga una población dinámica y activa que ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años.

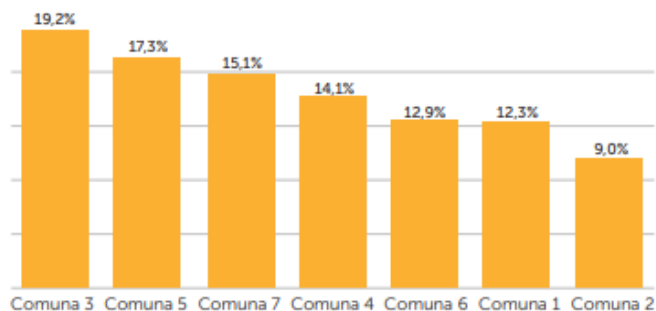
Según el DANE en el año 2021, las comunas que registran una mayor población en Barrancabermeja son la comuna 3, 5, 7 y 4, donde de acuerdo con las proyecciones del DANE viven 35.784, 32.199, 28.172 y 26.277 personas, respectivamente. En contraste, las comunas con menos residentes en la ciudad son la 2, 1 y 6 que registran una población estimada de 16.752, 22.967 y 23.986 personas, en su orden.

### Figura 1

*Distribución de la población urbana*

#### 2.5. Distribución de la población urbana por Comunas

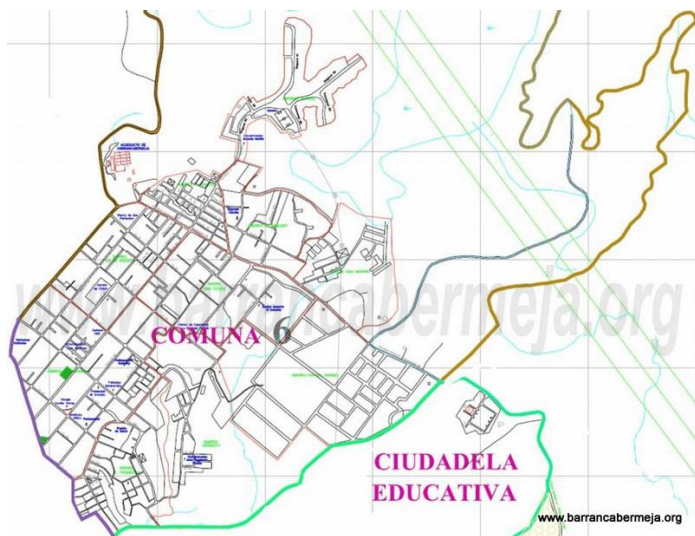
Gráfico 5. Distribución población urbana de Barrancabermeja por comunas a 2021.



*Fuente:* Demografía y población DANE

**Figura 2**

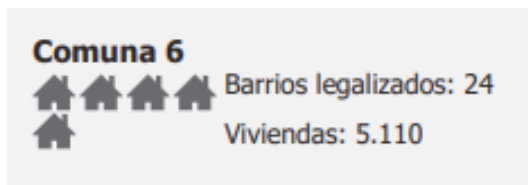
*Mapa comuna 6 de Barrancabermeja*



*Fuente: Alcaldía de Barrancabermeja*

**Figura 3**

*Barrios legalizados por comuna*



*Fuente: Alcaldía de Barrancabermeja 2021*

La actividad económica predominante se centra el comercio minorista, este barrio alberga varias tiendas de barrio, pequeñas empresas y emprendimientos locales que atienden las necesidades diarias de los habitantes. La presencia de tiendas, panaderías, farmacias pequeños restaurantes, asaderos de pollo, es notable en el área. Estas actividades económicas contribuyen la interacción social en el barrio, creando un entorno propicio para la introducción y comercialización de productos como el chorizo artesanal.

El chorizo de cerdo artesanal representa una opción atractiva y relevante para satisfacer las necesidades de la población. este producto destaca por su alta calidad y contenido de carne. Con un notable 70% de carne de cerdo. El producto ofrece una alternativa nutritiva y sabrosa en comparación con otros productos disponibles en el mercado local, con una relación calidad-precio competitiva. Podemos establecer una conexión directa entre las características del producto y las necesidades del mercado, lo que proporciona una base sólida para estrategias de marketing efectivas y una introducción exitosa en este entorno económico y social.

### **Mercado objetivo**

El segmento para este proyecto es el consumidor que adquiere el producto artesanal para consumo en su hogar, beneficiando así a su núcleo familiar. Además, se consideran los distribuidores minoristas del producto, como carnicerías, emprendimientos de comida rápida y tiendas que juegan un papel fundamental en la venta y promoción del chorizo. Esta estrategia se enfoca específicamente en la comunidad local del Barrio Oro Negro, aprovechando sus características demográficas para impulsar la demanda y consolidar la presencia del producto en el mercado.

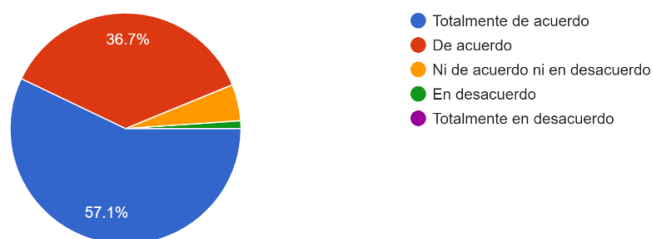
## Diseño y aplicación de encuestas

Con el objetivo de comprender las preferencias de consumo de chorizo, el precio que los consumidores estarían dispuestos a pagar y su disposición a probar y comprar un nuevo chorizo, se realizó una encuesta online a 275 personas que viven en el barrio Oro Negro.

### Figura 4

#### *Preferencia por chorizos artesanales*

Prefiero chorizos artesanales sobre otro tipo de embutidos  
275 respuestas



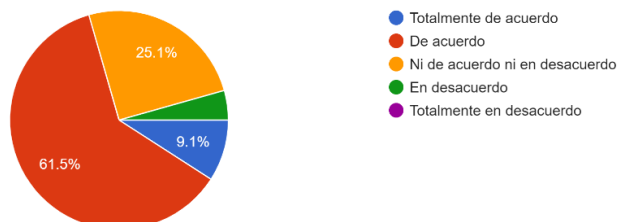
*Fuente:* Elaboración propia (2024)

El 57.1% de los encuestados están totalmente de acuerdo en que prefieren los chorizos artesanales sobre otros tipos de embutidos, como longaniza, mortadelas, chorizos industriales, jamones, salchichas. Esto indica una fuerte preferencia por los chorizos artesanales en este sector. Mientras que, un pequeño porcentaje, 5.1%, indicó que están ni de acuerdo ni en desacuerdo. Esto sugiere cierta indecisión o neutralidad.

## Figura 5

### *Consumo regular de chorizo de cerdo*

Consumo chorizo de cerdo con regularidad  
275 respuestas



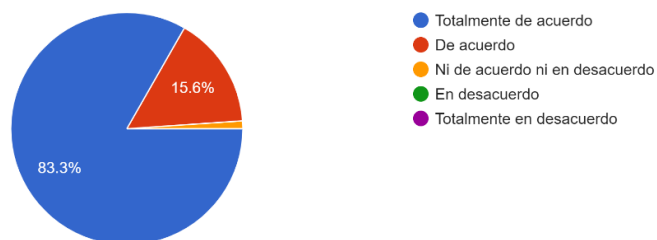
*Fuente:* Elaboración propia (2024)

La mayoría de los encuestados  $61.5\% + 9.1\% = (74.6\%)$  muestra una actitud favorable hacia el consumo de chorizo de cerdo. Este resultado puede sugerir que el chorizo de cerdo es un alimento protagonista en la dieta de los habitantes del barrio oro negro.

## Figura 6

### *Disposición a probar nuevas variedades de chorizos*

Estoy dispuesto(a) a probar nuevas variedades de chorizos de cerdo artesanales.  
275 respuestas



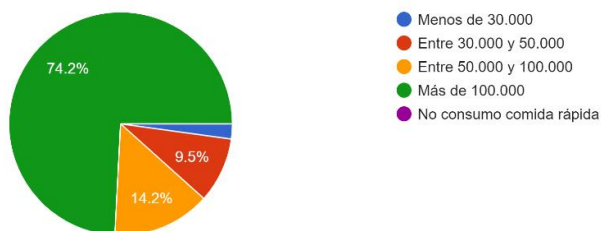
*Fuente:* Elaboración propia (2024)

El 83.3% de los encuestados están totalmente de acuerdo en estar dispuestos a probar nuevas variedades de chorizos de cerdo artesanales. La disposición abierta a probar un alimento artesanal es muy alta dentro de esta muestra. Se puede concluir que este resultado favorable es importante en la diversificación de productos alimentarios en esta comunidad.

### Figura 7

#### *Gasto en comida rápida mensualmente*

Gasto en comida rápida mensualmente  
275 respuestas



*Fuente:* Elaboración propia (2024)

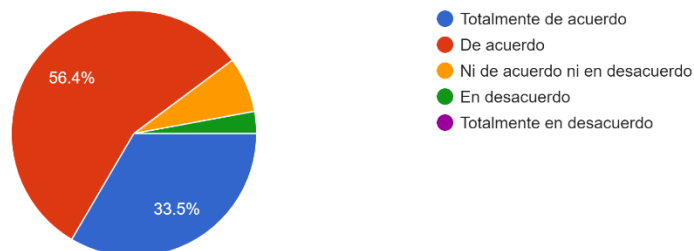
Los resultados revelan que la mayoría de los encuestados en el Barrio Oro Negro tienen un nivel relativamente alto de gasto mensual en comida rápida, gastando más de 100.000 pesos al mes en este tipo de alimentación. Esta información muestra las preferencias y comportamientos de consumo en este sector. Es importante aumentar la conciencia sobre la calidad y el origen de los alimentos para que los consumidores estén más dispuestos a considerar productos artesanales en lugar de comida procesada.

## Figura 8

### *Preferencia de compra*

Prefiero comprar un paquete de X5 unidades en lugar de una unidad individual

275 respuestas



*Fuente:* Elaboración propia (2024)

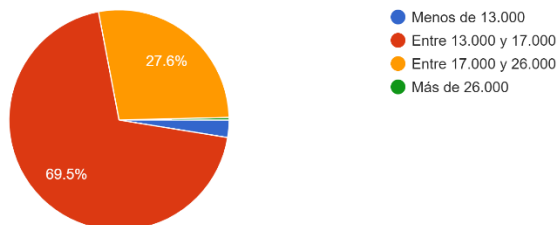
Los consumidores prefieren comprar en paquete, este comportamiento puede asociarse con una percepción de mayor calidad e higiene sobre el producto. Los paquetes sellados mantienen mejor la frescura de los chorizos, lo que podría ser un factor importante para los consumidores que desean alimentos de calidad. La preferencia por comprar un paquete de (5) unidades en lugar de una unidad individual también está influenciada por múltiples factores, incluyendo aspectos económicos, de conveniencia y calidad percibida sobre el producto.

## Figura 9

### *Precio que estaría dispuesto a pagar*

¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por un paquete que contiene X5 de unidades de chorizos de cerdo artesanales?

275 respuestas



*Fuente:* Elaboración propia (2024)

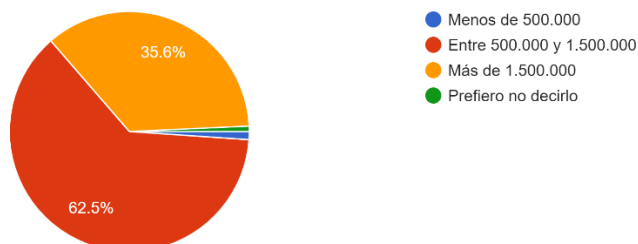
La mayoría de los encuestados está dispuesta a pagar entre 13.000 y 17.000 pesos por un paquete de (5) unidades. Este rango de precios es aceptable y accesible para la mayoría de los consumidores. Además, un segmento significativo (27.6%) está dispuesto a pagar precios más altos, por lo cual es una oportunidad para ofrecer opciones premium.

## Figura 10

### *Nivel de ingreso familiar*

¿Cuál es el rango aproximado del ingreso familiar mensual de tu hogar?

275 respuestas



*Fuente:* Elaboración propia (2024)

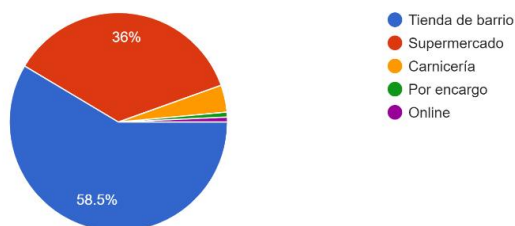
La información sobre los ingresos mensuales proporciona una visión del poder adquisitivo de los consumidores, es decir, los rangos de ingresos permiten segmentar el mercado. Por ejemplo, se podrían ofrecer variedades de chorizos tipo premium artesanales para hogares con ingresos más altos y opciones más asequibles para aquellos con ingresos moderados.

## Figura 11

### *Compra de chorizo en establecimiento*

¿En qué tipo de establecimientos compra chorizos?

275 respuestas



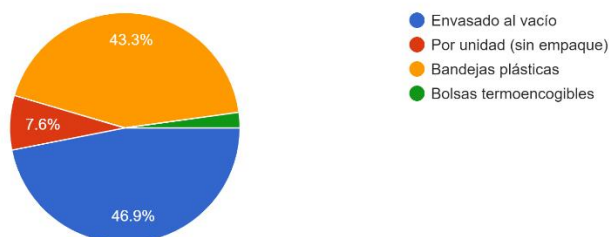
*Fuente:* Elaboración propia (2024)

Los resultados de la encuesta muestran que la mayoría de los encuestados en el Barrio Oro Negro prefieren comprar chorizos en tiendas de barrio, seguidas por supermercados y carnicerías en menor medida. Esta información permite comprender cuales son los canales de distribución preferido por los consumidores. Identificar los puntos de venta más populares puede ser clave para la visibilidad y la disponibilidad de los productos, satisfaciendo así la demanda del mercado.

## Figura 12

### *Presentación del empaque*

¿En qué presentaciones suele comprar el chorizo?  
275 respuestas



*Fuente:* Elaboración propia (2024)

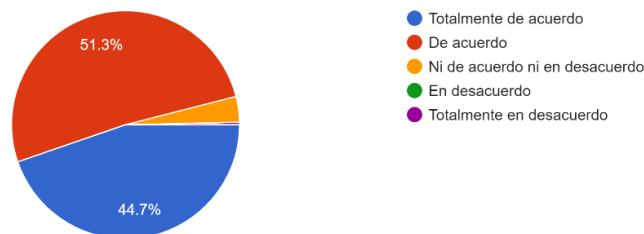
La elección de presentaciones selladas comunica una imagen de calidad y cuidado del producto. Los consumidores pueden interpretar el envasado al vacío y las bandejas plásticas como indicativos de un producto seguro y de alta calidad.

### Figura 13

#### *Sabor y variedad*

Al momento de comprar un chorizo artesanal elaborado con carne de cerdo, ¿es más importante el sabor y variedad que el precio?

275 respuestas



*Fuente:* Elaboración propia (2024)

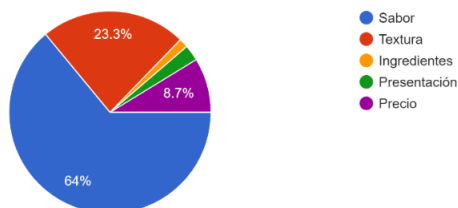
Los encuestados consideran que el sabor y la variedad son factores más importantes que el precio al momento de comprar un chorizo artesanal elaborado con carne de cerdo. Esta información es clave para la estrategia comercial.

### Figura 14

#### *Aspectos del chorizo*

¿Qué aspectos del chorizo de las siguientes marcas considera más importantes? Zenú, cervalle, colanta, La Fazenda, Mac pollo, Rica.

275 respuestas



*Fuente:* Elaboración propia (2024)

La preferencia por el sabor y la textura sobre el precio indica una oportunidad estratégica para diferenciarnos de la competencia

### **Estimación de la demanda**

La comuna 6 cuenta con una estimación de alrededor de 23,986 habitantes según datos del DANE. En un escenario hipotético de que el barrio Oro Negro represente el 10% de la población total de la Comuna 6, se estima que la población es de aproximadamente 2.400 habitantes, asimismo el número estimado de viviendas =  $2.400 \text{ habitantes} / 3,8 \text{ personas por hogar} =$  nos da 631 viviendas de las 5,110 viviendas que hay en la comuna.

### **Análisis de la demanda**

Los clientes se centran en los residentes del Barrio Oro Negro, ubicado en la comuna 6 de Barrancabermeja, de estrato 1. Estos clientes potenciales son principalmente personas responsables de realizar compras para el hogar, incluyendo aquellos que trabajan, propietarios de negocios de arepas, negocios de comida rápida y dueños de tiendas de barrio, quienes son considerados personas con capacidad adquisitiva.

Las ventas del producto se realizarán al por mayor a los tenderos, quienes actúan como distribuidores directos hacia los consumidores. Según una encuesta reciente, se encontró que el 58% de los encuestados compra chorizos en tiendas de barrio, lo que indica una alta demanda en este canal de distribución, por lo tanto, la estrategia de marketing se enfoca en fidelizar a los tenderos promoviendo la calidad, precio y disponibilidad del producto. Se busca además que los consumidores finales se fidelicen a través de la publicidad, la calidad del producto y su precio competitivo, con el objetivo de convertir a los clientes en promotores involuntarios del producto,

ellos se encargaran de recomendar el producto a otros. Para lograr esto, se considera esencial ofrecer un buen servicio y mantener estándares de calidad.

**Tabla 1**

*Analisis dafo*

Fortalezas	Debilidades
Alta preferencia por el producto	Competencia de marcas industriales
Propuesta aceptable	Limitación de recursos financieros
Demanda estable	
Producto distintivo	
Oportunidades	Amenazas
Cubrir una demanda latente	Regulación legal
Los habitantes cuentan con poder adquisitivo para adquirir el producto	Cambios en las preferencias de consumo

*Fuente:* Elaboración propia (2024)

**Tabla 2***Competidores de chorizo*

Competidores de chorizo en el mercado del barrio oro negro			
Marca	Zenú	Rica	Ranchera
Ubicación	Medellín	Yumbo	Medellín
Producto	Chorizo de ternera 480 gr (6) unidades	Chorizo rica 400 gr (6) unidades	Chorizo Parrilla RANCHERA 240 gr (5) unidades
Precio	17.000	13.000	16.500

*Fuente:* Elaboración propia (2024)

**Tabla 3***Fortalezas y debilidades de los competidores*

Marca	Producto	Característica competitiva
Zenú	Chorizo de ternera 480 gr (6 unidades)	Marca reconocida a un precio más alto
Rica	Chorizo Rica 400 gr (6 unidades)	Precio competitivo pero menor tamaño del producto
Ranchera	Chorizo parrilla ranchera 240 gr (5 unidades)	Empaque llamativo y menor cantidad de unidades.

*Fuente:* Elaboración propia (2024)

La elaboración artesanal llama la atención al ofrecer una alternativa saludable frente al chorizo industrializado. Además, considerando que el rango de precio de 13,000 a 17,000 es ampliamente aceptado por la mayoría de los consumidores del barrio oro negro, el chorizo artesanal puede posicionarse estratégicamente dentro de este rango. Esto permite aprovechar su precio competitivo en comparación con Zenú, ofreciendo una opción de calidad más asequible y con un tamaño de producto más satisfactorio que Rica. Por otra parte, es importante utilizar un empaque atractivo para captar la atención de los consumidores y destacar entre los competidores.

### **Análisis de la oferta**

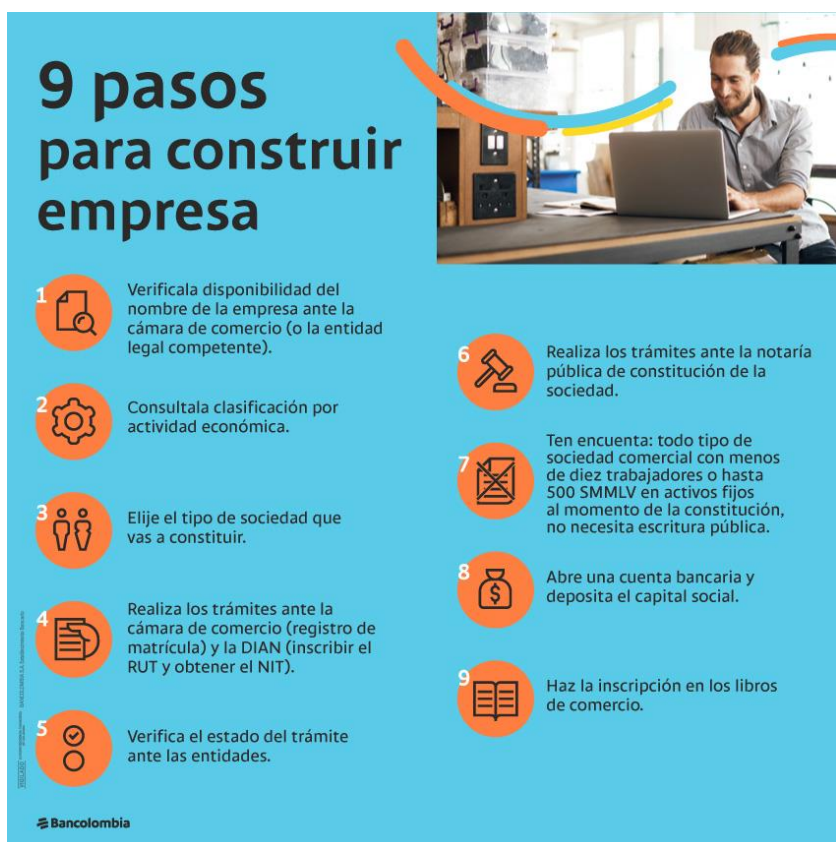
Se observó que existen competidores locales que ofrecen chorizos con diferentes características en términos de tamaño, precio y reconocimiento de marca. Sin embargo, la elaboración artesanal de chorizos no es muy fuerte, debido a la carencia de este tipo de productos en el mercado. Lo que representa una ventaja competitiva al ofrecer un producto de alta calidad con un contenido alto de carne de cerdo, además, el estudio técnico revela la importancia de la ingeniería de productos y los procesos de fabricación eficientes para garantizar la calidad y la técnica del negocio. Este análisis de la oferta sugiere que el negocio de chorizos artesanales tiene un potencial significativo para diferenciarse en el mercado local, aprovechando la demanda existente que lo posicionen como una opción preferida entre los consumidores del Barrio Oro Negro.

## Estudio organizacional

Para la constitución de una empresa pequeña dedicada a la producción de chorizo artesanal, es importante conocer los pasos para su debida constitución. El grupo Bancolombia menciona que en cuanto a la creación de empresa en Colombia se ha ido simplificado los tramites.

**Figura 15**

*Nueve pasos para crear empresa*



**9 pasos para construir empresa**

- 1 Verifica la disponibilidad del nombre de la empresa ante la cámara de comercio (o la entidad legal competente).
- 2 Consulta la clasificación por actividad económica.
- 3 Elige el tipo de sociedad que vas a constituir.
- 4 Realiza los trámites ante la cámara de comercio (registro de matrícula) y la DIAN (inscribir el RUT y obtener el NIT).
- 5 Verifica el estado del trámite ante las entidades.
- 6 Realiza los trámites ante la notaría pública de constitución de la sociedad.
- 7 Ten en cuenta: todo tipo de sociedad comercial con menos de diez trabajadores o hasta 500 SMMLV en activos fijos al momento de la constitución, no necesita escritura pública.
- 8 Abre una cuenta bancaria y deposita el capital social.
- 9 Haz la inscripción en los libros de comercio.

Bancolombia

*Fuente: Grupo Bancolombia (2022)*

**Nombre de la Empresa.** ChoriYariguíes es el nombre que he propuesto porque identifica a la ciudad de Barrancabermeja por su historia.

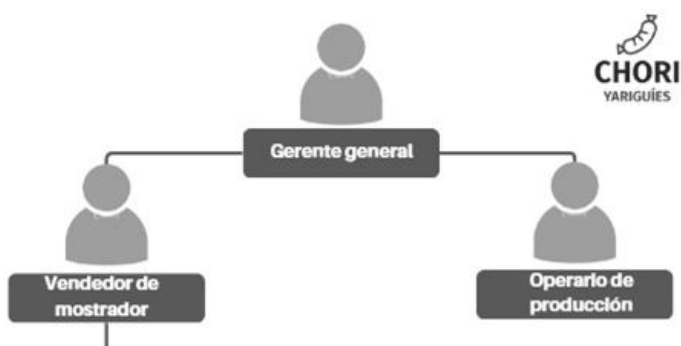
**Clasificación.** según la cámara de comercio la Elaboración de otros productos alimenticios n.c.p. 1089, incluye, La preparación y expendio de comidas preparadas, tales como: empanadas, bolis, buñuelos, perros calientes, arepas, chorizos, etcétera.

**Tipo de Sociedad.** Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.) es una opción adecuada para el emprendimiento de chorizo de cerdo artesanal, especialmente su estructura, es flexible, responsabilidad limitada y trámites son sencillos.

**Organización del Recurso Humano.** La organización del recurso humano se basa en una estructura jerárquica que refleja la distribución de roles y responsabilidades dentro de la empresa de chorizo artesanal.

**Figura 16**

*Organigrama*



*Fuente:* Elaboración propia (2024)

**Descripción de Cargos.** La empresa inicialmente contará con una persona para el cargo de gerente general,

dos vendedores encargados de ventas directas y atención al cliente, un ayudante de producción para asistir en la fabricación del chorizo y un preventista para labores comerciales.

**Gerente General.** El gerente general y propietario de la empresa será Leydi Madrid, la creadora de este proyecto. Leydi Madrid posee experiencia en servicio al cliente y habilidades de liderazgo. A nivel académico, ha cursado una carrera técnica administrativa y actualmente está llevando a cabo este proyecto como opción de grado para obtener el título en administración de empresas en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), a la espera de graduarse en 2024.

**Funciones del Gerente.** Coordinar y liderar al equipo de trabajo, establecer objetivos claros, gestionar las relaciones con proveedores y clientes, supervisar todas las actividades operativas y administrativas y tomar decisiones estratégicas para el crecimiento del negocio.

**Vendedores.** Los vendedores serán encargados de las ventas directas en el punto físico y atención al cliente.

**Requisitos para el Cargo de Vendedor.** Capacidad para trabajar en equipo, excelentes habilidades de comunicación escrita y verbal, habilidad comercial y capacidad para cerrar ventas.

**Funciones de los Vendedores.** Cumplir con los objetivos de ventas, proporcionar un excelente servicio al cliente, además de labores de limpieza de las vitrinas, neveras y lugar.

***Operarios de Producción.*** Operarios de producción en el sector de alimentos con curso vigente de manipulación de alimentos o con la disposición para adquirirlo.

***Requisitos para el Cargo de Operario.*** 6 meses de experiencia, ser bachiller, contar con experiencia en máquinas de envasado y etiquetadoras

***Funciones de los Operarios.*** Empaque de producto y etiquetado, garantizar la calidad del producto y conversión de materia prima, realizar manejo y mantenimiento de las maquinas

## Plan de marketing

### *Misión*

Nuestra misión es ofrecer a la comunidad del Barrio Oro Negro chorizos artesanales de la más alta calidad, elaborados con ingredientes naturales. Nos comprometemos a satisfacer las necesidades de nuestros clientes mediante productos innovadores.

### *Visión*

Nos visualizamos para el 2028 como empresa líder en el mercado local y regional de productos artesanales, reconocidos por nuestra excelencia en calidad y servicio.

***Descripción del Producto.*** Chorizo de cerdo picante ahumado empacado al vacío, en presentación de 500 gr. Hecho con carne de cerdo, Tocino, Ají picante, especias, sal común y vinagre.

***Logo.*** Con el fin de identificar el producto, se propone el nombre de “ChoriYariguíes” el nombre yariguíes busca establecer una conexión con la historia y la identidad cultural de nuestra ciudad.

### **Figura 17**

*Logo*



*Fuente:* Elaborado en Logomaster (2024)

El objetivo es que el logotipo del producto sea visualmente atractivo para captar la atención del cliente y fomentar la compra del producto. Los chorizos "Yariguíes" se destaran por su sabor equilibrado, con un toque de picante que los hace irresistibles. ideales para asar a la parrilla y cocinar en la sartén.

El chorizo estará disponible en diferentes tamaños de empaque plástico, incluyendo opciones de 8 cm y 12 cm. Picante ahumado, Ají ahumado con queso cheddar, con tocineta y dulce dentro de la variedad de sabores.

### **Figura 18**

*Diseño de empaque*



*Fuente:* Elaborado en shutterstock (2024)

### **Promoción**

Se realizarán actividades de publicidad en puntos estratégicos del barrio, las cuales son, tiendas de barrio y zonas de alta afluencia (sector de pozo 7) Esto incluirá afiches llamativos con imágenes del producto, precio y contacto de WhatsApp.

Se utilizarán activamente las redes sociales y la radio local para dar a conocer el producto, además se crearán perfiles en plataformas como Facebook e Instagram para compartir la experiencia de clientes, disponibilidad y destacar la autenticidad y calidad del chorizo artesanal, asimismo realizar colaboraciones con influencers locales para aumentar la visibilidad.

## **Distribución**

Se busca capitalizar la oportunidad de cubrir la demanda identificada mediante una distribución eficiente que llegue directamente a los consumidores interesados. Para esto, se establecerán alianzas con las tiendas del Barrio Oro Negro. Estas tiendas actuarán como puntos de venta clave para el producto. También se establecerá alianzas con pequeños supermercados locales para darle mayor visibilidad al producto, se recurrirá a vender puerta a puerta, esto implica llevar el producto directamente a los clientes en sus hogares y negocios de comida rápida, lo cual es un método específico de distribución que busca llegar de manera directa al consumidor sin depender exclusivamente de intermediarios como tiendas de barrio, esto con el fin de poder llegar a más personas.

## **Propuesta de valor**

La propuesta de valor radica en ofrecer un producto artesanal de alta calidad, elaborado con carne de cerdo y especias naturales que resaltan su sabor y lo hacen equilibrado, perfecto para compartir en asados, desayunos o cenas. los chorizos se distinguen por su contenido de carne de cerdo del 70%, Además, se ofrece un empaque que se adapta a las necesidades de los consumidores de 500 gramos de (5) unidades, a un precio atractivo y una presentación llamativa en empaques sellados al vacío que garantiza las expectativas de nuestros los clientes en el Barrio Oro Negro.

## **Estrategia de cifras**

En el estudio financiero se realizará un análisis de los costos de producción, incluyendo ingredientes, mano de obra, empaque y gastos operativos, además de analizar los precios del mercado y el segmento, esto permitirá determinar un precio competitivo.

### Programa de fidelización por compras acumuladas

Ofrecer una compra gratuita como recompensa después de acumular 9 compras motiva a los clientes a regresar y completar el ciclo de compras requeridas. Incluir esta frase en el plan de marketing nos permite contribuir al crecimiento del proyecto. El programa estará sujeto a términos y condiciones.

**Figura 19**

*Fidelización*



*Fuente:* Elaboración propia (2024)

### Excelente servicio al cliente cómo estrategia de fidelización

Brindar un excelente servicio al cliente para fomentar la lealtad y la satisfacción del cliente. Invertir en la capacitación de los empleados y definir estándares de servicio, son elementos clave para brindar un servicio al cliente de primer nivel.

**Seguimiento y monitoreo**

Se registrarán las ventas diarias y semanales para evaluar el desempeño del producto en diferentes puntos de venta, la información que se recopile contribuirá a oportunidades de mejora. Para medir la campaña de promoción, se evaluará la efectividad mediante métricas como el tráfico en redes sociales y el incremento en las ventas. esto permitirá evaluar el impacto de las acciones promocionales y ajustarlas según sea necesario para maximizar los resultados. También se puede incluir medir el rendimiento por medio de encuestas.

## **Estudio técnico**

El estudio técnico analiza la viabilidad del presente proyecto de producción y se evalúan los aspectos técnicos, recursos operativos y normativas legales

### **Presentación del producto**

La presentación de 500 gr tiene una mayor cantidad de unidades y el envasado al vacío protege el chorizo de la contaminación y prolonga su vida útil. El tipo de Chorizo de cerdo será artesanal y dentro de la variedad de chorizos que ofrecemos, se encuentra el Picante ahumado, Ají ahumado con queso cheddar, chorizo con tocineta y un toque dulce, cabe resaltar que la distribución de la carne debe estar dentro del 70% de carne total.

### **Identificación de proveedores locales de carne**

Carnes finas el coico, Cl. 52 #48D, Carnes finas José, Cra 20 # 53-71 Barrio Torcoroma, Carnes la serranía, Avenida 52 # 61-10 Barrio Versalles, Distribuidora Pespocar, Cra. 21 # 55-28, El palacio de las carnes, Cl. 49 #172 a 17-116 y Luz comercializadores, Cra. 36b #52 a 03

### **Proveedores de indumentaria**

Canaán Dotaciones cuenta con una amplia experiencia en el sector textil, brindando soluciones de indumentaria personalizada a empresas de Barrancabermeja. Esta experiencia les ha permitido desarrollar conocimiento de las necesidades de sus clientes y ofrecer soluciones adaptadas a cada empresa según el sector.

## **Estrategia de Almacenamiento**

El chorizo artesanal se almacenará en refrigeración a una temperatura entre 0°C y 4°C para mantener su frescura y calidad, en un refrigerador para garantizar que el producto se mantenga a la temperatura adecuada.

Para evitar exceso de stock y optimizar la gestión de compra de materia prima se tendrá un inventario adecuado del producto para satisfacer la demanda. por otra parte, el control de calidad se realizará periódicamente para verificar el estado del producto y asegurar su excelente calidad, las pruebas puede incluir pruebas de sabor y apariencia.

## **Localización**

Se buscará un local comercial ubicado en una zona de alta afluencia del Barrio Oro Negro, la zona de pozo es un lugar concurrido ya que conecta con los barrios, chico, 9 de abril, la bendición de Dios, villa aura y barrio oro negro, este punto es clave para atraer clientes.

## **Estrategia de venta**

La meta es alcanzar un 20% de participación de mercado en el Barrio Oro Negro para en el primer año de operación, esta meta se basa en el análisis del mercado, las preferencias del consumidor, la competencia y las capacidades de la empresa, para esto hay que afianzar relaciones con restaurantes y negocios locales que ofrecen arepas, comida rápida, asados, desayunos o almuerzos que puedan incluir chorizos como ingrediente y ofreciéndoles precios competitivos y entregas puntuales.

Para ampliar el alcance de la marca y llegar a un público más amplio, se implementará una estrategia de marketing digital que incluye el uso de redes sociales populares como

Facebook, Instagram y TikTok. Estas plataformas permitirán compartir contenido atractivo. Además, se establecerán alianzas estratégicas con tiendas de barrio, supermercados locales y restaurantes para la distribución de los productos. De esta manera, estará presente en los puntos de venta más frecuentados por los consumidores del Barrio Oro Negro.

### **Recursos operacionales**

Los recursos operacionales son los activos y capacidades que una empresa utiliza para llevar a cabo sus actividades.

### **Recursos físicos**

Se determina que el local comercial será de construcción 50 m<sup>2</sup> con un baño privado, con rejas frontales. Este espacio permitirá realizar el proceso de producción del chorizo, empaque y comercialización. En el mercado el costo mensual del local está en un rango de 800.000 a 1.500.000. se considera pertinente asumir máximo un costo de 800.000 para alquiler mensual el primer año.

### **Maquinaria y equipo**

Los recursos tecnológicos esenciales se presentan a continuación:

**Figura 20**

*Referencia de maquina picadora 2.050.000*



*Fuente: Mercado libre (2024)*

**Figura 21**

*Maquina embutidora de 10 litros, 1.350.000*



*Fuente: Mercado libre (2024)*

**Figura 22**

*Mezcladora de carne, 1.350.000*



*Fuente: Mercado libre (2024)*

**Figura 23**

*Horno Ahumador, 4.104.000*



*Fuente: Full house (2024)*

**Figura 24**

*Vitrina, 4.500.000*



*Fuente: Mercado libre (2024)*

**Figura 25**

*Empacadora al Vacío, 2.900.000*



*Fuente: BBG Colombia (2024)*

**Figura 26**

*Referencia de balanza 152.000*



*Fuente: BBG Colombia (2024)*

**Figura 27**

*Referencia cuchillo, 59.000*



*Fuente: Pallomaro (2024)*

**Figura 28**

*Bolsas al vacío*



*Fuente: Stia (2024)*

**Figura 29**

*Refrigerador, 1.590.000*



*Fuente: Fridema (2024)*

**Figura 30**

*computador, 1.900.000*



*Fuente: Asus (2024)*

## **Marco legal**

### **Recurso humano**

Inicialmente se contempla la contratación de (3) personas con perfiles específicos: Auxiliares, Conductor repartidor, Operarios producción y Vendedores. La estructura organizacional se detalla en el organigrama de la Ilustración 16.

### **Normativa técnica**

La producción y comercialización de chorizos artesanales en Colombia se rige por un marco legal compuesto por la Ley 9 de 1979, el Decreto 3075 de 1997 y el Decreto 2270 de 2012. Estas normas establecen las disposiciones sanitarias y fitosanitarias para garantizar la inocuidad y calidad de los productos, así como los requisitos para la obtención de permisos y licencias necesarios, como el Registro Sanitario de Alimentos (INVIMA), la licencia de funcionamiento y el permiso sanitario de funcionamiento.

### **Normativa laboral**

Decreto 1527 de 2023, la empresa debe pagar a sus empleados las prestaciones sociales de ley, como las vacaciones, las primas, las cesantías, respetar el horario laboral y pagar a sus empleados un salario no inferior al salario mínimo legal vigente. Ley 100 de 1993 establece el sistema de seguridad social en Colombia, que incluye el sistema general de pensiones, el sistema general de salud y el sistema de riesgos laborales.

**Normativa ambiental**

Entre las normas más importantes se encuentran el Decreto 2101 de 2008, la RESOLUCIÓN 1023 DE 2010, y la normativa sobre gestión de residuos sólidos y aguas residuales. Las empresas deben elaborar planes de gestión de residuos y tratar adecuadamente las aguas residuales. El cumplimiento de la normativa ambiental es esencial para la producción responsable de chorizos artesanales y la sostenibilidad del sector.

## **Estudio financiero**

El proyecto puede ser financiado a través de Bancolombia, que ofrece un préstamo con una tasa de interés del 1.84% a 70 cuotas. Esta tasa de interés relativamente baja y el plazo de pago proporcionan una oportunidad para obtener el capital necesario de 34.000.000, es importante destacar que esta entidad no nos exigiría un tiempo mínimo de funcionamiento como otros bancos, los cuales suelen solicitar entre 6 y 10 meses de operación antes de poder acceder a un crédito. Esto simplifica el proceso de obtención de financiamiento. Se necesitará una inversión mínima de treinta y cuatro millones de pesos, este valor incluye la inversión inicial, pero también los salarios, el arriendo, materia prima, además de la publicidad para poner en marcha el local comercial.

**Tabla 4***Inversión en maquinaria y equipo*

Recursos físicos	Valor
Alquiler local comercial	800,000
Maquina picadora de carne	2,050,000
Embutidora	1,350,000
Mezcladora de carne	1,350,000
Horno ahumador	3,100,000
Nevera exhibidora	4,000,000
Empacadora al vacío	2,900,000
Balanza	152,000
Cuchillo	59,000
Refrigerador	1,590,000
Computador	1,900,000
<b>Total</b>	<b>19,251,000</b>

*Fuente:* Elaboración propia (2024)

El total anual representa la depreciación acumulada durante un año completo para todos los activos fijos, calculada utilizando el método de depreciación lineal.

**Tabla 5***Depreciación*

Recursos físicos	Valor	Vida útil en años	Depreciación anual
Maquina picadora de carne	2,050,000	5	410.000
Embutidora	1,350,000	5	270.000
Mezcladora de carne	1,350,000	5	270.000
Horno ahumador	4,104,000	8	387.500
Nevera exhibidora	4,500,000	8	500.000
Empacadora al vacío	2,900,000	5	580.000
Balanza	152,000	5	30.400
Cuchillo	59,000	5	11.800
Refrigerador	1,590,000	5	198.750
Computador	1,900,000	5	380.000
<b>Total</b>			<b>2,447,091</b>

Fuente: Elaboración propia (2024)

**Costos de producción**

Son los costos que están involucrados en la fabricación del chorizo de cerdo de acuerdo con la producción estimada.

## Materia prima

Son los Costos de Materia Prima necesarios para producir un paquete de chorizo en presentación de 500 gramos.

**Tabla 6**

*Costo materia prima (paquete de 500 gr x 5 unidades)*

Materia prima	Cantidad (gr)	Precio	Costo de producción
Carne de cerdo	350 gr	13.000 kg	4.550
Tocino sin piel	75 gr	8.000 kg	600
Ají picante	5 gr	20.000 kg	1.00
Ajo	5 gr	15.000 kg	75
Cebolla	40 gr	2.400 kg	96
Comino	7 gr	12.000	84
Pimienta negra molida	10 gr	30.000 kg	300
Sal común	10 gr	2.400 kg	24
Vinagre	5 gr	7,500 kg	37
Producto final			5,866

*Fuente:* Elaboración propia (2024)

**Tabla 7***Costo mensual del personal*

N° de personal	Salario mensual	Auxilio de transporte	Salud 8.5%	Pensión 12%	ARL (Según riesgo)	Caja 4%	Total
Gerente	1.800.000	162.000	153.000	216.000	17.742	72.000	2,420,742
Vendedor	1.300.000	162.000	111.000	156.000	13.572	52.000	1.811.302
Producción	1.300.000	162.000	111.000	156.000	13.572	52.000	1.811.302
<b>Total</b>							<b>6,043,346</b>

*Fuente:* Elaboración propia (2024)

**Costo del personal**

Para los cargos definidos en la tabla 7, el costo anual del personal es de 72,520,15

**Tabla 8***Costos fijos y variables*

Costos fijos	Mensual	Anual
Nomina	6,043,346	72,520,152
Arriendo	1000,000	12,000,000
Servicios	350,000	4,200,000
Depreciación		2,447,091
Publicidad	400,000	4,800,000
<b>Total</b>	<b>7,793,346</b>	<b>95,967,243</b>

*Fuente:* Elaboración propia (2024)

### **Costo de materia prima**

El costo general en materia prima e insumos para fabricar un paquete de Chori Yariguies es de \$5,866. teniendo en cuenta este costo y comparándolo con el precio de venta de los competidores del mercado, se propone un precio venta de \$16,000, un precio competitivo dada las características del producto. Si se producen 1,200 paquetes de 500 gr, los costos mensuales de materia prima son \$ 7,039,200 con un costo anual de \$ 84,470,400

### **Costos totales**

se calcula considerando los diferentes costos involucrados en la ejecución del proyecto, incluyendo costos fijos y variables.

### **Ingresos estimados**

Las ventas mensuales proyectadas serán de 1,200 paquetes de chorizo con una producción diaria de 40 paquetes debido a la capacidad de producción. Ahora bien, vendiendo 1,200 paquetes a 16,000 pesos, nos generaría un ingreso bruto mensual de **19,200,000** (antes de deducir cualquier gasto, impuesto y pago de nómina) con un ingreso anual de **230,400,000** millones de pesos.

### **Flujo de caja**

Apaza (2003) explica que el “flujo de caja” es un instrumento contable que muestra el dinero que genera la empresa, a través de sus actividades ordinarias como extraordinarias en un tiempo determinado.

## Flujo de caja 1

El negocio exhibe un desempeño financiero altamente positivo, gracias a las ventas estables por un valor de 19,200,000 mensuales, la proyección eficiente de los egresos genera un flujo de caja mensual positivo en todos los meses, y una mejora gradual en la liquidez, que se evidencia por el aumento del flujo de caja neto de enero a diciembre es de 49,775,75

**Figura 31**

*Flujo de caja enero - diciembre*

FLUJO DE CAJA PROYECTADO EN MESES - CHORIYARIGUIES													
2024	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total
Saldo inicial	34,000,000	37,266,637	40,533,274	43,799,910	47,066,547	50,333,184	53,599,821	56,866,457	60,133,094	63,399,731	66,666,368	69,933,004	
Ingresos													
Ventas en efectivo	19,200,000	19,200,000	19,200,000	19,200,000	19,200,000	19,200,000	19,200,000	19,200,000	19,200,000	19,200,000	19,200,000	19,200,000	230,400,000
<b>Total Ingresos</b>	19,200,000	19,200,000	19,200,000	19,200,000	19,200,000	19,200,000	19,200,000	19,200,000	19,200,000	19,200,000	19,200,000	19,200,000	230,400,000
Egresos													
Compra de mercancía	7,039,200	7,039,200	7,039,200	7,039,200	7,039,200	7,039,200	7,039,200	7,039,200	7,039,200	7,039,200	7,039,200	7,039,200	\$ 84,470,400.00
Pago de nómina	6,043,346	6,043,346	6,043,346	6,043,346	6,043,346	6,043,346	6,043,346	6,043,346	6,043,346	6,043,346	6,043,346	6,043,346	72,520,152
Pago de Seguridad	29,125	29,125	29,125	29,125	29,125	29,125	29,125	29,125	29,125	29,125	29,125	29,125	349,500
Pago servicios públicos	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000	4,200,000
Pago de alquiler	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	12,000,000
Depreciación	203,924	203,924	203,924	203,924	203,924	203,924	203,924	203,924	203,924	203,924	203,924	203,924	2,447,091
Pago de publicidad	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000	4,800,000
<b>Total Egresos</b>	14,068,095	14,068,095	14,068,095	14,068,095	14,068,095	14,068,095	14,068,095	14,068,095	14,068,095	14,068,095	14,068,095	14,068,095	168,817,143
Flujo de caja	38,134,405	41,401,042	44,667,678	47,934,315	51,200,952	54,467,589	57,734,225	61,000,862	64,267,499	67,534,136	70,800,772	74,067,409	
Financiamiento	34,000,000												
<b>Saldo por pagar</b>	33,104,888	32,237,120	31,369,352	30,501,584	29,633,816	28,766,048	27,898,280	27,030,512	26,162,744	25,294,976	24,427,208	23,559,440	22,691,672
Pago de préstamo	867,768	867,768	867,768	867,768	867,768	867,768	867,768	867,768	867,768	867,768	867,768	867,768	
Flujo de caja	37,266,637	40,533,274	43,799,910	47,066,547	50,333,184	53,599,821	56,866,457	60,133,094	63,399,731	66,666,368	69,933,004	73,199,641	
Utilidad antes de impuesto	73,199,641												
Impuesto sobre la renta	23,423,885												
<b>Flujo de caja NETO</b>	49,775,756												

*Fuente: Elaboración propia (2024)*

**Figura 32***Flujo de caja del Año 1 al año 5*

Flujo de caja	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año5
Saldo Inicial	34,000,000	75,646,732	126,088,620	180,843,460	253,182,244
Ingresos					
Ventas en efectivo	230,400,000	241,920,000	253,440,000	278,784,000	304,128,000
<u>Total Ingresos</u>	230,400,000	241,920,000	253,440,000	278,784,000	304,128,000
Gastos					
Compra de mercancía	84,470,400	85,500,000	88,000,000	92,000,000	94,000,000
Pago de nóminas	72,520,152	74,214,896	79,030,944	83,000,000	86,143,000
Pago de servicios públicos	4,200,000	4,200,000	4,300,000	4,300,000	4,350,000
Pago seguridad social	349,500	350,000	351,000	352,000	353,000
Pago publicidad	4,800,000	4,800,000	4,500,000	4,000,000	3,000,000
Pago alquiler	12,000,000	12,000,000	12,000,000	12,250,000	13,000,000
Pago mantenimiento			90,000	130,000	
<u>Total gastos</u>	178,340,052	181,064,896	188,271,944	196,032,000	200,846,000
Flujo de caja económico	86,059,948	136,501,836	191,256,676	263,595,460	356,464,244
Financiamiento Recibido					
Préstamo de inversión	34,000,000	34,000,000	34,000,000	34,000,000	34,000,000
<del>Interes 1.84%</del>					
<u>Total deuda</u>	60,743,760	60,743,760	60,743,760	60,743,760	60,743,760
Pagos de financiamiento					
<del>Pagos de préstamo</del>	867,768	867,768	867,768	867,768	867,768
<u>Total pagado anual</u>	10,413,216	10,413,216	10,413,216	10,413,216	19,090,896
Deuda restante	50,330,544	39,917,328	29,504,112	19,090,896	0
Flujo de caja	75,646,732	126,088,620	180,843,460	253,182,244	337,373,348
Impuesto a la renta	24,206,954	40,348,358	57,869,907	81,018,318	107,959,471
Flujo de caja NETO	51,439,778	85,740,262	122,973,553	172,163,926	229,413,877

*Fuente: Elaboración propia (2024)*

**TIR**

La Tasa Interna de Retorno o TIR es la tasa de interés o de rentabilidad que ofrece una inversión. se puede decir que la Tasa Interna de Retorno es el porcentaje de beneficio o pérdida que conlleva cualquier inversión. Cuando la TIR es mayor que la tasa de descuento utilizada para evaluar el proyecto, el proyecto se considera rentable.

**VAN**

El VAN representa la oportunidad que tiene la empresa de evaluar sus inversiones a mediano o largo plazo, conociendo de antemano las posibilidades reales de maximizar el rendimiento de la inversión.

**Formula de VAN**

$F_t$  son los flujos de dinero en cada periodo  $t$

$I_0$  es la inversión realiza en el momento inicial ( $t = 0$ )

$n$  es el número de periodos de tiempo

$k$  es el tipo de descuento o tipo de interés exigido a la inversión

**Tabla 9***Calculo del Flujo de caja proyectado a 5 años.*

Tasa de descuento	10.00%
V.A.N	231,930,155
T.I.R	35.82 %.

*Fuente: Elaboración propia (2024)*

El Valor Actual Neto (VAN) a 5 años de \$231,930,155 indica que, utilizando una tasa de descuento del 10%, el proyecto generará un valor presente neto de esa cantidad después de descontar todos los flujos de efectivo. Los resultados proyectados sugieren que es rentable ya que el VAN es positivo. La TIR de 35.82% indica que el proyecto ofrece un retorno mucho mayor que el 10% de tasa de descuento, lo cual es viable.

**Tabla 10**

Relación costo/Beneficio

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	230,400,000	241,920,000	253,440,000	278,784,000	304,128,000
totales					
Egresos	178,340,052	181,064,896	188,271,944	196,032,000	200,846,000
totales					
Flujo de caja neto	51,439,778	85,740,262	122,973,553	172,163,926	229,413,877
Índice de rentabilidad (2.3)					

*Fuente: Elaboración propia (2024)*

El Índice de Rentabilidad es de 2.03: El proyecto crea más del doble de su valor inicial, lo que lo hace muy rentable. Se obtendrían más de dos veces lo que invierten a lo largo de los 5 años.

## **Conclusión**

El diseño y análisis del plan de negocios de la empresa CHORIYARIGUÍES en el Barrio Oro Negro de Barrancabermeja es viable y prometedor. La identificación de las preferencias de los habitantes locales, así como la estimación detallada de los costos de producción, y el estudio financiero, proporcionan una visión clara del comportamiento que la empresa podría experimentar a lo largo de los 5 años proyectados. Los resultados obtenidos muestran una tendencia positiva, que da lugar al crecimiento en el mercado.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que estas proyecciones están sujetas a posibles cambios en la inflación, el precio de la materia prima, los costos de mano de obra y los gastos de arriendo. Estos factores externos pueden influir en el desempeño financiero de la empresa y requerir ajustes en la estrategia de precios a lo largo del tiempo. Por lo tanto, es recomendable observar de cerca el entorno económico y el comportamiento de compra y preferencias de los consumidores.

## **Recomendaciones**

Teniendo en cuenta los resultados del proyecto, se recomienda:

Realizar un monitoreo continuo del entorno económico local y nacional para anticipar posibles cambios en regulaciones que puedan impactar en la operación del negocio.

Mantener una buena relación con los proveedores de materia prima y negociar precios competitivos

Diversificar la cartera de productos ofrecidos para adaptarse a las cambiantes preferencias del mercado y aumentar así la atracción de clientes.

Implementar estrategias de marketing efectivas que destaquen las cualidades únicas de los chorizos artesanales de cerdo y fortalezcan la marca CHORIYARIGUÍES.

Establecer alianzas estratégicas con restaurantes locales, tiendas y eventos gastronómicos para ampliar el alcance y distribución de los productos.

### Referencias bibliográficas

admin.pallomaro.com -. (s/f). Pallomaro.com. Recuperado el 18 de abril de 2024, de

<https://tienda.pallomaro.com/cuchillos-profesionales/cuchillo-carnicero-12-r559>

Aunarcorp. (2023, mayo 10). Estudio de factibilidad para la producción y comercialización de

chorizos trifásicos en la ciudad de Villavicencio. *Aunar Villavicencio*.

[https://aunarvillavicencio.edu.co/estudio-de-factibilidad-para-la-produccion-y-](https://aunarvillavicencio.edu.co/estudio-de-factibilidad-para-la-produccion-y-comercializacion-de-chorizos-trifasicos-en-la-ciudad-de-villavicencio/)

[comercializacion-de-chorizos-trifasicos-en-la-ciudad-de-villavicencio/](https://aunarvillavicencio.edu.co/estudio-de-factibilidad-para-la-produccion-y-comercializacion-de-chorizos-trifasicos-en-la-ciudad-de-villavicencio/)

Balanza Liquidadora REF (CLASSIC-30). (s/f). BBG | Soluciones de pesaje y equipos para alimentos. Recuperado el 18 de abril de 2024, de

<https://www.bbg.com.co/producto/balanza-liquidadora-ref-classic-30/>

Borda Camilo (2020) *Plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la comercialización y distribución de chorizo de cerdo santarrosano en la localidad de Bosa.*

([usta.edu.co](https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/31317/2020camiloborda.pdf?sequence=1&isAllowed=y))<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/31317/2020camiloborda.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cusangua Fuentala, D.S. (2022) *Estudio de factibilidad para la elaboración de chorizo con utilización de fécula de papa (solanum tuberosum) Como Aglutinante en la Provincia del Carchi*, *Repositorio Digital UNACH: Página de inicio*. Available at:

<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/9986>

Empacadora al Vacío BBG Pack 2-1. (s/f). BBG | Soluciones de pesaje y equipos para alimentos.

Recuperado el 18 de abril de 2024, de <https://www.bbg.com.co/producto/empacadora-al-vacio-bbg-pack-2-1/>

*Hakka 15 Litros De Capacidad Tanque Mezclador Manual De Carn.* (s/f). Com.co. Recuperado

el 18 de abril de 2024, de [https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-2236108520-hakka-15-litros-de-capacidad-tanque-mezclador-manual-de-carn-\\_JM](https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-2236108520-hakka-15-litros-de-capacidad-tanque-mezclador-manual-de-carn-_JM)

Obando Uzcátegui, L. A., Rivas Torres, F. E., & Paipa, M. M. (s/f). *LOS ENFOQUES DE*

*INVESTIGACIÓN EN LOS ESTUDIOS ORGANIZACIONALES*. Edu.co. de

<https://journal.poligran.edu.co/index.php/libros/article/download/3138/3395/7439>

Portátil ASUS Vivobook Go 15. (s/f). FalabellaCO. Recuperado el 18 de abril de 2024, de <https://www.falabella.com.co/falabella-co/product/72822457/Portatil-ASUS-Vivobook-Go-15-AMD-Ryzen-5-8GB-de-RAM-512GB-SSD-de-almacenamiento-Windows-11-15.6-Pulgadas-E1504FA-NJ475W-Computador-portatil/72822457>

Refrigerador Industrial Modelo R-40 Marca Fridema. (s/f). Fridema.cl. Recuperado el 18 de abril

de 2024, de <https://fridema.cl/product/refrigerador-industrial-modelo-r-40-marca-fridema/>

*Ronda de precios – Semana 16 – Porkcolombia.* (s/f). Porkcolombia.co. Recuperado el 23 de

abril de 2024, de <https://porkcolombia.co/ronda-de-precios-semana-16/>

## Apéndices

Los anexos son componentes fundamentales que complementan y respaldan la información presentada en este proyecto. Esto incluye la encuesta en línea utilizada como herramienta crucial para recopilar información

### Apéndice A

#### *Formato de encuesta*

*Marca solo un óvalo.*

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

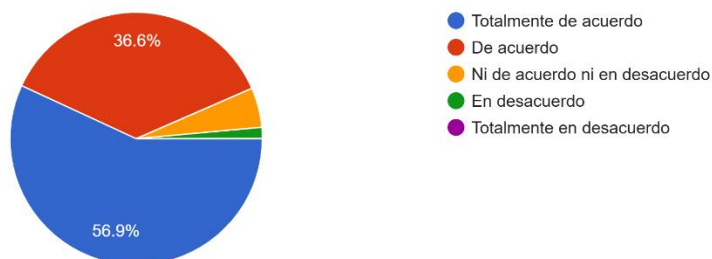
*Fuente:* Elaboración propia (2024)

## Apéndice B

### Resultados de la encuesta

Prefiero chorizos artesanales sobre otro tipo de embutidos

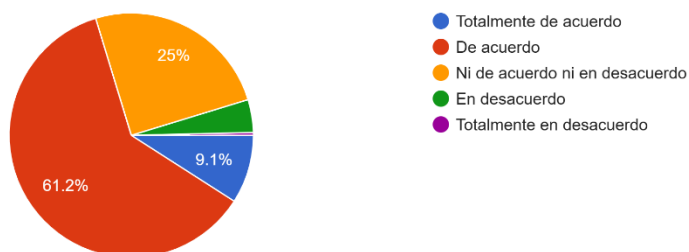
276 respuestas



*Fuente:* Elaboración propia (2024)

Consumo chorizo de cerdo con regularidad

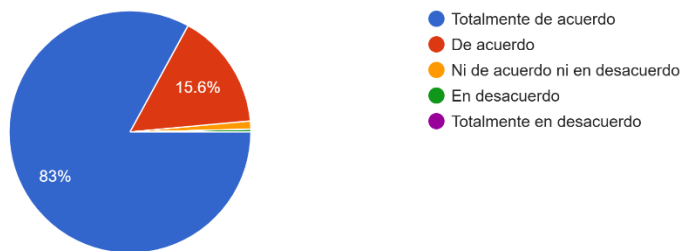
276 respuestas



*Fuente:* Elaboración propia (2024)

Estoy dispuesto(a) a probar nuevas variedades de chorizos de cerdo artesanales.

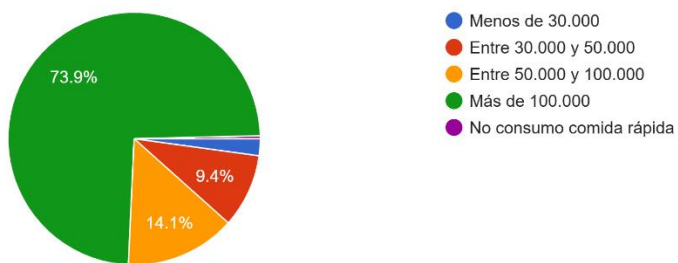
276 respuestas



*Fuente:* Elaboración propia (2024)

Gasto en comida rápida mensualmente

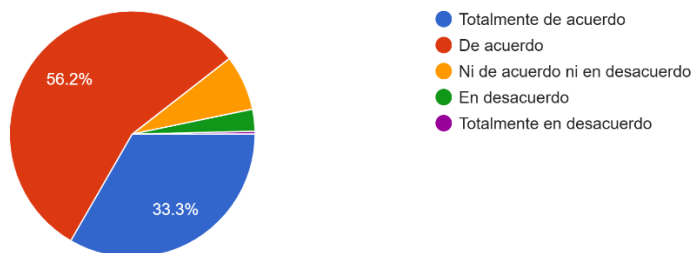
276 respuestas



*Fuente:* Elaboración propia (2024)

Prefiero comprar un paquete de X5 unidades en lugar de una unidad individual

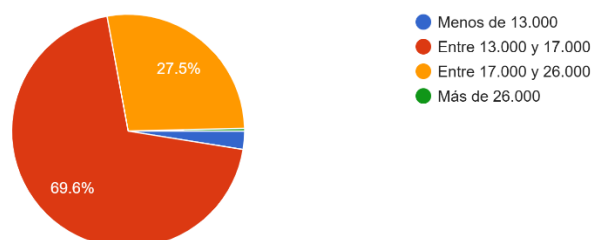
276 respuestas



*Fuente:* Elaboración propia (2024)

¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por un paquete que contiene X5 de unidades de chorizos de cerdo artesanales?

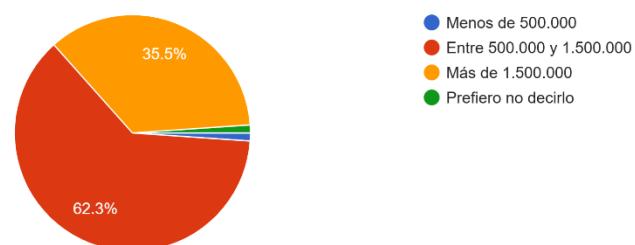
276 respuestas



*Fuente:* Elaboración propia (2024)

¿Cuál es el rango aproximado del ingreso familiar mensual de tu hogar?

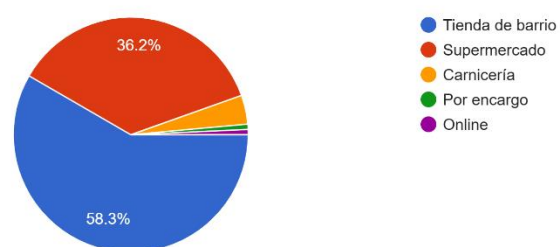
276 respuestas



*Fuente:* Elaboración propia (2024)

¿En qué tipo de establecimientos compra chorizos?

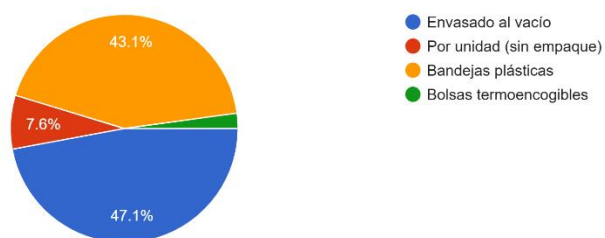
276 respuestas



*Fuente:* Elaboración propia (2024)

¿En qué presentaciones suele comprar el chorizo?

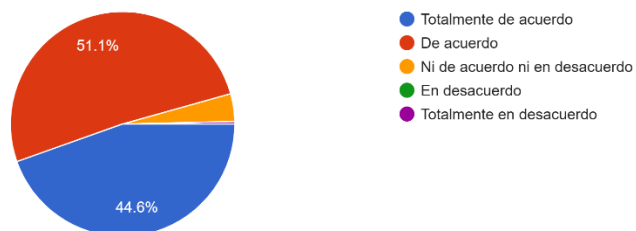
276 respuestas



*Fuente:* Elaboración propia (2024)

Al momento de comprar un chorizo artesanal elaborado con carne de cerdo, ¿es más importante el sabor y variedad que el precio?

276 respuestas



*Fuente:* Elaboración propia (2024)

## Apéndice C

### Participantes

	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1	Prefiero chorizos artesanales	Consumo chorizo de cerdo	Estoy dispuesto(a) a probar	Gasto en comida rápida	Prefiero comprar un paquete	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?	¿Cuál es el rango aproximado de precios que pagarías?	¿En qué tipo de establecimiento comprarías?	¿En qué presentación comprarías?
2	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Entre 30.000 y 50.000	De acuerdo	Entre 13.000 y 17.000	Entre 500.000 y 1.500.000	Supermercado	Por unidad
3	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Entre 30.000 y 50.000	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Entre 13.000 y 17.000	Entre 500.000 y 1.500.000	Tienda de barrio	Envasado
4	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Entre 30.000 y 50.000	De acuerdo	Menos de 13.000	Entre 500.000 y 1.500.000	Carnicería	Bandejas por unidad
5	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Menos de 30.000	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Entre 13.000 y 17.000	Entre 500.000 y 1.500.000	Tienda de barrio	Envasado
6	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Entre 50.000 y 100.000	Totalmente de acuerdo	Entre 13.000 y 17.000	Más de 1.500.000	Supermercado	Envasado
7	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Entre 50.000 y 100.000	Totalmente de acuerdo	Entre 17.000 y 26.000	Más de 1.500.000	Supermercado	Envasado
8	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Entre 50.000 y 100.000	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Entre 13.000 y 17.000	Entre 500.000 y 1.500.000	Tienda de barrio	Bandejas por unidad
9	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Entre 30.000 y 50.000	Totalmente de acuerdo	Entre 13.000 y 17.000	Entre 500.000 y 1.500.000	Por encargo	Bandejas por unidad
10	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Entre 50.000 y 100.000	Totalmente de acuerdo	Menos de 13.000	Entre 500.000 y 1.500.000	Carnicería	Por unidad
11	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Menos de 30.000	De acuerdo	Menos de 13.000	Menos de 500.000	Tienda de barrio	Por unidad
12	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Más de 100.000	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Entre 17.000 y 26.000	Más de 1.500.000	Supermercado	Envasado
13	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Entre 50.000 y 100.000	Totalmente de acuerdo	Entre 13.000 y 17.000	Entre 500.000 y 1.500.000	Tienda de barrio	Por unidad
14	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Entre 50.000 y 100.000	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Entre 13.000 y 17.000	Más de 1.500.000	Tienda de barrio	Envasado
15	Totalmente de acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Menos de 30.000	En desacuerdo	Entre 13.000 y 17.000	Entre 500.000 y 1.500.000	Carnicería	Por unidad
16	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Más de 100.000	En desacuerdo	Entre 13.000 y 17.000	Entre 500.000 y 1.500.000	Supermercado	Bandejas por unidad
17	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Entre 30.000 y 50.000	Totalmente de acuerdo	Entre 13.000 y 17.000	Más de 1.500.000	Supermercado	Envasado
18	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Menos de 30.000	De acuerdo	Menos de 13.000	Menos de 500.000	Tienda de barrio	Por unidad
19	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Entre 30.000 y 50.000	De acuerdo	Entre 17.000 y 26.000	Más de 1.500.000	Tienda de barrio	Bandejas por unidad
20	De acuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Entre 50.000 y 100.000	En desacuerdo	Entre 17.000 y 26.000	Más de 1.500.000	Online	Bolsas termoplasting

Fuente: Elaboración propia (2024)