

Estudio de factibilidad para la creación de un plan de negocio para la producción y comercialización de chorizos precocidos de carne de cerdo en la ciudad de Barranquilla, Atlántico

Óscar Ortega Ordóñez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)
Escuela de Ciencias Básicas, Tecnología e Ingeniería ECBTI
Ingeniería de Alimentos
2023

Estudio de factibilidad para la creación de un plan de negocio para la producción y comercialización de chorizos precocidos de carne de cerdo en la ciudad de Barranquilla, Atlántico

Óscar Ortega Ordóñez

Asesor

Luis Boyano

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD
Escuela de Ciencias Básicas, Tecnología e Ingeniería ECBTI
Ingeniería de Alimentos
2023

Agradecimientos

Mis más sinceros agradecimientos a mi familia, bajo cuya sombra me he cobijado. A mi hijo, soñando que mi ejemplo pueda serle útil más adelante. A la UNAD y su cuerpo de docentes, por la guía. Y al amor, porque sin él nada de lo realizado y logrado tuviera sentido.

El autor.

Resumen

El chorizo es uno de los productos cárnicos más consumidos en Colombia, especialmente en el Caribe. Aunque existen numerosas alternativas en el mercado, son pocas las que pueden ser consideradas de alta calidad artesanal, en un tiempo en el que las personas se preocupan cada vez más por dejar de lado el consumo de alimentos industrializados. El estudio propuesto tuvo como objetivo determinar la factibilidad de un plan de negocio para la producción y comercialización de chorizos precocidos de carne de cerdo en la ciudad de Barranquilla, Atlántico, de acuerdo con características del mercado, con el fin de establecer las condiciones requeridas para su constitución. Para ello se desarrolló una investigación de enfoque mixto, a lo largo de la cual se aplicaron técnicas e instrumentos para ejecutar estudios de mercado, técnico, organizacional y financiero. Los resultados dieron cuenta de que el mercado admite un competidor con una propuesta diferente en lo que respecta a la producción de chorizo de cerdo artesanal, que el nombre ChoriCook es una opción viable para una organización fundada como Sociedad por Acciones Simplificada y que el sitio ideal de funcionamiento de la misma sería el Norte-Centro histórico de la ciudad de Barranquilla. Se concluyó que el emprendimiento proyectado, bajo ciertas condiciones específicas es absolutamente factible y que puede representar una atractiva opción de inversión.

Palabras clave: Factibilidad; Embutidos; Estudio Financiero; Estudio de mercado; Estudio Organizacional; Estudio Técnico; Carne de cerdo.

Abstract

Chorizo is one of the most consumed meat products in Colombia, especially in the Caribbean. Although there are numerous alternatives on the market, there are few that can be considered of high artisan quality, at a time when people are increasingly concerned about putting aside the consumption of industrialized foods. The proposed study had as objective to determine the feasibility of a business plan for the production and commercialization of precooked pork chorizos in the city of Barranquilla, Atlántico, according to market characteristics, to establish the conditions required for its constitution. For this, a mixed approach investigation was developed, throughout which techniques and instruments were applied to conduct market, technical, organizational, and financial studies. The results revealed that the market admits a competitor with a different proposal regarding the production of artisanal pork chorizo, that the name ChoriCook is a viable option for an organization founded as a Simplified Stock Company and that the ideal site of operation of the same would be the North-Historical Center of the city of Barranquilla. It was concluded that the projected enterprise, under certain specific conditions, is absolutely feasible and that it can represent an attractive investment option.

Keywords: Feasibility; Sausages; Financial Study; Market study; Organizational Study; Technical study; Pork Meat.

Tabla de Contenido

Introducción	13
Planteamiento del Problema	15
Descripción del Problema	15
Formulación del Problema.....	18
Justificación	19
Objetivos.....	21
Objetivo General	21
Objetivos Específicos.....	21
Marco Referencial.....	22
Estado del Arte	22
Internacionales	22
Nacionales.....	24
Regionales.....	26
Marco Teórico.....	28
Estudio de Mercado.....	28
Estudio Organizacional.....	31
Estudio Técnico.....	32
Estudio Financiero.....	34
El Chorizo de Cerdo	35
Marco Legal	38
Metodología	40
Características de la Investigación	40

Fases de la Investigación.....	40
Población y Muestra.....	41
Población	41
Muestra	42
Fuentes e Instrumentos de Recolección de Datos	42
Fuentes e Instrumentos Primarios.....	42
Fuentes e Instrumentos Secundarios.....	43
Análisis de Datos	43
Resultados.....	44
Estudio de Mercado.....	44
Oferta Existente de Chorizos de Cerdo.....	53
Análisis del Mercado	55
Estudio Organizacional	55
Constitución de la Empresa Productora de Chorizos Artesanales	56
Denominación	57
Clasificación.....	57
Tipo de Sociedad.....	57
Otros Componentes.....	57
Análisis DOFA.....	58
Estudio Técnico.....	58
Características del Producto.....	58
Proveedores.....	59
Estrategia de Venta	60

Localización.....	60
Recursos Operacionales.....	61
Recursos Físicos.....	61
Maquinaria y Equipo.....	62
Recurso Humano.....	66
Estudio Financiero.....	67
Egresos Proyectados.....	67
Ingresos Proyectados.....	70
Balance Final Supuesto.....	70
Flujo de Caja.....	70
Conclusiones y Recomendaciones.....	74
Referencias.....	77
Apéndices.....	82

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Estructura de la encuesta aplicada</i>	44
Tabla 2 <i>Categorización y estimación de la demanda</i>	52
Tabla 3 <i>Chorizo de carne de cerdo disponibles en el mercado</i>	54
Tabla 4 <i>Análisis FODA</i>	58
Tabla 5 <i>Costos mensuales del personal</i>	69
Tabla 6 <i>Flujo de caja</i>	72

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Proceso metodológico</i>	41
Figura 2 <i>Favorabilidad del consumo de chorizo</i>	45
Figura 3 <i>Favorabilidad de consumo de consumo artesanal</i>	46
Figura 4 <i>Predilección por el chorizo de carne de cerdo</i>	46
Figura 5 <i>Asiduidad de consumo de chorizo</i>	47
Figura 6 <i>Favorabilidad a una nueva marca de chorizo de cerdo artesanal</i>	47
Figura 7 <i>Favorabilidad del sabor vs marca</i>	48
Figura 8 <i>Favorabilidad del sabor vs precio</i>	48
Figura 9 <i>Predilección por el paquete x4 vs unidad</i>	49
Figura 10 <i>Predilección por la compra en sitio vs compra por encargo</i>	50
Figura 11 <i>Predilección por la propaganda en redes sociales</i>	50
Figura 12 <i>Predilección por precio igual o inferior a \$8.000</i>	51
Figura 13 <i>Rango de ingreso familiar</i>	51
Figura 14 <i>Proceso de constitución de una Pyme en Colombia</i>	56
Figura 15 <i>Delimitación de la zona Norte-Centro Histórico de Barranquilla</i>	61
Figura 16 <i>Máquina picadora de referencia</i>	62
Figura 17 <i>Embutidora hidráulica de referencia</i>	63
Figura 18 <i>Amarradora manual de referencia</i>	63
Figura 19 <i>Horno secador de referencia</i>	64
Figura 20 <i>Congelador/refrigerador de referencia</i>	64
Figura 21 <i>Esterilizador de cuchillos pequeño de referencia</i>	65
Figura 22 <i>Balanza de referencia</i>	65

Figura 23 <i>Vitrina vertical refrigerada de referencia</i>	66
Figura 24 <i>Organigrama de ChoriCook</i>	67

Lista de Apéndices

Apéndice A <i>Formato de encuesta</i>	82
Apéndice B <i>Cálculo del Alfa de Cronbach a partir de prueba piloto (SPSS)</i>	86

Introducción

El chorizo es uno de los alimentos más consumidos en el territorio colombiano debido a su distintivo sabor y su versatilidad culinaria. Además, cuando se prepara de fuentes cárnicas de costo menor, su posibilidad de compra se hace razonable. En el mercado nacional existen múltiples opciones al respecto; sin embargo, aquellas en las que el insumo base es la carne de cerdo y se sigue un procedimiento de elaboración artesanal son escasas y costosas. Por ello es pertinente analizar las posibilidades de un nuevo producto enfocado en solventar el vacío caracterizado y ofrecerle nuevas alternativas a la población, especialmente, de la ciudad de Barranquilla.

Con esta concepción se desarrolló el estudio cuyos resultados y proceso de realización se desglosa en el presente documento, el cual tuvo como objetivo determinar la factibilidad de un plan de negocio para la producción y comercialización de chorizos precocidos de carne de cerdo en la ciudad de Barranquilla, Atlántico, de acuerdo con características del mercado, con el fin de establecer las condiciones requeridas para su constitución. El proceso abarcó la realización concatenada de un estudio de mercado, un estudio técnico, un estudio organizacional y un estudio financiero.

Subsiguientemente se presentan: el planteamiento del problema, la justificación del estudio y los objetivos trazados. Inmediatamente se describen los elementos referenciales que soportan la investigación, los cuales abarcan el estado del arte (en el cual se citan investigaciones recientes en el plano internacional, nacional y regional), el marco de teorías y las bases legales de la propuesta, centradas en aquellas que direccionan los procesos de producción e inocuidad alimentaria. Algunos de los autores referenciados son Baca (2016), Córdoba Padilla (2011) y Fernández (2017).

Posteriormente se describe la metodología, en la cual se caracteriza la investigación según su enfoque mixto, se presentan las fases seguidas en su desarrollo, se dan detalles sobre la población y la muestra seleccionadas para el estudio de mercado y se desglosan las fuentes e instrumentos de recolección de datos empleados. Sucesivamente se exponen los resultados derivados de cada uno de los estudios ejecutados: de mercado, técnico organizacional y financiero.

Estos datos finales definidos metodológicamente constituyen el insumo para alcanzar las conclusiones y recomendaciones más significativas que se comparten en el apartado final y que informan sobre la viabilidad y factibilidad de desarrollar una idea de negocio en la que la elaboración de un chorizo artesanal de alta calidad preparado con carne de cerdo sea la línea base inicial. Por lo tanto, se sugiere la gestión de los recursos que permitan ejecutar apropiadamente el emprendimiento abordado.

Planteamiento del Problema

En el presente capítulo se comparten elementos que perfilan el estudio desarrollado tales como la descripción del problema o vacío de mercado que lo impulsa, la formulación de este, la justificación y los objetivos (general y específico) que orientan su desarrollo. Son estos componentes esenciales que permiten comprender a cabalidad la pertinencia de estructurar y ejecutar el proyecto reseñado, con el fin de determinar su factibilidad desde diferentes perspectivas.

Descripción del Problema

El progreso de las sociedades humanas se sustenta, sobre todo, en el desarrollo económico que alcanzan. Esta consideración explica por qué los países más prósperos son aquellos en los que la economía se encuentra más robusta a partir del crecimiento empresarial que ostentan. Uno de los grandes contribuyentes a salud productiva de los territorios es el gremio de las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes), las cuales, sobre todo en las naciones subdesarrolladas o en vías de desarrollo, constituyen el sostén de la economía.

El señalamiento anterior da cuenta de que los rasgos distintivos del asunto variarán significativamente de un contexto a otro, por lo que, en el caso presente, no es pertinente establecer una valoración internacional del asunto, sino que es mucho más lógico analizar el vacío que motiva el estudio presente desde contextos más cercanos (entendiendo, además, que las dinámicas y regulaciones de un país pueden variar significativamente si se las compara con otro territorio). En ese orden de ideas, uno de los aspectos diferenciales del problema abordado tiene que ver con el asunto del emprendimiento en Colombia y su importancia en sustento de la población y el crecimiento económico del Estado.

De acuerdo con la Red de Cámaras de Comercio (2021) en el año 2021 en Colombia se crearon más de 220.000 empresas, de las cuales más del 95% estaban clasificadas como MiPymes. Según la fuente citada, las micro, pequeñas y medianas cuentan con una participación general de mercado colombiano de más del 70%, lo que las convierte en el principal sustento económico del país, generando la mayoría de los empleos y dinamizando el mercado nacional, las importaciones y las exportaciones de manera significativa. Es evidente, por lo tanto, que la salud de la economía de Colombia se encuentra representada por la creación, el sostenimiento y el crecimiento de este tipo de compañías en el mercado.

Esta concepción es tanto más urgente en la actualidad, debido a las circunstancias coyunturales. Según información del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2022), la tasa de desempleo para mediados de agosto el año pasado superó el 10%, lo que, aunque significa una disminución de más de dos puntos en comparación con la situación en el mismo periodo del 2021, es un síntoma de alarma que da cuenta de ciertos problemas productivos. Existen muchas variables que inciden al respecto; el más importante puede ser el coletazo por la pandemia, el cual, de acuerdo con ciertas previsiones, tardará bastante tiempo en superarse del todo (Weller, 2020).

Estas dificultades varían dependiendo del contexto en el que se las analice. En Barranquilla, por ejemplo, ciudad eminentemente emprendedora y una de las más productivas del país, hace poco más de un año se crearon 17.363 MiPymes, lo que representó un incremento superior al 25% en comparación con los datos del año 2020 (Cámara de Comercio de Baranquilla, 2022). Este fenómeno de reactivación pospandémico puede verse, dependiendo de la filosofía adoptada (pesimista o positivista), como un problema o como una oportunidad. Para el autor del presente proyecto es, sin lugar a dudas, una oportunidad, en cuanto señala que la

ciudad ha despertado el interés de los emprendedores por las garantías y perspectivas de crecimiento que ofrece.

Lógicamente, el sector más demandado —por razones de consumo obvias— es el de los alimentos. La alimentación es una necesidad básica y, por lo tanto, el sector es uno de los que más oportunidades ofrece para el ánimo emprendedor local. Precisamente por ello, explorando las alternativas que existen al respecto, se consideró apropiado analizar la posibilidad de crear un negocio enfocado en la producción de chorizos de carne de cerdo, uno de los productos más consumidos en la ciudad y, por lo tanto, de los más demandados (sobre todo en locales de comidas rápidas, aunque también es una alternativa válida como complemento a la canasta familiar).

Aunque la idea responde apropiadamente a una oportunidad identificada, no es pertinente invertir en el negocio sin antes evaluar las posibilidades reales de éxito. Es en este punto en el que se plantea el asunto en términos de necesidad, pues el desarrollo de un plan de negocio para la elaboración de chorizos artesanales de calidad empleando como materia prima la carne de cerdo requiere que se analice la factibilidad de este a la luz de componentes como el mercado, las necesidades organizacionales y legales, y las prospectivas financieras. La situación explorada, por lo tanto, se basa no solo en el aprovechamiento de la oportunidad que se identificó, tomando en cuenta las buenas posibilidades de crecimiento que ofrece Barranquilla, sino en la necesidad previa de evaluar si el plan de negocio concebido responde adecuadamente a la inversión requerida en términos de rentabilidad.

Formulación del Problema

El problema antes descrito puede ser abordado a partir del siguiente cuestionamiento general:

¿Es factible el desarrollo de un plan de negocio para la producción y comercialización de chorizos precocidos de carne de cerdo en la ciudad de Barranquilla, Atlántico?

Justificación

El proyecto desarrollado encuentra justificación en tres pilares esenciales: la pertinencia, la relevancia y la viabilidad de ejecución. En términos de pertinencia, como bien se enunció en el planteamiento del problema, su desarrollo obedece a una oportunidad de mercado y a una necesidad de proyectar la factibilidad de la inversión disminuyendo de esta manera el riesgo económico implícito. Efectivamente, aunque existan señales que inviten a considerar como razonable el emprendimiento en cuestión, no es prudente aventurarse sin realizar un análisis minucioso de aspectos como el mercado y las necesidades de inversión para la adecuada operación de la entidad. Por ello, es pertinente realizar el estudio de factibilidad que le entregue al tomador de decisiones la posibilidad de conocer las implicaciones de adoptar una posición u otra.

Ahora bien, en lo concerniente a la relevancia del proyecto, su aporte es, además de social y económico, empírico. Con su desarrollo y eventual implementación se contribuye al robustecimiento de la economía local y nacional al crear puestos de empleo directos e indirectos y dinamizar la economía. Asimismo, atiende a una necesidad humana básica (la de alimentarse con productos de calidad), al centrarse en ofrecer un producto que cumpla con los más altos estándares y que satisfaga también los deseos y predilecciones del mercado objetivo. A su vez, el documento emanado constituye un aporte empírico sobresaliente que puede ser consultado y referenciado por otros autores en sus propios estudios de factibilidad, que tengan metas relacionadas.

Por último, en cuanto a la viabilidad, el estudio cuenta con todas las posibilidades de ser ejecutado en tanto el investigador posee los recursos físicos, económicos e intelectuales para llevarlo a cabo en los tiempos y bajo las condiciones prefijadas. Del mismo modo, cuenta con la

asesoría y la formación profesional necesaria como estudiante de Ingeniería de Alimentos de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) para cumplir a cabalidad con todos y cada uno de los procesos implicados.

Objetivos

Objetivo General

Determinar la factibilidad de un plan de negocio para la producción y comercialización de chorizos precocidos de carne de cerdo en la ciudad de Barranquilla, Atlántico, de acuerdo con características del mercado, con el fin de establecer las condiciones requeridas para su constitución.

Objetivos Específicos

Realizar un estudio de mercado con el fin de cuantificar y cualificar la demanda factible, la competencia y las diferentes estrategias de marketing requeridas para para posicionar el producto apropiadamente.

Describir en un estudio Organizacional y de fundamentación teórica los aspectos operacionales que deben valorarse para el establecimiento del negocio proyectado.

Formular un estudio técnico que permita dimensionar los recursos físicos y tecnológicos necesarios para la apertura del negocio.

Evaluar la viabilidad financiera del plan de negocio con proyección a cinco años, con el fin de determinar la factibilidad económica del mismo.

Marco Referencial

En la presente sección se comparten los componentes referenciales que le dan soporte al estudio. Se incluyen cuatro subsecciones cuya observación repercute directamente sobre el desarrollo de este. En el Estado del arte se comparten referencias a investigaciones recientes (de no más de 5 años de antigüedad), que desde el plano internacional hasta el regional aportan una visión clara en torno a la actualidad investigativa en relación con la temática planteada. Por su parte, en el Marco teórico se exponen las consideraciones formales en relación con los componentes del estudio de factibilidad, mientras que en el conceptual se exponen las connotaciones específicas del chorizo, como eje de la propuesta. Finalmente, en el Marco legal se presentan las erogaciones legales que le dan soporte al desarrollo de la propuesta.

Estado del Arte

Internacionales

El primero de los estudios analizados fue el de Mayorga (2019), titulada *Estudio de prefactibilidad para la construcción de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de embutidos de cerdo y carne de res en la ciudad de Managua durante el período 2019-2023*. Desarrollada en Nicaragua, el estudio partió de un enfoque mixto para abordar la prefactibilidad de la construcción de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de embutidos de cerdo y carnes de carne de res. Para ello, se desarrolló una investigación de mercado que permitió caracterizar la demanda potencial y definir un plan estratégico de marketing; asimismo, se desarrolló un estudio técnico y uno financiero para determinar la inversión requerida y calcular indicadores como la TIR y el VPN. Esta investigación aporta una visión interesante sobre el proceso que debe seguirse para determinar la factibilidad teórica de un proyecto muy similar al que se evalúa en el presente documento.

Estudio de factibilidad para una empresa de explotación de cuyes y producción de embutidos de carne de cuy en Arequipa es el título bajo el cual Ezquerro (2021) presenta su investigación, cuyo objetivo fue determinar la viabilidad y rentabilidad de la implementación de una empresa de explotación de cuyes y producción de embutidos con carne de cuy en Perú. Este trabajo amplio implicó la selección de procesos de crianza eficientes, el análisis estratégico de la idea de negocio, un estudio de mercado para determinar la recepción que un embutido de carne de cuy podría tener en el entorno y un estudio técnico para definir los requerimientos del negocio. Otros factores valorados fueron las consideraciones legales y de calidad, así como las proyecciones financieras que dieron cuenta de la factibilidad empírica del proyecto propuesto. Este estudio aporta una guía comparativa (sobre todo en los últimos eslabones) en relación con los aspectos que deben ser tomados en cuenta a la hora de estimar las implicaciones de emprender en torno a la elaboración de embutidos no tradicionales.

Por otra parte, en Ecuador se desarrolló el estudio *Proyecto de factibilidad para la implementación de una microempresa de chorizo picante ahumado en la ciudad de Ambato*, obra de Espinoza (2022). Este tuvo como meta conocer la factibilidad de implementación de una microempresa de chorizo picante ahumado en la ciudad de Ambato a partir del desarrollo de un estudio de mercado, el análisis de la ingeniería del proyecto, la estructura corporativa y las perspectivas financieras. Los indicadores de viabilidad fueron también para este caso el Valor Presente Neto y Tasa Interna de Retorno, los cuales fueron favorables y cuyo cálculo y conclusiones son el principal aporte a la investigación propuesta.

Por otro lado, Izurieta y Casangua (2022) desarrollaron la propuesta *Estudio de factibilidad para la elaboración de chorizo con utilización de fécula de papa (Solanum tuberosum) como aglutinante en la provincia del Carchi*. Enfocado en determinar la factibilidad

para la elaboración de chorizo con utilización de fécula de papa como aglutinante, los autores realizaron un estudio de mercado y un estudio financiero que les permitió identificar VPN y TIR positivos que señalaron la viabilidad teórica del proyecto. La originalidad de la idea y los procedimientos descritos con simpleza constituyen un aporte que se tomó en cuenta en la constitución del presente trabajo.

Finalmente, se revisó el documento titulado *Estudio de prefactibilidad para la instalación de una planta de procesamiento de salchichas de carne de pavo con verduras*, de Luque y Ramírez (2022). Este tuvo el objetivo de desarrollar a nivel industrial la salchicha de carne de pavo con verduras. Se desarrolló un estudio de mercado para caracterizar la demanda potencial, así como estudios técnico, organizacional y financiero. Con un VPN y una TIR positivos, se concluyó con certeza que el proyecto era viable. Esta investigación, al tomar como referencia un insumo poco tradicional en la elaboración de chorizos (como la carne de pavo), fue especialmente considerado debido a que se equipara a la idea de partir de la carne de cerdo como base para la elaboración de un producto semejante, por lo que se espera que las conclusiones obtenidas sean equiparables.

Nacionales

El primer estudio caracterizado en el plano nacional es el denominado *Factibilidad para la exportación de embutidos de chorizo de pollo desde Colombia hacia Japón*, obra de Colorado y Martínez (2019). Su objetivo fue establecer la factibilidad en el proceso de exportación de chorizos de pollo desde Colombia hacia Japón, para lo cual los autores realizaron un estudio de mercado y uno legal/logístico, proyectando finalmente un balance general y flujo de efectivo de la operación que señaló la factibilidad del proyecto. Esta es la dinámica metodológica de la mayoría de las investigaciones de enfoques semejantes, como las tres señaladas a continuación, y

cuya observación aporta un cuadro comparativo relevante para ejecutar el análisis de factibilidad proyectado.

Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa Productora y Comercializadora de Productos Cárnicos a Base de Carne de Chivo y de Conejo Ubicada en el Municipio de Fonseca, Departamento de La Guajira (Jiménez, 2018), se centra en la creación de una empresa que producirá y comercializará productos cárnicos a base de carne de chivo y conejo en el municipio de Fonseca, La Guajira. Los aspectos clave que se abordan incluyen:

- *Análisis de mercado:* Se evalúa la demanda y la oferta de los productos cárnicos en la región, así como las necesidades de los consumidores.
- *Estudio técnico:* Se examina la infraestructura necesaria, los procesos de producción y la identificación de materias primas.
- *Estudio financiero:* Se analiza la inversión inicial, los costos operativos y se proyectan los estados financieros.

Estudio de Factibilidad para la Puesta en Marcha de una Planta de Chorizos Cárnicos en la Ciudad de Bogotá (Díaz et al., 2019), se enfoca en la creación de una planta de producción de chorizos cárnicos en Bogotá. Los aspectos destacados son:

- *Desarrollo del producto:* Se menciona la importancia de producir un producto de alta calidad y saludable.
- *Identificación de materias primas:* Se busca seleccionar los ingredientes adecuados para garantizar la calidad del producto final.

Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa Productora y Comercializadora de Chorizos en los Municipios de la Sabana Occidente de Cundinamarca (Preciado y Sánchez, 2021), se orienta a la creación de una empresa productora y

comercializadora de chorizos en los municipios de la Sabana Occidente de Cundinamarca. Los aspectos clave incluyen:

- *Marco teórico y normativo:* Se establece un contexto general y se revisan estudios previos, conceptos clave y legislación relevante.
- *Plan de mercado:* Se describe la estrategia de mercado, incluyendo el análisis de la competencia y la demanda.
- *Estudio técnico-administrativo:* Se detallan aspectos técnicos y administrativos del proyecto.
- *Estudio financiero:* Se proyectan los estados financieros y se evalúa la viabilidad financiera del proyecto.
- *Conclusiones y recomendaciones:* Los autores resumen las principales conclusiones y ofrecen recomendaciones basadas en el análisis realizado.

Las investigaciones referenciadas, en su conjunto, dan cuenta de que los estudios de factibilidad son herramientas importantes para evaluar la viabilidad de proyectos empresariales en la industria de productos cárnicos en diferentes regiones de Colombia, teniendo en cuenta aspectos como el mercado, la producción y los aspectos financieros. Cada uno de ellos se adapta a su contexto específico y proporciona información clave para la toma de decisiones en la creación y operación de las empresas propuestas.

Regionales

Finalmente, en el plano regional se encontraron pocas investigaciones que abordaran el tema de interés desde las perspectivas de factibilidad. Por ejemplo, Buendía y Moreno (2022) proponen la creación de una empresa productora y comercializadora de embutidos artesanales a base de mollejas de pollo en la ciudad de Valledupar. El objetivo es ofrecer alimentos fáciles de

preparar y de alto valor nutricional a personas de estratos 1, 2 y 3, al mismo tiempo que se fortalece el sector avícola local. El estudio abarca aspectos como mercado, técnica, administración, finanzas y evaluación para determinar la viabilidad del proyecto. La metodología utilizada es el principal aporte que se tomó en cuenta en la presente investigación.

Por otro lado, el estudio de prefactibilidad realizado por Lozano (2021) propone la instalación de una planta porcionadora de carnes bovinas en Montería, Córdoba. Esto responde a la creciente demanda de carne porcionada de alta calidad a precios competitivos. La planta se abastecería de materia prima proveniente de frigoríficos locales y se enfocaría en cumplir con los estándares de calidad establecidos por el INVIMA para garantizar la inocuidad de los productos. El estudio involucra análisis de mercado, aspectos técnicos, administrativos y financieros para evaluar la viabilidad del proyecto.

Ambos estudios de factibilidad, de enfoque mixto, buscan establecer empresas en el sector de la alimentación; uno se enfoca en embutidos de mollejas de pollo en la ciudad de Valledupar, mientras que el otro se centra en la porción de carne bovina en Montería, con el objetivo de ofrecer productos de alta calidad y cumplir con las regulaciones sanitarias correspondientes. Si bien ofrecen una relación tangencial con el tema de interés, la revisión general permite entrever los vacíos existentes en lo que respecta a la creación de ideas de negocio en los que se busque utilizar carne de cerdo para la elaboración de chorizo artesanal de calidad.

Marco Teórico

En el desarrollo de la investigación resulta indispensable reconocer aspectos referenciales importantes relacionados con los puntos más relevantes en su desarrollo. Por lo tanto, a continuación se exponen las referencias asociadas de una manera ordenada, empezando por las nociones de estudios de mercado, organizacional y técnico, y terminando con el aspecto financiero.

Estudio de Mercado

Sostiene Fernández (Fernández, 2017) que para entender qué es un estudio de mercado basta con fijarse en las palabras implicadas. En ese sentido, un estudio de mercado no es más que la realización de una investigación cuidadosa del mercado y de sus componentes. Alonso (Alonso Dos Santos , 2017) explica que la investigación del mercado puede realizarse de manera cualitativa, cuantitativa o mixta, y que en el proceso deben aplicarse instrumentos de recolección de datos idóneos que permitan recopilar la información necesaria para comprender el aspecto que pretende caracterizarse.

En el marco de un estudio de mercado se realiza la recolección y el análisis de datos relevantes que permiten identificar, especialmente, las condiciones y el funcionamiento del mercado objetivo. Por sus características, es evidente que puede desarrollarse antes de emprender una iniciativa empresarial específica o cuando esta se encuentra en marcha. Se cual sea el caso, con la aplicación de un estudio de mercado se pretende averiguar las tendencias de la industria, así como las necesidades y expectativas clientelares con el fin de conquistar un mercado (Martínez Valverde, 2018).

Existen, como mínimo, tres buenas razones para emprender un estudio de mercado. La primera de ellas es comprender cuáles son las posibilidades reales que ofrece el mercado, de esta

manera se identifican las ventajas y desventajas a las que el emprendedor se enfrenta y facilita la toma de decisiones en lo que tiene que ver con prevenir los riesgos potenciales y la maximización de las oportunidades. La segunda razón es analizar la competencia para conocer cómo la incorporación de ciertos factores diferenciales puede propender a una ventaja competitiva. Finalmente, un estudio de mercado bien ejecutado ayuda al desarrollo de actividades de marketing mejor estructuradas y con una focalización más efectiva (Ferré & Ferré, 1997).

Ya se ha indicado que el estudio de mercado puede ser ejecutado antes o después de poner en marcha una iniciativa empresarial. En el presente estudio el enfoque recae en lo predictivo. Independientemente de eso, algunos autores coinciden en indicar que existen, en general, tres tipos de estudios de mercado [23, 26, 27]:

- *De medición:* permite identificar con concreción relativamente específica aspectos como el número de clientes potenciales, las frecuencias de compra y la notoriedad que puede alcanzarse en el mercado. En estos casos se recurre a la selección de una muestra significativa que tenga la potencialidad de representar razonablemente al mercado.

- *Para comprender al consumidor:* permite identificar aspectos como el comportamiento y las motivaciones de compra. Tradicionalmente, se emplean en su ejecución los estudios de satisfacción clientelar. De acuerdo con Baca Urbina (Baca, 2016), existen dos enfoques para acceder a la comprensión de los consumidores: uno cuantitativo y otro cualitativo. En el primero se emplea una muestra representativa de mayor volumen con el fin de recolectar datos que permitan cuantificar la situación a partir de datos numéricos y estadísticos. En el segundo se emplea una muestra menor y los datos se recolectan a partir de técnicas semiestructuradas o no estructuradas.

- *Para toma de decisiones:* el objetivo de este tipo de estudio de mercado es propender a una decisión específica entre un grupo de posibilidades. Algunas de las decisiones que pueden aclararse con base en este tipo de estudio de mercado es la selección del empaque de un producto, el costo ideal, la publicidad, etc.

Entre los instrumentos de recolección de datos más usuales se hallan la clasificación, los grupos focales, la entrevista, la observación y los modelos de encuesta. Martínez (Martínez Valverde, 2018) sostiene que con el estudio de mercado es posible identificar las variables que inciden en un proyecto empresarial específico, caracterizar el comportamiento del consumidor y segmentar el mercado para proponer estrategias de marketing más efectivas. Del mismo modo, indica el autor, en dicho análisis el aporte de las fuentes secundarias de información es muy útil, debido a que estas contribuyen a tener una visión mejor consolidada.

De acuerdo con Baca Urbina (Baca, 2016), la ejecución de un estudio de mercado implica la ejecución de, como mínimo, los siguientes pasos:

1. Definir el problema.
2. Definir el diseño investigativo.
3. Recopilar los datos.
4. Analizar los datos recabados.
5. Crear un plan de acción.

Aunque un estudio de mercado es un insumo de enorme relevancia para determinar la factibilidad de un proyecto, su sola aplicación no es suficiente para tomar una decisión concreta al respecto. Es preciso que se lo complemente con un estudio organizacional, uno técnico y uno de viabilidad financiera para obtener la mejor perspectiva posible al respecto antes de adoptar una posición.

Estudio Organizacional

Según Consuelo (Consuelo-Bravo, Sarmentero-Bon, Gómez-Figueroa, & Falcón, 2018) el estudio organizacional permite concebir con claridad las necesidades de operación de un proyecto específico. En el caso de un programa de posgrado como el abordado en la presente investigación, es necesario identificar los aspectos curriculares básicos del programa, las competencias a desarrollar y perfiles de egreso e ingreso. Del mismo modo, procede el análisis de las necesidades de planta docente y la definición de orientación del programa. Un estudio organizacional permite, a través de un análisis cualitativo, reconocer tales necesidades. En general, este proceso implica la revisión cuidadosa de lineamientos legales e institucionales. En este caso, se consultan fuentes bibliográficas directas y se consolida la información para obtener la información organizacional necesaria para reconocer la factibilidad del proyecto en tal aspecto.

En la formulación de proyectos, la estructura organizacional propuesta debe responder eficientemente a las necesidades caracterizadas, especialmente en lo que corresponde a las labores administrativas que sustentan su operación. Constituye un insumo directo al estudio financiero, debido a la información que entrega en relación con aspectos clave del funcionamiento de la propuesta analizada. Aunque, como bien se ha indicado, el estudio organizacional se centra en el aspecto administrativo, también toma en cuenta otros elementos.

En lo que corresponde a lo administrativo, es lógico que todo proyecto, independientemente de sus características, requiere que se involucren áreas de apoyo a través de las cuales se desarrollen las actividades complementarias. Deben reconocerse, por lo tanto, los factores determinantes para los procesos del proyecto. Algunos de los mismos son: la naturaleza

misma del proyecto, el tamaño de este y la complejidad que revisten las tareas de apoyo que se requieran.

En el estudio organizacional se analiza con especial interés la estructura organizativa bajo la cual se sustenta la actividad general del proyecto de interés (Gil & (Compiladora), 2017). En tal estructura debe existir evidencia clara de las relaciones formales de subordinación que se establecen entre las diferentes áreas que rigen los procesos. En general, esta estructura se presenta a partir de flujogramas que indican el sentido en que se desarrollan las diferentes actividades u organigramas que muestran la relación jerárquica de los departamentos y cargos.

En el estudio organizacional, además, se toman en consideración los recursos físicos, técnicos y humanos que demanda el proyecto. Dependiendo de las características de este, es posible que las necesidades varíen notoriamente (Gil & (Compiladora), 2017). Es justamente por ello que el estudio organizacional reviste tanta importancia: permite visibilizar integralmente los requerimientos del proyecto, considerando no solo las actividades y procesos que sustentan el objetivo primigenio de iniciativa, sino aquellos que permiten que las mismas tengan el alcance que se pretende.

Estudio Técnico

Un estudio técnico es la valoración circunscrita al análisis de factibilidad que permite estudiar opciones tecnológicas para la producción de bienes o servicios (Sapag Chain , Sapag Chain, & Sapag Puelma, 2013). A partir del estudio técnico se responden cuestiones importantes para la formulación de un proyecto en torno a la inversión, requerimientos y capacidad. De manera que, en la realización de un estudio técnico deben considerarse aspectos clave como el contexto y las proyecciones de demanda. Este es un paso que sucede a la viabilidad del proyecto,

es decir, solo cuando se identifican las reales posibilidades en el mercado de este se justifica analizar los requerimientos técnicos para su desarrollo.

De acuerdo con Baca Urbina (Baca, 2016), el estudio técnico abarca tres aspectos fundamentales: el análisis de ingeniería del proyecto, el tamaño del proyecto y la localización de este. Los precitados factores dependen de, por ejemplo, la demanda esperada, la infraestructura, las obras físicas, el equipo tecnológico y el recurso humano. Todos los proyectos requieren de ciertos insumos y recursos para ofrecer productos y servicios que satisfagan las necesidades específicas del mercado en el cual se enfocan. Por ello, es preciso que se identifiquen los procesos óptimos que pueden propender al alcance de dicha meta.

En relación con lo anterior, la definición de los procesos críticos que deben atenderse dependerá en gran medida del tipo de proyecto, de las características del servicio y de la demanda esperada. Algunos autores coinciden al indicar que en el análisis estructural de un proceso productivo es necesario tomar en cuenta el tipo de flujo de trabajo, la infraestructura y obras físicas (inversiones, adecuaciones y mantenimientos), el equipamiento del proyecto y tecnología (equipos, maquinaria, medios de transporte y muebles), mano de obra del proyecto (especialización del personal, situación del mercado laboral, leyes laborales, cantidad requerida de personal y tiempo requerido de servicio), localización del proyecto, entre otros (Córdoba Padilla, 2011; Baca, 2016).

El estudio de mercado arroja luz en relación con aspectos relacionados con la demanda potencial del proyecto; por su parte, en el estudio técnico se define la estructura operativa que se requiere para suplir con las expectativas. En otras palabras, existe una relación de subordinación que puede explicarse de la siguiente manera: el nivel de producción depende de la demanda que se calcula a partir del estudio de mercado (Baca, 2016); por otra parte, para que el nivel de

producción ideal sea alcanzado, es necesario que se cuente con los equipos, infraestructura y personal cualificado, variables que determina, a su vez, el grado de inversión requerido. Este último aspecto se aborda con mayor profundidad en un estudio financiero.

Estudio Financiero

Sostienen Mancha et al. (Mancha , Moscoso, & Santos, 2016), que el objetivo de realizar un análisis financiero es describir de manera clara y contundente el comportamiento económico de un negocio y la proyección de una idea empresarial. Por tanto, en relación con la investigación presente, el análisis financiero está abocado a la identificación de las necesidades de inversión, gastos teóricos implicados y rentabilidad proyectada.

Su finalidad primordial es ofrecerle al emprendedor datos esclarecedores en torno a las posibilidades financieras de su proyecto (Rodríguez & Venegas, 2010). Se nutre directamente de los estudios de mercado, técnico y organizacional, y contribuye a analizar a partir de una relación costo-beneficio los riesgos y la viabilidad de una iniciativa. En un estudio financiero deben tomarse en cuenta aspectos como los lineamientos legales, los costos laborales, la demanda potencial, la financiación, etc. (Baena, 2010). Por otra parte, algunos de los indicadores más relevantes en el marco de este tipo de estudios son:

- Ingresos.
- Costos.
- Gastos.
- Depreciaciones.
- Amortizaciones.
- Plan de inversión.
- Balance de apertura.

- Presupuesto de caja.
- Balance general proyectado.
- Punto de equilibrio.
- Flujo neto de efectivo.
- Costo de capital.
- Análisis de sensibilidad.
- Riesgos.
- Valor Presente Neto (VPN).
- Tasa Interna de Retorno (TIR).

Los dos últimos se consideran los que más información decisoria ofrecen (García, 2015). Con la información recabada se construye un informe que entregará evidencia real o proyectada sobre el beneficio económico que puede representar el proyecto en cuestión. A pesar de resultar dispendioso, el estudio financiero es una inversión de tiempo que evitar una pérdida temporal mayor o un gasto económico infructuoso. Cada proyecto trae implícitos algunos intereses y en función de estos se planea y ejecuta el estudio financiero.

El Chorizo de Cerdo

El chorizo de cerdo es un embutido tradicional y popular en muchas culturas culinarias alrededor del mundo, especialmente en países de habla hispana y Latinoamérica. El chorizo de cerdo es un embutido que se elabora principalmente a partir de carne de cerdo picada y condimentada con una mezcla de especias (Parfait, 2019). La mezcla de carne y especias se embute en una tripa natural o sintética, que luego se cura y seca para desarrollar su sabor característico. Sus ingredientes básicos son:

- *Carne de cerdo*: suele utilizarse carne magra y grasa en proporciones específicas para lograr la textura y el sabor deseados.
- *Espicias y condimentos*: en muchos casos, el sabor distintivo del chorizo proviene de una variedad de especias y condimentos, que pueden incluir pimentón, ajo, comino, orégano, sal y otros ingredientes según la receta regional.
- *Tripa*: se utiliza para embutir la mezcla de carne y especias. Puede ser natural (intestino de cerdo o cordero) o sintética.

El proceso de elaboración del chorizo de cerdo generalmente se ciñe a los pasos expuestos a continuación (Jimenez & Caraballo, s.f.):

- a. *Preparación de la carne*: se corta la carne de cerdo en trozos pequeños y se mezcla con las especias y condimentos. Esto se hace para sazonar y aderezar la carne.
- b. *Embutido*: la mezcla de carne y especias se introduce en la tripa (natural o sintética) utilizando un embudo o una máquina especializada. Se atan los extremos de la tripa para formar chorizos individuales.
- c. *Curado*: los chorizos se cuelgan en un lugar fresco y seco durante un período de tiempo específico para permitir que se sequen y desarrollen su sabor característico. El proceso de curado puede variar en duración según el tipo de chorizo.

El chorizo de cerdo varía ampliamente en sabor y textura según la región en la que se elabore. Algunas variedades populares incluyen el chorizo español, el chorizo mexicano, el chorizo argentino y muchas otras. Se utiliza en una variedad de platos culinarios, como guisos, paellas, empanadas, tapas, arroces y más. También es comúnmente empleado como aperitivo o ingrediente para dar sabor a otros platillos. Por ello, tiene un valor cultural significativo en

muchas comunidades, ya que refleja las tradiciones culinarias y las preferencias locales. Es un alimento versátil que se ha adaptado a las cocinas de todo el mundo.

Marco Legal

En Colombia, la inocuidad alimentaria se rige por un conjunto de leyes, regulaciones y normativas que buscan garantizar la seguridad de los alimentos para proteger la salud de los consumidores. A continuación, se presenta un resumen del marco legal relacionado con la inocuidad alimentaria en Colombia:

- Ley 9 de 1979 – Código Sanitario: Esta ley establece las bases para la regulación de la seguridad de los alimentos en Colombia. Establece los principios generales de la legislación sanitaria y las competencias de las autoridades de salud.
- Ley 120 de 1993 – Sistema Nacional de Salud: Esta ley establece la creación del Sistema Nacional de Salud y la regulación de la vigilancia sanitaria de alimentos. Define las responsabilidades de las entidades gubernamentales en la inspección, vigilancia y control de alimentos.
- Resolución 2674 de 2013 – Reglamento Técnico sobre Etiquetado de Alimentos Preenvasados: Esta resolución regula el etiquetado de alimentos preenvasados, incluyendo la información nutricional y advertencias de ingredientes alérgenos.
- Resolución 604 de 2003 – Reglamento Técnico para el Control y Vigilancia Sanitaria de Alimentos: Establece los requisitos y procedimientos para la inspección, vigilancia y control sanitario de alimentos en Colombia.
- Decreto 3075 de 1997 – Reglamento de Higiene de Alimentos: Este decreto establece los requisitos de higiene y buenas prácticas de manufactura que deben seguir los establecimientos de alimentos para garantizar su inocuidad.
- Resolución 2023 de 2006 – Reglamento Técnico sobre Aditivos Alimentarios: Regula la autorización, uso y control de aditivos alimentarios en Colombia.

- Resolución 2123 de 1986 – Reglamento Técnico de Bebidas Alcohólicas:
Establece las normas de calidad e inocuidad para bebidas alcohólicas.
- Decreto 3930 de 2010 – Reglamento Técnico para el Funcionamiento de Establecimientos de Alimentos: Define los requisitos para la obtención de registros sanitarios y el funcionamiento de establecimientos que procesan, almacenan, distribuyen o comercializan alimentos.
- Resolución 5109 de 2005 – Reglamento Técnico para el Control de Plaguicidas Químicos de Uso Agrícola: Regula el uso de plaguicidas en la producción agrícola de alimentos.
- Resolución 3374 de 2000 – Reglamento Técnico sobre Alimentos Transgénicos:
Establece las regulaciones para la autorización, etiquetado y control de alimentos transgénicos.

Estos son algunos de los principales documentos legales que conforman el marco normativo de la inocuidad alimentaria en Colombia. Es importante tener en cuenta que estas leyes y regulaciones están sujetas a actualizaciones y cambios periódicos, por lo que es fundamental consultar las últimas disposiciones legales y contar con la orientación de las autoridades competentes para garantizar el cumplimiento de las normativas vigentes.

Metodología

Características de la Investigación

Se propone un estudio de características mixtas, en el que se consideran aspectos tanto cuantitativos como cualitativos. De acuerdo con Hernández et al. (2014) este tipo de investigaciones permite alcanzar una comprensión más amplia del fenómeno que se analiza, lo que responde adecuadamente a las necesidades del estudio de factibilidad trazado. Por otro lado, su carácter es deductivo, en cuanto generaliza los resultados obtenidos a partir de la aplicación en campo de ciertos instrumentos de recolección de datos sobre una muestra representativa seleccionada.

En lo que corresponde a su alcance, el proyecto es descriptivo, de modo que se centra en analizar el mercado y las necesidades organizacionales, legales y financieras, describiendo los resultados obtenidos para que los tomadores de decisiones cuenten con un panorama claro en relación con la viabilidad del proyecto, tal como indican autores como Cabezas (2018). En ese sentido, con el desarrollo completo del proyecto se pretende ofrecer insumos suficientes para determinar la factibilidad y los efectos previsibles de invertir en un negocio de las características descritas.

Fases de la Investigación

Tomando en cuenta los aspectos metodológicos antes enunciados, se propusieron tres fases de trabajo para el estudio de factibilidad:

- *Estudio de mercado (fase 1)*: etapa en la que se diseña, valida y aplica un modelo de encuesta entre una muestra representativa de la población objetivo, con la meta de conocer las características y posibilidades del mercado, a partir de la cuantificación y cualificación de la demanda.
- *Estudio legal y organizacional (fase 2)*: etapa en la que se analizan las erogaciones legales pertinentes, así como aspectos esenciales del plan de negocio proyectado

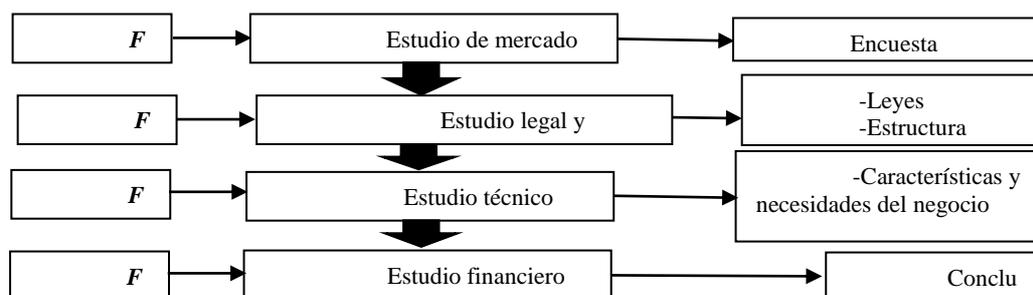
como la capacidad operativa y la estructura organizacional para su adecuado y continuo funcionamiento.

- *Estudio técnico (fase 3):* en esta fase se identifica la viabilidad del negocio a partir de la valoración de componentes como la infraestructura y el recurso humano requerido. Puntualmente, a partir de este estudio se busca determinar las necesidades del proyecto en los siguientes aspectos: localización y recursos físicos, recursos tecnológicos, redes de carácter académico y personal necesario para la operación adecuada.

Estudio financiero (fase 4): etapa en la cual se analiza la viabilidad del plan de negocio desde una perspectiva económica, considerando la relación proyectada entre el costo de inversión y el beneficio esperado. Se abordan en esta fase la inversión inicial requerida, el rendimiento esperado, los costos y gastos proyectados, el punto de equilibrio, el flujo de caja, el Valor Presente Neto (VPN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR). El flujo de trabajo concatenado puede apreciarse en la Figura 1.

Figura 1

Proceso metodológico



Población y Muestra

Población

Tal como explica Hernández et al. (2014), la población es el completo número de elementos que configuran un fenómeno de interés. Observando esta definición, la población del estudio para el caso presente se encuentra conformada por los adultos con capacidad de

decisión de compra, definida, por criterio del autor, como individuos entre 20 y 74 años. De acuerdo con las proporciones de distribución demográfica presentadas por el Departamento Nacional de Estadística (DANE), la cantidad de personas en el rango de edad mencionado que viven en Barranquilla es de 347.232.

Muestra

Según explica Robles (2019), una muestra estadística es el número mínimo de individuos que permiten representar de manera apropiada una población específica. Para este caso, con el objetivo de contar con una muestra característica para la realización del estudio de mercado, se plantearon como criterios de estimación, un nivel de confianza del 90% y un margen de error del 5%; para el cálculo, se consideraron los componentes de la Ecuación 1.

$$n = \frac{z^2(p*q)}{(z^2(p*q)/N)+e^2} \quad (\text{Ecuación 1})$$

Donde, Z el puntaje asociado a un nivel de confianza específico confianza, p es la proporción de la población con la característica deseada, q la población sin la característica deseada, N es la población conocida y e representa el error medido. Para un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 10%, el cálculo arroja que debe considerarse una muestra de 97 personas, las cuales serán las encargadas de responder el modelo de encuesta a partir de un envío telemático aleatorio.

Fuentes e Instrumentos de Recolección de Datos

El desarrollo de la investigación implica la consideración de fuentes de información de diversa índole, en relación con los instrumentos de recolección de información proyectados. Entre estos se cuentan los siguientes:

Fuentes e Instrumentos Primarios

Se diseñó un modelo de encuesta con doce (12) preguntas para caracterizar el mercado objetivo, y cuantificar y cualificar la demanda factible (ver Anexo A). La confiabilidad del constructo se estableció a partir de la aplicación de una prueba piloto que

permitió establecer el valor del Alfa de Cronbach, el cual demostró validez absoluta al ubicarse en 0,91 (ver Anexo B). Con la información derivada de la aplicación sucesiva del constructo entre la muestra aleatoria, se pudieron establecer la oportunidades y necesidades de consumo de la población objetivo.

Fuentes e Instrumentos Secundarios

Como fuentes secundarias se consideran aquellas que provienen de instituciones gubernamentales y de estudios empíricos desarrollados previamente. Estos datos incluyen estadísticas, cotizaciones externas para bienes y equipos, información relacionada con la producción y el tratamiento de los alimentos en el marco de la legalidad, y otros datos relevantes necesarios para la ejecución completa de cada una de las fases investigativas trazadas.

Análisis de Datos

Los resultados cuantitativos que se obtuvieron del estudio de mercado se analizaron a través del programa Excel del paquete Office de Microsoft®.

Resultados

En el presente capítulo se comparte el desarrollo de las actividades conducentes a determinar la factibilidad de desarrollar una nueva marca de chorizo artesanal en la ciudad de Barranquilla. De manera secuencial se exponen los resultados obtenidos del estudio de mercado, el estudio legal y organizacional, del estudio técnico, y, por último, del estudio financiero. La observación completa de las etapas enunciadas permite identificar con claridad la viabilidad de un proyecto empresarial de las características descritas.

Estudio de Mercado

Para el estudio de mercado, se diseñó y validó un modelo de encuesta con doce preguntas que valoraba el hábito y disposición al consumo, la cualificación de la demanda y la cuantificación de la demanda. Para mayor claridad estructural, en la Tabla 1 se desglosan los componentes y metas de la encuesta referida.

Tabla 1

Estructura de la encuesta aplicada

Componente	Variable	Preguntas	Objetivo
Hábito y disposición al consumo	Disposición	1-5	Conocer los hábitos y disposición de consumo de chorizo
Cualificación de la demanda	Preferencias	6-10	Identificar las preferencias y gustos de los encuestados en torno al consumo de chorizo
Cuantificación de la demanda	Cantidad	11-12	Caracterizar de manera cuantitativa rasgos de interés sobre el consumo de chorizo

Nota. Elaboración propia (2023).

Las alternativas de respuesta en escala de Likert eran:

Totalmente en desacuerdo.

En desacuerdo.

Ni de acuerdo ni en desacuerdo.

De acuerdo.

Totalmente de acuerdo.

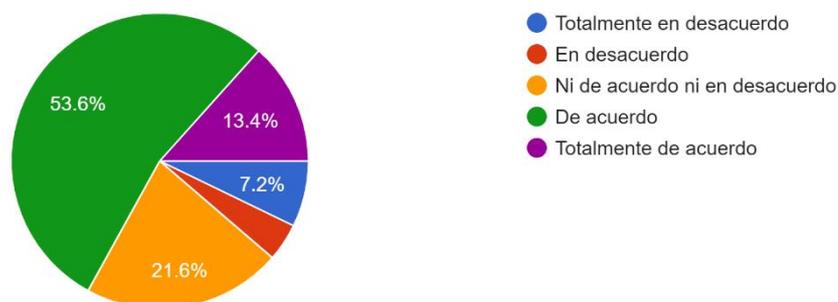
Los resultados, directamente vertidos de la plataforma online Google Formularios, dan cuenta de un alto consumo de chorizo en el hogar barranquillero, como puede apreciarse en la Figura 2, con un porcentaje global de acuerdo del 67%.

Figura 2

Favorabilidad del consumo de chorizo

1. El consumo de chorizo es habitual en mi hogar

97 respuestas



Nota. Elaboración propia (2023).

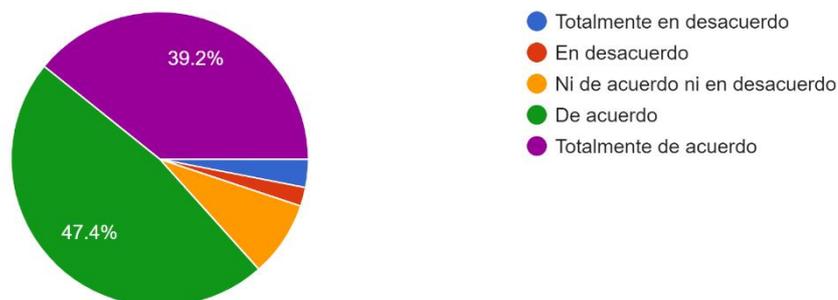
Por otro lado, en lo que respecta a la preferencia del chorizo artesanal frente al de elaboración industrial, existe amplia favorabilidad al respecto, por cuanto, tal como se observa en la Figura 3, el 86,6% del total manifiesta una tendencia al acuerdo con la afirmación de indagación propuesta.

Figura 3

Favorabilidad de consumo de consumo artesanal

2. Prefiero el chorizo artesanal al industrial

97 respuestas



Nota. Elaboración propia (2023).

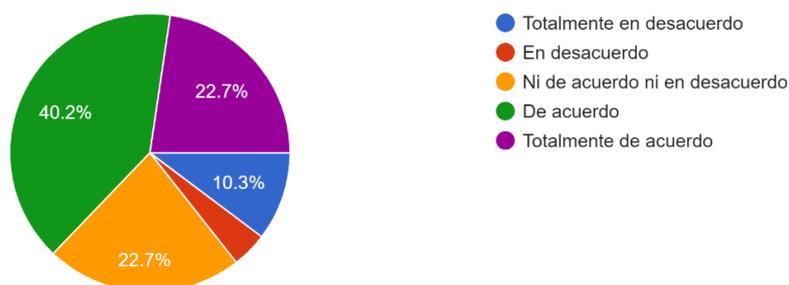
En lo que respecta a la preferencia del chorizo elaborado con carne de cerdo, se encontró que el 62,9% tiene esta predilección (ver Figura 4), con un porcentaje de mercado indeciso en el orden del 22,7% (este rubro puede asumirse como individuos abiertos a considerar diversas opciones o individuos que esperan probar un producto para optar por él).

Figura 4

Predilección por el chirizo de carne de cerdo

3. Prefiero el chorizo de carne de cerdo que el de carne de res

97 respuestas



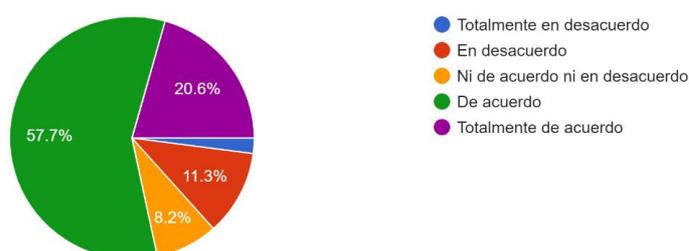
Nota. Elaboración propia (2023).

Otro aspecto interesante de los hábitos de consumo tiene que ver con la asiduidad de consumo. Se encontró que el 78,3% de los encuestados compra chorizo, mínimo, una vez al mes. Estos resultados pueden apreciarse en la Figura 5.

Figura 5

Asiduidad de consumo de chorizo

4. Consumo chorizo, como mínimo, una vez al mes
97 respuestas



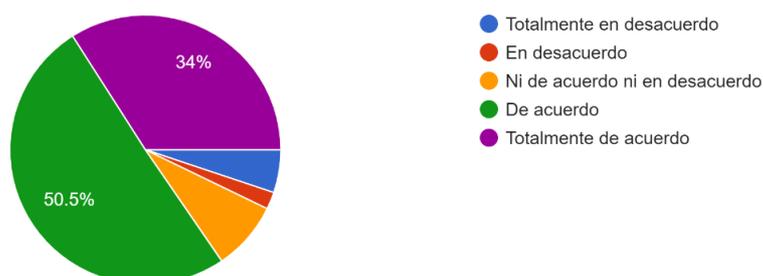
Nota. Elaboración propia (2023).

Más interesante aún es la predisposición al consumo de una nueva alternativa de chorizo artesanal de carne de cerdo en el mercado, con una favorabilidad del 84,5% (ver Figura 7).

Figura 6

Favorabilidad a una nueva marca de chorizo de cerdo artesanal

5. Consumiría un nuevo chorizo artesanal de alta calidad elaborado con carne de cerdo
97 respuestas



Nota. Elaboración propia (2023).

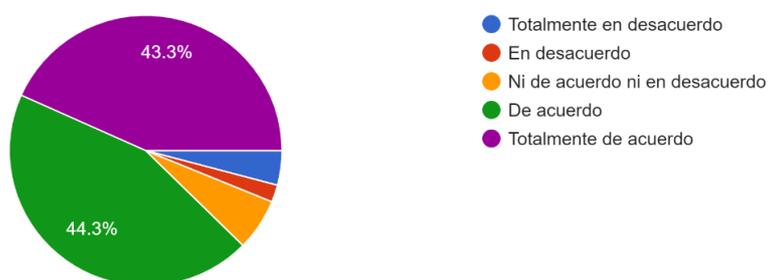
Ahora bien, en lo que concierne a la cualificación de la demanda, se encontró que para el encuestado el sabor es más importante que la marca del producto (en un 87,6% de los casos) y que el precio (en un 79,3% de los casos), como se ve en la Figura 7 y en la Figura 8.

Figura 7

Favorabilidad del sabor vs marca

6. El sabor es más importante que la marca para preferir un chorizo artesanal elaborado con carne de cerdo.

97 respuestas



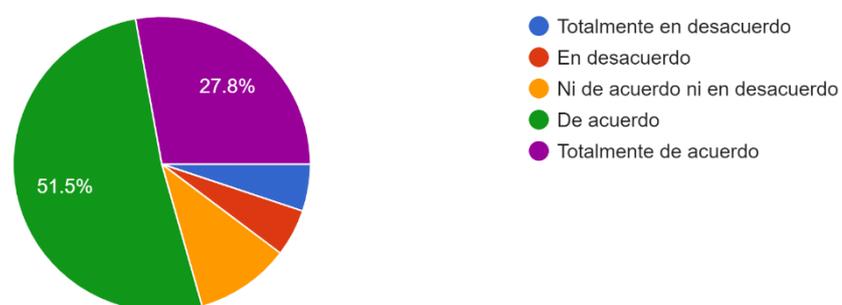
Nota. Elaboración propia (2023).

Figura 8

Favorabilidad del sabor vs precio

7. El sabor es más importante que el precio para preferir un chorizo artesanal elaborado con carne de cerdo.

97 respuestas



Nota. Elaboración propia (2023).

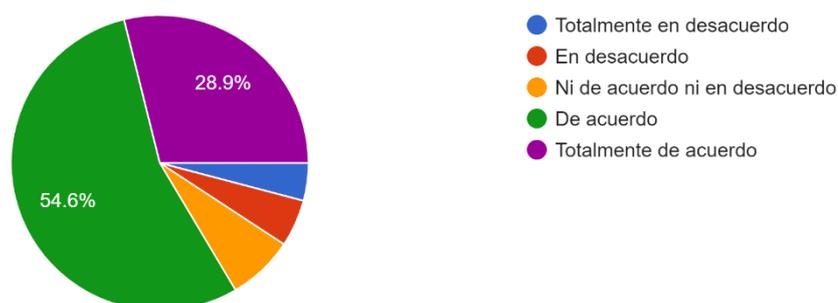
Esta información sugiere que puede competir con buenas perspectivas en el mercado siempre que se desarrolle un producto de calidad y sabor exquisito. Por otra parte, en cuanto a la presentación, los encuestados preferirían adquirir paquetes de 4 chorizos antes que hacerlo de manera individual, como lo señala el 83,5% de acuerdo evidente en la Figura 9.

Figura 9

Predilección por el paquete x4 vs unidad

8. Preferiría la presentación x4 en vez de una individual para un chorizo artesanal de carne de cerdo

97 respuestas



Nota. Elaboración propia (2023).

En cuanto a la distribución, aunque existe una tendencia mayoritaria a la adquisición del producto en establecimientos de venta fijos (52,6%), un porcentaje importante de encuestados (21,7%) prefiere la compra por encargo, en tanto que los restantes individuos podrían optar por uno u otro método (ver Figura 10). Estos resultados señalan la pertinencia de una estrategia de distribución híbrida, que considere, como mínimo, los dos canales señalados.

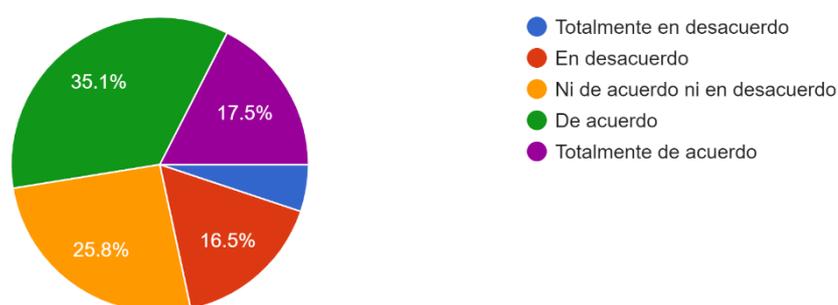
Asimismo, en lo que corresponde a las estrategias de divulgación, claramente los encuestados resaltan el alcance y uso asiduo de las redes sociales como plataforma de

propaganda ideal, con el 71,1% de la favorabilidad de las encuestas (ver Figura 11). Estos datos perfilan de inmediato la estrategia de marketing corporativa, de modo que se sugiere emplear los métodos de publicidad que ofrecen plataformas como Facebook® e Instagram®.

Figura 10

Predilección por la compra en sitio vs compra por encargo

9. Preferiría comprar un chorizo artesanal en un establecimiento en vez de hacerlo por encargo
97 respuestas

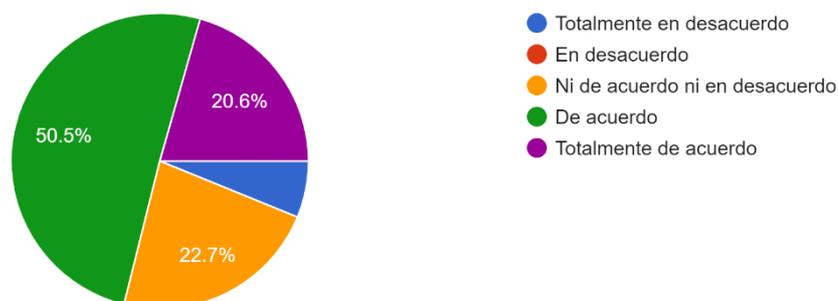


Nota. Elaboración propia (2023).

Figura 11

Predilección por la propaganda en redes sociales

10. Preferiría conocer sobre una nueva marca de chorizo artesanal de carne de cerdo a través de redes sociales, en vez de a través de medios de comunicación tradicionales (radio, tv y prensa).
97 respuestas



Nota. Elaboración propia (2023).

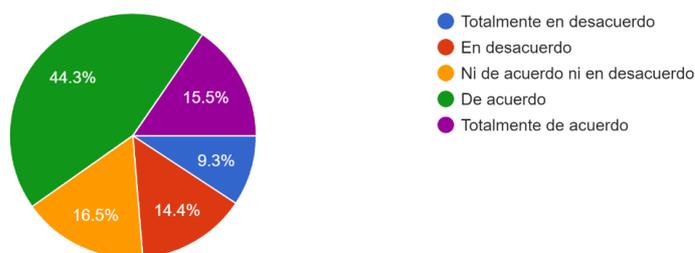
Finalmente, en lo que respecta a la cuantificación de la demanda, se encontró que existe una alta aceptación para la adquisición de un chorizo artesanal de calidad por un precio menor o igual a \$8.000 (59|,8%, ver Figura 12), considerando que el rango de ingreso familiar es máximo \$1.500.000 en el 43,3% y de más de ese monto en el 38,2% de los casos (ver Figura 13).

Figura 12

Predilección por precio igual o inferior a \$8.000

11. Estaría dispuesto a pagar menos de \$8.000 por una unidad de chorizo artesanal de carne de cerdo de alta calidad.

97 respuestas



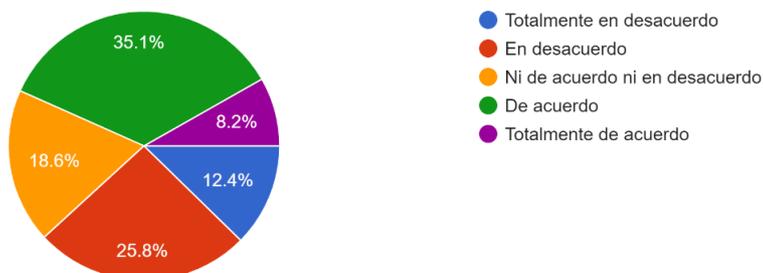
Nota. Elaboración propia (2023).

Figura 13

Rango de ingreso familiar

12. Mi ingreso familiar promedio es de entre \$0 y \$1.500.000

97 respuestas



Nota. Elaboración propia (2023).

De la información recabada, es posible realizar una estimación factible de la demanda proyectada, de tal manera que se cuente con un insumo razonable para el estudio financiero final. Al respecto, bajo el criterio de cálculo por ratios, se estimó la demanda probable tal como se presenta en la Tabla 2.

Tabla 2

Categorización y estimación de la demanda

Aspecto clave	Pregunta	Porcentajes	
		definidos con la prueba piloto	Dato estimado
Consumo	Compra chorizo mensualmente.	78,3%	271.883 (determinado como el 78,3% de la población total de 347.232 adultos barranquilleros entre 20 y 74 años)
	Consumiría un nuevo chorizo artesanal de alta calidad elaborado con carne de cerdo	84,5%	229.741 (determinado como el 84,5% de 271.883)
Demanda probable			

Nota. Elaboración propia (2023).

Naturalmente, este cálculo es sumamente optimista y variará en función de ciertas condiciones particulares. En todo caso, permite vislumbrar la existencia de un mercado favorable del cual se puede conquistar una buena participación a partir de las estrategias idóneas. Si se proyecta una participación del 10% del mercado caracterizado, se estaría

hablando de unas 22.914 opciones de venta mensuales de paquetes x4. Considerando un costo de unidad igual a \$8.000 (sin haber determinado la pertinencia de este precio de venta), el cálculo económico más alto sería el que se deriva del cálculo de la Ecuación 2.

$$Q = npq \quad (\text{Ecuación 2})$$

Donde:

- Q es la demanda potencial.
- n es la cantidad de estudiantes potenciales que hay en el mercado.
- p es el precio promedio del producto.
- q es la cantidad de producto por individuo en dicho mercado.

Al reemplazar los valores se tendría:

$$Q = 22.914 * \$8.000 * 1 = \$183.312.000$$

Este resultado será analizado con mayor rigor como parte del estudio financiero desarrollado en la última parte del proyecto presente.

Oferta Existente de Chorizos de Cerdo

En Colombia, de acuerdo con el filtro realizado de forma particular por el autor del presente documento, existen numerosas alternativas en el mercado en lo que respecta al chorizo de cerdo. Sin embargo, en cuanto al chorizo de cerdo artesanal de alta calidad, son pocas las opciones que existen en el mercado y, la mayoría, cuenta con un precio de venta muy elevado. En la Tabla 3 se relacionan las referencias consideradas más significativas por parte del investigador con base en su conocimiento del campo como emprendedor independiente. Nótese cómo las alternativas suelen centrarse en productos industrializados, fabricados con mezclas de carnes (principalmente, de res). Recuérdese que la caracterización del mercado es eminentemente referencial y que, lógicamente, no se abarca la completitud de opciones disponibles. El ejercicio se realizó para poder contar con información relacionada con las posibilidades que ofrece el entorno, obtener un precio de venta promedio y

caracterizar las dinámicas productivas en lo que respecta al consumo de chorizo; la variedad reseñada es un inductor claro del alto consumo del producto. Se estimó como precio de venta promedio por gramo el de \$34,61. Así, idealmente, un producto con 500 g debería estar en el orden de los \$17.305.

Tabla 3

Chorizo de carne de cerdo disponibles en el mercado

Tipo de chorizo	Unidades/Peso	Precio de venta	Precio por gramo
Chorizo Cunit Parrillada	5/500g	\$12.680	\$ 25,36
Chorizo Santarrosano Colanta	500g	\$16.290	\$ 32,58
Chorizo Santarrosano Zenú	5/330g	\$ 12.550	\$ 38,03
Chorizo Antioqueño Zenú	8/500g	\$ 20.650	\$ 41,30
Chorizo Coctel Antioqueño	20/300g	\$ 20.100	\$ 67,00
Chorizo Premium Ranchera	8/520g	\$ 20.850	\$ 40,10
Chorizo Campesino Colanta	9/450g	\$ 13.557	\$ 27,11
Chorizo de cerdo precocido Porchi	20/1000g	\$ 22.900	\$ 22,90
Chorizo de cerdo antioqueño Prochi	16/1000g	\$ 27.500	\$ 27,50
Chorizo Tradicion Santarrosano	8/400g	\$ 12.900	\$ 25,80
Chorinanos Premium			
Chorizo Santarrosano Premium	5/450g	\$ 16.950	\$ 37,67
Chorinanos Premium			
Chorizo Antioqueño Porchi	8/500g	\$ 14.960	\$ 29,92
<i>Precio promedio por gramo</i>			\$ 34,61

Nota. Elaboración propia (2023).

Análisis del Mercado

En cuanto a la disponibilidad y precios del chorizo de cerdo en Colombia, con énfasis en el chorizo de cerdo artesanal de alta calidad, al análisis de la información disponible permite señalar los siguientes puntos clave:

Variedad en el mercado: en Colombia existen numerosas alternativas en lo que respecta al chorizo de cerdo. Esto sugiere que los consumidores tienen una amplia gama de opciones para elegir, lo que refleja la popularidad y la demanda de este producto en el país.

Escasez de chorizo de cerdo artesanal de alta calidad: a pesar de la diversidad en el mercado de chorizo de cerdo, las opciones de chorizo de cerdo artesanal de alta calidad son limitadas. Esto podría deberse a la dificultad de producir chorizo artesanal de alta calidad en masa o a la falta de competidores en este nicho específico.

Precio elevado: la mayoría de las opciones de chorizo de cerdo artesanal de alta calidad en el mercado tienen precios de venta muy elevados. Esto puede ser un obstáculo para algunos consumidores, lo que sugiere que el chorizo artesanal de alta calidad puede ser un producto de lujo o gourmet en algunos hogares, sobre todo para familias con ingresos más bajos.

Precio promedio: se establece un precio promedio por gramo de \$34,61, por lo que un producto de 500 g debería estar a la venta en el orden de los \$17.305. Este dato proporciona una referencia útil para determinar el precio de venta que se le fijará al producto cuya factibilidad es estudiada.

Estudio Organizacional

Para el establecimiento de una empresa dedicada a la producción de chorizo de cerdo artesanal es necesario que se cumplan con ciertos requisitos organizacionales de gran importancia. Por lo tanto, es absolutamente necesario que se tomen con consideración los

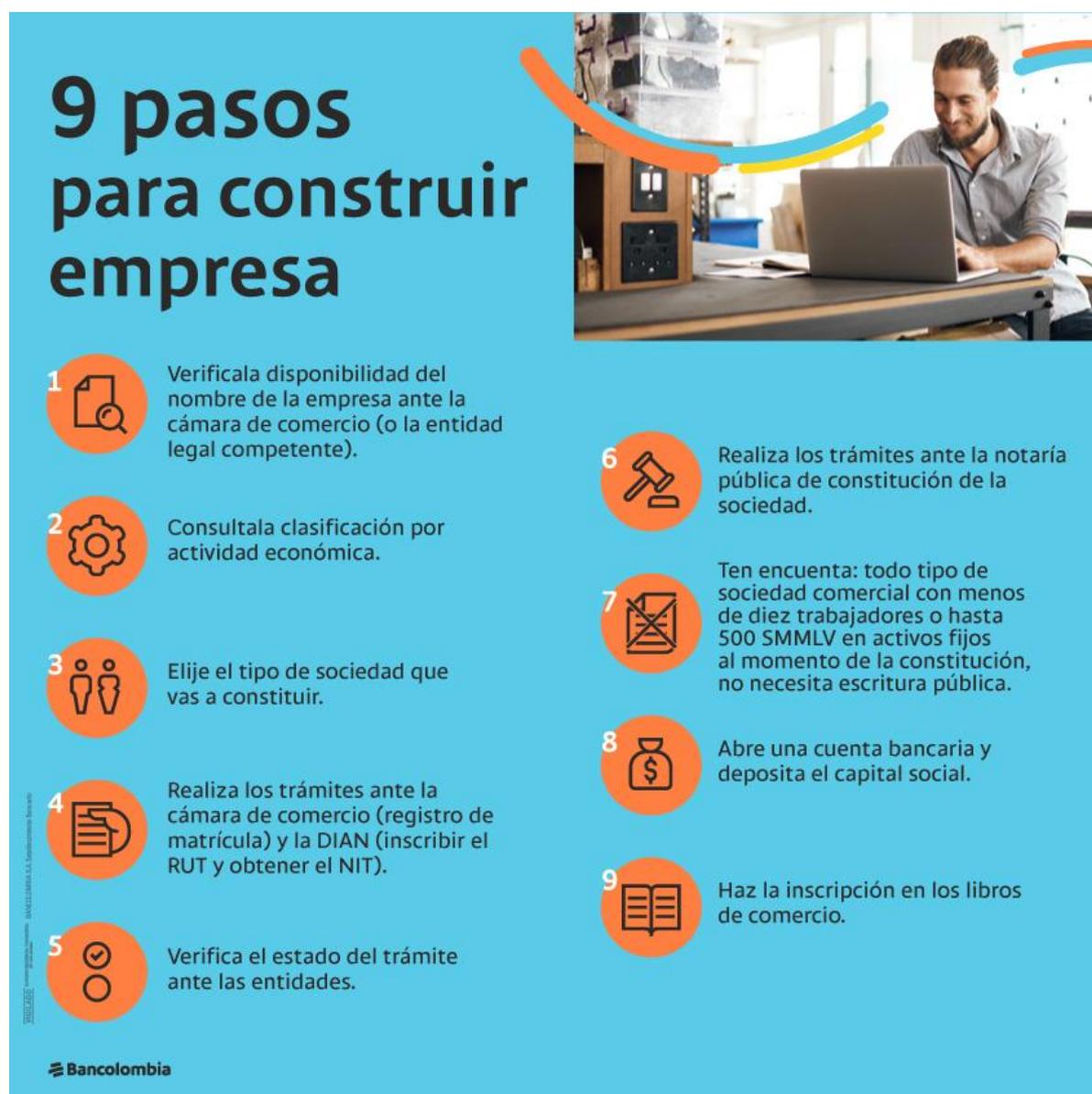
factores asociados a la constitución, denominación de marca y estructura. Sucesivamente se comparten los datos reseñados.

Constitución de la Empresa Productora de Chorizos Artesanales

De acuerdo con los señalamientos del Grupo Bancolombia, la constitución de una Pyme implica el cumplimiento de nueve (9) pasos concatenados (ver Figura 14).

Figura 14

Proceso de constitución de una Pyme en Colombia



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  Consultala 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

Nota. Grupo Bancolombia (2022).

En ese orden de ideas, a continuación se describen los resultados del proceso particular llevado a cabo en concordancia con las proyecciones tratadas en el presente documento, teniendo en cuenta que solo aplican los tres primeros pasos reseñados.

Denominación. El nombre propuesto para la Pyme es **ChoriCook**, denominación que aplica, asimismo, para el producto que constituirá el eje central de la actividad empresarial inicialmente. El nombre se encuentra libre para uso.

Clasificación. La empresa, debido a la actividad concebida, se clasifica como: “Productos alimenticios, bebidas y tabaco; textiles, prendas de vestir y productos de cuero”, enmarcándose en la subclase 21174 (“Embutidos y productos similares de carne, de despojos o de sangre”).

Tipo de Sociedad. Considerando las características de la organización que se proyecta constituir, se consideró pertinente Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.), una de las más comunes debido a su flexibilidad; se usan, sobre todo, en instituciones familiares e integran, como mínimo, a una persona, sin límite máximo de accionistas (Cámara de comercio de Bogotá, s.f.).

Otros Componentes. Otros componentes relevantes de la planificación empresarial son la misión que regirá su actividad y la visión de la compañía.

Misión: ofrecer chorizos artesanales de calidad a la población barranquillera, con los más altos estándares de calidad en sabor y textura, respetando todos los parámetros de inocuidad alimentaria y brindando un servicio que responda a los gustos y necesidades del consumidor.

Visión: para el año 2027 seremos una de las cuatro primeras empresas en la fabricación y distribución de chorizos artesanales en la ciudad de Barranquilla y la Región Caribe, habiendo diversificado el portafolio de productos para el deleite del comensal.

Análisis DOFA. Se propuso un análisis DOFA con el objetivo de caracterizar las Debilidades, las Oportunidades, las Fortalezas y las Amenazas que tienen injerencia directa en la constitución de la idea de negocio proyectada. Los resultados del análisis pueden observarse en la Tabla 4.

Tabla 4

Análisis FODA

Fortalezas	Debilidades
Alta demanda.	Inversión alta.
Propuesta atractiva.	Consumo sectorizado.
Costos competitivos.	Alta competitividad.
Oportunidades	Amenazas
Atiende un vacío identificado con claridad en el mercado de los embutidos.	Regulaciones legales.
	Restricciones a la actividad.
	Fluctuaciones del sistema productivo y financiero.

Nota. Elaboración propia (2023).

Estudio Técnico

Para determinar la factibilidad de la idea de negocio, es necesario determinar las características técnicas del mismo. Algunos de los aspectos a considerar son las características del servicio, las estrategias de venta ideales (marketing y distribución) y la localización del proyecto.

Características del Producto

Como materia prima básica del producto se emplea la carne y grasa de cerdo (sin piel). Esta mezcla permite que el producto adquiera su distintivo sabor, en conjunto con otros

ingredientes de calidad empleados para la condimentación, entre ellos, proteína vegetal, agua, sal, saborizantes y conservantes artificiales en pequeñas cantidades. Las proporciones de cada ingrediente son las siguientes:

- Carne de cerdo: 45%
- Grasa de cerdo: 25%
- Proteína vegetal: 15%
- Agua: 12%
- Sabor natural: 2,7%
- Sal: 0,02%
- Conservantes: 0,01%

Considerando aspectos como las presentaciones que existen del producto en el mercado y las opiniones recabadas en el estudio de mercado, se consideró apropiado constituir un paquete de producto de 500 g con 4 unidades de 125 g cada uno, de tal manera que puedan satisfacerse las necesidades alimenticias de una familia con entre cuatro y seis individuos de manera satisfactoria.

Proveedores

El análisis de proveedores disponibles arrojó las siguientes alternativas cercanas y atractivas para las carnes:

Carnes y grasas.

Carnes Éxito.

Carnecol.

Carnes Aragón.

Para los aditivos, los resultados viables fueron los siguientes:

Tecnas S.A.S.

Ingenia S.A.S.

Depósito Hormiga.

Estrategia de Venta

De acuerdo con la opinión de los encuestados en el estudio de mercado, las estrategias de marketing deben enmarcarse, esencialmente, en las redes sociales. Se sugiere, por lo tanto, contratar un especialista del área para diseñar y rotar piezas publicitarias de pago por Instagram, Facebook, X y Tik Tok, cuidando que el rango de la propaganda pagada se circunscriba al territorio barranquillero. En caso de establecerse la viabilidad de la empresa, se estima que un presupuesto razonable para la contratación de diseñadores y asesores expertos es de \$5.000.000.

En lo que respecta a la estrategia de distribución, la opinión de la mayoría de los encuestados dio cuenta de su preferencia por adquirir el producto en puntos de ventas cercanos. Así, la distribución del producto en tiendas de barrio y en pequeños mercados sería la mejor alternativa para alcanzar al consumidor popular que ve en el chorizo de cerdo una buena alternativa de consumo. Del mismo modo, no es prudente descuidar las ventas a domicilio, tan en boga hoy después de la pandemia, por lo que deben generarse conductos eficientes (página web, por ejemplo) para gestionar los pedidos y hacer las entregas directas. También es pertinente habilitar un punto de venta adjunto a la fábrica para atender clientes de manera presencial.

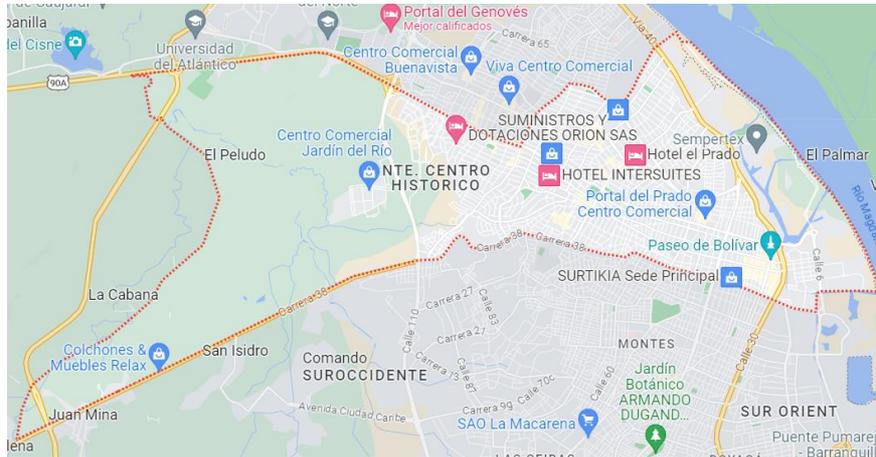
Localización

Tomando en cuenta la necesidad de disminuir los gastos de inversión y operación, y el establecimiento en un rango de influencia que facilite la distribución de los productos, se considera que la localización idónea sería en la zona Norte-Centro Histórico de Barranquilla, donde, además, se cuenta con la cercanía de los proveedores de materia prima e insumos requeridos. En la Figura 15 se relaciona gráficamente el área de consideración general. En todo caso, por estratificación, costo del arriendo, accesibilidad y servicios, se considera que la

parte más céntrica (parte derecha de la imagen) es la más apropiada, en parte por el espíritu comercial de dicho sector.

Figura 15

Delimitación de la zona Norte-Centro Histórico de Barranquilla



Nota. Google Maps, 2023.

Recursos Operacionales

El funcionamiento de la Pyme ChoriCook implica contar con determinados recursos esenciales. En el presente acápite se analizan estos, de forma secuencial, empezando por los componentes físicos.

Recursos Físicos. Para la operación de la Pyme se requiere un local con suficiente espacio para desarrollar las labores de fabricación, empaque y embarque de los productos. Del mismo modo, resulta ideal contar con un espacio anexo en el cual puedan comercializarse directamente los productos. Se definieron como condiciones mínimas las siguientes:

- Área de producción, empaque y embarque: 50 metros cuadrados.
- Área de venta: 12 metros cuadrados.

Una revisión del territorio particularizado permitió identificar costos de alquiler (alternativa más apropiada debido a que la adquisición de un predio es demasiado elevada)

que oscilaban entre los \$600.000 y \$1.500.000. Para los cálculos financieros subsiguientes, se estableció un costo de alquiler promedio de \$1.000.000 mensuales.

Maquinaria y Equipo. Los recursos tecnológicos requeridos se presentan a continuación junto con los costos de adquisición estimados para cada uno:

- Máquina Picadora: \$3.000.000.

Figura 16

Máquina picadora de referencia



Nota. Google Imágenes (2023).

Embutidora Hidráulica: \$1.500.000.

Figura 17

Embutidora hidráulica de referencia

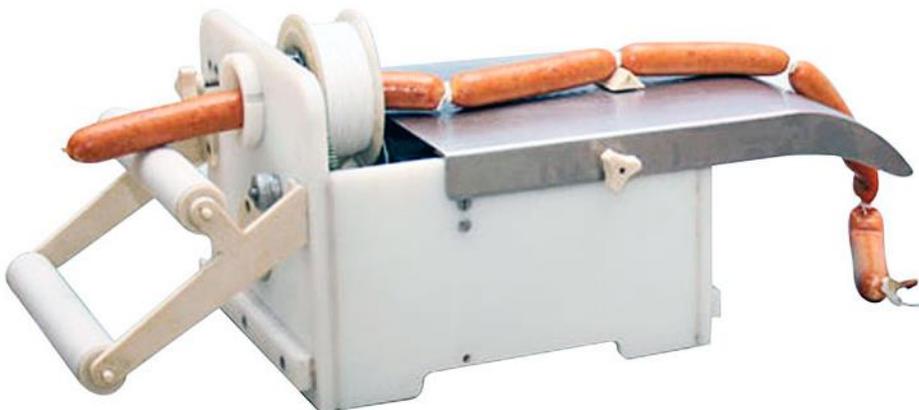


Nota. Google Imágenes (2023).

Amarradora Manual: \$1.000.000.

Figura 18

Amarradora manual de referencia



Nota. Google Imágenes (2023).

Horno Secador: \$5.000.000.

Figura 19

Horno secador de referencia



Nota. Google Imágenes (2023).

Congelador/refrigerador: \$4.000.000.

Figura 20

Congelador/refrigerador de referencia



Nota. Google Imágenes (2023).

Esterilizador de cuchillos pequeño: \$1.000.000.

Figura 21

Esterilizador de cuchillos pequeño de referencia



Nota. Google Imágenes (2023).

Balanza: \$700.000.

Figura 22

Balanza de referencia



Nota. Google Imágenes (2023).

Vitrina vertical refrigerada: \$3.000.000

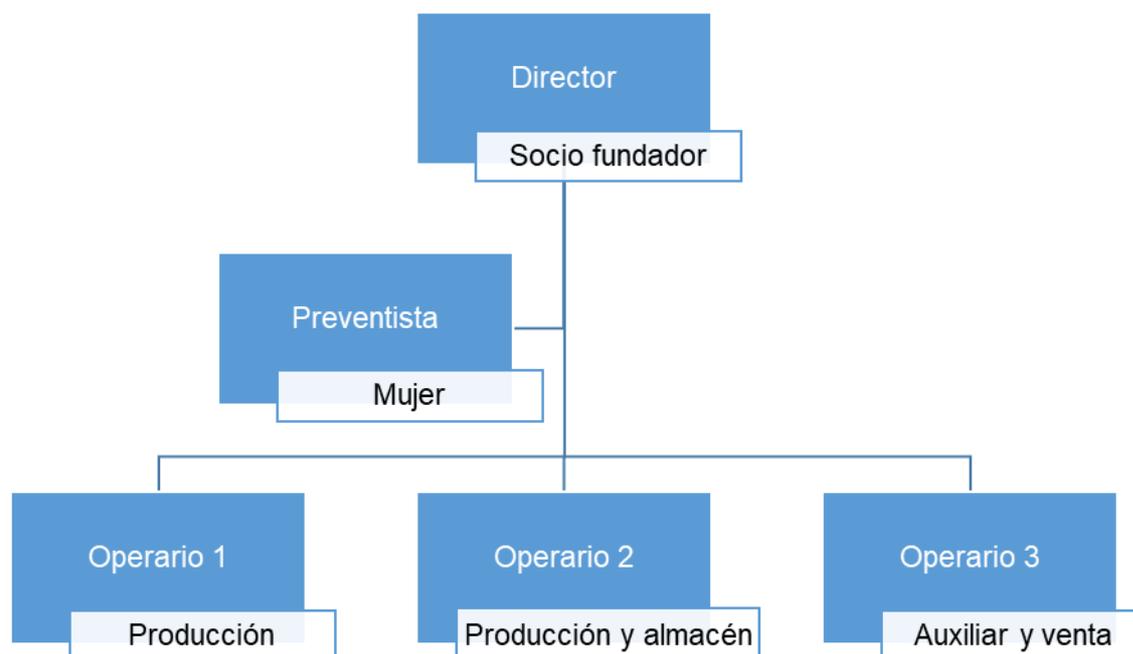
Figura 23

Vitrina vertical refrigerada de referencia



Nota. Google Imágenes (2023).

Recurso Humano. En principio, se proyecta la contratación de cuatro empleados que alternarán las labores de operarios, distribuidores, promotores y expendedores del producto. El socio fundador asumirá roles de supervisión y apoyo cuando se requiera, aunque, esencialmente, se encargará de velar por el buen funcionamiento de la organización. En la Figura 24 se presenta el organigrama propuesto para la idea de negocio proyectado en funcionamiento de acuerdo con la jerarquía señalada.

Figura 24*Organigrama de ChoriCook*

Nota. Elaboración propia (2023).

Estudio Financiero

El estudio financiero permite determinar la viabilidad económica de la idea de negocio analizada en el presente estudio de factibilidad. El flujo de caja se rigió por el promedio de incremento del Salario Mínimo Legal Mensual Vigente (SMLV) a lo largo de los últimos diez años. Por otro lado, el cálculo del VPN dependió de la tasa de interés de captación para el año 2022, fijada en 9,22% (Ámbito Jurídico, 2022). Se proyectaron cinco años para el análisis, simulando una demanda constante por una conveniencia de cálculo.

Egresos Proyectados

En el cálculo de los egresos se tomó en consideración la información subsiguiente:

Materia prima (costo variable): de acuerdo con las cotizaciones realizadas entre los proveedores, los precios promedios de las materias primas para la elaboración de un paquete de **ChoriCook** de 500 g son los siguientes:

225 g de carne de cerdo: \$3.600 (precio por kilogramo: \$16.000).

125 g de grasa de cerdo: \$1.000 (precio por kilogramo: \$8.000).

75 g de proteína vegetal: \$2.100 (precio por kilogramo: \$28.000).

225 g de carne de cerdo: \$3.600 (precio por kilogramo: \$16.000).

60 ml de agua: \$120.

13,5 g de saborizante: \$397 (precio por kilogramo: \$22.000).

225 g de carne de cerdo: \$3.600 (precio por kilogramo: \$16.000).

10 g de sal: \$18 (precio por kilogramo: \$18.000).

5 g de conservante: \$200 (precio por kilogramo: \$40.000).

Tripa de empacado natural: \$100.

Bolsa de empacado contramarcada: \$200.

Bajo estas condiciones, el costo global en materia prima e insumos de elaborar un paquete de **ChoriCook** es de \$7.635. Este costo de elaboración da cuenta, inmediatamente, que el precio de venta predilecto por los encuestados no es viable, más aún comparándolo con el precio de venta promedio del mercado, ubicado en \$34,61 por gramo (es decir, \$17.305 en promedio por un paquete de 500 g). Así, un precio de venta razonable para el producto es de \$15.000, por debajo del promedio del mercado y dejando un margen de contribución (sin deducir los costos de mano de obra) de cerca del 50%. Si se producen 22.914 (demanda factible), los costos mensuales ascenderían a \$174.948.390 (costos anuales de \$2.099.380.680).

Remuneración del personal (costo fijo): la asignación salarial considerada es de \$1.500.000 por cada individuo contratado, excepto para el director, con sueldo asignado de \$2.800.000. Esta asignación es un tanto superior al Salario Mínimo Legal Vigente (SMLV) con el fin de compensar la multiplicidad de tareas asignadas y de hacer atractiva la vacante. A

estos rubros deben sumarse los costos de salud, pensión y riesgos laborales (ARL). En la Tabla 5 se presentan los costos involucrados de manera particularizada.

Tabla 5

Costos mensuales del personal

	Cantidad	Salario mensual	Auxilio de Salud transporte (8,5%)	Pensión (12%)	ARL y caja de compensación	Total	
Director	1	\$2.800.000	\$140.606	\$238.000	\$336.000	\$14.616	\$3.529.222
Preventista	1	\$1.500.000	\$140.606	\$127.500	\$180.000	\$7.830	\$1.955.936
Operario	3	\$1.500.000	\$140.606	\$127.500	\$180.000	\$36.540	\$5.953.938
<i>Total</i>							\$11.439.096

Nota. La ARL se calculó como riesgo I (0,522%) para el director y la preventista, y como riesgo III (2,436%) para los operarios. Fuente: elaboración propia (2023).

El costo anual del personal bajo las condiciones enunciadas es de \$137.269.152.

Inversión en maquinaria y equipo (costo fijo): tal como se describió en el estudio técnico, la maquinaria y equipo cuentan con costos aproximados significativos. La sumatoria global es de \$19.200.000 (depreciación maquinaria y equipo por línea recta: \$3.840.000).

Otros costos (costo fijo): en publicidad y propaganda (pautas publicitarias web) se estableció una inversión de \$5.000.000 para el primer año. El alquiler se fijó en \$1.000.000 al mes (\$12.000.000 al año) y los servicios públicos se estiman en el orden de los \$5.000.000 al mes (\$60.000.000 al año).

Costos globales: los costos globales se calculan anualmente sumando todos los antes enunciados (materia prima + personal + maquinaria y equipo + otros). Esta sumatoria arroja

un costo anual de $\$2.099.380.680 + \$137.269.152 + \$3.840.000 + \$77.000.000 =$
 $\$2.317.489.832$.

Ingresos Proyectados

Las ventas mensuales proyectadas fueron de 22.914, lo que equivaldría a una demanda diaria de 764 paquetes diarios, aproximadamente, o 3.055 chorizos de 125 g al día, una cantidad más que verosímil si se compara con las estimaciones de Saldarriaga et al. (2016), quienes estimaron la producción diaria de dos operarios en el orden de los 4.891 con una jornada laboral de 9 horas. En ese orden de ideas, suponiendo una venta total de la producción mensual, los 22.914 paquetes vendidos a \$15.000 generarían un ingreso bruto mensual de \$343.710.000 (ingreso anual de \$4.124.520.000).

Balance Final Supuesto

El balance final de ingresos contra egresos para el primer semestre de operación se establece a partir de la diferencia: $\$4.124.520.000 - \$2.317.489.832 =$ **\$1.807.030,168**

Este ingreso es sumamente optimista y en cierto sentido excesivo, por lo que se recomienda bajar el precio de venta del producto, de manera que se pueda ser mucho más competitivo en el mercado. Asimismo, el cálculo no contempla el tiempo de penetración en el mercado, tiempo durante el cual, sin lugar a duda, las proyecciones de venta y, por tanto, de producción, serán menores. El mismo balance, con un precio de venta para el producto de \$10.000, arrojaría un balance de $\$2.749.680.000 - \$2.317.489.832 =$ **\$432.190,168** de renta gravable, un ingreso más verosímil que, incluso si no se cumple a cabalidad, alienta al inversor a sacar adelante el proyecto.

Flujo de Caja

Para el cálculo del VPN, se realiza la simulación del flujo de caja esperado. Se proyectan cinco periodos. El incremento de los salarios se fijó en un 5,4% (promedio del incremento en los últimos 10 años del salario mínimo). Por otra parte, el dato de contraste

para el VPN fue del 9,22%, tasa de descuento en Colombia para el año 2023 que relaciona la dinámica económica, la incertidumbre sobre la recuperación y la inflación de años anteriores. Asimismo, se proyecta un aumento del 2% anual en el nivel de ventas y un incremento del 5,4% en el precio de venta y el costo, en concordancia con el aumento promedio del salario mínimo. En la Tabla 6 se comparte la simulación.

Los resultados del flujo de caja total arrojan un Valor Presente Neto (VPN) **\$340.167.329,46**. El cálculo es simple y se resume a lo expuesto en la siguiente ecuación:

$$\text{VPN} = \text{Flujo de efectivo} / (1 + \text{Tasa de descuento})^{\text{número de periodos}}$$

A su vez, se calculó una TIR del 44%. La ecuación que permitió el cálculo fue la siguiente:

$$\text{TIR} = \sum_{T=0}^n \frac{F_n}{(1+i)^n} = 0$$

Con el análisis financiero abordado anteriormente, se completó el estudio de factibilidad propuesto y se determinó la completa viabilidad de la idea de negocio ChoriCook.

Tabla 6*Flujo de caja*

Descripción	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Volumen de Ventas		274.968,00	280.467,36	286.076,71	291.798,24	297.634,21
Precio		\$ 9.000	\$ 9.486	\$ 9.998	\$ 10.538	\$ 11.107
Ingresos		\$ 2.474.712.000,00	\$ 2.660.513.376,96	\$ 2.860.264.721,30	\$ 3.075.013.396,58	\$ 3.305.885.402,39
Costo Variable Unitario		\$ 7.635,00	\$ 8.047	\$ 8.482	\$ 8.940	\$ 9.423
Costo variable total		\$ 2.099.380.680,00	\$ 2.257.002.181,45	\$ 2.426.457.905,24	\$ 2.608.636.364,76	\$ 2.804.492.783,03
Costos Fijos		\$ 77.000.000,00	\$ 81.158.000,00	\$ 85.540.532,00	\$ 90.159.720,73	\$ 95.028.345,65
Costos Totales		\$ 2.176.380.680,00	\$ 2.338.160.181,45	\$ 2.511.998.437,24	\$ 2.698.796.085,49	\$ 2.899.521.128,68
Renta Operacional		\$ 298.331.320,00	\$ 322.353.195,51	\$ 348.266.284,06	\$ 376.217.311,09	\$ 406.364.273,72
Renta Bruta		\$ 298.331.320,00	\$ 322.353.195,51	\$ 348.266.284,06	\$ 376.217.311,09	\$ 406.364.273,72
Depreciación		\$ 3.840.000,00	\$ 3.840.000,00	\$ 3.840.000,00	\$ 3.840.000,00	\$ 3.840.000,00
Renta Gravable		\$ 294.491.320,00	\$ 318.513.195,51	\$ 344.426.284,06	\$ 372.377.311,09	\$ 402.524.273,72
Impuesto sobre la Renta		\$ 103.071.962,00	\$ 111.479.618,43	\$ 120.549.199,42	\$ 130.332.058,88	\$ 140.883.495,80
Renta neta		\$ 191.419.358,00	\$ 207.033.577,08	\$ 223.877.084,64	\$ 242.045.252,21	\$ 261.640.777,92

Depreciación			\$ 3.840.000,00	\$ 3.840.000,00	\$ 3.840.000,00	\$ 3.840.000,00	\$ 3.840.000,00
Flujo de caja			\$ 195.259.358,00	\$ 210.873.577,08	\$ 227.717.084,64	\$ 245.885.252,21	\$ 265.480.777,92
Flujo Neto de Caja			\$ 195.259.358,00	\$ 210.873.577,08	\$ 227.717.084,64	\$ 245.885.252,21	\$ 265.480.777,92
Inversiones	Máquinas y Equipos	\$ 19.200.000,00	\$ 125.560.423,85	\$ 137.269.152,00	\$ 144.681.686,21	\$ 152.494.497,26	\$ 160.729.200,12
	Capital de Trabajo	\$ 125.560.423,85	\$ 132.340.686,73	\$ 139.487.083,82	\$ 147.019.386,34	\$ 154.958.433,21	\$ 160.729.200,12
Inversión total		\$ 144.760.423,85	\$ 144.760.423,85	\$ 132.340.686,73	\$ 139.487.083,82	\$ 147.019.386,34	\$ 154.958.433,21
Inversión Neta Propia		\$ 144.760.423,85	\$ 132.340.686,73	\$ 139.487.083,82	\$ 147.019.386,34	\$ 154.958.433,21	\$ 163.326.188,60
Flujo Tot. Neto de Caja		-\$ 144.760.423,85	\$ 62.918.671,27	\$ 71.386.493,26	\$ 80.697.698,30	\$ 90.926.819,00	\$ 375.564.422,13

Nota. Elaboración propia (2023).

Conclusiones y Recomendaciones

En relación con los objetivos trazados para la investigación, las conclusiones son las siguientes:

Realizar un estudio de mercado con el fin de cuantificar y cualificar la demanda factible, la competencia y las diferentes estrategias de marketing requeridas para para posicionar el producto apropiadamente: la realización del estudio de mercado permitió concluir que existe una demanda factible de 22.914. Asimismo, existe una oportunidad de mercado interesante, a pesar de la variedad de productos similares que permitieron establecer un precio de venta promedio de \$34,61 el gramo. A partir del estudio de mercado se identificó la favorabilidad de la idea de negocio en términos de receptividad del consumidor potencial debido a la escasez de chorizo de cerdo artesanal de alta calidad y el alto costo de las alternativas disponibles.

Describir en un estudio Organizacional y de fundamentación teórica los aspectos operacionales que deben valorarse para el establecimiento del negocio proyectado: el estudio organizacional permitió concluir que la idea de negocio recibiría la denominación ChoriCook, denominación que aplica, asimismo, para el producto que constituirá el eje central de la actividad empresarial inicialmente. El nombre se encuentra libre para uso. La organización se clasificaría dentro del rubro de “Productos alimenticios, bebidas y tabaco; textiles, prendas de vestir y productos de cuero”, en la subclase 21174 (“Embutidos y productos similares de carne, de despojos o de sangre”), y que se constituiría como una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.).

Formular un estudio técnico que permita dimensionar los recursos físicos y tecnológicos necesarios para la apertura del negocio: se concluyeron distintos aspectos clave como una composición del producto (desarrollada previa experiencia del emprendedor) de: 45% de carne de cerdo, 25% grasa de cerdo, 15% de proteína vegetal, 12% de agua, 2,7%

de sabor natural, 0,02% de sal y 0,01% de conservantes. Asimismo, se definió que la mejor presentación sería la de 500 g con 4 unidades de chorizo de 125 g cada uno, de tal manera que puedan satisfacerse las necesidades alimenticias de una familia con entre cuatro y seis individuos. Se identificó una amplia variedad de proveedores cercanos de carnes y aditivos, así como lo propicio de emplear una estrategia de divulgación centrada en redes sociales como Instagram, Facebook, X y Tik Tok. La localización ideal del producto, por conveniencia, fue la zona Norte-Centro Histórico de Barranquilla, donde se cuenta con la cercanía de los proveedores de materia prima e insumos requeridos. Para ello se requiere un área de producción, empaque y embarque de 50 metros cuadrados y una de venta de 12 metros cuadrados. Los recursos tecnológicos requeridos son una máquina picadora, una embutidora hidráulica, una amarradora manual, un horno secador, un congelador/refrigerador, un esterilizador de cuchillos pequeño, una balanza y una vitrina vertical refrigerada. En lo que concierne al recurso humano, se prevé contar con un director (socio fundador), una preventista y tres operarios.

Evaluar la viabilidad financiera del plan de negocio con proyección a cinco años, con el fin de determinar la factibilidad económica del mismo: se concluyó que el costo de producción de un paquete de ChoriCook sería de \$7.635. Si se producen 22.914 (demanda factible), los costos mensuales ascenderían a \$174.948.390 (costos anuales de \$2.099.380.680). el costo de remuneración del personal (incluyendo elementos como salud, pensión y ARL) sería de \$137.269.152 al año. Entre tanto, la inversión requerida en maquinaria y equipo sería de \$19.200.000 (depreciación maquinaria y equipo por línea recta: \$3.840.000) y se estableció un presupuesto de \$5.000.000 anuales para publicidad. El balance final, considerando el volumen de venta proyectado a un precio de \$1.000 por unidad de producto, arrojaría un ingreso de \$432.190,168 de renta gravable. Los cálculos de Valor Presente Neto (VPN) arrojaron \$340.167.329,46 y una TIR del 44%.

Estas conclusiones permiten recomendar el emprendimiento de la idea de negocio de manera efectiva, aunque se debe ser cauto con las proyecciones pues la demanda no se normalizará sino hasta que la Pyme se encuentre asentada en el mercado. Asimismo, debe valorarse la pertinencia del precio de venta fijado y, eventualmente, la adquisición de más equipo y personal. Lo que cambiaría en cierto modo las perspectivas de rendimientos de la actividad comercial.

Referencias

- Alonso Dos Santos , M. (2017). *Investigación de Mercados: Manual universitario*. España: Ediciones Días de Santos.
- Ámbito Jurídico. (2022). *Certifican tasas de interés más representativas del 2022*. Recuperado el 5 de enero de 2022, de <https://www.ambitojuridico.com/noticias/general/certifican-tasas-de-interes-mas-representativas-del-2022#:~:text=A%20trav%C3%A9s%20de%20la%20Resoluci%C3%B3n,9%2C22%20%25%20efectivo%20anual>
- Baca, G. (2016). *Evaluación de proyectos*. Mcgraw-Hill.
- Baena, D. (2010). *Analisis Financier: Enfoque, Proyecciones Financieras*. ECOE ediciones.
- Buendía, L., & Moreno, Y. (2022). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de embutidos artesanales a base de mollejas de pollo en la ciudad de Valledupar [Tesis de pregrado]*. Universidad de Santander Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia, <https://noesis.uis.edu.co/server/api/core/bitstreams/81be857f-2a31-4ca9-9b60-dc651e98a601/content>.
- Cabezas, E., Andrade, D., & Torres, J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.
- Cámara de Comercio de Baranquilla. (14 de enero de 2022). *Comunicado De Prensa: 17.763 Empresas Se Crearon En Atlántico Durante 2021, Un 25,4% Más Que Las Registradas En 2020*. Recuperado el 14 de febrero de 2022, de <https://www.camarabaq.org.co/empresas-se-crearon-atlantico-2021/#:~:text=funci%C3%B3n%20p%C3%ABlica%20registrar-,Comunicado%20de%20Prensa%3A%2017.763%20empresas%20se%20crearon%20>

en%20Atl%C3%A1ntico%20durante,que%20las%20registradas%20en%202020&text=Share

Cámara de comercio de Bogotá. (s.f.). *Información de sociedades*. Obtenido de Cámara de comercio de Bogotá: <https://www.ccb.org.co/empresarial/crear-empresa/informacion-previa/informacion-de-sociedades>

Colorado, S., & Martínez, D. (2019). *Factibilidad para la exportación de embutidos de chorizo de pollo desde Colombia hacia Japón [Tesis de Grado]*. Universidad Católica de Pereira, <http://hdl.handle.net/10785/5578>.

Consuelo-Bravo, C., Sarmentero-Bon, I., Gómez-Figueroa, O., & Falcón, O. (2018). Procedimiento para el estudio del Comportamiento Organizacional. *Ingeniería Industrial*, 39(1), 92-100.

Córdoba Padilla, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá D. C.: ECOE ediciones.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (20 de octubre de 2022). *Empleo y desempleo*. Obtenido de DANE. Informacion para todos: [https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo#:~:text=Para%20el%20mes%20de%20agosto,2021%20\(61%2C3%25\)](https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo#:~:text=Para%20el%20mes%20de%20agosto,2021%20(61%2C3%25))

Díaz, R., Guzmán, L., & Trilleras, M. (2019). *Estudio de factibilidad para la puesta en marcha de una planta de chorizos cárnicos en la ciudad de Bogotá, a partir del año 2020 y hasta el 2025 [Tesis de especialización]*. Universidad Católica de Colombia.

Espinoza, D. (2022). *Proyecto de factibilidad para la implementación de una microempresa de chorizo picante ahumado en la ciudad de Ambato [Tesis de pregrado]*.

Universidad Técnica de Ambato,

<https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/36537>.

- Ezquerria, E. (2021). *Estudio de factibilidad para una empresa de explotación de cuyes y producción de embutidos de carne de cuy en Arequipa [Tesis de pregrado]*. Universidad Católica de San Pablo, <http://purl.org/pe-repo/ocde/ford#2.11.04>.
- Fernández, F. J. (2017). *Estudio de mercado*. Lulu.
- Ferré, J., & Ferré, J. (1997). *Los Estudios de Mercado: Cómo Hacer un Estudio de Mercado de Forma Práctica. Todo lo Que Conviene Saber para Hacer Estudios con Escasos Recursos*. Diaz de Santos.
- García, V. (2015). *Análisis Financiero: Un enfoque integral*. Patria.
- Gil, M., & (Compiladora). (2017). *Estudios organizacionales y administración: Perspectivas de estudio*. Universidad de Juanajuato.
- Grupo Bancolombia. (25 de agosto de 2022). *9 pasos para crear tu empresa en Colombia*. Obtenido de <https://www.bancolombia.com/negocios/actualizate/legal-y-tributario/como-constituir-tu-empresa>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Izurieta, C., & Casangua, D. (2022). *Estudio de factibilidad para la elaboración de chorizo con utilización de fécula de papa (Solanum tuberosum) como aglutinante en la provincia del Carchi [Tesis de pregrado]*. Universidad Nacional de Chimborazo, <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/9986>.
- Jimenez, F., & Caraballo, J. (s.f.). *Principios básicos de elaboración de embutidos*. Instituto del frío.
- Jiménez, Y. (2018). *Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa Productora y Comercializadora de Productos Cárnicos a Base de Carne de Chivo y de Conejo Ubicada en el Municipio de Fonseca, Departamento de La Guajira [Tesis de Grado]*.

Universidad Francisco de Paula Santander,

<http://repositorio.ufpso.edu.co/jspui/handle/123456789/2233>.

- Lozano, J. (2021). *Estudio de pre factibilidad para la instalación de una planta porcionadora de carnes bovinas en la ciudad de Montería - Córdoba [Tesis de pregrado]*. Corporación Unificada Nacional De Educación Superior - CUN, <https://repositorio.cun.edu.co/bitstream/handle/cun/131/Tesis%20sustentaci%C3%B3n%20Juan%20Fernando%20Lozano.pdf?sequence=1>.
- Luque, M., & Ramirez, S. (2022). *Estudio de pre factibilidad para la instalacion de una planta de procesamiento de salchichas de carne de pavo con verduras [Tesis de pregrado]*. Universidad de Lima, <https://hdl.handle.net/20.500.12724/18079>.
- Mancha , T., Moscoso, F., & Santos, J. (2016). *La difícil medición del concepto de competitividad ¿Qué factores afectan a la competitividad regional?* España: Instituto Universitario de Análisis Económico y Social. Universidad de Alcalá de Henares.
- Martínez Valverde, J. F. (2018). *Sistema de información de mercados*. Madrid: Paraninfo.
- Mayorga, D. (2019). *Estudio de pre factibilidad para la construcción de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de embutidos de cerdo y carne de res en la ciudad de Managua durante el período 2019-2023 [Tesis de pregrado]*. Universidad Nacional de Ingeniería, <http://ribuni.uni.edu.ni/id/eprint/3282>.
- Parfait, R. (2019). *Guía para la elaboración de Embutidos: jamones y exquisiteces*. Autoedición.
- Preciado, J., & Sánchez, J. (2021). *Estudio De Factibilidad Para La Creación De Una Empresa Productora Y Comercializadora De Chorizos En Los Municipios De La Sabana Occidente De Cundinamarca {Tesis de Grado}* . Universidad de Cundinamarca, <https://repositorio.ucundinamarca.edu.co/handle/20.500.12558/3777>.

- Red de Cámaras de Comercio. (17 de octubre de 2021). *Más de 251 mil empresas se crearon en Colombia entre enero y septiembre de 2021*. Recuperado el 17 de marzo de 2022, de <https://www.confecamaras.org.co/noticias/802-mas-de-251-mil-empresas-se-crearon-en-colombia-entre-enero-y-septiembre-de-2021#:~:text=Entre%20enero%20y%20septiembre%20de%202021%20se%20crearon%20en%20el,fue%20de%20215.252%20unidades%20productivas.>
- Robles, B. F. (2019). Población y muestra. *Pueblo continente*, 30(1), 245-246.
<http://doi.org/10.22497/PuebloCont.301.30121>.
- Rodríguez, A., & Venegas, F. (2010). Indicadores de rentabilidad y eficiencia operativa de la banca comercial en México: Problemas del Desarrollo. *Revista Latinoamericana de Economía*, 41(161), 165-191.
- Saldarriaga, P., Rodríguez, W., & Páez, J. (2016). *Rediseño de la planta productiva de Carnes Verona que satisfaga la demanda proyectada de chorizos mixtos en el mercado Bogotano [Tesis de pregrado]*. Universidad Javeriana de Colombia.
- Sapag Chain , N., Sapag Chain, R., & Sapag Puelma, J. M. (2013). *Preparación y evaluación de proyectos*. McGraw-Hill.
- Weller, J. (2020). *La pandemia del COVID-19 y su efecto en las tendencias de los mercados laborales*. Santiago: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Apéndices

Apéndice A Formato de encuesta

El siguiente modelo de encuesta se presenta como un documento preliminar para ser analizado antes de su eventual validación por criterio de expertos y la aplicación de la prueba piloto. Se divide en tres componentes: hábito y disposición al consumo, cualificación de la demanda y cuantificación de la demanda.

Sección 1: hábito y disposición al consumo

Seleccione la alternativa que mejor represente su postura

1. El consumo de chorizo es habitual en mi hogar
 - Totalmente en desacuerdo
 - En desacuerdo
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - De acuerdo
 - Totalmente de acuerdo
2. Prefiero el chorizo artesanal al industrial
 - Totalmente en desacuerdo
 - En desacuerdo
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - De acuerdo
 - Totalmente de acuerdo
3. Prefiero el chorizo de carne de cerdo que el de carne de res
 - Totalmente en desacuerdo
 - En desacuerdo
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - De acuerdo

- Totalmente de acuerdo
- 4. Consumo chorizo, como mínimo, una vez al mes

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

- 5. Consumiría un nuevo chorizo artesanal de alta calidad elaborado con carne de

cerdo

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

Cualificación de la demanda

Seleccione la alternativa que mejor represente su postura

- 6. El sabor es más importante que la marca para preferir un chorizo artesanal elaborado con carne de cerdo.

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

7. El sabor es más importante que el precio para preferir un chorizo artesanal elaborado con carne de cerdo.

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

8. Preferiría la presentación x4 en vez de una individual para un chorizo artesanal de carne de cerdo

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

9. Preferiría comprar un chorizo artesanal en un establecimiento en vez de hacerlo por encargo

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

10. Preferiría conocer sobre una nueva marca de chorizo artesanal de carne de cerdo a través de redes sociales, en vez de a través de medios de comunicación tradicionales (radio, tv y prensa).

- Totalmente en desacuerdo

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

Cuantificación de la demanda

11. Estaría dispuesto a pagar menos de \$8.000 por una unidad de chorizo artesanal de carne de cerdo de alta calidad.

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

12. Mi ingreso familiar promedio es de entre \$0 y \$1.500.000

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

Apéndice B Cálculo del Alfa de Cronbach a partir de prueba piloto (SPSS)

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,915	,918	12

Estadísticas de elemento de resumen

	Media	Mínimo	Máximo	Rango	Máximo / Mínimo	Varianza	de elementos
Medias de elemento	3,128	2,767	3,467	,700	1,253	,067	12
Varianzas de elemento	,908	,786	1,085	,299	1,380	,009	12
Covarianzas entre elementos	,429	,051	,753	,702	14,886	,030	12

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P1	34,07	60,547	,383	,563	,920
P2	34,07	61,375	,313	,501	,924
P3	34,57	57,633	,615	,898	,910
P4	34,43	55,151	,773	,919	,902
P5	34,70	55,114	,819	,932	,901
P6	34,77	55,357	,815	,907	,901
P7	34,33	56,782	,748	,937	,904

P8	34,70	58,769	,518	,523	,914
P9	34,10	56,990	,687	,649	,907
P10	34,23	55,220	,846	,903	,900
P11	34,30	55,803	,817	,791	,901
P12	34,60	57,834	,646	,705	,908

Estadísticas de escala

Media	Varianza	Desv. Desviación	N de elementos
37,53	67,568	8,220	12