



Plan de negocios para una empresa productora y comercializadora de frutos secos y deshidratados en Pasto, Nariño

Aida del Rosario Basante Ortiz

Julieth Checa Madroñero

Ángela Dayana Pianda Vallejos

Estudiantes del Contaduría Pública

Universidad Mariana

Ana Cristina Argoti Chamorro

Profesora del Programa de Contaduría Pública

Universidad Mariana

Introducción

La elaboración del presente plan de negocios para una empresa productora y comercializadora de frutos secos y deshidratados en Pasto, Nariño, tiene como principal mentor y fuente de desarrollo, la enseñanza impartida en las aulas de la Universidad Mariana, la cual, junto con sus excelentes docentes, ha forjado importantes conocimientos en sus estudiantes de pregrado, impulsando así la variedad de modelos de negocio a desarrollar y la contribución a la creación de empresas y al desarrollo económico y social nariñense.

La creación de una empresa regional dedicada a la producción y comercialización de un *snack* de frutos secos y frutas deshidratadas permitirá brindar valor agregado a aquellas frutas y legumbres que son producidas a nivel interno y que suelen ser desperdiciadas, dado que no se cuenta con mercados que puedan abastecerse con un producto transformado que, entre otras cosas, brinda beneficios diferenciales como el aporte a una dieta más saludable. Además, en la ciudad de San Juan de Pasto no existen demasiadas empresas que se dediquen a la transformación de frutas y legumbres, que las convertirían en un producto atractivo que

cubriría las necesidades de segmentos específicos. También es importante señalar que, con esta idea de negocio se busca aprovechar la producción de frutas y legumbres que se originan desde diferentes municipios del departamento de Nariño, lo que permitiría obtener beneficios económicos para los proveedores y, sostenibilidad para su cadena de distribución. Otro de los efectos esperados sería la creación de empleo, con la puesta en marcha del negocio que permitiría, de cierto modo, contribuir con la disminución de los altos índices de desempleo existentes actualmente y así, con el crecimiento del PIB regional.

Por ende, la principal motivación por la cual se realiza la presente investigación, parte de la problemática que aqueja al sector agrícola nariñense en cuanto a la alta pérdida de producción frutícola y de vegetales por la falta de demandantes que adquieran sus productos en épocas de alta cosecha, además de la pérdida que se genera por ser productos perecederos, lo que se traduce en detrimento en el agro nariñense. A partir de lo anterior, se pretende focalizar los productores de frutas y frutos secos, mitigar la pérdida agrícola y, esperar que el plan de negocio resulte beneficioso tanto para los productores nariñenses como para los presentes creadores de la idea de negocio.

El plan de negocios es un documento en el que se define el tipo de compañía que se pretende crear y lanzar, así como los objetivos y estrategias que se empleará para alcanzarlos; se establece la cadena o procesos productivos, además de la inversión necesaria y la rentabilidad esperada. No es un método único para grandes empresas; esta herramienta es necesaria e importante para emprender cualquier proyecto, sea grande, mediano o pequeño.

Un plan de negocios es fundamental, porque sirve para evaluar la rentabilidad económica, la responsabilidad social, la viabilidad operativa y la sostenibilidad ambiental de un negocio, entre otras cosas. En este sentido, el presente proyecto permite que la persona emprendedora ordene sus metas, tenga una mejor visión del potencial de su futuro negocio y esté preparada ante los riesgos que pueden presentarse.

Con base en esto, el presente proyecto enfocado en crear una empresa productora y comercializadora de frutos secos y deshidratados en Pasto, Nariño, presenta las diferentes etapas de un plan de negocios que detalla cuáles son las condiciones para fabricar, lanzar y comercializar un *snack* con valor agregado, en la ciudad de San Juan de Pasto. En este orden de ideas, el plan de negocio, en su versión de informe parcial, contiene las siguientes secciones:

En el primer capítulo 'Concepto del negocio', se presenta las generalidades del proyecto, el tipo de producto que se pretende elaborar y lanzar al mercado, el análisis del sector y los productores de materias primas.

En el segundo capítulo se encuentra la investigación de mercados, con su respectivo problema, objetivos, poblaciones, muestras y análisis e interpretación de resultados de aplicación de los instrumentos de recolección de información. Del mismo modo, el análisis y cálculo de demanda y oferta, junto con las estrategias y presupuesto de mercadeo.

Objetivos

Objetivo general

Diseñar un plan de negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de frutos secos y deshidratados en Pasto, Nariño.

Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado que permita identificar la demanda, oferta, precio y comercialización de frutos secos y deshidratados.
- Establecer un estudio técnico que permita identificar el tamaño, localización y proceso productivo del proyecto.
- Realizar un estudio organizacional administrativo y legal para el proyecto, analizando la información legal requerida correspondiente para la puesta en marcha del proyecto.
- Determinar la factibilidad económica y financiera del proyecto.
- Analizar los impactos ambientales, económicos y sociales para el proyecto.

Metodología

De acuerdo con la modalidad de grado Plan de negocio, no exige metodología; sin embargo, se realizó una investigación de mercado de carácter metodológico cuantitativo y descriptivo, para poder determinar la viabilidad de la puesta en marcha del proyecto.



Resultados o principales hallazgos

Dentro de los principales hallazgos se ha determinado con aproximación, la cantidad de desperdicios en cuanto a alimentos perecederos en Colombia, que asciende al 34 % del total de comida disponible en el país. Es decir, de los 28,5 millones de toneladas de alimentos que se podría consumir al año, se desperdicia o se pierde 9,8 millones de toneladas (Departamento Nacional de Planeación [DNP], 2016).

Del 34 % de los alimentos que se bota, el 22 % (6,4 millones de toneladas) corresponde a pérdidas en las etapas de producción agropecuaria poscosecha y almacenamiento y procesamiento industrial. El 12 % restante (3,4 millones de toneladas) corresponde a desperdicios en las etapas de distribución, comercio al por menor y, consumo (DNP, 2016).

Centrándose en el departamento de Nariño, es pertinente indicar que "Nariño dispone de 332.000 Ha. aptas para frutales que representan el 4,4 % del área nacional. Todo lo anterior indica que el departamento tiene área suficiente para expandir su frontera frutícola y las condiciones necesarias para ser competitivo en este subsector" (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, MADR, 2006, citado por Gobernación de Nariño, 2019, p. 59).

Se realizó un estudio competitivo del proyecto, con el cual se logró determinar que, en Nariño prima el comercio, mas no la producción, determinando así que, debido a cada transición del producto, este aumenta considerablemente el precio de venta al consumidor final, por lo que hace más difícil acceder al mismo, factor que resulta beneficioso dado que el proyecto tiene como finalidad, producir y comercializar, atendiendo el mejor acceso al mercado demandante.

Además, se logró identificar como resultado, la viabilidad del proyecto mediante un riguroso análisis de mercado que determinó que, un gran porcentaje de consumidores están interesados en consumir frutos secos y frutas deshidratadas en paquete. Esta métrica es bastante alta y refleja una oportunidad para ofrecer un nuevo pasabocas, toda vez que el consumo de este producto se identifica como relevante entre la muestra de la población objeto de investigación y, también, determinar que el producto a ofrecer tiende a una mayor favorabilidad en el mercado, dentro del cual el producto es apetecido por sabor, preferencia y estilos de vida saludables.

Conclusiones

Una vez aplicado el estudio del mercado y, debido a la gran aceptación que se percibe en los clientes ante la posibilidad de ingresar al mercado la nueva marca de frutas deshidratadas y frutos secos color frutas, se percibe

un gran potencial de demanda debido a que hoy, la mayoría de habitantes en la ciudad de Pasto prefiere un bocadillo saludable y nutritivo.

Este plan de negocio, al no generar un bien de primera necesidad, debe penetrarse en el mercado con estrategias de mercadeo agresivas, de las cuales se obtendrá los beneficios esperados, demostrando así que un estudiante de Contaduría pública de la Universidad Mariana no solo es apto para procedimientos contables, sino que la universidad da un crecimiento personal y académico desde todos los ámbitos, para así forjar personas que se desempeñen en diversos campos del saber.

Tener una mentalidad emprendedora es fundamental en un departamento como Nariño, que carece de industria, de transformación de productos del agro, de fuentes generadoras de empleo y de diferentes variables macroeconómicas necesarias para forjar crecimiento económico en la región; por ende, este plan de negocio va a satisfacer en cierta medida estas necesidades prioritarias del departamento y, además, a los futuros autores del mismo les va a ocasionar una estabilidad laboral, conociendo la marcada capacidad para crear, dirigir y mantener en marcha un negocio.

Referencias

- Departamento Nacional de Planeación (DNP). (2016). Colombianos botan 9.76 millones de toneladas de comida al año. <https://www.dnp.gov.co/Paginas/Colombianos-botan-9,76-millones-de-toneladas-de-comida-al-a%C3%B1o.aspx>
- Gobernación de Nariño. (2019). Plan Departamental de Extensión Agropecuaria del Departamento de Nariño PDEA - Nariño. Documento Técnico de Formulación. <https://www.minagricultura.gov.co/ministerio/direcciones/Documents/PDEA%27s%20Aprobados/PDEA%20Nari%C3%B1o.pdf>