

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE SNACKS DE FRUTAS
DESHIDRATADAS TALES COMO EL COCO, GUANÁBANA, CARAMBOLO,
PIÑA Y UCHUVA EN EL MUNICIPIO DE PASTO - NARIÑO
(Resumen Analítico)**

***BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A COMPANY PRODUCING AND
MARKETING DEHYDRATED FRUIT SNACKS SUCH AS COCONUT,
SOURSOURS, CARAMBOLO, PINEAPPLE AND CAPEWELL IN THE
MUNICIPALITY OF PASTO - NARIÑO
(Analytical Summary)***

Autores (*Authors*): ESTRELLA ERASO, Erika Nataly, PANTOJA MESIAS, Miguel Angel

Facultad (*Faculty*): de FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS.

Programa (*Program*): de ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Asesor (*Support*): MG. CARLOS ANDRÉS ROMO PÉREZ

Fecha de terminación del estudio (*End of the research*): NOVIEMBRE 2024

Modalidad de Investigación (*Kind of research*): Trabajo de Grado

PALABRAS CLAVE

PLAN DE NEGOCIOS
CREACIÓN DE EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA
FRUTAS DESHIDRATADAS

KEY WORDS

*BUSINESS PLAN
COMPANY CREATION
PRODUCER AND MARKETER
DEHYDRATED FRUITS*

RESUMEN: en la actualidad, la búsqueda de opciones alimenticias saludables y sostenibles se ha convertido en una prioridad para los consumidores. Por lo tanto, el estudio tuvo como objetivo principal realizar un plan de negocios enfocado en la

producción y comercialización de snacks de frutas deshidratadas, una alternativa que combina innovación, sostenibilidad y beneficios para la salud, en cuanto a las frutas seleccionadas para este proyecto fueron piña, uchuva, carambolo, coco y guanábana, como resultado, permitirá alcanzar las metas de desarrollo sostenible mediante los objetivos de: salud y bienestar, trabajo decente y acción por el clima.

La investigación asumió un paradigma cuantitativo, de enfoque empírico analítico, de tipo descriptivo. Esto permitió manejar, recoger y analizar datos y variables, con el fin de establecer el comportamiento del mercado, así como también analizar información para determinar las diferentes variables. Por consiguiente, se realizaron 383 encuestas, mediante la aplicación de un cuestionario dirigido a consumidores finales que son personas entre 15 a 60 años del municipio de Pasto, resultado que se obtuvo del censo nacional realizado por el DANE en el año 2018, (257.599), mediante fórmula estadística con un margen de error del 5% y una probabilidad del 96%, con el fin de evaluar el grado de aceptación del producto; Asimismo, se aplicó otro formato a distribuidores como son almacenes de cadena, y supermercados.

Con la información del estudio de mercado se identificaron variables como demanda, oferta, precio y canales de distribución, asimismo se determinó la viabilidad del desarrollo, innovación y producción del producto. A través de los cuales, se definió el direccionamiento estratégico para la creación de la empresa. Finalmente, se elaboró un estudio financiero que permitió definir la viabilidad del proyecto y establecer el impacto social y ambiental que se pueda generar con la implementación de la planta.

ABSTRACT: *Nowadays, the search for healthy and sustainable food options has become a priority for consumers. Therefore, the main objective of the study was to carry out a business plan focused on the production and marketing of dehydrated fruit snacks, an alternative that combines innovation, sustainability and health benefits, as for the fruits selected for this project were pineapple, cape gooseberry, star fruit, coconut and soursop, as a result, will allow achieving sustainable development goals through the objectives of: health and well-being, decent work and climate action.*

The research assumed a quantitative paradigm, with an analytical empirical approach, of a descriptive type. This made it possible to manage, collect and analyze data and variables, in order to establish the behavior of the market, as well as analyze information to determine the different variables. Consequently, 383 surveys were carried out, through the application of a questionnaire aimed at final consumers who are people between 15 and 60 years old in the municipality of Pasto, a result that was obtained from the national census carried out by DANE in 2018, (257,599). , using a statistical formula with a margin of error of 5% and a probability of 96%, in order to evaluate the degree of acceptance of the product;

Likewise, another format was applied to distributors such as chain stores and supermarkets.

With the information from the market study, variables such as demand, supply, price and distribution channels were identified, and the viability of the development, innovation and production of the product was also determined. Through which, the strategic direction for the creation of the company was defined. Finally, a financial study was prepared that allowed defining the viability of the project and establishing the social and environmental impact that could be generated with the implementation of the plant.

CONCLUSIONES: el estudio de mercado evidencia una alta aceptación de los snacks de frutas deshidratadas en el departamento de Nariño, impulsada por su aporte nutricional, practicidad y la escasez de distribuidores especializados. Aunque actualmente las frutas deshidratadas se destinan principalmente a repostería e infusiones, se estima que 233.523 personas estarían dispuestas a consumirlas como snacks, generando una demanda insatisfecha de 39.829.682 unidades al año.

El estudio técnico concluye que Catambuco, en Pasto, es la ubicación óptima para la producción debido a su fácil acceso a proveedores de materias primas, cercanía a los clientes y ventajas logísticas según el POT. La maquinaria proyectada permite deshidratar 1.500 kg de fruta fresca cada 2,5 días, alcanzando una producción anual de 3.954.427 unidades, lo que representa el 9,92% de la demanda insatisfecha. Además, el proceso completo, que incluye deshidratación y empaque, está diseñado para ser eficiente, requiriendo 18 horas de trabajo por ciclo y optimizando los recursos disponibles.

El estudio administrativo establece la constitución de la empresa como una sociedad por acciones simplificada (SAS) por su flexibilidad y protección de responsabilidades para los socios. La empresa llevará el nombre FRUSECK, una combinación de las palabras "fruta" y "seca", que simboliza la calidad, la salud y el compromiso con el campesino nariñense.

El estudio financiero confirma la viabilidad económica del proyecto, aunque requiere una inversión inicial significativa, principalmente destinada a la adquisición de maquinaria de liofilización. Para ello, se plantea un esquema de financiación en el que el 34,29% del capital será aportado por los socios y el resto mediante crédito. El precio de venta del producto, con un margen de contribución del 43,07% sobre un costo unitario de \$1.707,80, asegura una utilidad neta del 25,45% tras cubrir todos los gastos y reservas. Este modelo financiero garantiza la sostenibilidad del proyecto, respaldado por un valor presente neto de \$7.940.404.439 y una tasa interna de retorno del 143%, reflejando un alto potencial de rentabilidad a largo plazo

FRUSECK genera un impacto socio ambiental significativo al enfocar sus procesos y productos en la sostenibilidad y la reducción de afectaciones al planeta. Según el estudio ambiental, la empresa se compromete con el trabajo decente y responsable, utilizando empaques que minimizan la huella de carbono y gestionando adecuadamente los residuos para transformarlos en nuevos productos, prolongando su ciclo de vida. Además, promueve una cultura organizacional fundada en la igualdad, la responsabilidad social y el respeto por el medio ambiente, reflejando su compromiso integral con la sostenibilidad.

CONCLUSIONS: *The market study shows a high acceptance of dehydrated fruit snacks in the department of Nariño, driven by their nutritional contribution, practicality and the shortage of specialized distributors. Although dehydrated fruits are currently used mainly for baking and infusions, it is estimated that 233,523 people would be willing to consume them as snacks, generating an unsatisfied demand of 39,829,682 units per year.*

The technical study concludes that Catambuco, in Pasto, is the optimal location for production due to its easy access to raw material suppliers, proximity to customers and logistical advantages according to the POT. The projected machinery allows 1,500 kg of fresh fruit to be dehydrated every 2.5 days, reaching an annual production of 3,954,427 units, which represents 9.92% of unsatisfied demand. Additionally, the entire process, which includes dehydration and packaging, is designed to be efficient, requiring 18 hours of work per cycle and optimizing available resources.

The administrative study establishes the constitution of the company as a simplified joint stock company (SAS) due to its flexibility and protection of responsibilities for the partners. The company will bear the name FRUSECK, a combination of the words "fruit" and "dried", which symbolizes quality, health and commitment to the farmers of Nariño.

The financial study confirms the economic viability of the project, although it requires a significant initial investment, mainly destined to the acquisition of freeze-drying machinery. To achieve this, a financing scheme is proposed in which 34.29% of the capital will be contributed by the partners and the rest through credit. The sales price of the product, with a contribution margin of 43.07% on a unit cost of \$1,707.80, ensures a net profit of 25.45% after covering all expenses and reserves. This financial model guarantees the sustainability of the project, supported by a net present value of \$7,940,404,439 and an internal rate of return of 143%, reflecting a high potential for long-term profitability

FRUSECK generates a significant socio-environmental impact by focusing its processes and products on sustainability and reducing impacts on the planet. According to the environmental study, the company is committed to decent and

responsible work, using packaging that minimizes the carbon footprint and properly managing waste to transform it into new products, prolonging its life cycle. In addition, it promotes an organizational culture founded on equality, social responsibility and respect for the environment, reflecting its comprehensive commitment to sustainability.

RECOMENDACIONES: Se recomienda la creación e impulso de asociaciones de agricultores Nariñenses para el manejo de la calidad y estandarización de los procesos de siembra y cosecha de productos, esto permite relacionar información y estadística de la producción; además de la importancia de impulsar el cambio de siembra ilícita por cultivos que tenga una gran acogida en el mercado nacional e internacional.

Es muy importante promover la importación de maquinaria que potencie la industrialización en Nariño, por lo cual es necesario que entidades gubernamentales brinden acompañamiento a los procesos de nacionalización y faciliten beneficios tributarios a empresa transformadoras de materia prima con el fin de fortalecer el sector terciario y dar un valor agregado a la producción nariñense, impulsando el desarrollo

De acuerdo al estudio realizado es necesario contar con campañas masivas que brinden una conciencia ambiental por los problemas de contaminación y potencialicen consumo saludable para concientizar a la gente de cambiar sus hábitos de consumo que aportan a su salud y al cuidado del planeta.

RECOMMENDATIONS: *The creation and promotion of associations of Nariñense farmers is recommended for the management of quality and standardization of the processes of sowing and harvesting products, this allows relating information and production statistics; in addition to the importance of promoting the change from illicit planting to crops that are widely accepted in the national and international market.*

It is very important to promote the import of machinery that enhances industrialization in Nariño, which is why it is necessary that government entities provide support to the nationalization processes and facilitate tax benefits to companies that transform raw materials in order to strengthen the tertiary sector and give an added value to Nariño production, promoting development

According to the study carried out, it is necessary to have massive campaigns that provide environmental awareness of pollution problems and promote healthy consumption to make people aware of changing their consumption habits that contribute to their health and care for the planet.