

**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.**

LESLIE ALEXANDRA BUENDÍA GUERRERO

YUSMERLE MORENO QUINTERO

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER

INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

GESTIÓN EMPRESARIAL

TRABAJO DE GRADO

BUCARAMANGA, SANTANDER

2022

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE EMBUTIDOS ARTESANALES A
BASE DE MOLLEJAS DE POLLO**

LESLIE ALEXANDRA BUENDÍA GUERRERO

YUSMERLE MORENO QUINTERO

Trabajo de Grado para optar de título de Profesional en Gestión Empresarial

Director:

QUERUBÍN SÁNCHEZ MARTÍNEZ

Profesional en Gestión Empresarial

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER

INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

GESTIÓN EMPRESARIAL

TRABAJO DE GRADO

BUCARAMANGA, SANTANDER

2022

DEDICATORIA

Agradezco al todo poderoso por estar conmigo en cada segundo de esta carrera, por llenarme de bendiciones, por darme la fortaleza, sabiduría, paciencia, resiliencia y cada don necesario en la situación por la que pase; gracias también por poner a tantas personas que fueron parte importante en este proceso, a mis Padres que siempre me apoyaron y una colega llamada Rosa Mejia que nos regaló de su conocimiento, en suma le doy gracias al DIOS por permitirme emprender, disfrutar y finalizar esta etapa de mi vida.

LESLIE ALEXANDRA BUENDIA GUERRERO

El agradecimiento es primeramente a Dios, él me ha dado la fortaleza y ha sido mi guía en todo el proceso hasta hoy, gracias a su gran amor.

A mi mamá Carmen Elena Quintero por su amor, a ella dedico este triunfo, por sus consejos y apoyo incondicional que me ha permitido llegar a cumplir hoy este sueño, muy agradecida a sus buenos ejemplos a que siempre ponga a Dios de primero en todo y que sea el guiándome porque siempre está conmigo.

A mi Esposo, mi hija por su comprensión y paciencia durante todo este proceso, a mis hermanos por sus palabras de aliento y superación que me acompañan y apoyan en todos mis sueños.

YUSMERLE MORENO QUINTERO

AGRADECIMIENTO

A Dios y a nuestras familias, porque sin ellos esto no fuera posible, a los tutores de la Universidad Industrial de Santander que a lo largo de nuestra carrera proporcionaron los conocimientos necesarios para darle la mejor solución a todo aquello que se presentó en el camino de la elaboración de este proyecto y por último al coordinador **JAIME AUGUSTO ORTIZ SALAZAR** que nos orientó en el proceso de la elaboración del producto.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION	22
1. ANÁLISIS GENERAL DE SECTOR	25
1.1. DESCRIPCIÓN DEL SECTOR	25
1.2. EVOLUCIÓN DEL SECTOR.....	26
1.3. TENDENCIAS DEL SECTOR.....	27
1.4. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS.....	29
1.4.1. Oportunidades:	29
1.4.2. Amenazas:.....	30
1.5. MARCO LEGAL.....	30
1.6. CONTEXTO GEOGRÁFICO	32
2. ESTUDIO DE MERCADOS	34
2.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	34
2.1.1. Descripción, Usos y especificaciones del producto/servicio	34
2.1.2. Atributos diferenciadores.	36
2.2. SEGMENTO DE MERCADOS	36
2.3. ESTUDIO DE LA DEMANDA	37
2.3.1. Necesidades de información.	37
2.3.2. Tipo de estudio.	38
2.3.3. Enfoque.	38
2.3.4. Fuentes de información.	39
2.3.4.1. Fuente primaria:	39
2.3.4.2. Fuentes secundarias:	39
2.3.5. Técnicas de investigación.....	39
2.3.6. Instrumento para la recolección de información.	39
2.3.7. Modo de aplicación.....	39
2.3.8. Cálculo de la muestra.....	39
2.3.9. Alcance.....	40

2.3.10.	Tiempo de aplicación.....	40
2.3.11.	Tabulación, presentación y análisis de resultados.	40
2.3.12.	Estimación de la demanda actual.....	50
2.3.13.	Estimación de la demanda efectiva.	51
2.3.14.	Proyección de la demanda para los próximos cinco años.	51
2.4.	ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	52
2.5.	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO MÍNIMO VIABLE	54
2.5.1.	Descripción, usos y especificaciones del producto.....	54
2.5.2.	Atributos diferenciadores del producto con respecto a la competencia.	54
2.6.	ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACIÓN Y DE DISTRIBUCIÓN	54
2.7.	ESTRATEGIA PARA FIJACIÓN DE PRECIOS.....	56
2.8.	RELACIONAMIENTO CON LOS CLIENTES	56
2.8.1.	Estrategias de comunicación.....	56
2.8.2.	Presupuesto de comunicación.....	57
2.8.2.1.	Presupuesto de lanzamiento.	57
2.8.2.2.	Presupuesto de operación.....	57
3.	ESTUDIO TÉCNICO	58
3.1.	TIPO DE PROYECTO	58
3.2.	DESARROLLO OPERATIVO DEL PROYECTO	58
3.2.1.	Ficha técnica del producto mínimo viable.....	58
3.2.2.	Descripción y diagramación de actividades clave.	59
3.2.3.	Características del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST).	60
3.2.4.	Análisis Ambiental.	60
3.2.5.	Recursos Clave.	61
3.2.5.1.	Talento humano.....	61
3.2.5.2.	Infraestructura.	62
3.2.5.3.	Materiales, insumos o mercancías.	66
3.2.6.	Distribución de planta	66
3.2.7.	Localización.....	68

3.2.7.1.	Macro localización.....	68
3.2.7.2.	Micro localización.....	68
3.2.8.	Control de calidad.....	69
3.3.	CAPACIDAD DEL PROYECTO.....	70
3.3.1.	Capacidad total diseñada por línea de producto.	70
3.3.2.	Capacidad instalada.....	71
3.3.3.	Capacidad utilizada y proyectada.....	71
4.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	72
4.1.	FORMA DE CONSTITUCIÓN.....	72
4.2.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	75
4.2.1.	Misión.....	75
4.2.2.	Visión.....	76
4.2.3.	Valores Corporativos.....	76
4.2.4.	Organigrama.....	77
3.1.1.	Asignación salarial.....	78
5.	ESTUDIO FINANCIERO.....	79
5.1.	INVERSIONES FIJA Y DIFERIDA.....	79
5.1.1.	Inversión Fija.....	79
5.1.2.	Inversión diferida.....	82
5.2.	COSTOS Y GASTOS.....	83
5.2.1.	Costos de producción.....	83
5.2.1.1.	Costos fijos.....	83
5.2.1.2.	Costos variables.....	84
5.2.1.3.	Costos totales de producción,	85
5.2.2.	Gastos de administración y ventas.....	85
5.2.2.1.	Gastos fijos de administración y ventas.....	86
5.2.2.2.	Gastos variables de administración y ventas.....	87
5.2.2.3.	Gastos totales de administración y ventas.....	87
5.3.	CAPITAL DE TRABAJO.....	88

5.3.1.	Periodo de capital de trabajo.....	88
5.3.2.	Estructura del crédito.....	88
5.3.2.1.	Amortización del crédito.....	88
5.3.2.2.	Gastos financieros.....	91
5.3.3.	Cuadro resumen del capital de trabajo.....	91
5.4.	INVERSIÓN TOTAL.....	91
5.5.	ESTRUCTURA DE CAPITAL.....	92
5.6.	PRECIO DE VENTA.....	92
5.7.	ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.....	93
5.7.1.	Estado de Resultados proyectado.....	93
5.7.2.	Flujo de Fondos proyectado.....	94
5.7.3.	Estado de Situación Financiera inicial y proyectado.....	96
5.8.	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	97
5.8.1.	Razones financieras.....	97
5.8.1.1.	Razones de liquidez.....	97
5.8.1.2.	Razones de operación.....	98
5.8.1.3.	Razones de rentabilidad.....	99
5.8.1.4.	Razones de endeudamiento.....	99
5.8.2.	Indicadores de viabilidad.....	100
5.8.2.1.	Tasa Interna Retorno (TIR).....	101
5.8.2.2.	Valor Presente Neto (VPN).....	101
5.8.2.3.	Período de recuperación.....	102
5.8.2.4.	Punto de equilibrio.....	104
5.9.	TAMAÑO DEL PROYECTO.....	106
	CONCLUSIONES.....	107
	RECOMENDACIONES.....	110
	BIBLIOGRAFÍA.....	111

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1. Características Microbiológicas.....	35
Cuadro 2. Consumo de Embutidos	41
Cuadro 3. preferencia de embutidos.....	42
Cuadro 4. carne preferida	43
Cuadro 5. dinero destinado para embutidos	44
Cuadro 6. marcas preferidas de embutidos	45
Cuadro 7. medios de comunicación.....	46
Cuadro 8. consumo de mollejas de pollo	47
Cuadro 9. compra de embutidos.....	47
Cuadro 10. lugares para comprar embutidos.....	48
Cuadro 11. compra de salchichón con mollejas de pollo	50
Cuadro 12. Estimación de la demanda	50
Cuadro 13. Demanda actual proyectada	52
Cuadro 14. Demanda efectiva proyectada.....	52
Cuadro 15. Análisis Oferta	52
Cuadro 16. Propuesta de lanzamiento.....	57
Cuadro 17. Propuesta de operación	57
Cuadro 18. Ficha Técnica.....	58
Cuadro 19. Característica SG-SST.....	60
Cuadro 20. Valor por actividad ejecutada.	61
Cuadro 21. Talento Humano.....	61
Cuadro 22. Equipo de Oficina	62
Cuadro 23. Equipo de computación y comunicación	63
Cuadro 24. Maquinaria y equipo	64
Cuadro 25. Muebles y enseres operativos o de producción	64
Cuadro 26. Herramientas, repuestos y accesorios	65
Cuadro 27. Materiales directos, Insumos o mercancía para la venta	66
Cuadro 28. Medidas de la plantación.....	67

Cuadro 29. Factores de localización.....	69
Cuadro 30. Capacidad total diseñada.....	70
Cuadro 31. Capacidad Instalada.....	71
Cuadro 32. Capacidad utilizada y proyectada	71
Cuadro 33. Talento humano	78
Cuadro 34. Equipo de Oficina	79
Cuadro 35. Equipo de computación y comunicación	80
Cuadro 36. Maquinaria y equipo	80
Cuadro 37. Muebles y enseres operativos o de producción	80
Cuadro 38. Herramientas.....	81
Cuadro 39. inversión fija	81
Cuadro 40. Inversión diferida	82
Cuadro 41. Prorrateso de Costos y Gastos de Arriendo.....	83
Cuadro 42. Costos fijos.....	83
Cuadro 43. Factor prestacional %.....	84
Cuadro 44. Materia prima.	84
Cuadro 45. Materiales indirectos	84
Cuadro 46. Costos variables.....	85
Cuadro 47. Costos totales.	85
Cuadro 48. Gastos del personal de administración.	85
Cuadro 49. Gastos del personal de ventas.....	86
Cuadro 50. Gasto fijo de administración y venta.....	86
Cuadro 51. Gasto variable de administración y venta.....	87
Cuadro 52. Gastos totales de administración y ventas	87
Cuadro 53. Capital de trabajo.	88
Cuadro 54. Amortización del crédito.	89
Cuadro 55. Gastos financieros.....	91
Cuadro 56. Resumen del capital de trabajo.....	91
Cuadro 57. Inversión total.....	91
Cuadro 58. Estructura de capital.....	92

Cuadro 59. Precio de venta.	92
Cuadro 60. Estado de resultados proyectados.	93
Cuadro 61. Flujo de Fondos proyectado.	94
Cuadro 62. Estado de situación financiera inicial y proyectada.	96
Cuadro 63. Razones de liquidez.	98
Cuadro 64. Rotación de activos.	98
Cuadro 65. Razones de rentabilidad.	99
Cuadro 66. Razones de endeudamiento	100
Cuadro 67. Indicadores de viabilidad.	100
Cuadro 68. Tasa interna retorno.	101
Cuadro 69. Valor Presente Neto (VPN).	102
Cuadro 70. Periodo de recuperación	102
Cuadro 71. Punto de equilibrio.	104
Cuadro 72. Tamaño de la empresa	106

LISTA DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Consumo de Embutidos	41
Gráfica 2. preferencia de embutidos	42
Gráfica 3. carne preferida	43
Gráfica 4. dinero destinado para embutidos	44
Gráfica 5. marcas preferidas de embutidos	45
Gráfica 6. medios de comunicación	46
Gráfica 7. consumo de mollejas de pollo	47
Gráfica 8. compra de embutidos	48
Gráfica 9. lugares para comprar embutidos	49
Gráfica 10. compra de salchichón con mollejas de pollo	50
Gráfica 11. punto de equilibrio	105

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Estructura de comercialización	54
Ilustración 2. Distribución planta	66
Ilustración 3. Organigrama.....	77

LISTA DE ANEXOS

ANEXO A. FORMATO DE ENCUESTA DE OPINION.....	113
ANEXO B. COTIZACION DE EIA- IMPACTO AMBIENTAL	115
ANEXO C. COTIZACION DE DISEÑO DEL SG- SST.....	116

GLOSARIO

Amarres industriales: son como su nombre lo dice amarres que se utilizan para cellar el salchichón ya terminado.

Celulosas: son bolsas largas utilizadas para empacar o embutir las carnes para moldear el salchichón.

Marmita: son calderas grandes y largas en forma de un indio. Es un recipiente cilíndrico con asas laterales provista de una de una tapa y cuya altura es más o menos igual a su diámetro; esta tiene una tapa que se cierra con mucha presión a la hora de cocinar.

Mollejas: Las mollejas son un corte de carne de casquería, es decir, vísceras y otras partes comestibles del animal que tienden a ser desechadas, pero que antiguamente eran clave en la alimentación de las clases bajas.

Ahumado: Se entiende por ahumado el proceso por medio del cual los productos cárnicos procesados adquieren la caracterización de color sabor y conservación, mediante la acción del humo utilizando una relación de temperatura tiempo y humedad relativa adecuada.

Pasteurización: es un proceso alimenticio en el cual se incrementa la temperatura de un producto líquido a un nivel apenas inferior al necesario para su ebullición, para luego ser enfriado con gran rapidez. Con la pasteurización se logra reducir los microorganismos presentes en el producto lácteo sin que esto afecte a las características propias del alimento.

Actividad acuosa (Aw): es la cantidad de agua disponible en un alimento necesaria para el crecimiento y proliferación de microorganismos.

Alimento: Todo producto natural o artificial, elaborado o no, que ingerido aporta al organismo humano los nutrientes y la energía necesarios para el desarrollo de los procesos biológicos.

Alimento perecedero: El alimento que, en razón de su composición, características físico-químicas y biológicas, pueda experimentar alteración de diversa naturaleza en un tiempo determinado y que, por lo tanto, exige condiciones especiales de proceso, conservación, almacenamiento, transporte y expendio.

Autorización sanitaria: Procedimiento administrativo mediante el cual la autoridad sanitaria competente habilita a una persona natural o jurídica responsable de un predio, establecimiento o vehículo para ejercer las actividades de producción primaria, beneficio, desposte o desprese, procesamiento, almacenamiento, comercialización, expendio o transporte bajo unas condiciones sanitarias.

Ambiente: Cualquier área interna o externa delimitada físicamente que forma parte del establecimiento destinado a la fabricación, al procesamiento, a la preparación, al envase, almacenamiento y expendio de alimentos.

Buenas prácticas de manufactura (BPM): Son los principios básicos y prácticas generales de higiene en la manipulación, procesamiento, preparación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte y distribución de alimentos para el consumo humano, con el objeto de garantizar que los productos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas y se disminuyan los riesgos inherentes a la producción.

Contaminante: Agente biológico, químico o físico que no se haya agregado intencionalmente al alimento, que pueda poner en peligro la inocuidad y su aptitud para el consumo.

Calidad: Es el conjunto de propiedades de una materia prima, de un material o de un producto que determinan la identidad, concentración, pureza y seguridad de uso del producto de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico

Derivados cárnicos: Son los productos que utilizan en su preparación carne, sangre, vísceras u otros productos comestibles de origen animal, que hayan sido autorizados para el consumo humano, adicionando o no aditivos, especies aprobadas y otros ingredientes.

Embutido: Se entiende por embutido el producto procesado crudo o cocido ahumado o no. Introducido a presión en tripas aunque en el momento de expendio o consumo carezcan de la envoltura empleada.

Ingredientes primarios: Son elementos constituyentes de un alimento o materia prima para alimentos, que una vez sustituido uno de los cuales, el producto deja de ser tal para convertirse en otro.

Infestación: Es la presencia y multiplicación de plagas que pueden contaminar o deteriorar los alimentos y/o materias primas

Productos cárnicos procesados: Se entiende por productos cárnicos procesados los elaborados a base de carne grasa vísceras y subproductos comestibles de animales de abasto autorizados para el consumo humano y adicionados o no con Ingredientes y aditivos de uso permitido y sometidos a procesos tecnológicos adecuados.

Producto inocuo: Aquel que no presenta peligros físicos, químicos o biológicos que sean nocivos para la salud humana y que es apto para el consumo humano.

Materia prima: Son las sustancias naturales o artificiales, elaboradas o no, empleadas por la industria de alimentos para su utilización directa, fraccionamiento o conversión en alimentos para consumo humano.

Limpieza: Es el proceso o la operación de eliminación de residuos de alimentos u otras materias extrañas o indeseables

Insumo: Comprende los ingredientes, envases y empaques de alimentos

RESUMEN

TITULO: 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.

AUTOR: LESLIE ALEXANDRA BUENDÍA GUERRERO
YUSMERLE MORENO QUINTERO **

PALABRAS CLAVES: Factibilidad, embutido, mollejas de pollo, comercialización, artesanal, empresa.

DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO:

Los embutidos son aquellos derivados, preparados a partir de las carnes autorizadas, picadas o no, sometidas o no a procesos de curación, adicionadas o no de despojos comestibles y grasas de cerdo, productos vegetales, condimentos y especias, e introducidos en tripas naturales o artificiales, la cual se brindaran a las personas de los estratos 1, 2 y 3 de una manera fácil y rápida de preparar sus alimentos; se mejorará la alimentación de los consumidores con un producto que tiene un alto valor nutricional con un precio asequible dando confianza a los consumidores en su preparación; se aumentará el empleo y fortalecimiento en el sector avícola en la ciudad de Valledupar Cesar, cumpliendo con la aplicación de las normas sanitarias y de manipulación de alimentos necesarias para su preparación y comercialización permitiendo que las personas criadoras vendan las materias primas necesarias para la elaboración del productos.

Con este estudio de factibilidad se quiere estudiar la idea, para llevar a cabo la realización de emprender y optimizar todos los tiempos y equipos necesarios, definir si se van a obtener ganancias o pérdidas y con ella conocer todos los estudios de

mercado, técnico, administrativos, financieros y evaluación; con el fin de crear una empresa productora de embutidos artesanales a base de mollejas de pollo en la ciudad de Valledupar, Cesar.

El producto para preparar en esta idea de negocio es a base de mollejas de pollo, las cuales, cuentan con un alto valor nutritivo por contener vitaminas, proteínas y los aminoácidos esenciales para la nutrición del cuerpo humano; producto que sustituye a las demás carnes como la res, cerdo, pescado y entre otras; además no se tiene en el mercado una empresa que prepare embutidos con esta materia prima.

Los salchichones de mollejas de pollo pesaran 900 gramos, midiendo 60 cm de largo y su forma es cilíndrica. Identificando el salchichón con un color marrón con tonalidades rojizas.

Con respecto al contenido proteico se ha comprobado que las mollejas de pollo equivalente a 145 gramos pueden aportar hasta un 61% de proteínas, además contienen vitaminas y minerales que aportan nutrientes al cuerpo humano.

Las autoras del proyecto han venido trabajando en la producción y desarrollo del producto, logrando los primeros productos en el mercado. También aportarán todos sus conocimientos teóricos y prácticos aprendidos en la carrera, sin olvidar que generarán sus propios empleos y para las personas de la región

Si se crea la empresa; el sector empresarial y comercial, contaría con una empresa eficiente, eficaz, responsable y con una excelente calidad de los procesos de elaboración y comercialización, un buen manejo ambiental y un control sanitario, promoviendo el desarrollo en la ciudad de Valledupar, Cesar.

ABSTRACT

TITLE: FEASIBILITY STUDY FOR THE CREATION OF A COMPANY PRODUCING AND MARKETING ARTISANAL SAUSAGES BASED ON CHICKEN GIZZARDS IN THE CITY OF VALLEDUPAR.

AUTHOR: LESLIE ALEXANDRA BUENDÍA GUERRERO
YUSMERLE MORENO QUINTERO **

KEY WORDS: Feasibility, sausage, chicken gizzards, marketing, artisanal, company.

DESCRIPTION OF THE CONTENT:

Sausages are those derivatives, prepared from authorized meats, minced or not, subjected or not to curing processes, with or without the addition of edible offal and pork fat, vegetable products, condiments and spices, and introduced into natural or artificial, which will be provided to people from strata 1, 2 and 3 in an easy and fast way to prepare their food; The diet of consumers will be improved with a product that has a high nutritional value at an affordable price, giving consumers confidence in its preparation; Employment and strengthening in the poultry sector in the city of Valledupar Cesar will be increased, complying with the application of the sanitary and food handling regulations necessary for its preparation and commercialization, allowing breeders to sell the raw materials necessary for the elaboration of the products.

With this feasibility study we want to study the idea, to carry out the realization of undertaking and optimizing all the necessary times and equipment, to define if profits or losses are going to be obtained and with it to know all the market, technical, administrative studies, financial and evaluation; In order to create a company that produces artisan sausages based on chicken gizzards in the city of Valledupar, Cesar.

The product to prepare in this business idea is based on chicken gizzards, which have a high nutritional value because they contain vitamins, proteins and essential amino acids for the nutrition of the human body; product that replaces other meats such as beef, pork, fish and among others; In addition, there is no company in the market that prepares sausages with this raw material.

The chicken gizzard sausages will weigh 900 grams, measure 60 cm long and have a cylindrical shape. Identifying the sausage with a brown color with reddish tones.

With regard to protein content, it has been found that chicken gizzards equivalent to 145 grams can provide up to 61% protein, they also contain vitamins and minerals that provide nutrients to the human body.

The authors of the project have been working on the production and development of the product, achieving the first products on the market. They will also contribute all their theoretical and practical knowledge learned in the degree, without forgetting that they will generate their own jobs and for the people of the region.

If the company is created; the business and commercial sector would have an efficient, effective, responsible company with an excellent quality of production and marketing processes, good environmental management and sanitary control, promoting development in the city of Valledupar, Cesar.

INTRODUCCION

Como futuras gestoras empresariales y con el ánimo de ofrecer una oportunidad de crecimiento para una región en donde la producción de pollo es uno de los factores importantes de la economía Avícola, impulsando así la creación de una empresa productora de embutidos a base de molleja de pollos, logrando con ello aumentar los ingresos para la población y generar empleo para los habitantes.

Por otro lado, se cuenta con poca competencia en el mercado objetivo, lo que genera altos precios en los productos de embutidos y falta de opciones de materia prima en el mercado, ya que solo se cuenta con embutidos de carne res, cerdo y pollo.

En seguida se presenta los diferentes estudios pertinentes para discernir en la posibilidad real de poner en marcha la comercializadora de carne de cordero. Es preciso tener en cuenta que actualmente la ciudad de Valledupar no cuenta con una comercializadora de embutido especializada en esta línea.

El estudio de factibilidad se presenta en 5 capítulos, dentro de los cuales se busca de una forma integral el análisis de factores técnicos, organizacionales, de mercado y financieros, los cuales son claves para poder identificar el grado de viabilidad que tiene el proyecto.

El primer capítulo presenta un análisis del sector de los cárnicos, especialmente los embutidos, enfocado específicamente al conocimiento de los antecedentes, la evolución y las tendencias, así como el comportamiento general de la oferta y la demanda de los éstos en Colombia.

En el segundo capítulo, es sobre estudio de mercados en donde se define la descripción del producto, el mercado potencia y objetivo, investigación para conocer las necesidades y expectativas del cliente, el detalle a detalle tanto de la oferta como

de la demanda, todo a la luz de la encuesta aplicada a los hogares de estratos 1, 2 y 3 donde se logra información valiosa, con la cual se ilumina el desarrollo posterior de los siguientes estudios aplicados al proyecto emprendedor

En el tercer capítulo, del estudio técnico por su parte muestra la viabilidad del proyecto desde los tecnicismos como lo son el tamaño, la localización, la ingeniería y los diferentes recursos necesarios para la puesta en funcionamiento y sostenibilidad durante su primer año de producción.

En el cuarto capítulo del estudio administrativo se define el tipo de sociedad que tendrá la empresa, su constitución y estructura organizacional. En el proyecto se trata de unir tecnología y recurso humano de la mejor manera posible. Por consiguiente, se da la importancia necesaria al elemento humano que va a intervenir en la fase de ejecución y funcionamiento, ya que la distribución racional del trabajo y las condiciones del mismo medio ambiente influyen en la buena voluntad de los trabajadores para realización de sus labores.

Posteriormente se presentan el quinto capítulo del estudio financiero donde se detallan los costos, gastos, inversiones, precio de venta, flujo de caja y demás factores financieros a tener en cuenta para visualizar si el proyecto es factible, esto tiene una proyección a cinco años.

También, se desarrolla la evaluación del proyecto, en donde se sopesa desde todos los ámbitos si el proyecto es factible, incluidos el ámbito ambiental, el plan de mitigación de impactos y el financiero donde se calcula la Tasa Interna de Retorno –TIR, el Período de Recuperación y punto de equilibrio para el primer año, con lo cual de cierta forma se reconfirma la viabilidad del proyecto emprendedor.

El siguiente estudio se enfoca en determinar la factibilidad de la empresa, para incursionar en el mercado de los embutidos proyectándose a corto plazo localmente,

con proyecciones a mediano y largo plazo para espacios comerciales a nivel Regional y Nacional. Se reitera la importancia del establecimiento de una empresa en el marco de la transformación y/o generación de valor agregado a materias primas, que se generan o se consiguen con facilidad y abundancia en la zona, debido a las necesidades de mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de la comunidad de Valledupar. Igualmente, con ello se fortalecen sectores importantes que mueven la economía de esta localidad como es el sector avícola, porcino y el turismo gastronómico principalmente.

1. ANÁLISIS GENERAL DE SECTOR

1.1. DESCRIPCIÓN DEL SECTOR

Según el código CIIU, la idea pertenece a la actividad económica SECCION C- INDUSTRIAS MANUFACTURERAS, DIVISIÓN 10- elaboración de productos alimenticios; 101- procesamiento y conservación de carne, pescado, crustáceos y moluscos; 1011- procesamiento y conservación de carne y productos cárnicos¹ del SECTOR ALIMENTICIO.

Este sector es el que se encarga de la parte de los alimentos, el sector se asegura que la población colombiana consuma alimentos de calidad pasando por varios procesos científicos y tecnológicos es decir este se encarga de la cadena alimenticia aquí se incluye la fases de transporte, recepción almacenamiento, procesamiento, conservación y servicios de alimentos para el consumo humano.

Tecnología de los alimentos: se encarga de estudiar y garantizar la calidad microbiológica física y química de los alimentos, productos alimenticios en su elaboración como el proceso y el empaque.

Es importante ya que con la tecnología se mejora la calidad de los productos en todos sus procesos, uno de los beneficios muy importante es la seguridad alimentaria la tecnología alimentaria responde a cinco ámbitos que interesan a los consumidores:

Seguridad alimentaria: obtener unos productos más seguros

Naturalidad: productos más frescos, naturales y sanos

Disponibilidad: más variedad de texturas

¹Departamento Administrativo Nacional de Estadística. actividades económicas. [en línea]. <<https://n9.cl/uck72>> [citado en 13 de junio de 2020]

Perfil nutricional específico: personalizado y adaptado para diversos grupos de personas.

Nuevas tecnologías aplicadas al producto final: mejor información en el punto de venta al consumidor.

1.2. EVOLUCIÓN DEL SECTOR

Las características demográficas están cambiando de manera significativa y acelerada. El 72% de las empresas de alimentos identifica los cambios en los consumidores como un reto para el negocio. Algunos de los principales motores clave que se pueden observar, son los siguientes: Hogares más pequeños, reurbanización de espacios céntricos en ciudades, aumento en obesidad y enfermedades crónicas y el Cambio en el perfil del comprador.

Los gustos y las preferencias de los consumidores están evolucionando con un enfoque en un estilo de vida saludable y en la sostenibilidad: Otra disrupción importante que se puede observar tiene que ver con las preferencias de los consumidores. Cada generación tiene gustos que la definen, por lo tanto, la industria de los alimentos ha tenido que adaptarse a ellos. Sin embargo, los cambios en las preferencias y en las tendencias que se esperan en los próximos años son mucho más dramáticos que en periodos anteriores. Bajo este panorama, el 80% de los líderes de las empresas en el sector considera difícil innovar como respuesta a los gustos y necesidades del consumidor al ritmo que se requiere. Algunos cambios clave son:

Fidelidad de marca, estilo de vida más saludable, atención en el etiquetado. globalización de gustos, consumo local, dietas de moda y preocupación por el medio ambiente.

En el sector de la industria de los alimentos se están observando cambios significativos. La transformación de las características y las preferencias de los

consumidores han generado que las empresas reaccionen y se adapten. Para poder destacarse en una industria fuertemente competida, estas tendrán que definir una estrategia que les ayude a anticipar los cambios en el mercado de manera ágil, incorporando su conocimiento sobre el consumidor a los procesos de toma de decisiones y siendo flexibles para adaptarse a distintos escenarios.

cambios demográficos, nuevos consumidores con nuevas necesidades.²

1.3. TENDENCIAS DEL SECTOR

Desde la recepción, el almacenamiento, el procesamiento y la conservación de los alimentos, así como en los servicios relacionados con la comida, la **innovación** está presente en todas las áreas y negocios de la industria alimentaria. De hecho, la mayoría de los avances actuales surgen de un trabajo de investigación con esfuerzos creativos, tecnológicos y comerciales que originan nuevos productos y procesos que, eventualmente, pueden mejorar la calidad de la alimentación.

Unas de las tendencias que han evolucionado son:

Innovaciones transversales a toda la industria. El impacto de la transformación digital en la industria alimentaria

El uso del Big Data permite conocer, organizar y analizar las variables que impulsan a tus clientes y consumidores a preferir tu producto o servicio. Resulta que el análisis de datos:

Facilita el logro de los objetivos operativos y administrativos, ayudando a controlar los gastos y a aumentar los ingresos.

²EY; Francisco Olivares Bello, Gilberto Lozano Meade. tendencias de consumo de la industria alimentaria. [en línea]. <<https://n9.cl/i4kur>> [citado en 9 de octubre de 2019]

Mejora la productividad al permitir una predicción más precisa de los bienes y servicios que más se venden.

Simplifica la toma de decisiones administrativas.³

Nuevas presentaciones en el envase y el embalaje⁴

Teniendo en cuenta los efectos causados por el COVID-19, todos los actores de la industria alimentaria necesitan garantizar que los empaques utilizados para el almacenaje, transporte y conservación de los alimentos cumplan con los más altos estándares de salud e higiene.

Así pues, algunas de las tendencias más relevantes en el embalaje son la creación de empaques más prácticos, el uso de materiales biodegradables o la implementación de un etiquetado con información nutricional completa y clara.

En este sentido, el Clean Label es una nueva tendencia de etiquetado que muestra una declaración clara, limpia y entendible de los componentes de los alimentos, lo que garantiza que su descripción está libre de términos incomprensibles para el consumidor

Nuevas creaciones relacionadas con los alimentos:

La innovación alimentaria también incluye la creación de nuevos productos y la mezcla de sabores.

Tendencias en la producción de los alimentos en empresas B2B⁵

La innovación introduce mejoras en la calidad, sabor y valor nutritivo de los alimentos y todo empieza en la producción. Esto abarca el cultivo y la cosecha de

³ Alianza TEAM. innovación del sector alimenticio. [en línea]. <<https://n9.cl/yrf7y>> [citado en 15 de junio de 2019]

⁴ Alianza TEAM. innovación del sector alimenticio. [en línea]. <<https://n9.cl/yrf7y>> [citado en 15 de junio de 2019]

⁵ Alianza TEAM. innovación del sector alimenticio. [en línea]. <<https://n9.cl/yrf7y>> [citado en 15 de junio de 2019]

ingredientes naturales y frescos, hasta el almacenamiento, procesamiento y conservación de los mismos.

Para adaptarse al creciente interés de las personas de consumir alimentos más sanos y frescos, una de las tendencias en producción es asegurar la reducción de contaminantes en el proceso de elaboración de los alimentos (micro toxinas, metales, entre otros).

Y es que desde 2018, el 43 % de los hogares colombianos prefieren variedades más saludables dentro de las mismas categorías que suelen consumir.

Además, la mejora del perfil nutricional del producto implica investigaciones científicas-comerciales de nuevos ingredientes y aditivos.

La innovación en los negocios de consumo fuera del hogar.⁶

A raíz de la pandemia, los hoteles, restaurantes, panaderías y cadenas de negocios de consumo fuera del hogar están preparando sus espacios para asegurar el distanciamiento social y cumplir con las nuevas reglas sanitarias.

1.4. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

1.4.1. Oportunidades:

- Colombia es una opción de compra para algunos países.
- Modernización tecnológica: traer maquinarias actas y capaces para producir lo que se planea.
- Ampliación del mercado interno y externo: darse a conocer de una manera natural pero fuerte para implementar seguridad.

⁶ Alianza TEAM. innovación del sector alimenticio. [en línea]. <<https://n9.cl/yrf7y>> [citado en 15 de junio de 2019]

- Búsqueda de alianzas estratégicas: buscar empresas o personas que puedan aportar al proyecto ya sea económicamente o para dicha creación.
- genera empleo: al crear la empresa se necesita de cierto personal, lo que con lleva a buscar personal calificado para que haga parte de la empresa.
- expansión internacional.
- concentra empleo un 13% en toda latino América.
- Facilita a la PYME participar en nuevos mercados, así como en la cadena de suministros.

1.4.2. Amenazas:

- Costos de las materias primas: esto se puede presentar cuando en el país esta escaso algunas materias, lo que se requiere es buscarla en otras ciudades o en llegado caso a otro país.
- Nuevos competidores: que entren nuevas empresas con precios menores que los que se manejan en la empresa, copien los productos y entre otras.
- Trabajo informal: que los competidores sean informales lo que provoca disminución en las ventas ya que el trabajo informal maneja precios bajos y productos similares.

1.5. MARCO LEGAL

DECRETO 2478 DE 2018⁷:

Por el cual se establecen los procedimientos sanitarios para la importación y exportación de alimentos, materias primas e ingredientes secundarios para alimentos destinados al consumo humano, para la certificación y habilitación de fábricas de alimentos ubicadas en el exterior o del sistema de inspección, vigilancia

⁷ Sistema único de información normativa. decreto 2478 de 2018. [en línea]. <<https://n9.cl/txn4q> > [citado en 28 de diciembre de 2018]

Decreto 2106 de 1983 Ministerio de salud⁸. Se establecen las normas de identidad y pureza de los edulcorantes utilizados en los productos alimenticios.

NTC Norma Técnica Colombiana para Industria Alimentaria 1325⁹: productos cárnicos procesados no enlatados. Esta norma establece los requisitos que deben cumplir los productos cárnicos procesados no enlatados. La norma define claramente los requisitos generales y específicos en cuanto a ingredientes, empaques, rotulado e instrucciones para la preparación cocción de este tipo de productos.

En la norma técnica colombiana 1325, embutido es un producto cárnico procesado, crudo, cocido o escalado que ha sido introducido a presión en tripas naturales o artificiales aprobadas para tal fin aun que en el momento de expendio o consumo carezca de la envoltura empleada.

En lo que respecta al salchichón la NTC 1325 lo define como producto cárnico procesado, embutido, elaborado a base de carne, con la adición de sustancias de uso permitido, embutido en tripas artificiales aprobadas para tal fin, con un diámetro entre 40 mm y 80 mm.

Decreto 1500 de 2007¹⁰

Por la cual se establece el reglamento técnico a través del cual se crea el Sistema Oficial de Inspección, Vigilancia y Control de Carne, Productos Cárnicos Comestibles y derivados Cárnicos destinados para el consumo humano.

⁸ Jorge García Gómez ministerio de salud. decreto 2106. [en línea]. <<https://n9.cl/m3zli>> [citado en 26 de julio de 2016].

⁹ IALIMENTOS. normas técnicas de productos cárnicos. [en línea]. <<https://n9.cl/txn4q>> [citado en 27 de agosto de 2015]

¹⁰ FEDEGAN. NORMATIVIDAD. [en línea]. <<https://acortar.link/wqcVoT>> [citado en 31 de julio de 2012]

Resolución 2905 de 2007¹¹

Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios y de inocuidad de la carne y productos cárnicos comestibles de la especies bovina y bufalina destinados para el consumo humano.

1.6. CONTEXTO GEOGRÁFICO

Valledupar es la capital del departamento del Cesar Colombia, con un total de 532.956 habitantes en el año 2020.

La ciudad es un importante centro para la producción agrícola, agroindustrial y ganadera en la región comprendida entre el norte del departamento del Cesar y el sur del departamento de La Guajira.

Actualmente la ciudad de Valledupar empieza a diversificar su economía abriendo nuevas perspectivas distintas a la tradicional vocación agropecuaria de gran validez histórica. Desde la creación del departamento del Cesar y la designación de la ciudad como su capital, el desarrollo económico de la nueva ciudad creció hasta alcanzar niveles nunca más alcanzados, que en materia agropecuaria logró consolidarse como el primer productor nacional de algodón y la segunda cabaña bovina más grande del país después de Córdoba; trayendo consigo nuevas inversiones y un bienestar realmente palpable. Hacia mediados de los años 90, la ciudad al igual que el resto del país se sume en una profunda crisis económica que a pesar de grandes dificultades y falencias administrativas se logra superar sino completamente en gran parte. La caída del negocio del algodón, la violencia generalizada y el arribo a la ciudad de un gran número de desplazados forzaron que

¹¹FEDEGAN. NORMATIVIDAD. [en línea]. <<https://acortar.link/wqcVoT>> [citado en 31 de julio de 2012]

la ciudad empezara a abrir nuevos horizontes en materia de sustento no sin gran dificultad.¹²

El aumento demográfico experimentado en Valledupar trajo consigo nuevas necesidades de servicios que en la actualidad ha provocado la instalación de una creciente lista de empresas dedicadas a prestar servicios de salud, telecomunicaciones bancarias y al desarrollo del comercio como actividad generadora de ingresos. En la actualidad y teniendo en cuenta solo el ámbito urbano de la ciudad, las fuentes de empleo radican casi exclusivamente en este sector de la economía, pues la industria no despega aún y la agricultura si bien genera ingresos globales en cifras departamentales no genera empleo para la fuerza laboral de la ciudad estimada en 200.000 personas.¹³

Valledupar al igual que los demás municipios del departamento, buscan el desarrollo principalmente en proyectos agroindustriales. Es importante la industria lechera, de la cual se destacan las empresas Dairy Partners Americas - DPA (antiguo Cicolac), Coolesar, Klaren's y Lácteos La Primavera.

La economía municipal gira alrededor del sector ganadero. La ganadería es de tipo extensivo. La ganadería del Cesar es resultado del cruce de tipos criollos con el cebú. La región es productora de carne y de leche. Otros productos agrícolas importantes son el algodón y el arroz.¹⁴

¹²Alcaldía de Valledupar. Economía. [en línea]. <<https://n9.cl/igi9l>> [citado en 28 de mayo de 2021]

¹³ Alcaldía de Valledupar. Economía. [en línea]. <<https://n9.cl/igi9l>> [citado en 28 de mayo de 2021]

¹⁴Alcaldía de Valledupar. Economía. [en línea]. <<https://n9.cl/igi9l>> [citado en 28 de mayo de 2021]

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

2.1.1. Descripción, Usos y especificaciones del producto/servicio

Es un producto cárnico alimenticio, procesado con mollejas de pollo sometido a proceso término de pasteurización (temperatura interna de 75 °C) y embutido en tripas naturales para salchichón (celulosa, colágeno, fibrosa). No contiene conservantes, ni aditivos. Hay que refrigerarlo entre 0 °C y 5 °C.

Los salchichones de mollejas de pollo pesan 900 gramos, midiendo 60 cm de largo y su forma es cilíndrica. Identificando el salchichón con un color marrón con tonalidades rojizas.

Con respecto al contenido proteico se ha comprobado que las mollejas de pollo equivalente a 145 gramos pueden aportar hasta un 61% de proteínas, además contienen vitaminas y minerales que aportan nutrientes al cuerpo humano.¹⁵

Características de las conservas del salchichón con mollejas de pollo

Las conservas del salchichón con mollejas de pollo se caracterizan por tener un tiempo de vida útil de 15 días en refrigeración, pueden ser utilizadas para el consumo directo o se pueden freír.

Los ingredientes del salchichón, aparte de las mollejas, incorporan el tocino de cerdo, la pechuga y los conservantes (sal de nitro y condimento cervecero).

Para la presentación del salchichón se tiene un empaque llamado celulosa, sus amarres serán industrializados para obtener una mejor consistencia y sabor del producto.

¹⁵ EL UNIVERSAL. razones para comer mollejas de pollo. [en línea]. <<https://cutt.ly/lnatZlp>> [citado en 28 de marzo de 2019]

Ingredientes principales.

Pechuga de pollo, mollejas de pollo, sal de nitro, tocino de cerdo, condimentos cerveceros y humo líquido.

Cuadro 1. Características Microbiológicas

CARACTERÍSTICAS MICROBIOLÓGICAS		
Recuento total	Recuento total	
Coliformes totales (ufc /g) < 100	Esporas clostridium sulfito reductor (ufc /g)	< 10
Microorganismo mesofilos (ufc /g) < 100.000	Listeria monocytogenes (ufc /g)	Ausencia
Staphylococcus aureus (ufc /g) < 100	Escherichia (ufc /g)	< 10

Empaque y presentación

Empaque: Tripas naturales “celulosa” Funda tripa de celulosa de gran calibre, transparente y con brillo; Es mucho más resistente y económica que la hecha de colágeno.

Presentación: 900 gr / 60cm largo

Vida útil esperada.

15 días a partir de la fecha de producción

Control durante la distribución y comercialización

- No colocar el producto directamente sobre el piso.
- No humedecer el empaque.
- Mantener el producto en condiciones de refrigeración (0 °c a 5 °c)
- Evitar hacer rayones, fisuras en el empaque.
- Una vez destapado, consumir en la brevedad posible.

USO.

- Se puede consumir directamente del empaque ya que es una funda de tripa natural.
- Se puede consumir en eventos, reuniones, cenas y desayunos.
- Está dirigido a todos los consumidores de todas las edades, que buscan disfrutar de su sabor, olor y expectativas de las carnes frías.
- Por otro lado, contiene cantidad de nutrientes suficientes y es alto en calidad de la ingesta, que asegura el máximo bienestar integral y salud a lo largo de toda su vida.

2.1.2. Atributos diferenciadores.

- En el mercado no se encuentran salchichones de mollejas de pollo, la gran mayoría de productos son de pollo, res y cerdo.
- Tiene un proceso artesanal que provoca a que el producto tenga pequeños grumos de mollejas de pollo dando una satisfacción al paladar.

2.2. SEGMENTO DE MERCADOS

Este producto es apetecible para los hogares colombianos, esto se debe a las nuevas formas de vida y las cuantiosas ocupaciones de la población. Realizando la investigación del mercado objetivo; Valledupar, cesar cuenta con 127.587 hogares, actualizado por el censo del DANE en el 2018.¹⁶

¹⁶ Censo Nacional Dane. censo nacional de población. [en línea]. <<https://n9.cl/zarxl>> [citado en 5 de septiembre de 2019]

2.3. ESTUDIO DE LA DEMANDA

2.3.1. Necesidades de información.

Para el desarrollo apropiado de la presente investigación es necesario obtener información sobre las siguientes variables:

- a) Información sobre la demanda mediante la aplicación de encuestas que permitan identificar gustos, preferencias necesarias para conocer su comportamiento e identificar las estrategias para dar solución a las necesidades sobre la comercialización del salchichón en Valledupar, Cesar.
- b) mediante información confiable poder determinar la oferta para identificar las fortalezas y debilidades de los oferentes y así estimar su nivel de competitividad con respecto a la comercialización de este producto.
- c) El perfil del cliente por medio del cruce de variables sobre la información recolectada para ofrecerle el producto y el servicio más adecuado a sus necesidades.
- d) realizar un análisis sobre los sistemas de fijación de precios que existan en el mercado con el fin de ofrecer al mercado precios convenientes.
- e) El canal de distribución más conveniente para los productos con un proceso de una selección creativo e innovador sobre los canales utilizados en la comercialización de embutidos.
- f) El comportamiento del mercado analizando sus tendencias sobre la comercialización de embutidos para identificar nuevas tecnologías, gustos y preferencias del mercado.
- g) estrategias de publicidad teniendo en cuenta la elección de los clientes con el fin de ofrecer una publicidad precisa y llamativa en la que se adquiera una buena aceptación de los clientes y que pueda atrapar las miradas a los productos.

2.3.2. Tipo de estudio.

La investigación es de tipo exploratoria porque no se cuenta con información precisa con respecto a productos con igual materia prima, además la preparación de las mollejas de pollo no es tan común en este mercado. También es descriptiva porque se definen propiedades importantes de las materias primas que se utilizarán para la producción del salchichón; donde se identificará la forma más apropiada para identificar necesidades y alternativas del mercado como las conductas, necesidades y expectativas de los comerciantes y consumidores de embutidos, específicamente salchichón en los municipios y corregimientos cercanos a la ciudad de Valledupar, Cesar. Se diseña para obtener información que permita conocer la demanda de productos a base de mollejas de pollo; el salchichón en la población objetivo.

2.3.3. Enfoque.

El enfoque mixto está un proceso que recolecta, analiza y vierte datos cuantitativos y cualitativos, en un mismo estudio. ¹⁷

El fin de esta investigación es saber que tan consumidos son los embutidos y como aceptarían un mismo producto, pero con diferente materia prima en Valledupar, Cesar. Teniendo en cuenta lo anterior, la investigación tiene un enfoque cuantitativo donde se recolectarán datos para probar la hipótesis a base de una medición numérica y un análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento y probar teorías a base de estudios muestrales representativos como en este caso La Encuesta. Por tal motivo no puede ser un enfoque cualitativo, ya que este busca

¹⁷Danelly Salas Ocampo. el enfoque mixto de investigación. [en línea]. <<https://acortar.link/ufVRh1>> [citado en 4 de junio de 2019]

solo la recolección de datos sin medición numérica con el fin de pulir preguntas de investigación con el proceso de interpretación.

2.3.4. Fuentes de información.

2.3.4.1. Fuente primaria:

Hogares de Valledupar, Cesar.

2.3.4.2. Fuentes secundarias:

DANE, alcaldía, páginas web.

2.3.5. Técnicas de investigación.

La técnica para la recolección de información es la encuesta.

2.3.6. Instrumento para la recolección de información.

Para la recolección de la información necesaria, se realizan cuestionarios estructurados, la cual se aplica a las fuentes primarias de manera directa a través de un formato de preguntas cerradas, de selección múltiple.

2.3.7. Modo de aplicación.

Se utilizará el formulario de Google Forms y el enlace se enviará por medio Correo Electrónico y Telegram.

2.3.8. Cálculo de la muestra.

Fórmula para hallar el número de muestras:

N: Población (127.587)

Z: Nivel de confiabilidad (95%):1,96

e: Error estimado (8%):0,08

P: Probabilidad éxito (50%):0,5

Q: Probabilidad no éxito (50%):0,5

n: Número de muestras

$$n = \frac{(z)^2 * N * p * q}{(N - 1)(e)^2 + (Z)^2 * p * q}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 * 127.587 * 0,5 * 0,5}{(127.587 - 1)(0,08)^2 + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{1.225.345.548}{804,7108}$$

$n = 152$ encuestas

2.3.9. Alcance.

Ciudad de Valledupar, Cesar.

2.3.10. Tiempo de aplicación.

El tiempo de la aplicación de la encuesta será aproximadamente de 15 días, los cuales empiezan desde el 01 al 15 de abril de 2021.

2.3.11. Tabulación, presentación y análisis de resultados.

se realizó una prueba piloto con el 10% del tamaño de la muestra de los hogares de la ciudad de Valledupar, Cesar para verificar el cuestionario, donde se identificó que

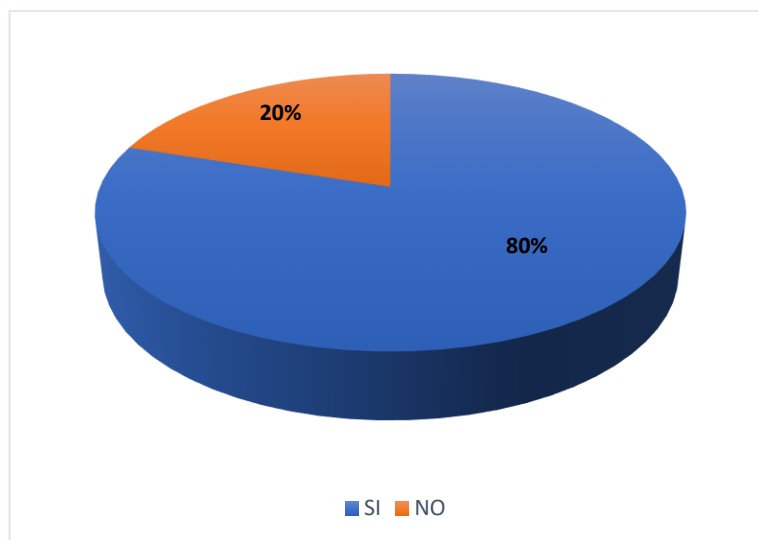
tuviera buena redacción, que tanto entendían las personas sobre las preguntas y si se tenían datos reales sobre productos similar.

Pregunta N° 1. ¿Usted consume embutidos?

Cuadro 2. Consumo de Embutidos

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	122	80%
NO	30	20%
TOTAL	152	100%

Gráfica 1. Consumo de Embutidos



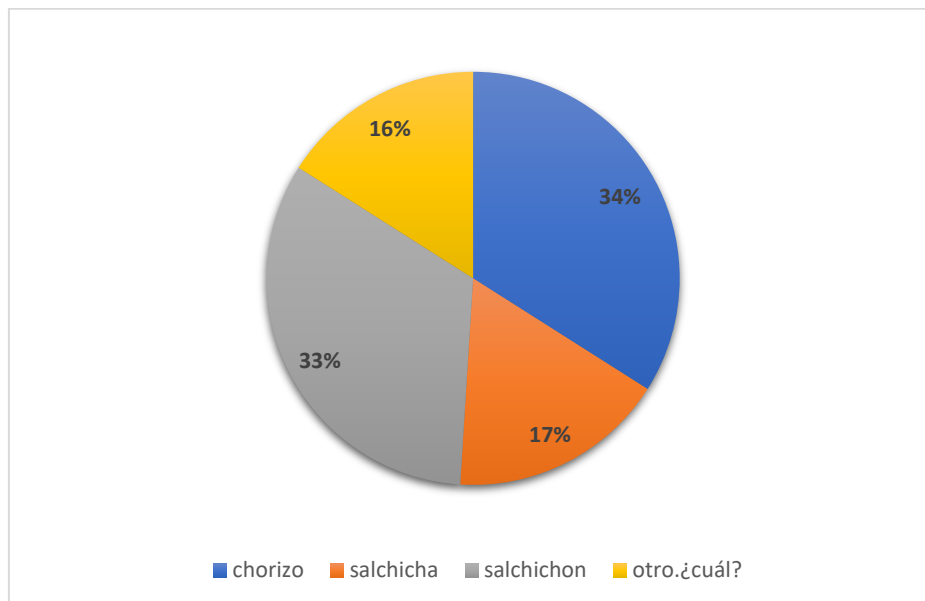
Análisis: En los datos recopilados se determinó que el 80% de los hogares de Valledupar, Cesar consumen embutidos por ser productos de fácil y rápida preparación. Lo que permite tener una investigación más amplia en el mercado ya que los hogares de la ciudad conocen de estos productos y aportan información importante para dicha investigación.

Pregunta N°2. De los siguientes tipos de embutidos, ¿cuáles son los preferidos en su hogar?

Cuadro 3. preferencia de embutidos

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Chorizo	41	34%
salchicha	21	17%
salchichón	40	33%
otro. ¿cuál?	20	16%
TOTAL	122	100%

Gráfica 2. preferencia de embutidos



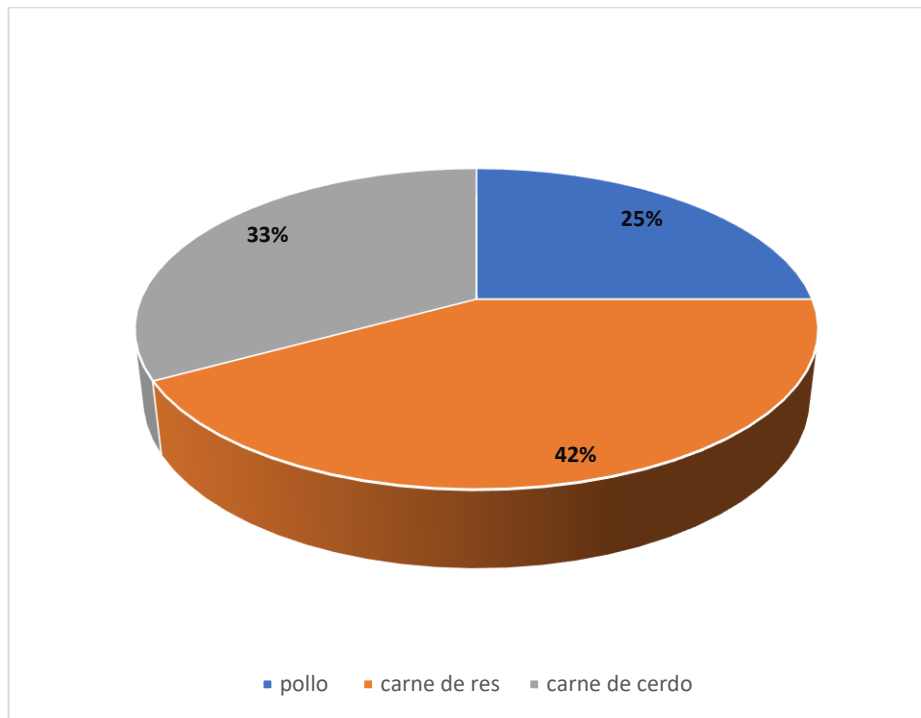
Análisis: muestra información sobre los porcentajes de las preferencias de los consumidores hacia otra línea de productos. Esta ilustración indica que el 16% de las personas eligieron otra opción de embutidos (LA BUTIFARRA) y con un 34% puesto que es la opción más alta escogida por los consumidores.

Pregunta N°3. De las siguientes carnes para embutidos ¿cuáles prefiere?

Cuadro 4. carne preferida

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
pollo	31	25%
carne de res	51	42%
carne de cerdo	40	33%
TOTAL	122	100%

Gráfica 3. carne preferida



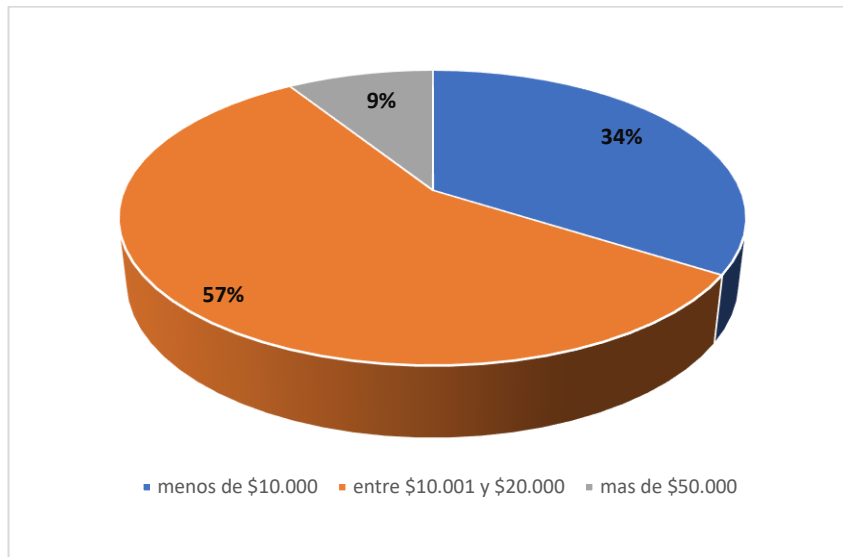
Análisis: muestra la preferencia de los consumidores por las carnes de res, cerdo y pollo, teniendo la carne de res un 42% de preferencia de (51 de los 122 encuestados). Según los encuestados, la diferencia de las otras carnes es que tienen una textura diferente (blanda) que no es agradable.

Pregunta N°4 ¿Cuánto dinero destina mensualmente para comprar embutidos?

Cuadro 5. dinero destinado para embutidos

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	INTERVALO	MEDIA PONDERADA
menos de \$10.000	41	34%	5.000	$5.000 * 34\% = 1.700$
entre \$10.001 y \$20.000	70	57%	15.000	$15.000 * 57\% = 8.550$
más de \$25.000	11	9%	25.000	$25.000 * 9\% = 2.250$
TOTAL	122	100%		12.500

Gráfica 4. dinero destinado para embutidos



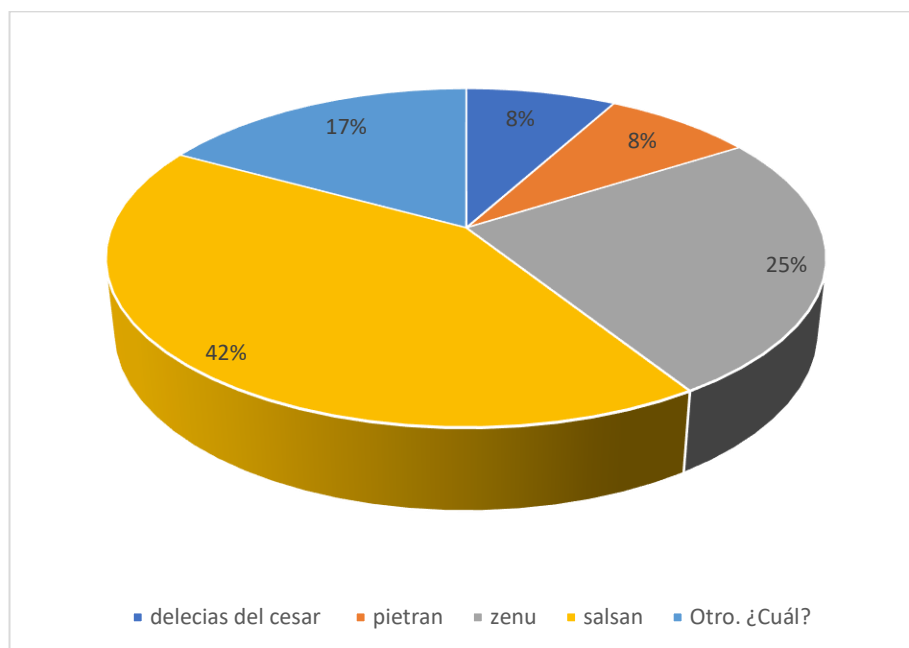
Análisis: muestra la información sobre el gasto económico que hacen los hogares del mercado objetivo (Valledupar, Cesar) donde se indica que son muy pocas las familias que gastan más de \$25.000 pesos en embutidos, ya que prefieren comprar otros tipos de carnes. Se tiene un promedio ponderado de 12.500 para la compra de embutidos destinado mensualmente; ese dato facilita el cálculo de la demanda actual anual en pesos de embutidos en el mercado objetivo.

Pregunta N°5. ¿Qué marca de embutidos compra?

Cuadro 6. marcas preferidas de embutidos

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
delicias del cesar	10	8%
Pietran	10	8%
Zenú	30	25%
Salsan	51	42%
Otro. ¿Cuál?	21	17%
TOTAL	122	100%

Gráfica 5. marcas preferidas de embutidos



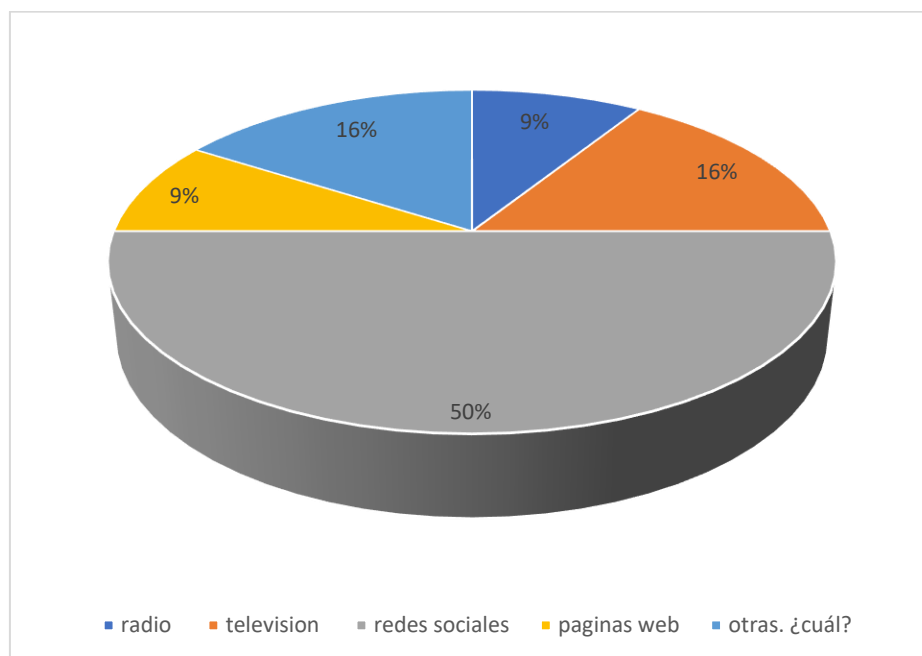
Análisis: muestra información de las marcas preferidas de embutidos por los consumidores, con un 42% (51 de los 122 encuestados) prefieren marca Salsan y con un 17% (21 de 122 encuestados) eligieron la compra de embutidos de las marcas que venden puerta a puerta ya que ellos dan facilidad de pagos.

Pregunta N° 6 ¿Qué medio de comunicación prefiere para recibir información de productos nuevos?

Cuadro 7. medios de comunicación

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
radio	11	9%
televisión	20	16%
redes sociales	61	50%
páginas web	11	9%
otras. ¿cuál?	19	16%
TOTAL	122	100%

Gráfica 6. medios de comunicación



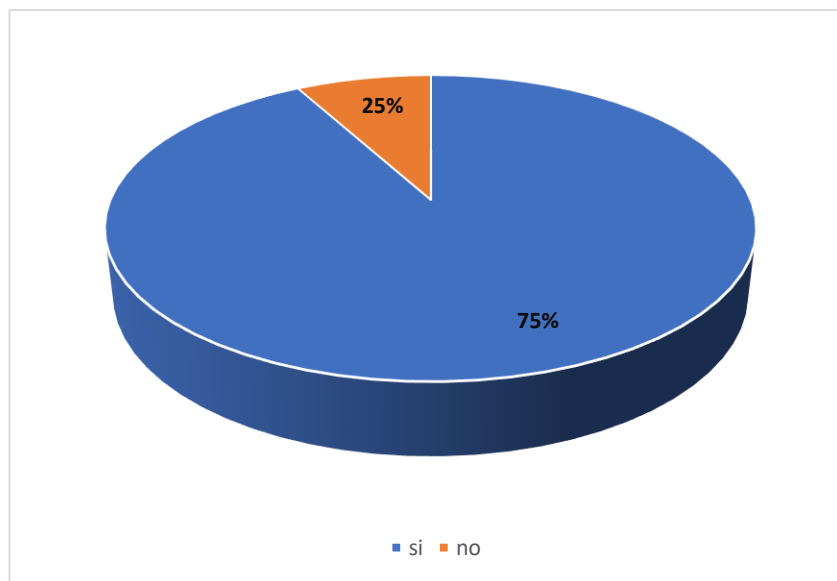
Análisis: muestra información sobre los medios de comunicación que prefieren los hogares; los resultados indican que los hogares utilizan el 50% (61 de 122 encuestados) de las redes sociales como (Instagram, Facebook, WhatsApp) para estar comunicados y el otro 50% prefieren revistas, televisión, radio y páginas web para recibir información.

Pregunta N°7. ¿En su hogar les gusta consumir mollejas de pollo?

Cuadro 8. consumo de mollejas de pollo

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	92	75%
No	30	25%
TOTAL	122	100%

Gráfica 7. consumo de mollejas de pollo



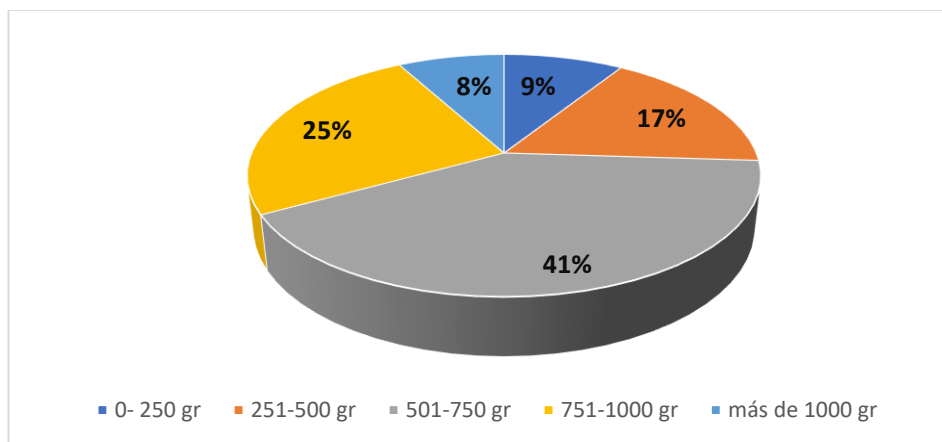
Análisis: En la gráfica N° 7, muestra información sobre el consumo de mollejas de pollo en los hogares del mercado objetivo (Valledupar, Cesar), indicando que un 75% (92 de 122 encuestados) les gustan las mollejas de pollos por ser una carne apetecible de un sabor.

Pregunta N° 8 ¿qué cantidad de embutidos compra mensualmente?

Cuadro 9. compra de embutidos

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	PROMEDIO PONDERADO
0- 250 gr	11	9%	$125 * 9\% = 11.25$
251-500 gr	21	17%	$375.5 * 17\% = 638.35$
501-750 gr	50	41%	$625.5 * 41\% = 256.5$
751-1000 gr	31	25%	$875.5 * 25\% = 218.88$
más de 1000 gr	9	8%	$1.125 * 8\% = 90$
TOTAL	122	100%	1.215 gr

Gráfica 8. compra de embutidos



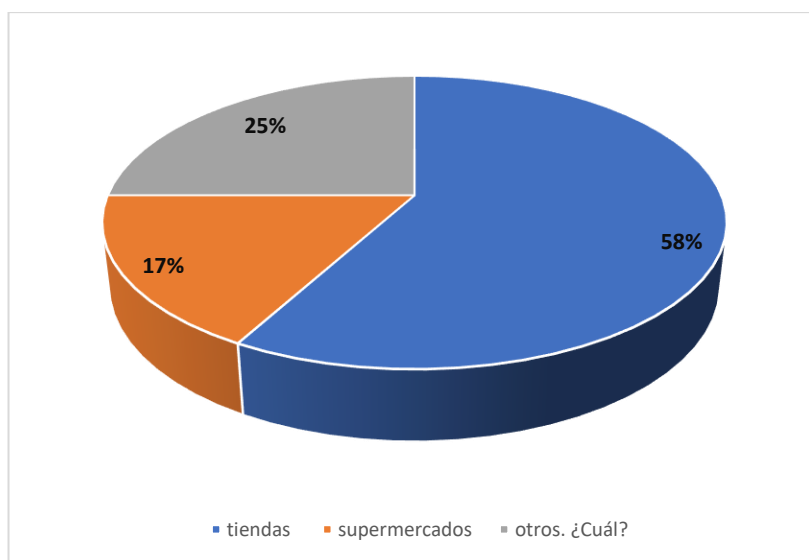
Análisis: Se muestra la cantidad de gramos que compran en embutidos los hogares del mercado objetivo (Valledupar, Cesar), con un 41% (50 de 122 encuestados) compran de 501-750 gramos por lo que son porciones manejables para el consumo. Mensualmente los hogares consumen 1.215 gr de embutidos, que equivale a 1,215 kilos, lo cual es un valor significativo, debido a ser un producto no perecedero es un buen comienzo. Este valor permite estimar la demanda actual en kilos de embutidos en el mercado objetivo.

Pregunta N°9. ¿En qué lugares compra habitualmente los embutidos?

Cuadro 10. lugares para comprar embutidos

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
tiendas	71	58%
supermercados	21	17%
otros. ¿Cuál?	30	25%
TOTAL	122	100%

Gráfica 9. lugares para comprar embutidos



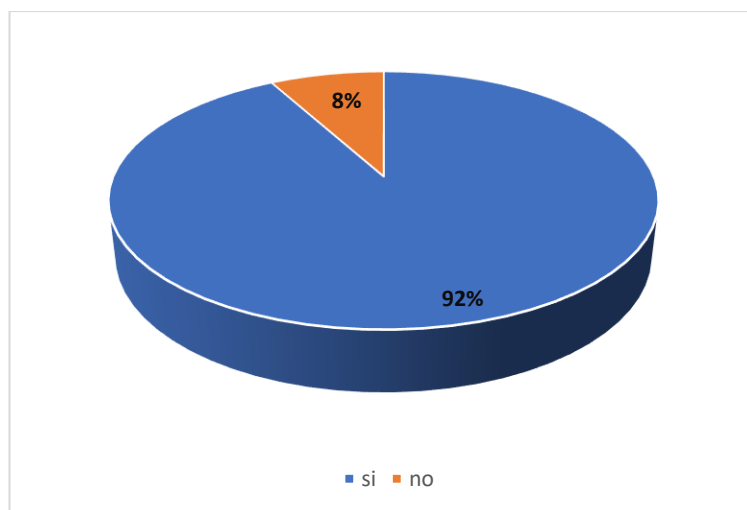
Análisis: En la gráfica 9, muestra información sobre los lugares en los que prefieren comprar embutidos. El lugar elegido fue las tiendas con un 58% (71 de 122 de encuestadores) porque pueden comprar por porción, es decir comprar lo que necesitan ya sea para desayunar o en cualquier ocasión, además se proporcionó una respuesta opcional y se indicó que “puerta a puerta” es una de las mejores opciones aceptadas por los hogares ya que permiten formas de pago también el lugar donde más compran embutidos es en las tiendas.

Pregunta N°10 ¿Compraría usted un salchichón con mollejas de pollo?

Cuadro 11. compra de salchichón con mollejas de pollo

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	112	92%
No	10	8%
TOTAL	122	100%

Gráfica 10. compra de salchichón con mollejas de pollo



Análisis: En la gráfica 10, muestra la información si los encuestados consumirían un salchichón con mollejas de pollo, teniendo en cuenta que los embutidos son consumidos por los hogares del mercado objetivo (Valledupar, Cesar) y lanzar al mercado un salchichón con una materia prima diferente sería atractivo y provocativo para los consumidores influenciando así la compra de los productos.

2.3.12. Estimación de la demanda actual.

Cuadro 12. Estimación de la demanda

Hogares	127.587
---------	---------

% de consumo	80%
consumó mensual (promedio ponderado)	1.215 gr
% Compra la presentación entre 500 a 750 gr	41%
Meses	12
total, de kilos anuales	918.626

Demanda total: *poblacion objetiva * % consumo * consumo promedio mensual * 12*

Demanda total = 127.587 * 80% * 1.215 gr * 41% x 12 = 610.151 kilos anuales

La presentación es de 900 gr entonces

$610.151 * 1000 = 610.151.000 / 900 \text{ gr} = 677.946$ unidades al año.

Para hallar la demanda efectiva se multiplica la demanda total por el porcentaje de aceptación.

2.3.13. Estimación de la demanda efectiva.

Demanda efectiva= demanda total * % de aceptación/ gramos

Demanda efectiva= 677.946 * 92% = 623.710 unidades salchimoll

Cada unidad pesa 900 gramos por lo tanto se quiere saber la cantidad en unidades.

2.3.14. Proyección de la demanda para los próximos cinco años.

Para saber la proyección de la demanda del producto **SALCHIMOLL** en 5 años con una 1,5% en la tasa de proyección, se deberá resolver el siguiente ejercicio:

DEMANDA ACTUAL PROYECTADA

Cuadro 13. Demanda actual proyectada

AÑO	DEMANDA ACTUAL PROYECTADA
1	688.115
2	698.437
3	708.913
4	719.547
5	730.340

Para la demanda efectiva se hace el mismo procedimiento, pero con el resultado de la demanda efectiva:

DEMANDA EFECTIVA PROYECTADA

Cuadro 14. Demanda efectiva proyectada

AÑO	DEMANDA EFECTIVA PROYECTADA
1	633.066
2	642.562
3	652.200
4	661.983
5	671.913

2.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Cuadro 15. Análisis Oferta

FACTOR	CAFRISAN	CARNES FRÍAS EL CESAR
LÍNEAS DE PRODUCTOS	Salchichón cervecero , Chorizos, Hamburguesas, Jamones,	Chorizo, salchichón, salchicha, butifarras, tocineta, carne de

FACTOR	CAFRISAN	CARNES FRÍAS EL CESAR
	Mortadelas Salchichas, Salchichón normal, tocineta, cábano	hamburguesa, salchicha para perros, mortadela.
RANGOS DE PRECIOS	\$5000 - \$25.900	\$ 3.500 - \$18.500
MEDIOS DE PUBLICIDAD	Carros de eventos y televisión nacional.	Televisión regional, afiches, puerta a puerta y páginas web
CANALES DE DISTRIBUCIÓN	canal indirecto: corto- de fábrica a minoristas y cliente final	canal indirecto: corto- de fábrica a minoristas y cliente final
ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN	Distribución extensiva	Distribución extensiva
ESTRATEGIAS PROMOCIONALES	promociones en fechas especiales y precio basado en los costos del producto.	Descuentos y promociones en fechas especiales por un determinado porcentaje de compra
ANTIGÜEDAD	25 años	45 años
COBERTURA GEOGRÁFICA	Nacional	Regional
FORTALEZAS	Amplia gama de productos y experiencia en el mercado. Excelentes adecuaciones en equipos.	Variedad en los productos, gran potencial en cuanto a los proveedores en la materia prima.
DEBILIDADES	Necesidad de innovar por competitividad de nuevos mercados internacionales.	Altos costos operativos, menores niveles de productividad respecto de los competidores.

2.5. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO MÍNIMO VIABLE

2.5.1. Descripción, usos y especificaciones del producto.

El producto propuesto se mantiene con todas sus características sin hacer ninguna variación.

2.5.2. Atributos diferenciadores del producto con respecto a la competencia.

En la investigación de la demanda y oferta no se encontró que la competencia este manejando un producto con esta materia prima. Por lo que Una vez estudiada, analizada la oferta y la demanda se conservan los mismos atributos diferenciadores propuestos en el numeral 2.1.2.

2.6. ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACIÓN Y DE DISTRIBUCIÓN

Ilustración 1. Estructura de comercialización



Se utiliza un canal de comercialización corto, porque con este canal se da a conocer de una manera rápida el producto que se esta comercializando, donde se traslade por la fábrica, luego se distribuya a las tiendas y finalmente llegue a los consumidores.

Ventajas¹⁸

¹⁸ fuente: alambres decorativos. canales de distribución. [en línea]. <<https://acortar.link/jk3GIO>> [citado en 28 de abril de 2018]

- Financiamiento propio y organización en las ventas.
- Dar a conocer el producto más rápido en el mercado.
- Mantenimiento de stock.
- Manejo de diferentes líneas de producto.
- Especialización por área.

Desventajas ¹⁹

- Competencia en el punto de venta.
- Mayor inversión en publicidad.
- Volúmenes de compra establecidos por el distribuidor.
- Repartición de los beneficios con los intermediarios.
- Mayor costo de distribución.

La distribución de SALCHIMOLL es extensiva porque presentan el mayor número de ventas ya que no se realiza una selección de los lugares de venta; garantizando, de este modo, mayor cobertura, difusión y disponibilidad del producto.

Ventajas: ²⁰

- El producto estará en la mayoría de los puntos de venta deseados.
- Poseerá alto nivel de conocimiento
- Estará disponible para ser comprado

Desventajas:²¹

- alto costo de distribución por la gran cantidad de contactos

¹⁹ fuente: alambres decorativos. canales de distribución. [en línea]. <<https://acortar.link/jk3GIO>> [citado en 28 de abril de 2018]

²⁰ Fuente: YULIET PERDOMO. COBERTURA EXTENSIVA DE LA DISTRIBUCIÓN. [en línea]. <<https://acortar.link/ohcduk>> [citado en 28 de noviembre de 2016]

²¹Fuente: YULIET PERDOMO. COBERTURA EXTENSIVA DE LA DISTRIBUCIÓN. [en línea]. <<https://acortar.link/ohcduk>> [citado en 28 de noviembre de 2016]

- en alguna medida la empresa pierde parte del control de su política comercial
- el precio puede cambiar más que nada

2.7. ESTRATEGIA PARA FIJACIÓN DE PRECIOS.

Manejar los precios en relación con la competencia, es decir, fijar los precios ya sean altos, bajos o similar a la competencia para maximizar las ganancias y garantizar la financiación de la empresa.

2.8. RELACIONAMIENTO CON LOS CLIENTES

2.8.1. Estrategias de comunicación.

Para el lanzamiento de los salchichones con mollejas de pollo se contará con la publicidad de televisión, afiches, redes sociales y emisora regional, se armarán 10 stands en puntos estratégicos de la población de la ciudad de Valledupar, Cesar, con degustaciones, cada uno de ellos contará con una impulsadora, un pendón araña y afiches.

Para la parte operativa se hará una publicidad y promoción con redes sociales, televisión regional y afiches en una forma intensiva para mantener informado no solo al cliente-canal sino al consumidor final.

Las estrategias publicitarias y los medios elegidos anteriormente, representan para **SALCHIMOLL** unas inversiones que se deben cuantificar y tener en cuenta en el análisis financiero; en este caso se deben establecer presupuestos tanto para el lanzamiento del producto como para su operación.

2.8.2. Presupuesto de comunicación.

2.8.2.1. Presupuesto de lanzamiento.

Cuadro 16. Propuesta de lanzamiento.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR
degustaciones	150	\$ 6.000	\$ 900.000
Impulsadora	10	\$ 40.000	\$ 400.000
pendón con araña	10	\$ 75.000	\$ 750.000
afiches	10	\$ 5.000	\$ 50.000
emisora regional	10	\$ 400.000	\$ 4.000.000
televisión regional	6	\$ 500.000	\$ 3.000.000
redes sociales	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
TOTAL			\$ 11.100.000

2.8.2.2. Presupuesto de operación

Cuadro 17. Propuesta de operación

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
redes sociales	\$ 500.000	\$ 6.000.000
televisión regional	\$ 500.000	\$ 6.000.000
afiches	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000
TOTAL	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1. TIPO DE PROYECTO

Empresa productora de alimentos de consumo humano que busca abastecer a los clientes con productos de buena calidad.

3.2. DESARROLLO OPERATIVO DEL PROYECTO

3.2.1. Ficha técnica del producto mínimo viable.

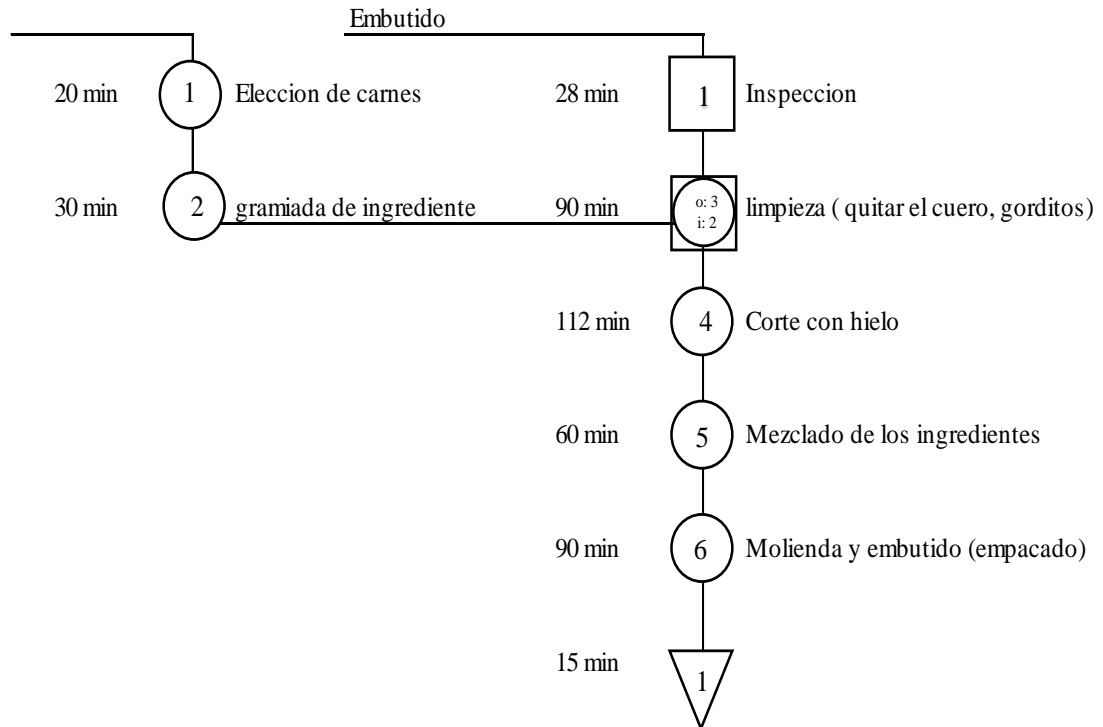
Cuadro 18. Ficha Técnica

NOMBRE DEL PRODUCTO	SALCHIMOLL
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	<p>Es un producto cárnico alimenticio, procesado con mollejas de pollo sometido a proceso término de pasteurización (temperatura interna de 75 °C) y embutido en tripas naturales para salchichón (celulosa, colágeno, fibrosa). No contiene conservantes, ni aditivos. Hay que refrigerarlo entre 0 °C y 5 °C.</p> 
LUGAR DE ELABORACIÓN	Ciudad de Valledupar, Cesar.
PRESENTACIÓN	Celulosas artificiales
TIPO DE CONSERVACIÓN	Refrigeración permanente
PESO	900 gramos
LARGO	60 cm

CARACTERÍSTICAS MICROBIOLÓGICAS

CARACTERÍSTICAS MICROBIOLÓGICAS		
Recuento total	Recuento total	
Coliformes totales (ufc /g) < 100	Esporas clostridium sulfito reductor (ufc /g)	< 10
Microorganismo mesofilos (ufc /g) < 100.000	Listeria monocytogenes (ufc /g)	Ausencia
Staphylococcus aureus (ufc /g) < 100	Escherichia (ufc /g)	< 10

3.2.2. Descripción y diagramación de actividades clave.



	Cantidad	Tiempo (min)
Operación	6	372
Inspección	2	58
Almacenamiento	1	15
Totales	9	445

tamaño del lote		220	kg de producir según el diagrama
tiempo de ciclo		121	segundos
tiempo de ciclo		2,02	min
tiempo de ciclo		0,0337	horas

3.2.3. Características del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST).

Cuadro 19. Característica SG-SST

FASES	COSTO
1. Organización del SG SST.	\$500.000
2. Planificación del SG SST (P).	\$500.000
3. Aplicación del SG SST (H).	\$500.000
4. Auditoria y revisión del SG SST(V).	\$500.000
5. Mejoramiento continuo del SG SST (A).	\$500.000
TOTAL	\$2.500.000

Profesional:

ANGIE MUÑOZ MARTÍNEZ

Seguridad y Salud en el Trabajo

3.2.4. Análisis Ambiental.

Los estándares a ejecutar serian:

- Descripción general del proyecto.

- Exposición de alternativas.
- Inventario ambiental.
- Posibles efectos y valoración de impactos.
- Evaluación de las repercusiones.
- Medidas preventivas y correctivas.
- Programa de vigilancia y seguimiento ambiental.

Para el desarrollo de los anteriores estándares se divide en 4 fases, el cual se define un valor por actividad ejecutada.

Cuadro 20. Valor por actividad ejecutada.

FASES	DURACIÓN	VALOR
1. Elaboración del E.I. A	30 días	\$3.200.000
2. Levantamiento y remisión de observaciones.	15 días	
3. Evaluación de las observaciones levantadas.	15 días	
4. Obtención de la certificación ambiental	20 días	
Total	Dos meses y 20 días	\$3.200.000

Profesional:

MARCO GUTIÉRREZ

Ingeniero Ambiental

3.2.5. Recursos Clave.

3.2.5.1. Talento humano.

CARNES FRÍAS L&L, busca personas comprometidas, eficientes y eficaces que trabajen por el desarrollo y la evolución de la empresa.

Cuadro 21. Talento Humano.

CARGO	Nº PUESTOS
Gerente	1
Asistente Administrativo	1
Vendedores	2
Jefe de producción	1
Operarios	5

3.2.5.2. Infraestructura.

Cuadro 22. Equipo de Oficina

ACTIVO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES GENERALES
aire acondicionado	2	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de refrigeración de 12000 BTU. • Potencia de refrigeración de 138.4 kW. • Eficiencia energética: C. • Posee tecnología inverter. • Tiene temporizador. • Cuenta con función de dormir. • Incluye control remoto. • Dimensiones de la unidad externa: 78cm de ancho x 54cm de alto x 24.5cm de profundidad. • Dimensiones de la unidad interna: 81.5cm de ancho x 27cm de alto x 21.4cm de profundidad.
Kit de cámaras de seguridad	2	<ul style="list-style-type: none"> • Definición de la cámara: 2MP. • Capacidad de almacenamiento de 256GB. • Micrófono incluido. • Incluye visión nocturna. • Peso: 510g. • Ideal para control y seguridad de hogares, oficinas y edificios.

Escritorios	2	Escritorio en L, con espacio con puerta batiente para almacenar libro u otro, y compartimiento para objetos de estudio o decorativos. Elaborado en Madera aglomerada MDP, recubierta con láminas melaminas de excelente calidad, en color Café claro.
sillas de espera (5 puestos)	1	ancho del asiento 48 cm, alto del espaldar 46 cm, altura piso-asiento 42 cm, altura total silla 76 cm dos puestos 124 cm tres puestos 188 cm cuatro puestos 248 cm "
silla gerenciales y secretarias	2	Que cuente con apoyabrazos, Material Malla, Material estructura Metal, Capacidad (carga máxima 120 kilogramos), Giro 360 grados.

Cuadro 23. Equipo de computación y comunicación

ACTIVO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES GENERALES
Computador de escritorio	2	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad del SSD de 250 GB • Capacidad del disco rígido 1 TB • Marca Lenovo • Modelo AIO • Procesador INTEL CORE I3 • Memoria RAM 12 GB • Resolución Full HD
Computador portátil	1	<ul style="list-style-type: none"> • Procesador AMD Athlon 3020E • Memoria RAM de 8GB. • Pantalla LED de 15.6". • Resolución de 1366x768 px. • antirreflejo. • Tarjeta gráfica AMD Radeon RX Vega 3. • Conexión wifi y bluetooth. • 3 puertos USB y puerto HDMI. • lector de tarjeta de memoria. • pad numérico. • Modo de sonido Stereo.
impresoras laser	1	<ul style="list-style-type: none"> • monocromática. • Imprime, escanea y hace copias. • Impresión doble faz manual. • Tecnología de impresión: láser. • Posee pantalla LCD para visualizar el proceso. • Tiene entrada USB.

		<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con 2 bandejas. • Capacidad máxima de 150 hojas. • Soporta papel tamaño A4, A5, A5 LEF, B5 JIS, Oficio, Sobre DL, Sobre C5, Personalizado (76 x 127 mm - 216 x 356 mm). • Bluetooth
Teléfono inalámbrico	2	<ul style="list-style-type: none"> • Puerto de auricular.

Cuadro 24. Maquinaria y equipo

ACTIVO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES
refrigerador industrial en acero	1	
mesones industriales en acero	2	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo sin entrepaño • Medidas 140 x 60 cm
mesón poceta industrial en acero	1	<ul style="list-style-type: none"> • Acero Inoxidable • Tipo de instalación: Sobreponer • Medidas: 100x52 centímetros • Profundidad de la poceta: 13.7 centímetros
Balanza electrónica	2	<ul style="list-style-type: none"> • peso mínimo: 0.005 kg • peso máximo: 40 kg • base y estructura metálica. • medidas de la base: 35cm x 23cm • 3 visores: peso unitario y total • bandeja de acero inox. 22.5 x 35cm • doble visor led rojo super visible • burbuja de nivel para estabilidad • 7 memorias para precios • suma hasta 99 operaciones • función TARA • teclado de goma táctil • dimensiones: 35x23.5x12cm • funciona con batería. • 110v y 220v.
Aditamento Molino y Embutidor para Carnes en Metal	3	El Aditamento Molino y Embutidor para Carnes en Metal KitchenAid aborda los ingredientes más desafiantes con resultados excepcionales con rapidez y facilidad, ya que sus muelas en Acero Inoxidable trituran carne fresca para salchichas y embutidos

Cuadro 25. Muebles y enseres operativos o de producción

ACTIVO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES
Extintores multipropósito	5	Capacidad de 20 Lb
botiquín equipado	2	184 piezas de primeros auxilios que incluyan tijera, pinza, vendaje, cinta adhesiva, torniquete, almohadilla de algodón, almohadilla de yodo, tiras adhesivas, membrana respiratoria, manta y bolsa de almacenamiento. La bolsa de almacenamiento con cremallera totalmente abierta, fácil de conseguir las herramientas en condiciones de emergencia. Bolsa de almacenamiento resistente al agua con múltiples Ranura de malla hace que los artículos estén bien organizados. Tamaño compacto y ligero para fácil transporte y almacenamiento. Perfecto para interiores y exteriores, como casa, viaje, camping, emergencia, barco, bicicleta, camping, senderismo, coche, etc.
Señalización	10	Señalización en poliestireno calibre 20, medidas: 30 x 15 cm c/u.
Kit Cuchillos profesionales	2	Acero Inoxidable 6pc
Poncheras	5	Marca imusa, capacidad de 20 Lt
Canasta	10	Marca AGROTUTTI, modelo CARULLERA y con un tamaño de 53 cm x 30 cm x 35 cm.
Set de cucharones	2	Modelo Acero
Estantería	3	Modelo metálico

Cuadro 26. Herramientas, repuestos y accesorios

ACTIVO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES
KIT DE HERRAMIENTAS	1	129 piezas Alluma Tools 129B 1 llave ajustable de 6" 1 pinza de punta larga 6" 1 cortafrío 6" 1 martillo de uña 8oz 1 nivel 9" 16 llaves hexagonales: 8PCS: 1.5-2-2.5-3-4-5-5.5-6mm 8PCS: 1/16 "5/64" 3/32 "1/8" 5/32 "3/16" 7/32 "1/4" 1 bisturí 1 cinta métrica 3.5M

	4 destornillador de precisión (-) (+) 2.4-3.0mm 1 pinza pelacables de 8" 1 destornillador de trinquete ratchet 20 puntas de destornillador: 10PCS: T10-T15-T20-T25-H3-H4-H5-S1-S2-AD 10PCS: (-) 3-4-5-PH0-PH1-PH2-PH3-PZ0-PZ1-PZ2 80 sujetadores surtidos 1 estuche
--	--

3.2.5.3. Materiales, insumos o mercancías.

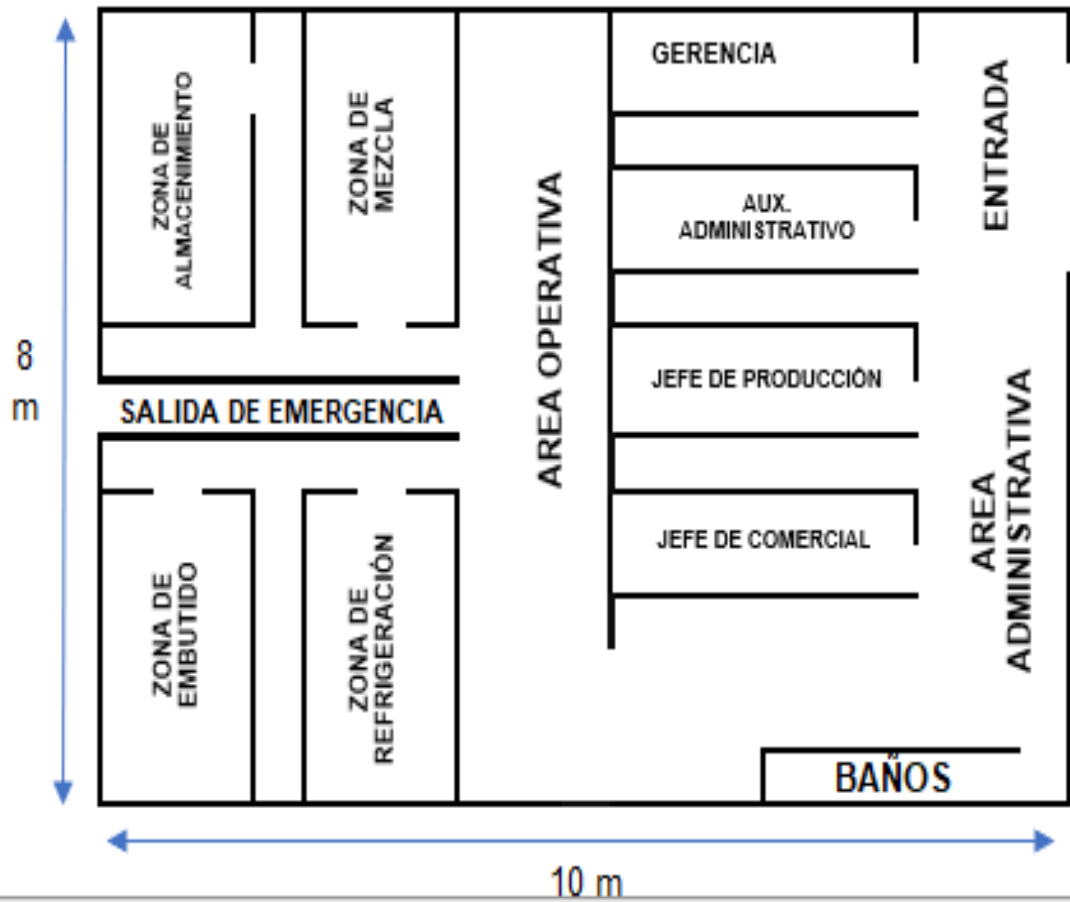
Representan las materias primas necesarias para la elaboración de los salchichones con mollejas de pollo:

Cuadro 27. Materiales directos, Insumos o mercancía para la venta

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD POR UNIDAD	CANTIDAD AÑO 1
tocino de cerdo	KILO	0,1300	4.936
pechuga de pollo	KILO	0,1500	5.695
mollejas de pollo	KILO	0,5000	18.984
harina de trigo	BULTO 25 KILOS	0,0100	380

3.2.6. Distribución de planta

Ilustración 2. Distribución planta



Cuadro 28. Medidas de la plantación

ÁREA	METROS CUADRADOS
Área administrativa	27,00
Baño	3,00
Área operativa	37,50
salida de emergencia	4,00
Pasillos	8,50
TOTAL	80,00

3.2.7. Localización.

3.2.7.1. Macro localización.

La empresa estará ubicada en el departamento del Cesar, específicamente en la ciudad de Valledupar, Cesar que ha demostrado proyecciones con un pronunciado crecimiento industrial y comercial. Se selecciona este departamento por las siguientes razones:

- Existen criaderos de pollos que facilitan obtener la materia prima de calidad y a buen precio, lo cual optimiza los costos de producción de salchichones y maximiza la rentabilidad.
- Los bajos costos tributarios, pues el valor de impuesto predial, industrial y comercial son relativamente bajos con relación a otros municipios con el mismo nivel de industrialización y desarrollo.

De otro lado el desarrollo social, económico, industrial en Valledupar, Cesar así como sus condiciones ambientales son un factor importante para el crecimiento de cualquier tipo de industria, de forma específica Valledupar ha tenido en los últimos años un crecimiento población favorable, su estrategia de ubicación y su clima hacen de Valledupar un lugar perfecto para invertir, la mayor parte de las actividades comerciales, proviene del comercio y de la palma de aceite, los cuales convierten a Valledupar es un municipio con alta comercialización.

3.2.7.2. Micro localización.

En este caso fue necesario realizar un análisis de los factores críticos que presentan ventajas y desventajas para el desarrollo productivo de la empresa. De esta forma los factores tenidos en cuenta fueron los siguientes:

- Cercanía a las materias primas

- Cercanía a los consumidores
- Servicios públicos disponibles
- Vías de acceso
- Disponibilidad de adecuación de la planta

El proceso que permitió el análisis cualitativo y cuantitativo de dichos factores requirió de dos fases:

1. Definición de posibilidad de localización, el lugar que se adecua para la zona de plantación la ciudad de Valledupar, Cesar.
2. La evaluación de las condiciones de los factores: para la determinar la ubicación optima de la planta después de definidos los factores claves se utiliza el método de puntos se selección para cuantificar dichos factores: Ponderación y puntuación de factores y grados: a cada factor se le asigna un puntaje, que se distribuye entre sus grados y se le asigna una ponderación.

Cuadro 29. Factores de localización.

FACTOR	PESO	CALIFICACIÓN		
		UBICACIÓN 1	UBICACIÓN 2	UBICACIÓN 3
Necesidad de remodelación	15%	300,00	50,00	100,00
Área disponible	25%	200,00	50,00	25,00
Zona de parqueo	20%	150,00	50,00	100,00
Canon de arrendamiento	10%	150,00	100,00	150,00
Facilidad de acceso para clientes	30%	200,00	25,00	100,00
TOTALES	100%	200,00	47,50	86,25

3.2.8. Control de calidad.

- Para el almacenamiento de las carnes se realizará una inspección de las poncheras industriales donde se van almacenar.

- En la refrigeración se vigilarán los grados de enfriamiento.
- Para la limpieza y corte de las carnes, se utilizarán todos los elementos necesarios para la manipulación de alimentos como guantes, tapabocas, delantal, botas; no utilizar accesorios, maquillaje y estar con el cabello recogido.
- Verificación de las carnes que no contengan huesos para molerlas.
- Para la mezcla de las carnes se inspeccionará que todo se agregue conforme a los tiempos.

3.3. CAPACIDAD DEL PROYECTO

Teniendo una demanda del producto de 677946 unidades de 900 gr, se realizan las siguientes capacidades:

3.3.1. Capacidad total diseñada por línea de producto.

Es la capacidad o volumen de producción que puede llegar a tener la maquinaria y que al momento de ser fabricada, su productor, la diseñó para llegar a operar a ese nivel máximo de producción y de ninguna manera se puede incrementar de ese nivel.

Cuadro 30. Capacidad total diseñada

Días/año	365
Jornadas	3
Operarios	5
Horas/año	43.800
Tiempo de ciclo/horas	0,0337
Productos/año	1.299.236

1.443.596 unidades de
900 gramas

3.3.2. Capacidad instalada.

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección; puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos, etc.

Cuadro 31. Capacidad Instalada

CAPACIDAD INSTALADA	
Días/año	288
Jornadas	1
Operarios	5
Horas/año	11.520
Tiempo de ciclo/horas	0,0337
Productos/año	341.717

379.685 unidades de 900gr al año.

3.3.3. Capacidad utilizada y proyectada.

Cuadro 32. Capacidad utilizada y proyectada

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad diseñada	1.443.596				
Capacidad instalada	379.685	379.685	379.685	379.685	379.685
Porcentaje de utilización de la Capacidad instalada	10%	12%	14%	16%	18%
Capacidad utilizada y proyectada	37.969	45.562	53.156	60.750	68.343
Porcentaje de Participación en el mercado	6,00%	7,09%	8,15%	9,18%	10,17%

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1. FORMA DE CONSTITUCIÓN

CARNES FRÍAS L&L, contará con una sociedad de responsabilidad limitada regulada en Colombia por el código de comercio a partir del artículo 353 hasta la 372, la cual trata de que la responsabilidad de los socios está limitada al monto de sus aportes, de modo que no responden solidaria e ilimitadamente con su patrimonio.²²

VENTAJAS²³

La cifra del capital mínimo más pequeña

Con un capital mínimo de 3.000 euros puedes poner en marcha tu S.L. (Frente a los 60.000 euros de la S. Anónima)

La responsabilidad de los socios limitada a su aportación social

Tu responsabilidad se limita al capital aportado, sin tener por tanto ninguna implicación en el patrimonio personal.

Tu patrimonio estará protegido salvo que el banco te solicite un aval personal o si hubiera mala fe o delito.

Transmisión de las participaciones, limitada

Pudiendo los socios de la S.L. ejercer un derecho de suscripción preferente ante la salida de alguno de ellos.

En una S.A. solo si consta en los estatutos habrá límites en la transmisión.

²² gerencia.com. sociedad de responsabilidad limitada. [en línea]. <<https://acortar.link/IMoJv1>> [citado en 15 de octubre de 2021]

²³ ana cabezas. ventajas y desventajas de la sociedad de responsabilidad limitada. [en línea]. <<https://acortar.link/G857m>> [citado en 27 de noviembre de 2018]

Trámites de constitución más sencillos

Su constitución es más simple y económica que en una anónima.

Por ejemplo, los estatutos sociales pueden estar integrados en la escritura de constitución o la puedes abrir por Internet en pocos días.

Menor complejidad en su funcionamiento

El régimen jurídico de la SL es mucho más sencillo que la SA.

La responsabilidad recae solo a los administradores, no frente a los socios.

Desembolso del capital social

Debe de estar desembolsado el 100 % del capital desde el principio.

Frente a una SA que solo habrá que hacer desembolso inicial del 25%.

Se pueden crear solo con un socio

En cuyo caso será una sociedad unipersonal.

En una cooperativa debe haber un mínimo de 3 socios.

Las aportaciones serán solo susceptibles de valoración económica

Pudiendo ser tanto dinero como bienes.

En una SA las aportaciones no dinerarias precisan un informe experto.

Da una imagen más profesional que el empresario individual

Si la empresa toma volumen, la fiscalidad de sociedades puede ser mejor que la de renta y tener acceso a ayudas y subvenciones.

Podrás contratar personal y todos los gastos de la empresa minorarán el beneficio por el que paga impuestos.

DESVENTAJAS²⁴

Y estas ventajas también se pueden ver como inconvenientes o desventajas dependiendo de las circunstancias de la empresa en cuestión:

La cifra de capital mínimo más pequeña

Con 3.000 euros puedes poner en marcha tu SL.

Si se aporta por el mínimo, el capital puede ser insuficiente para llevar adelante la actividad y no dar solidez a la banca para financiar.

La responsabilidad los socios limitada a su aportación social

No implica el patrimonio personal de los socios, solo puede perder su aportación.

La garantía limitada es un obstáculo para los acreedores de la sociedad y esto puede llevar a cuestionarse financiarla.

Transmisión de las participaciones, limitada

Los socios están identificados y no hay libertad para transmitir las participaciones.

La sociedad no puede cotizar en bolsa y al no existir mercado regulado el precio de venta la ponen los socios, hay la obligación de llevar un libro de socios.

Trámites de constitución más sencillos

Su constitución es más simple y económica que en una anónima pero no exenta de burocracia.

Es un poco más ágil y económica, pero debe de ser escriturada y registrada tanto la constitución como la transmisión de participaciones sociales.

Menor complejidad en su funcionamiento

²⁴ ana cabezas. ventajas y desventajas de la sociedad de responsabilidad limitada. [en línea]. <<https://acortar.link/G857m>> [citado en 27 de noviembre de 2018]

El régimen jurídico de la SL es mucho más sencillo pero el administrador tiene prohibición de competencia (Salvo autorización expresa de la Junta)

Desembolso del capital social

Obligación de desembolsar el 100 % del desde el mismo momento de constitución.

Si la actividad no se inicia en el momento de la constitución, los fondos de los socios estarán inmovilizados en la SL.

Se pueden crear solo con un socio

En cuyo caso será una sociedad unipersonal.

Si bien si la Sociedad es Unipersonal se tiene que hacer constar que lo es. La SL no puede emitir obligaciones.

Las aportaciones serán solo susceptibles de valoración económica

Pudiendo ser tanto dinero como bienes.

No es posible la aportación no susceptible de valoración económica.

Da una imagen más profesional que el empresario individual

Pero pasará a tener todas las obligaciones de una empresa en cuanto a trámites burocráticos, fiscalidad y otras.

Conlleva obligaciones como llevar la contabilidad, liquidar trimestralmente impuestos, hacer depósito de cuentas y otras.

4.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.2.1. Misión.

CARNES FRÍAS L&L, es una organización que busca satisfacer las necesidades alimenticias y nutricionales de los consumidores, a través de la elaboración de embutidos a base de mollejas de pollo, enfocados siempre en el cumplimiento de

las normas y estándares de calidad a nivel alimenticio, para tal fin cuenta con una tecnología sobresaliente y un equipo humano competente y comprometido con el objeto social de la organización.

4.2.2. Visión.

Para el 2030 CARNES FRIAS L&L se convertirá en una empresa sostenible en el mercado de la ciudad de Valledupar, cesar, haciendo presencia en las tiendas regionales, compitiendo con responsabilidad, honestidad y un equipo comprometido con el servicio y atención al cliente; tendremos una tecnología excelente que nos ayudará a producir la meta esperada.

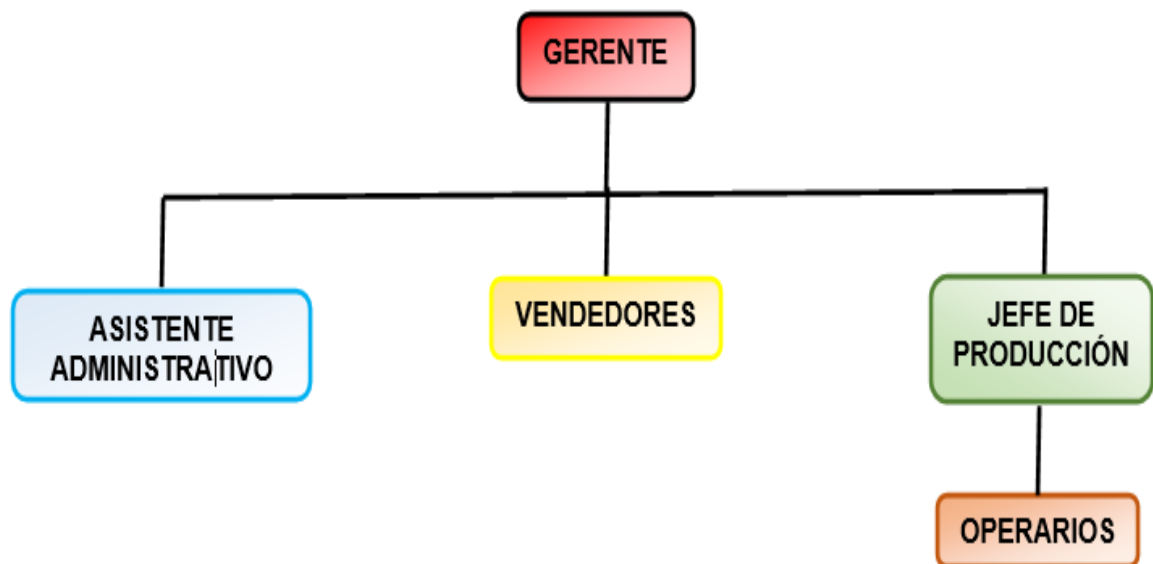
4.2.3. Valores Corporativos.

- **Responsabilidad:** Seremos una empresa responsable con nuestros clientes, con nuestros trabajadores y con el medio ambiente, procurando la calidad en nuestros productos para los clientes, en nuestro trato y obligaciones con los trabajadores y en la preservación del medio ambiente.
- **Equidad:** Todas las personas vinculadas a la microempresa merecen el mismo trato y respeto sin importar su condición social, política o religiosa.
- **Identidad:** La identidad de nuestros trabajadores (cliente interno) con la empresa y el producto que se ofrece, así como total identificación del consumidor por hacer parte los embutidos de molleja “CARNES FRÍAS L&L” al adquirirlas.
- **Respeto al medio ambiente:** Mediante el control de producción en las materias primas e insumos utilizados para procesar el embutido de molleja, así como un control de desperdicios que minimice el riesgo ambiental de contaminación.
- **Creatividad:** capacidad de generar ideas y conceptos nuevos en nuestros productos, la cual habitualmente brindan soluciones originales.

- **Calidad del Servicio al cliente:** Para el embutido “CARNES FRÍAS L&L” es primordial la calidad tanto de los productos terminados como la entrega total y confiable del mismo en buen estado y a tiempo.
- **Trabajo en equipo:** Promulgar constantemente el apoyo entre personas y la interacción que conduzca a una mayor productividad mediante el cumplimiento de metas y objetivos trazados.
- **Honestidad:** Seremos una empresa que actúa bajo la justicia, evitando al máximo incurrir en acciones que van en contra de los perjuicios que puedan ocasionarse a nuestros colaboradores y clientes.

4.2.4. Organigrama.

Ilustración 3. Organigrama



3.1.1. Asignación salarial.

Una asignación de salario es una deducción del pago de un empleado, que puede usarse para pagar deudas o para pagar manutención de hijos o cónyuge. Algunos préstamos estipulan una asignación salarial en caso de que no realicen pagos puntuales para pagar el préstamo. En este caso, si el préstamo no se paga, el dinero se deduce del cheque de pago de un empleado, ya sea una suma específica o un porcentaje de las ganancias para cobrar las deudas adeudadas.

Cuadro 33. Talento humano

CARGO	SUELDO	SUBSIDIO TRANSPORTE	ÁREA	TIPO DE CONTRATO	Nº PUESTOS
Gerente	\$ 1.800.000		Administrativa	Fijo	1
Asistente Administrativo	\$ 1.000.000	\$ 117.172	Administrativa	Fijo	1
Vendedores	\$ 1.200.000		Comercial	Fijo	2
jefe de producción	\$ 1.300.000		Operativa		1
Operarios	\$ 1.000.000	\$ 117.172	Operativa	Fijo	5

5. ESTUDIO FINANCIERO

Las proyecciones se realizarán a precios constantes (del año de referencia donde comience el proyecto, aumentando únicamente las unidades producidas o los servicios prestados; estas proyecciones serán para un periodo mínimo de 5 años.

5.1. INVERSIONES FIJA Y DIFERIDA

Las Inversiones del Proyecto, son todos los gastos que se efectúan en unidad de tiempo para la adquisición de determinados Factores o medios productivos, los cuales permiten implementar una unidad de producción que a través del tiempo genera Flujo de beneficios.

5.1.1. Inversión Fija.

Son aquellas que permanecen inmovilizadas durante la operación de la empresa y corresponden a los bienes tangibles, que son adquiridos generalmente al inicio del proyecto y por única vez. Tienen una vida de largo plazo y están sujetos a la depreciación y obsolescencia que les impone la Ley del Impuesto Sobre la Renta.

Las inversiones realizadas bajo este rubro, incluyen las compras de: maquinaria y equipo, equipo de oficina, herramientas, muebles y enseres, etc.

Cuadro 34. Equipo de Oficina

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
aire acondicionado	2	\$ 1.379.000	\$ 2.758.000	\$ 391.600	\$ 800.000
Kit de cámaras de seguridad	2	\$ 850.000	\$ 1.700.000	\$ 270.000	\$ 350.000
Escritorios	2	\$ 420.000	\$ 840.000	\$ 104.000	\$ 320.000
sillas de espera (5 puestos)	1	\$ 520.000	\$ 520.000	\$ 44.000	\$ 300.000
silla gerenciales y secretarias	2	\$ 360.000	\$ 720.000	\$ 104.000	\$ 200.000

TOTALES	\$ 6.538.000	\$ 913.600	\$ 1.970.000
---------	--------------	------------	--------------

Cuadro 35. Equipo de computación y comunicación

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Computador de escritorio	2	\$ 1.458.900	\$ 2.917.800	\$ 443.560	\$ 700.000
Computador portátil	1	\$ 1.599.990	\$ 1.599.990	\$ 239.998	\$ 400.000
impresoras laser	1	\$ 839.600	\$ 839.600	\$ 107.920	\$ 300.000
Telefono inalambrico	2	\$ 104.900	\$ 209.800	\$ 37.960	\$ 20.000
TOTALES			\$ 5.567.190	\$ 829.438	\$ 1.420.000

Cuadro 36. Maquinaria y equipo

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
refrigerador industrial en acero	1	\$ 11.500.000	\$ 11.500.000	\$ 2.240.000	\$ 300.000
mesones industriales en acero	2	\$ 680.000	\$ 1.360.000	\$ 242.000	\$ 150.000
meson poceta industrial en acero	1	\$ 301.000	\$ 301.000	\$ 40.200	\$ 100.000
Balanza electronica	2	\$ 189.000	\$ 378.000	\$ 45.600	\$ 150.000
Aditamento Molino y Embutidor para Carnes en Metal	3	\$ 409.900	\$ 1.229.700	\$ 205.940	\$ 200.000
TOTALES			\$ 14.768.700	\$ 2.773.740	\$ 900.000

Cuadro 37. Muebles y enseres operativos o de producción

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Extintores multipropósito	5	\$ 75.000	\$ 375.000	\$ 69.000	\$ 30.000
botiquin equipado	2	\$ 85.000	\$ 170.000	\$ 27.000	\$ 35.000
Señalización	10	\$ 5.000	\$ 50.000	\$ 9.900	\$ 500
Kit Cuchillos Chef Profesional Acero Inoxidable 6pc	2	\$ 350.000	\$ 700.000	\$ 90.000	\$ 250.000
baldes	5	\$ 8.000	\$ 40.000	\$ 7.800	\$ 1.000
canasta	10	\$ 10.000	\$ 100.000	\$ 19.800	\$ 1.000
Set de cucharas	2	\$ 86.000	\$ 172.000	\$ 28.400	\$ 30.000
estanteria	3	\$ 230.000	\$ 690.000	\$ 118.000	\$ 100.000
TOTALES			\$ 2.297.000	\$ 369.900	\$ 447.500

Cuadro 38. Herramientas

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Kit Cuchillos Chef Profesional Acero Inoxidable 6pc	3	\$ 95.300	\$ 285.900	\$ 0	\$ 0
TOTALES			\$ 285.900	\$ 0	\$ 0

Cuadro 39. inversión fija

ACTIVO	VALOR TOTAL
Equipo de oficina	\$ 6.538.000
Equipo de computación y comunicación	\$ 5.567.190
Maquinaria y equipo	\$ 14.768.700
Terreno	\$ 0
Construcciones y edificaciones	\$ 0
Muebles y enseres operativos	\$ 2.297.000
Herramientas, repuestos y accesorios	\$ 285.900
Inventario de mercancía	
TOTAL INVERSIÓN FIJA	\$ 29.456.790

5.1.2. Inversión diferida.

En este apartado se relacionan todas las erogaciones de dinero que se deben realizar antes de la puesta en marcha de la empresa y que son necesarias para su funcionamiento; comprende los gastos pre operativos, como son: el estudio de factibilidad, los derechos notariales por constitución de la sociedad o escritura de constitución, el pago de estudio de nombre y registro en la Cámara de Comercio, la publicidad de lanzamiento, solicitud del código de barras, licencia de funcionamiento expedida por la Alcaldía Municipal, registros y licencias entre otros gastos.

Cuadro 40. Inversión diferida

CONCEPTO	VALOR
Estudio de Factibilidad	\$ 2.000.000
Licencia de funcionamiento	\$ 1.300.000
Registro sanitario	\$ 890.000
Escritura de Constitución	\$ 700.000
Registro de libros y documentos	\$ 650.000
Estudio impacto ambiental	\$ 2.500.000
Diseño del SG-SST	\$ 3.200.000
Otro software	\$ 0
Software contable	\$ 1.750.000
Adecuaciones-Remodelaciones	\$ 6.000.000
Publicidad Lanzamiento	\$ 11.100.000
Diseño de identidad corporativa	\$ 750.000
Diseño del sitio web o tienda virtual	\$ 850.000
Patentes	\$ 1.472.000
Registro de marca	\$ 434.625
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA	\$ 33.596.625
Amortización anual	\$ 6.719.325
Amortización mensual	\$ 559.944

El monto de la inversión diferida a realizar, es de \$ 33.596.625 millones de pesos, por lo que contribuye con el 12,1%, de la inversión total. A su vez, esta inversión diferida se llevará a cabo mediante la aportación de los socios nuevos que invertirán el 45,94% de la inversión total, que es la cantidad de \$ 127.466.699 millones de pesos mcte y mediante crédito bancario, 43,25% el cual se detallará en el punto del financiamiento, 120.000.000 millones de pesos mcte.

5.2. COSTOS Y GASTOS

5.2.1. Costos de producción

5.2.1.1. Costos fijos. (Arriendo, depreciación maquinaria y equipos, seguros, MOI, y otros)

Cuadro 41. Prorratio de Costos y Gastos de Arriendo

RUBRO	PORCENTAJE COSTO	PORCENTAJE GAV	VALOR MES
Arriendo	80%	20%	\$ 1.500.000
Acueducto	80%	20%	\$ 300.000
Energía	80%	20%	\$ 1.600.000
Gas	100%	0%	\$ 480.000
Teléfono	0%	100%	\$ 80.000
Depreciación Construcciones y edificaciones		100%	\$ 0
Mitigación impacto ambiental	80%	20%	\$ 1.000.000
Internet	0%	100%	\$ 68.000
Seguros	75%	25%	\$ 780.000

Cuadro 42. Costos fijos.

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
Arriendo	\$ 1.200.000	\$ 14.400.000
Seguros	\$ 585.000	\$ 7.020.000
Teléfono	\$ 0	\$ 0
Internet	\$ 0	\$ 0
Jefe de producción (MOI)	\$ 2.038.823	\$ 24.465.870
Mitigación impacto ambiental	\$ 800.000	\$ 9.600.000
Depreciación operativa	\$ 261.970	\$ 3.143.640

Otro	\$ 0	\$ 0
TOTALES	\$ 4.885.793	\$ 58.629.510

Cuadro 43. Factor prestacional %

CARGO	PORCENTAJE	JEFE DE PRODUCCIÓN
SUELDO		\$ 1.300.000
SUB.TRANSP		\$ 0
Cesantías	8,333%	\$ 108.329
Intereses a las Cesantías	1,000%	\$ 13.000
Prima de servicios	8,333%	\$ 108.329
Vacaciones	4,167%	\$ 54.165
Salud	8,500%	\$ 110.500
Pensión	12,000%	\$ 156.000
ARL	0,500%	\$ 6.500
SENA	2,000%	\$ 26.000
ICBF	3,000%	\$ 39.000
Caja de compensación	4,000%	\$ 52.000
Dotación	5,000%	\$ 65.000
SALARIO REAL		\$ 2.038.823
COSTO TOTAL MOI		\$ 24.465.870

5.2.1.2. Costos variables.

Cuadro 44. Materia prima.

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD AÑO 1	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
tocino de cerdo	KILO	494	\$ 7.000	\$ 3.455.134
pechuga de pollo	KILO	570	\$ 7.400	\$ 4.214.504
mollejas de pollo	KILO	1.898	\$ 7.800	\$ 14.807.715
harina de trigo	BULTO 25 KILOS	380	\$ 40.000	\$ 15.187.400
COSTO TOTAL ISNUMOS O MATERIA PRIMA				\$ 960.947.712

Cuadro 45. Materiales indirectos

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD AÑO 1	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
humo liquido	GALÓN	38	\$ 15.000	\$ 569.528

celulosas	PAQUETE 100 m	228	\$ 10.000	\$ 2.278.110
amarres	ROLLO 100m	38	\$ 6.000	\$ 227.811
sal de nitro	KILO	76	\$ 12.500	\$ 949.213
Adobo cervecero	KILO	1.519	\$ 13.200	\$ 20.047.368
COSTO TOTAL MATERIALES INDIRECTOS				\$ 24.072.029

Cuadro 46. Costos variables.

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
MOD	\$ 8.555.393	\$ 102.664.715
Materiales directos	\$ 3.138.729	\$ 37.664.752
Materiales indirectos	\$ 2.006.002	\$ 24.072.029
Acueducto	\$ 240.000	\$ 2.880.000
Energía	\$ 1.280.000	\$ 15.360.000
Gas	\$ 480.000	\$ 5.760.000
Mantenimiento de maquinaria y equipo	\$ 72.298	\$ 867.580
Flete de transporte de materia prima	\$ 960.000	\$ 11.520.000
TOTALES	\$ 16.732.423	\$ 200.789.076

5.2.1.3. Costos totales de producción,

Cuadro 47. Costos totales.

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
COSTOS FIJOS	\$ 4.885.793	\$ 58.629.510
COSTOS VARIABLES	\$ 16.732.423	\$ 200.789.076
TOTALES	\$ 21.618.215	\$ 259.418.586

5.2.2. Gastos de administración y ventas

Cuadro 48. Gastos del personal de administración.

CARGO	PORCENTAJE	Gerente	Asistente Administrativo
SUELDO		\$ 1.800.000	\$ 1.000.000
SUB.TRANSP		\$ 0	\$ 117.172
Cesantías	8,333%	\$ 149.994	\$ 93.094
Intereses a las Cesantías	1,000%	\$ 18.000	\$ 11.172

Prima de servicios	8,333%	\$ 149.994	\$ 93.094
Vacaciones	4,167%	\$ 74.997	\$ 46.547
Salud	8,500%	\$ 153.000	\$ 85.000
Pensión	12,000%	\$ 216.000	\$ 120.000
ARL	0,500%	\$ 9.000	\$ 5.000
SENA	2,000%	\$ 36.000	\$ 20.000
ICBF	3,000%	\$ 54.000	\$ 30.000
Caja de compensación	4,000%	\$ 72.000	\$ 40.000
Dotación	5,000%	\$ 90.000	\$ 50.000
SALARIO REAL		\$ 2.822.985	\$ 1.711.079
Nº DE PUESTOS		1	1
COSTO TOTAL NÓMINA	\$ 54.408.763	\$ 33.875.820	\$ 20.532.943

Cuadro 49. Gastos del personal de ventas.

CARGO	PORCENTAJE	Vendedores
SUELDO		\$ 1.200.000
SUB.TRANSP		\$ 0
Cesantías	8,333%	\$ 99.996
Intereses a las Cesantías	1,000%	\$ 12.000
Prima de servicios	8,333%	\$ 99.996
Vacaciones	4,167%	\$ 49.998
Salud	8,500%	\$ 102.000
Pensión	12,000%	\$ 144.000
ARL	0,500%	\$ 6.000
SENA	2,000%	\$ 24.000
ICBF	3,000%	\$ 36.000
Caja de compensación	4,000%	\$ 48.000
Dotación	5,000%	\$ 60.000
SALARIO REAL		\$ 1.881.990
Nº DE PUESTOS		2
COSTO TOTAL NÓMINA	\$ 45.167.760	\$ 45.167.760

5.2.2.1. Gastos fijos de administración y ventas

Cuadro 50. Gasto fijo de administración y venta

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Nómina administrativa	\$ 4.534.064	\$ 54.408.763
Arriendo	\$ 300.000	\$ 3.600.000
Acueducto	\$ 60.000	\$ 720.000
Energía	\$ 320.000	\$ 3.840.000
Gas	\$ 0	\$ 0

Teléfono	\$ 80.000	\$ 960.000
Internet	\$ 68.000	\$ 816.000
Administración redes sociales	\$ 150.000	\$ 1.800.000
Mantenimiento del sitio web o tienda virtual	\$ 20.000	\$ 240.000
Nombre de dominio	\$ 6.738	\$ 80.850
Hosting o servidor	\$ 23.333	\$ 280.000
Certificado de seguridad (SSL)	\$ 41.666	\$ 499.992
Licencias tecnológicas	\$ 0	\$ 0
Seguros	\$ 195.000	\$ 2.340.000
Publicidad operativa	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000
Contador	\$ 600.000	\$ 7.200.000
Asesoría SG-SST	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Papelería	\$ 25.000	\$ 300.000
Cafetería	\$ 86.600	\$ 1.039.200
Mitigación impacto ambiental	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Matrícula mercantil	\$ 11.792	\$ 141.500
Amortización de diferidos	\$ 559.944	\$ 6.719.325
Depreciaciones administrativas	\$ 147.920	\$ 1.775.038
TOTALES	\$ 9.630.056	\$ 115.560.668

5.2.2.2. Gastos variables de administración y ventas

Cuadro 51. Gasto variable de administración y venta

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gastos de representación	\$ 0	\$ 0
Nómina de ventas	\$ 3.763.980	\$ 45.167.760
Comisiones de ventas	\$ 0	\$ 0
TOTALES	\$ 3.763.980	\$ 45.167.760

5.2.2.3. Gastos totales de administración y ventas

Cuadro 52. Gastos totales de administración y ventas

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gastos fijos	\$ 9.630.056	\$ 115.560.668
Gastos variables	\$ 3.763.980	\$ 45.167.760
Total	\$ 13.394.036	\$ 160.728.428

5.3. CAPITAL DE TRABAJO.

En base al estudio de mercado, se determina el importe del capital de trabajo a invertir bajo éste rubro, estimando sus necesidades en 6 meses, expresadas en los recursos monetarios, desde el inicio del proceso productivo hasta la generación de ingresos propios.

5.3.1. Periodo de capital de trabajo.

Cuadro 53. Capital de trabajo.

CONCEPTO	VALOR
Costos totales de producción	\$ 129.709.293
Gastos de administración y ventas	\$ 80.348.214
Gastos financieros	\$ 10.158.779
Menos Depreciaciones	-\$ 2.443.339
Menos Amortización diferidos	-\$ 3.359.663
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 214.413.284

5.3.2. Estructura del crédito.

5.3.2.1. Amortización del crédito.

En este caso la amortización de crédito, se tuvo en cuenta lo siguiente:

- La cuota mensual se fija en pesos durante todo el plazo del crédito, que equivale a 60 meses con un pago de \$ 3.008.179 millones de pesos, con un préstamo de 120.000.000 millones de pesos.
- El abono a capital es menor al principio del crédito, que en el primer mes se pagaría \$ 1.268.179 millones de pesos y finalizando en el 60 mes \$ 2.965.184 millones de pesos.
- El saldo de la deuda disminuye desde el primer pago, pero en menor proporción debido a que el abono a capital es menor y se tiene en el primer mes un saldo

de \$ 118.731.821 millones de pesos, y en el mes 12 teniendo \$ 103.507.586 millones de pesos.

Cuadro 54. Amortización del crédito.

Préstamo	\$ 120.000.000	Interés mensual		1,45%
Periodo	60	Valor cuota mensual		3.008.179
PERIODO	CAPITAL	INTERESES	CUOTA MENSUAL	SALDO
1	\$ 1.268.179	\$ 1.740.000	\$ 3.008.179	\$ 118.731.821
2	\$ 1.286.568	\$ 1.721.611	\$ 3.008.179	\$ 117.445.253
3	\$ 1.305.223	\$ 1.702.956	\$ 3.008.179	\$ 116.140.030
4	\$ 1.324.149	\$ 1.684.030	\$ 3.008.179	\$ 114.815.881
5	\$ 1.343.349	\$ 1.664.830	\$ 3.008.179	\$ 113.472.532
6	\$ 1.362.827	\$ 1.645.352	\$ 3.008.179	\$ 112.109.705
7	\$ 1.382.588	\$ 1.625.591	\$ 3.008.179	\$ 110.727.117
8	\$ 1.402.636	\$ 1.605.543	\$ 3.008.179	\$ 109.324.481
9	\$ 1.422.974	\$ 1.585.205	\$ 3.008.179	\$ 107.901.507
10	\$ 1.443.607	\$ 1.564.572	\$ 3.008.179	\$ 106.457.900
11	\$ 1.464.539	\$ 1.543.640	\$ 3.008.179	\$ 104.993.361
12	\$ 1.485.775	\$ 1.522.404	\$ 3.008.179	\$ 103.507.586
	\$ 16.492.414	\$ 19.605.734	\$ 36.098.148	
13	\$ 1.507.319	\$ 1.500.860	\$ 3.008.179	\$ 102.000.267
14	\$ 1.529.175	\$ 1.479.004	\$ 3.008.179	\$ 100.471.092
15	\$ 1.551.348	\$ 1.456.831	\$ 3.008.179	\$ 98.919.744
16	\$ 1.573.843	\$ 1.434.336	\$ 3.008.179	\$ 97.345.901
17	\$ 1.596.663	\$ 1.411.516	\$ 3.008.179	\$ 95.749.238
18	\$ 1.619.815	\$ 1.388.364	\$ 3.008.179	\$ 94.129.423
19	\$ 1.643.302	\$ 1.364.877	\$ 3.008.179	\$ 92.486.121
20	\$ 1.667.130	\$ 1.341.049	\$ 3.008.179	\$ 90.818.991
21	\$ 1.691.304	\$ 1.316.875	\$ 3.008.179	\$ 89.127.687
22	\$ 1.715.828	\$ 1.292.351	\$ 3.008.179	\$ 87.411.859
23	\$ 1.740.707	\$ 1.267.472	\$ 3.008.179	\$ 85.671.152
24	\$ 1.765.947	\$ 1.242.232	\$ 3.008.179	\$ 83.905.205
	\$ 19.602.381	\$ 16.495.767	\$ 36.098.148	

25	\$ 1.791.554	\$ 1.216.625	\$ 3.008.179	\$ 82.113.651
26	\$ 1.817.531	\$ 1.190.648	\$ 3.008.179	\$ 80.296.120
27	\$ 1.843.885	\$ 1.164.294	\$ 3.008.179	\$ 78.452.235
28	\$ 1.870.622	\$ 1.137.557	\$ 3.008.179	\$ 76.581.613
29	\$ 1.897.746	\$ 1.110.433	\$ 3.008.179	\$ 74.683.867
30	\$ 1.925.263	\$ 1.082.916	\$ 3.008.179	\$ 72.758.604
31	\$ 1.953.179	\$ 1.055.000	\$ 3.008.179	\$ 70.805.425
32	\$ 1.981.500	\$ 1.026.679	\$ 3.008.179	\$ 68.823.925
33	\$ 2.010.232	\$ 997.947	\$ 3.008.179	\$ 66.813.693
34	\$ 2.039.380	\$ 968.799	\$ 3.008.179	\$ 64.774.313
35	\$ 2.068.951	\$ 939.228	\$ 3.008.179	\$ 62.705.362
36	\$ 2.098.951	\$ 909.228	\$ 3.008.179	\$ 60.606.411
	\$ 23.298.794	\$ 12.799.354	\$ 36.098.148	
37	\$ 2.129.386	\$ 878.793	\$ 3.008.179	\$ 58.477.025
38	\$ 2.160.262	\$ 847.917	\$ 3.008.179	\$ 56.316.763
39	\$ 2.191.586	\$ 816.593	\$ 3.008.179	\$ 54.125.177
40	\$ 2.223.364	\$ 784.815	\$ 3.008.179	\$ 51.901.813
41	\$ 2.255.603	\$ 752.576	\$ 3.008.179	\$ 49.646.210
42	\$ 2.288.309	\$ 719.870	\$ 3.008.179	\$ 47.357.901
43	\$ 2.321.489	\$ 686.690	\$ 3.008.179	\$ 45.036.412
44	\$ 2.355.151	\$ 653.028	\$ 3.008.179	\$ 42.681.261
45	\$ 2.389.301	\$ 618.878	\$ 3.008.179	\$ 40.291.960
46	\$ 2.423.946	\$ 584.233	\$ 3.008.179	\$ 37.868.014
47	\$ 2.459.093	\$ 549.086	\$ 3.008.179	\$ 35.408.921
48	\$ 2.494.750	\$ 513.429	\$ 3.008.179	\$ 32.914.171
	\$ 27.692.240	\$ 8.405.908	\$ 36.098.148	
49	\$ 2.530.924	\$ 477.255	\$ 3.008.179	\$ 30.383.247
50	\$ 2.567.622	\$ 440.557	\$ 3.008.179	\$ 27.815.625
51	\$ 2.604.852	\$ 403.327	\$ 3.008.179	\$ 25.210.773
52	\$ 2.642.623	\$ 365.556	\$ 3.008.179	\$ 22.568.150
53	\$ 2.680.941	\$ 327.238	\$ 3.008.179	\$ 19.887.209
54	\$ 2.719.814	\$ 288.365	\$ 3.008.179	\$ 17.167.395
55	\$ 2.759.252	\$ 248.927	\$ 3.008.179	\$ 14.408.143
56	\$ 2.799.261	\$ 208.918	\$ 3.008.179	\$ 11.608.882
57	\$ 2.839.850	\$ 168.329	\$ 3.008.179	\$ 8.769.032

58	\$ 2.881.028	\$ 127.151	\$ 3.008.179	\$ 5.888.004
59	\$ 2.922.803	\$ 85.376	\$ 3.008.179	\$ 2.965.201
60	\$ 2.965.184	\$ 42.995	\$ 3.008.179	\$ 0
	\$ 32.914.154	\$ 3.183.994	\$ 36.098.148	
	120.000.000			

5.3.2.2. Gastos financieros.

Cuadro 55. Gastos financieros.

Préstamo	\$ 120.000.000	Interés mensual		1,45%
Periodo	60	Valor cuota mensual		3.008.179
PERIODO	CAPITAL	INTERESES	CUOTA MENSUAL	SALDO
1	\$ 1.268.179	\$ 1.740.000	\$ 3.008.179	\$ 118.731.821
2	\$ 1.286.568	\$ 1.721.611	\$ 3.008.179	\$ 117.445.253
3	\$ 1.305.223	\$ 1.702.956	\$ 3.008.179	\$ 116.140.030
4	\$ 1.324.149	\$ 1.684.030	\$ 3.008.179	\$ 114.815.881
5	\$ 1.343.349	\$ 1.664.830	\$ 3.008.179	\$ 113.472.532
6	\$ 1.362.827	\$ 1.645.352	\$ 3.008.179	\$ 112.109.705

5.3.3. Cuadro resumen del capital de trabajo.

Cuadro 56. Resumen del capital de trabajo.

CONCEPTO	VALOR
Costos totales de producción	\$ 129.709.293
Gastos de administración y ventas	\$ 80.348.214
Gastos financieros	\$ 10.158.779
Menos Depreciaciones	-\$ 2.443.339
Menos Amortización diferidos	-\$ 3.359.663
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 214.413.284

5.4. INVERSIÓN TOTAL

Cuadro 57. Inversión total

CONCEPTO	VALOR
Inversión fija	\$ 29.456.790
Inversión diferida	\$ 33.596.625

Inversión capital de trabajo	\$ 214.413.284
INVERSIÓN TOTAL	\$ 277.466.699

5.5. ESTRUCTURA DE CAPITAL

La empresa constituida, para administrar la embutidora de mollejas, cuenta con 2 socios fundadores, los cuales aportarán conjuntamente, \$30.000.000 millones de pesos mcte., cantidad que corresponde a 15.000.000 millones de pesos en maquinaria y equipos, y mano de obra calificada y los otros 15.000.000 en efectivos.

El 45,94% se conseguirán nuevos socios con la suma de \$ 127.466.699 millones de pesos, lo que equivale a más del 45% de propiedad del proyecto.

El restante 43,25% de los recursos que se invertirán corresponde al financiamiento que se solicitará los créditos bancarios ya mencionados, los que suman la cantidad de 120.000.000 millones de pesos colombianos mcte.

Cuadro 58. Estructura de capital

CONCEPTO	VALOR	PORCENTAJE
Socios fundadores	\$ 30.000.000	10,81%
Nuevos socios	\$ 127.466.699	45,94%
Crédito bancario	\$ 120.000.000	43,25%
TOTAL	\$ 277.466.699	100,00%

5.6. PRECIO DE VENTA

Se determinan los costos totales para obtener el costo unitario del producto. Los costos totales unitarios resultan de sumar los costos fijos totales anuales y los costos variables totales anuales.

El costo unitario de producto es \$ 11.065

Cuadro 59. Precio de venta.

Costos totales de producción	\$ 259.418.586
Gastos de administración y ventas totales	\$ 160.696.428
Costos y gastos totales	\$ 420.115.014
Capacidad utilizada año 1	37.969
Costos y gastos totales unitarios	\$ 11.065
Margen de utilidad	15%
Precio de venta	\$ 13.018
Margen para el intermediario	15%
Precio al intermediario antes de IVA	\$ 15.316
Tasa de IVA	19%
Precio al consumidor	\$ 18.909

Con éstos precios de venta al público y con IVA incluido, la empresa acuerdan y fijan el precio de venta de los mismos, quedando al consumidos final el valor de \$18.909 mil pesos, en presentación de 900gr, y simplemente se realizara una notificación de la resolución a la Dirección de Concertación de Precios de la Secretaria de Comercio para su conocimiento y se haga público en todo la región y el país hacia los consumidores. Igualmente, con éstos precios señalados anteriormente, venta al público, precio intermediarios sin IVA y consumidor final se realizaron los cálculos y estimaciones de los ingresos que habrán de generar la producción y ventas de los embutidos, que elaborará la nueva empresa.

5.7. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

5.7.1. Estado de Resultados proyectado.

Cuadro 60. Estado de resultados proyectados.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos operacionales	\$ 494.273.933	\$ 593.128.720	\$ 691.983.506	\$ 790.838.293	\$ 889.693.079
Ingresos no operacionales					
TOTAL INGRESOS	\$ 494.273.933	\$ 593.128.720	\$ 691.983.506	\$ 790.838.293	\$ 889.693.079
MENOS COSTOS DE PRODUCCIÓN					

Materiales	\$ 37.664.752	\$ 45.197.702	\$ 52.730.653	\$ 60.263.603	\$ 67.796.554
MOD	\$ 102.664.715	\$ 102.664.715	\$ 102.664.715	\$ 102.664.715	\$ 102.664.715
CIF	\$ 107.569.119	\$ 117.357.041	\$ 127.144.963	\$ 136.932.884	\$ 146.720.806
UTILIDAD BRUTA	\$ 246.375.347	\$ 327.909.262	\$ 409.443.176	\$ 490.977.091	\$ 572.511.005
MENOS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS					
Nómina administrativa	\$ 54.408.763	\$ 54.408.763	\$ 54.408.763	\$ 54.408.763	\$ 54.408.763
Gastos generales	\$ 106.287.665	\$ 115.321.217	\$ 124.354.769	\$ 133.388.321	\$ 142.421.873
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 85.678.919	\$ 158.179.282	\$ 230.679.644	\$ 303.180.007	\$ 375.680.369
Menos gastos financieros (Intereses)	-\$ 19.605.734	-\$ 16.495.767	-\$ 12.799.354	-\$ 8.405.908	-\$ 3.183.994
Menos 4x1000	-\$ 1.977.096	-\$ 2.372.515	-\$ 2.767.934	-\$ 3.163.353	-\$ 3.558.772
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 64.096.090	\$ 139.311.000	\$ 215.112.356	\$ 291.610.745	\$ 368.937.603
Menos Impuesto de Renta	-\$ 22.433.631	-\$ 48.758.850	-\$ 75.289.325	102.063.761	129.128.161
Menos Impuesto de Ind y Cio	-\$ 19.770.957	-\$ 23.725.149	-\$ 27.679.340	-\$ 31.633.532	-\$ 35.587.723
UTILIDAD NETA	\$ 21.891.501	\$ 66.827.001	\$ 112.143.691	\$ 157.913.453	\$ 204.221.719
Menos Reserva Legal	-\$ 2.189.150	-\$ 6.682.700	-\$ 11.214.369	-\$ 15.791.345	-\$ 20.422.172
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 19.702.351	\$ 60.144.301	\$ 100.929.322	\$ 142.122.108	\$ 183.799.547

5.7.2. Flujo de Fondos proyectado.

Cuadro 61. Flujo de Fondos proyectado.

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo de caja anterior	\$ 0	\$ 214.413.284	\$ 275.600.059	\$ 367.082.607	\$ 500.786.107	\$ 676.505.304
Flujos de efectivo de actividad de operación						
+INGRESOS		\$ 494.273.933	\$ 593.128.720	\$ 691.983.506	\$ 790.838.293	\$ 889.693.079
Operacionales		\$ 494.273.933	\$ 593.128.720	\$ 691.983.506	\$ 790.838.293	\$ 889.693.079
Ingresos no operacionales		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
- EGRESOS		-\$ 396.989.011	-\$ 465.548.023	-\$ 522.181.858	-\$ 579.020.948	-\$ 636.104.000
Materiales		\$ 37.664.752	\$ 45.197.702	\$ 52.730.653	\$ 60.263.603	\$ 67.796.554
MOD		\$ 102.664.715	\$ 102.664.715	\$ 102.664.715	\$ 102.664.715	\$ 102.664.715
CIF		\$ 107.569.119	\$ 117.357.041	\$ 127.144.963	\$ 136.932.884	\$ 146.720.806
Nómina administrativa		\$ 54.408.763	\$ 54.408.763	\$ 54.408.763	\$ 54.408.763	\$ 54.408.763
Gastos generales		\$ 106.287.665	\$ 115.321.217	\$ 124.354.769	\$ 133.388.321	\$ 142.421.873
Menos depreciaciones		-\$ 4.886.678	-\$ 4.886.678	-\$ 4.886.678	-\$ 4.886.678	-\$ 4.886.678
Menos amortizaciones		-\$ 6.719.325	-\$ 6.719.325	-\$ 6.719.325	-\$ 6.719.325	-\$ 6.719.325
Impuesto de renta		\$ 0	\$ 22.433.631	\$ 48.758.850	\$ 75.289.325	\$ 102.063.761
Impuesto de Ind y Cio		\$ 0	\$ 19.770.957	\$ 23.725.149	\$ 27.679.340	\$ 31.633.532

FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDAD DE OPERACIÓN	\$ 0	\$ 97.284.922	\$ 127.580.696	169.801.648	211.817.345	\$ 253.589.079
Flujos efectivo actividades inversión						
+INGRESOS	\$ 157.466.699	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 4.737.500
Capital social	\$ 157.466.699					
Valor de salvamento						\$ 4.737.500
-EGRESOS	-\$ 63.053.415	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Compra de Equipo de oficina	\$ 6.538.000					
Compra de Equipo de computación y comunicación	\$ 5.567.190					
Compra de Maquinaria y equipo	\$ 14.768.700					
Compra de Terreno	\$ 0					
Compra de Construcciones y edificaciones	\$ 0					
Compra de Muebles y enseres	\$ 2.297.000					
Compra de Materiales, repuestos y accesorios	\$ 285.900					
Compra de Inventario de materia prima	\$ 0					
Inversión activos diferidos	\$ 33.596.625					
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO ACTIVIDADES INVERSIÓN	\$ 94.413.284	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 4.737.500
Flujos de efectivo de actividad de financiación						
+INGRESOS	\$ 120.000.000					
Préstamo bancario	\$ 120.000.000					
-EGRESOS		-\$ 36.098.148	-\$ 36.098.148	-\$ 36.098.148	36.098.148	-\$ 36.098.148
Abono a capital		\$ 16.492.414	\$ 19.602.381	\$ 23.298.794	\$ 27.692.240	\$ 32.914.154
Gastos financieros		\$ 19.605.734	\$ 16.495.767	\$ 12.799.354	\$ 8.405.908	\$ 3.183.994
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDAD DE FINANCIACIÓN	\$ 120.000.000	-\$ 36.098.148	-\$ 36.098.148	-\$ 36.098.148	36.098.148	-\$ 36.098.148
FLUJO DE EFECTIVO NETO (AUMENTO O DISMINUCIÓN)	\$ 214.413.284	\$ 61.186.774	\$ 91.482.548	133.703.500	175.719.197	\$ 222.228.431

5.7.3. Estado de Situación Financiera inicial y proyectado

Cuadro 62. Estado de situación financiera inicial y proyectada.

CUENTA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
ACTIVOS CORRIENTES						
Fondos en caja						
Fondos en bancos	\$ 214.413.284	\$ 275.600.059	\$ 367.082.607	\$ 500.786.107	\$ 676.505.304	\$ 893.996.236
Mercancías no fabricadas por la empresa	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 214.413.284	\$ 275.600.059	\$ 367.082.607	\$ 500.786.107	\$ 676.505.304	\$ 893.996.236
ACTIVOS FIJOS						
Equipo de oficina	\$ 6.538.000	\$ 6.538.000	\$ 6.538.000	\$ 6.538.000	\$ 6.538.000	\$ 6.538.000
Equipo de computación y comunicación	\$ 5.567.190	\$ 5.567.190	\$ 5.567.190	\$ 5.567.190	\$ 5.567.190	\$ 5.567.190
Maquinaria y equipo	\$ 14.768.700	\$ 14.768.700	\$ 14.768.700	\$ 14.768.700	\$ 14.768.700	\$ 14.768.700
Muebles y enseres	\$ 2.297.000	\$ 2.297.000	\$ 2.297.000	\$ 2.297.000	\$ 2.297.000	\$ 2.297.000
Materiales, repuestos y accesorios	\$ 285.900	\$ 285.900	\$ 285.900	\$ 285.900	\$ 285.900	\$ 285.900
Menos depreciación acumulada	\$ 0	-\$ 4.886.678	-\$ 9.773.356	-\$ 14.660.034	-\$ 19.546.712	-\$ 24.433.390
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 29.456.790	\$ 24.570.112	\$ 19.683.434	\$ 14.796.756	\$ 9.910.078	\$ 5.023.400
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 33.596.625	\$ 33.596.625	\$ 33.596.625	\$ 33.596.625	\$ 33.596.625	\$ 33.596.625
Menos amortización acumulada	\$ 0	-\$ 6.719.325	-\$ 13.438.650	-\$ 20.157.975	-\$ 26.877.300	-\$ 33.596.625
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 33.596.625	\$ 26.877.300	\$ 20.157.975	\$ 13.438.650	\$ 6.719.325	\$ 0
ACTIVOS TOTALES	\$ 277.466.699	\$ 327.047.471	\$ 406.924.016	\$ 529.021.513	\$ 693.134.707	\$ 899.019.636
PASIVO						
PASIVOS CORRIENTES						
Obligaciones financieras corto plazo	\$ 16.492.414	\$ 19.602.381	\$ 23.298.794	\$ 27.692.240	\$ 32.914.154	\$ 0
Impuesto de renta y complementarios	\$ 0	\$ 22.433.631	\$ 48.758.850	\$ 75.289.325	\$ 102.063.761	\$ 129.128.161
Impuesto de Industria y Comercio	\$ 0	\$ 19.770.957	\$ 23.725.149	\$ 27.679.340	\$ 31.633.532	\$ 35.587.723
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	\$ 16.492.414	\$ 61.806.970	\$ 95.782.793	\$ 130.660.905	\$ 166.611.447	\$ 164.715.884
PASIVOS NO CORRIENTES						
Obligaciones financieras largo plazo	\$ 103.507.586	\$ 83.905.205	\$ 60.606.411	\$ 32.914.171	\$ 0	\$ 0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	\$ 103.507.586	\$ 83.905.205	\$ 60.606.411	\$ 32.914.171	\$ 0	\$ 0

PASIVOS TOTALES	\$ 120.000.000	\$ 145.712.175	\$ 156.389.204	\$ 163.575.076	\$ 166.611.447	\$ 164.715.884
PATRIMONIO						
Capital social	\$ 157.466.699	\$ 157.466.699	\$ 157.466.699	\$ 157.466.699	\$ 157.466.699	\$ 157.466.699
Reserva legal acumulada	\$ 0	\$ 2.189.150	\$ 8.871.850	\$ 20.086.219	\$ 35.877.565	\$ 56.299.736
Utilidad del ejercicio	\$ 0	\$ 19.702.351	\$ 60.144.301	\$ 100.929.322	\$ 142.122.108	\$ 183.799.547
Utilidades o excedentes acumulados	\$ 0	\$ 7.030.554	\$ 33.950.940	\$ 234.059.471	\$ 651.959.984	\$ 1.069.860.497
PATRIMONIO TOTAL	\$ 157.466.699	\$ 186.388.754	\$ 260.433.790	\$ 512.541.712	\$ 987.426.355	\$ 1.467.426.479
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO	\$ 277.466.699	\$ 332.100.929	\$ 416.822.994	\$ 676.116.788	\$ 1.154.037.802	\$ 1.632.142.364

5.8. EVALUACIÓN FINANCIERA

Se determina el rendimiento financiero de los recursos que se van a invertir y tiene como fin establecer si el proyecto es recomendable financieramente, algunos de los métodos más empleados para realizar esta evaluación son el VPN y la TIR.

5.8.1. Razones financieras.

Las razones financieras son indicadores utilizados en el mundo de las finanzas para medir o cuantificar la realidad económica y financiera de una empresa o unidad evaluada, y su capacidad para asumir las diferentes obligaciones a que se haga cargo para poder desarrollar su objeto social.

5.8.1.1. Razones de liquidez.

Las razones de liquidez de una organización son juzgadas por la capacidad para saldar las obligaciones a corto plazo que se han adquirido a medida que éstas se vencen. Se refieren no solamente a las finanzas totales de la empresa, sino a su habilidad para convertir en efectivo determinados activos y pasivos corrientes.

Cuadro 63. Razones de liquidez.

RAZONES DE LIQUIDEZ	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Razon corriente	activo corriente / pasivo corriente	No veces	4,46	3,83	3,83	4,06	5,43
Prueba acida**	activo corriente - inventarios / pasivo corriente	No veces	4,46	3,83	3,83	4,06	5,43
Capital de trabajo neto	activo corriente - pasivo corriente	unidades \$\$	\$ 213.793.089	\$ 271.299.814	\$ 370.125.202	\$ 509.893.857	\$ 729.280.351

Análisis.

La razón corriente. Se obtiene dividiendo los activos corrientes sobre los pasivos corrientes. Por cada peso \$1 que la empresa deba en el corto plazo posee \$4,46 para el primer año representando en activos corrientes, para afrontar sus compromisos, en un corto plazo.

El capital de trabajo. La empresa cuenta con \$ 213.793.089 de capital de trabajo disponible para la operación del primer año, Este valor es muy razonable da la inversión inicial que la empresa esta requerido para su correcto funcionamiento. Al pasar los 5 años se tendrá un capital de \$ 729.280.351

5.8.1.2. Razones de operación.

Mide la efectividad con que la empresa está usando sus recursos. La efectividad está medida por la generación de liquidez de ciertas cuentas específicas con fines de pagar las obligaciones a medida que lleguen los vencimientos.

Cuadro 64. Rotación de activos.

RAZONES DE OPERACIÓN	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rotacion activo corriente	ventas/activo corriente	No veces	1,79	1,62	1,38	1,17	1,00
Rotacion activo fijo	ventas / activo fijo neto	No veces	20,12	30,13	46,77	79,80	177,11
Rotacion activo total	ventas / activo total	No veces	1,51	1,46	1,31	1,14	0,99

La rotación de activos: para el caso del análisis de la empresa, se muestra mayor eficiencia en el año 1, mostrando que el rendimiento de la inversión, presenta 1,79

veces de eficiencia total de la empresa en la obtención de utilidades a partir de los activos totales y se presentó una disminución en el año 2 en 1,62 con respecto al año 1.

5.8.1.3. Razones de rentabilidad.

Dan idea sobre la efectividad de la administración para tener control sobre los costos y gastos, y así convertir las ventas en utilidades. La rentabilidad se encuentra asociada con las ventas, los activos y el capital. Entre estas razones esta rentabilidad de activos, margen bruto de ganancias, margen neto de ganancias.

Cuadro 65. Razones de rentabilidad.

RAZONES RENTABILIDAD	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Margen bruto utilidad	utilidad bruta/ ventas	%	49,85%	55,28%	59,17%	62,08%	64,35%
Margen utilidad neta	utilidad neta/ventas	%	4,43%	11,27%	16,21%	19,97%	22,95%
Rendimiento activos	utilidad neta/ activos totales	%	6,69%	16,42%	21,20%	22,78%	22,72%

El margen bruto de utilidad, para los primeros años el margen bruto de la ganancia es aceptable, debido a que por cada peso que la empresa venda se genera una utilidad antes de impuesto del 49,85% el cual es conveniente.

Margen de utilidad neta, se calcula dividiendo la utilidad neta por las ventas netas. Esta razón muestra un margen aceptable de utilidad después de haber realizado todas las erogaciones sobre las ventas. Para el primer año la margen neta de utilidad neta es del 6,69%.

5.8.1.4. Razones de endeudamiento.

Se entiende como aquella actividad en la cual la empresa usa dineros suministrados por terceras personas con fines de financiar la empresa y producir más utilidades. Entre estas razones está el nivel de endeudamiento, endeudamiento a corto plazo, cobertura de intereses.

Cuadro 66. Razones de endeudamiento

RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Endeudamiento total	pasivo total / activo total	%	44,55%	38,43%	30,92%	24,04%	18,32%
Cobertura intereses	utilidad operacional / intereses	No veces	4,37	9,59	18,02	36,07	117,99
Índice participación patrimonial	patrimonio / activo total	%	56,99%	64,00%	96,88%	142,46%	163,23%

El nivel de endeudamiento total en la empresa a crear, se evidenció que para el año 1 se presentara un endeudamiento del 44,55%, lo cual indica que, por cada peso del activo de la compañía, se tienen 0,4455 centavos en deuda, es decir que esta es la participación de los acreedores sobre los activos de la compañía y para el año 5 se obtuvo 18,32%.

5.8.2. Indicadores de viabilidad.

Cuadro 67. Indicadores de viabilidad.

TMAR = $i + f + i * f$ (Bacca Urbina, 2022)

Donde:

i = prima de riesgo al riesgo

f = inflación

Riesgo bajo	1% a 10%
Riesgo medio	11% a 20%
Riesgo alto	21% a 30%

Prima de riesgo al riesgo	12%
Inflación	5,62%
TMAR recursos propios	18,29%
Recursos crédito	18,86%
TMAR Banco	25,54%
Porcentaje aportación recursos propios	56,75%
Porcentaje aportación Banco	43,25%
TMAR MIXTA	21,43%
TMAR MIXTA DEFLACTADA	16,11%

5.8.2.1. Tasa Interna Retorno (TIR).

Indica la capacidad que tiene el proyecto de producir utilidades, independientemente de las condiciones del inversionista. La TIR es la tasa de interés que hace el VPN igual a cero. La TIR se compara con la tasa de interés relevante (es decir, con la rentabilidad de la mejor alternativa de uso de los recursos que se emplean en el proyecto) y se aceptan todos aquellos en los que la TIR es igual o superior, así

$$\text{VPN (i= TIR)} = \sum (X) (1 + r)^{-t}$$

Donde:

$$\text{VPN} = 0$$

X = Flujo neto de caja para cada año (del 0 al 5)

$$r = \text{TIR} = ?$$

t = Periodo de 0 hasta 5 años

Cuadro 68. Tasa interna retorno.

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-\$ 157.466.699	\$ 61.186.774	\$ 91.482.548	\$ 133.703.500	\$ 175.719.197	\$ 222.228.431
VNA	-\$ 157.466.699	\$ 50.389.931	\$ 62.045.552	\$ 74.679.496	\$ 80.828.405	\$ 84.184.206
VALOR RECUPERADO		\$ 50.389.931	\$ 112.435.483	\$ 187.114.979	\$ 267.943.384	\$ 352.127.590

VPN \$ 250.540.825

TIR 58,94%

La tasa interna de retorno es del 58,94% lo que quiere decir que es muy superior a la tasa actual del mercado y esto se debe a que el proyecto genera una liquidez muy alta en cada uno de sus años, es decir, los ingresos superan los egresos

5.8.2.2. Valor Presente Neto (VPN).

Es el valor monetario que resulta de la diferencia entre el valor presente de todos los ingresos y el valor presente de todos los egresos (incluida como egreso la

inversión) calculados en el flujo financiero neto, teniendo en cuenta la tasa de interés de oportunidad.

El valor presente neto es simplemente la suma actualizada al presente de todos los beneficios, costos e inversiones del proyecto. A efectos prácticos, es la suma actualizada de los flujos netos de cada período. Es el método más conocido y el más aceptado, mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión.

EI VPN se determina:

$$VPN = \sum (X) (1 + i)^{-t}$$

VPN (i) > 0 Se acepta el proyecto

VPN (i) < 0 No se debe aceptar el proyecto

VPN (i) = 0 No decide, es indiferente

Donde:

X= Flujo neto de caja para cada año (del 0 al 5)

i = TIO = 15.18%

t = Período de 0 hasta 5 años

Cuadro 69. Valor Presente Neto (VPN).

VPN	\$ 250.540.825
------------	-----------------------

El VPN de \$ \$ 250.540.825 al ser superior a cero (0), se concluye que el proyecto es rentable y conveniente para su futura puesta en marcha.

5.8.2.3. Período de recuperación.

Cuadro 70. Período de recuperación

PERIODO	FLUJO DE EFECTIVO NETO	INVERSIÓN CAPITAL	SALDO
Año 0		-\$ 157.466.699	
Año 1	\$ 50.389.931		-107.076.769
Año 2	\$ 112.435.483		5.358.714
Año 3	\$ 187.114.979		192.473.693
Año 4	\$ 267.943.384		460.417.077
Año 5	\$ 352.127.590		812.544.667

Para determinar los meses y días del año 2, se determinará con la regla de tres simples.

Recuperado en Año 2 (12 Meses) x	\$112.435.483
X	\$107.076.769

$$X = \frac{12 \text{ meses} * 107.076.769}{112.435.483} = 11,43$$

1 mes x 30 días

0,43 meses X

$$X = \frac{30 \text{ dias} * 0,43 \text{ meses}}{1 \text{ mes}} = 13 \text{ dias}$$

Los resultados arrojados nos indican que el dinero de la inversión inicial del capital se recuperara en 1 años, 11 meses y 13 días.

5.8.2.4. Punto de equilibrio.

Es aquél en el se igualan los ingresos con los egresos, es decir, cuando los ingresos son suficientes para cubrir los costos y gastos de operación de la empresa embutidora de mollejas. En este punto, no se gana, ni se pierde, está en equilibrio. Y por debajo de este punto, se producirán pérdidas para la empresa y por arriba, se generarán utilidades.

El punto de equilibrio se debe calcular sobre el volumen vendido o por vender y nunca sobre el volumen de producción. La determinación del punto de equilibrio en el que operará la embutidora, se calculará de 3 formas distintas:

- Como la cantidad de dinero que se necesita vender al año.
- Como el número unidades de 900gr vendidas
- Como un % de las ventas totales.

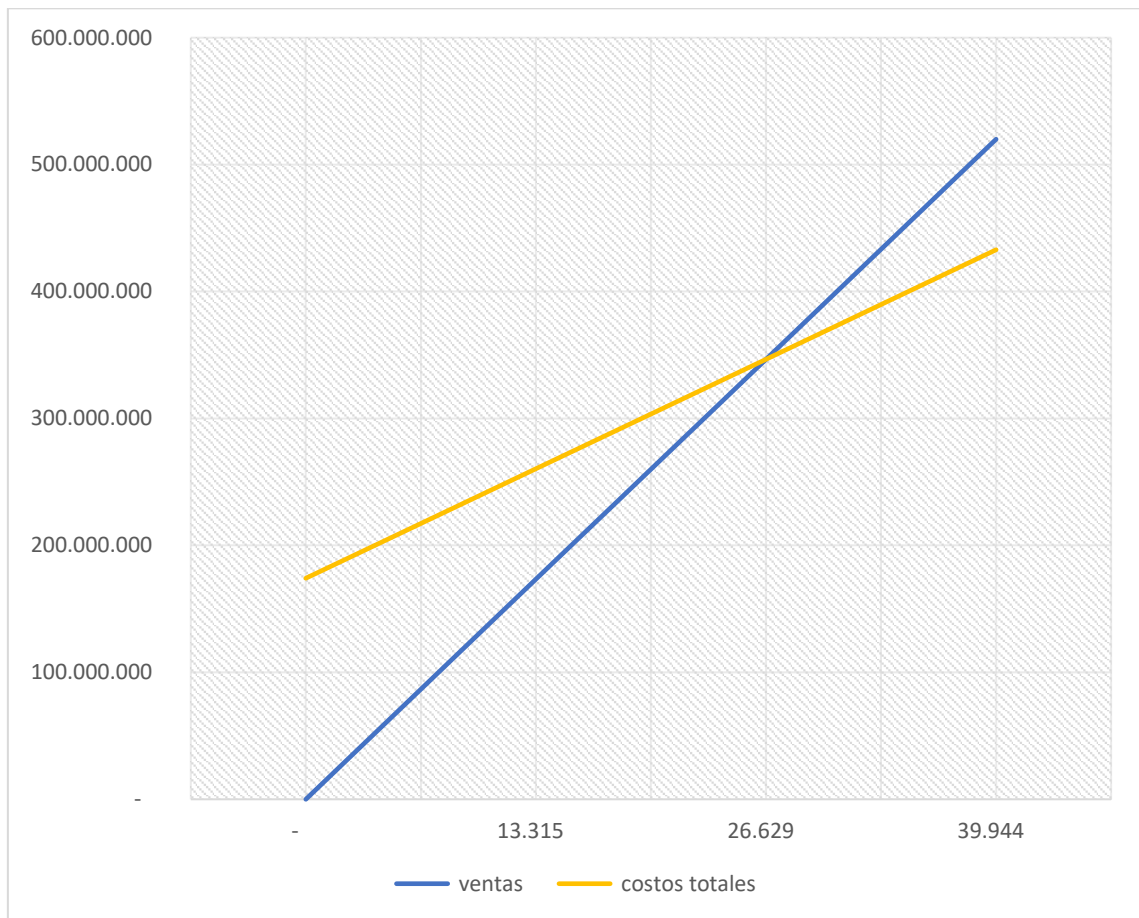
Cuadro 71. Punto de equilibrio.

PUNTO DE EQUILIBRIO	FÓRMULA	RESULTADO
En función de la capacidad instalada (%)	$PE = CF/(IT-CV)$	70,14%
En función de cantidades producidas (Q)	$PE = CF/(Pu-CVu)$	26.629
En función de volumen de ventas (\$)	$PE^* = CF / 1 - CV/IT$	\$ 346.660.977
En función del número de días año	$PE = PE^* / (VT/N)$	252

CF: costos fijos	\$ 174.158.178
CV: costo variable	\$ 245.956.836
CT: costos totales	\$ 420.115.014
IT: ingreso total	\$ 494.273.933
Pu: precio unitario	\$ 13.018
CVu: costo variable unitario	\$ 6.478
VT: ventas totales	\$ 494.273.933
N: número días año	360
Capacidad utilizada año 1	37.969

Punto de equilibrio	-	13.315	26.629	39.944
ventas	-	173.330.488	346.660.977	519.991.465
costos fijos	174.158.178	174.158.178	174.158.178	174.158.178
costos variables	-	86.251.399	172.502.799	258.754.198
costos totales	174.158.178	260.409.577	346.660.977	432.912.376
utilidad	- 174.158.178	- 87.079.089	-	87.079.089

Gráfica 11. punto de equilibrio



5.9. TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño de la empresa CARNES FRÍAS L&L, es considerada como pequeña empresa ya que sus ingresos operaciones están acordes a las características relacionadas para esta; cuyo objetivo es dedicarse a la producción, transformación para satisfacer determinadas necesidades y deseos existentes del mercado objetivo.

Esto se tiene en cuenta en Colombia por el segmento empresarial que está clasificado en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas según la Ley 590 de 2000 conocida como la Ley Mipymes y sus modificaciones (Ley 905 de 2004).

Cuadro 72. Tamaño de la empresa

Tamaño	Activos totales	Planta de personal
Pequeña	Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes	Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores
	Activos totales. Proyectado. \$ 899.019.636	10 empleados directos, 2 indirectos.

CONCLUSIONES

Con la realización de la factibilidad para la creación de una empresa productora de embutidos artesanales a base de mollejas de pollo en la ciudad de Valledupar, Cesar, se determinó que:

- Al realizar el estudio de mercados se establece la viabilidad operativa para la creación y puesta en marcha de la empresa de embutidos a base de mollejas de pollo, esto al observar un buen nivel de aceptación de la empresa y ventas ofrecido, donde el 92% de la población manifiesta su disposición de consumir nuestro producto, considerando que este producto cárnico trae consigo mucha demanda y competencia en el mercado. Adicionalmente se estudiaron variables de mercado como la oferta, los precios de la competencia, los canales de distribución donde se definió el canal directo como el adecuado para la empresa; y se establece la posibilidad de penetrar y posicionarse en el mercado. También se definió la estrategia publicitaria para la empresa, la cual estará apoyada principalmente en la publicidad en canales de TV local, publicidad en emisoras locales y publicidad en redes sociales, entre otros medios promocionales y publicitarios
- Para el estudio técnico se tiene la tecnología de producción apta y que no existe impedimento para elaborar el producto, la cual permitió hallar la cantidad a producir de salchichones a base mollejas de pollo que se limita por factores como la demanda, las materias primas, la disposición de mano de obra, la tecnología, la localización del proyecto y los recursos financieros.
- Su localización estará ubicado dentro del desarrollo social, económico, industrial en Valledupar, Cesar ya que sus condiciones ambientales son un factor importante para el crecimiento de cualquier tipo de industria, de forma específica Valledupar ha tenido en los últimos años un crecimiento población favorable, su

estrategia de ubicación y su clima hacen de Valledupar un lugar perfecto para invertir, la mayor parte de las actividades comerciales, proviene del comercio y de la palma de aceite, los cuales convierten a Valledupar es un municipio con alta comercialización.

- Se contara con una capacidad diseñada de 1.443.596 unidades de embutidos de 900gr, 379.685 unidades de 900gr y por finalizar una capacidad utilizada del 10% de eficiencia, contando que es un producto nuevo en el mercado y por su alta demanda y competitivo se desea empezar a pie lento; lo que se busca es ser reconocida, pero dando pasos pequeños, logrando datos positivos y rentables que favorezca a la comunidad en general y a si mismo a la organización.
- Para el estudio administrativo se determinó la viabilidad administrativa, la cual, permitió analizar la misión y visión de la empresa para fijar una meta hacia el futuro. Este estudio administrativo muestra la excelente organización que se debe tener para crear las empresas y siempre teniendo presente las normas o leyes que se deben cumplir para que la empresa sea totalmente constituida.
- Para los estudios financieros se determinaron las inversiones, costos, gastos, créditos, proyecciones y por último la evaluación; La empresa, contaraa con 2 socios fundadores, los cuales aportarán conjuntamente, \$30.000.000 millones de pesos mcte., cantidad que corresponde a 15.000.000 millones de pesos en maquinaria y equipos, y mano de obra calificada y los otros 15.000.000 en efectivos. El 45,94% se conseguirán nuevos socios con la suma de \$ 127.466.699 millones de pesos, lo que equivale a más del 45% se propiedad del proyecto. El restante 43,25% de los recursos que se invertirán corresponde al financiamiento que se solicitará los créditos bancarios ya mencionados, los que suman la cantidad de 120.000.000 millones de pesos colombianos mcte, para en si tener una inversión total de \$ 277.466.699 millones de pesos colombianos. Se va a tener un capital de trabajo de \$ 214.413.284 millones de pesos

colombianos, con un tiempo de 6 meses para empezar y lograr un pequeño porcentaje de posicionamiento. Por otro lado se determina la viabilidad del proyecto con un VNP positivo de \$ 250.540.825 y la tasa interna de retorno 58,94%. Se tiene un punto de equilibrio de 26.629 unidades al año y un ingresos den ventas por la suma de 173.330.488 millones de pesos. El dinero de va a recuperar a cabo de 1 año, 11 meses, 13 días.

- Este proyecto influye en muchos aspectos relacionados con su entorno; la comunidad, las costumbres actuales en alimentación, estilo de vida, y la misma cultura, con un impacto positivo, sus resultados serán benéficos en el corto, mediano y largo plazo, con el surgimiento de esta propuesta de negocios cabe también destacar los factores a los cuales su alcance llegará con muy buenos resultados como es el desarrollo regional, que contribuirá notablemente en el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de Valledupar Cesar, en donde funcionará la empresa, impacto en la manera práctica de alimentarse. Por segundo la generación de empleos directos e indirectos que desarrollará y que irá muy de la mano con la aceptación del producto y la demanda de este, a través del mejoramiento en la calidad de vida de las personas, dado que cobrará importancia, el querer promover y posicionar productos que beneficien condiciones de salud e higiene alimenticia. Por tercera se tendrá una responsabilidad económica y tributaria porque son compromisos que se debe cumplir exigidas por la ley y demás deberes sociales, que permitirán favorecer el progreso de Valledupar Cesar, siendo esta parte de la visión de la empresa, obtener resultados económicos que no solo satisfagan a sus propietarios, sino a la comunidad y a los entes de gobierno y control.

RECOMENDACIONES

- Durante el desarrollo del proyecto se pudo evidenciar que el mercado objetivo es muy pequeño, lo que podría afectar el desarrollo continuo de la empresa, por lo tanto, con la finalidad de aumentar las ventas se recomienda ampliar el mercado hacia nuevos posibles clientes en municipios aledaños.
- Teniendo en cuenta que los distribuidores minoristas son los mayores oferentes y surtidores del producto en la zona, se hace necesario generar incentivos con promociones y descuentos especiales, con el fin de maximizar la participación en el mercado de la zona.
- Propender por la certificación de calidad ISO 9000 por aseguramiento de la calidad en los procesos, como medida comercial y de calidad del producto a ofrecer, y mayor confianza para comprador.
- Se sugiere participar en eventos empresariales para posicionar el producto en el mercado, desarrollar permanentemente estrategias de servicio al cliente de alta calidad en pro de clientes satisfechos siendo éstos recíprocos en la generación de nuevos clientes.

BIBLIOGRAFÍA

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. actividades económicas. [en línea]. <<https://n9.cl/uck72>> [citado en 13 de junio de 2020]

EY; Francisco Olivares Bello, Gilberto Lozano Meade. tendencias de consumo de la industria alimentaria. [en línea]. <<https://n9.cl/i4kur>> [citado en 9 de octubre de 2019]

Alianza TEAM. innovación del sector alimenticio. [en línea]. <<https://n9.cl/yrf7y>> [citado en 15 de junio de 2019]

Alianza TEAM. innovación del sector alimenticio. [en línea]. <<https://n9.cl/igi9l>> [citado en 16 de febrero de 2020]

BON VIVEUR- GABRIELA VELÁSQUEZ. casquería de toda la vida. [en línea]. <<https://n9.cl/yvc2q>> [citado en 11 de febrero de 2021]canales sectoriales; 15/10/2018,

Sistema único de información normativa. decreto 2478 de 2018. [en línea]. <<https://n9.cl/txn4q>> [citado en 28 de diciembre de 2018]

Jorge García Gómez ministerio de salud. decreto 2106. [en línea]. <<https://n9.cl/m3zli>> [citado en 26 de julio de 2016]

IALIMENTOS. normas técnicas de productos cárnicos. [en línea]. <<https://n9.cl/txn4q>> [citado en 27 de agosto de 2015]

EL UNIVERSAL. razones para comer mollejas de pollo. [en línea]. <<https://cutt.ly/lnatZlp>> [citado en 28 de marzo de 2019]

Censo Nacional Dane. censo nacional de población. [en línea]. <<https://n9.cl/zarxl>> [citado en 5 de septiembre de 2019]

Datos Nuestra Ciudad. datos de la ciudad de Valledupar. [en línea]. <<https://n9.cl/zj9lc>> [citado en 10 de mayo de 2021]

gestor de proyectos Sinnaps. características del método cuantitativo. [en línea].
<<https://n9.cl/ghix> > [citado en 17 de febrero de 2020]

Concepto. De María Estela Raffin. industria alimentaria. [en línea].
<<https://n9.cl/vshy>> [citado en 16 de septiembre de 2020]

ANEXO A. FORMATO DE ENCUESTA DE OPINION

Pregunta N° 1. ¿Usted consume embutidos?

- a. Si
- b. No

Pregunta N°2. De los siguientes tipos de embutidos, ¿cuáles son los preferidos en su hogar?

- a. Chorizo
- b. Salchichón
- c. Salchicha
- d. Otro. ¿Cuál?

Pregunta N°3. De las siguientes carnes para embutidos ¿cuáles prefiere?

- a. Pollo
- b. Carne de res
- c. Carne de cerdo

Pregunta N°4 ¿Cuánto dinero destina mensualmente para comprar embutidos?

- a. Menos de \$10.000
- b. Entre \$10.001 y \$\$20.000
- c. Más de \$50.000

Pregunta N°5. ¿Qué marca de embutidos compra?

- a. Delicias del cesar
- b. Carnes Frías San Martín, Cesar
- c. Zenú
- d. Salsan
- e. Otro, ¿cuál?

Pregunta N° 6 ¿Qué medio de comunicación prefiere para recibir información de productos nuevos?

- a. Radio
- b. Televisión
- c. Redes sociales
- d. Páginas web
- e. Otra, ¿cuál?

Pregunta N°7. ¿En su hogar les gusta consumir mollejas de pollo?

- a. SI
- b. NO

Pregunta N° 8 ¿qué cantidad de embutidos compra mensualmente?

- a. 0- 250 gr
- b. 251-500 gr
- c. 501-750 gr
- d. 751-1000 gr
- e. más de 1000 gr

Pregunta N°9. ¿En qué lugares compra habitualmente los embutidos?

- a. Tiendas
- b. Supermercados
- c. Otro. ¿cuál?

Pregunta N°10 ¿Compraría usted un salchichón con mollejas de pollo?

- a. Si
- b. No

ANEXO B. COTIZACION DE EIA- IMPACTO AMBIENTAL



ECOLOREM COMPANY

PRESENTACIÓN

Es de gran agrado dirigirnos a ustedes con el fin de alcanzar nuestra cotización para el servicio de elaboración de un estudio de impacto ambiental (EIA) a la empresa Carnes Frias L&L.

CONTACTO

RAZON SOCIAL:
ECOLOREM COMPANY

Compañía dedicada a la prestación de servicio en Diseño, asesoría, auditoría y seguimiento en gestión ambiental.

NIT:
31413315-6

TELÉFONO:
678-555-0103

CORREO ELECTRÓNICO:
ecoloremcompany@gmail.com

OBLIGACIONES PARA LA EMPRESA CONTRATANTE:

- La empresa deberá facilitar la información necesaria requerida para la elaboración del E.I.A.
- La empresa deberá asumir el cumplimiento de lo establecido en la parte económica de la presente propuesta.

Firma: **Marco Gutiérrez**
Ingeniero ambiental
Gerente general
Empresa Ecolorem company

COTIZACIÓN DE EIA

El estudio de impacto ambiental – EIA es un documento técnico que se realiza para valorar los impactos ambientales de un proyecto o actividad sobre el medio ambiente.

El cual se elabora por parte del promotor y en él se especifica la información necesaria para evaluar los posibles efectos significativos del proyecto sobre el medio ambiente. Su principal objetivo no es otro que adoptar las decisiones más adecuadas para prevenir y minimizar dichos efectos.

MARCO LEGAL

Para la evaluación y ejecución del estudio de impacto ambiental a realizar en la empresa Carnes Frias L&L, para dar cumplimiento a los requerimientos legales, se deberá tener en cuenta los estándares establecidos en la Ley 21/2013, de 9 de diciembre, de Evaluación Ambiental, es la norma en la que se asienta la competencia exclusiva del Estado en materia de legislación básica sobre protección del medio ambiente.

ESTANDARES A EJECUTAR EN EL E.I.A.:

- Descripción general del proyecto.
- Exposición de alternativas.
- Inventario ambiental
- Posibles efectos y valoración de impactos.
- Evaluación de las repercusiones.
- Medidas preventivas y correctivas.
- Programa de vigilancia y seguimiento ambiental.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES:

Para el desarrollo de los anteriores estándares se dividen en 4 fases, el cual se define un valor por actividad ejecutada.

FASES	DURACION	VALOR
1. Elaboración del E.I.A.	30 días	\$ 3'200,000
2. Levantamiento y remisión de observaciones.	15 días	
3. Evaluación de las observaciones levantadas.	15 días	
4. Obtención de la certificación ambiental.	20 días	
TOTAL:	Dos meses y 20 días.	\$ 3'200,000

PROPUESTA ECONOMICA:

Por el desarrollo de las 4 fases, para el estudio de impacto ambiental se realizará por un valor de tres millones doscientos mil pesos, con una duración de dos meses y 20 días. La entrega de documentación se hará en archivos magnéticos.

FORMA DE PAGO:

Adelanto del 50% a la aceptación de la cotización.
Saldo del 50% a la entrega del expediente del E.I.A.

!! COMPROMETIDAS CON LA PRESERVACION DEL MEDIO AMBIENTE !!

ANEXO C. COTIZACION DE DISEÑO DEL SG- SST



PROFESIONAL COMO ADMINISTRADORA EN SALUD OCUPACIONAL

ANGIE MUÑOZ MARTINEZ | LICENCIA, RESOLUCIÓN 256 DE 17/ENE/2021

COTIZACIÓN: DISEÑO DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO – SG SST.

La presente cotización corresponde al diseño del sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo – SG SST Para la empresa **Carnes Frías L&L**. En cumplimiento con las directrices y estándares mínimos definidos en el decreto único reglamentario del sector trabajo y la resolución 0312 de 2019. Los cuales se estructuran en cinco fases y 7 criterios a ejecutar:

FASES	COSTO
1- Organización del SG SST	\$ 500.000 (Quinientos mil pesos)
2- Planificación del SG SST (P)	\$ 500.000 (Quinientos mil pesos)
3- Aplicación del SG SST (H)	\$ 500.000 (Quinientos mil pesos)
4- Auditoria y revisión del SG SST (V)	\$ 500.000 (Quinientos mil pesos)
5- Mejoramiento continuo del SG SST (A)	\$ 500.000 (Quinientos mil pesos)
TOTAL	\$ 2.500.000 (Dos millones quinientos mil pesos)

EN EL DISEÑO DEL SG SST QUE SE ENTREGARA A LA EMPRESA CARNES FRIAS L&L CONTIENE LOS SIGUIENTES ITEM, QUE SE DEBERAN CUMPLIR SEGÚN LOS CRITERIOS DE LA RES. 0312 DE 2019:

- Asignación de persona que diseña el sistema de gestión de SST.
- Afiliación al sistema de seguridad social integral.
- Programa de capacitación, inducción y reinducción en SST.
- Plan anual de trabajo.
- Evaluaciones medicas ocupacionales (Informe de las condiciones de salud y perfil demográfico).
- Identificación de peligros, evaluación y valoración de riesgos.
- Medidas de prevención y control frente a peligros/riesgos identificados.

En caso de ser requerido mi servicio en relación al diseño del SG SST, me comprometo a presentar lo expuesto anteriormente en un plazo de 4 meses, a partir de la fecha inicial. Cada fase ejecutada deberá ser cancelada antes de su entrega.

El SG SST será entregado en archivos digitales, luego de su aprobación; se ara entrega de la documentación en un espacio de 15 días hábiles. En consiguiente, **antes de firmar** el acta de entrega del diseño, se deberá presentar toda inquietud o sugerencias que considere pertinente el contratante.

Firma profesional en SST: *Angie Muñoz*



AMUNOZMARTI.28@GMAIL.COM



322 8 926 733



HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/ANGIEMMARTI0428