

**FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE
POLLO SEMICRIOLLO EN LA CIUDAD DE MONQUIRÁ, DEPARTAMENTO DE
BOYACÁ**

**YERLY VIVIANA MORENO TORRES
LAURA XIMENA NEIRA GUERRERO**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2019**

**FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE
POLLO SEMICRIOLLO EN LA CIUDAD DE MONQUIRÁ, DEPARTAMENTO DE
BOYACÁ**

**YERLY VIVIANA MORENO TORRES
LAURA XIMENA NEIRA GUERRERO**

Trabajo de grado para optar el título de Profesional en Gestión Empresarial

**Director:
JAIRO ENRIQUE FIGUEROA CHAPARRO
Maestría en Desarrollo Rural**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2019**

AGRADECIMIENTOS

Es mi deseo como sencillo gesto de agradecimiento, dedicarle mi trabajo de grado plasmada en el presente proyecto a mi esposo Julián Rodríguez por su amor permanente cariño, comprensión y apoyo incondicional.

A mis padres Arnulfo y Alba, quienes permanentemente me apoyaron con su espíritu alentador y sus palabras de aliento que no me dejaron decaer e hicieron que siguiera adelante y así poder lograr la meta trazada.

A mis tutores, compañeros y amigos los cuales me compartieron sus conocimientos y experiencias las cuales enriquecieron no solo mi intelecto sino también mi crecimiento como persona íntegra y con principios.

Yerly Viviana Moreno Torres

A Dios por habernos permitido desarrollar este trabajo de grado con los mejores resultados obtenidos. Igualmente por la salud y la superación brindada.

A mis padres Olga Guerrero y José Manuel Neira por haberme brindado su apoyo y comprensión en cada momento, con el fin de poder terminar el profesional.

El agradecimiento a mi compañero Leonel Rubiano por el apoyo incondicional y compromiso brindado, para llevar a cabo el desarrollo del proyecto.

A la Universidad Industrial de Santander y al IPRED, por haberme permitido realizar esta carrera profesional con las mejores experiencias educativas.

A los docentes de cada una de las asignaturas de los diferentes semestres que nos aportaron conocimientos y dedicación para el proceso de educación.

Al Director de trabajo de grado Jairo Enrique Figueroa Chaparro, por su dedicación, puntualidad en la colaboración y orientación de la elaboración del proyecto.

Laura Ximena Neira Guerrero

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	24
1. GENERALIDADES	26
1.1 PANORAMA DEL SECTOR.....	26
1.1.1 Antecedentes de la avicultura.	26
1.1.2 Origen del pollo.....	26
1.1.3 Evolución de la industria colombiana.	28
1.1.4 Tendencias del sector avícola.....	29
1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO	30
1.2.1 Moniquirá.	30
1.3 ASPECTOS LEGALES	33
2. ESTUDIO DE MERCADOS	41
2.1 OBJETIVOS.....	41
2.1.1 Objetivo general.....	41
2.1.2 Específicos.....	41
2.2 DESCRIPCIÓN DE PRODUCTO.....	42
2.2.1 Descripción, usos y especificaciones del producto	42
2.2.2 Atributos diferenciadores del producto con respecto a la competencia.	45
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	46
2.3.1 Mercado potencial.....	46
2.3.2 Mercado objetivo.....	46
2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	46
2.4.1 La demanda.....	46
2.4.1.1 Descripción del problema de investigación de mercados	46
2.4.1.2 Necesidades de información.....	48

2.4.1.3 Ficha técnica.....	49
2.4.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados.....	51
2.4.3 Estimación de la demanda.....	67
2.4.4 Proyección de la demanda.....	69
2.5 OFERTA O COMPETENCIA.....	70
2.5.1 Necesidades de información.....	70
2.5.2 Ficha Técnica.....	71
2.5.3 Tabulación y presentación de resultados de la oferta.....	72
2.5.4 Análisis de la situación actual de la competencia	81
2.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA.....	83
2.7 CANALES DE COMERCIALIZACION	84
2.7.1 Estructura de los canales actuales	84
2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales	85
2.7.3 Selección de los canales de comercialización	86
2.8 PRECIO	86
2.8.1 Análisis de precios de la competencia	87
2.8.2 Estrategias de fijación de precios	87
2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCION.....	88
2.9.1 Objetivos	88
2.9.2 Logotipo	88
2.9.3 Slogan.....	89
2.9.4 Análisis de medios	89
2.9.5 Selección de medios.....	90
2.9.6 Estrategias Publicitarias.....	91
2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción	91
2.9.7.1 De lanzamiento	91
2.9.7.2 De operación.....	91
3. ESTUDIO TÉCNICO.....	93
3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	93
3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto	93

3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto.....	93
3.1.2.1 El tamaño del proyecto y la demanda.....	94
3.1.2.2 El tamaño del proyecto y los suministros e insumos.....	94
3.1.2.3 El tamaño del proyecto y la tecnología y equipos	94
3.1.2.4 El tamaño del proyecto y la localización	94
3.1.2.5 El tamaño y el financiamiento	94
3.1.3 Capacidad del proyecto	94
3.1.3.1 Capacidad total diseñada por línea de producto.....	95
3.1.3.2. Capacidad instalada	96
3.1.3.3 Capacidad utilizada y proyectada	97
3.2 LOCALIZACIÓN.....	98
3.2.1 Macro localización (Geográfica).....	98
3.2.2 Micro localización.....	99
3.2.2.1 Definición de los factores.....	99
3.2.2.2 Ponderación de los factores.....	100
3.2.2.3 División de factores en grados y puntuación.....	100
3.2.2.4 Micro localización ponderada.....	101
3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO	102
3.3.1 Ficha técnica del producto	102
3.3.2 Descripción técnica del proceso	103
3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento	106
3.3.4 Control de calidad.	109
3.3.5 Recursos.....	110
3.3.5.1 Recurso humano.....	110
3.3.5.2 Recurso físico	111
3.3.5.3 Recurso de insumos	113
3.3.6 Análisis de Proveedores	114
3.3.7 Distribución de planta	115
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	117
4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN.....	117

4.2 CULTURA ORGANIZACIONAL	119
4.2.1 Visión	119
4.2.2 Misión.....	120
4.2.3 Objetivos	120
4.2.4 Políticas	120
4.2.4.1 Políticas personales	120
4.2.4.2 Políticas de compras:.....	121
4.2.3.3 Políticas de ventas	121
4.2.3.4 Políticas de calidad	121
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	122
4.3.1 Organigrama	122
4.3.2 Descripción y perfil de cargos	122
4.3.3 Asignación salarial	127
5. ESTUDIO FINANCIERO	130
5.1 INVERSIONES	130
5.1.1 Inversión fija.....	130
5.1.1.1 Terreno	130
5.1.1.2 Construcción	131
5.1.1.3 Maquinaria y equipo.....	131
5.1.1.4 Muebles y enceres	132
5.1.1.5 Equipo de oficina	132
5.1.1.6 Herramientas	133
5.1.1.7 Total de inversión fija	133
5.1.2 Inversión diferida.....	133
5.1.3 Inversión de capital de trabajo	134
5.1.3.1 Costos de producción	134
5.1.3.2 Gastos de administración y ventas	139
5.1.3.3 Gastos financieros (Intereses).	142
5.1.3.4 Total capital de trabajo.....	142
5.1.4 Inversión total.....	143

5.1.5 Fuentes de financiación	143
5.2 COSTOS Y GASTOS.	145
5.2.1 Costos y gastos fijos	145
5.2.2 Costos y gastos variables	145
5.2.3 Costo y gastos total unitario.....	146
5.3 PRECIO DE VENTA.	146
5.4 PROYECCIONES FINANCIERAS	147
5.4.1 Ingresos	147
5.4.2 Egresos.....	148
5.5 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS	149
5.5.1 Estado de resultados proyectados a 5 años	149
5.5.2 Flujo de caja proyectado	150
5.5.3 Balance general inicial proyectado	151
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	154
6.1 EVALUACIÓN SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.....	154
6.2 EVALUACIÓN AMBIENTAL.....	155
6.2.1 Matriz de evaluación de impactos.....	155
6.2.2 Plan de mitigación.....	156
6.4 EVALUACIÓN FINANCIERA.	156
6.4.1 Valor presente neto (VPN)	158
6.4.2 Tasa Interna Retorno TIR.	160
6.4.3 Periodo de recuperación	161
6.4.4 Análisis de las Razones Financieras	162
6.5 PUNTO DE EQUILIBRIO	166
7. CONCLUSIONES	169
8. RECOMENDACIONES	173
BIBLIOGRAFÍA	175
ANEXOS	178

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Municipio de Moniquirá	32
Figura 2. Mapa zona rural de Moniquirá	33
Figura 3. Definición de pollo semicriollo.....	42
Figura 4. Usos del producto	42
Figura 5. Especificaciones del producto	43
Figura 6. Características físicas del pollo semicriollo.....	44
Figura 7. Diseño del empaque	44
Figura 8. Etiqueta presentada en el empaque	45
Figura 9. Consumo de pollo Moniquirá	52
Figura 10. Preferencia de compra.....	53
Figura 11. Lugar de compra de pollo	54
Figura 12. Frecuencia de compra de pollo.....	55
Figura 13. Preferencia en la compra de pollo	56
Figura 14. Cantidad adquirida semanal	57
Figura 15. Consumo de pollo semicriollo	58
Figura 16. Variedades de pollo	59
Figura 17. Identificación de pollo semicriollo	60
Figura 18. Punto de compra del pollo	61
Figura 19. Mercado competitivo	62
Figura 20. Libra de pollo adquirido.....	63
Figura 21. Precio pagado por libra de pollo	64
Figura 22. Presentación del producto	65
Figura 23. Publicidad para la presentación del producto	66
Figura 24. Aceptación de una empresa productora de pollo semicriollo	67

Figura 25. Proyección de la Demanda en libras de pollo semicriollo	70
Figura 26. Expendedores de pollo	72
Figura 27. Variedad de pollo comercializado	73
Figura 28. Frecuencia de compra	74
Figura 29. Proveedores de pollo	75
Figura 30. Presentación de mayor preferencia	76
Figura 31. Cantidad adquirida por expendedores	77
Figura 32. Costo de libra de pollo semicriollo	78
Figura 33. Empaque de preferencia de los expendedores	79
Figura 34. Forma de pago	81
Figura 35. Canal de distribución medio.....	84
Figura 36. Canal de comercialización planteado	86
Figura 37. Canal de comercialización intermedio	86
Figura 38. Logotipo	89
Figura 39. Diagrama en la etapa de siembra y crecimiento	107
Figura 40. Diagrama de operación.....	108
Figura 41. Distribución de planta	116
Figura 42. Organigrama.....	122
Figura 43. Punto de equilibrio	168

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Estratificación por hogares del Municipio de Moniquirá	46
Cuadro 2. Ficha técnica	49
Cuadro 3. Consumo de pollo en Moniquirá.....	52
Cuadro 4. Preferencia de compra	53
Cuadro 5. Lugar de compra de pollo.....	54
Cuadro 6. Frecuencia de compra de pollo	55
Cuadro 7. Preferencia en la compra de pollo.....	56
Cuadro 8. Cantidad adquirida semanal.....	57
Cuadro 9. Consumo pollo semicriollo	58
Cuadro 10. Variedades de pollo.....	59
Cuadro 11. Identificación de pollo semicriollo	60
Cuadro 12. Punto de compra del pollo.....	61
Cuadro 13. Mercado competitivo	62
Cuadro 14. Libra de pollo adquirido	63
Cuadro 15. Precio pagado por libra de pollo.....	64
Cuadro 16. Presentación del producto.....	65
Cuadro 17. Publicidad para la presentación del producto.....	66
Cuadro 18. Aceptación de una empresa productora de pollo semicriollo	67
Cuadro 19. Estimación de la demanda	69
Cuadro 20. Proyección de la demanda.....	69
Cuadro 21. Ficha técnica	71
Cuadro 22. Expendedores de pollo.....	72
Cuadro 23. Variedad de pollo comercializado.....	73
Cuadro 24. Frecuencia de compra.....	74

Cuadro 25. Proveedores de pollo semicriollo	75
Cuadro 26. Presentación de mayor preferencia.....	76
Cuadro 27. Cantidad adquirida por expendedores	77
Cuadro 28. Costo de libra de pollo semicriollo.....	78
Cuadro 29. Empaque de preferencia de los expendedores	79
Cuadro 30. Calidad del pollo.....	80
Cuadro 31. Forma de Pago	80
Cuadro 32. Matriz competitiva	82
Cuadro 33. Proyección de la oferta.....	83
Cuadro 34. Precio de venta Libra de pollo semicriollo	87
Cuadro 35. Presupuesto de lanzamiento	91
Cuadro 36. Presupuesto de operación	92
Cuadro 37. Capacidad proyectada	98
Cuadro 38. Ponderación de los factores.....	100
Cuadro 39. División de factores en grados y puntuación.....	100
Cuadro 40. Micro localización ponderada.....	101
Cuadro 41. Ficha técnica del pollo Semicriollo	102
Cuadro 42. Equipo y Maquinaria de producción	111
Cuadro 43. Equipos y maquinaria de sacrificios	112
Cuadro 44. Equipos de área administrativa	113
Cuadro 45. Recursos de insumos.....	113
Cuadro 46. Manual de funciones y perfil del Gerente	123
Cuadro 47. Manual de funciones y perfil del Contador	124
Cuadro 48. Manual de funciones y perfil de Secretaria	125
Cuadro 49. Manual de funciones y perfil de operarios.....	126
Cuadro 50. Asignación salarial	128
Cuadro 51. Prestaciones del trabajador.....	129
Cuadro 52. Inversión de terreno	130
Cuadro 53. Construcciones	131
Cuadro 54. Maquinaria y equipo para el proceso de Producción.....	131

Cuadro 55. Maquinaria y equipo del área de sacrificio	131
Cuadro 56. Muebles y enceres	132
Cuadro 57. Equipo de oficina.....	132
Cuadro 58. Herramienta	133
Cuadro 59. Total de inversión fija	133
Cuadro 60. Inversión diferida	133
Cuadro 61. Materias primas.....	134
Cuadro 62. Consumo de alimentos (Maíz, concentrado de soya)	135
Cuadro 63. Mano de obra directa	136
Cuadro 64. Prestaciones de MOD	136
Cuadro 65. Materiales indirectos	136
Cuadro 66. Insumos.....	137
Cuadro 67. Depreciación de maquinaria y equipo	137
Cuadro 68. Amortización de diferidos	137
Cuadro 69. Mantenimiento de maquinaria, equipos y herramientas	138
Cuadro 70. Seguros de maquinaria, equipos y herramientas	138
Cuadro 71. Total de CIF	138
Cuadro 72. Total de costos de producción	139
Cuadro 73. Nomina administración.....	140
Cuadro 74. Gastos generales	141
Cuadro 75. Depreciación	141
Cuadro 76. Amortización de diferidos	141
Cuadro 77. Total de gastos administrativos.....	142
Cuadro 78. Gastos financieros.....	142
Cuadro 79. Total de capital de trabajo	142
Cuadro 80. Inversión total	143
Cuadro 81. Fuentes de financiación	143
Cuadro 82. Tabla de amortización del crédito	144
Cuadro 83. Costos y gastos fijos	145
Cuadro 84. Costos variables.....	145

Cuadro 85. Costos y gastos total unitario	146
Cuadro 86. Precio de venta	147
Cuadro 87. Ingresos	147
Cuadro 88. Egresos Proyectados	148
Cuadro 89. Estado de resultados proyectado	149
Cuadro 90. Flujo de caja proyectado	150
Cuadro 91. Balance general inicial proyectado	151
Cuadro 92. Matriz de evaluación de impactos	155
Cuadro 93. Plan de mitigación	156
Cuadro 94. Valor Presente Neto	159
Cuadro 95. Resultado del VPN	160
Cuadro 96. Periodo de recuperación	161
Cuadro 97. Razón corriente	162
Cuadro 98. Capital de trabajo	163
Cuadro 99. Margen de ganancias	164
Cuadro 100. Rentabilidad Bruta	164
Cuadro 101. Rentabilidad con relación al capital	165
Cuadro 102. Índice de endeudamiento	165
Cuadro 103. Margen de contribución	166
Cuadro 104. Punto de equilibrio	166

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Encuesta	178

GLOSARIO

ALIMENTACIÓN: Sustancia que proporciona al organismo energías.

AVÍCOLA: Es el arte de producir aves y utilizar sus productos.

CALIDAD: Excelencia de las propiedades del pollo semicriollo.

COMPETENCIA: Empresas del mismo sector

COMERCIALIZACIÓN: Acción de comercializar el producto.

CONCENTRADO: Alimento el cual se le disminuido el volumen

CAPACIDAD DEL PROYECTO: Determina la participación del producto de acuerdo a las necesidades de la demanda.

DEMANDA: Cantidad de mercancía que los consumidores están dispuestos a adquirir.

EMPAQUE: Presencia del producto por una envoltura.

ENFERMEDAD: Sintomatología que presenta las aves.

ESTIMACIÓN: Forma de calcular la demanda mediante resultados obtenidos de la investigación realizada en el campo.

GALPÓN: Rancho o cubierta donde se crían las aves

LOCALIZACIÓN: Lugar en donde se localiza la empresa.

MERCADO OBJETIVO: Es un grupo de consumidores que muy probable compre los productos ofrecidos por la empresa.

MERCADO POTENCIAL: Es aquel consumidor que no consume el producto, pero que pueden llegar a tener la necesidad de consumirlo.

MONIQUIRÁ: Municipio colombiano ubicado en la provincia de Ricaurte, del cual es capital en el departamento de Boyacá.

OFERTA: Es la acción de ofrecer un producto para la venta.

ORGANIGRAMA: Representación gráfica de la estructura de la empresa.

POLLO: Ave de plumaje blanco y piel amarilla.

PRODUCTO: Es una opción elegible y viable que la oferta pone a disposición de la demanda para cubrir sus necesidades.

PROYECCIÓN: Forma de precisar el comportamiento a futuro de un proyecto.

PROVEEDORES: Empresa o persona que proporciona bienes o servicios a otras personas o empresas.

PRECIO: Cantidad de dinero que permite la adquisición de un bien o servicio.

PUBLICIDAD: Forma de dar a conocer un producto o servicio.

RAZA: Genética de la ave

RECURSOS: Elementos que están disponibles para llevar a cabo una empresa.

SEMICRIOLLO: Descendencia de las aves cuando pierden el valor natural.

TAMAÑO DEL PROYECTO: Descripción de la unidades de producción en la empresa.

RESUMEN

TITULO: FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE POLLO SEMICRIOLLO EN LA CIUDAD DE MONIQUIRÁ, DEPARTAMENTO DE BOYACÁ.*

AUTORES: YERLY VIVIANA MORENO TORRES
LAURA XIMENA NEIRA GUERRERO **

PALABRAS CLAVES: Pollo semicriollo, Moniquirá, Factibilidad.

CONTENIDO:

La necesidad ha permitido a los autores del proyecto a crear una empresa productora de pollo semicriollo en la ciudad de Moniquirá "Semicriollo Moniquireño"; ya que nace un producto que sea fresco, nutritivo y con el cumplimiento de las normas de seguridad sanitaria.

Este proyecto tiene el objetivo de decretar mediante los estudios de mercados, técnico, administrativo, financiero y la evaluación la viabilidad y la rentabilidad de la creación de una empresa productora de pollo semicriollo en la ciudad de Moniquirá departamento de Boyacá.

El proyecto tendrá una acogida en para la producción de pollo semicriollo en la ciudad de Moniquirá, de acuerdo al peso de 5 libras equivalentes a 2,5 kg; tomando como base la población municipal de 5.728 hogares establecida para el estudio de mercados. Presentado en el estudio técnico una capacidad inicial de 54.000 Libras equivalentes a 27.000 Kg, teniendo para entonces una capacidad del mercado del 0,75%.

De acuerdo con el tipo de empresa que se establece de Sociedad Anónima Simplificada, la cual genera dos empleos indirectos y dos directos, con una inversión de \$119.684.884 siendo el aporte de socios 93.904.884 y de terceros 25.780.000. Se obtiene el precio de venta del producto por libra \$3.684. Por tanto a los estudios realizados se obtienen los ingresos de \$198.936.000 y egresos \$131.551.760 permiten desde el punto de vista que el proyecto es factible y es alcanzable para los autores, igualmente en la evaluación nos permite ver que no se presentan impactos negativos en lo ambiental y social, siendo el VPN el \$104.782.127, teniendo un TIR del 43.33%, presentando un periodo de recuperación de 2.67 años con un punto de equilibrio de 31,056 Libras, sino permitiendo un crecimiento comercial de la región y también en la generación de empleo.

* Proyecto de grado

** Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Gestión empresarial. Director: Jairo Enrique Figueroa Chaparro

SUMMARY

TITLE: FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A FREE-RANGE CHICKEN PRODUCTION COMPANY IN THE CITY OF MONIQUIRÁ, DEPARTMENT OF BOYACÁ.*

AUTHORS: YERLY VIVIANA MORENO TORRES
LAURA XIMENA NEIRA WARRIOR**

KEY WORDS: Free-Range Chicken, Moniquirá, Feasibility.

CONTENT:

The need has led the creation of a free-range chicken production company in the city of Moniquirá, creating a fresh and nutritive product and complying with health safety standards.

The project will be embraced in the production of Free-Range chicken in the city of Moniquirá, according to the weight of 5 pounds equivalent to 2,5 kg, based on the municipal population of 5,728 households established for the market research. It is presented in a technical study which the installed capacity corresponds to an estimated chicken demand of 998,920 pounds per year and 327,600 slaughtered chickens in one year. The initial capacity of 54,000 pounds and a projected capacity of 72,000 pounds, having by then a market capacity of 0.75%.

According to the type of company that is established as a Simplified Joint Stock Company, which generates two indirect and two direct jobs, with an investment of \$119.684.884 in which consists of assets, fixed costs and working capital. It has its own resources that are 70% of the total investment; selling price is \$25.780.000 per pound of chicken; calculating \$198.936.000 total income and \$131.551.760 of expenses, NPV value is \$104.782.127 having an IRR of 43, 33%; The recovery of the investment will be in 2 years and 67 months; its break-even point is 31.056 pounds. Therefore, from the studies carried out we concluded that the project is feasible and achievable, and, in the evaluation, it allows us to see that there are no negative environmental or social impacts, but rather allowing commercial growth in the region and in the generation of employment.

* Proyecto de grado

** Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Gestión empresarial. Director: Jairo Enrique Figueroa Chaparro

INTRODUCCIÓN

La idea emprendedora de la creación de una empresa productora de pollo semicriollo en la ciudad de Moniquirá, nace de la necesidad de encontrar un producto fresco y semicriollo, encontrando una alta demanda de este producto y una baja oferta.

Este documento presenta una recopilación de los estudios de mercadeo, técnico, administrativo, financiero y económico, con el fin de establecer la viabilidad y rentabilidad para la creación de la empresa productora de pollo semicriollo en la ciudad de Moniquirá departamento de Boyacá.

El estudio presenta básicamente en ocho capítulos, el primero consta del análisis de la industria avícola, el contexto geográfico que comprende la ciudad de Moniquirá y los aspectos legales.

El segundo capítulo, expone el estudio de mercados en el cual se determinó el objetivo general, objetivos específicos, de acuerdo a los componentes controlables e incontrolables del mercadeo; la descripción del producto según sus características; la cuantificación y definición del mercado potencial y objetivo; el análisis de la estimación de la demanda y oferta de acuerdo a la investigación de mercados; el canal de comercialización del producto de la empresa, igualmente la fijación de precios, publicidad y promoción.

El tercer capítulo, comprende las variables orientadas al tamaño del proyecto (Capacidad instalada, utilizada y proyectada), localización, ingeniería del proyecto de acuerdo al proceso de producción con el control de calidad, permitiendo

analizar los recursos, análisis a proveedores y la distribución de la planta con el fin de adecuar las áreas respectivas.

El cuarto capítulo, se define el tipo de sociedad que tendrá la empresa, su constitución y estructura organizacional, la visión, misión, objetivos a corto y largo alcance, el manual de funciones y la asignación salarial de acuerdo a los trabajadores de la empresa.

El quinto capítulo, consta del estudio financiero el cual establece la inversión fija, la inversión diferida, la inversión de capital de trabajo, inversión total, fuentes de financiación, costos y gastos, precio de venta estableciendo las proyecciones financieras de la empresa.

El sexto capítulo, comprende la evaluación del proyecto donde se tendrá en cuenta la evaluación social el cual se desarrollara sobre la generación de empleos directos e indirectos de los habitantes de la región y ambiental donde se le dará un buen manejo a los recursos para evitar daños irreversibles.

El estudio culmina con las conclusiones y recomendaciones que se compilan de los estudios de mercados, técnico, administrativo, financiero y que se deben de tener en cuenta para la puesta en marcha del proyecto, para que sea factible.

1. GENERALIDADES

1.1 PANORAMA DEL SECTOR

1.1.1 Antecedentes de la avicultura¹. La avicultura está conformada por ciertas actividades de la producción de huevo y carnes de aves. Colombia ha tenido un crecimiento constante desde los mediados de los siglo XX, lo cual es un resultado de fortalecimiento institucional, organizacional y tecnológico. Las instituciones se encargaron de capacitar controlar y financiar a empresarios, técnicos, granjeros e inversionistas para el montaje de granjas avícolas comerciales². María Aguilera Díaz, 2014. Sostiene que mediante tecnologías las empresas con sus agremiaciones permiten que promover el crecimiento, competitividad y sostenibilidad, mediante acompañamientos tecnológicos, sanitarios, de inocuidad, capacitación e investigación.

La introducción de tecnologías en genética e instalaciones lograron el incremento de la producción de manera eficiente y rentable, lo que permitió la masificación del consumo de huevo y pollo, que hoy unas de las principales fuentes de proteínas para los colombianos.

1.1.2 Origen del pollo³. La avicultura pertenece al sector agropecuario, por lo que esta avistada la práctica de criar y cuidar aves, que permite tener una explotación en la carne y en el huevo. Pocas veces, nos damos cuenta del crecimiento que

¹ RIVERA GARCIA, Oscar "AMEVEA Colombia: 45 años de historia y logros". {En línea}. {13 de noviembre de 2013} Disponible en internet <http://www.elsitioavicola.com/articles/2480/amevea-colombia-45-años-de-historia-y-logros/> consulta: (9/06/2019)

² AGUILERA DIAZ, María " Determinantes del desarrollo en la avicultura en Colombia: instituciones, organizaciones y tecnología". {En línea}. {2014}. Disponible en internet. <https://ideas.repec.org/p/col/000102/012388.html> . Consulta: (09/06/2019)

³ Banco de la Republica. Lectura en finanzas. 23 jun 2016. Disponible en http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/dtser_214.pdf Consulta (09/06/2019).

van teniendo nuestros sectores en el país, por lo que, el sector avícola es uno de los que tiene Colombia, obteniendo un crecimiento en la producción y explotación, que a pesar de los obstáculos e inexperiencias han tenido fracasos en la producción.

En Colombia las primeras importaciones que se presentaron fueron en 1920 consistentes en pequeños lotes de gallinas, gallos y pollitos Rhode Island Red, Plymouth Rock Barrada, New Hampshire, Minorca, Sussex, Chantecler, crevecoeur, Anconas, Faverole, Orpington, Buckeyes, Jersey negra gigante, Javas, dominicanas, Brahmas, Cochinchinas, entre otras y uno que otro ejemplar Leghorn.

Entre los años 1920 a 1940, por todo el país se podían observar toda clase de gallinas denominadas “criollas”, siendo el fruto de los cruces de razas de aves especialmente españolas, famosas cariocas, mariposas, patiplumadas, barbadas, rojas, amarillas , negras de la cara blanca.

En 1926, el gobierno colombiano menciona oficialmente a la avicultura por primera vez como una “actividad económica de importancia” y produce la Ley 74 de 1926, noviembre 30, que establece la fundación de una granja avícola experimental en cada departamento y autoriza contratar profesores extranjeros para que estimulen el desarrollo y propagación de aves de raza de alto valor industrial.

En el año 1943 aparece registradas importaciones de mayor volumen de aves especializadas para postura, doble utilidad y de engorde.

En 1950, en la población se calculaba que era de 18 millones casi la totalidad integrada por aves criollas, campesinas. Siendo para el mes de junio llega el virus del Newcastle que según los estimativos ocasiono la muerte de 12 millones de aves.

En 1960 se importaron aves de raza Leghorn que tomaron un gran impulso. Generando grandes importaciones de concentrados, drogas, vacunas y todo tipo de implementos relacionados en la avicultura; permitiendo la creación de fábricas de concentrados y equipos para la avicultura.

1.1.3 Evolución de la industria colombiana⁴. A partir de 1950 hasta la fecha en su evolución se han considerado varias etapas clasificadas como décadas de recuperación, adaptación, tecnificación, e industrialización. Gracias al deseo de crear industria, vocación y fe en el país, muchas personas surgen como:

- ❖ Cultivadores e industriales;
- ❖ Multinacionales productoras de biológicos y químicos de uso avícola;
- ❖ Fábricas de alimentos concentrados y equipos avícolas;
- ❖ Explotaciones para la producción de huevos y pollos de engorde; pavos y patos.
- ❖ Modernas plantas de incubación
- ❖ Plantas procesadoras de pollos
- ❖ Se establecen plantas avícolas
- ❖ Cooperativas

Para la cual en todo el país se forman pequeños avicultores, haciendo que esta evolución se lleve a fundar como son:

- ❖ asaderos de pollo,
- ❖ prestigiosas y grandes distribuidoras de huevos y pollos,
- ❖ Realización de congresos, seminarios
- ❖ Cursos nacionales e internacionales de patología, nutrición y manejo
- ❖ Publicaciones nacionales y extranjeras
- ❖ Asistencia a congresos nacionales, latinoamericanos y mundiales
- ❖ Afiliación al ALA

⁴ RIVERA GARCIA, Oscar “AMEVEA Colombia: 45 años de historia y logros”. {En línea}. {13 de noviembre de 2013} Disponible en internet <http://www.elsitioavicola.com/articles/2480/amevea-colombia-45-años-de-historia-y-logros/> Consulta (09/06/2019).

Aparecen igualmente asociaciones avícolas como:

- ❖ Incubar,
- ❖ Fenaves,
- ❖ Acofal ,
- ❖ Propollo,
- ❖ Asapollo,
- ❖ Asohuevo
- ❖ Acepollo
- ❖ Incoas

Las cuales cada una tomo caminos diferentes a mediados de los tiempos desapareciendo y posteriormente uniéndose para darles pasó a la Federación colombiana de avicultores (FENAVI) en el año 1983, permitiéndole la administración de FONAV. Brindando al sector avícola una evolución del sector gracias al avance tecnológico y desempeño de esta actividad; reduciendo los tiempos de levante y engorde de las aves, siendo pujante y eficiente, sobrepasando la importancia que tenía el café y la ganadería.

1.1.4 Tendencias del sector avícola⁵. El sector avícola ha venido creciendo a través de los tiempos, siendo las empresas las proporcionan grandes inversiones en distintas regiones del país. Siendo uno de los sectores que participan en la economía y que se dan el lujo de lograr crecimientos permanentes. A pesar de las devaluaciones que se presentan por el incremento de los costos de insumos; logrando esta actividad un crecimiento de 4,4% al cierre del año 2016 y para este año se proyecta un alza superior a 5%. Según lo señala el colombiano Andrés Valencia Pinzón, presidente de la federación nacional de avicultores (Fenavi).

⁵ Revista dinero.03/16/2017. ¿Por qué la industria avícola colombiana está volando alto? Disponible en: <http://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/como-va-la-industria-avicola-en-colombia/242959> Consulta (09/06/2019).

Un incremento del consumo per cápita en comparación de dos proteínas. En la cual cada colombiano consumió de un 31.5 kilos de carne de pollo y la proyección al 2017 este alrededor de 32 kilos y en el huevo llegó a 272 unidades por persona y para este año podría ubicarse entre 275 y 280.

Tres regiones del país explican el desempleo del sector: Santander, Valle y Norte del Cauca y la zona centro del país, para la cual según Fenavi representan cerca de 75% de la producción avícola nacional, esto sin desconocer el aporte de las regiones de Antioquia, el eje cafetero y la costa Caribe.

Participando Santander con el 25% de la producción nacional, es decir, 370.000 toneladas de carne al año y 2.900 millones de huevos, señala la directora de Fenavi Santander, Martha Ruth Velásquez.

1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO

1.2.1 Moniquirá⁶. Moniquirá es un municipio colombiano ubicado en la provincia de Ricaurte de la cual es capital, en el departamento de Boyacá; su cabecera dista 56 km de Tunja, la capital departamental. Situado a 1.700 msnm, su territorio, que pertenece a la cordillera oriental, está bañado por los ríos Moniquirá, Pómeza y Suárez. Limita con San José de Pare al norte; al oriente con Toguá, Arcabuco y Gambita (Santander); al occidente con los municipios de Puente Nacional y Barbosa del departamento de Santander y al sur con los Gachantiva y Santa Sofía. Sus suelos se distribuyen en los pisos térmicos templados y frío. La temperatura media anual del casco urbano es de 19/20 °C y el promedio de precipitaciones de 2.005 mm. Es el séptimo municipio más poblado del departamento.

⁶ MUNICIPIO DE MONIQUIRÁ. Disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Moniquir%C3%A1>. Consulta (09/06/2019)

Moniquirá fue un pueblo de indios gobernados por el cacique Susa hasta que con la llegada de los conquistadores en 1755 fue vendido por el visitador Andrés verdugo y Oquendo y los naturales agregado al pueblo de Chitaraque. En 1788 fue fundad la parroquia y en 1880 fue erigido municipio. En Moniquirá hay muchos y diversos barrios de diversa economía pero es un pueblo, consta un coliseo cubierto el cual se encuentra entre los más modernos del departamento y con un estudio de medidas oficiales.

Vías de comunicación:

Áreas: El municipio no cuenta con accesos aéreos

Terrestres: El municipio de Moniquirá se comunica con la capital del departamento de Boyacá mediante la carretera central (ruta 62, Tunja- Moniquirá), que actúa como eje de comunicación entre Bogotá y Bucaramanga; dista de Moniquirá. Bogotá por 181 km y a Bucaramanga 220 km. Esta vía divide al municipio en dos partes, al cruzar de norte a sur de la población, mediante un tramo de carretera aproximadamente de 2 kilómetros. Los fenómenos producidos por esta situación comprometen a INVIAS con el buen desempeño de la vía y de la seguridad de los ciudadanos y usuarios de la misma.

Otro medio de comunicación que hay para llegar a Moniquirá es la ruta Bogotá, Zipaquirá- Chiquinquirá- Barbosa- Moniquirá a una distancia de 171 kilómetros. Esta vía cuenta con un buen desempeño, es pavimentada, la señalización vial aceptable; brinda buena seguridad a las personas que se desplacen por esta vía.

Figura 1. Municipio de Moniquirá



Fuente: Moniquira Boyacá. Municipio [en línea] disponible en: www.moniquira-boyaca.gov.co

Cobertura geográfica⁷

El municipio de Moniquirá cuenta con una población de 23.675⁸ habitantes de los cuales 9.851 se encuentran en el casco urbano y 13.824 en el rural, Moniquirá se ubica a 53°25'1" de longitud occidental con relación al meridiano de Greenwich, con una altura sobre el nivel del mar de 1700 metros, precipitación media de 2005 mm/C2, con una temperatura de 19°C y una extensión de 220 km, a una distancia de 60 km a la capital del departamento de Tunja.

El sector rural está distribuido en las veredas de: Beltrán, Coralina, Colorado, Coper, Capilla, Despensa y Ajizal, Chovo, Jordán, La Hoya, La Laja, Monjas, Monsalve, Maciegal, Neval y Cruces, Novillero, Naranjal, La Pila, Potrero Grande, Pajales, Pantanillo, Papayal, Pueblo Viejo, San Cristóbal, San Vicente, San

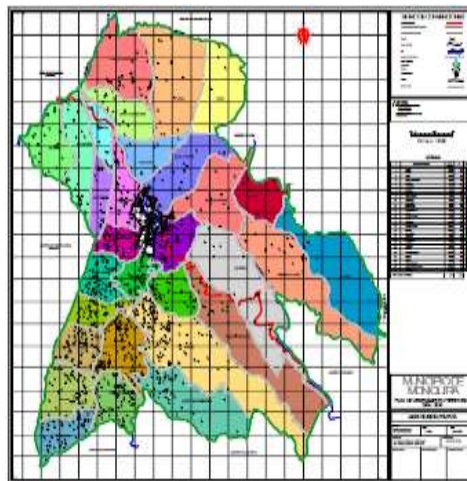
⁷ PROVINCIA DE RICAURTE. Departamento de Boyacá. Disponible en: http://www.boyacacultural.com/index.php?option=com_content&view=article&id=106&Itemid=103 Consulta (05/06/2019).

⁸ Población de Moniquirá, DANE, resultados oficiales del censo 2005, URL última consulta el 22/04/2019.

Esteban, Tierra de Gómez, Tierra de Castro, Tierra de González, Tapias y San Antonio, ubaza.

Y el sector urbano los barrios de la Aurora, Coamigos, La Coralina, Las Colinas, Chapinero, La floresta, Portales del Río, Uadita, Villa del río, Primavera, Variante, Ricaurte, Barrancas, Joaquín Mota, Villa Consuelo, El Palmar.

Figura 2. Mapa zona rural de Monquirá



Fuente: MUNICIPIO DE MONQUIRÁ. Disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Moniquir%C3%A1>. (03/06/2019).

1.3 ASPECTOS LEGALES

Resolución del Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) N° 003651 del 13 de noviembre de 2014

“Por medio de la cual se establecen los requisitos para la certificación de granjas avícolas bioseguras de postura y/o levante y se dictan otras disposiciones”.

RESOLUCIÓN 2013005726 DEL 06 DE MARZO DE 2013 – INVIMA

Por el cual se reglamenta el procedimiento para la elaboración, ajuste y seguimiento de los planes graduales de cumplimiento de las plantas de beneficio animal, desposte y desprese y se establecen los requisitos para los procesos de autorización sanitaria y registro de estos establecimientos

ICA: RESOLUCION N°. 002896 (OCTUBRE 10 DE 2005). Por el cual se dictan disposiciones sanitarias para la construcción de nuevas granjas en el territorio nacional.

EL GERENTE GENERAL DEL INSTITUTO COLOMBIANO AGROPECUARIO “ICA”. En el ejercicio de sus atribuciones legales, y en especial de las conferidas por los DECRETOS 2141 DE 1992, 1840 DE 1994, 3171 DE 1999 y el acuerdo 008 de 2001, y considerado que es responsabilidad del ICA, la sanidad pecuaria mediante el establecimiento de acciones y disposiciones para la prevención, control y erradicación de las enfermedades de los animales. Que, en los últimos años, el país ha experimentado un auge considerable de la explotación y tenencia de aves domésticas sin el cumplimiento de condiciones sanitarias adecuadas de alojamiento, lo cual ha repercutido en un incremento del riesgo de presentación de enfermedades transmisibles. Que es necesario, que la ubicación y construcción de nuevas granjas avícolas y plantas de incubación cumplan requisitos mínimos de bioseguridad para prevenir y evitar la presentación de problemas de tipo sanitario.

DECRETO 410 DE 1971 (Marzo 27). Por el cual se expide el código de comercio, EL PRESIDENTE DE LA REPUBLICA DE COLOMBIA, en ejercicio de las facultades extraordinarias que le confiere el numeral 15 del artículo 20 de la ley 16 de 1968, y cumplido el requisito allí establecido.

Tramites de seguridad laboral. Los requisitos que se describen a continuación deben realizarse una vez la empresa inicia su funcionamiento, con el fin de garantizar la seguridad social de los empleados.

- Inscribirse ante la administración de riesgos profesionales (privado o ISS). Así mismo es necesario que el empleador inscriba a sus empleados en una caja de compensación familiar (pagar ICBF, SENA y cajas de compensación familiar).
- Afiliar a los trabajadores al sistema de seguridad social y de pensiones ante las entidades promotoras de salud (EPS) y fondo de pensiones.
- Vincular a los trabajadores a los fondos de cesantías.
- Inscribirse a un programa de seguridad industrial. Elaboración del reglamento interno de trabajo y aprobación ante la oficina de trabajo.
- Conformación del comité paritario de salud ocupacional. COPASO.

Código sustantivo del trabajo, título preliminar, principios generales, artículo 55, definición del trabajo.

Código sustantivo del trabajo, contrato individual de trabajo, capítulo 1, artículo 22 definiciones del contrato de trabajo.

Código sustantivo del trabajo, título 1, contrato individual de trabajo, capítulo 1 artículo 23, elementos esenciales, ley 50 de 1990, artículo 1.

Código sustantivo de trabajo, título 1, capítulo IV, modalidades del contrato, artículo 46, contrato a término fijo. Ley 50 de 1990, artículo 3.

Estatuto tributario, capítulo II, declaraciones tributarias, disposiciones generales, artículo 574, declaraciones, decreto 2503 de 1987, artículo 1.

Estatuto tributario, capítulo II, declaraciones tributarias, disposiciones generales, artículo 579, lugares y plazos para la presentación de las declaraciones tributarias. Decreto 2503 de 1987 artículos 16 y 126.

Estatuto tributario, capítulo II, declaraciones tributarias, declaración de ventas, artículo 600, periodo fiscal en ventas. Decreto 2503 de 1987, artículo 32.

Estatuto tributario, capítulo II otros deberes formales de los sujetos pasivos de obligaciones tributarias y de terceros, artículo 612, de informar la dirección y la actividad económica. Ley 49 de 1990. Artículo 50.

Código de comercio, capítulo 1. Funcionamiento de la empresa, artículo 48. Libros, que deben llevar los comerciantes.

Ley 232 de 1995 (diciembre 26), normas para el funcionamiento de establecimientos comerciales.

DECRETO 3075 DE 1997 Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 09 de 1979 y se dictan otras disposiciones. EL PRESIDENTE DE LA REPUBLICA DE COLOMBIA En ejercicio de sus atribuciones constitucionales y legales y en especial las que le confiere el numeral 11 del artículo 189 de la Constitución Política y la Ley 09 de 1979

DECRETA: TITULO I. DISPOSICIONES GENERALES ARTICULO 1o. AMBITO DE APLICACION. La salud es un bien de interés público. En consecuencia, las disposiciones contenidas en el presente Decreto son de orden público, regulan todas las actividades que puedan generar factores de riesgo por el consumo de alimentos, y se aplicaran:

- a. A todas las fábricas y establecimientos donde se procesan los alimentos; los equipos y utensilios y el personal manipulador de alimentos.
- b. A todas las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional.
- c. A los alimentos y materias primas para alimentos que se fabriquen, envasen, expendan, exporten o importen, para el consumo humano.
- d. A las actividades de vigilancia y control que ejerzan las autoridades sanitarias sobre la fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución, importación, exportación y comercialización de alimentos, sobre los alimentos y materias primas para alimentos.

DECRETO NÚMERO 60 DE 2002 (enero18) por el cual se promueve la aplicación del Sistema de Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico - Haccp en las fábricas de alimentos y se reglamenta el proceso de certificación. El Presidente de la República de Colombia, en ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, en especial las conferidas en el numeral 11 del artículo 189 de la Constitución Política y los artículos 287 y 564 de la Ley 09 de 1979, y CONSIDERANDO: Que el artículo 25 del Decreto 3075 de 1997 recomienda aplicar el Sistema de Aseguramiento de la Calidad Sanitaria o inocuidad, mediante el análisis de peligros y control de puntos críticos o de otro sistema que garantice resultados similares, el cual deberá ser sustentado y estar disponible para su consulta por la autoridad sanitaria competente; Que el Sistema Haccp es utilizado y reconocido actualmente en el ámbito internacional para asegurar la inocuidad de los alimentos y que la Comisión Conjunta FAO/OMS del Codex Alimentarios, propuso a los países miembros la adopción del Sistema de Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico Haccp, como estrategia de aseguramiento de la inocuidad de alimentos y entregó en el Anexo al CAC/RCO 1 -1969, Rev.3 (1997) las directrices para su aplicación; Que Colombia, como país miembro de la Organización Mundial de Comercio OMC, debe cumplir con las medidas sanitarias

que rigen esta organización, razón por la cual debe revisar y ajustar la legislación sanitaria de conformidad con la demanda del mercado internacional;

La Ley 1429 de 2010 - Ley del Primer Empleo, Por la cual se expide la Ley de Formalización y Generación de Empleo.

Ley 1410 de 2006 - Ley de Emprendimiento. De fomento a la cultura del emprendimiento.

Ley 388 de 1997 o Ley de Desarrollo Territorial – POT. Por la cual se modifica la Ley 9ª de 1989, y la Ley 3ª de 1991 y se dictan otras disposiciones.

NOTAS DE VIGENCIA: 11. Modificada por la Ley 962 de 2005, publicada en el Diario Oficial No. 45.963 de 08 de julio de 2005, "Por la cual se dictan disposiciones sobre racionalización de trámites y procedimientos administrativos de los organismos y entidades del Estado y de los particulares que ejercen funciones públicas o prestan servicios públicos". 10. Modificada por la Ley 902 de 2004, publicada en el Diario Oficial No. 45.622, de 27 de julio de 2004, "Por la cual se adicionan algunos artículos de la Ley 388 de 1997 y se dictan otras disposiciones" 9. Adicionada por el Artículo 108 de la Ley 812 de 2003, "por la cual se aprueba el Plan Nacional de Desarrollo 2003-2006, hacia un Estado comunitario", publicada en el Diario Oficial No. 45.231 de 27 de junio de 2003. 8. Modificada por la Ley 810 de 2003, publicada en el Diario Oficial No. 45.220, de 16 de junio de 2003, "Por medio de la cual se modifica la Ley 388 de 1997 en materia de sanciones urbanísticas y algunas actuaciones de los curadores urbanos y se dictan otras disposiciones" 7. Excepción establecida por la Ley 708 de 2001, artículo 13, publicada en el Diario Oficial No 44.632, de 1 de diciembre de 2001, "Por la cual se establecen normas relacionadas con el subsidio Familiar para vivienda de interés social y se dictan otras disposiciones" 6. Modificada por la Ley 507 de 1999, "Por la cual se modifica la Ley 388 de 1997", publicada en el Diario

Oficial No. 43.652 del 2 de agosto de 1999. 5. Modificada por el Decreto 1122 de 1999, publicado en el Diario Oficial No. 43.622 del 29 de junio de 1999, "Por el cual se dictan normas para suprimir trámites, facilitar la actividad de los ciudadanos, contribuir a la eficiencia y eficacia de la Administración Pública y fortalecer el principio de la buena fe. El Decreto 1122 de 1999 fue declarado INEXEQUIBLE por la Corte Constitucional mediante Sentencia C-923-99 del 18 de noviembre de 1999, Magistrado Ponente Dr. Álvaro Tafur Galvis. 4. La FE DE ERRATAS contenida en el Diario Oficial No. 43.127 del 12 de septiembre de 1997 corrigió el texto de los artículos 80., 52, 96 y 116 de la Ley 388 de 1997. Se menciona en el Diario Oficial No. 43.127: "En la edición del Diario Oficial número 43.091 del jueves 24 de julio de 1997, se publicó la Ley 388 de 1997. Por error involuntario, los textos de los artículos 8, 52, 96 y 116 difieren del contenido de la Ley sancionada por el señor Presidente de la República. Por consiguiente nos permitimos transcribir los artículos mencionados en su totalidad". 3. Ver el artículo 198 de la Ley 136 de 1994, publicada en el Diario Oficial No. 41.377, del 2 de junio de 1994, "Por la cual se dictan normas tendientes a modernizar la organización y el funcionamiento de los municipios". 2. Ver la Ley 99 de 1993, publicada en el Diario Oficial No. 41.146, del 22 de diciembre de 1993, "Por el cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el sector público encargado de la gestión y conservación del Medio Ambiente y los recursos Naturales Renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA y se dictan otras disposiciones". 1. Ver la Ley 9 de 1989, publicada en el Diario Oficial No. 38.650, del 11 de enero de 1989, "Por la cual se dictan normas sobre Planes de Desarrollo Municipal, Compra - venta y Expropiación de Bienes y se dictan otras disposiciones".

Ley 1454 DE 2011 Orgánica de Ordenamiento. Por la cual se dictan normas **orgánicas** sobre **ordenamiento** territorial y se modifican otras disposiciones.

La constitución política de Colombia 1991. El pueblo de Colombia, en ejercicio de su poder soberano, representado por sus delegatarios a la asamblea nacional constituyente, invocando la protección de Dios, y con el fin de fortalecer la unidad de la nación y asegurar a sus integrantes la vida, la convivencia, el trabajo, la justicia, la igualdad, el conocimiento, la libertad y la paz, dentro de un marco jurídico, democrático y participativo que garantice un orden político, económico y social justo, y comprometido a impulsar la integración de la comunidad latinoamericana, decreta, sanciona y promulga la siguiente constitución política de Colombia.

El PUC: Decreto 2650 de diciembre 29 de 1993. Por el cual se modifica el plan único de cuentas para los comerciantes. El presidente de la república, en ejercicio de sus atribuciones constitucionales y legales, en especial de las que confiere el ordinal 11 del Art. 189 de la constitución política y los Artículos 50 y 2035 del código de comercio.

Ley 100 del 23 diciembre de 1993. Por la cual se crea el sistema de seguridad social integral y se dictan otras disposiciones.

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 Objetivo general. Realizar un estudio de mercados mediante la obtención de información primaria y secundaria que permita caracterizar las variables de mercadotecnia necesarias para la comercialización del producto pollo semicriollo en la Ciudad de Moniquirá.

2.1.2 Específicos. Se formulan los siguientes objetivos específicos con el fin de alcanzar las variables que contiene el objetivo general.

- Establecer el mercado objetivo del producto mediante la segmentación del mercado de pollo semicriollo en la ciudad de Moniquirá Boyacá.
- Identificar las necesidades y preferencias de los clientes, en cuanto al pollo semicriollo en la ciudad de Moniquirá Boyacá.
- Cuantificar la demanda de pollo semicriollo en Moniquirá, para suplir las necesidades del mercado.
- Determinar la oferta de pollo semicriollo y la capacidad de cubrimiento en el mercado, reconociendo la competitividad del producto en la que puede entrar a presentarse.
- Establecer los canales de comercialización para la implementación del pollo semicriollo, admitiendo los menores costos de comercialización e idóneos que se adapten a las necesidades de los clientes.
- Efectuar un estudio y estrategias de precios que permitan obtener un precio competitivo del producto de la nueva empresa productora y comercializadora de pollo semicriollo en el municipio de Moniquirá
- Identificar un plan de publicidad y promoción que permitan motivar el consumo de pollo semicriollo en la ciudad de Moniquirá Boyacá.

2.2 DESCRIPCIÓN DE PRODUCTO

2.2.1 Descripción, usos y especificaciones del producto

- **Definición.** El pollo semicriollo es alimentado con concentrado en un 60% y un 40 % con alimento orgánico (Maíz), obteniendo un peso adecuado para la presentación del mercado.

Figura 3. Definición de pollo semicriollo



- **Usos.** Este producto será una alternativa de proteína en los hogares de la provincia de Ricaurte y la región del Rio Suarez, ya que complementa las comidas en especial el almuerzo y la cena, siendo más económica que otras carnes y ofreciendo grandes propiedades nutritivas.

Figura 4. Usos del producto



Fuente: Cookpad [en línea] disponible en:
<http://cookpad.com/co/recipe/images/f50a1b3dc24ebd22>

- **Especificaciones.** El pollo semicriollo es aquel que alcanza un peso comercial de 4 a 6 libras, con un periodo de crecimiento de 50 a 60 días, que presenta un proceso de sacrificio, desangrado, desplumado y limpieza en la que consta de quitado de patas, cabeza, buche, viseras.

Presentado el producto para su comercialización en empaques de bolsa de polietileno y bandejas autorizados por la secretaria de salud.

La comercialización del producto se realizara en canal y en pie, fresco.

Figura 5. Especificaciones del producto



- **Características físicas.** Este producto obtiene y presenta unas características especiales que consisten en su frescura, color amarillo de piel y carne, olor y sabor agradables. Que lo convierte en un producto más consumido por sus propiedades organolépticas.

Figura 6. Características físicas del pollo semicriollo



- **Diseño.** Presentado el producto para su comercialización en empaques de bolsa de polietileno y bandejas autorizados por la secretaria de salud.

Figura 7. Diseño del empaque



- **Empaque.** El pollo entero y bandejas en su empaque llevarán una etiqueta donde se especificaran: El nombre del producto, ingredientes, información nutricional, contenido neto, identificación del lote, instrucciones de conservación, marcado fecha de vencimiento, nombre y dirección del fabricante, registro sanitario. Esta información estará de forma clara, visible e imborrable; proveyendo de esta manera al cumplimiento de la normatividad exigida por el INVIMA (según resolución 5109 de diciembre de 2005).

Figura 8. Etiqueta presentada en el empaque

<i>Bandejas de menudencias</i>	
Producto 100% natural	
Información nutricional	
Proteínas	29.8 g
Grasas (lípidos)	5.54 g
Carbohidratos	1.854 g
Fibra dietética	0 g
Sodio	67 mg
Potasio	31 mg
Manejo y conservación: Mantener este producto refrigerado 0 a 4°C y congelado -18°C después de descongelar el producto no congelar de nuevo.	
Información de presentación: 500 gr	
Moniquirá- vía Togüi/ Boyacá	
Fecha de vencimiento 23/07 2019	

2.2.2 Atributos diferenciadores del producto con respecto a la competencia.

Entre los atributos diferenciadores del producto con respecto a la competencia son:

- Pollo semicriollo: sus propiedades organolépticas (color amarillo en su piel y carne, fresca, olor y sabor), mediante el proceso de alimentación.
- Crecimiento adecuado para el sacrificio: pudiendo el consumidor verificarlo en su textura, sabor y color de la carne.
- Comercialización: un producto fresco con un tiempo de refrigeración no mayor a 12 horas, permitiendo que el consumidor en el punto de venta pueda escoger el producto que desea llevar.
- Presentación del producto: se garantiza que el producto en el proceso de cocción no va a perder su tamaño, ni peso real.
- Precios: la empresa presenta precios competitivos, ya que se encuentra ubicada en la región.
- Presentación del producto: teniendo un producto con empaque al vacío presentado seguridad para el consumidor.

2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1 Mercado potencial. El mercado potencial está compuesto por los hogares de Moniquirá

2.3.2 Mercado objetivo. Para el presente proyecto el mercado objetivo está conformado por los hogares (especialmente las amas de casa) de la ciudad de Moniquirá, se encuentran ubicados en los estratos 1, 2, 3 y 4.

Una de las características de este mercado objetivo son las amas de casa, ya que son las que compran la proteína para la preparación del menú diario, eligiendo este producto por la facilidad de preparación y valor nutritivo.

Cuadro 1. Estratificación por hogares del Municipio de Moniquirá

Estrato	Nº Habitantes	Nº Hogares	%
1	11.846	2.962	51%
2	8.136	2.034	34%
3	2.784	696	10%
4	142	36	5%
	22.908	5.728	100%

Fuente: DANE. Información estadística proyección municipal Moniquirá Boyacá.

Tomado el 21 oct 2018. http://www.dane.gov.co.>poblacion_colombia.XLS

2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.4.1 La demanda

2.4.1.1 Descripción del problema de investigación de mercados. En el municipio de Moniquirá dentro de su población se encuentran las familias las cuales las amas de casa son las administradoras de los hogares, y buscan para el

consumo carne de pollo con ciertas características como: frescura, textura, color, precio y calidad; que sean acordes a su necesidad.

En Moniquirá se encuentra el sector urbano integrado por 16 barrios y el sector rural integrado por 32 veredas⁹; donde las personas de toda la región se dirigen a comprar pollo en el sector urbano en los diferentes puntos de venta que están ubicados. En el municipio se presenta una baja oferta de pollo semicriollo, ya que son pequeños productores avícolas que tienen en una finca pequeños criaderos con un número de 20 aves, los cuales son vendidos entre la comunidad vecina y para el mismo autoconsumo.

Los puntos de venta de pollo ubicados en el municipio de Moniquirá que son siete (La Granja, Soya, Contegral) en los cuales distribuyen productos de las mercas Barbosa S.A, Mac pollo y los productos que producen los pequeños productores de la región. Estos productos presentan unas características del producto como: color de piel y carne blanca, congelamiento y un ciclo de crecimiento no mayor a 40 días. Encontrándose en el mercado presentaciones del producto como lo es pollo entero, bandejas de alas, bandejas de perniles, bandejas pechugas, bandejas de mixtas, paquetes de menudencias. La distribuidora la Granja establece los precios, por ser un mayorista de la región.

En el análisis de los elementos del mercado que se describieron anteriormente generan en la población desconfianza al comprar el producto, ya que no consiguen en el mercado un producto con características organolépticas como: madurez, frescura, color amarillo de piel y carne y olor agradable del producto.

Partiendo de este análisis se concreta crear una empresa productora y comercializadora de pollo semicriollo mediante el mercado objetivo (amas de

⁹ Moniquirá. Disponible en www.moniquira-boyaca.gov.co. Consulta (03/04/2019).

casa), permitiendo identificar las preferencias sobre el precio, la marca, la presentación del producto.

2.4.1.2 Necesidades de información. Se requiere encontrar variables para el cumplimiento del estudio de mercados en el municipio de Moniquirá para la comercialización de pollo semicriollo.

Del mercado: Identificar el área de mercado en el cual se va incursionar el producto, permitiendo seguridad en la entrada.

Demanda: Determinar la cantidad de demanda de pollo semicriollo, permitiendo establecer el gusto, hábitos y preferencias del consumo.

Precio: Obtener conocimiento del precio actual del pollo semicriollo en la región, para establecer el valor del producto a la nueva empresa.

Oferta: Mediante la identificación de los oferentes de pollo semicriollo en el municipio, conociendo las cantidades y las insatisfacciones del mercado actual.

Canales de comercialización: Identificar los canales de comercialización, con los cuales se pretende llegar al mercado objetivo.

Publicidad: Seleccionar la mejor estrategia de publicidad a través del análisis sobre la respuesta emocional del cliente a los estímulos del entorno con el fin de ofrecerle una publicidad acertada.

2.4.1.3 Ficha técnica

Cuadro 2. Ficha técnica

Tipo de investigación	Corresponde a un estudio exploratorio y descriptivo, ya que interesa conocer el grado de aceptación de una empresa de producción y comercialización de pollo semicriollo en la ciudad de Moniquirá Boyacá.
Método de investigación	Los métodos por medio del cual se obtendrá el conocimiento de la investigación corresponden al método de análisis, síntesis de los hechos o fenómenos presentes en la población objeto de estudio, identificación rasgos características de la población con respecto al consumo de este tipo de producto, lo cual permitirá obtener los objetivos propuestos. “La observación como instrumento del análisis. Teniendo la capacidad de describir y explicar el comportamiento de ciertos datos obtenidos siendo fiables y adecuados.”¹⁰ “El método de análisis en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos”¹¹. “El método inductivo es aquel método científico que se obtienen conclusiones generales a partir de premisas particulares. El cual se distingue en cuatro pasos: la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización; y la contrastación”.¹² “El método deductivo es una estrategia de razonamiento

¹⁰PID practicum E.F. Tomado el 13/06/2019. Disponible en: [Ehttps://www.urg.es/~rescate/practicum/el_m_todo_de_observacion.htm](https://www.urg.es/~rescate/practicum/el_m_todo_de_observacion.htm)

¹¹ El método analítico. <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/257/7.1.htm>. Consulta (08/06/2019).

¹² Pérez Porto Julián, Merino María. Definición de método inductivo. Día de la consulta (08/06/2019). Disponible en internet en: <http://definicion.de/metodo-inductivo/>

	empleada para deducir conclusiones lógicas a partir de una serie de premisas o principios. Por tanto, en este sentido, es un proceso de pensamiento que va de lo general (leyes o principios) a lo particular (Fenómenos o hechos concretos)". ¹³
Fuentes de información	Las fuentes utilizadas para el desarrollo de la presente investigación serán de dos tipos: Las fuentes primarias y las secundarias. Las fuentes primarias estarán constituidas por la población a la que se realizan el estudio. Los potenciales consumidores del producto y las personas con conocimiento del tema como técnicos, veterinarios y las fuentes secundarias se tienen estudios de otras investigaciones similares, DANE, proyectos, internet, revistas, videos, etc.
Técnicas de investigación	En la investigación se aplicara la Técnica del Muestreo Aleatorio Simple Estratificado: la cual consiste en un procedimiento de muestro probabilístico que da cada elemento de la población objetivo y a cada posible muestra de un tamaño determinado, la misma probabilidad de ser seleccionado ¹⁴ .
Instrumento para la recolección de información	El cuestionario estructurado que se aplicara a la población objeto de estudio.
Modo de aplicación	Directa.
Definición de población (elemento, unidad de muestreo)	La población está constituida por: amas de casa en los hogares de la ciudad de Moniquirá de los estratos 1, 2,3 y 4. Elemento: El ama de casa de los hogares de los estratos 1 al 4 en la ciudad de Moniquirá. Unidad de muestreo: El Domicilio donde habita el ama de casa de los hogares en los estratos 1 al 4 en la ciudad de Moniquirá.

¹³ "Método deductivo". En: significados.com. disponible en: <http://www.significados.com/metodo-deductivo/> consultado: 08 de Junio de 2019.

¹⁴ Andrés Magüira. Muestreo simple, uno de los tipos de muestreo de probabilidad. <https://www.questionpro.com/blog/es/muestreo-estratificado/> Consulta (07/06/2019).

Proceso de muestreo	Para calcular el tamaño de la muestra, se considera un muestreo de tipo pro-balístico y aleatorio simple aplicado la siguiente expresión matemática: $n = \frac{Z^2 * N * p * q}{(N - 1) e^2 + Z^2 * p * q}$ Donde: N= Población: 5.728 hogares Z= Nivel de confiabilidad, 95%= 1.96 e= Error estimado, 5%=0.05 p= probabilidad de éxito.50%=0.5 q= probabilidad de no éxito, 50%=0.5 n= Numero de muestras (encuestas) $n = \frac{(1.96)^2 * 5.728 * (0.5) * (0.5)}{(5.728 - 1) (0.05)^2 + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)} = 366$
Marco muestral	Se tomará la muestra de forma aleatoria dependiendo de la participación de los estratos de Moniquirá. Estrato 1 = 186.66 Hogares (366 * 51%) Estrato 2 = 124.44 Hogares (366 * 34%) Estrato 3 = 36.6 Hogares (366 * 10%) Estrato 4 = 18.3 Hogares (366 * 5%) Total = 366 Hogares
Alcance	Sobre el municipio de Moniquirá Boyacá
Tiempo de aplicación	Sábado 15 de septiembre 2018 a sábado 29 de septiembre 2018.

2.4.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados. Para la tabulación y análisis se tuvo en cuenta las encuestas realizadas a las amas de casa del municipio de Moniquirá Boyacá, teniendo en cuenta el objetivo de la investigación.

En seguida se presenta los resultados de las preguntas expuestas en la encuesta.

Pregunta N° 1. ¿Consume carne de pollo?

Cuadro 3. Consumo de pollo en Moniquirá

CONCEPTO	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	350	95%
NO	16	5%
TOTAL	366	100

Figura 9. Consumo de pollo Moniquirá



Análisis: A partir de los datos de esta pregunta se afirma que los cabezas de hogar el 95% consume consumen pollo y tan solo un 5% de estas personas no consumen. Por lo que para la nueva empresa es importante tener en cuenta la demanda de pollo que se presenta en la región.

Pregunta N° 2. ¿Cuál es el criterio que prefiere a la hora de comprar pollo?

Cuadro 4. Preferencia de compra

CONCEPTO	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Presentación	166	47%
Marca	152	43%
Precio	32	10%
TOTAL	350	100

Figura 10. Preferencia de compra



Análisis: De acuerdo los cabezas de hogares encuestados la preferencia de compra que se presenta son 47% por la presentación del producto, el 43% por la marca y un 10% por el precio. Por tanto, para la nueva empresa debe tener en cuenta la forma como va presentar el producto y la claridad, captación de la marca siendo llamativa y de fácil recordación.

Pregunta N°3. ¿En qué lugar prefiere comprar pollo?

Cuadro 5. Lugar de compra de pollo

CONCEPTO	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Plaza de mercado	46	13%
Directamente a productores	98	28%
Distribuidoras	179	51%
Supermercados	27	8%
TOTAL	350	100

Figura 11. Lugar de compra de pollo



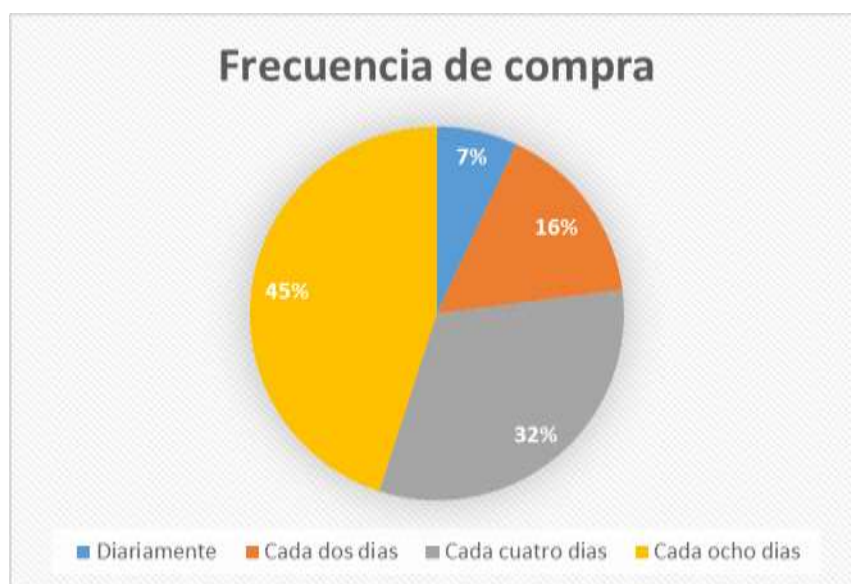
Análisis: Los cabezas de hogar manifestaron en un 51% compran pollo en las distribuidoras de la ciudad, el 28% compran directamente a los productores de la región, el 13% compran en las plazas de mercado y tan solo un 8% de estas personas compran en supermercados. Para la nueva empresa es de importancia tener en cuenta las distribuidoras ya que son intermediarios del producto para que llegue al consumidor final. Además es beneficioso que la empresa tenga su propio punto de venta del pollo semicriollo.

Pregunta N° 4. ¿Con que frecuencia compra pollo?

Cuadro 6. Frecuencia de compra de pollo

CONCEPTO	ENCUESTADOS	PORCENTAJE	PROMEDIO
Diariamente	23	7%	$30/1 \times 0.07 = 2.1$
Cada dos días	56	16%	$30/2 \times 0.16 = 2.4$
Cada cuatro días	112	32%	$30/4 \times 0.32 = 2.4$
Cada ocho días	159	45%	$30/8 \times 0.45 = 1.687$
TOTAL	350	100	8.58 días al mes

Figura 12. Frecuencia de compra de pollo



Análisis: A partir del análisis de esta pregunta aplicada a cabezas de hogar, el 45% compra cada ocho días, el 32% compra cada cuatro días, el 16% compra cada dos días y el 7% compra diariamente. Las personas están comprando pollo con un promedio de una frecuencia aproximadamente de 8,58 días al mes. Podemos determinar que hay un alto consumo de pollo semanalmente, lo cual es bueno para la comercialización de la nueva empresa.

Pregunta N°5. ¿De qué forma compraría el pollo semicriollo?

Cuadro 7. Preferencia en la compra de pollo

CONCEPTO	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Entero (canal)	145	41%
Por partes	107	31%
Vivo	98	28%
TOTAL	350	100

Figura 13. Preferencia en la compra de pollo



Análisis: Se analiza con esta pregunta que el 41% de cabezas de hogar de la ciudad de Moniquirá adquiere el pollo entero y el 28% lo adquiere vivo y un 31% adquiere el producto por partes (pechuga, rabadilla, perniles, costillas, alas). Se analiza en la información obtenida en la encuesta que ese 28% que adquiere el pollo vivo es para la venta en la plaza de mercado o para criar; por tanto, para la empresa sería favorable.

Pregunta N° 6. ¿Semanalmente qué cantidad de pollo compra?

Cuadro 8. Cantidad adquirida semanal

CONCEPTO	ENCUESTADOS	PORCENTAJE	Promedio ponderado
1 a 2 libras	29	8%	$1.5 \times 0.08 = 0.12$
2 a 3 libras	37	11%	$2.5 \times 0.11 = 0.275$
3 a 4 libras	64	18%	$3.5 \times 0.18 = 0.63$
4 a 5 libras	98	28%	$4.5 \times 0.28 = 1.26$
5 a 6 libras	122	35%	$5.5 \times 0.35 = 1.925$
TOTAL	350	100	4.21 Libras

Figura 14. Cantidad adquirida semanal



Análisis: con los resultados obtenidos podemos identificar que por cabezas de hogar compran el 35% entre 5 a 6 libras, el 28% compra entre 4 a 5 libras, el 18% compra entre 3 y 4 libras y el 11% compra entre 2 a 3 libras y un 8% compran entre 1 a 2 libras semanalmente. Ya que realizan la compra por peso, tomando en cuenta el número de personas que hay en el hogar. Por tanto las que compran de 4 a 6 libras de pollo es porque hay de cuatro personas en adelante en el hogar. Adquiriendo una cantidad promedio semanal de compra de pollo de 4.21 libras.

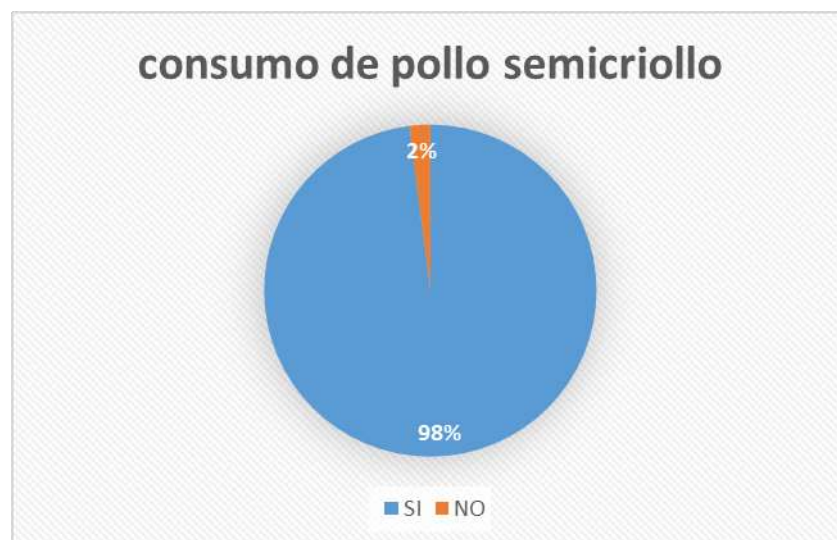
Por tanto, para la nueva empresa es significativo tener en cuenta el promedio de semanal de compra por cada hogar.

Pregunta 7. Ha consumido pollo semicriollo

Cuadro 9. Consumo pollo semicriollo

CONCEPTO	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	343	98%
NO	7	2%
TOTAL	350	100

Figura 15. Consumo de pollo semicriollo



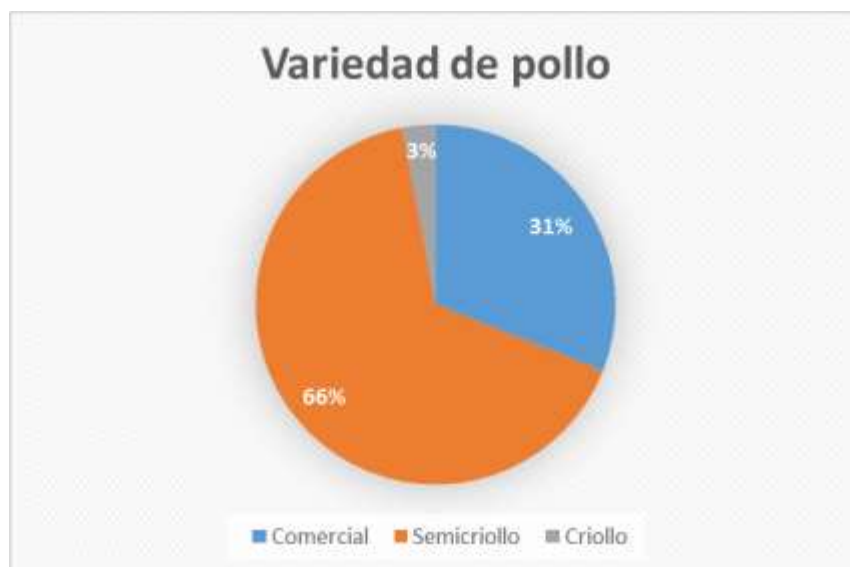
Análisis: El 98% de los cabezas de hogar de la ciudad de Moniquirá, manifestaron que han consumido pollo semicriollo y un 2% que no han consumido. Para la empresa es una oportunidad ya que las personas piensan en su calidad de vida y buscan productos sin químicos que no afecten su salud.

Pregunta 8. ¿Cuál variedad de pollo prefiere comprar?

Cuadro 10. Variedades de pollo

CONCEPTO	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Comercial (Engorde)	109	31%
Semicriollo	228	66%
Criollo	13	3%
TOTAL	350	100

Figura 16. Variedades de pollo



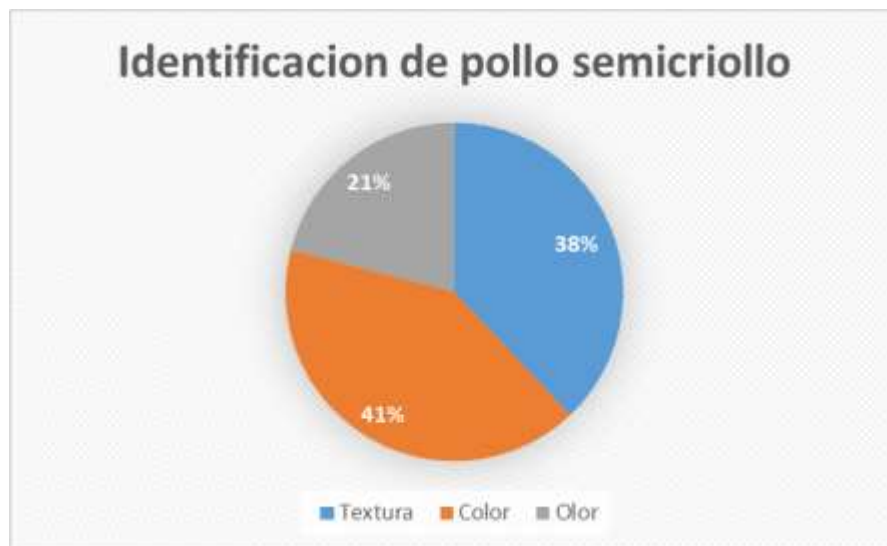
Análisis: Los cabezas de hogar de la ciudad de Monquirá manifestaron que la variedad de pollo que prefieren es el semicriollo con 66%, el 31% manifestaron que preferían el pollo comercial y un 3% el pollo criollo. Por tanto, para la nueva empresa será resultante la producción ya que es apetecido este producto en la región.

Pregunta N° 9. ¿Qué características tiene en cuenta cuando compra pollo semicriollo?

Cuadro 11. Identificación de pollo semicriollo

CONCEPTO	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Textura	86	38%
Color	93	41%
Olor	49	21%
TOTAL	228	100

Figura 17. Identificación de pollo semicriollo



Análisis: Las cabezas de hogar tienen en cuenta a la hora de comprar pollo semicriollo el 41% el color y el 38% la textura del pollo semicriollo y un 21% tiene en cuenta el olor. Estos resultados son viables para la empresa ya que el producto tiene características organolépticas naturales que lo hacen diferente ante la competencia.

Pregunta N°10. ¿En dónde puede adquirir pollo semicriollo?

Cuadro 12. Punto de compra del pollo

CONCEPTO	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Plaza de mercado	17	8%
Directamente a productores	20	9%
Distribuidoras	182	79%
Supermercados	9	4%
TOTAL	228	100

Figura 18. Punto de compra del pollo



Análisis: Las cabezas de hogar de la ciudad de Monquirá manifiesto que el pollo semicriollo lo adquieren el 79% en las distribuidoras, el 8% en la plaza de mercado, el 9% directamente a productores en las granjas y el 4% lo adquiere en supermercados de la región. Esta información permite determinar que una nueva distribuidora de pollo semicriollo será viable en la ciudad, por la demanda que tiene este medio de comercialización, ya que las personas buscan un producto fresco.

Pregunta N°11. ¿Conoces en el mercado alguna marca de pollo semicriollo?

Cuadro 13. Mercado competitivo

CONCEPTO	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	63	28%
NO	165	72%
TOTAL	228	100

Figura 19. Mercado competitivo



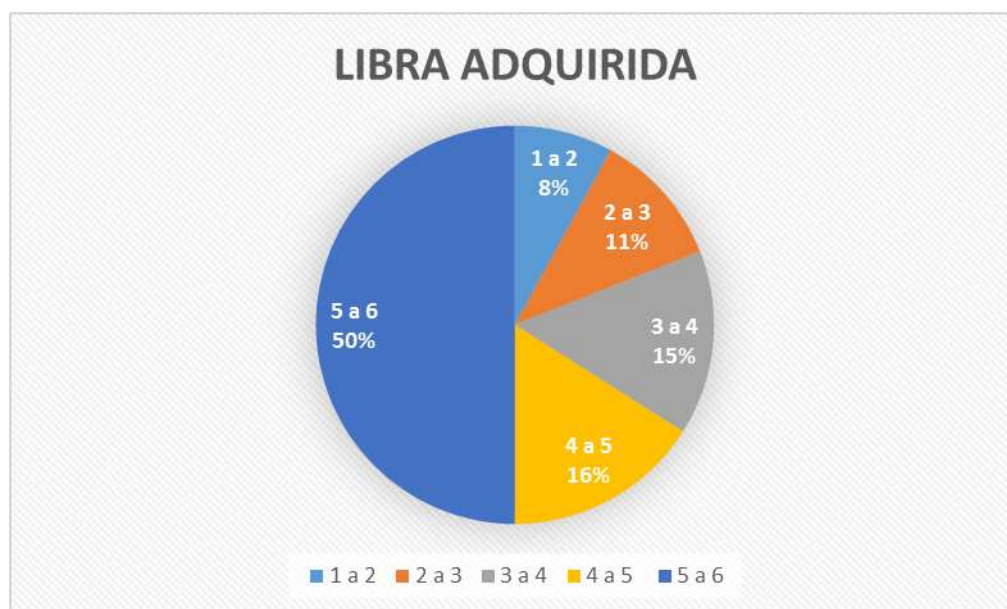
Análisis: El 72% de las cabezas de hogar manifestaron No conocen en el mercado una marca de pollo semicriollo y un 28% que conocen y adquirido producto de pollo semicriollo. Esto resultados se deben a que la mayoría de las distribuidoras manejan pollo semicriollo producido en la región artesanalmente y no hay empresas constituidas. Además de las otras personas que manifestaron conocer una marca de pollo semicriollo es porque han adquirido el producto en supermercados y otros. Por tanto es elemental para la nueva empresa saber que no tiene como tal una competencia con una marca en la región.

Pregunta N°12. ¿De qué promedio de peso compra el pollo semicriollo?

Cuadro 14. Libra de pollo adquirido

CONCEPTO	ENCUESTADOS	PORCENTAJE	PROMEDIO PONDERADO
1 a 2 libras	18	8%	$1.5 \times 0.08 = 0.12$
2 a 3 libras	26	11%	$2.5 \times 0.11 = 0.275$
3 a 4 libras	33	15%	$3.5 \times 0.15 = 0.525$
4 a 5 libras	37	16%	$4.5 \times 0.16 = 0.72$
5 a 6 libras	114	50%	$5.5 \times 0.5 = 2.75$
TOTAL	228	100	4.39 Libras

Figura 20. Libra de pollo adquirido



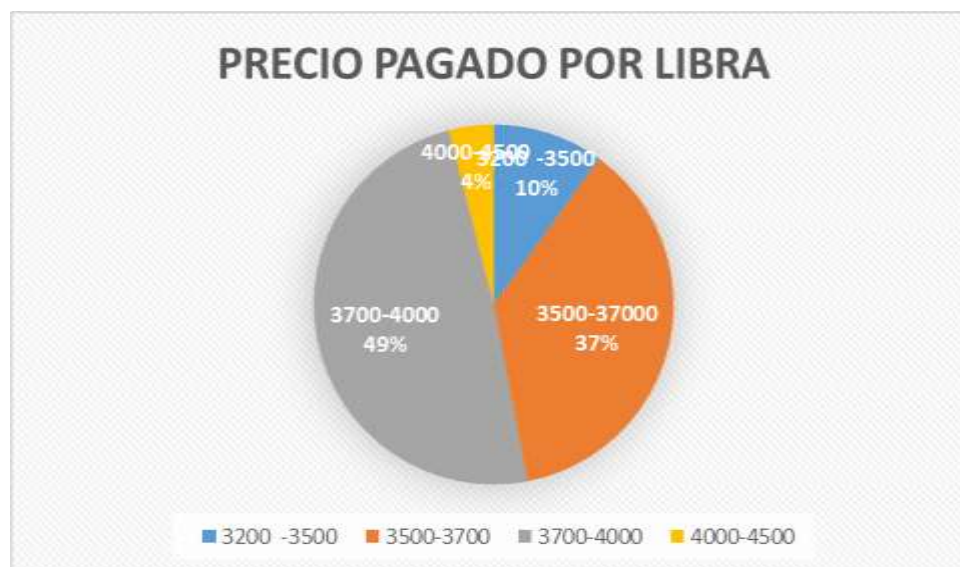
Análisis: El 50% de las cabezas de hogar encuestada manifiesta comprar el pollo de un promedio de peso de 5 a 6 libras y un 16% de los encuestados manifiesta comprar el pollo de un peso promedio de 4 a 5 libras, 15% manifiesta comprar entre 3 a 4 libras y un 11% compra un peso entre 2 a 3 libras. Por tanto, para el nuevo negocio sería posible manejo de bandejas por partes por pollo semicriollo y entero. Presentando un peso promedio de 4.39 libras de pollo semicriollo que compra cada cabeza de hogar.

Pregunta N°13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por libra de pollo semicriollo?

Cuadro 15. Precio pagado por libra de pollo

CONCEPTO	ENCUESTADOS	PORCENTAJE	PROMEDIO
3.200 – 3.500	23	10%	$3.350 \times 0.10 = 335$
3.500 – 3.700	84	37%	$3.600 \times 0.37 = 1.332$
3.700 a 4.000	113	49%	$3.850 \times 0.49 = 1.887$
4.000 a 4.500	8	4%	$4.250 \times 0.04 = 170$
TOTAL	228	100	3.724

Figura 21. Precio pagado por libra de pollo



Análisis: El 49% de las cabezas de hogar de Moniquirá Boyacá manifestó que estaría dispuesta a pagar 3.700 a 4.000 pesos por cada libra de pollo semicriollo y un 37% manifestó que estaría dispuesta a pagar por cada libra de pollo 3.500 a 3.700, el 10% estaría dispuesto a pagar entre 3.200 a 3.500 y un 4% estaría dispuesto a pagar por la calidad del producto entre 4.000 a 4.500 por libra de pollo semicriollo. Con un promedio de precio de pago de 3.724 por libra de pollo semicriollo. Para el negocio es importante tener claro estos precios, ya que si

subieran los precios en el sector una parte de la población aceptaría el precio del producto, y podrá tener un precio fijo sin ser afectada.

Pregunta N°14. ¿En qué tipo de empaque le gustaría comprar el producto?

Cuadro 16. Presentación del producto

CONCEPTO	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Bolsa de polipropileno	155	68%
Bandeja de icopor	73	32%
TOTAL	228	100

Figura 22. Presentación del producto



Análisis: El 68% de las cabezas de hogar manifestó que el empaque que prefiere a la hora de comprar el producto es la bolsa de polipropileno y el 32% manifestó preferir la bandeja de icopor. Para el negocio es importante esta opinión para el empaque que le asigne al producto, como también se pueda manejar ambos empaques.

Pregunta N°15. ¿Qué tipo de publicidad desea para enterarse del producto?

Cuadro 17. Publicidad para la presentación del producto

CONCEPTO	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Radial	123	53%
Prensa	49	21%
Volantes	56	24%
Otro	6	2%
TOTAL	228	100

Figura 23. Publicidad para la presentación del producto



Análisis: Las cabezas de hogar de Monquirá desea enterarse del producto así: un 53% por un medios radial, 24% por medio de volantes, el 21% por prensa y el 2% tienen otro medio por el cual enterarse como pendones. Para la nueva empresa es importante tener en claro la población está más pendiente de las cuñas radiales y volantes para enterarse del producto.

Pregunta N°15. ¿Le interesaría la creación de una empresa productora de pollo semicriollo en la región?

Cuadro 18. Aceptación de una empresa productora de pollo semicriollo

CONCEPTO	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	216	95%
NO	12	5%
TOTAL	228	100

Figura 24. Aceptación de una empresa productora de pollo semicriollo



Análisis: El 95% las cabezas de hogar manifestó la aceptación de una empresa productora de pollo semicriollo en la ciudad de Monquirá Boyacá. Para lo cual es interesante para la empresa la implementación y estructuración en la región de la producción de pollo semicriollo. Ya que beneficiaría a la ciudad en su crecimiento y generación de empleo.

2.4.3 Estimación de la demanda. Para la estimación de la demanda se tiene en cuenta los resultados encontrados en las encuestas realizadas en el estudio de

mercados, en la ciudad de Moniquirá Boyacá a cabezas de hogar; se pretende calcular la demanda mediante la técnica de extrapolación.

Mediante el comportamiento observado en la prueba de campo trabajada se proyecta el total de la población permitiendo obtener porcentajes para el análisis.

En la pregunta número 1 (Donde se indaga si consume carne de pollo), donde el 95% responde que sí, (Mercado objetivo) la población objeto de estudio son 5.728 hogares de la ciudad de Moniquirá¹⁵, permitiendo tener la estimación de hogares así:

$$5.728 \text{ hogares (estrato 1,2,3 y 4)} * 95\% = 5.442 \text{ hogares}$$

Por consiguiente, en la pregunta número 2; se pregunta por la frecuencia de compra semanal de pollo y se determinó que el promedio ponderado es de 8,58 días al mes.

$$5.728 \text{ hogares} * 8.58 \text{ días al mes} = 49,146.24 \text{ días al mes}$$

Apreciando la pregunta número 6, en el cuadro 8; se pregunta por el promedio peso en libra a la hora de comprar pollo semanalmente y se evaluó que el promedio ponderado es de 4,21 libra/semanal obteniendo el peso del pollo por compra.

$$4.21 \text{ lib/sem} * 49.146,24 \text{ dias/mes} = 206.905,6704 \frac{\text{libras}}{\text{mes}}$$

¹⁵ DANE. Información estadística y proyección de la población municipal de Moniquirá.

En conclusión, para la nueva empresa se tendrá una demanda estimada de 206.905,6704 Libras/ mes o su equivalencia al año de 2´482.868,045 libras/ días al año.

Cuadro 19. Estimación de la demanda

AMAS DE CASA	PROMEDIO	TOTAL SEMANAL	TOTAL DEMANDA
5.442	4,21	22.910,82 libras. 11.455,41kg	1´191.362,64Libras 595.681,32 kg

Fuente: Cuadros 3, 4 y 8

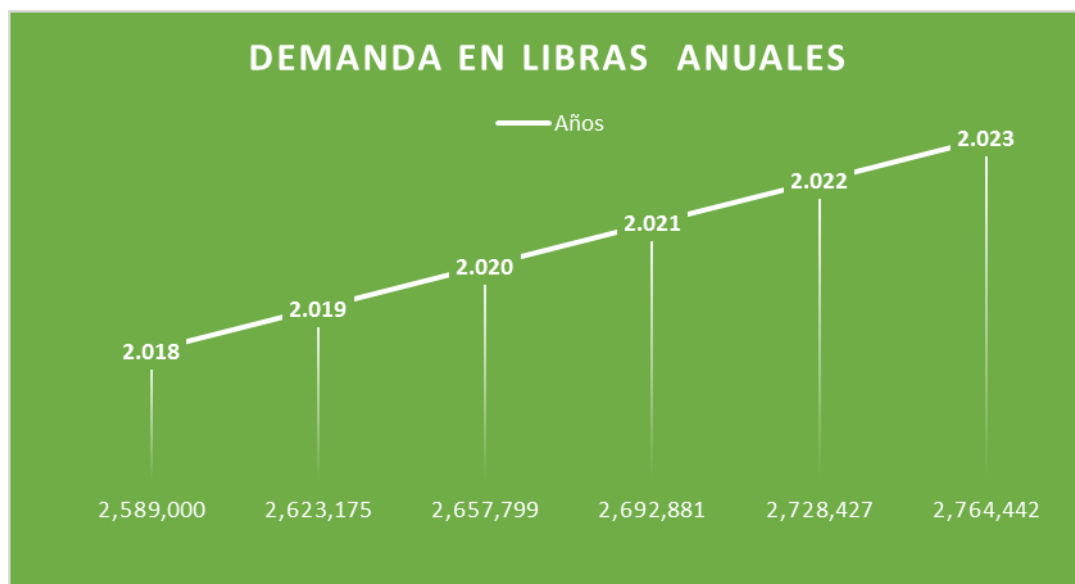
2.4.4 Proyección de la demanda. Teniendo en cuenta el índice de crecimiento poblacional del 1.32% según los datos del DANE.

$$PF = P * (1 + i)^n$$

Cuadro 20. Proyección de la demanda

DESCRIPCIÓN	VALOR
Índice de crecimiento	1.32%
Año	PROYECCIÓN
Año 2018	2´482.868,045
Año 2019	2´515.641,903
Año 2020	2´548.848,376
Año 2021	2´582.493,175
Año 2022	2´616.582,085
Año 2023	2´651.120,969

Figura 25. Proyección de la Demanda en libras de pollo semicriollo



Fuente: Cuadro 20

En la figura 25, se observa una tendencia ascendente de libras al anual de pollo semicriollo que se demandaría en la ciudad de Moniquirá departamento de Boyacá, para los estratos 1, 2, 3 y 4.

2.5 OFERTA O COMPETENCIA.

La oferta o competencia se realizara por las fuentes primarias, ya que se puede hacer una investigación de mercados y presentar los ítems de Necesidades de información, Ficha técnica, Tabulación y presentación de resultados de la competencia y Análisis de la situación actual de la competencia.

2.5.1 Necesidades de información. Al tener conocimiento de los competidores en la región, nos permitirá estudiar las tácticas para la comercialización del producto sin que se presente dificultades y así llegar a conseguir éxito con la empresa.

Se requiere realizar una investigación de mercados mediante el alcance a las fuentes primarias.

- Averiguar la oferta de mercado en la ciudad de Moniquirá, para identificar las fortalezas y debilidades que presenta el competidor.
- Obtener conocimiento de los productores y empresas que comercializan el pollo semicriollo.
- Obtener información sobre los canales de comercialización para conocer su preferencia.
- Conocer los medios de publicidad y promoción que tiene la competencia para la comercialización de producto.
- Información de los precios que se manejan en la región sobre el pollo semicriollo.
- Adquirir conocimiento sobre los procesos y recurso que aplican a la comercialización del producto.

2.5.2 Ficha Técnica

Cuadro 21. Ficha técnica

Tipo de investigación	Exploratoria, descriptiva.
Método de investigación	Observación.
Fuentes de información	Primarias: Distribuidoras de pollo de la ciudad de Moniquirá.
Técnicas de investigación	Encuesta, entrevista.
Instrumento para la recolección de la información	Cuestionarios, estructurados o no estructurados, Entrevistas.
Modo de aplicación	Directa
Definición de población (elemento, unidad de muestreo)	Población: Distribuidoras de pollo de Moniquirá. Cuantificarla: 10
Proceso de muestreo	CENSO N= 10

Alcance	Sector urbano de la Ciudad de Moniquirá departamento de Boyacá.
Tiempo de aplicación	Domingo 30 de septiembre de 2018 – Miércoles 03 de octubre de 2018

2.5.3 Tabulación y presentación de resultados de la oferta. Teniendo en cuenta el censo realizado a los expendedores de pollo semicriollo en la ciudad de Moniquirá Boyacá, se realizó la tabulación y análisis, teniendo en cuenta el objetivo de la investigación.

Pregunta N° 1. ¿Venden pollo semicriollo en la distribuidora?

Cuadro 22. Expendedores de pollo

CONCEPTO	EXPENDEDORES	PORCENTAJE
SI	8	80%
NO	2	20%
TOTAL	10	100%

Figura 26. Expendedores de pollo



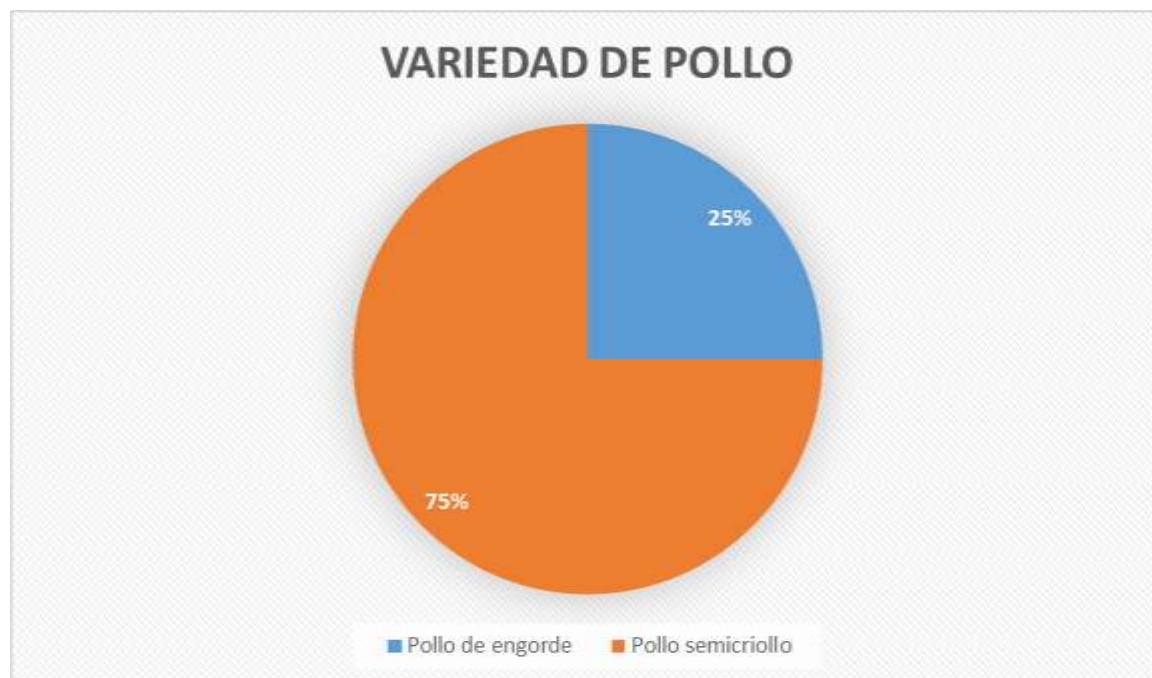
Análisis: El 80% de los expendedores manifestaron que Si compraban pollo semicriollo y el 20% que No. Siendo un factor importante para la creación de la empresa productora y comercializadora de pollo semicriollo.

Pregunta N°2. ¿Cuál es el pollo de mayor comercialización?

Cuadro 23. Variedad de pollo comercializado

CONCEPTO	EXPENDEDORES	PORCENTAJE
Pollo engorde	2	25%
Pollo semicriollo	6	75%
TOTAL	8	100%

Figura 27. Variedad de pollo comercializado



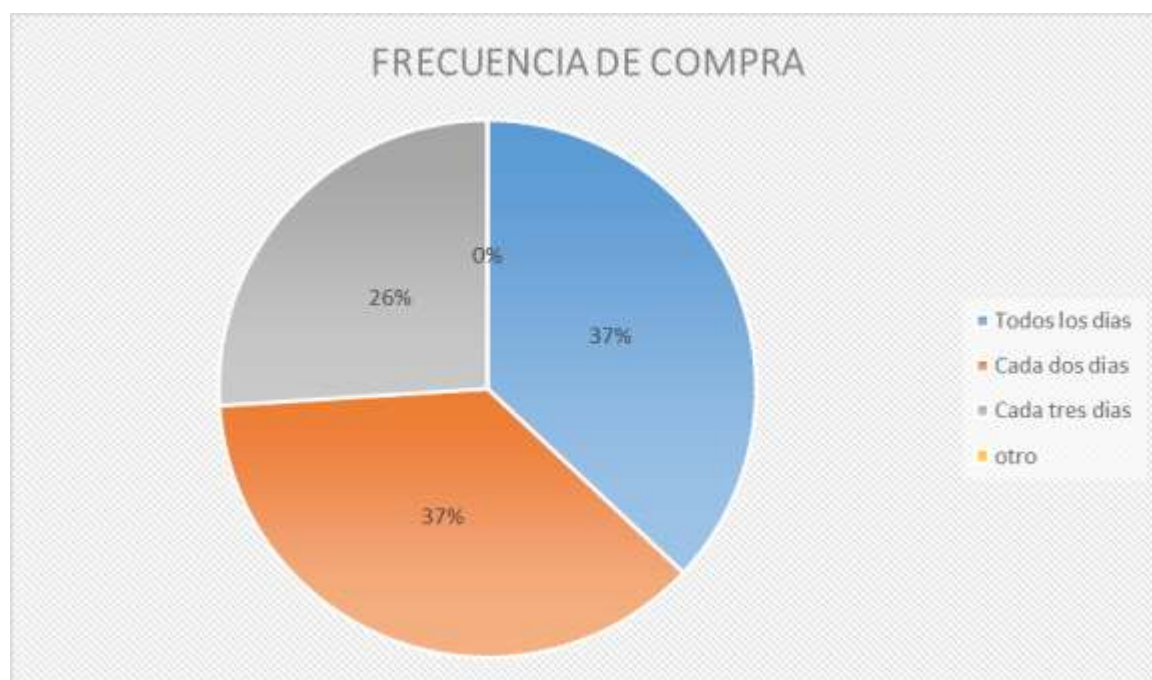
Análisis: El 75% de los expendedores manifestaron que el pollo semicriollo es más comercializado y el 25% que comercializaba el pollo de engorde. Lo cual es importante para la empresa porque es un producto apetecido por los consumidores, por sus beneficios.

Pregunta N°3. ¿Con que frecuencia compra pollo?

Cuadro 24. Frecuencia de compra

CONCEPTO	EXPENDEDORES	PORCENTAJE	PROMEDIO
Todos los días	3	37%	$7 \times 0.37 = 2.59$
Cada dos días	3	37%	$2 \times 0.37 = 0.74$
Cada tres días	2	26%	$3 \times 0.26 = 0.78$
TOTAL	8	100%	4.11 días

Figura 28. Frecuencia de compra



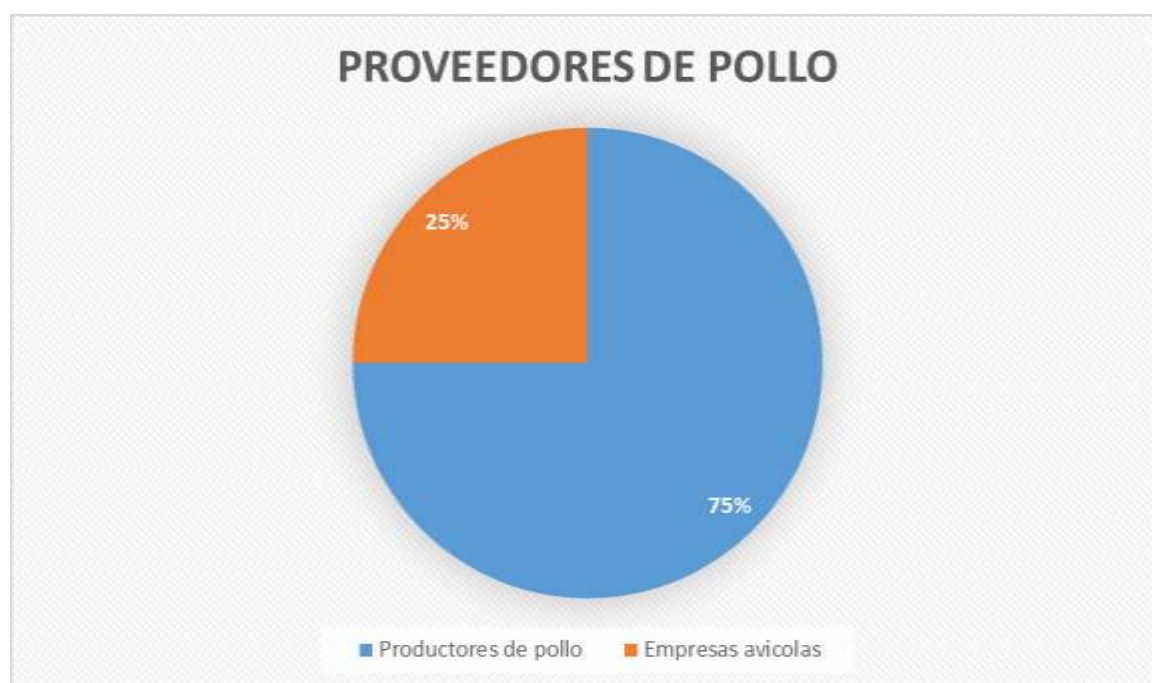
Análisis: Los expendedores censados manifestaron 37% que compraban cada dos días pollo y tan solo el 26% manifestó que lo compraban cada tres días y un 37% todos los días. Obteniendo un promedio de 4.11 días a la semana en la frecuencia de compra de pollo semicriollo, por los expendedores de la ciudad de Monquirá. Por lo que es datos para la empresa serán satisfactorios para la producción y la cantidad a distribuir por días a la semana.

Pregunta N°4. ¿A qué proveedores les compran pollo semicriollo?

Cuadro 25. Proveedores de pollo semicriollo

CONCEPTO	EXPENDEDORES	PORCENTAJE
Productores de pollo semicriollo	6	75%
Empresas avícolas	2	25%
TOTAL	8	100%

Figura 29. Proveedores de pollo



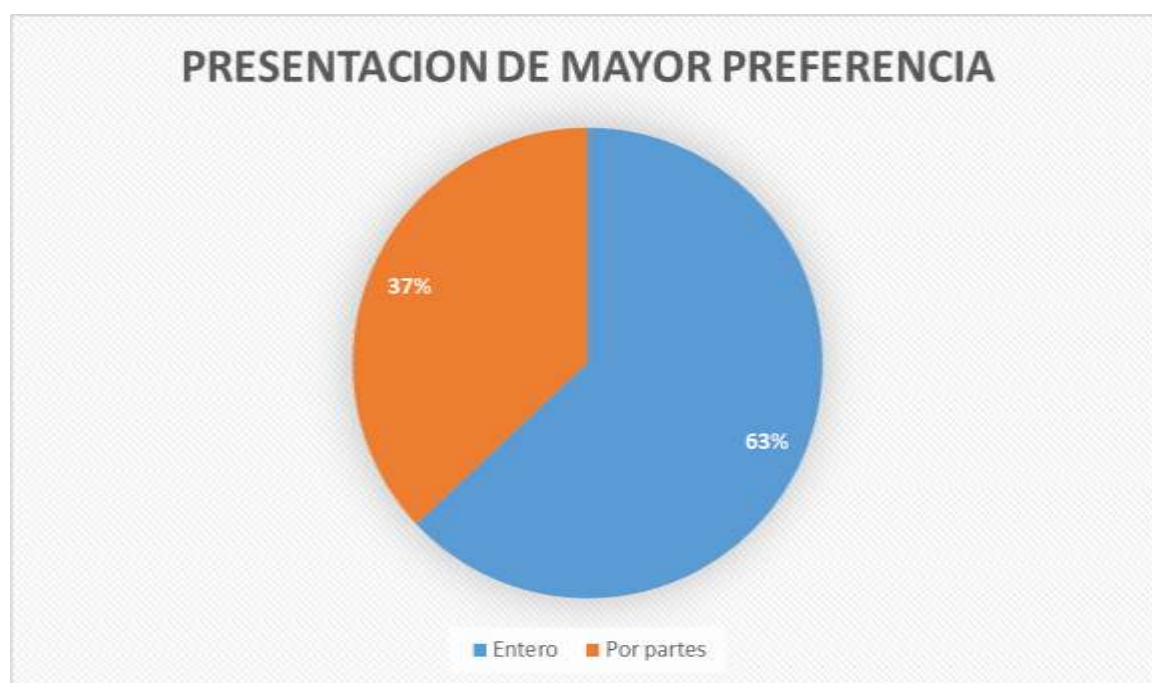
Análisis: El 75% de los expendedores manifestaron que compraban el producto a productores de pollo semicriollo de la región y tan solo 25% manifestó que lo hacía empresas avícolas. Teniendo en cuenta para la creación de la empresa que como tal no hay una empresa establecida que venda pollo semicriollo.

Pregunta N°5. ¿Cuál es la preferencia en la presentación del pollo?

Cuadro 26. Presentación de mayor preferencia

CONCEPTO	EXPENDEDORES	PORCENTAJE
Entero	5	63%
Por partes (bandejas)	3	37%
TOTAL	8	100%

Figura 30. Presentación de mayor preferencia



Análisis: El 63% de los expendedores manifestaron que la presentación del pollo con mayor preferencia es entero y tan solo el 37% por partes. Para la creación de la empresa es importante este porcentaje, ya que es la venta del producto en presentación es pollo entero, también estableciendo una presentación por partes.

Pregunta N°6. ¿Qué cantidad de pollo adquiere semanalmente?

Cuadro 27. Cantidad adquirida por expendedores

CONCEPTO	EXPENDEDORES	PORCENTAJE	Total Libras/semanal
Entero	5	71%	1.680
Por partes	2	29%	320
TOTAL	8	100%	2.000

Figura 31. Cantidad adquirida por expendedores



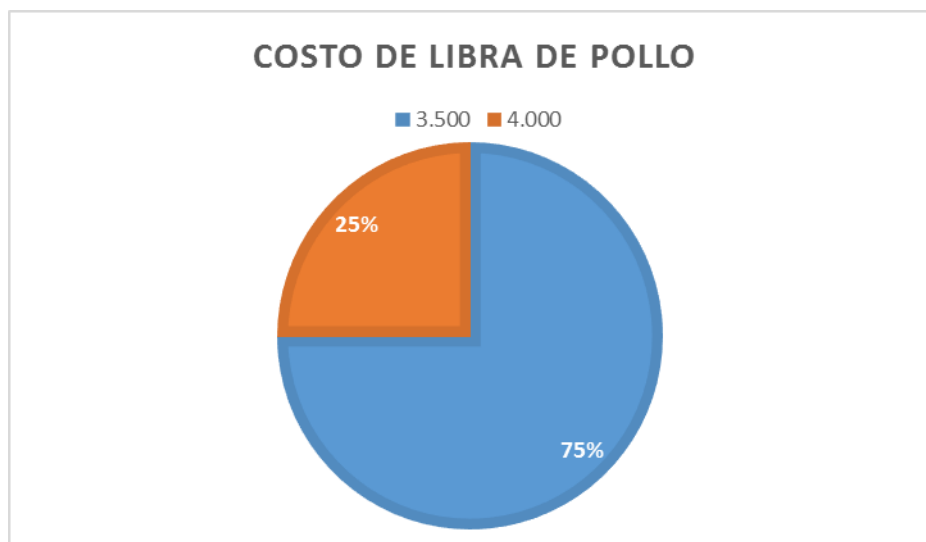
Análisis: El 71% de los expendedores manifestaron que compran semanalmente pollo entero y el 29% por partes. Teniendo en cuenta que la demanda estimada promedio es de 1.408 libras, tanto entero como por partes. Para la creación de la empresa es importante ya que hay mayor demanda por el pollo entero que por partes.

Pregunta N°7. ¿A qué precio adquieren la libra de pollo?

Cuadro 28. Costo de libra de pollo semicriollo

CONCEPTO	EXPENDEDORES	PORCENTAJE	PROMEDIO
3.000- 3.200	6	75%	$3.100 \times 0.75 = 2.325$
3.200- 3.500	2	25%	$3.350 \times 0.25 = 837.5$
TOTAL	8	100%	3.162,5 Libra

Figura 32. Costo de libra de pollo semicriollo



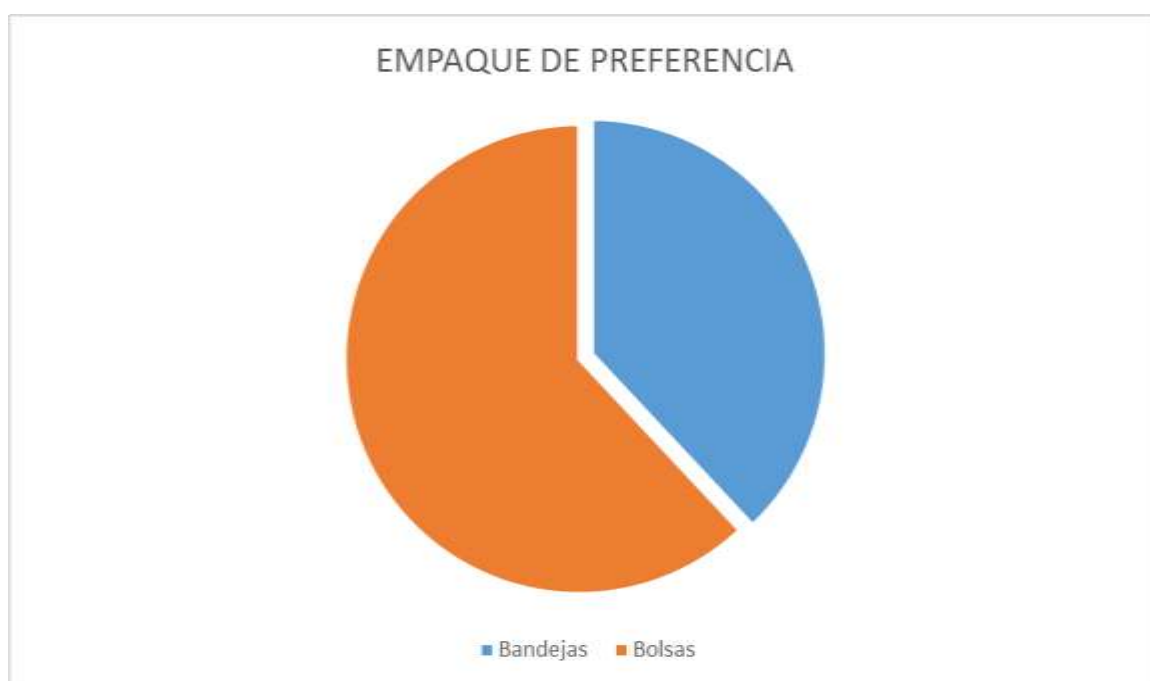
Análisis: El 75% manifestaron que adquirirían el pollo entre \$3.000 y 3.200 libra y tan solo un 25% manifestó que o compraba entre \$3.200 y 3.500 libra. Por lo que para la creación de la empresa es importante tener en cuenta estos valores para el ajuste de precio del producto. Encontrando un valor promedio de pollo semicriollo de 3.162,5 por libra que adquieren los expendedores.

Pregunta N°8. ¿Cuál es el empaque de mayor preferencia?

Cuadro 29. Empaque de preferencia de los expendedores

CONCEPTO	EXPENDEDORES	PORCENTAJE
Bandejas	3	38%
Bolsas	5	62%
TOTAL	8	100%

Figura 33. Empaque de preferencia de los expendedores



Análisis: El 62% de los expendedores manifestaron que preferían la bolsa como empaque y el 38% manifestaron que prefieren como empaque las bandejas. Por tanto es sustancial esta información para la creación de la empresa.

Pregunta N°9. ¿Qué calidad de pollo adquirido?

Cuadro 30. Calidad del pollo

CONCEPTO	EXPENDEDORES	PORCENTAJE
Buena	8	100%
Regular	0	0%
TOTAL	8	100%

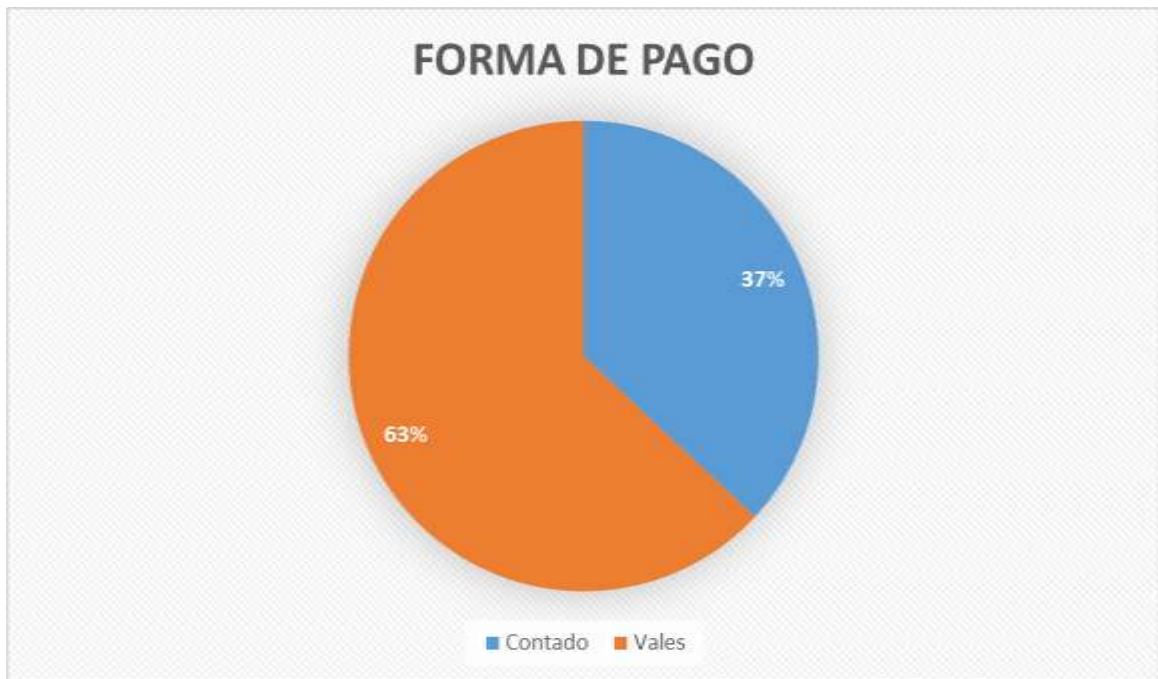
Análisis: El 100% de los expendedores de pollo semicriollo manifestaron que el producto comercializado era excelente calidad. Ya que ellos ven las falencias y las comunican a los productores.

Pregunta N°10. ¿De qué forma realizan el pago del producto?

Cuadro 31. Forma de Pago

CONCEPTO	EXPENDEDORES	PORCENTAJE
De contado	3	37%
Vales (Recibos)	5	63%
TOTAL	8	100%

Figura 34. Forma de pago



Análisis: El 63% de los expendedores manifestaron que la forma de pago del producto es por vales y un 37% que la forma de pago es de contado a la hora de entrega del producto. Es apreciable saber para la creación de la empresa la forma de pago a los proveedores.

2.5.4 Análisis de la situación actual de la competencia. Se tiene en cuenta los consumidores (Los hogares) y la competencia (Productores de pollo semicriollo).

Para la presente investigación se relacionaran 3 competidores que se encuentran actualmente en el mercado. Presentando en el siguiente cuadro de acuerdo a cada competidor el producto, % de participación, debilidades y fortalezas.

Cuadro 32. Matriz competitiva

COMPETIDORES	PRODUCTOS	DEBILIDADES	FORTALEZAS
MAC POLLO S.A	Pollo campesino entero Pechuga, Pierna, Pernil mixto, Ala mixta, Alita, Colombina, Pernil, Pierna Pernil Campesina.	Los productos siempre son sometidos a cadenas de congelamiento, dentro de neveras en las tiendas a comercializar.	Tiene sus propios locales de comercialización del producto presentando siempre la marca en las regiones.
BUCANERO	Pollo sin vísceras campesino, Costillares, Churrasco, Pechuga x 2, Alas costillar x 4, Contra músculos x 4 y 8, Pernil por 4 y 2, Muslos x 5 y 10, Medio pollo despresado campesino Bandeja.	Los productos siempre son sometidos a cadenas de congelamiento, dentro de neveras en las tiendas a comercializar.	Maneja una tecnología de punta durante los procesos del producto, igualmente tienen una organización dentro del producto principal como el manejo de los subproductos.
EL MANA	Pollo Entero sin Menudencias semicriollo. Bandejas de Alas, Perniles, Pierna pernil, Rabadillas, Pechugas, costillas.	Actualmente no cuenta con la tecnología de punta para el desarrollo de los procesos del producto final.	En la región es la una de las empresas con más comercialización por la calidad del producto, debido a la alimentación de las aves y la frescura y tiempo de refrigeración.

Adquiriendo de la respuesta de la pregunta número siete del censo aplicado a los diferentes expendedores de pollo de la ciudad de Moniquirá de Boyacá, presenta

actualmente una oferta de pollo semicriollo de 104.000 libras anuales, las cuales son producidas y comercializadas sin ningún manejo de tecnificación y reglamentación sanitaria que rige este sector.

2.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

Para determinar la demanda insatisfecha de pollo semicriollo en la ciudad de Moniquirá, departamento de Boyacá, se tendrá en cuenta la investigación de campo realizada sobre la demanda.

Teniendo en cuenta la oferta actual que se presenta de pollo semicriollo en Moniquirá y el índice de crecimiento poblacional del 1.32% según datos presentados del DANE, proyectando la oferta según las formulas financieras de proyección.

$$PF = P * (1 + i)^n$$

Cuadro 33. Proyección de la oferta

AÑO	PROYECCIÓN
2018	104.000
2019	105.373
2020	106.764
2021	108.173
2022	109.600
2023	111.046

Teniendo en cuenta la investigación de campo realizada se estableció que la demanda insatisfecha es de:

$$Demanda\ insatisfecha = Demanda - Oferta$$

$$\text{Demanda insatisfecha} = 2'482.868 \text{ Libras} - 104.000 = 2,378.868 \text{ Libras}$$

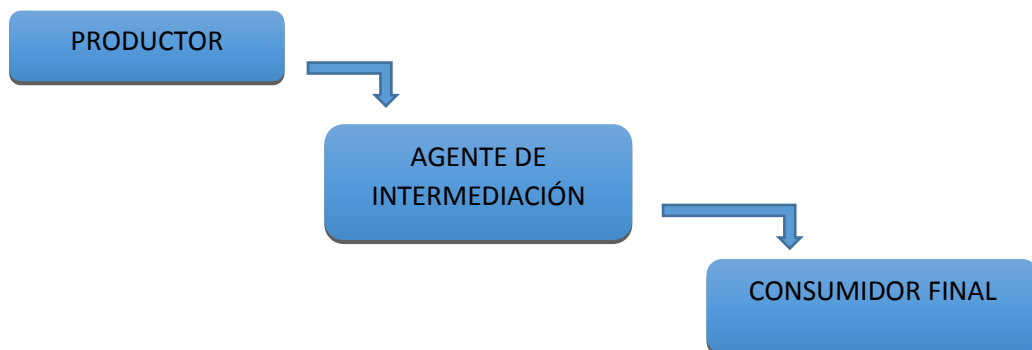
La demanda insatisfecha de 2,482,764,045 Libras se puede concluir que existe la viabilidad comercial para la creación de una empresa productora de pollo semicriollo en la ciudad de Moniquirá departamento de Boyacá.

2.7 CANALES DE COMERCIALIZACION

Para determinar la comercialización más acertada, como también el ofrecimiento del producto a ofertar por la nueva empresa, se analizan los canales directos e indirectos de comercialización existentes en el municipio de Moniquirá.

2.7.1 Estructura de los canales actuales. En la actualidad, la producción y comercialización de pollo semicriollo en el municipio de Moniquirá se está presentando el siguiente canal de comercialización.

Figura 35. Canal de distribución medio



Productor: Son todas las personas que se dedican a producir pollo semicriollo en la ciudad de Moniquirá departamento de Boyacá.

Agente de Intermediación: Corresponde a todos los establecimientos comerciales que distribuyen pollo semicriollo en la ciudad de Monquirá departamento de Boyacá.

Consumidor final: Son todas las cabezas de hogar que requieren el producto como alimento para sus familias.

2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales. Es importante tener en cuenta las ventajas y desventajas de los canales actuales que se encuentran en la ciudad.

Ventajas

- Se llegan a un mayor número de consumidores por medio de los agentes de intermediación especialmente en las distribuidoras.
- Son canales con una distribución corta la cual no alteran la composición química y física del producto, permitiendo que este llegue al consumidor final en las mejores condiciones.
- Permite la distribución a un mayor número de negocios, presentando una distribución intensiva, por lo que presentan una penetración ideal en el mercado.

Desventajas

- No presenta una promoción del producto por medio de intermediarios o distribuidores.
- La pérdida de calidad del producto, por el alto grado de congelación al que es sometido.

- Se presenta el encarecimiento del producto por estar supeditado a los diferentes márgenes de ganancias de las empresas comercializadoras y su poder de negociación.

2.7.3 Selección de los canales de comercialización. Teniendo en cuenta que el mercado objetivo son los hogares de la ciudad de Moniquirá y que la intermediación de la comercialización de pollo semicriollo presenta con las distribuidoras, se utilizara un canal directo de distribución PRODUCTOR – CONSUMIDOR FINAL presentando un mayor nivel de competitividad y un canal PRODUCTOR- INTERMEDIARIO – CONSUMIDOR FINAL presentando el producto.

Figura 36. Canal de comercialización planteado



Figura 37. Canal de comercialización intermedio



2.8 PRECIO

El precio es uno de los elementos más importantes, ya que con él se podrá definir los futuros ingresos del proyecto, conllevando a las variaciones en el flujo de los ingresos y por tanto, el flujo de caja.

El precio de libra de pollo semicriollo, que ofrecerá la nueva empresa, se va a determinar conforme a los costos de producción y comercialización, expresada en la siguiente formula.

$$P.V = \frac{COSTO\ TOTAL\ UNITARIO}{1 - \%UTILIDAD\ ESPERADA}$$

2.8.1 Análisis de precios de la competencia. Al ofrecer el producto al cliente no es precisamente que requiera todas las características de este; sino que además de realizarle una promoción y distribuirlo es bueno que para ambas partes comprador – vendedor, el precio sea favorable, lo cual para la nueva empresa el precio deberá cubrir los costos y gastos en que presenta el producto de tal manera sea contribuyente a la rentabilidad del negocio.

Teniendo en cuenta el censo realizado a los expendedores de pollo semicriollo de la ciudad de Moniquirá del departamento de Boyacá, el precio promedio de libra de pollo semicriollo es de \$ 3.162,5.

Cuadro 34. Precio de venta Libra de pollo semicriollo

Rango de precios (Libra)	Nº Expendedores	Precio promedio	% Expendedores	Sumatoria de PROMEDIO
3.000 - 3.200	6	3.100	75%	3.100*0.75= 2.325
3.200 – 3.500	2	3.350	25%	3.350*0.25= 837.5
TOTAL	8		100%	3.162,5 Libra

2.8.2 Estrategias de fijación de precios. La estrategia de fijación de precios es fundamental ya que se enfoca en trabajar con precios más competitivos, se estableciera la estrategia sobre los costos de producción, teniendo un nivel alto de competitividad con relación a otros productores.

A continuación se presenta las principales estrategias de fijación de precios:

- El empleo de buenas prácticas de bioseguridad y HACCP lo cual mejora la calidad del producto y se reduce el costo económico y ambiental.
- El precio fijado obviamente está limitado por debajo del coste del producto (costes fijos y variables)
- Tener dos precios para diferentes clientes que realizan compras repetitivas, siendo como el agradecimiento a su lealtad
- Usar la táctica de los minoristas de vender productos con 4,999.

2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCION

La publicidad y promoción es una parte fundamental para la empresa productora de pollo semicriollo, ya que permite desarrollar el crecimiento en las ventas, siendo una motivación para las personas de comprar el producto reconocido por su calidad y características; por tanto los mensajes publicitarios tienen que ser creíbles y persuasivo.

2.9.1 Objetivos. Los objetivos a alcanzar con el desarrollo de las estrategias de publicidad y promoción son:

- Informar a los clientes potenciales y objetivos de la calidad y ventajas de consumir pollo semicriollo.
- Persuadir a los clientes objetivos y potenciales de la adquisición de pollo semicriollo producido en la ciudad de Moniquirá Boyacá.
- Recordar a los demandantes del producto el nombre, logotipo y la razón social de la empresa productora de pollo semicriollo.

2.9.2 Logotipo. En él se puede observar en el fondo un campo el cual significa la adquisición del maíz y los concentrados de soya los cuales vienen sin químicos, el círculo naranja significa la combinación de la energía que trasmite el color rojo con

la felicidad que nos brinda el amarillo dentro de la producción del campo. Representando el éxito del negocio

El sol tiene un color amarillo el cual nos permite demostrar la energía el pollo demuestra frescura y limpieza el azul representando la confianza

Figura 38. Logotipo



2.9.3 Slogan. Semicriollo Moniquireño; “¡El mejor sabor a su alcance, calidad que se puede ver!”. El mejor sabor a su alcance hace referencia al pollo semicriollo fresco y sin químicos que contiene a la hora de preparar un sabor inigualable; calidad que se puede ver, el cual se refiere a las características del producto en su color, olor y frescura.

2.9.4 Análisis de medios. En los medios nominados se reflejara el alcance de los objetivos promocionales y la clase de publicidad a elegir, ya que es un papel importante a la hora de tomar la decisión sobre los costos y gastos, permitiendo la determinación de la frecuencia y el impacto al que se pretende lograr en la comunicación del mensaje hasta la población en meta.

Radio: En el municipio de Moniquirá se encuentra este medio de comunicación como es Hit Estéreo, es una emisora comunitaria y que presenta una programación donde dirige las cuñas todos los días de la semana.

Volantes: En la región se encuentran negocios de tipografía, donde realizan volantes, en los cuales permiten expresar las características del producto, etc.

Televisión: En el municipio se encuentra un medio de televisión “ACAMPAMO” donde permite a la comunidad exponer el reconocimiento de las empresas y los productos a presentar.

Periódico: Siendo este un medio muy atractivo ya que se presenta diariamente y en la región se presenta prensa.

Internet: Es un medio de comunicación masiva porque para la empresa sería positivo, pero al igual es muy costoso.

Pendones: Este un medio de comunicación permite dar a conocer la empresa con el producto a ofrecer.

2.9.5 Selección de medios. Para la empresa es de valor presentar su reconocimiento ante medios de comunicación que sean tan costos y que cubran el territorio donde se quiere llegar.

Radio: Este un medio de masificación por lo que llega a toda la cobertura regional.

Volantes: Este medio nos permite dar a conocer la marca de producto y sus especificaciones.

Pendones: Nos permitirá presentar la imagen de la empresa e igualmente la ubicación y producto a presentar.

2.9.6 Estrategias Publicitarias. La implementación de esta estrategia publicitaria será Directa, ya que el producto presenta un consumo masivo por su utilización.

Lo que se quiere con la publicidad directa es que la comunidad se familiarice con la empresa, la marca, el producto como también de la ubicación de la granja como del punto de venta.

2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción. Se analizaran los presupuestos de lanzamiento y de operación de la publicidad y promoción de la empresa.

2.9.7.1 De lanzamiento. Para el lanzamiento de la empresa al mercado es importante tener en cuenta el presupuesto.

Cuadro 35. Presupuesto de lanzamiento

PUBLICIDAD	Cantidad	Valor
Cuña radial	7	\$133.000
Pendones	2	\$160.000
Volantes	200	\$60.000
Coctel	-	\$350.000
Degustación	-	\$870.000
Total		\$1.573.000

2.9.7.2 De operación. El presupuesto de operación para la empresa se presentara con una difusión de un año e igualmente mensual.

Cuadro 36. Presupuesto de operación

PUBLICIDAD	VALOR UNITARIO	CANTIDAD ANUAL	VALOR ANUAL	VALOR MENSUAL
Radial	19.000	65	\$1.235.000	\$102.916
Pendones	80.000	5	\$400.000	\$33.333
Volantes	300	1.700	\$510.000	\$42.500
			\$2.145.000	\$178.749

3. ESTUDIO TÉCNICO

Este capítulo se presenta el estudio técnico donde se especificara el tamaño del proyecto, los factores que lo determinan, la capacidad, localización, ingeniería del proyecto, control de calidad, recursos, análisis de proveedores y la presentación de la distribución de la planta. Permitiendo visualizar la viabilidad del proyecto de pollo-semicriollo en la ciudad de Moniquirá.

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto permitirá evaluar la capacidad de producción diseñada, instalada, utilizada y proyectada de la producción de pollo y estructurarla adecuado a cada una de las normas y reglas que se presentan para el desarrollo de una planta avícola.

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto. El tamaño del proyecto se describen unidades de producción en 500 pollos y también en libras de pollo semicriollo siendo la capacidad diseñada, donde está dirigida a las amas de casa como mercado objetivo e igualmente al mercado potencial; teniendo en cuenta la implementación de equipos y mano de obra para la puesta de marcha de esta empresa en la ciudad de Moniquirá.

3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto. Los factores que condicionan en el tamaño del proyecto son: La demanda, los suministros e insumos, la tecnología y equipos, la localización y el financiamiento.

3.1.2.1 El tamaño del proyecto y la demanda. Siendo un factor importante se condiciona para el tamaño de una granja de producción de pollo semicriollo. Teniendo en el estudio de mercados, la producción se plantea en libras de pollo por las amas de casa de los estratos 1, 2, 3 y 4.

3.1.2.2 El tamaño del proyecto y los suministros e insumos. Como factor determinante del proyecto de pollo semi-criollo no es limitante, ya que en la ciudad de Moniquirá departamento de Boyacá se encuentra ubicada una distribuidora de concentrados mayorista.

3.1.2.3 El tamaño del proyecto y la tecnología y equipos. Este factor es sustancial para el tamaño del proyecto ya que los equipos son adquiridos en Bogotá, por lo que no es un factor limitante para la creación de la empresa productora y comercializadora de pollo semicriollo en la ciudad de Moniquirá departamento de Boyacá.

3.1.2.4 El tamaño del proyecto y la localización. Siendo este un factor vital para el proyecto no es un factor limitante, por lo que la ubicación del proyecto está cerca de la ciudad de Moniquirá e igualmente presenta accesibilidad.

3.1.2.5 El tamaño y el financiamiento. Este factor es más relevante para la estructuración y ejecución de la nueva empresa productora y comercializadora de pollo semicriollo, ya que se accede a créditos financieros.

3.1.3 Capacidad del proyecto. La capacidad del proyecto se define en unidades de producción libras de pollos, para cumplir con las necesidades de cabezas de hogar de la ciudad Moniquirá, presentes en los estratos 1 al 4. Por tanto, determinado esta capacidad del proyecto por medio de la capacidad total diseñada, instalada, utilizada y proyectada.

3.1.3.1 Capacidad total diseñada por línea de producto. La capacidad diseñada hacemos referencia al máximo nivel de producción teniendo en cuenta las necesidades reales de la demanda.

- **Capacidad de producción:** La capacidad diseñada se realiza de acuerdo con las dimensiones de adecuadas los galpones o naves de producción.

Capacidad galpón

$$= (\text{dimension del galpón}) * (\text{Nº de galpones}) * (\text{Nº de pollos} \times \text{MTS}^2)$$

$$\begin{aligned} \text{Capacidad galpón} &= (10 \text{ mts Ancho} * 15 \text{ mts Largo}) * (2) * (8 \text{ pollos}) \\ &= 2.400 \text{ pollos} \times \text{ciclo de produccion.} \end{aligned}$$

- **Capacidad en Libras:** se realiza de acuerdo al peso de cada pollo semicriollo.

$$\begin{aligned} \text{capacidad en Lbs:} & (\text{Capacidad galpón}) * (\text{Nº de ciclos al año}) \\ & * (\text{promedio de peso de pollo}) \end{aligned}$$

$$\text{Capacidad en lbs} = (2.400 \text{ pollos}) * (6 \text{ ciclos}) * (5 \text{ libras}) = 72.000 \text{ Libras}$$

- **Capacidad de sacrificio:** La capacidad de sacrificio se realiza teniendo en cuenta, la maquinaria utilizada por 100 pollos de 40 a 55 minutos de acuerdo a las fases de suciedad y limpieza.

Zona suciedad: 7 Minutos

Zona de limpieza: 35 minutos

Por lo que se tiene en cuenta que para 100 pollos tiene un tiempo de sacrificio de 40 Minutos así:

Tiempo de sacrificio por lote = 40 minutos

Horas laborales =12 horas (720 minutos)

Tiempo real laborado =12 horas (720 minutos)

Capacidad diseñada para el proceso de sacrificio = (Minutos labores) / (Tiempo de sacrificio de lote)*(Días a la semana)*(Semana al año)*(Lote de 100 Pollos)=

Capacidad diseñada para el proceso de sacrificio = (720 minutos) / (40 minutos de sacrificio por lote)*(7 días a la semana)*(52 semanas del año)*(100 pollos lotes)= 655.200 Pollos sacrificados en un año.

3.1.3.2. Capacidad instalada. Se determina la capacidad instalada, teniendo en cuenta la estimación de la demanda de pollo semicriollo de la ciudad de Moniquirá la cual corresponde a 2, 589,000 Libras anuales (1,294,500 Kg).

Capacidad de producción:

Capacidad inicial por Mts² = 7 mts²

Capacidad instalada

*= (dimension del galpón) * (Nº de galpones) * (Nº de pollos x MTS²) * (Nº de ciclos)*

Capacidad Instalada = (10 de ancho * 15 de largo) * (2) * (7 pollos mts²) * (6 ciclos) = 12.600

Pollos equivalentes a 63.000 libras.

Capacidad de sacrificio: Se realiza de acuerdo al mercado y la capacidad del galpón de la empresa

Por lo que se tiene en cuenta que para 100 pollos tiene un tiempo de sacrificio de 40 Minutos así:

Tiempo de sacrificio por lote = 40 minutos

Horas laborales = 8 horas (480 minutos)

Tiempo de ocio = 1 hora (60 Minutos)

Tiempo real laborado = 7 horas (420 minutos)

Capacidad instalada para el proceso de sacrificio = (Minutos labores) / (Tiempo de sacrificio de lote)*(Días a la semana)*(Semana al año)*(Lote de 100 Pollos)=

Capacidad instalada para el proceso de sacrificio = (420 minutos) / (40 minutos de sacrificio por lote)*(6 días a la semana)*(52 semanas del año)*(100 pollos lotes) = 327.600 pollos sacrificados en un año.

3.1.3.3 Capacidad utilizada y proyectada. De acuerdo con los resultados obtenidos en la capacidad diseñada e instalada, se establece la capacidad utilizada y proyectada (Producción de pollo) de la empresa Semicriollo Moniquireño.

Capacidad inicial por M²= 6 Pollos

Capacidad inicial = (Dimensión del galpón)* (N° Galpones)*(N° Pollos por M²)*(N° de ciclos)

Capacidad inicial = (10 Ancho * 15 Largo)* (2) * (6) *(6)= 10.800 Pollos equivalentes a 54.000 libras

Capacidad inicial * Gradiente de Mortalidad = (10.800) * (1.04) = 11.232 pollos

Teniendo en cuenta que la empresa entrara al mercado con 54.000 Libras, el cual equivale a 10.800 pollos con un Margen de mortandad del 4%.

% capacidad utilizada = Capacidad utilizada / capacidad diseñada

% Capacidad utilizada = 54.000 Libras / 72.000 Libras = 0.75%

Capacidad proyectada: se proyecta para cinco años la capacidad utilizada, incrementando en un 9,99% para el segundo año, 8,99% para el tercer año, 5,99% para el cuarto año y un 4,94%, por tanto logrando en un 100% la capacidad diseñada en cinco años.

Cuadro 37. Capacidad proyectada

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
variación		9,99%	8,99%	5,99%	4,94%
Pollo Libras	54.000	59.395	64.734	68.612	72.000
Pollos Cantidad	10.800	11.879	12.947	13.722	14.400

3.2 LOCALIZACIÓN

Este estudio de localización consiste en determinar cuál va hacer el lugar final de la planta de producción avícola, de manera que se reduzcan los costos.

3.2.1 Macro localización (Geográfica). El posicionamiento de la empresa productora y comercializadora de pollo semicriollo se realizara en la ciudad de Moniquirá departamento de Boyacá, en la zona rural.

3.2.2 Micro localización. Permite determinar la localización de la empresa productora y comercializadora de pollo semicriollo, utilizando el método cualitativo por puntos y así determinar el sitio óptimo.

Las opciones que se presentan para la localización de la empresa productora de pollo semicriollo son:

- **Vereda Colorado:** Esta vereda se encuentra ubicada a 5 kilómetros de la ciudad de Moniquirá en la cual tiene buenos accesos viales.
- **Vereda tierra de castro:** Se encuentra en la zona rural a 7 kilómetros de la ciudad de Moniquirá.
- **Vereda tierra de Gonzales:** Esta se ubicada en la zona rural a 12 kilómetros de Moniquirá vía a Tunja.

Los factores que inciden en el estudio de Micro-localización son:

- Servicios públicos
- Costos del terreno para la estructuración de la estructura
- Facilidad de acceso
- Estudios de terreno
- Distancia de la ciudad

3.2.2.1 Definición de los factores

F1: Servicios públicos: Prestación de los servicios públicos en la zona que tengan un cumplimiento del servicio.

F2: Costo del terreno para la construcción de la estructura: Tener en cuenta los costos de la finca dependiendo de la zona.

F3: Facilidad de acceso: La zona debe tener una accesibilidad a la finca con eficacia en las entradas y salidas.

F4: Estudios de terreno: Importancia de la planeación municipal para el estudio de suelos y demás permisos para el proyecto a establecer.

F5: Distancia de la ciudad: El tiempo y la distancia disponible para la distribución producto en la región.

3.2.2.2 Ponderación de los factores: Con la numeración de los factores y definición se pondera y se le da el puntaje máximo.

Cuadro 38. Ponderación de los factores

FACTORES	PUNTOS	PONDERACIÓN %	PUNTAJE MÁXIMO
F ₁	1000	35	350
F ₂	1000	25	250
F ₃	1000	10	100
F ₄	1000	20	200
F ₅	1000	10	100

3.2.2.3 División de factores en grados y puntuación. De acuerdo con la ponderación de los factores, se realiza la división de estos en los grados con su respectiva puntuación.

Cuadro 39. División de factores en grados y puntuación

FACTORES	GRADO	PUNTAJE
1	G ₁ : Buenos servicios	350
	G ₂ : Regulares servicios	250
	G ₃ : Malos servicios	0
2	G ₁ : Costo terreno	250

FACTORES	GRADO	PUNTAJE
	Alto G ₂ : Costo terreno medio G ₃ : Costo terreno Bajo	100 0
3	G ₁ : Facilidad de acceso G ₂ : Poca acceso G ₃ : Sin acceso	100 50 0
4	G ₁ : Terreno Bueno G ₂ : Terrero regular G ₃ : Terreno no apto para construir	100 200 0
5	G ₁ : Lejos de la Ciudad G ₂ : Distancia adecuada a la ciudad G ₃ : cercano a la ciudad	50 100 0

3.2.2.4 Micro localización ponderada. Con las ubicaciones que se establecieron anteriormente se realiza la ponderación de los factores en grados.

Cuadro 40. Micro localización ponderada

FACTOR	VEREDA COLORADO		VEREDA TIERRA DE CASTRO		VEREDA TIERRA DE GONZÁLEZ	
	Grados	Puntos	Grados	Puntos	Grados	Puntos
1	2	250	1	350	3	0
2	3	0	2	100	1	250
3	2	50	1	100	3	0
4	3	0	2	200	1	100
5	2	100	1	50	3	0
TOTAL		400		800		350

En conclusión a los resultados obtenidos de los factores se puede identificar que el sitio con mayor ponderación para la creación de la empresa productora y comercializadora de pollo semicriollo en la ciudad de Moniquirá es en la vereda de tierra de castro por los puntos obtenidos.

3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

El producto que producirá la empresa Semicriollo Moniquireño, será pollo semicriollo que cumpla con las condiciones reglamentarias de avicultura y seguridad sanitaria con el fin de obtener un producto de calidad.

3.3.1 Ficha técnica del producto. A continuación se presenta la ficha técnica del producto de pollo semicriollo.

Cuadro 41. Ficha técnica del pollo Semicriollo

PRODUCTO PRINCIPAL	Pollo semicriollo
DISEÑO	
ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	Peso: 4 a 5 Libras Características organolépticas: Color amarillo, olor agradable, Fresco Temperatura: 0 y 4°C
EMPAQUE	Bolsa individual de polipropileno transparente
VIDA ÚTIL	5 a 10 días sin romper la cadena de refrigeramiento de 4°C

3.3.2 Descripción técnica del proceso. A continuación se presentan los períodos de producción que se llevan a cabo en la producción de pollo semicriollo.

En el proceso de producción se lleva a cabo desde el primer día recibimiento de los pollitos hasta el día de sacrificio. Por tanto, se desarrolla las actividades en semanas.

Antes de la llegada de los pollitos los galpones deben estar desinfectados con amonio cuaternario 5ml /l de agua o con formol 37%, 50 ml/ l agua y adicionalmente estar flameado. Igualmente los equipos deben estar desinfectados estos pueden ser con yodo 3 ml/l de agua.

Primera semana:

- Instalar la criadora a la altura de 1.5 mts e igualmente ajustar la temperatura indicad para el primer día.
- Colocar el alimento en comederos y el agua en bebederos asegurándose de que no les valla a faltar.
- Remover la cama temprano alrededor de los comederos y bebederos.
- Comenzar a desinfectar los equipos todos los días.
- Realizar limpieza en las bandejas de la comida, para que no se presente hongos y contaminaciones con la orina y materia fecal.
- Realizar pesajes y anotar en el registro
- Verificar el consumo de los alimentos e inventarios
- Realizar controles en los tanques de abastecimiento de agua
- Verificar el espacio para la ampliación de las láminas al transcurso de las semanas.
- En las noches encender la criadora asegurándose de que todos los pollitos estén debajo para que obtengan calor.

Segunda semana:

- Tener en cuenta la temperatura, la cual debe estar entre 26 y 28° C.
- Realizar descubrimiento de cortinas dependiendo el clima y la temperatura.
- Realizar expansión de comederos y bebederos automáticos
- Nivelar los equipos al altura del cuello de los pollos
- Remover las camas en horas de la mañana.
- Realizar pesaje de las aves y anotar en el registro
- Anotar en el registro de mortalidad dado el caso de mortalidad
- Realizar control del agua
- Revisar inventarios de concentrados

Tercera semana:

- Se realiza revisión de la temperatura de los galpones de las cuales se deben encontrar entre 24 a 26°c.
- En esta semana se realiza el cambio de concentrado de iniciación pasa al concentrado final.
- Se desinfectan los comederos y bebederos
- Se retiran las criadoras
- Se amplía el 10% del galpón
- Se distribuyen los bebederos y comederos alternados uno del otro.
- Se nivelan a la altura de la espalda del pollo
- Se remueve las camas temprano
- Llevar el registro de mortalidades
- Realizar limpieza dentro y fuera de los galpones y cuarto de almacenamiento.

De la cuarta semana a la séptima se maneja un mismo procedimiento, ya que el galpón esta 100% utilizado. Continuación describimos las actividades a realizar.

- Realizar desinfección de los bebederos y comederos todos los días
- Realizar pesaje dos veces por semana

- Realizar manejo de las camas, esparciendo bien alrededor de los bebederos y comederos
- Desinfectar los tanques o pocetas de agua
- Adecuar la alimenticio en estas semanas entre un 70% y un 30% de centrado y maíz.
- Limpieza alrededor de los galpones y bodegas de alimentos.

La pollinaza se distribuye a los agricultores de la región para los cultivos de plátano, café.

En proceso de sacrificio se comienza desde que el pollo entra a la zona hasta la terminación en el empaque.

Traslado: Para llevar los pollos a la zona de sacrificio se debe realizar en la noche ya que este se puede estresar, asfixiarse hasta perder peso.

Colgado: Se comienza por colocar el ave en la cadena de cuelgue. Depende de las velocidades en la que ordene dependiendo de los operarios.

Atontamiento o turbamiento: El cual consiste en que el ave pierda inestabilidad para sacrificarlo.

Sacrificio: se realiza el degüelle

Se espera que se desangre el animal para una presentación adecuada en el canal.

Escaldado: En agua hirviendo se introduce el animal

Pelado: Se comienza a quitar la piel de las patas y luego las plumas, con cuidado que no se realice lesiones ya que es el producto final.

Evisceración: En este ítem consiste en el corte de patas, cuellos, retiro de las vísceras e igualmente su clasificación y la extracción del buche. Realizando la inspección final de limpieza.

Pulido: Luego de que se bajan los pollos de la cadena se pasan por agua fría y se realiza una inspección de que no tengan plumas, ni residuos de sangre ni viseras

Enfriado: Se pasa a un tanque de enfriamiento a una temperatura de 2°C

Empacado: Luego de que el producto este en las condiciones adecuadas se procede a empacarlo en bolsas individuales y por partes.

Las vísceras las cuales no son clasificadas se recogen y empacan en canecas con tapa hermética y son distribuidas a las granjas de porcinos.

3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento

Figura 39. Diagrama en la etapa de siembra y crecimiento

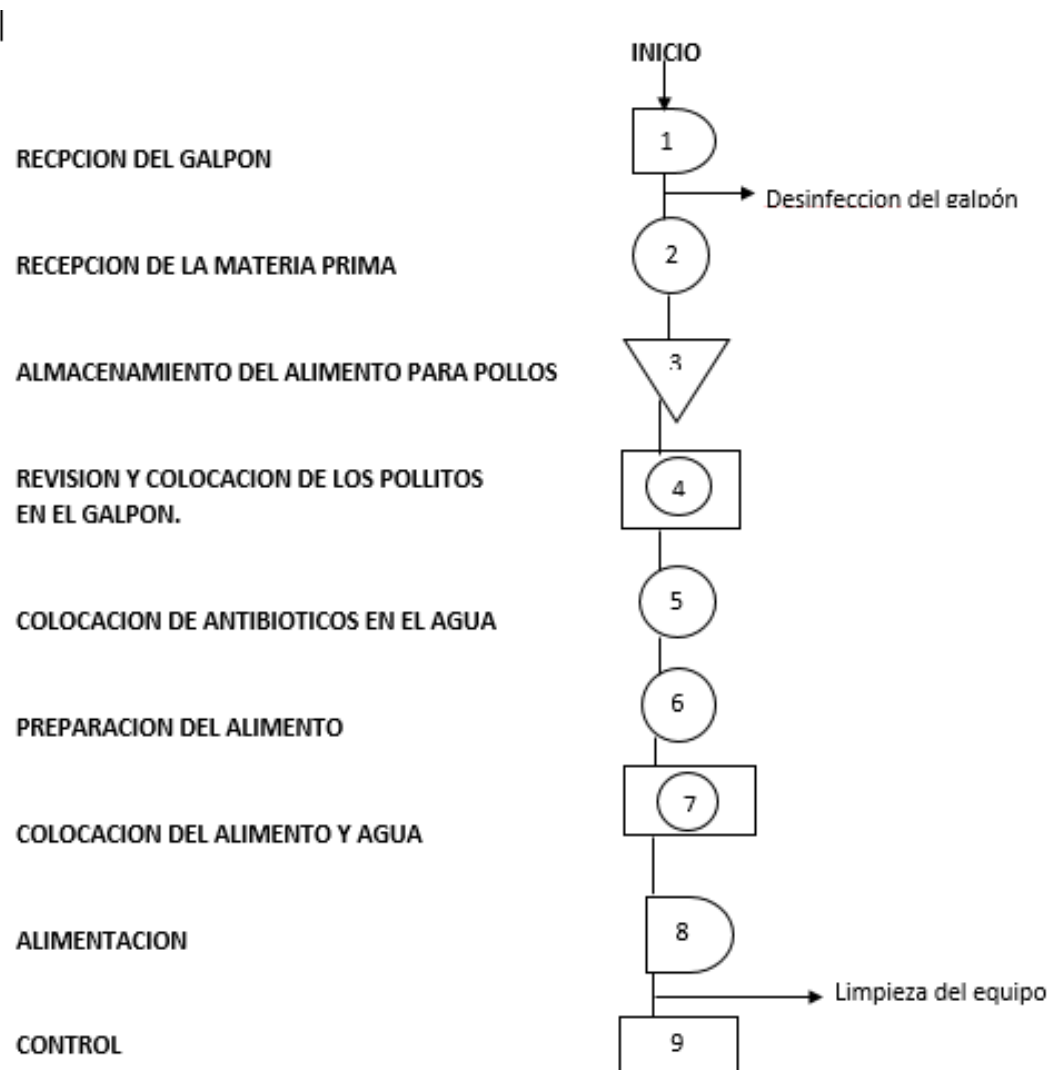
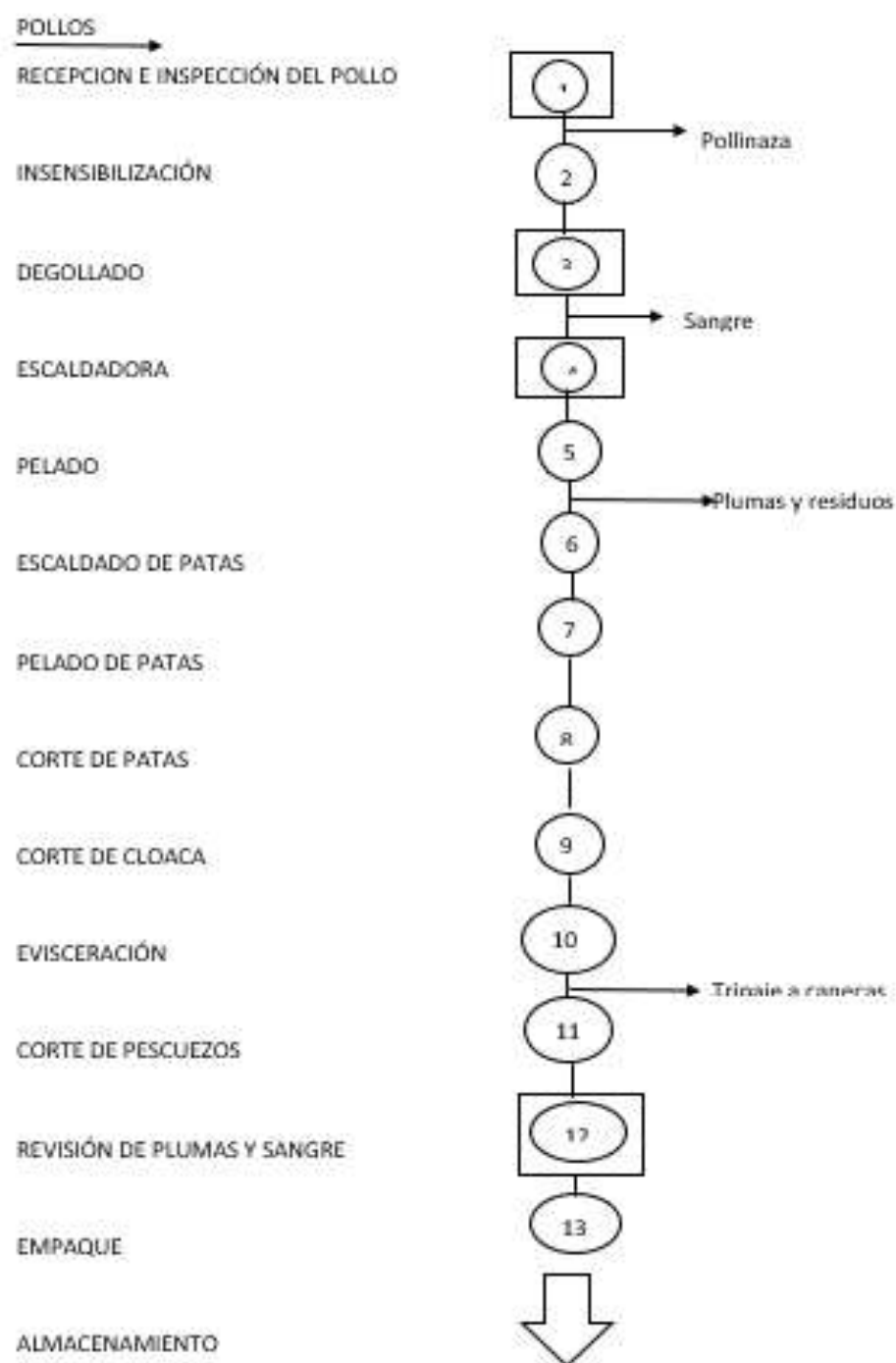


Figura 40. Diagrama de operación



3.3.4 Control de calidad. En el desarrollo de este proyecto se maneja en la producción y sacrificio una serie de controles los cuales son verificables para la calidad del producto de la empresa Semicriollo Moniquireño y así cumplir con las necesidades de los consumidores.

Control de calidad de producción: El cual comienza desde que los pollitos llegan a la grande de un día de nacidos.

Verificación de los pollitos: Se realiza la inspección del estado de los pollitos que estén activos.

Registro de hembras y machos: Las hembras deben estar separadas de los machos por cajas marcadas.

Cuantificación de los pollitos: Se realiza el conteo de las hembras y machos dentro de galpón que se van alojar.

Registro del peso por caja: En la llega se realiza pesaje de los pollitos a la granja se realiza un pesaje por caja.

Registro de alimentos: Se realiza un inventario de los alimentos que ingresan desde el mismo día hasta la finalización de la producción.

Registro de mortalidad y morbilidad: se verifica la mortandad de las aves

Registro de temperatura: Garantizar la temperatura correcta es fundamental que no sean superiores a los tres grados de la mínima y máxima en la noche.

Registro de humedad: Manejo de la humedad en los galpones registrándolo en la tabla y controlar los gases de amoníaco.

Registro de calidad del agua: realizar el monitoreo adecuado a los tanques de almacenamiento por medio de la pruebas de PH.

Registro de las salidas: Es importante realizar un registro de las aves que salen vivas para distribución e igualmente para sacrificio. Además se realiza conteo de aquellas aves que fallecieron.

Control de calidad en el área de sacrificio: Siendo el más importante por se deben realizar los siguientes controles.

3.3.5 Recursos. Los recursos permiten obtener la estructura para el estudio financiero y permitir el montaje de la empresa y su operación, teniendo en cuenta la capacidad de producción.

3.3.5.1 Recurso humano. El recurso humano tanto directo e indirecto para la puesta en marcha de la empresa productora y comercializadora de pollo semicriollo será el siguiente:

- M.O.D:

Operario de producción: E l cual es la persona encargada en las naves de pollo, con un conocimiento en el manejo avícola.

Operarios de área sacrificio: En esta área se necesita un personal con conocimientos técnicos en el manejo de la maquinaria y labores de sacrificio de aves.

- M.O.I:

Administrador: Persona con conocimientos agropecuarios

Secretaria: Personal con conocimientos contables

Contador publico

3.3.5.2 Recurso físico. Dentro de los recursos físicos que contaremos para la puesta en marcha de la empresa productora de pollo semicriollo serán los siguientes:

Equipos y Maquinaria de producción: Estos contarán con las siguientes especificaciones y cantidades de acuerdo a la producción.

Cuadro 42. Equipo y Maquinaria de producción

CONCEPTO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES
Bebederos	25	Los Bebederos Automáticos se calculan de acuerdo a la producción, por tanto un bebedero alcanzan a suministrar entre 80 a 100 aves.
Comederos	70	Para la etapa de producción se requieren para la alimentación, ya que por cada comedero se calculan 30 aves.
	30	En la etapa de crianza se requieren de Bandejas provisionales para el suministro del alimento de inicio y levante.
Lámparas	10	Las bombillas serán de 60 W por cada galpón, para apoyo de su vigilancia.
Cortinas	100 M	Las cortinas son una medida de protección en los galpones para el viento, por lo que se utilizarán alrededor; siendo 100 m largo * 2 m de ancho.

CONCEPTO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES
Bascula	1	Para el control del pesaje de los pollitos Bebes e igualmente en las diferentes etapas de crecimiento.
Extintores ABC	2	Se cuenta con los extintores para la prevención de fuegos que se puedan tener.

Equipos y maquinaria de sacrificios: En la siguiente sesión presentamos las cantidades y especificaciones de los equipos y maquinarias requeridas para la etapa de sacrificio.

Cuadro 43. Equipos y maquinaria de sacrificios

CONCEPTO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES
Peladora	1	Esta debe estar construida en acero inoxidable calibre 12, compuerta de cierre rápido y con su respectivo motor de
Escaldadora	1	
Manguera	15 m	Se requiere para el lavado y desinfección.
Calentador de agua (Gas)	1	El calentador de agua a base de gas debe tener una capacidad de 10 lts por minuto.
Mesa de escurrimiento	1	La mesa será en acero inoxidable de 2 x 3 m.
Tanque receptor	1	Estará construido en acero inoxidable para el uso del pollo y viseras.
Embandejadora	1	La cual consiste en el sellamiento de las bandeja.
Embudo empacador y equipo de engrapador	1	De acuerdo al código sanitario y Decretos el equipo debe de contener grapas inoxidables.

Equipos de área administrativa: Los equipos para el área administrativa son los siguientes:

Cuadro 44. Equipos de área administrativa

CONCEPTO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES
Computador	1	Computador Marca Dell
Impresora	1	Impresora EPSON
Teléfonos	2	Teléfonos Panasonic
Calculadora	1	Calculadora Casio
Escritorios	2	Escritorios de Madera
Sillas	2	Sillas RIMAX
Sillas ergonómicas	2	sillas ergonómicas Imporpartes
Archivador	1	Archivador en madera Imporpartes
Botiquín en acrílico	1	Botiquín en acrílico de 30cm de ancho X 26 cm de alto X11.5 cm fondo. Indu Hogar

3.3.5.3 Recurso de insumos. Dentro de los recursos necesarios para la producción del producto encontramos la materia prima, materiales entre otros y estos son:

Cuadro 45. Recursos de insumos

CONCEPTO	MES	ANUAL	ESPECIFICACIONES
Cascarilla de arroz	75	900	Cascarilla de arroz, la cual se obtiene en cubos, para el cubrimiento de la cama de las aves.
Agua	8,425.25 lts	101.103 lts	Sustancia que se hace necesaria para la alimentación como para el desarrollo del

CONCEPTO	MES	ANUAL	ESPECIFICACIONES
			producto final.
Luz	126 Kwh	1,512 Kwh	La luz es un elemento indispensable para la producción avícola.
Empaques	944	11.232	Son elementos utilizados para la presentación de producto final.
Cal apagada	24	288	Utilizada como desinfectante y protector de suelo.
Gas	1,000 libras	12.000 Libras	Elemento utilizado para la criadora, y en la desinfección, etc.

3.3.6 Análisis de Proveedores. Dentro de los proveedores que se presentan para la creación de la empresa de producción de pollo semicriollo se tienen:

- **Proveedores de materia prima:** Los proveedores de los pollitos se encuentra San Marino S.A y los proveedores de concentrado se tiene la Granja JF.
- **Proveedores de insumos de producción:** Los insumos de producción avícola se obtienen en Agro insumos S.A.
- **Proveedores de equipo y maquinaria:** Los proveedores de equipos oficina Punto click.

La maquinaria de sacrificio peladora y escaldadora proveedor de Bucaramanga (WORKS STEEL Dasf).

- **Proveedores de empaques:** Para la comercialización del producto se hace necesario el empaque el cual consta de Bolsa transparente de polipropileno la cual se consigue Plásticos Max.

3.3.7 Distribución de planta. La distribución de la planta de producción de la empresa de Semicriollo Moniquireño de la ciudad de Monquirá departamento de Boyacá se realiza de acuerdo a las normas de avicultura.

Manejando una hectárea de terreno para la producción de pollo semicriollo de la raza Broiler. Distribuyéndose la planta de la siguiente manera:

Zona de administración: Esta zona cuenta con 50 mts² en el cual se estructurara las oficinas y los baños.

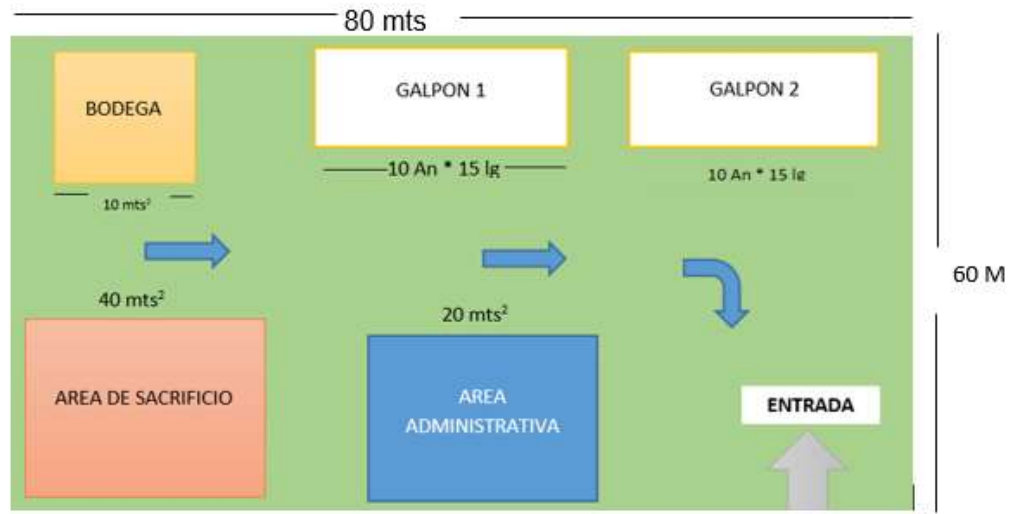
Zona de producción: Esta área consiste de los dos galpones con las normas y requerimientos necesarios para la producción y una bodega de almacenamiento de alimentos e insumos de pollos. Con una área de producción de aproximadamente 340 mts².

En el proceso de sacrificio se presentan las siguientes áreas:

Zona de suciedad: Donde se presenta el colgado, insensibilización, degüelle, escaldado y pelado o desplumado.

Zona limpia: En esta zona se maneja la evisceración y revisión de desplumado e igualmente el empackado del producto.

Figura 41. Distribución de planta



4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

El estudio administrativo se realiza con el fin de cumplir con los requisitos dependiendo de la forma de constitución que se crea realizar en la empresa.

Igualmente, realizar los lineamientos de la cultura organizacional de la empresa como: visión, misión, objetivos, políticas (personal, compras y ventas). Así mismo la estructuración organizacional de la empresa describiendo el perfil de cargos y la asignación salarial.

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

La empresa “Semicriollo Moniquireño” se constituirá bajo las medidas de sociedad por acciones simplificada con sigla SAS, la cual es aplicable por la ley 1528 de 2008 puede estar constituida por una o varias personas naturales o jurídicas y no presenta límite máximo de socios. Los accionistas solo responden hasta el monto de sus respectivos aportes.

Se crea mediante contrato que conste en documento privado inscrito en el registro mercantil. Los accionistas solo responden hasta el monto de sus respectivos aportes. Salvo el caso de fraude a la ley, los accionistas en ningún caso responden personalmente por obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad, según la ley 1528 de 2008.

En los estatutos sociales se determinara libremente la escritura orgánica de la sociedad. A falta de estipulación se entenderá que la asamblea de accionistas tiene todas las atribuciones que la ley le asigna a este organismo y que as

funciones de administración n están a cargo del representante legal. No está obligada a tener junta directiva, a salvo que se disponga en los estatutos¹⁶.

Procedimiento para constituirse una empresa SAS: para formalizar la empresa Semicriollo Moniquireño como una sociedad de acciones simplificadas debe realizar los siguientes pasos:

1. Nombre del representante legal: La empresa contara con el representante legal Laura Ximena Neira Guerrero con CC 1. 054.681.238.
2. Domicilio de la empresa: Vereda tierra de castro km 2 vía TogÜi, municipio de Moniquirá Boyacá.
3. Verificación: consultar en la página de la cámara de comercio si se puede registrar la empresa con el nombre de Semicriollo Moniquireño.
4. Preparar documentos: Realizar un documento público donde establece los estatutos de la sociedad, según el artículo 5 de la ley 1258 de 2008, donde debe contener:
 - Razón social: Semicriollo Moniquireño
 - Número de socios: Se constituirá por dos personas naturales.
 - Como se constituye: Mediante un documento privado inscrito en el registro mercantil.
 - Termino de duración: El término de duración será indefinido.
 - Capital: Este capital estará representado en \$22.000.000 (veinte dos millones de pesos m/c) por cada uno de los socios, el cual será pagado en efectivo luego de haber realizado la inscripción en el registro mercantil del presente documento.
 - Responsabilidad: Los accionistas solo responden hasta el monto de sus respectivos aportes.
 - Disolución: Este tipo de sociedad se disuelve por vencimiento del término que fue previsto en los estatutos; imposibilidad de desarrollar las

¹⁶ Guía Legis para la pequeña empresa Bogotá-Colombia 2012

actividades previstas en su objeto social; inclinación del trámite de liquidación judicial; causales previstas en los estatutos; voluntad de los accionistas adoptada en asamblea; orden de autoridad competente y finalmente por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo del 50% del capital suscrito.

5. Inscripciones el registro de la cámara de comercio: Se realiza los formatos de registro y se entregan el documento privado de constitución a la identidad, la cual se encargara de la legalidad de los estatutos expuestos, por tanto es importante tener en cuenta el pago de impuesto de registro.
6. Creación de una cuenta bancaria: Luego de haber realizado el registro es obligatorio que con el certificado de la cámara de comercio se habrá una cuenta bancaria. Solicitando la cuenta a nombre de la sociedad.
7. RUT: con el certificado bancario se procede a tramitar en la DIAN el RUT definitivo.
8. Entrega del RUT: Se debe llevar el RUT de Semicriollo Moniquireño a la cámara de comercio para que no aparezca provincial.
9. Registro de empleados en el sistema de seguridad laboral: Para poder contratar empleados la empresa debe estar registrada en el sistema de seguridad laboral.

4.2 CULTURA ORGANIZACIONAL

La cultura organizacional de SEMICRIOLLO MONIQUIREÑO SAS se fundamenta en la visión, misión, objetivos y políticas planteando una perspectiva estratégica como una organización productora de pollo semicriollo

4.2.1 Visión. La empresa Semicriollo Moniquireño S.A.S., en el año 2025, será reconocida por su producción y comercialización de pollos semicriollo de alta

calidad, buscando posicionamiento en el mercado departamental de Boyacá y Santander, con un personal calificado y contribuyendo al crecimiento de la región.

4.2.2 Misión. Semicriollo Moniquireño S.A.S., es una empresa productora de pollo semicriollo, que satisface las necesidades de sus clientes, presentando un producto con características organolépticas en los hogares mejorando la calidad de vida. En cumplimiento con nuestro crecimiento realizamos buenas prácticas avícolas e igualmente seguridad sanitaria garantizando el sostenimiento de la empresa.

4.2.3 Objetivos. Los objetivos organizacionales estarán encaminados a los integrantes de la empresa:

- Generar un ambiente lleno de motivaciones y empuje al desarrollo de las actividades de la empresa.
- Implementar tiempos de capacitación laboral, permitiéndoles a las personas sentirse seguras de las acciones que realizan.
- Que el personal de la empresa sea un solo equipo y que se vean que son parte del desarrollo y crecimiento de esta en la región.

4.2.4 Políticas. Para el desarrollo de la nueva empresa las políticas que se plantean tanto personales, compras y ventas son las siguientes:

4.2.4.1 Políticas personales: El reclutamiento del personal para la empresa “Semicriollo Moniquireño S.A.S.” productora de pollo semicriollo se realiza por medio de avisos publicitarios y recomendaciones directas.

- Se solicitaran hojas de vida y así realizar la selección del personal.
- La contratación se hace por un término fijo a un periodo de 8 meses y luego se renovara con el cumplimiento de las metas propuestas.

- El salario se establece de acuerdo al código sustantivo de trabajo que represente lo de ley, como es primas, cesantías, vacaciones, seguros de salud pensión y riesgos profesionales y cajas de compensación familiar.
- La dotación se realizara en la empresa cada dos veces en el año como lo estipula la ley.

4.2.4.2 Políticas de compras:

- Las políticas de compras de la materia prima e insumos se realizaran de contado para obtener descuentos y participar e promociones e igualmente tener garantía de los productos.
- Se realizaran inventarios de la materia prima por cada ciclo de producción.
- La compra se realizara a los proveedores que garanticen la calidad del producto a entregar.

4.2.3.3 Políticas de ventas: Las políticas de ventas para la empresa se realizará de contado para tener precios más competitivos.

4.2.3.4 Políticas de calidad

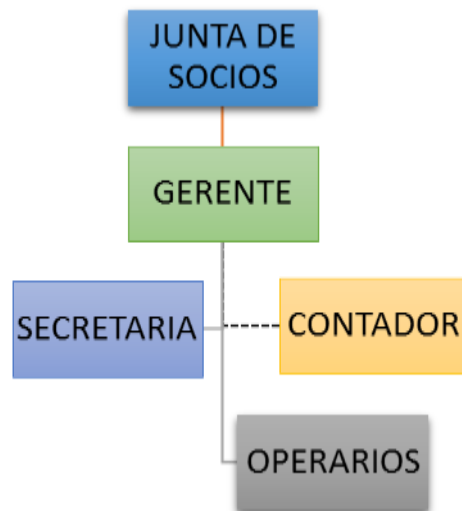
- Definir los estándares de calidad y los diferentes puntos de control en los procesos de producción hasta llegar al punto del producto final.
- Cumplir con los estándares de calidad definidos
- Desarrollar el mejoramiento continuo en cada uno de los procesos productivos e igualmente en los procedimientos.
- Cumplir con los decretos de manipulación de productos alimenticios como también los aplicados a las granjas de producción.

4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional es significativa para la empresa, ya que se define los cargos y las múltiples funciones de los operarios, para dar cumplimiento a los objetivos propuestos y al funcionamiento.

4.3.1 Organigrama. La empresa “Semicriollo Moniquireño” cuenta con un personal capacitado en el manejo de producción y comercialización avícola, el cual presenta un producto en las condiciones óptimas a los clientes, por tanto se presenta el siguiente organigrama.

Figura 42. Organigrama



Se observa una estructura sencilla esta se da por las características de la empresa permitiendo una comunicación eficiente entre el gerente y los diferentes cargos.

4.3.2 Descripción y perfil de cargos. A continuación se presenta un formato con la descripción y perfil de cargo.

Cuadro 46. Manual de funciones y perfil del Gerente

GERENTE
MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES
Función principal:
Planear, dirigir, coordinar, supervisar y evaluar las diferentes actividades buscando optimizar y maximizar los recursos de la empresa alcanzando los objetivos comunes.
Detalle de funciones:
• Ser el representante legal de la empresa. • Liderar y velar por el cumplimiento de la misión y visión, objetivos, principios y valores organizacionales de la empresa. • Contribuir con una eficacia, eficiencia y efectividad en la ejecución d los procesos administrativos y producción de la empresa. • Atención, servicios y asesoría al cliente. • Encargado de la logística y desarrollo de estrategias de publicidad y promoción. • Responder y por los insumos y equipo de la empresa y velar por el buen uso y mantenimiento de los mismos. • Manejar con responsabilidad y confiabilidad los recursos económicos generados en la producción y comercialización del producto. • Elaboración de informes sobre las actividades de producción y comercialización cumplidas. • Desarrollar estrategias de mercado del producto. • Seleccionar el recurso humano de la empresa
Descripción:
Habilidad: Educación: profesional en gestión empresarial, conocimientos en el proceso de alimentos.
Experiencia: mínimo un año en cargos similares.
Habilidad mental: capacidad de decisión y organización, honestidad, liderazgo y relaciones sociales.
Habilidad manual: normal
Responsabilidad:
Supervisión: se encarga de supervisar las actividades que realizan todas las empresas.
Por contactos: con personas externas para mercado y comercialización de producto.
Manejo de valores: ocasionales

GERENTE
Esfuerzo:
Mental: en su jornada requiere concentración plena para planear, diseñar, administrar y controlar. Físico: normal de la actividad.
Condición de trabajo:
Medio ambiente: agradable en de la oficina.
Riesgo: ninguno.

Cuadro 47. Manual de funciones y perfil del Contador

CONTADOR
MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES
Función principal: Asesorar, revisar y supervisar la contabilidad de la empresa y los demás estados financieros.
Detalles de funciones: • Tener claridad sobre la misión, visión, los principios y valores organizacionales de la empresa. • Contribuir con eficacia, eficiencia y efectividad en la ejecución de los procesos en que se encuentra comprometido. • Cumplir las políticas, reglamentos, normas y procedimientos vigentes en la empresa. • Cumplir los principios, honestidad y ética, la publicidad y promoción de cualquier producto o servicio. • Avalar y aprobar por firma la contabilidad de la empresa, pago de impuesto y demás obligaciones de ley. • Informar oportuna, veraz y fidedigna a la gerencia. • Asesorara la secretaria, auxiliar contable, sobre la contabilidad de la empresa. • Asesorar a la gerencia y a la empresa en general sobre cualquier aspecto contable, fiscal y / o tributario.
Descripción:
Habilidad:
Educación: profesional en contaduría pública y manejo de software contable especializado.
Experiencia: mínimo dos años en el cargo.
Habilidad mental: rapidez y habilidad mental en el manejo del lenguaje técnico

CONTADOR
contable y de los indicadores matemáticos.
Habilidad manual: normal.
Responsabilidad:
Supervisión: sobre las actividades que realiza.
Por contactos: con la información que el gerente le suministra y la secretaria.
Manejo de valores: ninguno.
Esfuerzo:
Mental: durante su actividad requiere concentración para planear actividades y coordinar sus cálculos.
Físico: ninguno.
Condición de trabajo:
Medio ambiente: normal al expuesto en la empresa.
Riesgo: ninguno

Cuadro 48. Manual de funciones y perfil de Secretaria

SECRETARIA
MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES
Función principal: Mantener actualizada la información y compartirla con el gerente.
Detalles de funciones: • Cumplimiento de la misión, visión, los principios y valores organizacionales de la empresa. • Cumplir con las políticas, reglamentos, normas y procedimientos vigentes en la empresa. • Responder por los equipos que tienen a su disposición para el desarrollo de las actividades. • Cumplir con las demás funciones que le sean asignadas por el gerente y que tengan relación con la naturaleza de su cargo. • Revisar u organizar la información requerida para la gestión empresarial. • Atenderá los clientes de forma amable. • Llevar el registro de información contable requerida • Atender y recibir el dinero de los clientes que compran los productos en la planta. • Asear al final de la jornada el área asignada. • Asistir a reuniones determinadas por el gerente para tratar temas relacionados con el trabajo.

SECRETARIA
• Manejar archivos correspondientes • Manejar paquetes contables • Manejar cartera • Realizar pagos a proveedores
Descripción:
Habilidad:
Educación: Bachiller académico.
Experiencia: mínimo un año en el cargo.
Habilidad mental: Rapidez y habilidad mental, redacción de documentos y cálculos matemáticos.
Habilidad manual: normal.
Responsabilidad:
Supervisión: sobre las actividades que realiza.
Por contactos: con la información a los clientes.
Manejo de valores: Dinero entregado por los clientes.
Esfuerzo:
Mental: Durante su actividad requiere un esfuerzo normal atender al cliente y totalizar pedidos.
Físico: Normal
Condición de trabajo:
Medio ambiente: Normal al expuesto en la empresa.
Riesgo: Cortaduras o golpes

Cuadro 49. Manual de funciones y perfil de operarios

OPERARIOS
MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES
Función principal: Estar pendiente de las aves en su alimentación y cuidado.
Detalles de funciones: • Suministrar el alimento y vacunas a las aves de acuerdo a la dosificación especificada. • Mantener la temperatura adecuada en los galpones. • Llevar el control de morbilidad • Realizar las labores pertinentes en el área de sacrificio. • Llevar a cabo las normas sanitarias dentro de los galpones y área de sacrificio.

OPERARIOS
Descripción:
Habilidad:
Educación: Bachiller académico o agrícola
Experiencia: mínimo un (1) años en el cargo.
Habilidad mental: Realiza labores de habilidad media
Habilidad manual: Realiza labores de habilidad alta
Responsabilidad:
Supervisión: sobre las actividades que realiza.
Por contactos: Tiene contacto directo con el personal de la empresa.
Manejo de valores: ninguno.
Esfuerzo:
Mental: Durante su actividad requiere un esfuerzo mental alto.
Físico: Normal
Condición de trabajo:
Medio ambiente: Normal al expuesto por olores de los galpones.
Riesgo: Golpes, cortaduras, afecciones pulmonares, hernias.

4.3.3 Asignación salarial. En este ítem nos referimos a los criterios de base salarial que realiza cada operario con la indagación en el mercado de la empresa Semicriollo Moniquireño en la ciudad de Moniquirá, respectivamente a los ingresos que se generan en la región.

Cuadro 50. Asignación salarial

CARGO	TIPO CONTRATO	SALARIO	TRANSPORTE	PRESTACIONES	VALOR MES	VALOR AÑO
Gerente	Nomina	\$ 828.116	\$ 97.032	\$ 317.582	\$1.242.730	\$14.912.766
Secretaria	Nomina	\$ 650.000	\$ 97.032	\$ 249.275	\$ 996.307	\$11.955.684
Contado 1	Nomina	\$ 780.000	\$ 97.032	\$ 299.130	\$1.176.162	\$14.113.944
Contado 2	Nomina	\$ 780.000	\$ 97.032	\$ 299.130	\$1.176.162	\$14.113.944
Contador	Honorarios	\$ 300.000			\$ 300.000	\$ 3.600.000

De acuerdo a la legislación colombiana todos los trabajadores tienen derecho a las prestaciones de ley, las cuales presentamos a continuación:

Cuadro 51. Prestaciones del trabajador

Asignación salarial:	
Sueldo año 2019	\$ 828.116
Transporte año 2019	\$ 97.032
Carga prestacional (S.A.S)	38,35%

5. ESTUDIO FINANCIERO

Con la terminación de los estudios de mercado, técnico y administrativo, damos continuidad al estudio financiero ya que se identificaron los recursos necesarios para llevar a cabo la puesta en marcha de la empresa Semicriollo Moniquireño.

5.1 INVERSIONES

Se tendrán en cuenta los aportes, para la inversión de los activos fijos, diferidos o intangibles y el capital de trabajo. Así iniciar la empresa la ejecución de la producción mediante de acuerdo con los resultados obtenidos en los respectivos estudios de mercadeo y técnico.

5.1.1 Inversión fija. En la inversión fija son todos aquellos activos tangibles que se necesitan y garantizan el funcionamiento del proyecto. De acuerdo a las necesidades de esta inversión tendremos terreno, construcción, maquinaria y equipo, muebles y enseres, equipo de oficina y herramientas.

5.1.1.1 Terreno. De acuerdo al proyecto se necesita de un terreno para su producción.

Cuadro 52. Inversión de terreno

CONCEPTO	UNIDAD	TOTAL
Terreno	7.310 m ²	\$45.000.000
Total		\$45.000.000

5.1.1.2 Construcción. Hace referencia a las construcciones que necesitan para la ejecución del proyecto.

Cuadro 53. Construcciones

CONCEPTO	UNIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Galpones	2	4.568.500	9.137.000
Área de sacrificio	1	12.753.200	12.753.200
Oficina administrativa	1	6.125.000	6.125.000
TOTAL			\$28.015.200

5.1.1.3 Maquinaria y equipo. Para el desarrollo de la producción y sacrificio de los pollos semicriollo se requiere la siguiente maquinaria y equipo, para la sostenibilidad y crecimiento de la empresa.

Cuadro 54. Maquinaria y equipo para el proceso de Producción

CONCEPTO	UNIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Criadoras a gas	2	190.000	380.000
Bebedores automáticos	14	25.000	350.000
Comederos	14	23.000	322.000
Bombillos	10	1.300	13.000
Cortinas metros (Lona)	60	900	54.000
Total (IVA incluido)			\$1.119.000

Cuadro 55. Maquinaria y equipo del área de sacrificio

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Mesa metálica	1	258.000	258.000
Manguera	1	45.000	45.000
Peladora	1	3.500.000	3.500.000
sacrificadora	1	1.200.000	1.200.000
Escaldadora	1	4.250.000	4.250.000
Transportadora	1	1.358.400	1.358.400

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Tanque receptor	1	1.250.000	1.250.000
canastillas	20	13.000	260.000
cuarto frio	1	3.456.000	3.456.000
canal	1	657.500	657.500
Total			\$16.234.900

5.1.1.4 Muebles y encerres. Son los elementos requeridos en las oficinas para el funcionamiento adecuado de la empresa.

Cuadro 56. Muebles y encerres

CONCEPTO	UNIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Archivador	1	150.000	150.000
Silla ergonómica	2	95.000	190.000
Escritorio	2	155.000	310.000
Sillas	2	40.000	80.000
Papelera para piso	1	10.000	10.000
Botiquín	1	70.000	70.000
Extintor ABC	1	135.000	135.000
Botiquín Acrílico	1	59.900	59.900
Total			\$1.004.900

5.1.1.5 Equipo de oficina. Son los equipos que se requiere en la administración y ventas de la empresa.

Cuadro 57. Equipo de oficina

CONCEPTO	UNIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Computador	1	1.123.000	1.123.000
Impresora	1	362.000	362.000
Calculadora Casio	1	64.000	64.000
Teléfono	1	60.000	60.000
Total			\$1.609.000

5.1.1.6 Herramientas. Son todos aquellos implementos que necesitan para la producción de pollo.

Cuadro 58. Herramienta

CONCEPTO	UNIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Palas	4	14.000	56.000
Bascula	1	135.000	135.000
Total			\$191.000

5.1.1.7 Total de inversión fija. Se realiza la sumatoria de la inversión fija de la empresa Semicriollo Moniquireño.

Cuadro 59. Total de inversión fija

CONCEPTO	VALOR TOTAL
Terreno	45.000.000
Construcción	28.015.200
Maquinaria y equipo	17.353.900
Muebles y enceres	1.004.900
Equipo de oficina	1.609.000
Herramientas	191.000
Total (IVA incluido)	\$ 93.174.000

Fuente: Cuadros 54, 55, 56, 57, 58, 59 y 60.

5.1.2 Inversión diferida. Antes del funcionamiento de la empresa se requieren gastos de intangibles pre-operativos que son bienes no físicos como: estudios, constitución, patentes, licencias, lanzamiento entre otros.

Cuadro 60. Inversión diferida

CONCEPTO	VALOR TOTAL
Estudio de factibilidad	1.670.000
Licencias	850.000
Inscripción cámara de comercio	135.000
Publicidad de lanzamiento	1.573.000

CONCEPTO	VALOR TOTAL
Total	\$ 4,228.000

Fuente: Cuadro 37

5.1.3 Inversión de capital de trabajo. Este capital de trabajo está constituido para cubrir los costos o gastos del funcionamiento normal de la empresa, cuando no entra efectivo o recursos.

Gastos financieros: Tener en cuenta los gastos financieros del primer semestre de producción.

Administrativo: Al comenzar la producción se cuenta con 45 días de improductividad por lo que no genera ingresos y se debe contar con un capital de trabajo.

Producción: se debe de tener una nómina para los insumos y demás costos que se presenten indirectos.

5.1.3.1 Costos de producción. Hace referencia al costo del producto a producir en la empresa Semicriollo Moniquireño que determinara mediante: materias primas (M.P), mano de obra directa (M.O.D) y costos indirectos de fabricación (CIF).

A. Materias primas

Cuadro 61. Materias primas

CONCEPTO	PROMEDIO ANUAL	COSTO UNITARIO	TOTAL ANUAL
Polluelos	11.232	1.300	14.601.600
TOTAL			\$14.601.600

Cuadro 62. Consumo de alimentos (Maíz, concentrado de soya)

S/S DIAS	1	2	3	4	5	6	7	T/SML	PROM /SM	TT/ACUM	C.Gr	C. und	N° Pollos	Total
1	11	14	18	23	28	32	35	161	23	161	0.8	128.8	11.232	1.446.682
2	33	36	40	45	49	52	58	313	45	474	0.6	187.8	11.074	2.079.697
3	63	67	72	77	82	87	92	540	77	1.014	0.6	324	10.919	3.537.756
4	98	102	108	113	118	123	128	790	113	1.804	0.6	474	10.767	5.103.558
5	136	140	144	150	153	158	162	1.043	149	2.847	0.6	625.8	10.617	6.644.118
6	169	173	176	180	184	186	189	1.257	180	4.104	0.5	628.5	10.469	6.579.766
7	192	194	196	99	201	203	204	1.389	198	5.493	0.5	694.5	10.323	7.169.323
												3063.4		\$32.560.900

B. Mano de obra directa.

Cuadro 63. Mano de obra directa

CONCEPTO	SUELDO MES	SUELDO ANUAL
Operario 1	\$\$ 1.176.162	\$ 14.113.944
Operario 2	\$\$ 1.176.162	\$ 14.113.944
Total	\$2.352.324	\$28.227.888

Fuente: Cuadro 53.

Cuadro 64. Prestaciones de MOD

Operario 1	Nomina	\$ 780.000	\$ 97.032	\$ 299.130
Operario 2	Nomina	\$ 780.000	\$ 97.032	\$ 299.130

Fuente: Cuadro 53

C. Costos indirectos de fabricación.

En este ítem hace referencia a los materiales indirectos, insumos, mantenimiento, depreciación, seguros, otros CIF).

– Materiales indirectos

Cuadro 65. Materiales indirectos

CONCEPTO	CANTIDAD MES	CANTIDAD ANUAL	COSTO UNITARIO	TOTAL ANUAL
Papel viniltex	900	10.800	26	\$280.800
Bandejas	900	10.800	18	\$194.400
Bolsa 4 y 6 Libras	900	10.800	23	\$248.400
Total				\$723.600

– **Insumos**

Cuadro 66. Insumos

CONCEPTO	MENSUAL	ANUAL
Gas	80.000	\$960.000
Cal	10.000	\$120.000
Químico desinfectante	24.000	\$288.000
Creolina	20.000	\$240.000
Cascarilla de arroz	750.000	\$9.000.000
Total	\$884.000	\$ 10.608.000

– **Depreciación de maquinaria y equipo**

Cuadro 67. Depreciación de maquinaria y equipo

ACTIVO	VALOR ACTIVO	AÑOS	MENSUAL	ANUAL
Maquinaria y equipo	17.353.900	10%	144.615	1.735.390
Total			\$144.615	\$1.735.390

Fuente: Cuadro 56 y 57.

– **Amortización de diferidos**

Cuadro 68. Amortización de diferidos

ACTIVO	VALOR ACTIVO	AÑOS	MENSUAL	ANUAL
Diferidos	850.000	5	3.541	42.500
Total			\$3.541	\$42.500

Fuente: Cuadro 62.

– **Mantenimiento de maquinaria, equipos y herramienta**

Cuadro 69. Mantenimiento de maquinaria, equipos y herramientas

ACTIVO	VALOR DEL ACTIVO	VARIACION	VALOR MES	VALOR ANUAL
Maquinaria y equipos	\$17.353.900	5%	72.307	867.695
Herramientas	\$191.000	5%	795	9.550
Total	\$17.544.900		\$73.897	\$877.245

Fuente: Cuadro 56, 57 y 60.

– **Seguros de maquinaria equipos y herramientas**

Cuadro 70. Seguros de maquinaria, equipos y herramientas

ACTIVO	VALOR DEL ACTIVO	VARIACION	VALOR MES	VALOR AÑO
Maquinaria y equipos	\$17.353.900	1%	14.461	173.539
Herramientas	\$191.000	1%	159	1.910
Total	\$17.544.900		\$14.620	\$175.449

Fuente: Cuadro 56 y 57.

– **Total de costos indirectos de fabricación**

Cuadro 71. Total de CIF

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR ANUAL
Materiales indirectos	60.300	\$723.600
Insumos	884.000	\$10.608.000
Mantenimiento	68.441	\$877.245
Depreciación	136.882	\$1.735.390
Amortización	3.541	\$42.500
Seguros	13.688	\$175.449
Total	\$ 1.166.852	\$14.162.184

Fuente: Cuadros 67, 68, 69, 70,71 y 72.

D. Total costos de producción. De acuerdo con los costos de producción anteriormente estipulados como los son las materias primas, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación, continuamos a realizar la sumatoria de estos.

Cuadro 72. Total de costos de producción

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Materias primas	3.930.208	47.162.500
Mano de obra directa	2.352.324	28.227.888
Costos indirectos de fabricación	1.180.182	14.162.184
Total	\$7.462.714	\$89.552.572

Fuente: Cuadros 63, 64, 65, 66 y 73.

5.1.3.2 Gastos de administración y ventas. Los gastos de administración y ventas de la empresa se presentan en el personal administrativo, servicios públicos, publicidad, mantenimiento, seguros y otros.

– **Nomina administración**

Cuadro 73. Nomina administración

CARGO	TIPO CONTRATO	SALARIO	TRANSPORTE	PRESTACIONES	VALOR MES	VALOR AÑO
Gerente	Nomina	\$ 828.116	\$ 97.032	\$ 317.582	\$ 1.242.730	\$ 14.912.766
Secretaria	Nomina	\$ 650.000	\$ 97.032	\$ 249.275	\$ 996.307	\$ 11.955.684

Fuente: Cuadro 53.

– **Gastos generales**

Cuadro 74. Gastos generales

CONCEPTO	MES	ANUAL
Servicios públicos	60.250	723.000
Gastos de oficina	8.333	100.000
Honorarios (contador)	300.000	3.600.000
Seguros (1% activos)	3.566	42.800
Gastos de publicidad	178.749	2.144.988
Gastos de transporte	633.333	7.600.000
Reparación y mantenimiento	17.833	214.000
Total	1.202.064	\$14.424.788

Fuente: Cuadros 38 y 43.

– **Depreciación**

Cuadro 75. Depreciación

ACTIVO	VALOR	AÑOS	MES	ANUAL
Mueble y enceres	945.000	10	7.875	94.500
Equipos de oficina	1.609.000	5	6.704	80.450
Total	\$ 2.554.000		\$ 14.574	\$174.950

Fuente: Cuadros 58 y 59.

– **Amortización de diferidos**

Cuadro 76. Amortización de diferidos

ACTIVOS	VALOR	AÑOS	MES	ANUAL
Diferidos	2.655.000	5	44.250	531.000
Total			\$44.250	\$531.000

– **Total Gastos Administrativos**

Cuadro 77. Total de gastos administrativos

CONCEPTO	MES	AÑO
Nomina	2,239,037	26.868.450
Depreciación	14.574	174.950
Amortización de diferidos	44.250	531.000
Gastos generales	1.202.064	14.424.788
Total	\$3.499.925	\$ 41.999.188

Fuente: Cuadros 75, 76, 77 y 78.

5.1.3.3 Gastos financieros (Intereses). Son aquellos desembolsos realizados por el pago de intereses por el crédito establecido con el Banco Agrario de Colombia, a una tasa anual de 11.49% a cinco años

Cuadro 78. Gastos financieros

Concepto	Valor 6 meses
Intereses	480.266

Fuente: Cuadro 84

5.1.3.4 Total capital de trabajo. Se hace necesario contar un capital de trabajo ya que la empresa comienza a producir después de dos meses.

Cuadro 79. Total de capital de trabajo

CONCEPTO	VALOR
Costo de producción	\$14.802.768
Gastos de administración	\$ 6.999.850
Gastos financieros (Intereses)	\$480.266
Total	\$ 22.282.884

Fuente: Cuadros 69, 74 y 75

5.1.4 Inversión total

Cuadro 80. Inversión total

CONCEPTO	VALOR	PORCENTAJE
Inversión fija	93.174.000	77%
Inversión diferida	4.228.000	4%
Inversión de capital de trabajo	22.282.884	19%
Total	\$ 119.684.884	100%

Fuente: Cuadros 56 y 57.

5.1.5 Fuentes de financiación. La empresa Semicriollo Moniquireño cuenta con las siguientes formas de financiación:

Recursos propios: Para la puesta en marcha de la empresa se cuenta con recursos propios del 78% de la inversión total.

Recursos de terceros: Se tiene en cuenta que la financiación de los recursos de terceros corresponderá al 22%, ante la entidad del Banco Agrario de Colombia a una Tasa Final (E.A) de 11,49% a un plazo de 10 semestres (5 años). Con un pago de cuota para cancelar el préstamo de \$4.018.799 semestral.

Cuadro 81. Fuentes de financiación

CONCEPTO	VALOR
Banco	\$ 25.780.000
Socios	\$ 93.904.884
Total	\$119.684.884

Cuadro 82. Tabla de amortización del crédito

CUOTA	SALDO INICIAL	INTERESES	ABONO DE DEUDA	PAGO DE CUOTA	SALDO FINAL
SEMESTRE 1	\$ 25.780.000	\$1.440.799	\$ 2.578.000	\$ 4.018.799	\$23.202.000
SEMESTRE 2	\$23.202.000	\$1.296.719	\$ 2.578.000	\$3.874.719	\$20.624.000
SEMESTRE 3	\$20.624.000	\$1.152.639	\$ 2.578.000	\$3.730.639	\$18.046.000
SEMESTRE 4	\$18.046.000	\$1.008.559	\$ 2.578.000	\$3.586.559	\$15.468.000
SEMESTRE 5	\$15.468.000	\$864.479	\$ 2.578.000	\$3.442.479	\$12.890.000
SEMESTRE 6	\$12.890.000	\$720.400	\$ 2.578.000	\$3.298.400	\$10.312.000
SEMESTRE 7	\$10.312.000	\$576.320	\$ 2.578.000	\$3.154.320	\$7.734.000
SEMESTRE 8	\$7.734.000	\$432.240	\$ 2.578.000	\$3.010.240	\$5.156.000
SEMESTRE 9	\$5.156.000	\$288.160	\$ 2.578.000	\$2.866.160	\$2.578.000
SEMESTRE 10	\$2.578.000	\$144.080	\$ 2.578.000	\$2.722.080	\$0
TOTAL INTERESES		\$7924.395	TOTAL PAGADO		\$33.704.395

5.2 COSTOS Y GASTOS.

Son aquellos que se encuentran anteriormente en la estructura de costos y gastos como: costos de producción, gastos administrativos y de ventas y gastos financieros.

5.2.1 Costos y gastos fijos. Son aquellos costos que son necesarios dentro del funcionamiento de, la empresa, pero no tienen variaciones.

Cuadro 83. Costos y gastos fijos

CONCEPTO	VALOR
Mano de obra directa	28.227.888
Seguros	175.449
Costo mantenimiento producto.	877.245
Depreciación y amortización	1.735.390
Nomina administración	26.868.450
Depreciación y amort	42.500
Gastos generales de ad.	14.424.788
Amortización de diferidos	531.000
Gastos financieros	7.893.518
Total de costos fijos	\$ 80.776.228

Fuente: Cuadros 60, 64, 65, 66, 67, 70, 73 y 75.

5.2.2 Costos y gastos variables. Son todos aquellos requeridos para el funcionamiento de la empresa que tienen variaciones durante el año.

Cuadro 84. Costos variables

CONCEPTO	VALOR
Materia prima	47.162.500
Materiales indirectos	723.600
Insumos	10.608.000
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 58.494.100

Fuente: Cuadros 58,59, 62 y 63

5.2.3 Costo y gastos total unitario. Se establece la sumatoria de los costos totales para obtener el costo unitario del producto de pollo semicriollo.

En estos costos corresponden al primer año de funcionamiento de la empresa “Semicriollo Moniquireño” que corresponden a 54.000 Libras equivalentes a 10.800 pollos.

Cuadro 85. Costos y gastos total unitario

CONCEPTO	VALOR	PARTICIPACIÓN	COSTO UNIDAD
Total costos fijos	80.776.228	58%	1.400
Total de costos variables	58.494.100	42%	1.084
Total (CF+CV)	139.270.328		
Producción Libras	54.000		
COSTO UNITARIO	2.579	100%	

Fuente: Cuadros 38, 80 y 81

5.3 PRECIO DE VENTA.

Se establece el precio de venta de acuerdo con los costos de producción que se generen.

$$\text{Precio de venta} = \frac{\text{Costo unitario}}{(1 - \% \text{ Utilidad})}$$

$$\text{Precio de venta} = \frac{2.579}{(1 - 0.30)} = 3.684$$

Cuadro 86. Precio de venta

CONCEPTO	VALOR UNITARIO	MARGEN DE UTILIDAD	PRECIO DE VENTA
POLLO	\$ 2.579	30%	\$3.684

Fuente: Cuadro 82

Teniendo en cuenta que el producto tendrá un peso de 5 Libras, el valor del pollo semicriollo corresponderá a \$3.684 por libra; y al comparar este valor por el que ha indicado la demanda ver (Pregunta 13) que estaría dispuesta a pagar entre \$3.700 y \$4.000 pesos. Por tanto, se observa que el precio de venta se encuentra sobre este rango por lo que representa un buen factor de competitividad en el mercado para la nueva empresa.

5.4 PROYECCIONES FINANCIERAS

De acuerdo con los cálculos realizados, se procede a presentar las proyecciones financieras de los ingresos y egresos durante los cinco (5) primeros años de funcionamiento de la empresa Semicriollo Moniquireño S.A.S, trabajándolas con pesos contantes.

5.4.1 Ingresos. Teniendo en cuenta la capacidad utilizada y proyectada en el estudio técnico del proyecto y los precios de venta del estudio financiero, se realiza el cálculo de ingresos por ventas.

Cuadro 87. Ingresos

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Libras	54.000	59.395	64.734	68.612	72.001
precio	3.684	3.684	3.684	3.684	3.684
Total	198.936.000	218.809.706	238.480.699	252.765.693	265.252.318

Fuente: Cuadros 38, 82 y 83

5.4.2 Egresos. Para el cumplimiento del funcionamiento de la empresa se cuenta con costos y gastos, los cuales serán proyectados por cinco (5) años sin inflación.

Cuadro 88. Egresos Proyectados

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia prima	47.162.500	51.874.034	56.537.509	59.924.106	62.884.357
Mano de obra directa	28.227.888	28.227.888	28.227.888	28.227.888	28.227.888
CIF	14.162.184	14.162.184	14.162.184	14.162.184	14.162.184
Nomina	26.868.450	26.868.450	26.868.450	26.868.450	26.868.450
Gastos de adm.	14.424.788	14.424.788	14.424.788	14.424.788	14.424.788
Depreciación	174.950	174.950	174.950	174.950	174.950
Amort. diferidos	531.000	531.000	531.000	531.000	531.000
TOTAL	131.551.760	136.263.294	140.926.769	144.313.366	147.273.617

Fuente: Cuadros 63, 64, 65, 66, 73, 75, 76, 77 y 78

5.5 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS

5.5.1 Estado de resultados proyectados a 5 años

Cuadro 89. Estado de resultados proyectado

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<i>Ventas</i>	\$198.936.000	\$218.809.706	\$238.480.699	\$252.765.693	\$265.252.318
<i>Total Ingresos</i>	\$198.936.000	\$218.809.706	\$238.480.699	\$252.765.693	\$265.252.318
<i>(-) costo de producción</i>	\$89.552.572	\$89.552.572	\$89.552.572	\$89.552.572	\$89.552.572
<i>Utilidad Bruta</i>	\$109.383.428	\$129.257.134	\$148.928.127	\$163.213.121	\$175.699.746
<i>(-) Gastos de administración y ventas</i>	\$41.999.188	\$41.999.188	\$41.999.188	\$41.999.188	\$41.999.188
<i>utilidad operacional</i>	\$67.384.240	\$87.257.946	\$106.928.939	\$121.213.933	\$133.700.558
<i>(-) Gastos financieros(Intereses)</i>	\$7.893.518	\$7.317.198	\$6.740.879	\$6.164.560	\$5.588.240
<i>Utilidad antes de Impuesto</i>	\$59.490.722	\$79.940.748	\$100.188.060	\$115.049.373	\$128.112.318
<i>(-) Impuesto (33%)</i>	\$19.631.938	\$27.979.262	\$35.065.821	\$40.267.281	\$44.839.311
<i>Utilidad Neta</i>	\$39.858.784	\$51.961.486	\$65.122.239	\$74.782.092	\$83.273.007
<i>(-) Reserva legal (10%)</i>	\$3.985.878	\$5.196.149	\$6.512.224	\$7.478.209	\$8.327.301
UTILIDAD EJERCICIO	\$35.872.905	\$46.765.338	\$58.610.015	\$67.303.883	\$74.945.706

Fuente: Cuadros 74, 79, 84 y 88

5.5.2 Flujo de caja proyectado

Cuadro 90. Flujo de caja proyectado

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
<i>Capital Propio</i>	\$93.904.884					
<i>Ventas</i>	\$-	198.936.000	218.809.706	238.480.699	252.765.693	265.252.318
<i>Préstamos del Banco</i>	\$25.780.000					
TOTAL INGRESOS	\$119.684.884	\$198.936.000	\$218.809.706	\$238.480.699	\$252.765.693	\$265.252.318
EGRESOS						
<i>Terreno</i>	\$45.000.000	0	0	0	0	0
<i>construcción</i>	\$28.015.200	0	0	0	0	0
<i>Maquinaria y equipo</i>	\$17.353.900	0	0	0	0	0
<i>In Muebles y enceres</i>	\$1.004.900	0	0	0	0	0
<i>Equipo de oficina</i>	\$1.609.000	0	0	0	0	0
<i>Herramientas</i>	\$191.000	0	0	0	0	0
Total Activos Fijos	\$93.174.000					
<i>Diferidos</i>	\$4.228.000					
<i>Costos de producción</i>	\$-	\$89.552.572	\$89.552.572	\$89.552.572	\$89.552.572	\$89.552.572
<i>Gastos administración</i>	\$-	\$41.293.238	\$41.293.238	\$41.293.238	\$41.293.238	\$41.293.238
<i>Obligaciones financieras</i>	\$-	7.893.518	7.317.198	6.740.879	6.164.560	5.588.240
<i>Pago impuestos (33%)</i>	\$-	\$19.631.938	\$27.979.262	\$35.065.821	\$40.267.281	\$44.839.311
<i>Reserva legal</i>		\$3.985.878	\$5.196.149	\$6.512.224	\$7.478.209	\$8.327.301
Total salidas	\$97.402.000	\$162.357.145	\$171.338.419	\$179.164.734	\$184.755.860	\$189.600.662

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo(Entradas - salidas)	\$22.282.884	\$36.578.855	\$47.471.288	\$59.315.965	\$68.009.833	\$75.651.656
Mas Depreciación		\$1.910.340	\$1.752.885	\$1.752.885	\$1.752.885	\$1.752.885
Más gastos diferidos		\$845.600	\$845.600	\$845.600	\$845.600	\$845.600
Menos Pago a Principal		5.156.000	5.156.000	5.156.000	5.156.000	5.156.000
Inversión	\$119.684.884					
Saldo Neto	\$22.282.884	\$33.333.195	\$48.952.073	\$60.796.750	\$69.490.618	\$77.132.441
saldo Inicial		\$22.282.884	\$55.616.079	\$104.568.152	\$165.364.902	\$234.855.520
SALDO DE CAJA	\$22.282.884	\$55.616.079	\$104.568.152	\$165.364.902	\$234.855.520	\$311.987.962

5.5.3 Balance general inicial proyectado

Cuadro 91. Balance general inicial proyectado

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
Activo Corriente						
Caja y Bancos	\$22.282.884	\$78.527.946	\$95.732.312	\$195.372.207	\$229.724.970	\$260.080.800
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$22.282.884	\$78.527.946	\$95.732.312	\$195.372.207	\$229.724.970	\$260.080.800
Activo No Corriente						
Inversión Fija						
Terreno	\$45.000.000	\$45.000.000	\$45.000.000	\$45.000.000	\$45.000.000	\$45.000.000
Construcciones y	\$28.015.200	\$28.015.200	\$28.015.200	\$28.015.200	\$28.015.200	\$28.015.200

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<i>edificaciones</i>						
<i>Maquinaria y equipo</i>	\$17.353.900	\$17.353.900	\$17.353.900	\$17.353.900	\$17.353.900	\$17.353.900
<i>In Muebles y enceres</i>	\$1.004.900	\$1.004.900	\$1.004.900	\$1.004.900	\$1.004.900	\$1.004.900
<i>Equipo de oficina</i>	\$1.609.000	\$1.609.000	\$1.609.000	\$1.609.000	\$1.609.000	\$1.609.000
<i>Herramientas</i>	\$191.000	\$191.000	\$191.000	\$191.000	\$191.000	\$191.000
Total Activos Fijos	\$93.174.000	\$93.174.000	\$93.174.000	\$93.174.000	\$93.174.000	\$93.174.000
<i>Diferidos</i>	\$4.228.000	\$4.228.000	\$4.228.000	\$4.228.000	\$4.228.000	\$4.228.000
<i>Menos Depreciación Acumulada</i>		\$1.910.340	\$3.820.680	\$7.731.020	\$7.641.360	\$9.551.700
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	\$97.402.000	\$95.491.660	\$93.581.320	\$91.670.980	\$89.760.640	\$87.850.300
TOTAL ACTIVO	\$119.684.884	\$174.019.606	\$189.313.632	\$287.043.187	\$319.485.610	\$347.931.100
PASIVO						
<i>Pasivo corriente</i>						
<i>Impuesto de renta (33%)</i>		\$19.631.938	\$27.979.262	\$35.065.821	\$40.267.281	\$44.839.311
TOTAL PASIVO CORRIENTE		\$19.631.938	\$27.979.262	\$35.065.821	\$40.267.281	\$44.839.311
<i>Pasivo No corriente</i>						
<i>Obligaciones Financiera</i>	\$25.780.000	\$20.624.000	\$15.468.000	\$10.312.000	\$5.156.000	-
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	\$25.780.000	\$20.624.000	\$15.468.000	\$10.312.000	\$5.156.000	-

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL PASIVO	\$25.780.000	\$40.255.938	\$43.447.262	\$45.377.821	\$45.423.281	\$44.839.311
PATRIMONIO						
<i>Capital Socios</i>	<i>\$93.904.884</i>	<i>\$93.904.884</i>	<i>\$93.904.884</i>	<i>\$93.904.884</i>	<i>\$93.904.884</i>	<i>\$93.904.884</i>
<i>Reserva Legal</i>		<i>\$3.985.878</i>	<i>\$5.196.149</i>	<i>\$6.512.224</i>	<i>\$7.478.209</i>	<i>\$8.327.301</i>
<i>Rendimiento/perdida</i>						
<i>Utilidad del ejercicio</i>		<i>\$35.872.905</i>	<i>\$46.765.338</i>	<i>\$58.610.015</i>	<i>\$67.303.883</i>	<i>\$74.945.706</i>
<i>Utilidad del ejercicio anterior</i>			<i>\$35.872.905</i>	<i>\$82.638.243</i>	<i>\$105.375.353</i>	<i>\$125.913.898</i>
TOTAL PATRIMONIO	\$93.904.884	\$133.763.668	\$145.866.370	\$241.665.366	\$274.062.329	\$303.091.789
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$119.684.884	\$174.019.606	\$189.313.632	\$287.043.187	\$319.485.610	\$347.931.100

6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

6.1 EVALUACIÓN SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

La puesta en marcha del proyecto permite a la región un desarrollo y una satisfacción de las necesidades de sus clientes, permitiendo que los habitantes tengan una calidad de vida y una generación de ingresos de acuerdo a las condiciones laborales que presenta la ley.

La empresa Semicriollo Moniquireño fomentara el desarrollo socio económico en la ciudad de Monquirá, mediante la generación de empleo de: un gerente, una secretaria, y dos operarios de producción, también generando empleos indirectos como contador con el fin de alcanzar los objetivos de la empresa. Al generar estos empleos ayuda a disminuir el índice de desempleo que se presenta.

Con el posicionamiento de la empresa permite que la comunidad se focalice a desarrollar la producción avícola con la seguridad sanitaria eficiente para presentar productos de calidad y que presente empleos y obtengan ingresos, mejorando así la calidad de vida. También presentara un desarrollo económico a la región ya que se generaran impuestos al fisco municipal de las materias primas locales como son: la licencia de funcionamiento, impuestos de industria y comercio y el registro sanitario, licencia ambiental entre otros.

La responsabilidad social empresarial es importante por las retribuciones de los beneficios que se obtienen del emprendimiento de las organizaciones y del mismo compromiso del desarrollo de las actividades que se tienen a cargo del personal.

6.2 EVALUACIÓN AMBIENTAL

En la empresa Semicriollo Moniquireño esta acogido en sus principios, en los cuales tiene muy en cuenta el cuidado al medio ambiente, permitiendo minimizar el impacto ambiental en la región. Por tanto, se realiza evaluación de impactos en las actividades de la empresa de producción de pollo semicriollo.

6.2.1 Matriz de evaluación de impactos. Esta evaluación nos permitirá evidenciar los aspectos medioambientales en los cuales se tendrá impacto en la producción de pollo semicriollo.

Cuadro 92. Matriz de evaluación de impactos

PROCESO	ASPECTO AMBIENTAL	IMPACTO AMBIENTAL	INTENSIDAD DEL IMPACTO		
			Bajo	Medio	Alto
Cuidado de los pollitos en los cinco primeros días.	consumo de energía eléctrica	agotamiento del recurso natural	x		
Cama de producción de pollos (pollinaza)	Generación de emisiones de olores	contaminación del aire		x	
alimentación, limpieza y pelada de pollo	Consumo de agua	Agotamiento de los recursos naturales		x	
	Generación de aguas residuales	Alteraciones de las propiedades del agua.			x
Empaque	Generación de residuos plásticos	Acumulación de implementos no reciclables		x	

6.2.2 Plan de mitigación. En la producción avícola se pueden presentar ciertos riesgos ambientales los cuales hay que mitigarlos dentro del desarrollo sostenible de la empresa.

Cuadro 93. Plan de mitigación

IMPACTO	ACCIONES DE MITIGACIÓN
Consumo de energía eléctrica	Manejar un uso moderado de la energía, cuando en realidad se hace necesario.
Generación de emisiones de olores	Manejo adecuado en las camas de producción y también como pollinaza, tenerla en unos lugares secos y sin contaminación. Además realizar la entrega a los agricultores de plátano, café entre otros.
Generación de aguas residuales	Llevarlas a tratamiento de aguas residuales, mediante canales a tanques de separación de los residuos a las aguas.
Generación de residuos plásticos	realizar la clasificación adecuada para la entrega de estos a las empresas recolectoras

6.4 EVALUACIÓN FINANCIERA.

Para la evaluación financiera calcular la tasa de oportunidad o la tasa mínima atractiva de retorno TMAR, se determina tomando en cuenta los TES, la tasa del crédito y la tasa de riesgo.

TO: Tasa de oportunidad calculada

RP: Porcentaje de recursos propios = 60%

RC: Porcentaje de recursos del crédito = 40%

TI: Tasa de interés del crédito = 11.48%

%IMP: Porcentaje de impuestos de renta =33%

TES: Títulos de tesorería a 5 años del banco de la república = 6,78%¹⁷

TR: Tasa de riesgo = 10%

Ti: Tasa de inflación = 3,5%

$$\text{TO} = ((1 + \text{TES}) (1 + \text{TR})) - 1 \times 100$$

$$\text{TO} = ((1 + 0.0678) (1 + 0.1)) - 1 \times 100$$

$$\text{TO} = ((1.0678) (1.1)) - 1 \times 100$$

$$\text{TO} = (1.1746) - 1 \times 100$$

$$\text{TO} = 0.1746 \times 100 = 17.46\%$$

Por tanto, la tasa Mínima atractiva de retorno TMAR, será:

$$\text{TMAR} = (\text{TO} \times \text{RP}) + (\text{RC} \times \text{TI} \times (1 - \% \text{IMP}))$$

$$\text{TMAR} = (0.1746 \times 0.6) + (0.40 \times 0.1149 \times (1 - 0.33))$$

$$\text{TMAR} = (0.1048) + (0.0459 \times 0.67)$$

$$\text{TMAR} = (0.1048) + (0.03075)$$

$$\text{TMAR} = 0.1355 = 13.55\%$$

Como se trabaja con pesos constantes se deflacta bajo la siguiente formula:

$$\text{TMAR Deflactada} = ((1 + \text{TMAR}) - 1) \times 100 / (1 + \text{Ti})$$

$$\text{TMAR Deflactada} = ((1 + 0.1355) - 1) \times 100 / (1 + 0.035)$$

$$\text{TMAR Deflactada} = ((1.1355) - 1) \times 100 / (1.035)$$

$$\text{TMAR} = (0.1355) \times 100 / (1.035)$$

$$\text{TMAR} = 13.55 / 1.035$$

$$\text{TMAR} = 13.09 \%$$

¹⁷ BANCO DE LA REPUBLICA. Tes en pesos. Disponible en <http://www.banrep.gov.co/node/32393>

6.4.1 Valor presente neto (VPN). Es el valor adicional que se recibirá de la inversión del proyecto generando más que cuando se producirá al invertirlo en el interés de oportunidad.

Calculando el valor neto partiendo de los resultados obtenidos año tras año desde la vida útil del proyecto, de acuerdo la inversión inicial en el año.

El valor presente neto se obtendrá mediante la siguiente formula:

$$VPN = \sum (FNE)(1 + I)^{-T} - K (1 + I)^{-T}$$

Donde:

FNE = Flujos netos de efectivo

I = TMAR = 13.09 %

T= Periodo de 1 hasta 5

K= Inversión total actualizada de \$119.102.966

Cuadro 94. Valor Presente Neto

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<i>Ingresos</i>		\$198.936.000	\$218.809.706	\$238.480.699	\$ 252.765.693	\$265.252.318
<i>(-) Egresos</i>		\$162.357.145	\$171.338.419	\$179.164.734	\$ 184.755.860	\$ 189.600.662
<i>Flujo caja bruto</i>		\$36.578.855	\$47.471.288	\$59.315.965	\$ 68.009.833	\$75.651.656
<i>(-) Inversión</i>	\$119.684.884					
TOTAL	\$119.684.884	\$36.578.855	\$47.471.288	\$59.315.965	\$ 68.009.833	\$75.651.656

Fuente: Cuadros 88 y 89

Cuadro 95. Resultado del VPN

Para hallar el VPN				
TMAR Deflactada	11,41%			
	0	1	\$	22.282.884,00
	1	1,114115	\$	32.832.218,35
	2	1,241251	\$	38.244.698,86
	3	1,382896	\$	42.892.558,19
	4	1,540705	\$	44.142.016,97
	5	1,716522	\$	44.072.635,31
Valor Presente Neto			\$	104.782.127,67

Al remplazar la formula se obtiene:

$$\text{VPN} = \$ 104.782.127$$

Por lo que significa que durante el transcurso de 5 años es mayor que cero, por tanto se acepta la inversión sin importar cuanto sea mayor.

6.4.2 Tasa Interna Retorno TIR. La T.I.R es la tasa de descuento que hace el V.P.N, que sea igual a la suma de los flujos netos descontada la inversión inicial.

Formula:

$$\text{TIR} = \sum (FNE)(1+r)^{-t} - k(1+r)^{-t}$$

r = Tasa interna de retorno

F.N.E = Flujos netos de efectivo

K= Inversión

t= Periodo de años (1, 2, 3, 4 y 5)

Aplicando y remplazando estos valores en la formula, la TIR del proyecto es el siguiente:

$$TIR = 43,33\%$$

Teniendo en cuenta el resultado de la $TIR = 43,33\%$ se puede deducir que por cada peso invertido en la producción de pollo semicriollo para la nueva empresa retornaran \$0,43. De acuerdo a las tasa del mercado financiero y demás variables económicas se observa rentabilidad, siendo beneficioso para el proyecto.

6.4.3 Periodo de recuperación. El periodo de recuperación es el tiempo promedio donde los flujos netos efectivos cubren el monto total de la inversión siempre y cuando las condiciones estimadas y proyectadas del proyecto. La recuperación de la inversión es corta ya que se recupera aproximadamente en 2,67 años.

$$PRI = \frac{INVERSIONINICIAL}{VP PROMEDIO}$$

Cuadro 96. Periodo de recuperación

CONCEPTO	VALOR
1	\$ 22.282.884,00
2	\$ 32.832.218,35
3	\$ 38.244.698,86
4	\$ 42.892.558,19
5	\$ 44.142.016,97
6	\$ 44.072.635,31
TOTAL	\$ 224.467.011,67
Inversión 119.684,88	\$ 44.893.402,33
	2.67 Años

Fuente: Cuadro 91

$$PROM = \frac{119.684.884}{44.467.011} = 2.67 \text{ AÑOS}$$

La inversión se recupera en 2.90 años y 90 días aproximadamente.

6.4.4 Análisis de las Razones Financieras. De acuerdo con los datos que nos proporcionan los estados financieros, permite clarificar la situación financiera de la empresa. Tomando como base para el análisis los siguientes bloques:

- Bloque de razones de liquidez
- Bloque de razones de rentabilidad
- Bloque de razones de endeudamiento

1. Bloques de razones de liquidez. Permiten determinar la liquidez financiera de la empresa para con tercero y determinando las acciones a corto y largo plazo.

- ✓ Razón corriente: Permite estimar a corto plazo mediante la medición de los activos corrientes y pasivos corrientes a corto plazo.

$$\text{Razon corriente} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{pasivo corriente}}$$

Cuadro 97. Razón corriente

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo total	\$78.527.946	\$95.732.312	\$195.372.207	\$229.724.970	\$260.080.800
Pasivo total	\$19.631.938	\$27.979.262	\$ 35.065.821	\$ 40.267.281	\$ 44.839.311
Total	4,0	3,4	5,6	5,7	5,8

Fuente: Cuadro 92

Es importante tener en cuenta que el funcionamiento de la empresa “Semicriollo Moniquireño” cuenta con un respaldo del \$0.4 en el primer año referente a deudas a corto plazo, presentándose un incremento de los niveles de liquidez en cada uno de los años para saldar las deudas obtenidas para su funcionamiento.

- ✓ Capital de trabajo:

Cuadro 98. Capital de trabajo

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO5
Activo corriente	78.527.946	95.732.312	195.372.207	229.724.970	260.080.800
Pasivo corriente	19.631.938	27.979.262	35.065.821	40.267.281	44.839.311
TOTAL	58.896.008	67.753.050	160.306.386	189.457.689	215.241.489

Fuente: Cuadro 92

Según estos indicadores indican que al finalizar cada año la empresa tiene como capital de trabajo para el año 1, un valor de 58.896.008, año 2 un valor de 67.753.050, para el año 3 un valor de 160.306.386, para el año 4 un valor de 189.457.689 y el año 5 un valor de 215.241.489. Por tanto, las cifras son positivas lo que indica que la empresa cuenta con el efectivo suficiente para suplir su funcionamiento.

2. Bloques de razones de rentabilidad. Dentro de la evaluación financiera del proyecto encontramos este bloque que permite establecer el nivel de efectividad y eficiencia sobre los costos y gastos:

- ✓ Margen neto de ganancias
- ✓ Rentabilidad bruta
- ✓ Rentabilidad en relación al capital
- ✓ Margen de ganancias

$$\text{Margen neto} = \text{Utilidad Neta} / \text{ventas Netas} * 100 \% = \%$$

Cuadro 99. Margen de ganancias

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<i>utilidad neta</i>	\$39.858.784	\$51.961.486	\$65.122.239	\$74.782.092	\$ 83.273.007
Ventas Neta	\$198.936.000	\$218.809.706	\$238.480.699	\$252.765.693	\$265.252.318
TOTAL	0,20	0,24	0,27	0,30	0,31

Fuente: Cuadro 90

De acuerdo a los estados financieros nos permiten establecer los márgenes de ganancias son 20, 24, 27, 30 y 31 % para cada año. Teniendo buenos márgenes de ganancias desde el año 1 al año 5.

✓ Rentabilidad Bruta

Rentabilidad bruta = Utilidad Bruta / Ventas Netas * 100 = %

Cuadro 100. Rentabilidad Bruta

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<i>utilidad bruta</i>	\$39.858.784	\$ 51.961.486	\$ 65.122.239	\$ 74.782.092	\$ 83.273.007
Ventas Neta	\$198.936.000	\$218.809.706	\$238.480.699	\$ 252.765.693	\$ 265.252.318
TOTAL	0,20	0,24	0,27	0,30	0,31

Fuente: cuadro 90 y 99

De acuerdo con la utilidad bruta sobre las ventas netas se puede establecer que la rentabilidad bruta presenta un margen por encima del 20% permitiendo altos índices de rentabilidad.

✓ Rentabilidad con relación al capital: Según al finalizar cada año se puede analizar que la empresa con las cifras positivas tiene el suficiente efectivo puede cubrir el funcionamiento las actividades operacionales y comerciales.

Cuadro 101. Rentabilidad con relación al capital

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Neta	\$ 39.858.784	\$ 51.961.486	\$ 65.122.239	\$ 74.782.092	\$ 83.273.007
Patrimonio	\$133.763.668	\$145.866.370	\$241.665.366	\$ 274.062.329	\$ 303.091.789
Total	\$ 0,30	\$ 0,36	\$ 0,27	\$ 0,27	\$ 0,27

Fuente: Cuadro 90 y 99

3. Bloque razones de Endeudamiento: Esta razón hace referencia al dinero que es suministrado por terceros que se hace necesario teniendo los objetivos de corto y largo plazo.

Dentro de las herramientas que permiten establecer el endeudamiento de la empresa son:

- ✓ Nivel de endeudamiento: **Endeudamiento = Pasivos Totales / Activos total**

Cuadro 102. Índice de endeudamiento

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL PASIVO	\$ 40.255.938	\$ 43.447.262	\$ 45.377.821	\$ 45.423.281	\$ 44.839.311
Total activo	\$174.019.606	\$189.313.632	\$287.043.187	\$319.485.610	\$347.931.100
Total	0,23	0,23	0,16	0,14	0,13

Fuente: Cuadro 90

Los índices de endeudamiento para el primer año son relativamente bajo con un porcentaje del 0,23% y al transcurso al llegar al quinto año con 0,13% siendo un factor importante para la generación de los niveles de liquidez.

6.5 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio para la empresa Semicriollo Moniquireño se calcula de acuerdo a la siguiente formula:

$$Qu = \frac{CF}{PVc - Cvc}$$

Donde:

CF= Costos fijos

PVc= Precio de venta unitario

Cvc= Costos variables unitarios

De acuerdo a la formula anterior calculamos el costo promedio de la siguiente manera

Cuadro 103. Margen de contribución

CONCEPTO	PRODUCTO
Precio de venta	3.684
costo variable	1.083
Margen de contribución	2.601
Ventas	54.000 Libras

Cuadro 104. Punto de equilibrio

CONCEPTO	PRODUCTO
Costos fijos	80.776.228
Margen de contribución	2.601
Punto de equilibrio por unidades	31.056
punto de equilibrio	114.410.304

Por consiguiente, se observa un porcentaje de la participación del costo fijo de 0.58%, sobre el costo total y el costo variable de 0,42%. Por tanto el costo variable unitario es de \$2.579.

Además se ha calculado el precio de venta de pollo semicriollo en Libras por valor de \$3.684 por Libra

Se calcula a continuación el punto de equilibrio:

Costo fijo Total = \$80.776.228

Precio de venta unitario: \$3.684

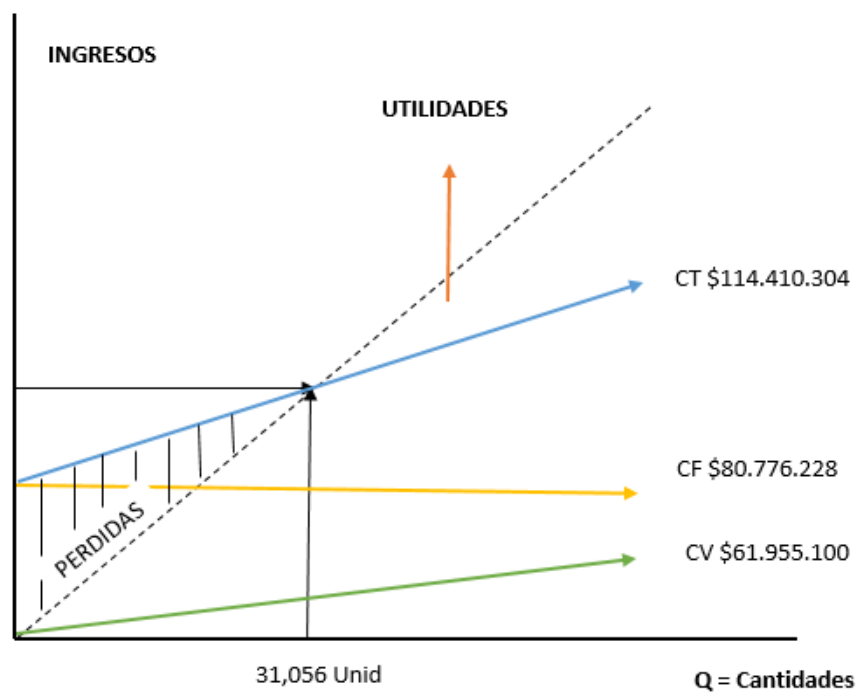
$Q_u = \$80.776.228 / (\$3.684 - \$1.083)$

$Q_u = \$80.776.228 / 2.601$

$Q_u = 31.056$ unidades

El punto de equilibrio en \$ es 114.410.304. Por tanto, estas cantidades son las mínimas a producir y vender para alcanzar el punto de equilibrio.

Figura 43. Punto de equilibrio



7. CONCLUSIONES

En la investigación de mercados presentada se puede concluir que el 95% de los hogares encuestados tienen un consumo de pollo semicriollo, siendo un 51% los hogares que prefieren comprar el producto en distribuidoras de la ciudad de Moniquirá. Igualmente, se presenta una frecuencia de compra de pollo de 8.58 días / Mes, llevando a los hogares una referencia de pollo entero; siendo la satisfacción del producto el color, textura y olor agradables, obteniendo el producto con un promedio de pago por pollo semicriollo de \$3.724.

De acuerdo con la investigación de campo realizada a los consumidores y distribuidores de pollo semicriollo en la ciudad de Moniquirá, la demanda de pollo es de 206.905.670 libras / Mes equivalentes al año 2.482.868 libras / año. Por lo que se presenta una baja oferta del producto en la región, por tanto se concluye que el proyecto es viable, desde el punto de vista del mercado.

De la población de los estratos 1, 2, 3 y 4 de la ciudad de Moniquirá, de acuerdo a la encuesta un 95% desea adquirir el producto en una nueva empresa de producción de pollo semicriollo, el cual se presenta como un indicador del mercado potencial de la empresa “Semicriollo Moniquireño”.

Actualmente la competencia se encuentra el mercado son Mac Pollo, Bucanero y los productores de pollo semicriollo que se encuentran en la región, ya que por sus fortalezas y debilidades se hacen competentes. Siendo importante para la nueva empresa que sigue teniendo una demanda insatisfecha de 2,378.868 Libras.

Los canales de comercialización que se manejarán de acuerdo al mercado objetivo, será el canal directo de distribución y el canal intermedio. Igualmente

teniendo en cuenta el análisis de precios de promedio \$3.162,5. Por tanto, siendo importante para el lanzamiento de la empresa “Semicriollo Moniquireño” la utilización de los medios de comunicación como lo son: la cuña radial, pendones, volantes, para así dar a conocer la imagen y productos de la empresa.

De acuerdo al tamaño del proyecto desarrollado mediante los factores del proyecto en el estudio técnico se determina la capacidad total diseñada en libras de pollo de 72.000 libras equivalentes al peso del ave 5 Libras y en la capacidad de sacrificio de 655.200 pollos sacrificados en un año. Por tanto, en la capacidad instalada de acuerdo al tiempo real de producción de la empresa y otros factores, la empresa de producción de pollo semicriollo estaría en capacidad de salir al mercado con 63.000 Libras equivalentes a 12.600 pollos y en la capacidad de sacrificio con 327.600 pollos sacrificados al año. Por consiguiente, teniendo en cuenta los datos anteriores de la capacidad instalada, se obtiene la capacidad utilizada y proyectada de 10.800 pollos en equivalencia a 54.000 Libras con un margen de mortandad del 4%. Concluyendo que se tiene una capacidad utilizada del 0,75%.

El mercado actual y la competencia de la empresa de productora de pollo semicriollo está en la capacidad de iniciar actividades con una producción de 54.000 libras equivalentes a 27.000 Kg, con una unidad de aves de 10.800 las cuales representan el 55% de la capacidad instalada y con una participación en el mercado del 4,3% por lo que se considera factible para el montaje de la empresa.

La localización para la empresa de producción de pollo semicriollo “Semicriollo Moniquireño” en la ciudad de Moniquirá, Departamento de Boyacá, de acuerdo a los factores de ponderación será en la vereda Tierra de castro.

La ficha técnica del producto de pollo semicriollo contendrá un peso de 5 Libras, con sus características organolépticas color amarillo, olor agradable, temperatura

de 0 y 4°C. Con un Empaque de bolsa individual de Polipropileno transparente, y una vida útil de 5 a 10 días sin romper la cadena de refrigeramiento.

En el estudio administrativo, la empresa a constituirse tendrá la razón social de “Semicriollo Moniquireño” y de acuerdo a las condiciones del estudio de mercados y técnico será de responsabilidad S.A.S (Sociedad anónima simplificada).

La empresa cuenta con una cultura organizacional como: Visión, Misión, Objetivos y Políticas alcanzables para su cumplimiento. Dentro de su estructura organizacional contara un organigrama el cual estará conformado por una junta de socios, gerente, secretaria, contador y operarios, las cuales serán personas integras y que cumplan con sus principios y deberes. Permitiendo realizar una asignación salarial por nómina y unas prestaciones de 38,35% de acuerdo a las empresa S.A.S.

En el estudio Financiero se tiene la inversión total para el funcionamiento y puesta en marcha de la empresa de producción de pollo semicriollo en la ciudad de Monquirá será de \$119.684.884 los cuales estarán representados en \$93.174.000 de inversión fija y \$4.228.000 de inversión diferida y un capital de trabajo del \$22.282.884 para lo cual se recurre al crédito del Banco Agrario de Colombia de \$25.780.000, realizando los pagos semestralmente durante 5 años a una tasa del 11,46%; por tanto, los socios realizaran una inversión de 93.904.884.

Las inversiones y los costos y gastos obtenidos y calculados permitieron que se estimara el precio de venta, empleando un margen de utilidad del 30%, teniendo en cuenta el precio en el mercado, siendo de \$3.684 por Libra de producto.

En la evaluación del proyecto se tuvieron en cuenta los aspectos de la responsabilidad social que constituye una alternativa de progreso para la región y mejoramiento de la calidad de vida de la población Moniquireña. Permitiendo bajar

los índices de desempleo mediante la generación de empleo del gerente, secretaria, contador y operarios, para la empresa de producción de pollo semicriollo.

En el impacto ambiental es importante para la empresa contar con los permisos ambientales e igualmente con el cuidado de los residuos, ya sea que sean mínimos los desechos. La empresa tendrá en supervisión las camas de las aves.

En la evaluación financiera de la empresa con una tasa de oportunidad de 17,46% y una Tasa mínima atractiva de retorno (TMAR) de 13,55% y una TMAR deflactada de 10,14%. Por consiguiente, presentado un Valor presente Neto (VPN) de 104.782.127 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 43.33%; teniendo un Periodo de recuperación de la inversión de 2,67 años

El análisis de las razones financieras permiten obtener los siguientes datos: la razón corriente del año 1 es de 0,4 respaldo referente a deudas a corto plazo; capital de trabajo al finalizar el año 1 la empresa tiene de capital 58.896.008 el cual va en aumento año tras año; el margen de ganancias es 0,20 para el año 1 siendo para los siguientes años en incremento; utilidad bruta en el año 1 es 0,20 permitiendo altos índices de rentabilidad; rentabilidad con relación al capital de trabajo se puede decir que son cifras positivas por lo cual tiene suficiente efectivo para cubrir el funcionamiento de la empresa; Índice de endeudamiento para el primer año es bajo con el porcentaje 0,23% en disminución en los siguientes años, siendo para el año 5 un 0,13%.

El punto de equilibrio para la que la empresa tenga un margen de utilidad es de 31.056 unidades y un costo de 114.410.304.

8. RECOMENDACIONES

Es de gran valor para la empresa contar con un personal idóneo, capacitado y responsable que realice el manejo adecuado de los controles de mortalidad y seguridad sanitaria e igualmente la bioseguridad de la granja con el fin de prevenir problemas. Además que la empresa y sus trabajadores estén en mejoramiento continuo en la forma de desarrollar sus actividades y procedimientos en la producción y comercialización del producto.

Además que la empresa maneje las normas técnicas para la ubicación y manejo de las instalaciones de las aves, ya que es estratégico por el viento, la humedad, etc. Permitiendo una gran oportunidad de desarrollo del proyecto en la mejores condiciones establecidas.

La viabilidad del proyecto de la creación de la empresa productora de pollo semicriollo en la ciudad de Moniquirá está establecida de acuerdo a la demanda del producto por tanto se hace énfasis en el desarrollo de dar a conocer la calidad ya atributo del producto.

Buscar estrategias de comerciales que permitan incursionar y posicionar el producto e igualmente a la empresa de pollo semicriollo en el mercado. Presentando un producto que cumpla con las necesidades de la demanda, beneficiando a la población de Moniquirá dentro de las fechas de baja oferta.

Manejar estrategias de promoción y publicidad, dentro de los medios radiales del municipio, dando a conocer la empresa en la región.

Realizar alianzas con los proveedores de municipio de tal manera que garantice la disponibilidad de los materiales e insumos, para el desarrollo de la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

AGUILERA DIAZ, María “ Determinantes del desarrollo en la avicultura en Colombia: instituciones, organizaciones y tecnología”. {En línea}. {2014} Disponible en internet. <https://ideas.repec.org/p/col/000102/012388.html>

ALCALDÍA MUNICIPAL DE MONIQUIRÁ- BOYACÁ, José “Moniquirá Grandes Cambios, Grandes Resultados”. {En línea}. {06 de enero de 2016} disponible en: <http://www.moniquira-boyaca.gov.co/Paginas/default.aspx>

ANTECEDENTES DE LA AVICULTURA; Amevea Colombia 45 años de historia y logros [en línea] disponible en: <http://www.elsitioavicola.com/articles/2480/amevea-colombia-45-años-de-historia-y-logros/>

BANCO DE LA REPUBLICA. Estadísticas. [en línea] disponible en: <http://www.banrep.gov.co/es/-estadísticas>

BOHÓRQUEZ David. Perspectiva de la producción avícola en Colombia. Universidad militar, Bogotá abril de 2014. Pdf

DANE. Información estadística proyección municipal Moniquirá Boyacá. Tomado el 21 oct 2018. Disponible en: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/poblacion_vivienda/poblacion_colombia.XLS

EUMED El metodo analitico. [en línea] disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/257/7.1.htm>

FENAVI; Federación nacional de avicultores

MAGÜIRA Andrés. Muestreo simple, uno de los tipos de muestreo de probabilidad. [en línea] disponible en: <https://www.questionpro.com/blog/es/muestreo-estratificado/>

MAGÜIRA. Andrés. Muestreo simple, uno de los tipos de muestreo de probabilidad. Disponible en: <https://www.questionpro.com/blog/es/muestreo-estratificado/>

PARAGUAY VENDE Producción avícola.. Junio del 2010.

PEREZ ESCOBAR, Jacobo. CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA 1991. {En línea}. {Bogotá, D.E., julio 6 de 1991.}. Disponible en.... https://www.procuraduria.gov.co/guiamp/media/file/Macroproceso%20Disciplinario/Constitucion_Politica_de_Colombia.htm

PÉREZ PORTO Julián, Merino María. Definición de método inductivo. Día de la consulta 08/06/2019. Disponible en internet en: <http://definicion.de/metodo-inductivo/>

PID practicum E.F. [en línea] disponible en: https://www.urg.es/~rescate/practicum/el_m_todo_de_observaci_n.htm

Población de Moniquirá, DANE, resultados oficiales del censo 2005, URL última consulta el 22/07/2008. MUNICIPIO DE MONIQUIRÁ. Disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Moniquir%C3%A1>

POT, Municipio de Moniquirá.

REVISTA DINERO. Agroindustria ¿Por qué la industria avícola colombiana está volando alto? En: revista DINERO. Edición, 566 03 de 16, 2017);

REVISTA DINERO Tendencia de la avicultura [en línea] disponible en: <http://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/como-va-la-industria-avicola-en-colombia/242959>

RIVERA GARCIA, Oscar “AMEVEA Colombia: 45 años de historia y logros”. {En línea}. {13 de noviembre de 2013} Disponible en internet <http://www.elsitioavicola.com/articles/2480/amevea-colombia-45-años-de-historia-y-logros/>

RODRIGUEZ. Estefanía. Cookpad. Disponible en: <http://cookpad.com/co/recipe/images/f50a1b3dc24ebd22>

SIGNIFICADOS Método Deductivo”. [en línea] disponible en: <http://www.significados.com/metodo-deductivo/> consultado: 08 de Junio de 2019,2:43pm.

ANEXOS

Anexo A. Encuesta

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
PROGRAMA DE GESTIÓN EMPRESARIAL**

Objetivo: Realizar una investigación de mercados que permita recolectar información relacionada con el comportamiento, necesidades, preferencias, nivel de aceptación del pollo semicriollo en la ciudad de Moniquirá. La información aquí suministrada será netamente de uso académico para la investigación de mercados.

1. Consume carne de pollo
Sí No

2. ¿Cuál criterio prefiere a la hora de comprar pollo?
 - a) Presentación
 - b) Marca
 - c) Precio

3. ¿En qué lugar prefiere comprar pollo?
 - a) Plaza de mercado
 - b) Productores
 - c) Distribuidoras

- d) Supermercados
4. ¿Con que frecuencia compra pollo?
- a) Diariamente
 - b) Cada dos días
 - c) Cada cuatro días
 - d) Cada ocho días
5. ¿De qué forma compraría el pollo semicriollo?
- a) Entero
 - b) Por partes
 - c) Vivo
6. ¿Cuánta cantidad de pollo adquiere semanalmente?
- a) 0 – 1 Lib
 - b) 1 – 2 Lib
 - c) 2 – 3 Lib
 - d) 3 – 4 Lib
 - e) 4 – 5 Lib
7. Ha consumido pollo semicriollo
- SI
- NO
8. ¿Cuál es la variedad de pollo que prefiere comprar?
- a) Comercial
 - b) Semicriollo
 - c) Criollo

Si su respuesta es Semicriollo continúe, de lo contrario ha terminado la encuesta.

9. ¿Con Cuál característica identifica la carne de pollo semicriollo?

- a) Sabor
- b) Color
- c) Textura

10. ¿En qué lugar cree que puede adquirir pollo semicriollo?

- a) Distribuidoras
- b) Supermercados
- c) Productores (Granjas)
- d) Plaza de mercado

11. ¿Conoce alguna marca de pollo semicriollo?

SI

NO ¿Cuál?

12. ¿De Qué promedio de peso compra el pollo semicriollo?

- a) 0 – 1 Lib
- b) 1 – 2 Lib
- c) 2 – 3 Lib
- d) 4 – 5 Lib

13. ¿Cuál es el precio pagado por libra de pollo semicriollo?

- a) 3.200 – 3.500
- b) 3.500 – 3700
- c) 3.700 – 4000
- d) 4.000 – 4.500

14. ¿En qué tipo de empaque le gustaría comprar el producto?

- a) Bolsa polipropileno
- b) Bandeja de icopor

15. ¿Le interesaría que en la ciudad de Moniquirá se creara de una empresa productora de pollo semicriollo?

SI

NO

16. ¿Compraría pollo semicriollo en la nueva empresa?

SI

NO

¡GRACIAS, POR SU COLABORACIÓN!