

Encabezado: CREACIÓN DE EMPRESA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
DISTRIBUIDORA DE POLLO ADOBADO A RESTAURANTES UBICADOS EN LA  
CIUDAD DE ARMENIA (QUINDÍO)

ELIZABETH CARTAGENA HINESTROZA

CÓDIGO 201361039

JUAN CAMILO GASPAR TORO

CÓDIGO 201361001

ASESOR:

RAMIRO QUINTERO GONZÁLEZ

ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

TRABAJO REALIZADO PARA OPTAR EL TÍTULO DE ADMINISTRADORES DE  
EMPRESAS

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN  
PROGRAMA ACADÉMICO ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
CAICEDONIA VALLE DEL CAUCA, 15 DE MARZO DEL 2018

## **DEDICATORIA**

El trabajo está dedicado a Dios por dejarme continuar en mi carrera que amo y por guiar mi camino, a mis padres que me apoyaron durante este tiempo de estudio, no solo de manera material, sino por brindarme consejos en momentos difíciles y gracias ellos, soy la persona que soy hoy día.

**Juan Camilo Gaspar Toro**

El presente trabajo es dedicado principalmente a Dios que es el que ha forjado mi camino, a mis padres Jilma Hinestroza Montoya y Jaime Cartagena Bolívar los cuales me han apoyado incondicionalmente y a todos aquellos que en algún momento han confiado en mí y me han compartido su conocimiento con el fin de hacerme cada día mejor persona.

**Elizabeth Cartagena Hinestroza**

## **AGRADECIMIENTOS**

Primero y más que nada, me gustaría darle los agradecimientos a mis padres y familiares que siempre estuvieron allí en cada momento que lo necesitaba, a mis compañeros con los cuales pase grandes momentos y de los cuales aprendí grandes cosas, a nuestro asesor Ramiro Quintero Gonzáles, pues sin él, este proyecto no se hubiese podido concluir, a todo el personal docente de la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad del Valle Sede Regional Caicedonia, que hicieron de mi un profesional íntegro y con una ética inquebrantable.

**Juan Camilo Gaspar Toro**

Primeramente, agradezco a Dios por la fortaleza que me da para seguir adelante y mejorar cada día más, a mis padres por estar cuando más los he necesitado, a mi familia, que, aunque se encuentren lejos siempre me han apoyado, a mis compañeros que han sido como mi familia y mi asesor Ramiro Quintero Gonzáles por su esfuerzo y dedicación en esta etapa.

**Elizabeth Cartagena Hinestroza**

Encabezado: CREACIÓN DE EMPRESA

Notas de Aceptación

---

---

---

Firma Director

---

Firma Coordinador

---

Firma Calificador

15 De Marzo del 2018, Caicedonia – Valle del Cauca.

**Tabla de Contenido**

|                                           |    |
|-------------------------------------------|----|
| RESUMEN EJECUTIVO .....                   | 1  |
| CAPITULO I ANTEPROYECTO .....             | 2  |
| DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL PROBLEMA ..... | 2  |
| Formulación Del Problema .....            | 4  |
| Sistematización del problema .....        | 4  |
| JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA .....          | 5  |
| Justificación Práctica.....               | 5  |
| Justificación Teórica .....               | 6  |
| Justificación Metodológica .....          | 6  |
| OBJETIVOS .....                           | 7  |
| Objetivo General .....                    | 7  |
| Objetivos Específicos .....               | 7  |
| Resultados Esperados .....                | 8  |
| ALCANCES DE LA PROPUESTA .....            | 9  |
| MARCO REFERENCIAL .....                   | 10 |
| Marco Histórico .....                     | 10 |
| Emprendimiento .....                      | 10 |
| Administración .....                      | 12 |
| Pollo .....                               | 13 |

## Encabezado: CREACIÓN DE EMPRESA

|                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| Transporte .....                                                     | 14 |
| Marco Conceptual .....                                               | 15 |
| Marco Teórico .....                                                  | 20 |
| Marco Normativo .....                                                | 23 |
| ANTECEDENTES O ESTADO DEL ARTE .....                                 | 27 |
| TIPO DE ESTUDIO .....                                                | 32 |
| Investigación descriptiva.....                                       | 32 |
| DISEÑO METODOLÓGICO .....                                            | 32 |
| Objeto y Unidad de análisis .....                                    | 32 |
| Área de Estudio .....                                                | 33 |
| Decisión Muestral .....                                              | 40 |
| Método o métodos de investigación.....                               | 41 |
| Método inductivo .....                                               | 42 |
| Fuentes, técnicas e instrumentos de recolección de información ..... | 42 |
| Procedimiento para la obtención y análisis de datos.....             | 42 |
| Posibles fuentes de error .....                                      | 42 |
| MODALIDAD .....                                                      | 43 |
| Justificación de la cantidad de Integrantes.....                     | 43 |
| CAPITULO II: ESTUDIO DE MERCADO .....                                | 44 |
| Análisis de las 5 fuerzas de Porter .....                            | 44 |

## Encabezado: CREACIÓN DE EMPRESA

|                                                    |    |
|----------------------------------------------------|----|
| Identificación Del Producto .....                  | 45 |
| Análisis De La Demanda .....                       | 48 |
| Distribución Geográfica Del Mercado .....          | 49 |
| Comportamiento Histórico De La Demanda: .....      | 49 |
| Demanda Actual .....                               | 53 |
| Proyección De La Demanda.....                      | 69 |
| Análisis De La Oferta.....                         | 69 |
| Análisis De Los Precios .....                      | 73 |
| Determinación Del Precio Promedio. ....            | 75 |
| Análisis Histórico Del Precio Del Producto.....    | 75 |
| Comercialización Y Distribución Del Producto ..... | 77 |
| Descripción Del Canal Seleccionado .....           | 78 |
| Descripción De La Cadena De Abastecimiento .....   | 78 |
| Mecanismos de Promoción y Publicidad. ....         | 80 |
| Promoción. ....                                    | 80 |
| Publicidad.....                                    | 81 |
| Estrategias De Mercado .....                       | 81 |
| Branding de la marca para la empresa .....         | 82 |
| Estrategias De Marketing Mix .....                 | 86 |
| Enfocadas Al Producto.....                         | 86 |

## Encabezado: CREACIÓN DE EMPRESA

|                                                                            |     |
|----------------------------------------------------------------------------|-----|
| Estrategias Enfocadas En El Precio .....                                   | 87  |
| Enfocadas a la distribución .....                                          | 88  |
| Enfocados en la promoción .....                                            | 88  |
| Estrategias On-line .....                                                  | 88  |
| CAPITULO III: ESTUDIO TÉCNICO. ....                                        | 89  |
| Tamaño Del Proyecto.....                                                   | 89  |
| Demanda .....                                                              | 90  |
| Proveedores de materia prima.....                                          | 90  |
| Tamaño de la planta (o del local).....                                     | 91  |
| Macro localización .....                                                   | 91  |
| Micro-localización .....                                                   | 92  |
| Ingeniería Del Proyecto.....                                               | 92  |
| Descripción técnica del producto o servicio .....                          | 92  |
| Análisis Del Proceso De Producción. ....                                   | 94  |
| Análisis De Proceso De Distribución.....                                   | 95  |
| Lista De Equipos Para La Operación .....                                   | 97  |
| Personal directo e indirecto .....                                         | 122 |
| Indumentaria o Dotación.....                                               | 124 |
| Distribución de la infraestructura necesaria para su funcionamiento: ..... | 126 |
| Prototipo de los planos de la planta.....                                  | 128 |

## Encabezado: CREACIÓN DE EMPRESA

|                                                                  |     |
|------------------------------------------------------------------|-----|
| Prototipo de Factura de Venta.....                               | 131 |
| CAPITULO III: ORGANIZACIONAL Y LEGAL .....                       | 133 |
| MISIÓN.....                                                      | 133 |
| VISIÓN .....                                                     | 133 |
| VALORES .....                                                    | 133 |
| Diseño organizacional .....                                      | 134 |
| Organigrama Empresarial .....                                    | 135 |
| Mapa De Procesos.....                                            | 136 |
| Procesos Estratégicos .....                                      | 136 |
| Procesos Misionales .....                                        | 138 |
| Procesos De Apoyo .....                                          | 139 |
| Cargos y funciones .....                                         | 141 |
| Análisis Legal.....                                              | 148 |
| Aspectos legales .....                                           | 148 |
| Constitución legal de una empresa S.A.S. ....                    | 150 |
| Aspectos tributarios.....                                        | 151 |
| Documento de constitución.....                                   | 153 |
| Leyes que regulan la fabricación de productos alimenticios ..... | 161 |
| CAPITULO IV: ESTUDIO AMBIENTAL .....                             | 168 |
| CAPITULO V: ESTUDIO FINANCIERO.....                              | 170 |

## Encabezado: CREACIÓN DE EMPRESA

|                                        |     |
|----------------------------------------|-----|
| Presupuesto de Ventas.....             | 170 |
| Presupuesto de Producción .....        | 170 |
| Compra de Materia Prima .....          | 171 |
| Mano de Obra Directa .....             | 171 |
| Costos Indirectos de Fabricación ..... | 172 |
| Gastos Administrativos .....           | 172 |
| Inversión.....                         | 173 |
| Tabla de Amortización .....            | 174 |
| Costo de Venta .....                   | 174 |
| Estado de Resultados.....              | 175 |
| Flujo de Caja .....                    | 176 |
| Balance General .....                  | 177 |
| Evaluación Financiera .....            | 178 |
| Punto de Equilibrio .....              | 179 |
| Recuperación de la Inversión .....     | 179 |
| CONCLUSIONES .....                     | 180 |
| RECOMENDACIONES .....                  | 181 |
| BIBLIOGRAFÍA.....                      | 182 |
| APÉNDICE .....                         | 191 |
| Apéndice A.....                        | 191 |

Apéndice B..... 191

**Índice de Tablas**

|               |     |
|---------------|-----|
| Tabla 1.....  | 8   |
| Tabla 2.....  | 47  |
| Tabla 3.....  | 51  |
| Tabla 4.....  | 53  |
| Tabla 5.....  | 69  |
| Tabla 6.....  | 69  |
| Tabla 7.....  | 71  |
| Tabla 8.....  | 72  |
| Tabla 9.....  | 76  |
| Tabla 10..... | 77  |
| Tabla 11..... | 81  |
| Tabla 12..... | 91  |
| Tabla 13..... | 120 |
| Tabla 14..... | 123 |
| Tabla 15..... | 123 |
| Tabla 16..... | 124 |
| Tabla 17..... | 126 |
| Tabla 18..... | 128 |
| Tabla 19..... | 141 |
| Tabla 20..... | 141 |
| Tabla 21..... | 143 |
| Tabla 22..... | 144 |
| Tabla 23..... | 145 |
| Tabla 24..... | 146 |
| Tabla 25..... | 147 |
| Tabla 26..... | 170 |
| Tabla 27..... | 170 |
| Tabla 28..... | 170 |
| Tabla 29..... | 171 |
| Tabla 30..... | 171 |
| Tabla 31..... | 172 |
| Tabla 32..... | 172 |
| Tabla 33..... | 172 |
| Tabla 34..... | 173 |
| Tabla 35..... | 174 |
| Tabla 36..... | 174 |
| Tabla 37..... | 175 |
| Tabla 38..... | 176 |
| Tabla 39..... | 177 |
| Tabla 40..... | 178 |
| Tabla 41..... | 179 |
| Tabla 42..... | 179 |
| Tabla 43..... | 179 |

## Índice de Figuras

|                                                        |     |
|--------------------------------------------------------|-----|
| Figura 1 Las Cinco Fuerzas de Michael Porter .....     | 44  |
| Figura 2 Consumo per cápita de la carne de Pollo ..... | 50  |
| Figura 3 Precios Históricos de la Carne de Pollo ..... | 52  |
| Figura 4 Prueba Piloto.....                            | 54  |
| Figura 5 Encuesta .....                                | 55  |
| Figura 6 Producción de Carne de Pollo.....             | 70  |
| Figura 7 Canal de Distribución .....                   | 77  |
| Figura 8 Cadena de Abastecimiento .....                | 79  |
| Figura 9: Sistema de Entradas y Salidas .....          | 80  |
| Figura 10 Imagotipo de la empresa .....                | 82  |
| Figura 11 Resumen del Prisma de la Marca.....          | 86  |
| Figura 12 Proceso de Producción.....                   | 95  |
| Figura 13 Proceso de Distribución .....                | 96  |
| Figura 14 Frigorífico (Vehículo de Transporte).....    | 97  |
| Figura 15 Cuarto Frío.....                             | 98  |
| Figura 16 Licuadora Industrial .....                   | 99  |
| Figura 17 Mesas en Acero Inoxidable .....              | 100 |
| Figura 18 Tanque de Almacenamiento .....               | 101 |
| Figura 19 Armario en Acero Inoxidable .....            | 112 |
| Figura 20 Recipientes Herméticos .....                 | 112 |
| Figura 21 Báscula Industrial .....                     | 113 |
| Figura 22 Maquina Empacadora al Vacío.....             | 114 |
| Figura 23 Canastillas.....                             | 117 |
| Figura 24 Caja Registradora.....                       | 117 |
| Figura 25 Plástico de Empaque.....                     | 119 |
| Figura 26 Dotación.....                                | 125 |
| Figura 27 Distribución Física de la planta .....       | 129 |
| Figura 28 Prototipo de Distribución de la Planta ..... | 131 |
| Figura 29 Prototipo de Factura.....                    | 132 |
| Figura 30 Organigrama .....                            | 135 |
| Figura 31 Mapa de Procesos .....                       | 136 |

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Se realizará un estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la distribución de pollo adobado, el pollo se venderá entero a restaurantes de la ciudad de Armenia (Quindío).

Para lograrlo se comprarán pollos industrializados a proveedores reconocidos, en la misma ciudad para reducción de costos en la cadena de abastecimiento, para ello se realizará una investigación de mercados. Después de la compra, empezará el proceso de adobar en el cual se requerirá un personal capacitado para marinar el producto, donde adquirirá el sabor; luego salen para ser revisados y definir si cumplen con el peso exigido para ser distribuido y poder calificar la calidad del producto, por último se finaliza el proceso empacando el producto al vacío y siendo dirigido al cuarto frío, de donde saldrán para ser repartidos por el vehículo frigorífico el cual hace parte de la empresa, para así llegar a nuestros clientes externos.

## **CAPITULO I ANTEPROYECTO**

### **DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL PROBLEMA**

Con el paso del tiempo se ha identificado notoriamente la gran acogida que ha venido adquiriendo las carnes blancas, generando un aumento en su producción, de pollo industrializado en el mercado.

tal como lo afirma Andrés Valencia presidente de la Federación Nacional de Avicultores de Colombia, la industria y producción avícola en el país pasó de producir 1'360.000 toneladas de carne de pollo en el 2014 a 1'450.000 hasta 2016 creciendo la producción de carne un 3,5% (Romo, 2017).

Todo ello en gran parte porque se ha evidenciado que la carne de pollo tiene varios beneficios para cada una de las etapas de la vida, como por ejemplo; para las familias, es un buen alimento para personas que tienen gota, más saludable debido a que tienen menos grasa que otras carnes, aporta vitaminas del grupo B, las grasas del pollo, ayudan a proteger la salud de tu corazón, excelente para mantener el peso ideal etc. (Fenavi, Fenavi, 2017).

Sin embargo, a pesar del paso del tiempo se sigue comercializando pollo de manera tradicional sin ningún valor agregado.

A pesar de ello se ha evidenciado que algunas marcas que comercializan pollo industrializado, lo siguen haciendo de manera tradicional, sin ningún valor agregado al pollo, lo que hace que los restaurantes al momento de preparar los alimentos dependan demasiado por no decir del todo de la sazón de la personas, pues en muchos casos cuando se van, se llevan la receta afectando

## Encabezado: CREACIÓN DE EMPRESA

gravemente el sabor de los platos, conllevando a que el encargado empiece una negociación para conservarlo, o arriesgase a perder un cliente porque el alimento ya no sabe igual.

Por otro lado, los restaurantes no buscan nuevas alternativas para ampliar su gastronomía, por ende, se pegan de un solo proveedor dependiendo para todo de él, todo lo que suceda a éste, repercute fuertemente en la organización (restaurante). Otro punto a considerares que muchos restaurantes no logran comprender que existen diferentes tipos de clientes, y que todos no llegan a pedir el mismo plato de comida, esto se debe a que los restaurantes estandarizan y no innovan el menú, algo que no llega a ser muy beneficioso para un restaurante, si quiere sobre salir de la competencia, generando una ventaja competitiva. Todo ello puede ser por, querer absorber todo el público, pero a la vez, no tienen nada, porque la mayoría de veces no ofrecen productos de calidad, debido a los proveedores que escogen, solo por tener presente precio y no la calidad del producto, conllevando a que no solo un cliente se pierda sino muchos más; no solo por la atención, sino por la calidad de los productos que ofrecen, ya que muchos clientes prefieren el sabor que un buen servicio, pero no se puede generalizar.

Frente a esta problemática sería conveniente que los restaurantes dejen de estandarizar su menú, y traten de innovar sus platos, ofreciendo productos diferentes dentro de su lista de platos, trayendo consigo nueva clase clientes, pues estaría apuntando a un nuevo nicho de mercado, pues existen clientes que les gusta estar cambiando e innovando sus platos, dar se gustó de probar nuevas cosas; aplicándolo, estaría generando una ventaja competitiva, pues ofrecería productos que la competencia no haría. Además, implementando este producto en su menú, se evitaría cuando cambie de chef o la persona encargada de preparar los alimentos no cambie

## Encabezado: CREACIÓN DE EMPRESA

drásticamente el sabor, pues el pollo va a mantener el mismo sabor sin importar quien lo prepare, garantizándole al restaurante que el cambio en el sabor no será tan fuerte, si lo adobará una persona, pues se llevaría lo que se conoce coloquialmente la sazón.

Por ello se evidenció la necesidad de reestructurar la forma tradicional de comercializar pollo industrializado, generando valor agregado, dicho valor sería adobar el pollo, teniendo presente los síntomas anteriormente descritos para evitar así cometerlos.

### **Formulación Del Problema**

¿Qué factores se deben evaluar para la realización de un estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la distribución de pollo adobado a restaurantes ubicados en la ciudad de Armenia Quindío?

### **Sistematización del problema**

¿Existe un mercado potencial en la ciudad de Armenia que esté interesado por el producto, pollo adobado, que se espera comercializar?

¿Cuáles son los requerimientos técnicos necesarios para la producción y distribución del pollo adobado, basados en la demanda estadísticamente potencial?

¿Qué aspectos organizacionales y legales debería acoger la distribuidora de pollo adobado para ser administrativamente viable y propiciar una estabilidad en el corto y largo plazo?

¿De qué manera el desarrollo del proyecto impactará el ambiente de la ciudad de Armenia en medio de la producción y distribución del producto, pollo adobado?

¿Cómo sería el rendimiento económico y financiero estimado que arroja el análisis financiero de la producción y distribución del pollo adobado en la ciudad de Armenia?

## **JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

### **Justificación Práctica**

Con este estudio de factibilidad se pretende ofrecer a los diferentes restaurantes la facilidad de encontrar en el mercado un pollo adobado ya que, estos poseen dificultad al momento de adobar este producto, debido a que el proceso de adobo no es sistematizado y su preparación dependen demasiado de la sazón de la personas; lo que genera dependencia, debido a que al rotar personal se puede afectar gravemente el sabor de los platos, que es lo que buscan principalmente los clientes, por ende logran disminuir costos y tiempo de preparación. Por otro lado se evidencia el gran incremento que ha tiene el consumo de pollo en la región debido a los beneficios alimenticios que este ofrece y a su asequible precio, de igual manera se cuenta con gran variedad de proveedores dentro de la región con lo que se podría disminuir costos de transporte y preparación. Así mismo Armenia es una ciudad que cuenta con un gran número de restaurantes, viéndose en el un potencial para llevar este producto en dicho mercado

### **Justificación Teórica**

Esta investigación se realiza con el objetivo principal de identificar la factibilidad que posee la creación de una empresa dedicada a la distribución de pollo adobado a restaurantes ubicados en la ciudad de Armenia (Quindío), mediante la aplicación de Teoría de la cinco fuerzas de Porter, pues le permite a la organización evaluar cómo se encuentra frente al ambiente externo y su competencia para diseñar estrategias competitivas para sobresalir. La Teoría General de los Sistemas (TGS) de Emilo Latorre, contribuye a determinar de manera más detallada los procesos que realiza desde el inicio hasta su fin, como también los requerimientos que demanda del medio ambiente externo, como son transformados para luego devolverlos al mismo medio ambiente, pero ya satisfaciendo una necesidad que se encuentra en ese entorno. Con respecto a la teoría de la innovación empresarial de Rodrigo Varela nos brinda las herramientas y pautas para la construcción de un modelo de creación de empresa desde el ámbito de mercado pasando por lo técnico, organizacional y legal hasta el ambiental y financiero. Todo ello contribuyendo a determinar el nivel de competitividad y rentabilidad que puede poseer la organización en dicho sector y de esta manera identificar la viabilidad que tiene la aplicación de este tipo de proyecto.

### **Justificación Metodológica**

Para la elaboración del estudio de factibilidad se implementará diferentes herramientas con el fin de medir e identificar gustos, preferencias y necesidades de los consumidores, buscando definir el nivel de consumo y acogimiento que podría tener el producto en dicha ciudad; permitiendo obtener resultados verídicos que contribuirán de manera positiva al desarrollo de la investigación y que permitan determinar la validez de la misma.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa distribuidora de pollo adobado a restaurantes ubicados en la ciudad de Armenia (Quindío).

### **Objetivos Específicos**

- Hacer un estudio de mercadeo para la creación de una empresa distribuidora de pollo adobado a restaurantes ubicados en la ciudad de Armenia (Quindío).
- Realizar un estudio técnico para la creación de una empresa distribuidora de pollo adobado a restaurantes ubicados en la ciudad de Armenia (Quindío).
- Elaborar un estudio legal y organizacional para la creación de una empresa distribuidora de pollo adobado a restaurantes ubicados en la ciudad de Armenia (Quindío).
- Elaborar un estudio ambiental donde se identifique el impacto que tendrá la creación de una empresa distribuidora de pollo adobado a restaurantes ubicados en la ciudad de Armenia (Quindío).
- Diseñar un estudio financiero para la creación de una empresa distribuidora de pollo adobado a restaurantes ubicados en la ciudad de Armenia (Quindío).

**Resultados Esperados**

Tabla 1  
*Resultados Esperados*

| <b>Objetivos Específicos</b>                                                                                                                                                                  | <b>Producto(s) Esperados</b>                                                                                            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Hacer un estudio de mercadeo para la creación de una empresa distribuidora de pollo adobado a restaurantes ubicados en la ciudad de Armenia (Quindío).                                        | Conocer la viabilidad del producto en la ciudad de Armenia                                                              |
| Realizar un estudio técnico para la creación de una empresa distribuidora de pollo adobado a restaurantes ubicados en la ciudad de Armenia (Quindío).                                         | Identificar el inmueble y los muebles que requerirá la organización para su funcionamiento                              |
| Elaborar un estudio legal y organizacional para la creación de una empresa distribuidora de pollo adobado a restaurantes ubicados en la ciudad de Armenia (Quindío).                          | Identificar todas las normatividades legales para la constitución de este tipo de empresas.                             |
| Elaborar un estudio ambiental donde se identifique el impacto que tendrá la creación de una empresa distribuidora de pollo adobado a restaurantes ubicados en la ciudad de Armenia (Quindío). | Conocer cómo impactará la organización a éstos factores del medio ambiente externo organizacional.                      |
| Diseñar un estudio financiero para la creación de una empresa distribuidora de pollo adobado a restaurantes ubicados en la ciudad de Armenia (Quindío).                                       | Determinar la inversión total que requerirá la puesta en marcha del proyecto y de conocer la rentabilidad que generará. |

*Fuente: Elaboración Propia*

### **ALCANCES DE LA PROPUESTA**

El presente estudio explorará el mercado de pollo en Armenia (Quindío), en donde abarca a los comerciantes de pollo en canal; realizando un estudio financiero con el fin de determinar la inversión total que requerirá la puesta en marcha del proyecto y de conocer la rentabilidad que generará. Además, se implementará un estudio de Marketing para conocer la viabilidad del producto en la ciudad de Armenia realizando un estudio donde se conozca la competencia del producto sustituto con el fin de determinar la intensidad del mercado, realizando así el estudio de la constitución de la organización con todas las normatividades legales. Por ende, se hace necesario realizar el estudio ambiental para conocer cómo impactará la organización a éstos factores del medio ambiente externo organizacional.

## MARCO REFERENCIAL

### Marco Histórico

#### Emprendimiento

Bien podríamos afirmar que fue en los tipos de la prehistoria donde nació el emprendimiento, solo que el grado de conciencia en este era muy bajo. La historia del emprendimiento en el mundo en si inicia en Mesopotamia, donde se desarrolló una cultura de creación arquitectura acompañada de la gestión de ideas sobre los números y palabras que permita la organización del mundo de cada una de las sociedades que se encontraban en desarrollo.

De esta manera, entendemos el inicio de una historia del emprendimiento en el mundo, en base a las necesidades de expresar lo que son ideas sobre cómo organizar las sociedades, estructuras políticas y modelos económicos.

Se puede marcar la edad antigua como el inicio del emprendimiento básico y sin complejidades, donde más que descubrimiento, surgían ideas primitivas del emprendimiento que continuaron en Babilonia y Egipto, donde comenzó a marcarse el emprendimiento como una pauta global en las distintas culturas.

Para la edad Moderna la cultura humana retoma lo que había dejado en si la antigüedad para hacer de la historia del emprendimiento en el mundo un nuevo punto de inicio que terminaría por ser un proyecto cultural de la globalización con la llegada de la revolución industrial, época en la que realmente se gestaron las ideas emprendedoras que terminarían por conformar empresas privadas dedicadas a innovar con las nuevas formas de energía descubiertas (clicks, 2018).

En Colombia se puede hablar desde la década de los 70, en el que indudablemente influyeron unas regiones más que otras, e inclusive los mismos expertos afirman la importancia significativa que tuvieron las elites para que este proceso surgiera. En un contexto Macroeconómico entre 1970 y 2005 en Colombia tuvo ciclos muy fuertes como lo fueron la expansión y contracción de la economía internacional gracias a las exportaciones, sucesos como la bonanza cafetera y el aumento del precio de las exportaciones y la disminución en las importaciones, lo que ayudo a la des-industrialización colombiana.

La liberación financiera concedida por el gobierno, el encarecimiento extraordinario en las tasas de interés desfavoreció el desarrollo del trabajo productivo. En los 80 el país se afectado por la caída en el precio del azúcar, el café y el aumento del gasto público, lo que obligo a buscar el desarrollo del pensamiento estratégico por parte de las empresas en cada ciudad.

Finalmente, en Colombia a finales del siglo XIX hubo los elementos que proporcionaron el emprendimiento empresarial en el país, como: como la rebaja de los aranceles a materias primas, aumento de aranceles para productos terminados, la generación de empleo y ampliación de la base de ingresos (Oyarzo, 2018).

En Colombia hoy el emprendimiento es una tendencia que va en incremento lo cual ha ayudado a la sostenibilidad del país, generando así una reducción en los índices de desempleo, teniendo en cuenta que un emprendedor requiere de innovación y constancia para que su nueva oportunidad de negocio llegue al éxito (Publirreportaje, 2018).

**Administración**

La administración aparece desde que el hombre comienza a trabajar en sociedad. El surgimiento de la administración es un acontecimiento de primera importancia en la historia social en pocos casos, si los hay, una institución básicamente nueva, o algún nuevo grupo de dirigente, ha surgido tan rápido como la administración desde principios del siglo. Pocas veces en la historia de la humanidad una institución se ha manifestado indispensable con tanta rapidez, La administración que es el órgano específico encargado de hacer que los recursos sean productivos, esto es, con la responsabilidad de organizar el desarrollo económico, refleja el espíritu esencial de la era moderna. Es en realidad indispensable y esto explica por qué, una vez creada, creció con tanta rapidez.

La administración comienza con una escuela llamada “escuela científica de la administración”, esta fue creada por Frederick Taylor su principal enfoque fue la producción de tareas, marcando cinco principios: 1. Sustituir las reglas por la ciencia (Conocimiento Organizado) 2. Obtener armonía más que discordia en la acción de grupo. 3. Lograr la cooperación entre los seres humanos, en vez del individualismo católico. 4. Trabajar en busca de una producción máxima en vez de una producción restringida. 5. Desarrollar a todos los trabajadores hasta el grado más alto posible para su propio beneficio y la mayor prosperidad de la compañía (Hoz, 2018)

Teniendo grandes avances con los aportes de las teorías como; la teoría clásica de la administración por Henry Fayol donde expone un énfasis en la estructura y las funciones que debe tener una organización para lograr la eficiencia. Pasando también por la Teoría Humanista

propuesta por Jhon Elton Mayo, en su búsqueda por humanizar la administración, junto con las teorías X, Y por Douglas McGregor y la Z por el japonés Ouchi las cuales buscaban el mismo objetivo, mostrando los tipos de personas que existen a la hora de trabajar en la empresa, entre otras grandes teorías que han aportado al desarrollo de la administración hasta nuestros días.

### **Pollo**

En Colombia la historia del pollo inicia desde 1528 cuando le dieron a los caciques e indios gallinas y patos para que las criaran, a partir de estos en 1600 ya se criaban para el autoconsumo y sustento, después de 101 años ya se habían multiplicado tanto que se evidenciaba a simple vista y desde 1920 a 1940 se inicia la importación de gallinas, gallos y pollitos con el fin de ser reproducidos, en donde en 1926 el gobierno considera la avicultura como una actividad importante para la economía colombiana debido a que gracias a las importaciones ingresa la enfermedad conocida como la pullorosis la cual fue difundida altamente por falta de asistencia técnica y a principios de 1950 ya se calculaba la población avícola en unos 18 millones de aves en donde los ingresos de estas enfermedades dio origen a la necesidad de exportar aves y comenzó la tecnificación científica e industrial, a principios de 1960 la producción era a pequeña escala, en donde se realizaba en patios y sus alimentos eran los desperdicios, después se estableció un sistema de semi-confinamiento, por medio de la cual se dieron cuenta de mantener muchas aves en poco espacio y el sector inicia como industria, se crearon las primeras incubadoras de pollo y huevos surgiendo las empresas especializadas en concentrado, avicultores profesionales y empresariales incursionando por primera vez la producción de pollo con alimentos industrializados por etapas mejorando los

planes de sanidad en los años 60 y 80 surgen asociaciones de pollo y huevo de igual manera se crea la federación nacional de avicultores en Colombia FENAVI lo cual es una gran evolución del sector gracias al avance tecnológico.

En los 80 y 90 se dio la apertura económica gran potencial de desarrollo y dinámica de crecimiento positivo se evidencia la oferta del producto de gran valor biológico nutricional y bajo costo, contribuye seguridad alimentaria generación de valor y empleo, de los 90 al 2000 se duplicó la industria avícola gracias a la política de apertura el pollo y el huevo se afianzaron como verdaderos sustitutos de otras carnes y proteínas animal con la apertura de mercado de productos extranjeros se niveló los precios internos de las materias primas para elaborar alimentos balanceados 2000 a 2008 (Calle, 2017).

### **Transporte**

El transporte en Colombia se comienza con la huella que los caminos prehispánicos imprimieron al territorio fue tal, que sirvieron en la colonia como rutas principales para la importación y exportación de todo tipo de productos. A comienzos del siglo XIX durante el proceso de Independencia, el control de los caminos fue fundamental para los patriotas para dominar la capital y posteriormente sobre ellos se trazaron muchas de las líneas férreas. Los abastos y el intercambio de mercancías como fenómeno social que implicaba la necesidad de realizar desplazamientos en cortas y largas distancias, fue uno de los aspectos que contribuyó a la creación de rutas regionales. Se establece la ruta de la sal, así como mercados locales en los pueblos permitiendo la creación de intermediarios.

En aquella época los medios de transporte que practicaban los conquistadores y misioneros era la de emplear seres humanos, como el servicio del carguero, aparte de mercancías, pasajeros que eran transportados a hombros cuando pasaban corrientes fluviales, en silletas colgadas para transportar personalidades o enfermos. A pesar del esfuerzo que conllevaba este trabajo, los cargueros constituían un gremio y se defendían de la amenaza que para ellos representaba el mejoramiento de los caminos y el uso de los animales de carga.

Para esa época Bogotá era una ciudad con características propias de una población en crecimiento. En el año de 1910 aparece el llamado Trolley el cual eran buses enormes con tracción eléctrica, la cual transportaba grandes grupos de personas que se desplazaban por la ciudad (Hiatrans, 2017).

### **Marco Conceptual**

**Adobo:** es la inmersión de un alimento crudo en un preparado en forma de salsa de distintos componentes; el pimentón, orégano, sal etc., mezclados según el lugar de origen y el alimento que se vaya a usar, destinando principalmente a conservar y realzar el alimento. La técnica de cocina es originaria de la cocina española siendo después aceptada en otros países (Martinez, 2017).

**Cadena de suministro:** la Gestión de la Cadena de Suministro requiere la integración de los subsistemas, procesos y actividades relativas al flujo material, así como del informativo necesario para dirigir éste y el financiero, con el objetivo de lograr los niveles de satisfacción

de los clientes finales o consumidores que garanticen la sostenibilidad de las Organizaciones y del ecosistema (Perez, 2017).

Una cadena de suministro consiste en todos los pasos involucrados directa o indirectamente en satisfacer las necesidades de los clientes (Navarrete, 2017).

En este caso se utilizará el concepto de cadena de suministro según Luis Navarrete, debido a que brinda mayor claridad sobre el significado de este y ofrece mayor comprensión al momento de aplicarlo.

**Canal Del Pollo:** El término canal o carne fresca que se usa cuando hablamos de pollos, se refiere principalmente a los productos que no han sido sometidos a ningún procesamiento de congelación, curado, ahumado etc. (Gimenez, 2017).

**Estudio Técnico:** Para Gómez AMSe contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos (Gomez, 2017).

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita (Rosales, 2017).

En la elaboración de este proyecto el significado de estudio técnico que se aplicará será el de Rosales, debido a que explica de mejor manera lo que es y los diferentes elementos fundamentales que conforman este tipo de estudio.

**Factibilidad:** Instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto y corresponde a la última fase pre-operativa dentro del ciclo de un proyecto. Formularse con base en la menor incertidumbre posible para medir las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto de inversión (Miranda, 2017).

El estudio de Factibilidad es un análisis comprensivo que sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión y si se procede su estudio, desarrollo o implementación (Corrales, 2017).

A partir de las definiciones sobre factibilidad se implementará el concepto según Herramientas de Planeación Administrativa ya que este ofrece una mayor percepción sobre el fin principal del estudio.

**Impacto Ambiental:** Es la alteración, favorable o desfavorable, producida por una actividad determinada sobre el medio ambiente. Esta alteración se establece por comparación entre dos situaciones, la alteración se expresa entre la evolución futura del medio ambiente con la actividad, y sin ella. La alteración puede cambiar con el tiempo, agravándose o disminuyendo (Grau, 2017).

El término se aplica a la alteración que produce una actividad humana en su entorno, no siendo aplicable a las alteraciones producidas por fenómenos naturales.

se refiere al impacto ambiental como la alteración del medio ambiente, provocada directa o indirectamente por acciones humanas (labores mineras) o actividad en un área determinada. Este autor, opina que los impactos ambientales pueden ser positivos o negativos, es decir, beneficiosos o no deseados (Zaror, 2017).

El concepto que se utilizará sobre impacto ambiental es el de Dr. Santiago Graú León puesto que este explica de manera concisa su significado, permitiendo una mayor comprensión para la implementación en el mismo.

### **Marketing**

- En el aspecto social de los individuos y grupos crean intercambian de productos y valores con otros, con la finalidad de obtener lo que necesitan y desean. En cuanto a la parte administrativa, ha sido descrito como el proceso donde se da “el arte de vender productos (Kotler, 2017)
- Proceso donde son identificadas y satisfechas las necesidades humanas y sociales de una manera rentable.

La mercadotecnia es tradicionalmente el medio por el cual una organización se comunica, se conecta con y se compromete con su público objetivo para transmitir el valor de marca y en una última instancia, el de vender sus productos y servicios. Sin embargo, desde la aparición de los medios digitales, en particular las redes sociales y las innovaciones tecnológicas, se ha convertido cada vez más sobre la construcción de relaciones más profundas, significativas y duraderas con las personas que quieren comprar tus productos y servicios (Barile, 2017).

En este caso el término a implementar en el desarrollo del proyecto es el de Julie Barile porque es una definición más amplia y precisa sobre lo que realmente es marketing.

**Producto Sustituto:** Los bienes sustitutos son los productos que realizan las mismas funciones del producto en estudio. Representan una amenaza para el sector, si cubren las mismas necesidades a un precio menor, con rendimiento y calidad superior. Las empresas de un sector industrial, pueden estar en competencia directa con las de un sector diferente, si los productos pueden sustituir al otro bien. La presencia de productos sustitutos competitivos en precio puede hacer que los clientes cambien de producto, con lo cual se puede presentar una pérdida en la cuota de mercado (Baena, Dialnet, 2017).

Los bienes sustitutos son bienes que compiten en el mismo mercado. Se puede decir que dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad

Para el concepto producto sustituto se usará la definición de Ernesto Baena, John Jairo Sánchez y Omar Montoya Suárez dado que este explica de manera completa y clara su significado, brindando mayor facilidad de comprensión e identificación (Santillan, 2017).

**Rentabilidad:** Rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados. También es la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo se producen los capitales utilizados en el mismo (Sanchez, 2017).

La rentabilidad de una compañía, dice, depende tanto de la estructura del tipo de industria al que pertenece como del posicionamiento alcanzado frente a la competencia. Para ello, quienes tienen en sus manos la responsabilidad de planificar los objetivos de la empresa deben conocer perfectamente cómo es la industria donde les toca competir y qué lugar ocupa su empresa dentro del mercado (Porter, 2017)

A partir de los diferentes conceptos que existen para definir lo que es la rentabilidad se optó por utilizar el de Juan Pedro Sánchez Ballesta ya que engloba las variables principales que hacen parte de este término, ofreciendo una mayor percepción sobre su significado.

### **Marco Teórico**

Según Varela (2008) el emprendimiento es una iniciativa de un individuo por llevar a cabo una idea de negocio, con el fin principal de generar ingresos lo que requiere de la implementación de diferentes recursos y la aplicación de diversas teorías y herramientas adecuadas que permita que la idea sea implementada de manera efectiva, en donde Rodrigo Varela habla sobre la importancia e influencia que ha tenido la

innovación empresarial en la evolución del hombre, debido a que por medio de esta se busca mejorar las condiciones de vida y todo lo relacionado con el progreso, desarrollo, bienestar y asimismo la superación, para buscar transformaciones sociales, económicas, tecnológicas, políticas etc. De esta manera tales acciones han estado sustentadas por objetivos sociales, de supervivencia, de conocimiento, producción de riqueza entre muchas otras, las cuales han nacido de una necesidad y comparten la iniciativa económica y social, en donde se evidencia que independientemente de las culturas, razas, y países estos comparten características comunes para ser categorizados como transformadores. Con lo cual ha sido posible distinguir cuatro hechos comunes.

El primero es la capacidad para identificar nuevas formas de desarrollo y progreso, la segunda es las habilidades para encontrar soluciones a necesidades o problemas, la tercera es el deseo de decisión de ejecutar tales soluciones y por último está la capacidad de mantener una actitud continuada (págs. 8-14)

En donde Varela (2008) ilustra las teorías más relevantes sobre el tema con el fin de enriquecer al empresario, integrando conceptos de diferentes teorías en un esquema con el objetivo de ordenar el proceso y trabajar de una manera integrada, exponiendo las diferentes etapas que se deben seguir en la formación de una empresa (págs. 194-235).

De igual manera las 5 fuerzas de Porter menciona que las empresas no se encuentran aisladas unas de otras. Tampoco se encuentran encerradas en una torre de marfil. Por el contrario, las empresas son un sistema abierto que se encuentran en constante interacción con el medio. En este sentido, su dinámica interna y su dinámica del entorno constituyen una unidad dialéctica

inseparable. Se deduce de esto, que los resultados internos de la empresa dependen, en porcentaje alto, de las características del entorno en que se mueve y de la capacidad que tiene ésta de asimilar este entorno y de administrarlo eficientemente. Una mirada rápida al entorno actual de las empresas nos muestra que éste no es lineal y que no está conformado únicamente por variables cuantitativas fácilmente manipulables a través de modelos econométricos con los cuales se pretende hacer un pronóstico de la empresa y tomar decisiones. Por el contrario, las fuerzas motrices de la dinámica del entorno las componen aspectos de tipo cualitativo (relaciones de intereses económicos y de poder, relaciones de influencia, diferenciación estructural de las empresas, etc.) que hacen complejo el esquema de funcionamiento de las empresas. En el presente artículo se hace un análisis del entorno de las empresas, mostrando cómo las fuerzas que lo componen inciden, y en muchas ocasiones determinan, los resultados esperados por las empresas: ventas, innovaciones, etc. (Baena, Sanchez, & Montoya, Dialnet, 2018).

La teoría general de los sistemas de La torre (1996) es de vital importancia ya que articula un conjunto de conceptos, buscando aproximarse a la realidad y así poder explicarla o cambiarla, con el fin de que el investigador pueda acercarse a su objeto de trabajo, debido a que otros enfoques no ofrece soluciones a problemas del mundo actual, para que esto sea posible es de vital importancia analizar todas las variables, por lo cual ha nacido la necesidad de varias ciencias de conducir un trabajo que más que concentrarse específicamente en afrontar el estudio y las soluciones a problemas analizando elementos aislados de la realidad, se enfoque en buscar, conocer las relaciones y la interacción con otros elementos a esa realidad y de igual forma en el contexto en el cual ellas se desenvuelve.

Esta teoría estudia la realidad en forma genérica por lo cual hace parte de las áreas de estudio que se ocupan de la forma como el ser humano enfrenta el dilema de explicar lo existente, independientemente que sea para conocer los fenómenos o con el fin de modificarlos, por lo cual se muestra los principales elementos de la teoría general de sistemas y sus aplicaciones para posibilitar el estudio y el diseño de sistemas (pág. 12).

Para el desarrollo del estudio financiero se utilizó un modelo en Excel desarrollado durante las clases de Gestión Financiera dictada por el docente James Harbey Molina Guerrero, tomando como referencia algunos criterios del libro “Administración Financiera Fundamentos y Aplicaciones” escrito por Oscar León García S., con el fin de dar claridad de la viabilidad financiera del presente trabajo.

### **Marco Normativo**

#### LEY 1258 DE 2008 (Conformación de la S.A.S)

Con el fin de iniciar la actividad comercial cumpliendo con los requerimientos exigidos, se elegirá la sociedad por acciones simplificada (S.A.S) ya que esta ofrece más flexibilidad para la empresa, debido a que disminuye los trámites y permite iniciar con bajo presupuesto, ofreciendo al empresario elegir las reglas que va a regir, el funcionamiento de la sociedad; otro beneficio es que la creación de este tipo de empresa es más sencillo puesto que, se puede realizar por medio de un documento privado lo cual le ahorra a la empresa tiempo y dinero limitando la responsabilidad de sus socio a sus aportes, en donde sus acciones pueden ser de diferentes clases y series lo único es que las acciones de esta no pueden ser negociadas por medio de una bolsa y no necesitan revisor fiscal siempre y cuando no exceda

el equivalente a tres mil salarios mínimos legales vigentes. así como estos beneficios existen un sin número de privilegios que este tipo de sociedad brinda a las nuevas empresas.

La creación de la S.A.S se realiza mediante un contrato o acto unilateral que conste en documento privado, que debe autenticarse por quienes participan en su suscripción e inscribirse en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio según el art 5 de la Ley 1258 del 2008: en el cual se expresarán en los siguientes:

1. Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
2. Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “*sociedad por acciones simplificada*”; o de las letras S.A.S.;
3. El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
4. El término de duración, si este no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
5. Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
6. El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse.
7. La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal (Supersociedades, 2017).

**DECRETO 3075 DE 1997 Legislación Sanitaria**

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.

Estipula los principios fundamentales prácticas generales de manipulación, fabricación, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución, importación, exportación y comercialización alimentos, para el consumo humano con el fin de garantizar que los productos se elaboren en las condiciones sanitarias adecuadas (Alcaldia de bogota, Alcaldia de bogota , 2017).

**NTS-USMA 007 norma técnica sectorial colombiana**

El objetivo principal de esta norma es fijar los requisitos necesarios que debe cumplir los establecimientos de industria gastronómica con el fin de garantizar la calidad de los alimentos desde la materia prima, procesamiento, almacenamiento, transporte y todo aquello que tenga que ver de manera directa con la fabricación de un alimento buscando proteger la salud del consumidor (Fontur, 2017).

**Ley 9 de 1979 Manipulación de alimentos y algunas ambientales**

Estas normas rigen las disposiciones y reglamentaciones necesarias para proteger y mejorar las condiciones sanitarias de la salud humana de igual manera los procedimientos y las medidas que se deben adoptar para la regulación, legalización y control de los descargos de

residuos y materiales que afectan o pueden afectar las condiciones del Ambiente (Alcaldia de bogota , Alcaldia de bogota, 2017).

#### **Resolución 5109 de 2005**

Esta resolución establece los reglamentos técnicos sobre los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano con el fin de proteger y preservar la salud de los consumidores (Invima, Invima, 2017).

#### **Resolución 765 de 2010**

El objetivo principal de esta resolución es regular el proceso de capacitación para manipulación de alimentos la cual es dirigida a personas Naturales y Jurídicas es decir a establecimientos que se dedique al almacenamiento, distribución, preparación y/o expendio de alimentos, estableciendo que se debe ofrecer al personal manipulador el curso de manejo higiénico de alimentos con intensidad mínima de seis (6) horas, desde el momento de su contratación.

Adaptándose a lo estipulado en la Ley 1122 de 2007 en la que se establecen las competencias del INVIMA (Alcaldia de bogota, 2017).

#### **Decreto 2162 de 1983**

Este decreto establece los reglamentos que rige la producción, procesamiento, transporte y expendio de los productos cárnicos procesados con el objetivo principal de garantizar las buenas prácticas y elaboración de esta clase de productos (Invima, 2017).

**Resolución 2674 de 2013 Min. de Salud y protección Social**

Esta resolución tiene como fin establecer los requisitos sanitarios que deben cumplir las personas naturales y/o jurídicas que ejercen actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos y los requisitos para la notificación, permiso o registro sanitario de los alimentos, según el riesgo en salud pública, con el fin de proteger la vida y la salud de las personas (Alcaldía de bogota, 2017).

**Decreto 3075 de 1997**

Este decreto establece un conjunto de buenas prácticas de manufactura con el objetivo de garantizar la higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado, almacenamiento transporte y distribución de los alimentos de consumo humano con el fin que estos se elaboren en condiciones sanitarias adecuadas buscando la calidad y salud del consumidor (Alcaldía de bogota , 2017).

**ANTECEDENTES O ESTADO DEL ARTE**

A continuación, se muestran algunos antecedentes con relación a nuestra modalidad y/o producto que se pretende comercializar.

A nivel mundial se puede mencionar un proyecto de grado de una línea de selección corte y marinado de pollo donde existía una problemática y era que las corporaciones controlan el 75% de la producción avícola, dejando un 25% para los pequeños productores, lo que obliga a

que requieren gastar más dinero para obtener un producto de alta calidad; el concluye diciendo que a través de un flujo de procesos pudo determinar que existían procesos que se podían omitir los cuales retrasaban el proceso y no dejaban que estos fueran eficientes (Cortez, 2017).

Por otro lado, sacan un proyecto sobre comercialización e industrialización de aves en la provincia de Santa Elena en donde existe un gran déficit de esta carne en esta ciudad, por ello ven la oportunidad de negocio para poner en marcha una organización que supla dicha demanda creciente de carne de avícola; concluyen diciendo que el estudio de factibilidad es viable puesto que todos los estudios dieron resultados positivos. Aunque existe una limitante y es que hay un tabú por parte de esta población para consumir este tipo de carne (Cardenas, Carreño, & Parraga, 2017).

También en Ecuador un proyecto de factibilidad sobre el procesamiento de y comercialización de carne de cuy en la ciudad de Quito, donde dice que el consumo del Cuy ha disminuido por el creciente consumo de alimentos de países industrializados. Él dice en su trabajo que existe un déficit de esta carne la cual es creciente, lo busca con el proyecto es volver a la parte tradicional y aprovechar este mercado creciente (Torres, 2017).

A nivel Nacional se puede comenzar con un estudio de factibilidad para la creación de una empresa procesadora de carne de conejo en Oiba Santander, allí muestra cómo la carne de conejo es más saludable para el consumo humano que otras carnes, en especial por la cantidad

de grasas, en su estudio de factibilidad concluyó que es una gran limitante, porque el sector Colombiano aún no tiene una organización que hable y/o comercialice este tipo de carnes no tradicionales, lo que conlleva a que exista poca información, la cual pueda contribuir al estudio de factibilidad (Cardenas I. , 2017).

En la ciudad de Acacias Meta se propone a sacar un estudio de factibilidad para la implementación de una granja canícula, viendo la oportunidad de este producto como un alimento para subsanar la desnutrición de los campesinos en países de desarrollo, donde se evidenció que no es factible según los estudios realizados en el municipio, puesto que existe un desconocimiento total del consumo de carne de conejo, a pesar de que consumen especies exóticas como chigüiro, gurre, venado etc. (Lopez & Castilla, 2017).

En la ciudad de Florencia Caquetá pretenden hacer un proyecto de producción y comercialización de carne de pollo en este municipio donde se evidenció ausencia principal de esta comercialización, la cual brinde al consumidor un producto de calidad y aun precio asequible, satisfaciendo las necesidades del consumidor, concluye diciendo que para montar la empresa es viable, pero existe un inconveniente y es que el inversionista tiene que asumir riesgos expuestos en el proyecto, como los problemas eléctricos que afronta el municipio, lo que perjudica las ventas (Guerra , 2017).

Un plan de negocios para la reestructuración de la Avícola Carvajal, el cual mejorará la capacidad de la empresa, expandiendo las instalaciones, buscando con ello un mayor cubrimiento de la demanda para incrementar las ventas, teniendo presente que algunos costos

fijos se conservan pudiendo apuntar a un diferenciación en costos bajos y calidad (Buitrago & Bohorquez, 2017).

Realiza un estudio de Factibilidad para la creación de una comercializadora de carne saludable en la región centro occidente del departamento de Risaralda. El estudio muestra que se va a comercializar carnes de Res, Búfalo, Cerdo; Pollo y Pescado, en la zona de Pereira y Dosquebradas del Departamento de Risaralda; brindando alta expectativa de implementación, puesto que las alternativas elegidas se adecuan a la posibilidad de realizar el proyecto y la oportunidad de comercializarlos, mostrando que el producto es factible, en primer lugar en la parte financiera la tasa de oportunidad es más alta que la del mercado, la demanda de los productos; res, cerdo, pollo y pescado se encuentra satisfecha a nivel regional, pero sin embargo busca comercializar de forma agresiva al ofrecer productos saludables con calidad y precio (Pino, 2017).

En el año 2011 se realizó un Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Empresa Productora y Comercializadora de Carne de Pollo Raza Ross en el Municipio de Tabio Cundinamarca. Dicho estudio busca un desarrollo, expansión de la crianza y comercialización, especialmente en el departamento de Cundinamarca, existe una carencia, a pesar de las industrias, que cubran la región nororiental del departamento con pollo de calidad y con buenos estándares de salud. Generó un plan de mejoramiento y expansión para la misma, abriendo un mercado sustentado en la cadena de distribución, obteniendo convenios con distribuidores directos. A través del trabajo determinó que es viable la realización del proyecto, porque la producción y comercialización de esas carnes es mínimo, junto con los estudios que se

realizaron, aunque los riesgos a los cuales se debe enfrentar la empresa son altos (Ruiz & Penagos, 2017).

A nivel Regional, una comercializadora de pollo en canal en la ciudad de Armenia (Quindío), analiza todos los factores que se requieren como el de marketing, técnico, legal-organizacional, ambiental y Financiero, concluye diciendo que la comercializadora de pollo en la ciudad, es una propuesta factible al ser realizable desde el punto de vista técnico, tanto viable como rentable al verse desde una perspectiva financiera. Además, toda la maquinaria que se requiere la cual nos la arrojó el estudio técnico se puede encontrar dentro del territorio Colombiano. La rentabilidad que genera el pollo es de un 85.6% (Arias, 2017).

Se puede concluir tras de revisar estos antecedentes anteriormente descritos, que la gran mayoría de los estudios de factibilidad para la creación de la empresa, usaron técnicas de recolección como la encuesta y la observación, con métodos entre Cualitativo y Cuantitativo. También se puede llegar a decir que a las conclusiones que llegaron la gran mayoría de los autores es que los proyectos son factibles por el estudio financiero y de mercadeo, a diferencia de uno que tiene una limitante y es la cuestión de electricidad, puesto que en el municipio donde se piensa montar la empresa, tiene problemas con este servicio tan esencial para una organización.

## **TIPO DE ESTUDIO**

El tipo de estudio que se utilizara en la investigación será de tipo descriptiva y explicativa debido a que se busca conocer la demanda y el acogimiento que el producto podría tener en dicho sector, con el fin de identificar los aspectos más importantes que influyen en la venta y consumo de este.

### **Investigación descriptiva**

Este tipo de investigación explica de manera sistemática las características de una población por medio de la recolección de datos e información con el fin de analizarla y extraer aportes significativos que contribuyan al conocimiento, buscando principalmente identificar las situaciones y costumbres predominantes por medio de la descripción exacta de las diferentes variables sin limitarse en la recolección de datos si no estableciendo las relaciones que hay entre dos o más variables (Varieduca, 2017).

## **DISEÑO METODOLÓGICO**

### **Objeto y Unidad de análisis**

Para la realización de la presente investigación se estudiarán a restaurantes, que se dedican a comercializar carnes blancas en la ciudad de Armenia Quindío, con el fin de extraer información relevante que contribuya a determinar el nivel de factibilidad que posee la creación de este tipo de empresas en este sector.

**Área de Estudio**

El estudio presente se realizará en el Departamento del Quindío, en la ciudad de Armenia. A continuación se describe todo lo relacionado con el municipio.

El Departamento del Quindío está ubicado en la parte centro - occidental del país, localizado entre los 04° 04' 41" y 04° 43' 18" de Latitud Norte y entre los 75° 23' 41" y 75° 53' 56" de Longitud Oeste (Rancholasociedad, 2017).

**Extensión Y Límites.**

La superficie es de 1.845 km<sup>2</sup> y limita por el Norte con los Departamentos del Valle del Cauca y Risaralda, por el Este con el Departamento del Tolima, por el Sur con los Departamentos de Tolima y Valle del Cauca y por el Oeste con el Departamento del Valle del Cauca. (Rancholasociedad, 2017)

**División Administrativa.**

El Departamento está dividido en 12 municipios: Armenia, ciudad capital, Buenavista, Calarcá, Circasia, Córdoba, Filandia, Génova, La Tebaida, Montenegro, Pijao, Quimbaya y Salento; 4 corregimientos, 34 inspecciones de policía, numerosos caseríos y sitios poblados. Los municipios están agrupados en 10 cabeceras de círculo notarial con un total de 14 notarías, un círculo principal de registro con sede en Armenia y 2 oficinas seccionales de registro con sede en Calarcá y Filandia; un distrito judicial, Armenia, con 2 cabeceras de circuito judicial en Armenia y Calarcá. El departamento conforma la circunscripción electoral

de Quindío. El 1° de enero de 1995 tenía registrados 92.345 predios urbanos y 15.909 predios rurales (Rancholasociedad, 2017).

### **Medio Natural. Fisiografía.**

En el territorio quindiano se distingue dos tipos de relieves, el primero es montañoso en el Oriente y el segundo es ondulado en el Occidente. El montañoso corresponde al flanco Occidental de la cordillera Central, el cual se extiende en dirección Sur - Norte, con pendientes abruptas, muy relacionadas con la litología, en su mayoría rocas metamórficas. La mayor elevación es el volcán del Quindío. El segundo corresponde al área cubierta de flujos de lodos volcánicos transportados por los ríos, el modelado es suave de colinas bajas. En la faja más Occidental de esta morfología se encuentran los valles de los ríos Barragán al sur, de aluviones recientes y el de La Vieja en el sector norte, de rocas sedimentarias (Rancholasociedad, 2017).

### **Hidrografía.**

Los ríos mencionados reciben todas las corrientes que descienden de la cordillera, sobresalen los ríos San Juan, Rojo, Verde, Espejo y Quindío, el de mayor longitud y con numerosos tributarios (Rancholasociedad, 2017).

**Clima.**

La distribución de las lluvias está condicionada a los desplazamientos de la Zona de Convergencia Intertropical (ZCIT), el relieve y la circulación atmosférica. Los meses de máxima cantidad de lluvia se presenta en dos temporadas comprendidas entre Marzo a Mayo y Septiembre a Noviembre, los períodos de menor pluviosidad son Enero a Febrero y Junio a Agosto. La temperatura promedio oscila entre los 18° y 21°C aptas para el crecimiento del café en todas sus fases. Las tierras están comprendidas en los pisos términos templado, frío y bioclimático páramo. Comparte con los departamentos de Caldas, Risaralda y Tolima el parque nacional natural de Los Nevados (Rancholasociedad, 2017).

**Demografía.**

Según datos preliminares del CENSO de 1993, la población total era de 391.426 habitantes, de los cuales 340.331 corresponden a las cabeceras municipales y 51.095 al sector rural, agrupados en 91.519 hogares que habitaban 83.756 viviendas. La población de 10 años y más, según condición de actividad, está distribuida en 49% económicamente activa, 19% estudiantes, 26% oficios del hogar, 1% jubilados y pensionados y el 5% en otra situación. La población, en su mayoría mestiza, tuvo su origen en la mezcla de grupos indígenas con españoles. La colonización antioqueña, a principios del siglo XIX, de igual forma marcó las características en la población quindiana (Rancholasociedad, 2017).

**Actividades Económicas.**

La actividad agrícola es muy importante en la economía de este departamento; su principal cultivo es el café, histórico baluarte de la economía departamental y nacional, que en la actualidad cubre 68.472 hectáreas. Otros cultivos que en los últimos años han incrementado su producción son el plátano (44.941 hectáreas), yuca (9.854 hectáreas), sorgo, soya, frijol, maíz y cacao. Cabe destacar que a través del plan de diversificación agropecuaria promovido últimamente, los cítricos han tomado un auge importante, no solamente por la potencialidad del mercado, sino por la importante fuente de trabajo que representan frente a la posibilidad de una agro industrialización del producto. La ganadería ocupa un lugar destacado en su economía, cuenta con 77.740 cabezas de ganado vacuno, 20.336 porcinos, 4.740 equinos, 1.751 mulares, 97 asnales, 283 caprinos y 410 ovinos. La explotación minera reporta una producción de oro de 666.4 gramos anuales; este mineral se encuentra en pequeñas minas ubicadas en la vertiente occidental de la cordillera Central; también se explota en menor cantidad plata, plomo y zinc; en cuanto a minerales no metálicos se explotan arcilla, caliza y dolomita. El desarrollo industrial del departamento no es muy significativo, tiene registrados 721 industrias y 5.624 establecimientos comerciales. La actividad industrial de mayor importancia es la agroindustria de alimentos, mientras que su adecuada estructura vial y de servicios ha facultado el desarrollo del comercio. El sistema financiero en el departamento presentó (1994) 147.550 millones de captaciones y 153.639 millones en colocaciones. La participación departamental en el producto interno bruto (PIB) es de 1,35% del total nacional (Rancholasociedad, 2017).

El Turismo Rural y ecológico, es fuente de la economía en el Quindío, ya que todo Colombia se ha volcado al turismo interno, esta región centro del eje cafetero donde se encuentran ubicados El Parque nacional del Café, Panaca y todas las atracciones turísticas, que conjugan con las hermosas haciendas, chalets y casas fincas cafeteras , la amabilidad de la gente y su exquisita gastronomía, con sus restaurantes típicos ubicados en las carreteras para atender al turismo, así mismo en Armenia podrá encontrar sitios de interés y restaurantes con todo tipo de comida. Podrá hacer recorridos turísticos las agencias de viaje y operadoras le podrán dar guías, mapas, e información turística y planear una visita de gran placer al eje cafetero (Rancholasociedad, 2017).

### **Vías De Comunicación**

El departamento tiene una red vial que le permite a todos los municipios comunicarse entre sí y con la ciudad capital, al igual que con los departamentos vecinos y la capital de la República. Cuenta con el aeropuerto internacional " El Edén", ubicado en Armenia (Rancholasociedad, 2017).

### **Desarrollo Social.**

El departamento dispone de 18 hospitales, una clínica del Instituto de los Seguros Sociales, 12 centros de salud con un total de 708 camas, 12 puestos de salud, 189 médicos vinculados con el sector oficial y 993 centros de atención de diferentes modalidades del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar. Las cabeceras municipales cuentan con 218

establecimientos de preescolar, 11.112 alumnos y 591 profesores; 228 establecimientos de primaria, 126.269 alumnos y 4.283 profesores; 103 establecimientos de educación media, 56.141 alumnos y 2.749 profesores; el sector rural cuenta con 37 establecimientos de preescolar, 1.197 alumnos y 55 profesores; 589 establecimientos de primaria, 30.596 alumnos y 1.203 profesores; 32 establecimientos de educación media, 5.903 alumnos y 422 profesores. El departamento tiene 4 centros universitarios que ofrecen formación universitaria profesional, técnica profesional y tecnológica profesional, uno de los cuales ofrece estudios de especialización y maestría; el SENA (1994) dictó 477 cursos en diferentes áreas técnicas a 9.205 alumnos. La tasa de analfabetismo de la población de 15 y más años es de 8,56%. La proporción de hogares que dispone de acueducto es de 99,2%, alcantarillado 99,3% y energía eléctrica 99,8%. La población con necesidades básicas insatisfechas es del 19,3%. Todas las cabeceras municipales cuentan con servicios de telefonía, telegrafía, correo nacional y sucursal de la Caja Agraria (Rancholasociedad, 2017).

### **Cultura Y Turismo.**

El departamento cuenta con 28 bibliotecas, un diario, 8 emisoras en AM y 4 en FM, 6 teatros y varios escenarios de deportivos. Entre los sitios turísticos representativos de la región cabe mencionar el museo del oro Quimbaya en Armenia, el Parque Nacional del Café en Montenegro, el museo de fotografía B.C.H., en Calarcá, y el museo del canasto cafetero en Finlandia. Quindío posee escenarios de gran belleza natural como el Parque Nacional de Los Nevados, las cavernas en Génova, el Valle de Cocora, donde se puede observar la palma de cera (árbol Nacional), la cascada de Santo Domingo, la reserva forestal de Navarro. Además

de la hermosa arquitectura de centros urbanos como de Filandia, Circasia, Armenia y Calarcá, al igual que las fincas cafeteras que presentan hermosos contrastes por la variedad de cultivos y el diseño de las casonas. Anualmente se celebran el reinado nacional de La Chapolera y la exposición nacional equina en Armenia; el reinado nacional del café en Calarcá, la fiesta de la cosecha en Montenegro, el festival del Jipao y otras fiestas de carácter local. Para atender a los turistas cuenta con hoteles y otras formas de hospedaje en sus diferentes municipios (Rancholasociedad, 2017).

### **Impacto Ambiental.**

Los principales problemas ambientales del departamento están relacionados con la culturización de sus suelos; debido a las pronunciadas pendientes, los terrenos de ladera se ven afectados por la erosión; las fuentes hídricas están contaminadas por las actividades agrícolas, especialmente del beneficio del café, este fenómeno se observa en los ríos Cristales, Roble, Buenavista y Barragán. Para atender el desarrollo de planes ambientales departamentales y regionales se creó la Corporación Autónoma Regional del Quindío (CRQ), por medio de la Ley 99 de 1993 (Rancholasociedad, 2017).

### **Reseña Histórica.**

El territorio departamental se encontraba habitado a la llegada de los conquistadores españoles Jorge Robledo, Francisco de Creza, Sebastián de Belalcázar y otros, por algunas tribus indígenas, entre los cuales los quimbayas eran los más importantes; eran ellos indios laboriosos y afamados orfebres, como lo demuestran los bellos objetos elaborados en oro que

aún se observan. Durante la Colonia el territorio siguió ocupado por indígenas, puesto que los españoles se establecieron al norte, en la población denominada Cartago. Los españoles abandonaron el territorio y se trasladaron al Valle del Cauca debido al acecho de los pijaos que les impedían la comunicación con Santa Fe; el territorio quedó deshabitado durante 200 años, hasta la llegada de los primeros colonos antioqueños, a finales del siglo XIX, determinándose así el comienzo del crecimiento acelerado de la población del Quindío. Fue erigido unidad departamental por medio de la Ley 2 de 1966 (Rancholasociedad, 2017).

### Decisión Muestral

La ciudad de Armenia cuenta con 1047 establecimientos de comercio, restaurantes, registrados ante Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío, con lo cual se tomará una muestra con la siguiente fórmula, con el fin de aplicar una encuesta.

$$Z = 1 - \left(1 - \frac{NC}{2}\right); Z = 1 - \left(1 - \frac{0,95}{2}\right);$$

$$Z = 1 - 0,025; Z = 0,975 \quad Z \cong 1,96$$

$$\eta^{\circ} = \frac{Z^2 * P * Q}{d^2} \quad \eta^{\circ} = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2} \quad \eta^{\circ} = \frac{0,9604}{0,0025}$$

$$\eta^{\circ} = 384,16$$

$$\eta = \frac{\eta^{\circ}}{1 + (\frac{\eta^{\circ}}{N})} \quad \eta = \frac{384,16}{1 + (\frac{384}{1047})} \quad \eta = \frac{384,16}{1,37}$$

$$\eta = 280$$

Dónde:

Z: Equivale en la tabla nivel de confianza

NC: Nivel de confianza (95%)

n<sub>0</sub>= Aproximación a la muestra

P= Posibilidad de éxito (50%)

Q= Posibilidad de fracaso (50%)

d= Margen de error (5%)

N= Población (1047)

n= Tamaño de la muestra

Mediante las formulas implementadas, se determinó que, para un universo de 1047 establecimientos tipo restaurante, se tomará una muestra de 280 para realizar la respectiva encuesta.

### **Método o métodos de investigación**

El método que se utilizará en esta investigación será el inductivo.

**Método inductivo**

Este método es aquel que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares, se utilizara debido a que componente principal para recolectar información es la encuesta, por medio de la cual se pretende obtener información con el fin de analizarla y poder clasificar las condiciones en la que se encuentra el mercado y de esta manera poder conocer las oportunidades que puede poseer la creación de esta empresa (Porto , 2017).

**Fuentes, técnicas e instrumentos de recolección de información**

Las fuentes, técnicas e instrumentos de recolección de información que se van a utilizar para recopilar la información serán las encuestas y visitas a los restaurantes ubicados en la ciudad de Armenia y algunas revisiones bibliográficas. Cuyo instrumento a utilizar será un cuestionario escrito en el ordenador

**Procedimiento para la obtención y análisis de datos**

Para la obtención y análisis de datos se recurrió a cuestionarios los cuales serán tabulados en el programa Excel para su posterior análisis.

**Posibles fuentes de error**

Las posibles fuentes de error que se deben considerar son:

- La mala estructuración del cuestionario lo cual arrojaría datos erróneos y desviaría la investigación objeto de estudio así mismo malos resultados.
- Que las personas a los cuales se les va a practicar la encuesta no responda con datos verídicos, generando malos resultados.
- Malas interpretaciones de los datos.
- Mala definición de la población.

- Error al registrar los datos al momento de tabular.
- Tamaño de la muestra
- Malas referencias bibliográficas para el desarrollo del trabajo.

### **MODALIDAD**

El presente trabajo forma parte de la modalidad CREACIÓN DE EMPRESAS, el cual pertenece al programa académico Administración de Empresas de la Facultad Ciencias de la Administración de la Universidad del Valle.

### **Justificación de la cantidad de Integrantes**

Se decidió trabajar en pareja porque dos personas tienen mayor capacidad a conducir a mejores ideas y decisiones, para un mejor desarrollo del trabajo, puede generar mayor calidad en los resultados, pues existe la probabilidad de que algo se pase por alto si se trabaja de manera individual, todo contribuyendo de manera positiva para la culminación de los objetivos propuestos en el presente proyecto.

## CAPITULO II: ESTUDIO DE MERCADO

### Análisis de las 5 fuerzas de Porter

Analizar el nivel de competencia dentro del mercado con el fin de desarrollar e implementar estrategia. Lo cual está compuesta por 5 fuerzas, ver figura 1, que determinan la intensidad de competencia y rivalidad en una industria, con el fin de identificar oportunidades de inversión y rentabilidad



Figura 1 Las Cinco Fuerzas de Michael Porter

Fuente: [www.5fuerzasdeporter.com](http://www.5fuerzasdeporter.com)

El estudio de mercado pretende recopilar y analizar información acerca de las preferencias del consumidor, junto a los hábitos de consumo, el comportamiento de la oferta y la demanda

disponible. Con el fin de clasificar el mercado específico del consumo de pollo, para establecer una estrategia comercial.

El entorno específico del proyecto brinda la posibilidad de contar con gran cantidad de proveedores de la materia prima, para su transformación y luego ser comercializada, lo que hace a este mercado más atractivo para incursionar con un producto con valor agregado, pollo adobado.

### **Identificación Del Producto**

El pollo se emplea para designar a la cría de las aves y especialmente a las de las gallinas, aunque, también se emplea la palabra para denominar al gallo o a la gallina joven, principalmente a aquellos que se destinan al consumo (ABC, 2017).

Además, es el pollo que se suele sacrificar entre las 5 y las 16 semanas de vida, con un peso promedio entre 1 y 3 kilogramos, siendo una carne fresca y tierna, la que se va a manejar va a ser un pollo industrial, el cual es criado de manera intensiva en granjas industriales, de engorde rápido hasta alcanzar un peso de 1kg, estando su carne más pálida que el pollo de corral y de un sabor menos intenso (Fenavi, Fenavi, 2017).

El pollo es una carne rica en proteínas de alto valor biológico en vitaminas (complejo A y B), minerales fundamentales para el buen funcionamiento del organismo, favoreciendo su inclusión en la alimentación, pues ayuda al desarrollo del crecimiento adecuado en las etapas tempranas de la vida, como el mantenimiento de la masa muscular en etapas tardías, el secreto está en su valor nutricional, beneficiando la salud visual, integridad del sistema nervioso, producción de glóbulos rojos y la salud de la piel (Acomerpollo, 2017).

En Colombia el consumo de pollo cuenta con un gran aliado: Asociación Colombiana de Endocrinología, Diabetes y Metabolismo –ACE-, entidad que busca una alianza con la Federación Nacional de Avicultores de Colombia –FENAVI-, para llegar con contenidos científicos a la comunidad en general que contribuyan a la desmitificación de las falsas creencias y los beneficios de este noble alimento (Fenavi, 2017).

Con la creación de una nueva comercializadora de pollo adobado dirigida a restaurantes de la ciudad de Armenia Quindío, se busca reducir el tiempo que los empleados deben permanecer en la cocina adobando, aliñando o marinando esta carne, convirtiéndose en restaurantes un poco más eficientes, pues se está reduciendo tiempo en la cadena de producción de éstos; tiempo que pueden utilizar para preparar otros tipos de platos o alimentos como ensaladas, postres etc., inclusive con este tiempo se podría mejorar el tiempo de atención al cliente desde el momento de entrar hasta ser atendido. Siendo algo positivo para la organización pues está prestando un mejor servicio. Esto sin contar que lo que se pretende no es imponer nuestro producto, sino que también sería una nueva opción que pueden ofrecerle al cliente, una nueva manera de ofrecer el plato, todo ellos con fin de diversificar y abrir el mercado del restaurante.

Un factor importante a tener en cuenta y que beneficia la empresa es el aumento del consumo de esta carne, pollo, en los últimos tiempos, así como lo afirma FENAVI, con un crecimiento de 4,6% en la producción avícola durante el primer semestre y una caída en los precios al consumidor, es posible que a final del año los colombianos hayan consumido 32,2 kilos per cápita de carne de pollo y 272 huevos, que son las cifras proyectadas por la agremiación para el cierre de 2017. En total, entre enero y junio, la producción avícola llegó a 1,15 millones

de toneladas, 756.116 de pollo y 400.186 en huevo, un crecimiento del 4,56% y 4,84% contrastado con el mismo periodo del año 2016 (La republica, 2017).

Según FENAVI (Federación Nacional de Avicultura de Colombia) son de vital importancia para la alimentación de las personas porque como se dijo anteriormente, por la cantidad de vitaminas que posee, las cuales son consideradas necesarias para el buen desarrollo de las personas en la primera etapa de vida y para la conservación de la masa muscular de los adultos. A continuación, se muestra en tabla 2, el valor nutricional de esta carne:

Tabla 2  
*Tabla Nutricional del Pollo*

| <b>NUTRIENTES</b> | <b>CANTIDAD<br/>(100 G)</b> |
|-------------------|-----------------------------|
| Energía (kcal)    | 173                         |
| Proteínas (g)     | 20.2                        |
| Lípidos (g)       | 10.2                        |
| AGS (G)           | 1.3                         |
| AGMI (g)          | 2.5                         |
| AGPI (g)          | 1.2                         |
| Colesterol (mg)   | 66                          |
| AGW3 (g)          | 0.06                        |
| AGW6 (g)          | 0.32                        |
| Rel W6/W3 (g)     | 5.3                         |
| Hierro (mg)       | 1.5                         |
| Calcio (mg)       | 14                          |
| Fósforo (mg)      | 200                         |
| Sodio (mg)        | 119                         |

|                  |      |
|------------------|------|
| Potasio (mg)     | 292  |
| Vitamina A (UI)  | 107  |
| Vitamina B1 (ug) | 100  |
| Vitamina B2 (ug) | 200  |
| Vitamina B3 (mg) | 9    |
| Vitamina B6      | 0.28 |
| Folato (mcg)     | 5.0  |

*Fuente: FENAVI*

### **Análisis De La Demanda**

La empresa POLLOS ADOBADOS S.A.S. ha enfocado el proyecto a un mercado estratificado, propiamente a restaurantes de toda la ciudad de Armenia, Quindío, cabe resaltar que se realizó una muestra la cual arrojó 280 restaurantes ha encuestar. Se realizó de esa manera porque se considera que todas las personas de diferentes estratos pueden ir a comer a diferentes restaurantes, y como nuestros clientes no son los consumidores propiamente en sí, sino los restaurantes los encargados de ofrecer platos de comidas, los cuales ya están constituidos y cuentan con una trayectoria y reconocimiento de sus productos, las ventas ya estarían estimadas por el encargado del restaurante, con el fin de crear un nuevo producto que el cliente pueda escoger, abriéndole el mercado al restaurante pues se está diversificando sus productos.

**Distribución Geográfica Del Mercado**

“Una proyección de la Asociación Nacional de Instituciones Financieras (Anif) señala que el PIB del sector comercio, restaurantes y hoteles se expandirá al 2,4% en el año 2017” (Portafolio, 2017).

Cuyas cifras hablan por sí solas. Según el DANE el sector de hotelería y restaurantes (excluyendo comercio) fue el sexto rubro de mayor crecimiento en la economía nacional con un 5,95%, lo cual se tradujo en ventas por \$6 billones. Las ventas también han aumentado de forma importante, pues según el presidente de la Asociación Colombiana de Restaurantes, Acodres, han venido creciendo un 6% anual desde hace cuatro años (Toro , 2017).

El Quindío la oferta gastronómica ha crecido en ese departamento un 8,64%, a pesar que los afiliados a Acodres han reportado un baja respecto a años anteriores del 15% en ventas, debido en gran medida a la reforma tributaria, pero esto no ha afectado en gravemente al Quindío como a otras regiones del país. (Estrada, 2017)

**Comportamiento Histórico De La Demanda:**

En Colombia, durante el siglo XX, la carne de mayor demanda fue la de res, seguida de la de cerdo y la de pollo. Esta última comenzó a superar a la de cerdo en 1979 y desde 2006 tomó la primera posición como proteína de origen animal elegida por los consumidores, siendo el consumo per cápita cuatro veces superior a la carne de cerdo y un tercio superior a la de res. Entre 2000 y 2013, el consumo de carne de pollo se duplicó pasando de 14,2 kilogramos por persona a 27,1 kilogramos en 2013 (Banrep, 2017).

En la figura 2 se puede ver el consumo per cápita de carne de pollo, res y cerdo en Colombia, 1961-2013

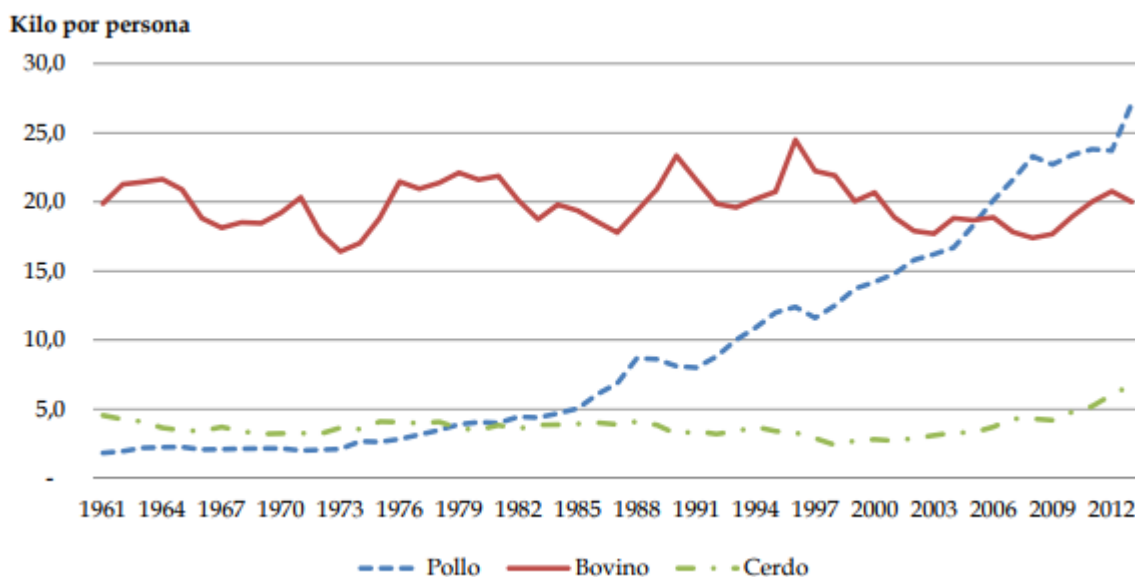


Figura 2 Consumo per cápita de la carne de Pollo

Fuente: Banrep

La carne de pollo es la más consumida a nivel mundial. La actual situación económica ha favorecido este estatus ya que se trata de un alimento sano, nutritivo y de precio asequible.

Según un informe de FENAVI sobre el consumo de pollo se puede evidenciar el crecimiento constante que este ha tenido al transcurrir de los años, debido a que las proyecciones realizadas para el 2016 se cumplieron por encima de las expectativas. El sector creció 4,4 por ciento y lo ubicó como uno de los más importantes del crecimiento del campo que tuvo el país, el año pasado superaron los 795 millones, y para el 2017 se espera superar los 800 millones. El consumo de pollo viene en constante crecimiento, y por las características de producción y de la búsqueda de mayor valor agregado, el consumo seguirá aumentando.

A continuación, se muestra en la tabla 3, el consumo per cápita de pollo (kg/año/persona)

Tabla 3  
*Consumo Per Cápita de Pollo*

| Año     | Consumo per cápita |
|---------|--------------------|
|         | Pollo (kilos/año)  |
| 2005    | 18,3               |
| 2006    | 20,1               |
| 2007    | 21,6               |
| 2008    | 23,3               |
| 2009    | 22,7               |
| 2010    | 23,4               |
| 2011    | 23,8               |
| 2012    | 23,9               |
| 2013    | 27,1               |
| 2014    | 29,5               |
| 2015    | 30,2               |
| 2016    | 31,5               |
| 2017 PY | 32,2               |

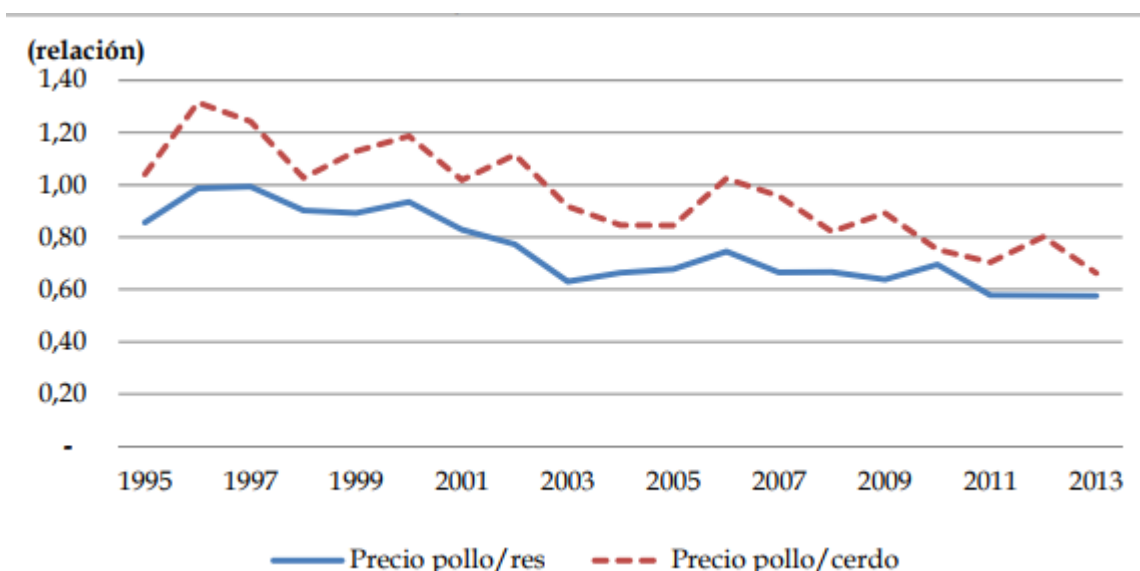
Nota: PY=

Proyectado

---

*Fuente: FENAVI*

Precios de la carne del pollo en canal en relación con los de la carne de res y de cerdo, se pueden observar en la figura 3, para los años 1995-2013.



*Figura 3 Precios Históricos de la Carne de Pollo*

*Fuente: Banrep*

Gracias al avance tecnológico en la selección de genética y el buen manejo nutricional, los ciclos de producción avícola se acortaron, comparados con los de las otras dos especies citadas. En los años cincuenta un pollo tardaba cinco meses para alcanzar dos kilos de peso y era necesario 5 kilogramos (kg) de alimentos, Hoy un pollo tarda alrededor de 42 a 45 días en crecer hasta alcanzar el peso indicado para su sacrificio, y se necesitan casi 2 kg de alimento para producir 1 kg de carne. Para el caso de la producción porcina, se tardan alrededor de 6 meses y 3 kg de alimento aproximadamente para producir 1 kg de carne, y para el caso de la carne bovina cerca de 30 meses y el equivalente de 7 kg de alimento para producir 1 kg de carne.

Esta mayor productividad ha permitido que el precio de la carne de pollo en canal sea inferior al de res y cerdo. el precio del pollo en canal en la década de los noventa era superior al del cerdo y a partir de 2003 comenzó a bajar hasta llegar a ser el 66,2% en 2013.

Comparado con el de la carne, se ha mantenido por debajo con una tendencia decreciente hasta 2011 que se estabilizó en 57,5% (Puricelli, 2017).

De igual manera este sector ha venido registrando un importante crecimiento dentro de la economía nacional y durante el año 2015 la producción de pollo presentó un crecimiento del 4,8% alcanzando los 1,4 millones de toneladas alcanzando el negocio avícola a nivel nacional una cifra de \$14,8 billones (Minagricultura, 2017).

Tabla 4  
*Producción de Pollo*

| <b>ACTIVIDAD</b>               | <b>VALOR /NUMERO</b> |
|--------------------------------|----------------------|
| Granjas Avícolas               | 3.000                |
| Total Galpones                 | 30.750               |
| Participación PIB agropecuario | 12%                  |
| Participación PIB pecuario     | 30%                  |
| Empleos Directos               | 400.000              |
| Empleos Indirectos             | 1'200.000            |

*Fuente: Minagricultura*

### **Demanda Actual**

Antes de realizar la encuesta se efectuó una prueba piloto en los diferentes restaurantes con el fin de conocer, la acogida que tendría el producto, después de dicha encuesta piloto (figura 4), se reestructuro el cuestionario y se procedió a aplicarlo (figura 5).

## Encabezado: CREACIÓN DE EMPRESA

 **CUESTIONARIO**

El presente cuestionario se realiza con el fin de conocer el nivel de consumo de pollo en la ciudad de Sevilla Valle, para obtener así la información, la cual se analizará para determinar la acogida que tendrá el estudio de factibilidad para la creación de una empresa distribuidora de pollo adobado a restaurantes. Toda la información que se obtenga a través del presente cuestionario se le dará un uso netamente académico, se garantiza que la información suministrada será confidencial y de exclusivo uso académico.

- ¿Qué variedad de pollo compra para comercializar?
- ¿Cuánto tiempo lleva de funcionamiento el establecimiento (años)?  
a. Entre 1 y 2 años b. Entre 3 y 4 años c. Entre 5 y 6 años d. Más de 6 años
- ¿Dónde compra el pollo que usted comercializa?  
a. Comercializadora b. Avícola c. Otro \_\_\_\_\_
- ¿Por qué compra el pollo en ese lugar?  
a. Peso b. Precio c. Nombre de Marca d. Comodidad e. Otro \_\_\_\_\_
- ¿Cómo comercializa usted el pollo?  
a. Partes b. Entero c. Medio d. Otro \_\_\_\_\_
- ¿Cuántos kilos de pollo compran en promedio semanalmente?  
a. Entre 10 y 20 ks b. Entre 30 y 40 ks c. Entre 40 y 50 ks d. Más 50ks
- ¿Cuál es el costo promedio de compra por Libra (Lb)?  
a. Entre \$2000 y \$2500 b. Entre \$3000 y \$3500 c. Otro \_\_\_\_\_
- ¿Qué días se vende más pollo? Marcar con una X

| Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado | Domingo | Festivos |
|-------|--------|-----------|--------|---------|--------|---------|----------|
|       |        |           |        |         |        |         |          |

- ¿Qué cree usted que el cliente tiene en cuenta a la hora de comprar pollo?  
a. Precio b. Tamaño c. Servicio d. Sabor e. Otro \_\_\_\_\_
- ¿Cada cuánto compra pollo?  
a. Diario b. Cada 3 días c. Semanal d. Otro \_\_\_\_\_
- ¿Le gustaría a usted encontrar un pollo ya adobado?  
a. Probablemente sí b. Probablemente no c. Definitivamente sí d. Definitivamente no
- ¿Si lo encuentra estaría dispuesto a comercializarlo en su establecimiento de comercio?  
a. Probablemente sí b. Probablemente no c. Definitivamente sí d. Definitivamente no
- Cree usted que el pollo adobado sería un buen producto  
a. Sí b. No

*Figura 4 Prueba Piloto*  
Fuente: Elaboración Propia

## Encabezado: CREACIÓN DE EMPRESA

**CUESTIONARIO**

El presente cuestionario se realiza con el fin de conocer el nivel de consumo de pollo en la ciudad de Armenia (Quindío), para obtener así la información, la cual se analizará para determinar la acogida que tendrá el estudio de factibilidad para la creación de una empresa distribuidora de pollo adobado a restaurantes. Toda la información que se obtenga a través del presente cuestionario se le dará un uso netamente académico, se garantiza que la información suministrada será confidencial y de exclusivo uso académico.

- ¿Cuánto tiempo lleva en funcionamiento el establecimiento (años)?  
a. Entre 1 y 2 años   b. Entre 3 y 4 años   c. Entre 5 y 6 años   d. Más de 6 años
- ¿Dónde compra el pollo que vende?  
a. Comercializadora   b. Avícola   c. Otro \_\_\_\_\_
- ¿Por qué compra el pollo en ese lugar?  
a. Peso   b. Precio   c. Nombre de Marca   d. Comodidad   e. Otro \_\_\_\_\_
- ¿Cómo comercializa usted el pollo?  
a. Entero   b. Despresado   c. Todas las anteriores   d. Otro \_\_\_\_\_
- ¿Cuántos kilos de pollo compran en promedio semanalmente?  
a. Entre 10 y 20 kg   b. Entre 30 y 40 kg   c. Entre 40 y 50 kg   d. Más 50kg
- ¿Cuál es el costo promedio de compra por Libra (Lb)?  
a. Entre \$2000 y \$2500   b. Entre \$3000 y \$3500   c. Otro \_\_\_\_\_
- ¿Qué días se vende más pollo? Marcar con una X

| Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado | Domingo | Festivos |
|-------|--------|-----------|--------|---------|--------|---------|----------|
|       |        |           |        |         |        |         |          |

- ¿Qué cree usted que el cliente tiene en cuenta a la hora de comprar pollo?  
a. Precio   b. Tamaño   c. Servicio   d. Sabor   e. Otro \_\_\_\_\_
- ¿Cada cuánto compra pollo?  
a. Diario   b. Cada 3 días   c. Semanal   d. Otro \_\_\_\_\_
- ¿Le gustaría a usted encontrar un pollo ya adobado?  
a. Probablemente sí   b. Probablemente no   c. Definitivamente sí   d. Definitivamente no
- ¿Si lo encuentra estaría dispuesto a comercializarlo en su establecimiento de comercio?  
a. Probablemente sí   b. Probablemente no   c. Definitivamente sí   d. Definitivamente no
- Cree usted que el pollo adobado sería un buen producto  
a. Sí   b. No

Figura 5 Encuesta

Fuente: Elaboración Propia

La encuesta aplicada a los diferentes restaurantes representa la herramienta más eficiente para obtener información sobre el comportamiento de la demanda actual. La forma en que se desarrolló fue por medio de una encuesta personal en los diferentes restaurantes.

A continuación, se muestran los resultados obtenidos.

## Pregunta N° 1

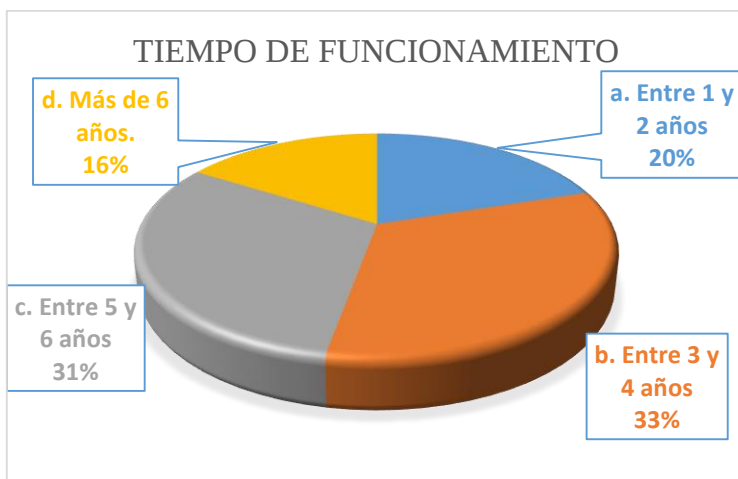
## Encabezado: CREACIÓN DE EMPRESA

La finalidad de la pregunta es conocer la estabilidad que posee cada uno de los restaurantes en el Mercado

1. ¿Cuánto tiempo lleva en funcionamiento el establecimiento (años)?

| a. Entre 1 y 2 años | b. Entre 3 y 4 años | c. Entre 5 y 6 años | d. Más de 6 años |
|---------------------|---------------------|---------------------|------------------|
| 56                  | 92                  | 87                  | 45               |

*Fuente: Elaboración Propia*



*Fuente: Elaboración Propia*

El identificar el tiempo que lleva en funcionamiento cada uno de los restaurantes encuestados permite conocer el grado de madurez y estabilidad que estos poseen, según los datos obtenidos se observa que el 33% que corresponde a 92 encuestados llevan en funcionamiento entre 3 y 4 años, el 31% que corresponde a 87 encuestados entre 5 y 6 años, el 20% que corresponde a 56 encuestados entre 1 y 2 años y el 16% que corresponde a 45 encuestados lleva más de 6 años

con lo que se puede decir que la mayoría de los encuestados llevan entre 3 y 4 años en funcionamiento lo cual representa un buen nivel de estabilidad.

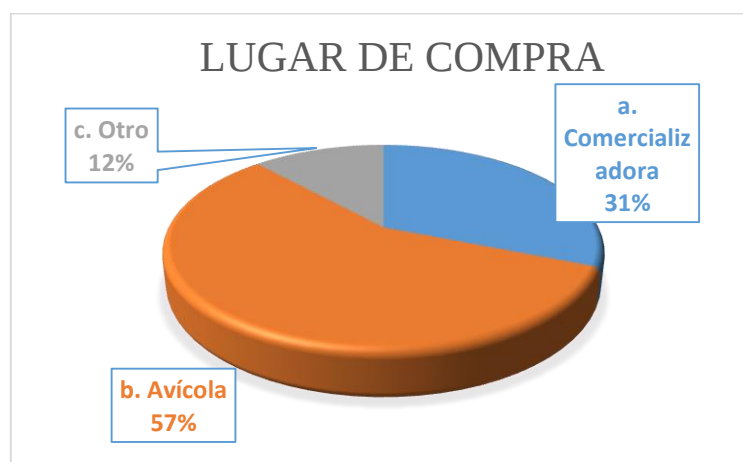
### Pregunta N°2

El objetivo de la pregunta es clasificar donde compra los competidores

2 ¿Dónde compra el pollo qué vende?

| <b>a. Comercializadora</b> | <b>b. Avícola</b> | <b>c. Otro</b> |
|----------------------------|-------------------|----------------|
| 87                         | 160               | 33             |

*Fuente: Elaboración Propia*



*Fuente: Elaboración Propia*

Con esta pregunta se busca conocer los lugares en donde los restaurantes compran el pollo, con lo que se obtuvo que el 57% que corresponde a 160 encuestados lo compran en avícolas, el 31% que corresponde a 87 encuestados en comercializadoras y el 12% que corresponde a 33 encuestados en otros sitios, identificando que el competir directo en este caso son las avícolas ya que son los proveedores principales de los restaurantes.

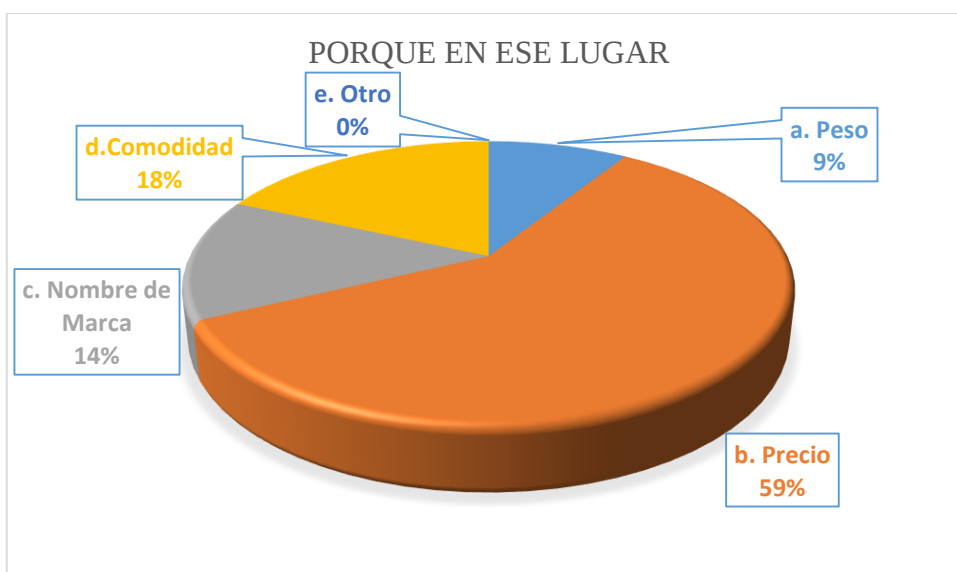
## Pregunta N°3

El objetivo de la pregunta es conocer el motivo por el cual compra en ese sitio

## 3. ¿Por qué compra el pollo en ese lugar?

| a. Peso | b. Precio | c. Nombre de Marca | d. Comodidad | e. Otro |
|---------|-----------|--------------------|--------------|---------|
| 25      | 165       | 39                 | 51           | 0       |

*Fuente: Elaboración Propia*



*Fuente: Elaboración Propia*

Con esta pregunta se busca conocer que conduce a los restaurantes a comprar el pollo en un sitio determinado en donde el 59% que corresponde a 165 encuestados lo compra por que el precio es más bajo que en otros lugares, el 18% que corresponde a 51 encuestados lo hacen por comodidad, el 14% que corresponde a 39 encuestados por el nombre de la marca posee un buen nivel de reputación en el mercado y el 9% que corresponde a 25 encuestados por que el tamaño

del producto, determinando que la mayoría los restaurantes escogen el sitio donde comprar el pollo por el precio que estos les ofrecen.

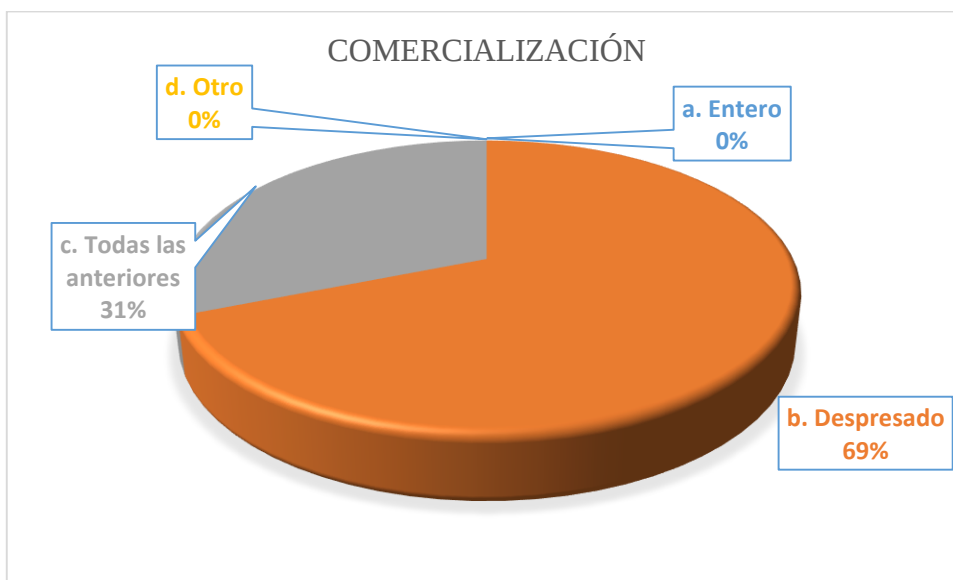
#### Pregunta N°4

El objetivo de esta pregunta es conocer como comercializa el pollo cada uno de los restaurantes.

4. ¿Cómo comercializa usted el pollo?

| a. Entero | b. Despresado | c. Todas las anteriores | d. Otro |
|-----------|---------------|-------------------------|---------|
| 0         | 193           | 87                      | 0       |

*Fuente: Elaboración Propia*



*Fuente: Elaboración Propia*

Con esta pregunta se identifica la manera en que los restaurantes venden el producto, en donde 69% que corresponde a 193 encuestados lo vende despresado, pero expresan que por

## Encabezado: CREACIÓN DE EMPRESA

economía lo compran entero y el 31% que corresponde a 87 encuestados lo venden entero y despresado, evidenciándose que la mayoría de los restaurantes vende el pollo despresado.

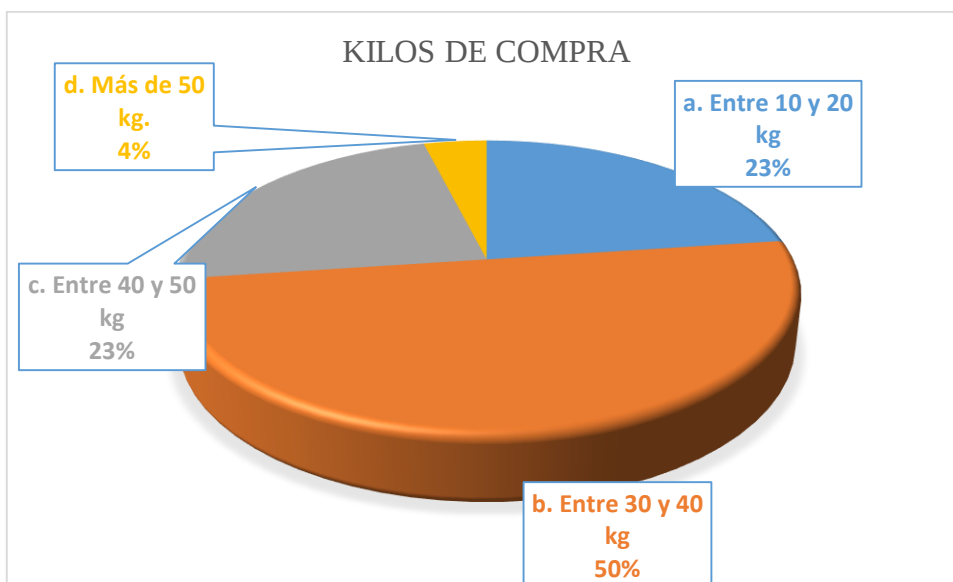
## Pregunta N° 5

La finalidad de esta pregunta es obtener un promedio de compra de los restaurantes por semana

5 ¿Cuántos kilos de pollos compra en promedio semanalmente?

| a. Entre 10 y 20 Kg | b. Entre 30 y 40 Kg | c. Entre 40 y 50 Kg | d. Más de 50 kg |
|---------------------|---------------------|---------------------|-----------------|
| 64                  | 140                 | 65                  | 11              |

*Fuente: Elaboración Propia*



*Fuente: Elaboración Propia*

Con esta pregunta se busca identificar un promedio de compra de pollo semanalmente y de esta misma manera identificar un promedio de venta, los cuales el 50% que corresponde a 140

## Encabezado: CREACIÓN DE EMPRESA

encuestados compran entre 30 y 40 kg semanales, el 23% que corresponde a 65 encuestados entre 40 y 50 kg semanales, el 23% que corresponde a 64 encuestados 10y 20kg semanales y 4% que corresponde a 11 encuestados más de 50kg semanales con lo que se evidencia que la mitad de los encuestados compran entre 30 y 40 kg de pollo semanales y que un mismo porcentaje de restaurantes compran entre 10 -20kg y 40-50 kg de pollo semanales.

## Pregunta N° 6

El objetivo de esta pregunta tiene la finalidad de identificar el promedio del costo de compra del pollo por kg.

6. ¿Cuál es el costo promedio de compra por libra (lb)?

|                           |                          |         |
|---------------------------|--------------------------|---------|
| a. Entre \$ 2000 y \$2500 | b. Entre \$3000 y \$3500 | c. Otro |
| 98                        | 182                      | 0       |

*Fuente: Elaboración Propia*



*Fuente: Elaboración Propia*

## Encabezado: CREACIÓN DE EMPRESA

Con esta pregunta se busca conocer el promedio de costo de compra el cual los restaurantes adquieren el kg de pollo, en donde el 65% que corresponde a 182 encuestados compran el kg de pollo entre 3000 y 3500 y el 35% que corresponde a 98 encuestados lo compran entre 2000 y 2500, obteniendo que un mayor porcentaje adquiere el kg de pollo entre 3000 y 3500.

## Pregunta N° 7

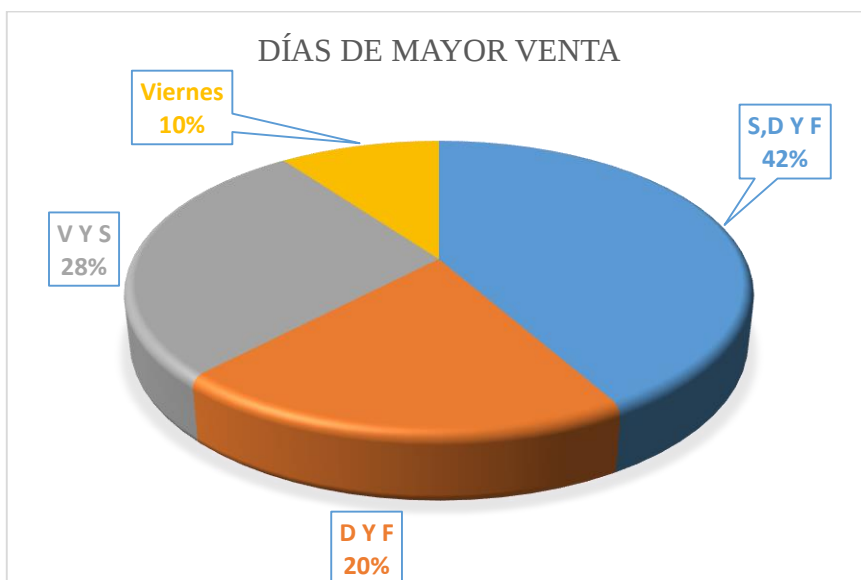
La finalidad de esta pregunta es conocer los días de mayor venta de pollo.

7. ¿Qué días se vende más pollo?

| S,D Y F | D Y F | V Y S | Viernes |
|---------|-------|-------|---------|
| 117     | 57    | 78    | 28      |

Fuente: Elaboración Propia

**Nota:** S (Sábado), D (Domingo), F (Festivos) y V (Viernes)



Fuente: Elaboración Propia

## Encabezado: CREACIÓN DE EMPRESA

Los días que más se vende pollo, permite deducir si el pollo es un producto que tiene buena rotación, siendo así su compra. El 42% que corresponde a 117 encuestados respondieron que venden más los días sábado, Domingo y Festivo (S, D Y F). Mientras el 28% que corresponde a 78 encuestados aseguran que los días de mayor venta son viernes y sábado (V y S). Seguidos de un 20% que corresponden al 57 encuestados siendo Domingos y Festivos (D y F) los días de mayor venta. Por último, un 10% que corresponde a 28 encuestados dicen que el día de mayor venta son los viernes. Se puede concluir que los días de mayor venta de pollo están entre el fin de semana, algunas veces comenzando desde el viernes.

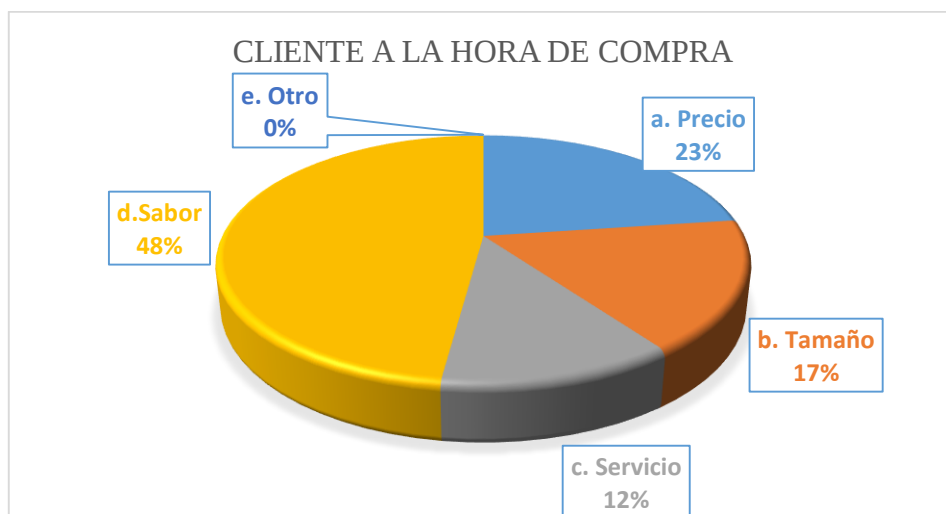
Pregunta N° 8.

La finalidad de esta pregunta es determinara el por qué compra pollo el cliente.

1. ¿Qué cree usted que el cliente tiene en cuenta a la hora de comprar pollo?

| a. Precio | b. Tamaño | c. Servicio | d. Sabor | e. Otro |
|-----------|-----------|-------------|----------|---------|
| 64        | 48        | 34          | 134      | 0       |

*Fuente: Elaboración Propia*



*Fuente: Elaboración Propia*

Saber que tiene en cuenta el cliente a la hora de comprar pollo, permite determinar el pollo que busca la gente, para así mismo nosotros ofrecérselo. El 48% que corresponde a 134 encuestados dijeron que lo que el cliente principalmente busca es el sabor en el pollo. Mientras el 23% que corresponde a 64 encuestados aseguran que buscan es el precio al momento de comprar. Mientras el 17% que son 48 entrevistados dicen que buscan es el tamaño, mientras el 12% que son 34 entrevistados dicen que algunos clientes lo que buscan es el servicio a la hora de ser atendidos, más no un factor pues es la misma carne.

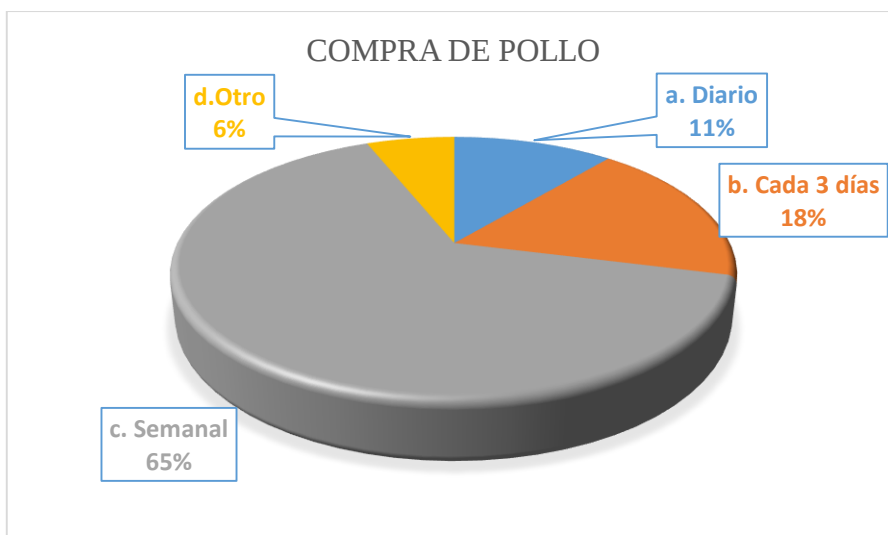
#### Pregunta N° 9

Con la pregunta se busca conocer cada cuanto están comprando pollos los restaurantes.

#### 9. ¿Cada cuánto compra pollo?

| a. Diario | b. Cada 3 días | c. Semanal | d.Otro |
|-----------|----------------|------------|--------|
| 31        | 50             | 182        | 17     |

*Fuente: Elaboración Propia*



*Fuente: Elaboración Propia*

El 65% de la población encuestada dice que compran pollo de manera semanal el cual corresponden a 182 restaurantes, mientras el 18% que son 50 encuestados nos dijeron que lo hacen cada 3 días; el 11% que son 31 encuestados aseguraron que lo hacen de manera diaria. Por último, un 6% que corresponde a 17 encuestados dijeron que lo hacen en tiempos diferentes a los establecidos en la encuesta. Se puede afirmar a través de la encuesta que la compra de pollo en estos establecimientos es alta siendo algo positivo para la empresa POLLOS ADOBADOS S.A.S.

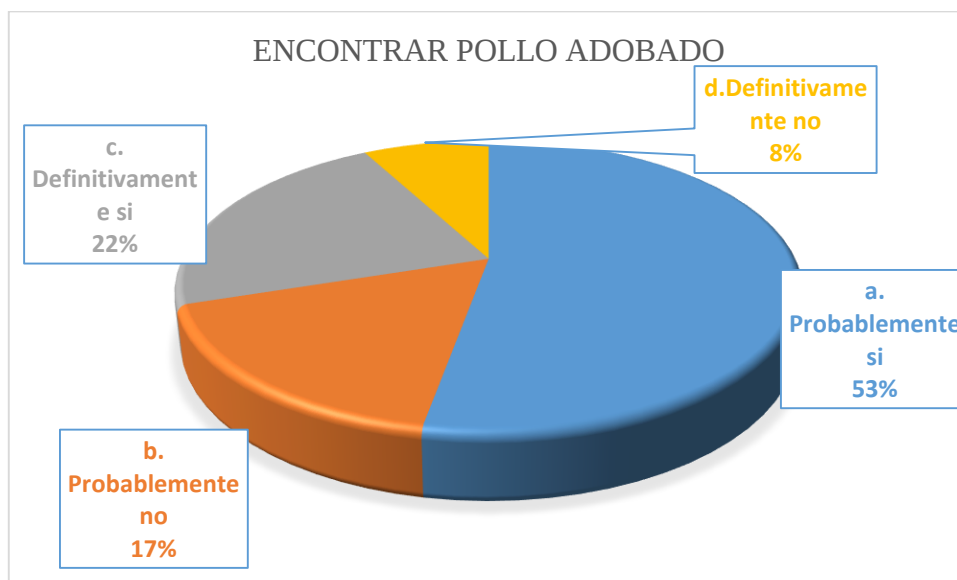
#### Pregunta 10

Su finalidad es determinar la percepción que tendrían los clientes a la hora de encontrar un pollo adobado.

10. ¿Le gustaría a usted encontrar un pollo ya adobado?

| <b>a. Probablemente<br/>si</b> | <b>b. Probablemente<br/>no</b> | <b>c. Definitivamente<br/>si</b> | <b>d. Definitivamente<br/>no</b> |
|--------------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| 148                            | 48                             | 62                               | 22                               |

*Fuente: Elaboración Propia*



*Fuente: Elaboración Propia*

El 53% considera que probablemente si le gustaría encontrar un pollo adobado, cabe resaltar que este porcentaje corresponde a 148 encuestados, mientras un 22% que corresponde a 62 encuestas definitivamente si les gustaría encontrarlo, por otro lado hubo personas que no les gustó mucho la idea, como el caso del 17% que corresponde a 48 encuestados dijeron que probablemente no les gustaría encontrar un pollo adobado y por último, un 8% que corresponde a 22 encuestados dijeron que definitivamente no les gustaría encontrar un pollo adobado. Es importante resaltar que a pesar de que algunas personas de las que fueron encuestadas dijeron que no, más del 50% si les gustaría encontrar un producto como este pollo adobado, siendo algo positivo para la empresa POLLOS ADOBADOS S.A.S.

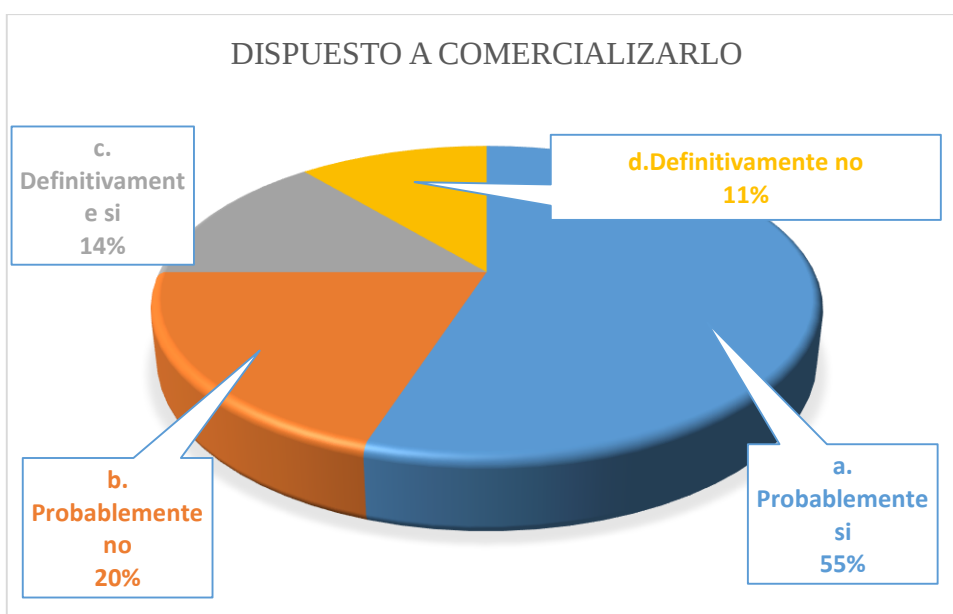
Pregunta N° 11

Su objetivo es conocer si los encuestados estarían dispuestos a comercializarlos en su establecimiento de comercio.

11. ¿Si lo encuentra estaría dispuesto a comercializarlo en su establecimiento de comercio?

| a. Probablemente si | b. Probablemente no | c. Definitivamente si | d. Definitivamente no |
|---------------------|---------------------|-----------------------|-----------------------|
| 154                 | 56                  | 39                    | 31                    |

Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

El 55% que corresponde a 154 encuestados dijeron que probablemente si comercializarían el pollo adobado en sus establecimientos de comercio, mientras el 20% que corresponden a 56 encuestados dijeron que probablemente no lo comercializarían. Por otro lado, el 14% que son 39 encuestados nos aseguraron que definitivamente si lo harían, comercializarlos en sus establecimientos, mientras que el 11% nos dijeron que definitivamente no lo comercializarían porcentaje que corresponde a 31 encuestados. Se podría decir que un gran porcentaje está dispuesto a comercialízalo, siendo algo positivo para la empresa POLLOS ADOBADOS S.A.S.

## Pregunta N° 12

Con esta pregunta se busca conocer la aceptación del nuevo producto, pollo adobado.

12. ¿Cree usted qué el pollo adobado sería un buen producto?

| a. Si | b. No |
|-------|-------|
| 213   | 67    |

*Fuente: Elaboración Propia*



*Fuente: Elaboración Propia*

La información obtenida en las encuestas permite establecer que el 76% que corresponde a 213 encuestados, creen que el pollo adobado sería un buen producto, siendo algo positivo para la empresa POLLOS ADOBADOS S.A.S. mientras el 24% que son 67 encuestados dijeron que no creen que sería un buen producto.

### Proyección De La Demanda

Tabla 5

Proyección de la Demanda

| PRESUPUESTO DE VENTA MES A MES |               |               |               |               |               |               |
|--------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|                                | mes 1         | mes 2         | mes 3         | mes 4         | mes 5         | mes 6         |
| CANTIDAD KG                    | \$20.070      | \$19.396      | \$18.910      | \$19.644      | \$19.324      | \$19.496      |
| PRECIO VENTA                   | \$7.000       | \$6.965       | \$6.902       | \$6.958       | \$6.971       | \$7.013       |
| VENTAS                         |               |               |               |               |               |               |
| TOTALES                        | \$140.491.292 | \$135.090.080 | \$130.520.497 | \$136.674.351 | \$134.717.244 | \$136.733.594 |

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 6

Continuación de la tabla anterior

| PRESUPUESTO DE VENTA MES A MES |               |               |               |               |               |               |
|--------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|                                | mes 7         | mes 8         | mes 9         | mes 10        | mes 11        | mes 12        |
| CANTIDAD KG                    | \$19.343      | \$19.083      | \$20.515      | \$21.101      | \$20.968      | \$21.124      |
| PRECIO VENTA                   | \$7.125       | \$7.197       | \$7.262       | \$7.218       | \$7.247       | \$7.203       |
| VENTAS                         |               |               |               |               |               |               |
| TOTALES                        | \$137.829.820 | \$137.338.179 | \$148.970.222 | \$152.306.656 | \$151.948.646 | \$152.162.506 |

Fuente: Elaboración Propia

Para la elaboración de la proyección se tuvo en cuenta el 14% de los encuestados que definitivamente si están dispuestos a comprar, junto con la variación del precio mes a mes que establece FENAVI (ver apéndice 8), para establecer así las ventas totales de cada mes. Los datos anteriores brindan información acerca de la demanda exacta la cual la empresa Pollos Adobados S.A.S. debe satisfacer

### Análisis De La Oferta

La avicultura hace parte del sector agropecuario y está constituida por las actividades de producción de huevos y carnes de aves. En los últimos cincuenta años se ha evidenciado un crecimiento continuo de esta actividad al pasar de producir 30 mil toneladas de carne de pollo en 1961 a más de un millón en 2012, lo cual representaría un crecimiento del 7,1% promedio

anual, pasando de aportar el 7,0% de la producción total nacional de carnes de res, cerdo y pollo en 1961 al 50,4% en 2012 (Banrep, 2017). Así como se muestra en la figura 6.

Producción de carne de pollo, res y cerdo en Colombia 1961-2012

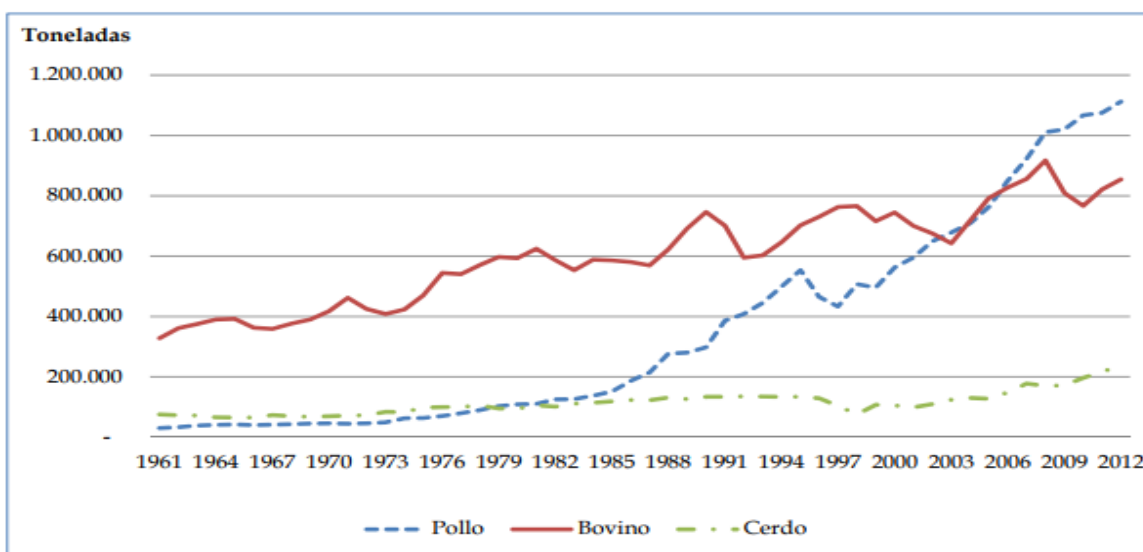


Figura 6 Producción de Carne de Pollo

Fuente: Banrep

Según el grafico anterior hasta 2005 la carne bovina fue la de mayor producción participando con el 47,1%, seguida de la de pollo con un 45,3% y la porcina con el 7,6%. Pero a partir de 2006, la carne de pollo pasó a primer lugar, seguida de la de res y cerdo el crecimiento de la producción de carne de pollo fue de 7,5% promedio anual debido a que paso de 108.910 toneladas a 1.275.515 toneladas (Banrep, 2017).

Según un informe de FENAVI se puede evidenciar el crecimiento que ha venido presentando la producción de pollo año tras año ya que es un producto que ha venido ganando reputación por sus grandes beneficios alimenticios y por su precio asequible.

En esta sección tabla 7 encontrarán la información de producción de pollo entero sin vísceras en toneladas en los últimos 5 años (Fenavi, Fenavi, 2017).

Tabla 7  
*Producción de Pollo Sin Vísceras*

| MESES          | 2013             | 2014             | 2015             | 2016             | 2017           |
|----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|----------------|
| Ene            | 102,364          | 106,197          | 115,793          | 124,207          | 131,66         |
| Feb            | 102,876          | 110,134          | 118,873          | 120,032          | 130,485        |
| Mar            | 98,33            | 103,197          | 113,714          | 117,025          | 121,953        |
| Abr            | 96,164           | 105,954          | 119,044          | 121,57           | 123,963        |
| May            | 102,076          | 109,403          | 120,467          | 119,59           | 122,846        |
| Jun            | 108,351          | 112,678          | 113,405          | 120,656          | 126,746        |
| Jul            | 104,105          | 111,062          | 113,3            | 119,708          | 130,163        |
| Ago            | 109,812          | 116,671          | 118,715          | 118,1            | 0              |
| Sep            | 113,43           | 116,617          | 119,359          | 126,96           | 0              |
| Oct            | 110,209          | 121,499          | 119,806          | 130,587          | 0              |
| Nov            | 115,54           | 126,515          | 125,71           | 129,761          | 0              |
| Dic            | 112,259          | 119,23           | 126,202          | 130,728          | 0              |
| <b>TOTALES</b> | <b>1,275,516</b> | <b>1,359,157</b> | <b>1,424,388</b> | <b>1,478,924</b> | <b>887,816</b> |

*Fuente: Fenavi*

Según los datos estadísticos de FENAVI de la producción de pollo en canal por regiones, se puede observar en la tabla 8, el crecimiento que ha venido presentando la región del Quindío frente a la producción de pollo, ya que la región ha pasado de producir 59.235 toneladas anuales en el 2011 a producir 101.860 toneladas anuales en el 2016 lo cual representa un incremento de 71.95 % de su producción anual, con lo que se puede evidenciar un crecimiento significativo para este sector tanto a nivel nacional como a nivel regional, de igual manera se espera que el crecimiento en el actual año supere las expectativas establecidas (Fenavi, Fenavi, 2017).

## Encabezado: CREACIÓN DE EMPRESA

Tabla 8

*Producción de pollo en canal (Toneladas) por Departamentos y regiones*

| <b>Año</b>   | <b>Mes</b> | <b>Quindio</b> | <b>Año</b>   | <b>Mes</b> | <b>Quindio</b> |
|--------------|------------|----------------|--------------|------------|----------------|
| <b>2011</b>  | Ene        | 5.027          | <b>2012</b>  | Ene        | 5.296          |
|              | Feb        | 4.285          |              | Feb        | 5.480          |
|              | Mar        | 4.888          |              | Mar        | 5.177          |
|              | Abr        | 4.537          |              | Abr        | 5.338          |
|              | May        | 5.101          |              | May        | 5.060          |
|              | Jun        | 5.005          |              | Jun        | 5.149          |
|              | Jul        | 5.123          |              | Jul        | 4.629          |
|              | Ago        | 4.561          |              | Ago        | 5.250          |
|              | Sep        | 5.124          |              | Sep        | 5.336          |
|              | Oct        | 4.622          |              | Oct        | 5.881          |
|              | Nov        | 5.741          |              | Nov        | 3.848          |
|              | Dic        | 5.222          |              | Dic        | 2.608          |
| <b>Total</b> |            | <b>59.235</b>  | <b>Total</b> |            | <b>59.052</b>  |
| <b>Año</b>   | <b>Mes</b> | <b>Quindio</b> | <b>Año</b>   | <b>Mes</b> | <b>Quindio</b> |
| <b>2013</b>  | Ene        | 1.253          | <b>2014</b>  | Ene        | 5.973          |
|              | Feb        | 5.486          |              | Feb        | 6.144          |
|              | Mar        | 5.414          |              | Mar        | 6.057          |
|              | Abr        | 5.431          |              | Abr        | 5.577          |
|              | May        | 5.436          |              | May        | 6.547          |
|              | Jun        | 6.235          |              | Jun        | 6.236          |
|              | Jul        | 5.619          |              | Jul        | 6.487          |
|              | Ago        | 6.638          |              | Ago        | 6.523          |
|              | Sep        | 6.723          |              | Sep        | 6.676          |
|              | Oct        | 6.846          |              | Oct        | 6.250          |
|              | Nov        | 6.458          |              | Nov        | 7.985          |
|              | Dic        | 5.993          |              | Dic        | 6.460          |
| <b>Total</b> |            | <b>67.532</b>  | <b>Total</b> |            | <b>76.914</b>  |
| <b>Año</b>   | <b>Mes</b> | <b>Quindio</b> | <b>Año</b>   | <b>Mes</b> | <b>Quindio</b> |
| <b>2015</b>  | Ene        | 8.191          | <b>2016</b>  | Ene        | 8.374          |
|              | Feb        | 7.578          |              | Feb        | 7.774          |
|              | Mar        | 6.857          |              | Mar        | 8.133          |
|              | Abr        | 5.995          |              | Abr        | 7.853          |
|              | May        | 7.040          |              | May        | 7.938          |
|              | Jun        | 6.214          |              | Jun        | 7.896          |
|              | Jul        | 6.885          |              | Jul        | 8.078          |

|              |     |               |              |     |                |                |
|--------------|-----|---------------|--------------|-----|----------------|----------------|
|              | Ago | 7.087         |              | Ago | 8.268          |                |
|              | Sep | 7.760         |              | Sep | 8.784          |                |
|              | Oct | 7.592         |              | Oct | 8.827          |                |
|              | Nov | 8.314         |              | Nov | 10.452         |                |
|              | Dic | 8.261         |              | Dic | 9.482          |                |
| <b>Total</b> |     | <b>87.774</b> | <b>Total</b> |     | <b>101.860</b> | <i>Fuente:</i> |
|              |     |               |              |     |                | <i>Fenavi</i>  |

### Características de los principales competidores.

En la ciudad de Armenia existen varias comercializadoras y puntos de venta de pollo, pero según las encuestas realizadas se pudo analizar que la competencia principal son las avícolas como bucanero, Mac pollo, Pollos Santiago y Mi pollo, ya que el 57% de los restaurantes prefieren comprar el pollo en este tipo de establecimientos. evidenciándose que dentro de los competidores se encuentra el proveedor inicial, sin embargo, se debe tener en cuenta que estos no serían competidores directos, debido a que la avícola pollo adobado S.A.S ofrece un producto con un valor agrado que lo diferencia de los demás y que brinda la posibilidad de disminuir tiempos y costos de preparación, de igual manera se pretende tener un acompañamiento constante con el fin principal de brindar un servicio que cumpla con los requerimientos y expectativas de los clientes.

### Análisis De Los Precios

POLLOS ADOBADOS S.AS. por ser un sector que involucra el sector terciario o de servicios, restaurantes, se deben tener en cuenta factores externos como internos que pueden alterar los precios del pollo adobado, factores que afecten a los proveedores de nuestros proveedores de pollo, pues si aumenta el precio repercutiría directamente nuestros precios.

Es importante tener en cuenta los factores que alteren el medio ambiente donde son criados los pollos, pues repercutirá en toda la cadena, si los precios se incrementan. Factores como los ambientales los cuales afectan a los animales, el incremento en los precios del alimento para aves, las vacunas y el cambio de temperatura, humedad, amoniaco, ventilación. Siendo la temperatura una de las variables que más perjudica al pollo (Uanl, 2017).

También hay que tener en cuenta el proceso que la empresa POLLOS ADOBADOS S.A.S. realiza al pollo industrializado junto con los ingredientes que utiliza para agregarle valor el producto, y si poder determinar en cuanto se incrementaría el valor final del producto, sin contar con los demás costos y gastos administrativos que tiene una organización.

Es difícil establecer un precio debido a los factores mencionados anteriormente, por ende, se deben tomar los precios que nos estipularon nuestros proveedores de carnes blancas, pollo, los cuales nos dieron un precio razonable, tener presente los gastos y costos administrativos junto con los productos que le dan valor agregado al producto. Es claro mencionar que las carnes son fundamentales en la canasta familiar por su grado de proteína etc., sin embargo, puede considerarse como un producto elástico, es decir, si el precio aumenta el consumo puede disminuir debido a que se puede catalogar como producto de lujo, y se puede reemplazar fácilmente con productos sustitutos que se encuentran fácilmente en mercado como carne de res, cerdo, pescado y huevo, los cuales se podrían llevar nuestros clientes cuando el precio del pollo adobado les parezca algo elevado viendo afectadas las ventas.

**Determinación Del Precio Promedio.**

Para calcular el precio promedio se debe tener en cuenta tres aspectos fundamentales como; el primero hace referencia a lo que el consumidor paga en promedio por la compra del pollo que comercializa según la encuesta el precio está entre los \$3000 y \$3500 libra con un promedio de compra semanal del pollo entre 30 y 40 kilos. En segundo lugar, se encuentra el precio que se le paga al proveedor del pollo por libra, tan bien considerando los otros proveedores de los insumos los cuales le darán el valor agregado al producto. Por último, es importante conocer y considerar la conducta de los precios en los últimos años durante diferentes periodos de tiempo para tener una idea base sobre su comportamiento fluctuante.

**Análisis Histórico Del Precio Del Producto**

El precio de los productos suele verse afectado directamente por la oferta que existe en el mercado, éste se encarga de establecer el valor dependiendo de los volúmenes de abastecimiento del pollo. Existe una historia reciente de los precios del pollo a nivel nacional realizado por FENAVI, donde permite tener un precio de referencia en el tiempo. Como ya se mencionó anteriormente, se tendrán unos precios que se deberán pagar a los proveedores, pero dicha información servirá para establecer que tan económicos o caros nos están ofreciendo el producto nuestros proveedores, en relación al precio nacional.

La siguiente tabla 9 muestra el comportamiento histórico de precios de venta del pollo crudo para comercializar en kilogramos. Los datos fueron obtenidos de la Federación Nacional de Avicultores de Colombia, los cuales analizan el comportamiento de los precios del pollo de

los mayoristas, los cuales se tendrán en cuenta para determinar nuestro precio con el valor agregado que se le va a dar al producto.

Tabla 9  
*Comportamiento Histórico de los Precios de Pollo Crudo para Comercializar*

| <b>Mes</b> | <b>2015</b> | <b>2016</b> | <b>2017</b> |
|------------|-------------|-------------|-------------|
| Enero      | 5183        | 6120        | 5553        |
| Febrero    | 4985        | 5954        | 5383        |
| Marzo      | 5471        | 5998        | 5323        |
| Abril      | 5283        | 5794        | 5455        |
| Mayo       | 5035        | 5996        | 5754        |
| Junio      | 5126        | 5982        | 5641        |
| Julio      | 5389        | 6350        | 5680        |
| Agosto     | 5729        | 6575        | 5802        |
| Septiembre | 5786        | 5938        | 6024        |
| Octubre    | 5598        | 6020        |             |
| Noviembre  | 5988        | 6053        |             |
| Diciembre  | 5881        | 6040        |             |

*Fuente: Fenavi*

Tabla 10  
*Costo Promedio del Pollo Crudo Para Comercializar*

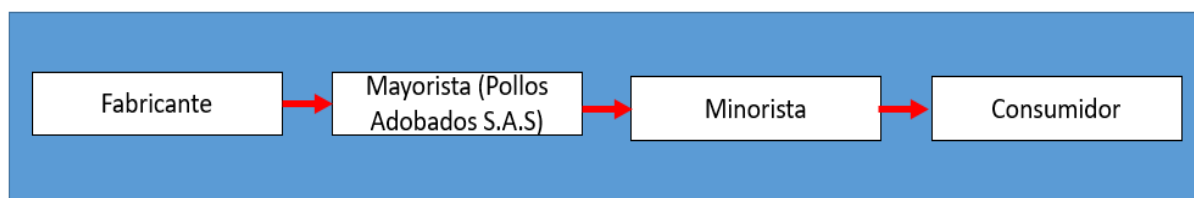
| COSTO PROMEDIO   |            |
|------------------|------------|
| AÑO              | PROMEDIO   |
| 2015             | 5454,5     |
| 2016             | 6068,33    |
| 2017             | 5623,89    |
| Promedio         | 5715,57333 |
| aumento del 4.5% | 257,2      |
| Precio Total     | 5972,77    |

*Fuente: Elaboración Propia con datos tomados de la Tabla 9*

El costo promedio de venta del pollo adobado es de \$ 5972,77 por kilo, descrito en la tabla 10; este precio corresponde al promedio del precio del pollo en los últimos años, aumentándole un 4.5% de los ingredientes que se usaran para darle el valor agregado por kilo al pollo. Este valor es el que se usará para ofrecer nuestro producto a nuestro cliente, restaurantes, para el primer año de ventas, luego se incrementará de acuerdo a la tasa de inflación.

### Comercialización Y Distribución Del Producto

El canal que se utilizará para comercializar nuestro producto pollo adobado es un canal largo, ver figura 7, pues se comprará a un fabricante, luego será procesado por nosotros y ser vendido a un minorista, restaurante, para luego finalmente llegar a manos de un consumidor.



*Figura 7 Canal de Distribución*

*Fuente: Elaboración Propia*

**Descripción Del Canal Seleccionado**

Este tipo de canal, el fabricante suministra sus productos a intermediarios, mayoristas e importadores, quienes compran, pagan, almacenan el producto y lo ponen a disposición de los consumidores, a veces, a través de una indefinida red de intermediarios. La composición de los canales intermediarios depende del producto (Blooks, 2017).

El pollo será comprado directamente a la casa matriz, industrializado, el cual va hacer nuestro proveedor, luego transportado a nuestras instalaciones donde nosotros realizamos el proceso de transformación donde adquirirá el valor agregado, para luego comercializarlo a nuestros clientes, restaurante, quienes a su vez lo venderán al consumidor final.

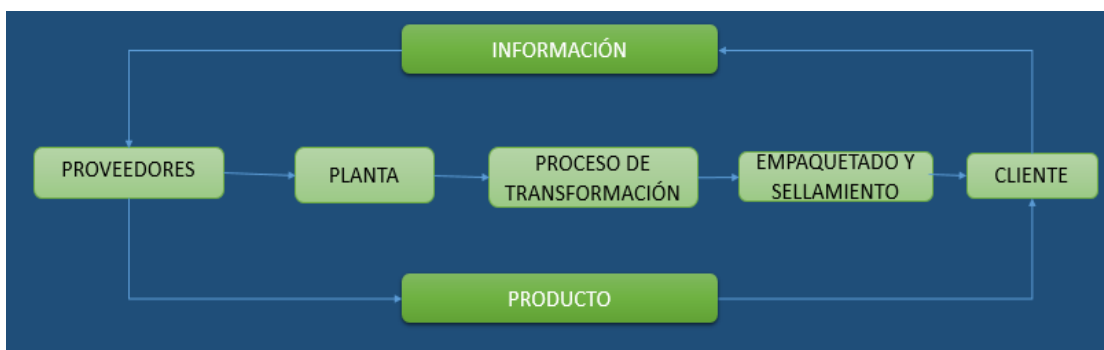
**Descripción De La Cadena De Abastecimiento**

La cadena de abastecimiento de la empresa POLLOS ADOBADOS S.A.S. está conformada por la información que nos proporciona el cliente, pues representa los requerimientos y deseos del mercado, reflejando del mismo modo las necesidades y todo lo relacionado con los pedidos, los cuales se recibirán vía telefónica.

Cabe resaltar que existen partes fundamentales que influyen, como lo son la información que proporciona el consumidor, pues muestra los requerimientos, deseos del mercado y el otro es el producto que recibirán nuestros clientes. Ver figura 8

Para el correcto y buen funcionamiento de la cadena y cumplimiento de los pedidos, es necesario que la información sea precisa y clara, para evitar mala información, que impida el buen proceso a la hora de solicitar y llevar los pedidos.

A continuación, se muestra el proceso de la cadena de abastecimiento



*Figura 8 Cadena de Abastecimiento*

*Fuente: Elaboración Propia*

*Nota: \*Elaboración en base a la teoría general de sistemas*

Cada área de la cadena cumple una función diferente en el proceso. En el tema de los proveedores, ellos reciben una información que nosotros le proporcionamos, el número de pedidos, por unidad, el cual llega a la planta donde son recibidos y llevados al cuarto de almacenamiento donde permanecerán hasta que empiece el otro proceso. En el proceso de transformación son llevados al cuarto especial donde empieza el proceso el cual le dará el valor agregado al pollo, este es un paso fundamental en toda la cadena, pues es éste el cual nos ayudará a marcar la ventaja competitiva, por el cual se necesitará de un proceso interno dentro de esa etapa de verificación y control, donde evalué el tipo de producto que está saliendo a nuestro cliente.

Terminado este proceso, seguirá al proceso de empaquetado y sellado, donde se empacará al vacío con el nombre de la empresa, para luego pasar nuevamente al cuarto de almacenamiento de donde saldrán a nuestro cliente final. Es necesario con contar con un proceso postventa, para generar fidelidad por parte de los clientes.

## Encabezado: CREACIÓN DE EMPRESA

Este proceso de como se ve la organización frente al entorno que la rodea se puede ver de una manera más detallada en la siguiente figura

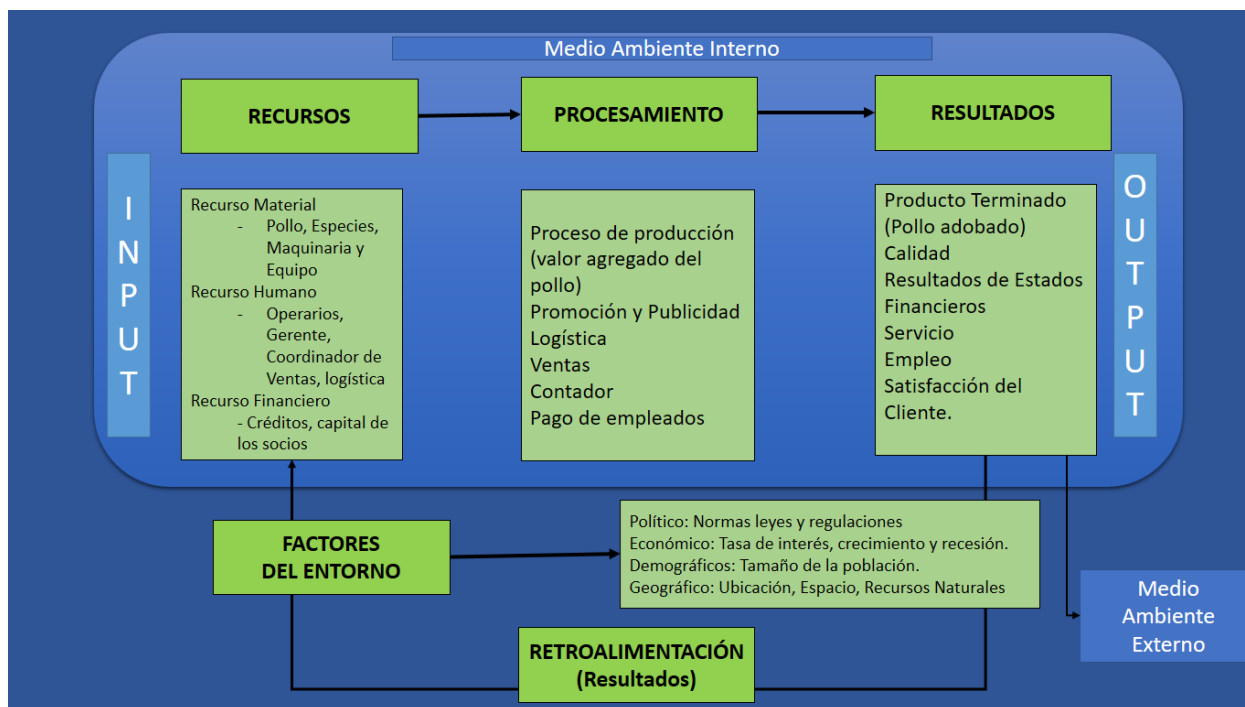


Figura 9: Sistema de Entradas y Salidas

Fuente: Elaboración Propia con base a la Teoría General de Sistemas

### Mecanismos de Promoción y Publicidad.

#### Promoción.

La empresa ofrecerá descuentos a todos sus clientes que compran de manera continua en cantidades significativas, estos descuentos se realizarán con el fin de fidelizar al cliente en donde se darán un bono a todos los clientes que realicen una compra mayor a 50 kg y por cada 100 acumulados obtendrán el 10 % de descuento en el total de su próxima compra de igual manera la empresa manejará días de descuentos los cuales serán determinados de manera estratégica.

### Publicidad

La publicidad será algo fundamental para esta empresa debido a que es un producto nuevo en el mercado por medio de esta se busca lograr un acogimiento, inicialmente la publicidad que realizará será de manera física y virtual también llevándose a cabo campañas de publicidad que consiste en tener punto de degustaciones los cuales serán ubicados por días en los diferentes restaurantes que adquieran el producto, con el fin de que los consumidores lo conozcan e identifiquen sus puntos de ventas.

Se implementará material POP para promover la recordación de marca tanto en el restaurante como en el que lo visita, ver Tabla 11.

Tabla 11  
*Material POP, para realizar la publicidad*

| DESCRIPCIÓN        | UNIDADES | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL |
|--------------------|----------|----------------|-------------|
| Calendarios        | 541      | \$300          | \$162.300   |
| Blocks de Notas    | 471      | \$400          | \$188.400   |
| Bolígrafos         | 640      | \$1.000        | \$640.000   |
| Agendas personales | 950      | \$600          | \$570.000   |
| Página web         | 1        | \$250.000      | \$250.000   |
| Bolsa Eco          | 172      | \$1.100        | \$189.200   |
| Total Publicidad   |          |                | \$1.999.900 |

*Fuente: Elaboración Propia*

### Estrategias De Mercado

El desarrollo perdurable de una organización depende en gran parte de las habilidades promocionales, de la relación y comunicación con sus clientes. A través del estudio de mercado y sus hallazgos se establecen estrategias de mercado que la futura empresa POLLOS

ADOBADOS S.A.S. debería adoptar para facilitar con éxito el alcance de la penetración y comercialización del producto en el mercado, a través de su marca.

### **Branding de la marca para la empresa**

#### ***Prisma De La Marca***

**Características de la marca:** Procesamiento y comercialización del producto cárnico, pollo, con un valor agregado, adobo brindando un nuevo producto al mercado, con alto nivel nutricional, pues conserva la calidad de la carne, y se usan especias orgánicas.

**Nombre:** El nombre se deriva y compone del objeto de la empresa, de la “Pollo” que es el producto que nosotros ofrecemos y de la palabra “Adobados”, la cual se deriva del proceso final que nosotros le realizamos a la carne para dar el valor agregado.

**Imagen o logo:** Imagotipo de tipo objetual y orgánico. Es la figura de un pollo multicolor, compuesto de ingredientes que lleva el adobo organizados de forma de collage que le den un aspecto llamativo, con un fondo color amarillo algo sumido. Lo que se desea transmitir con los colores



son

*Figura 10 Imagotipo de la empresa  
Fuente: Elaboración Propia*

**Amarillo:** Energía, Curiosidad, Positivismo, Alegría, Felicidad,

**Anaranjado:** Hambre, Optimismo, Creatividad, Impulsividad, Amistad

**Rojo:** Dinamismo, Energía, Aventura, Acción.

**Verde:** Naturaleza, Frescura, Seriedad, Orgánico.

Lo que se desea lograr con la tipografía:

**Nombre de la tipografía:** Arial

**Estilo:** Rectilíneo y formal, transmite seriedad, modernidad y alegría.

**Tamaño:** El nombre tiene un tamaño de 48

**Grosor de Texto:** Medio: refleja un estado de delicadez y peso visual

**Mayúsculas:** Seriedad, captar la atención del lector.

**Target:** El target de POLLOS ADOBADOS S.A.S. son los restaurantes de la ciudad de Armenia, Quindío.

**Merchandising:** La empresa en un principio ofrecerá de gustación a los restaurantes, dando a mostrar el producto a los clientes, con el fin de darse a conocer para que pidan en un futuro el nuevo plato. Se usarán camisetas con el imagotipo, bolsas etc. Además, el vehículo frigorífico llevará grabado el imagotipo.

- **Relacionamiento de la marca**

Tono y forma de comunicación que tendrá

- **Testimonial:** La marca se centrará primordialmente en atraer y satisfacer a los consumidores, para que éstos se vuelvan un prosummers de la marca.
- **Personal:** Se comunicará de forma personal, dirigiéndonos respetuosamente a nuestros clientes, expresándonos de manera sensible, compresiva y cariñosa. Siempre visitándolos una gran persona de la empresa.
- **Servicial:** Atender y resolver de manera fácil, rápida y atenta todos los requerimientos y sugerencias de los clientes. Continuamente estar al servicio de ellos para cualquier inquietud, queja o reclamo. Con la creación a futuro de redes sociales como: Instagram, Twitter y Fanpage en Facebook.

- **Difundiendo el mensaje de la marca.**

- **ATL:** Para empezar, se deberá hacer presencia en medios masivos de comunicación como radio, internet (redes sociales), vallas, revistas y tarjetas.
- **BTL:** Disponer de campañas para nichos de mercado específicos por medio de acciones y mensajes creativos de alta sorpresa e impacto en restaurantes para darnos a conocer no solo al restaurante sino también que el cliente conozca y pida nuestro nuevo producto en el restaurante donde ofrecemos nuestros productos.

- **Reflejo de marca:**

Pollos Adobados S.A.S. es una marca que brinda soluciones alimenticias confiables, nutritivas. Además, nos caracterizamos por ser una marca amigable y responsable con el medio ambiente, y por su apoyo continuo al progreso social económico y cultural de la religión.

- **Personalidad de la marca**

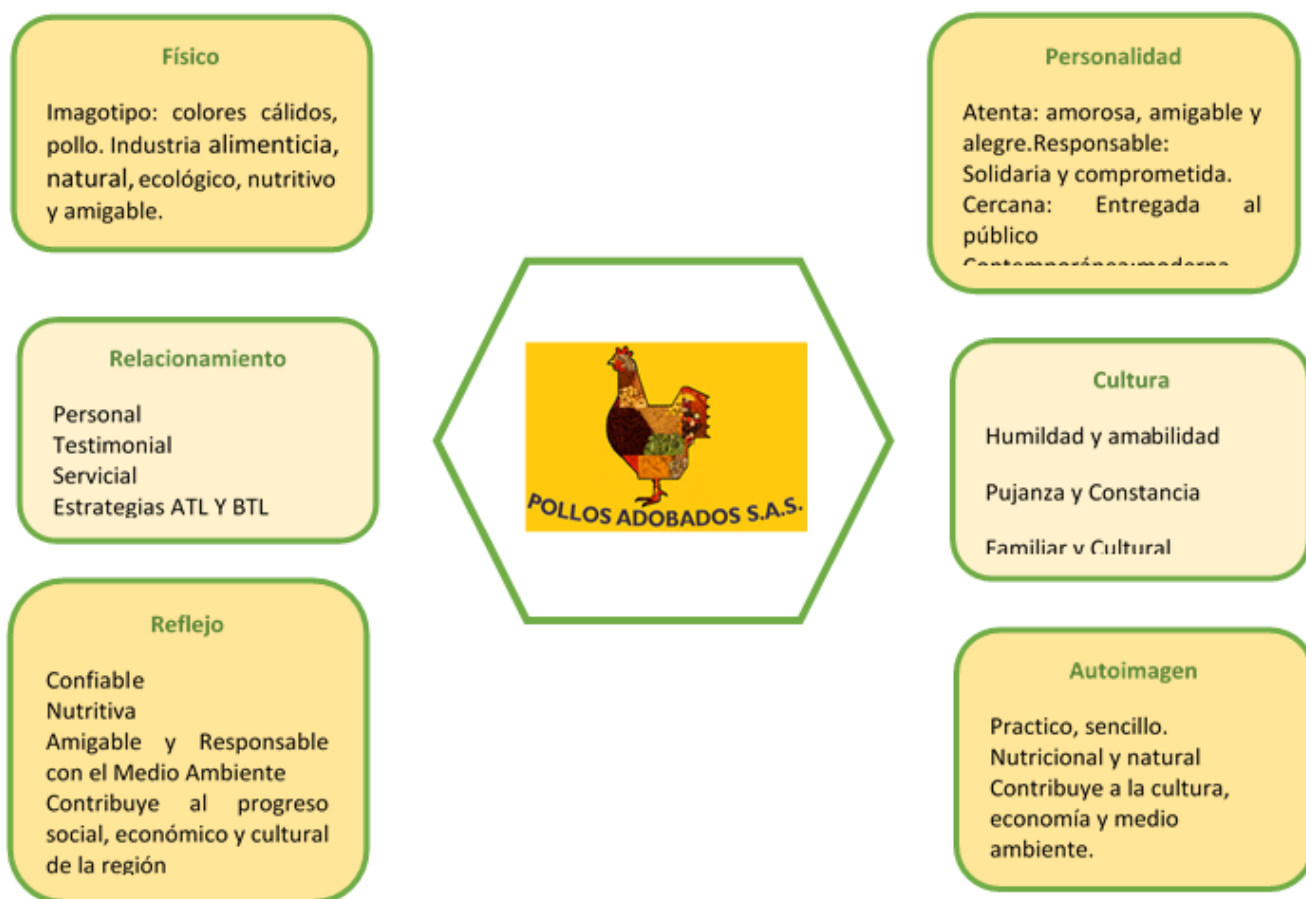
- **Atenta:** amorosa, amigable y alegre
- **Cercana:** entregada al público. Mantener una constante interacción con los clientes por medio de las redes sociales. La marca interactuará con los clientes, sin contar que tendremos un fanpage donde se atenderán todas las quejas, reclamos y solicitudes de una manera más informal.
- **Económica:** es asequible para el mercado objetivo, manejando precios razonables con respecto a los valores agregados otorgados al producto.
- **Responsable:** comprometida y solidaria. Ser cumplidora con los clientes, contribuir a la conservación del medio ambiente, participar en las campañas donde se enseñe a las personas como se debe alimentar correctamente para tener una vida sana y saludable.

- **Contemporánea:** actual y moderno, evolucionando a medida que todo se vaya transformando, brindando productos muy convenientes y atractivos para la época.
- **Cultura de la marca**

Pollos Adobados S.A.S. gustará de apropiarse de valores entusiastas formándonos como un ejemplo de:

  - **asertividad y amabilidad:** identificarnos por tener la mejor energía, siempre atendiendo de manera cordial, con una bonita sonrisa, enfoque agradable hacia el cliente, creando soluciones afectivas.
  - **Pujanza y constancia:** se caracterizará por no rendirse, ser una empresa regional en alcanzar un gran mercado fuera del local, comprobando que una empresa local pequeña puede lograr grandes metas.
  - **Familiar y cultural:** busca a través de su sabor recordar el sabor tradicional de hogar, calor de familia, resaltando el respeto intrafamiliar.
- **Auto-reconocimiento de la marca**
  - Pollos Adobados S.A.S. promoverá con su producto experiencias prácticas y sencillez de preparación sin perder el valor nutricional y natural, sintiéndose quien lo prepara una persona moderna, con menos tiempo preparando la carne y al mismo tiempo saludable la marca será reconocida por el buen sabor, presentación y favorabilidad.

A continuación, se muestra en la figura 11, un resumen sobre el prisma de la marca de POLLOS ADOBADOS S.A.S



*Figura 11 Resumen del Prisma de la Marca*

*Fuente: Elaboración Propia*

## **Estrategias De Marketing Mix**

### **Enfocadas Al Producto**

Para esta estrategia se tendrá en cuenta el tiempo de vida del producto, posteriormente de ese tiempo se re-inviene para comenzar de nuevo con su línea de vida, como se trata de un producto nuevo que no tiene posicionamiento en el mercado su vida como producto en tema de marketing será corta.

Para la etapa de la introducción, se busca establecer estrategias como establecer una etiqueta donde su objetivo es se pueda identificar el producto como marca regional, donde también

cumpliría la función de envase, pues es un producto que es sellado al vacío y para captar los clientes se ofrecerá el producto como tipo de gustación en los restaurantes para que conozcan el producto es cual se destinarán para ello el 0,2% de la producción, cabe resaltar que será crudo pues así es como se comercializa. Para esta etapa se dará un tiempo de 3 a 5 meses.

En la etapa de crecimiento se buscará mejorar la presentación del producto en el tema de la información que traerá el producto, generar promociones como se dijo anteriormente para generar la fidelidad de los clientes. Y para las etapas de madurez y declive, se busca generar publicidad de marca dentro del mercado local como se mencionó anteriormente, mantener los clientes antiguos y captar nuevos clientes y por último mantener innovando en la publicidad que se realice para evitar que entremos al olvido.

### **Estrategias Enfocadas En El Precio**

#### ***Precio de Penetración***

Pollos Adobados S.A.S. para comenzar, se empezarán a usar precios de penetración con el fin de entrar de manera rápida al mercado y empezar a dar a conocer la marca, basándonos principalmente en el margen de rentabilidad a ofrecer, para saber qué precios ofreceremos, en este punto seremos muy cuidadosos para no caer en lo que se conoce competencia desleal, esto tendrá un tiempo alrededor de 4 meses.

#### ***Precio orientado a la competencia***

Después de darnos a conocer en el mercado, se buscará igualar el precio al de la competencia con el fin de que el cliente ya desina con que producto se quedará, lo logrando con ello un mejor posicionamiento y mejorando los márgenes de ganancias.

### **Enfocadas a la distribución**

Pollos Adobados S.A.S comenzará visitando los restaurantes dando a conocer el producto, después de un tiempo se volverán a visitar para recibir la percepción que tiene el cliente sobre el producto, al mismo tiempo se buscará generar fidelidad con el mismo y responsabilidad corporativa. El vehículo frigorífico que se usará para repartir el producto llevará estampado el logo e información de la compañía para captar nuevos posibles clientes.

### **Enfocados en la promoción**

La empresa ofrecerá descuentos a todos sus clientes que compren de manera continua cantidades significativas, se realizan con el fin de una fidelización con el cliente, donde se dará un bono a todos nuestros clientes que realicen una compra mayor a 50 kilogramos y por cada 100 acumulados obtendrán un 10% de descuento en su próxima compra; de igual manera la empresa manejará días de descuentos, los cuales serán determinados de manera estratégica, dependiendo como se vaya comportando el mercado.

### **Estrategias On-line**

Con la tecnología que hay hoy día que permite que las empresas generen nuevas publicidades sin costo en algunos casos como las redes sociales, lo importante de ello es que es el campo por donde las personas se están moviendo y buscando nueva información, es por ello que se hará uso de las redes sociales para generar otro tipo de publicidad que beneficie a Pollos Adobados S.A.S. a través de Twitter, Facebook, WhatsApp entre otras. Además, después de contar con un tiempo

prudente donde ya seamos conocidos crear una página web donde las personas que nos visiten podrán encontrar desde ¿quién somos?, ver nuestros productos, recetas hasta interactuar con nosotros. Con ello se pretende reducir los costos que se destinan para la publicidad y es más visto que algún otro tipo de publicidad como volantes, vallas.

### **CAPITULO III: ESTUDIO TÉCNICO.**

#### **Tamaño Del Proyecto.**

El mercado inicial de este proyecto serán los restaurantes ubicados en la ciudad de Armenia, el cual consiste en darle valor agregado al pollo ya que es un producto de alto consumo en el mercado con el fin principal de que los restaurantes obtengan la alternativa de ofrecer un producto adicional ya que es un pollo que tiene un sabor único que lo hace diferente al de la competencia, de igual manera al momento de adquirirlo el empresario no tendría que incurrir en gastos adicionales por nuevos procesos (adobo) siendo esto una ventaja competitiva debido a que es un producto nuevo que actualmente no es comercializado y que evidentemente disminuye procesos y tiempos de producción.

Se pretende tener una ruta de distribución diaria a pesar de que gran mayoría de los restaurantes adquieran el producto semanalmente en busca de estar en constante interacción con el cliente y de ofrecer un producto con mayor calidad, de igual manera brindando la posibilidad a los diferentes establecimientos de adquirir el producto con mayor facilidad.

**Demanda**

Es establecida por el estudio de mercado, en donde se pudo evidenciar según las encuestas realizadas que el 14% de los restaurantes están dispuestos adquirir el nuevo producto ya que les ofrece una nueva alternativa de venta, lo que representa 146 establecimientos los cuales adquieren 21.575 kilos mensuales buscando tener una influencia mínima del 50 % de la población que está dispuesta adquirir el producto.

Los recursos necesarios para la aplicación del proyecto provienen en un 20% de recursos propios y el 80% se financiará para lo cual se tendrán en cuenta principalmente las tasas de interés y la facilidad de pago que brinden las diferentes fuentes de financiación que hallan en el mercado.

**Proveedores de materia prima.**

La materia prima del proyecto es el pollo en canal, por ende, se cuenta con varios proveedores debido a que es un bien que se encuentra fácilmente en el mercado y en todas las fechas del año, sin embargo, hay características relevantes que los diferencia, las cuales se tendrán en cuenta al momento de elegir al proveedor, entre ellas su ubicación, el precio y el tamaño. Debido a que los proveedores ubicados en la ciudad de Armenia disminuirán costos de transporte, también al contar con un precio de venta asequible aumentaría el nivel de competitividad y al obtener un peso superior a 1.2 kilogramos facilitará la realización del proceso de adobo, ya que un producto con un tamaño inferior retrasaría el proceso.

Por lo que se elaboró un cuadro comparativo, ver tabla 12, con los proveedores existentes en el mercado con el fin de conocer sus principales características.

Tabla 12  
*Comparación lista de proveedores*

| Empresa<br>(Proveedor) | Precio<br>Lb | Descuento               | Ubicación                | Peso   |
|------------------------|--------------|-------------------------|--------------------------|--------|
| Pollos<br>Santiago     | \$ 2.800     | Más de 60 Lb<br>semana  | Armenia                  | 1.5 KL |
| Mac pollo              | 3.400        | Más de 100 Lb<br>al mes | Armenia                  | 1.5 KL |
| Bucanero               | \$ 2.850     | Precio estándar         | Vía a Montenegro<br>Km 2 | 1.5KL  |
| Mi pollo               | 2.500        | Precio estándar         | Armenia                  | 1.5KL  |

*Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos a través de llamadas telefónicas a cada una de las empresas*

Según la información anterior se puede observar que el proveedor que cumple con las características planeadas es MI POLLO por lo que se determina como el proveedor inicial.

### **Tamaño de la planta (o del local).**

El tamaño de la planta fue determinado por la cantidad de kilos de pollo adobado que comercializaran. Para lo cual es necesario un local de aproximadamente 7 metros de ancho por 8 metros de largo, para un total de 56 m<sup>2</sup>, cual estará ubicado en la zona industrial de la ciudad de Armenia en la carrera 8 vía al cementerio, según ficha normativa número de 8 de planeación municipal.

### **Macro localización**

Para determinar este punto se tiene en cuenta el nivel de consumo de pollo que existen en esta región, el cual se evidencia que ha teniendo un incremento en los últimos años, de igual manera la oferta de materia prima (pollo).

La idea de establecer una comercializadora de pollo adobado en la ciudad de Armenia nace a partir de evidenciar que es un producto de alto consumo debido a sus beneficios alimenticios, pues, es una fuente de proteína de alto valor biológico, ayuda al rendimiento muscular, a formar y reparar tejidos del cuerpo, es fuente importante de vitaminas de complejo B que transforman los carbohidratos en energía y su consumo crece en todo el mundo, ya que es una opción más sana a la carne roja, sin embargo, al pasar de los años no se le ha dado un valor agregado, por lo que se busca añadirle valor, dándole un sabor que lo diferencie de los demás y que de igual manera facilite su preparación y disminuya tiempo y costos de elaboración.

En cuanto a los proveedores de materia prima se encuentran ubicados al interior de la ciudad, siendo esto algo positivo ya que al estar ubicados en el mismo lugar en donde estará la planta de transformación se disminuyen los gastos de transporte.

### **Micro-localización**

La ubicación de POLLOS ADOBADOS S.A.S es determinada por la planeación municipal de la ciudad de Armenia, la cual establece que, para este tipo de organización, debe estar ubicada en la zona industrial de la ciudad, según la ficha normativa número 8, por ende, se situara en la carrera 8va vía al cementerio.

## **Ingeniería Del Proyecto**

### **Descripción técnica del producto o servicio**

Los únicos procesos en el que incurrirá el proyecto serán en la transformación del producto, valor agregado, y la comercialización del pollo adobado, iniciando el proceso con la compra del pollo industrializado a nuestros proveedores y finalizará en el domicilio de los restaurantes.

El proceso de compra del pollo debe ser previamente analizado con el fin de evaluar cuál de todos los productores industriales de pollo ofrecen mejores precios, con relación a las características del producto, para así poder nosotros ofrecer un excelente producto a un buen precio.

Al momento de comprar el pollo, se debe tener en cuenta los requerimientos de nuestros clientes potenciales, por ende, es necesario contar con una base de datos que almacene la información de todos los clientes, proveedores, inventarios, fechas de vencimiento, fechas de fabricación, fechas de tiempo de marinado etc., con el fin de saber con exactitud en qué momento es apropiado hacer los pedidos al proveedor, en que momento es necesario empezar la transformación del producto para que cuando este, nuestro cliente lo reciba fresco y demás junto con los momentos en que se debe despachar los productos.

La entrega de los productos se realizará, por rutas todos los días pues como es un producto nuevo tiene que darse a conocer en el mercado.

Los productos serán transportados en canastas plásticas, en su respectivo embalaje, utilizando alrededor plástico para recubrir las canastillas con el fin de preservar y evitar el deterioro del producto, siendo transportados por las características del producto en un vehículo frigorífico.

El almacenamiento del pollo, después de la compra es de 3 días, los cuales serán repartidos durante todo el proceso que van a recibir hasta obtener el valor agregado, el cual será adobo. También hay que tener presente el tiempo que necesitan los pollos para coger el sabor, pues

según las encuestas es lo principal que los clientes buscan a la hora de comprar el pollo. Para luego ser almacenados en el cuarto frío para evitar su deterioro.

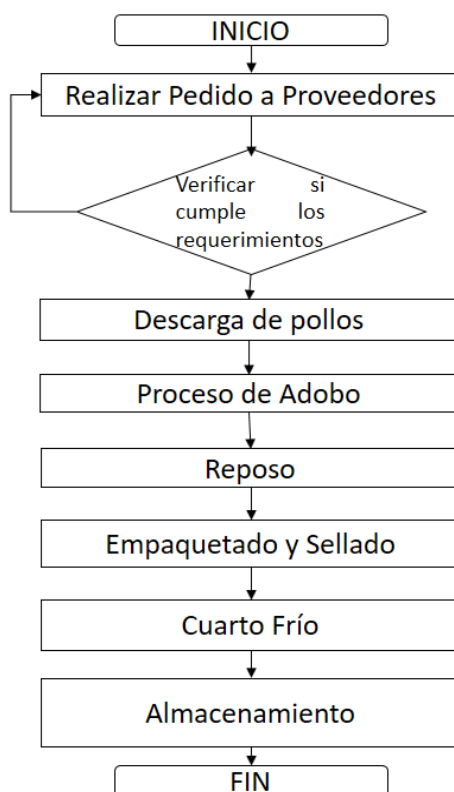
Con respecto al empaque, consiste en empacar cada uno de los pollos en un empaque al vacío, para conservar el sabor y frescura del mismo. Para luego ser empacados en canastas donde serán transportados hasta nuestros clientes, los pollos serán vendidos por kilogramos.

Por ser un proceso donde se incurre en un proceso de transformación del pollo, es importante considerar que los desperdicios son mínimos, pues como se ha venido comentando a lo largo del trabajo, los pollos serán comprados industrializados sin vísceras, lo que se traduce que no habrá desperdicios ni daños de materiales puesto que se comercializará lo más rápido posibles, además al ser un producto que se comercializa de manera congelada el daño por descomposición es mínimo, pues mantiene su cadena de frío.

### **Análisis Del Proceso De Producción.**

El proceso de producción, ver figura 12, que pretende desarrollar Pollos Adobados S.A.S. tendrá inicio en el proceso de negociación con la empresa Mi Pollo, el cual va hacer nuestro principal proveedor, y se negociarán las cantidades y precios del pollo en canal. Posteriormente un vehículo frigorífico se dirigirá a la fábrica para recoger la materia prima, la cual se encuentra muy cerca de Pollos Adobados S.A.S., puesto que Mi Pollo se encuentra en la misma vía donde nos encontramos. De ahí se trasladará a las bodegas nuestras donde se verificará las condiciones del pollo, para saber si puede continuar con el proceso. Luego los pollos serán descargados para iniciar con el proceso de Adobo, donde obtendrán el valor agregado que caracteriza a Pollos

Adobados S.A.S., luego de haber terminado dicho proceso se empaquetará y sellará para luego almacenarlo en el cuarto frío.

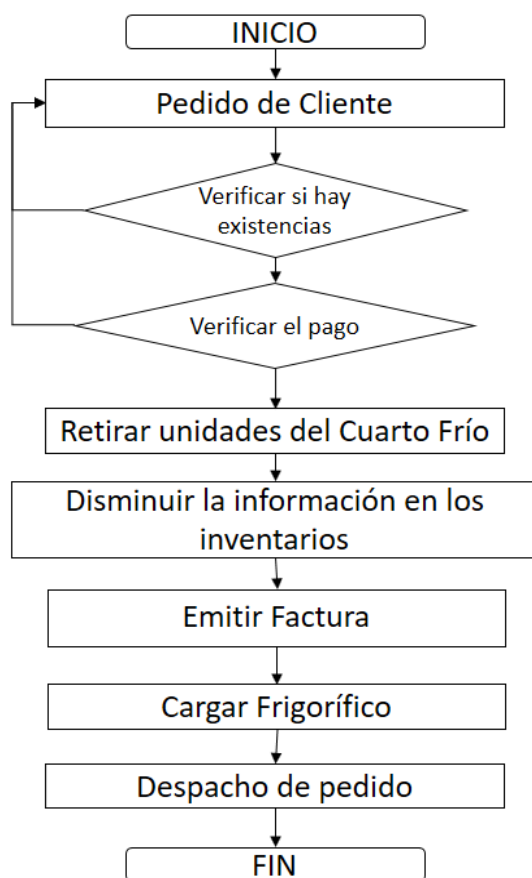


*Figura 12 Proceso de Producción*  
*Fuente: Elaboración Propia*

### **Análisis De Proceso De Distribución**

El proceso de distribución, ver figura 13, iniciará con el pedido del cliente, el cual se verificará en el sistema si hay existencias disponibles para realizar la confirmación del pedido y continuar con el proceso, luego se verificará las formas de pago y condiciones de pago, para

después retirar las unidades solicitadas por el cliente del cuarto frío, después de haber retirado las unidades del cuarto frío, se procederá a reducir la información de las unidades terminadas en el sistema de inventarios. Luego se emitirá una factura donde tendrá toda la información y características de producto y el valor solicitado, cargar el frigorífico para luego despachar el producto.



*Figura 13 Proceso de Distribución*  
*Fuente: Elaboración Propia*

### **Lista De Equipos Para La Operación**

Para el correcto funcionamiento de la empresa, es necesario la adquisición de los siguientes:

#### **- Vehículo Frigorífico**

Es necesaria la adquisición de un frigorífico tipo camión, ver figura 14, con capacidad para transportar cuatro toneladas de peso, diésel con un tanque de hasta 27 galones, motor de 4 cilindros (Hyundaicolombia, 2017).

En el mercado existen dos marcas que se acoplan a las necesidades del proyecto las cuales son Hyundai HD 65 C/C y Mitsubishi Canter. El precio de estos vehículos nuevos a precios de este año, superan los cien millones de pesos, por eso se ha pensado en comprar el frigorífico en el mercado de los usados, estando en buenas condiciones y que no está superando los \$46.000.000 (cuarenta y seis millones de pesos) incluyendo IVA esto se hace con el fin de disminuir el monto de la inversión inicial. El salario del conductor se verá reflejada en el pago de nómina.



*Figura 14 Frigorífico (Vehículo de Transporte)*  
*Fuente: Página web de la empresa Hyundai Colombia*

**- Cuarto Frío**

Para conservar las condiciones físicas del producto, su sabor y textura, es necesario adquirir un cuarto frío, ver figura 15, con las condiciones necesarias para preservar la carne de pollo cuando lleguen y después del proceso de transformación. Para este caso se comprará un cuarto frío de conservación con capacidad de conservar 2 Toneladas, con un precio de \$23.300.000 de pesos IVA incluido e incluye la instalación en la empresa, el proveedor será Construrefri de la ciudad de Cali (Construrefri, 2017).



*Figura 15 Cuarto Frío*  
*Fuente: Construrefi*

**- Licuadora Industrial**

Es necesaria la adquisición de una licuadora industrial de capacidad de 10 litros, figura 16, para procesar los ingredientes que se necesitarán para la preparación del adobo, el cual será utilizado en el proceso de transformación del pollo.



*Figura 16 Licuadora Industrial  
Fuente: Zingal*

- Base y Vaso en acero inoxidable antiácido tipo 304
- Sistema de Vaso volcable
- Cuchilla con seis aspas en acero inoxidable indeformable
- Switch industrial de encido y apagado
- Motor  $\frac{3}{4}$  h.p.
- Altura de 80 cm
- Marca Zingal

El proveedor será Zingal de la ciudad de Bogotá D.C. teniendo un costo la licuadora industrial de \$1'500.000 IVA incluido, con envío gratis a las principales capitales del país (Grupozingal, 2017).

#### **- Mesas en Acero Inoxidable**

Para realizar las actividades necesarias del día a día, se necesitan 2 mesas en acero inoxidable, como se ve en la figura 17, para complementar la preparación del adobo, pues ahí estarán todos los ingredientes que se necesitarán en el día, hacer las respectivas medidas, el cual servirá para la

transformación del producto. El proveedor será de Itagüí Antioquia con un costo total de \$3'041.600 IVA incluido.



*Figura 17 Mesas en Acero Inoxidable  
Fuente: Inmedinox*

- Marca: Inmedinox
- Dimensiones: 90 h x 140 l x 70 a
- Peso 22 kg
- Capacidad Máxima de 100 kg
- Material: Acero inoxidable (Inmedinox, Inmedinox, 2017)

#### - **Tanque de Almacenamiento**

Se requiere un tanque preferiblemente plástico para almacenar los pollos ver figura 18, e iniciar el proceso de transformación el cual es sumergir los pollos en el adobo preparado con antelación, se determina que sea plástico para evitar la proliferación de bacterias y poder realizar una fácil limpieza. El tanque se comprará a través de la plataforma de mercado libre,

el proveedor se encuentra ubicado en la ciudad de Envigado Antioquia, con un precio de \$380.000 IVA incluido (Mercadolibre, Mercadolibre, 2017).



*Figura 18 Tanque de Almacenamiento*  
Fuente: Mercado Libre

- |                                                           |                                         |
|-----------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| - Material del contenedor: PE-HD, total 49080 UV          | - Homologación: UN31HA1/Y/              |
| - Material de la tapa: Eltex B4020                        | - Capacidad nominal: 1000 litros        |
| - Junta Tipología: IBC con palet combinado plástico-metal | - Resistencia: 1000 Kilos               |
| - de la tapa: EPDM                                        | - Altura: 1,172 mm                      |
| - Válvula: De mariposa con diámetro de 2 pulgadas         | - Base: 1200 X 1000 mm                  |
| - Junta de Válvula: EPDM                                  | - Peso del contenedor: 15,70 kilogramos |
|                                                           | - Peso de la tapa: 160 g                |
|                                                           | - Peso palet 23 kg de Plástico-metal    |
|                                                           | - Peso de Jaula Cuadrada: 21,5 kg       |

### - Dos (2) Armarios en Acero Inoxidable

Para la organización del inventario de los materiales se necesitan 2 armarios en acero inoxidable, ver figura 19, los cuales almacenarán los elementos que necesita la preparación del adobo y para embalar el producto como lo son las bolsas, el plástico para la maquina al vacío. Además de los guantes e utensilios que se usarán en el día a día. El proveedor será inmedinox del municipio de Itagüí Antioquía (Inmedinox, Inmedinox, 2017).



*Figura 19 Armario en Acero Inoxidable  
Fuente: Inmedinox*

- Largo 40 cm
- Ancho 150 cm
- Alto 150 cm
- Estantería 100% en acero inoxidable 304
- -Estantería fabricada en lámina cal 18 inox 304
- Patas en tubería cuadrada de 38mm con niveladores o ruedas
- Acabado satinado
- Este producto cumple con INVIMA, BPM

El proveedor será INMEDINOX de la ciudad de Itagüí Antioquia, teniendo un costo total unitario de la Estantería de \$380.000 IVA incluido.

- **Set de Recipientes Herméticos**

Es necesario la adquisición de un set de recipientes herméticos los cuales se detallan en la figura 20, se emplearán para almacenar las materias primas para el adobo, como especias, aderezos y otros. Cuentan con un sistema hermético con un material plástico para mejor conservación de alimentos; las capacidades de almacenamiento van desde los 120 ml hasta 900 ml con una vida útil de 6 años. Lugar de compra Falabella sitio web, el set tiene un precio de \$69.990 IVA incluido (Falabella, 2017).



*Figura 20 Recipientes Herméticos*  
*Fuente: Falabella*

- **Una Báscula Industrial bajo perfil acero Inox 304**

Para la venta y compra del pollo, es necesario contar con una báscula de piso LPP10 con capacidad máxima para 200 kgs, ver figura 21, permitiendo pesar de manera rápida y fácil grandes cantidades de carne, el proveedor será JCM básculas de la ciudad de Cali, siendo las siguientes sus especificaciones (Basculas, 2017)



*Figura 21 Báscula Industrial*  
*Fuente: JCM Básculas*

- Medidas del plato: 30 \* 40 cms en acero inoxidable
- Capacidad máxima de 200 kg
- Calibración: externa por teclado
- Modelo: BIP/ALP
- Observación: Protección IP 67
- Valor: \$ 550.000 más IVA

#### - **Maquina Empacadora al Vacío**

Para comercializar el pollo es necesario una maquina empacadora al vacío modelo MSA 300 M, ver figura 22, permitiendo empacar de manera rápida e higiénica. La manera de empacar el producto, trae como beneficios aumento de vida de los productos, conservación de frescura, olor, sabor y textura de la carne, mejora la presentación del producto, por ende,

facilita el almacenamiento y control de inventarios, el proveedor será MSA Colombia, siendo las siguientes sus especificaciones (Nebula, 2017).



*Figura 22 Maquina Empacadora al Vacío  
Fuente: MSA Colombia*

- Modelo: MSA 300M
- Tipo: Mesa
- Número de barras de sellado: 1
- Dimensiones de la barra de sellado: 26 cm x 1.3 cm
- Dimensiones de la maquina: 38 x 34 x 50 cm
- Espacio de la cámara: 30 cm
- Altura de la cámara: 13 cm
- Sello: 10 mm
- Capacidad de la bomba: 10 m<sup>3</sup>/h
- Ciclo de tiempo: 5 a 45 segundos
- Peso: 40 kg
- Tapa: cóncava-acrítica
- Precio: \$ 2.800.000 más IVA

### - Canastillas

Las canastillas serán el recipiente ideal para transportar y almacenar el pollo, ver figura 23, tanto el que recibimos, el que se almacena en el cuarto frío, como el que transportamos. Se pretende adquirir alrededor de 100 canastas, el proveedor será Grupo GUER-S S.A.S de la ciudad de Bogotá D.C. con las siguientes medidas.



*Figura 23 Canastillas*  
*Fuente: Grupo Guer-S*

- Largo: 60 cm
- Ancho: 40 cm
- Alto: 25 cm
- Peso: 2,5 kg
- Capacidad: 25 kg
- Apilamiento: 10 máximo
- Material: PEAD/Péletizado

Las canastillas tendrán un valor de \$25.000 cada una más IVA, dependiendo del deterioro y crecimiento del negocio, se irán comprando más canastillas a medida que así se demande. Cabe aclarar que las canastillas estarán distribuidas en 50 en el frigorífico para repartir los pedidos y las otras 50 estarán en el cuarto frío almacenando los productos listos para ser comercializados después de su proceso de transformación (Grupoguers, 2017).

### - Caja registradora

Es necesario la adquisición de una caja registradora SE – C450, como se ve en la figura 24, que permita llevar control sobre la venta del pollo adobado, los inventarios, la entrega de factura (Teleequipos, 2017).



*Figura 24 Caja Registradora  
Fuente: Teleequipos*

- Teclado Plano
- Control de 3000 productos
- Pantalla operario digital de 10 líneas
- Informes de venta diarios, semanales y diarios.
- Comunicación a computador: Descargue de informes de venta a su computador en formato Excel.
- Factura alfanumérica
- Control de inventarios (carga y descarga de producto)
- Opción de lector de código de barras
- 100% requisitos de ley

El proveedor será CASIO Colombia de la ciudad de Bogotá D.C. teniendo un costo la registradora de \$ 1.579.000 IVA incluido con envío gratis.

**- Plástico de empaque**

Es necesario adquirir plástico especial, ver figura 25, para empacar el producto en la maquina al vacío, por ello se van a manejar rollos de polietileno. En el mercado existen varios proveedores, siendo fácil su adquisición, se tendrá en cuenta quién ofrezca mejores condiciones. Se estiman en \$127.900 mensuales para la compra de este material, siendo el proveedor Enlaces Químicos S.A.S (Mercadolibre, Mercadolibre, 2017).



*Figura 25 Plástico de Empaque*  
*Fuente: Página web de Mercado Libre*

- Ancho: 20 cm
- Largo: 30 m
- Selles: Laterales

**- Mobiliario**

Equipo mobiliario para el área administrativa, tabla 13.

## Encabezado: CREACIÓN DE EMPRESA

Tabla 13  
Mobiliario

| Descripción                                                         | Precio    | Cantidad | Total     | Proveedor  | Imagen                                                                                |
|---------------------------------------------------------------------|-----------|----------|-----------|------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Centro de Trabajo en vidrio 145x170,5x88                            | \$299.900 | 1        | \$299.900 | Homecenter |    |
| Sillón Ejecutivo Respaldo Bajo con Brazos Negro Asenti              | \$166.900 | 1        | \$166.900 | Homecenter |    |
| Set de Oficina 5 piezas Sku 100585                                  | \$39.900  | 1        | \$39.900  | Homecenter |    |
| Archivador Nova dos cajones con chapa de Seguridad 60x52x45 moduart | \$279.900 | 1        | \$279.900 | Homecenter |  |
| Silla Kingston sin brazos negra                                     | \$79.900  | 2        | \$159.800 | Homecenter |  |
| Teléfono Inalámbrico Motorola M 400 Negro                           | \$89.900  | 1        | \$89.900  | Alkosto    |  |
| Impresora Multifuncional Epson XP-231                               | \$219.000 | 1        | \$219.000 | Alkosto    |  |

|                                       |            |   |             |                   |                                                                                     |
|---------------------------------------|------------|---|-------------|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Computador de Escritorio HP 260-P100B | \$ 999.900 | 1 | \$999900    | Alkosto           |  |
| Mesa de Juntas                        | \$310.000  | 1 | \$310.000   | Mercado libre Col |  |
| TOTAL                                 |            |   | \$2'565.200 |                   |                                                                                     |

*Fuente: Elaboración Propia con Información de los Proveedores*

El anterior cuadro muestra de manera detallada los valores de los mobiliarios necesarios para acondicionar la oficina administrativa y poder ofrecer una buena atención a los clientes, proveedores y demás personas que se acerquen, con el fin de darle correcta dirección a la organización.

#### - Servicios Públicos

Los servicios públicos que necesita “Pollos adobados S.A.S.” para realizar sus actividades productivas, administrativas y de mercadeo son fundamentalmente:

- **Energía Eléctrica:** Debe ser constante e ininterrumpida, ofreciendo corriente entre 110 y 220 voltios, los cuales son necesarios e importantes para el buen funcionamiento de la mayoría de los equipos y maquinas industriales.
- **Agua:** Debe ser regular y de calidad, pues la empresa está manejando constantemente alimentos dado su objeto.

- **Telefonía Fija:** En lo posible ilimitada, para recibir todos los pedidos, quejas, reclamos, peticiones, elogios etc. de nuestros clientes y hacer nuestros pedidos a los proveedores.
- **Telefonía Celular:** Planes de minutos de alrededor de 200 minutos para estar pendientes de todo lo que acontece en la empresa, pudiendo ser un complemento de la telefonía fija.
- **Internet:** Que cuente con buena velocidad, como mínimo de 3 megas de velocidad, con el fin de manejar lo mejor posibles los recursos digitales de la empresa.

### **Personal directo e indirecto**

Según la actividad económica de la empresa, la demanda estimada, las proyecciones de ventas, las estrategias de mercado, la maquinaria, herramientas y equipos que tendrá la empresa, se determina que, para los primeros cinco años, Pollos Adobados S.A.S requerirá los servicios de:

- Un gerente: que realice estrategias, que tome decisiones que beneficien la empresa, realizar constantes análisis, estar en busca de nuevos clientes, verificar los pedidos que salen, emitir las facturas etc.
- Un coordinador de Ventas: elaborar estrategias de ventas, Realizar análisis sobre comportamiento del mercado, elaborar informes sobre las inconformidades y conformidades del cliente, toma y entrega de pedidos de los clientes etc.
- Dos Operarios: colaborar con el descargue y cargue de mercancía, realizar el proceso de adobo, realizar el proceso de empaque, colaborar en el proceso de inventarios, realizar procesos de limpieza etc.

## Encabezado: CREACIÓN DE EMPRESA

- Uno de Logística: revisar las condiciones del producto, cargue y descargue de mercancía, realizar inventarios, elaborar informes sobre productos en descomposición, verificar la entrega de pedidos etc.
- Servicios contables como Staff: realizar los estados financieros de la empresa, las proyecciones de los mismos para estar al tanto del futuro, firmar los libros etc.

A continuación, en la tabla 14, tabla 15 y tabla 16 se discriminan los salarios de cada uno de los personales que requiere la empresa, Pollos Adobados S.A.S., para su funcionamiento.

Tabla 14  
*Salarios del personal Administrativos*

| Administrativos           |           |             |
|---------------------------|-----------|-------------|
| Salario                   | Gerente   | Coor Ventas |
| Aux. Transporte           | \$781.242 | \$781.242   |
| Seguridad Social          | \$88.211  | \$88.211    |
| Pensión                   | \$97.827  | \$97.827    |
| ARL                       | \$93.749  | \$93.749    |
| Cargas Prestacionales     | \$4.078   | \$4.078     |
| Cesantías                 | \$186.120 | \$186.120   |
| Intereses sobre Cesantías | \$72.425  | \$72.425    |
| Prima de Servicios        | \$8.691   | \$8.691     |
| Vacaciones                | \$72.425  | \$72.425    |
| Aportes Parafiscales      | \$32.578  | \$32.578    |
| Caja Compensación         | \$31.250  | \$31.250    |
| TOTAL                     | \$31.250  | \$31.250    |

*Fuente: Elaboración Propia*

Tabla 15  
*Salario de personal Staff*

| Staff                   |           |
|-------------------------|-----------|
| Honorarios (Contador P) | \$400.000 |

*Fuente: Elaboración Propia*

Tabla 16

*Salario del personal de Operacional*

| Mano de Obra Directa      |             |             |             |
|---------------------------|-------------|-------------|-------------|
|                           | Logística   | Operario 1  | Operario 2  |
| Salario                   | \$781.242   | \$781.242   | \$781.242   |
| Aux. Transporte           | \$88.211    | \$88.211    | \$88.211    |
| Seguridad Social          | \$112.780   | \$112.780   | \$112.780   |
| Pensión                   | \$93.749    | \$93.749    | \$93.749    |
| ARL                       | \$19.031    | \$19.031    | \$19.031    |
| Cargas Prestacionales     | \$186.120   | \$186.120   | \$186.120   |
| Cesantías                 | \$72.425    | \$72.425    | \$72.425    |
| Intereses sobre Cesantías | \$8.691     | \$8.691     | \$8.691     |
| Prima de Servicios        | \$72.425    | \$72.425    | \$72.425    |
| Vacaciones                | \$32.578    | \$32.578    | \$32.578    |
| Aportes Parafiscales      | \$31.250    | \$31.250    | \$31.250    |
| Caja Compensación         | \$31.250    | \$31.250    | \$31.250    |
| TOTAL                     | \$1.199.602 | \$1.199.602 | \$1.199.602 |

*Fuente: Elaboración Propia***Indumentaria o Dotación**

Conforme a la actividad de la empresa, procesadora de alimentos, y a las disposiciones de las buenas prácticas de manufactura y del artículo 122 del código sanitario nacional de la Ley 9 de 1979 establece y el artículo 230 del código sustantivo del trabajo:

Artículo 122: “Todos los empleadores están obligados a proporcionar a cada trabajador, sin costo para éste, elementos de protección personal en cantidad y calidad acordes con los riesgos reales o potenciales existentes en los lugares de trabajo (Alcaldia de bogota, Alcaldia de bogota, 2017)”

Artículo 230: Todo empleador que habitualmente ocupe uno (1) o más trabajadores permanentes, deberá suministrar cada cuatro (4) meses, en forma gratuita, un (1) par de zapatos y un (1) vestido de labor al trabajador, cuya remuneración mensual sea hasta dos (2) meses el salario mínimo más alto vigente. Tiene derecho a esta prestación el trabajador que en

las fechas de entrega de calzado y vestido haya cumplido más de tres (3) meses al servicio del empleador (Alcaldíadebogota, 2017)

Se determina entonces la indumentaria que el personal operativo de la empresa debe utilizar para la elaboración de los productos el siguiente equipo.



*Figura 26 Dotación*  
*Fuente: Elaboración Propia*

El traje debe ser de tela y tonos claros (camibuso), es importante notificar, que, bajo disposiciones sanitarias y legales, cada uno de los elementos deben ser utilizados por el personal, manipulador de alimentos, desde el primer momento que tengan contacto con la metería prima ingresada al área de producción hasta la disposición final del producto terminado, ya sea en almacenamiento o despacho.

En cuanto al resto del personal, administrador, el de ventas y transportador, se presume que la empresa les brindara camisas estampados con el logo, nombre y lema de la empresa. Se calcula que la indumentaria le costaría a la empresa \$1.025.400 al año, como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 17  
Dotación

| Dotación Requerida, Según El Número De Empleados De Producción |                                   |                             |                          |                          |                 |                   |
|----------------------------------------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------|-------------------|
| Elemento                                                       | Cantidad requerida por trabajador | Número de cambios en el año | Cantidad de trabajadores | Cantidad total necesaria | Precio unitario | Costo total anual |
| Camibuso estampado                                             | 2                                 | 2                           | 5                        | 20                       | \$ 30.000       | \$600.000         |
| Delantal Plástico                                              | 1                                 | 3                           | 2                        | 6                        | \$17.500        | \$105.000         |
| Botas                                                          | 1                                 | 3                           | 2                        | 6                        | \$16.000        | \$96.000          |
| Guantes                                                        | 1                                 | 360                         | 2                        | 720                      | \$185           | \$133.200         |
| Cubrebocas                                                     | 1                                 | 3                           | 2                        | 6                        | \$5.000         | \$30.000          |
| Cofia                                                          | 1                                 | 3                           | 2                        | 6                        | \$10.200        | \$61.200          |
|                                                                |                                   |                             |                          |                          | Total           | \$ 1.025.400      |

*Fuente: Elaboración Propia*

#### - Capacitaciones

- **Fundamentales (corto plazo):** Buenas prácticas de manipulación de alimentos y Manufactura. Esta deberá ser adquirida y dominada por el personal operativo y deberán realizarse en el corto plazo.
- **Asesorías (Mediano y largo plazo):** Buenas prácticas en la gestión de proveedores, en el proceso productivo y de almacenamiento, en el control y manejo de residuos, en uso de energía y agua y en el área de mercadeo y ventas.

#### **Distribución de la infraestructura necesaria para su funcionamiento:**

Se requiere una planta e infraestructura ya edificada en condiciones de arrendamiento, con las características y consideraciones como se describen posteriormente:

Para empezar, se puede decir que la correcta ubicación, tamaño, diseño y distribución de una planta, son puntos fundamentales a considerar para establecer la empresa puesto que cada uno de estos factores puede ocasionar efectos positivos o negativos en la organización.

De forma general se puede resumir que las condiciones principales que la planta o edificación debe reunir es tener un diseño sanitario, estar ubicada en las zonas determinadas por el POT municipal de la Alcaldía de Armenia, en lugares aislados de cualquier foco de insalubridad que represente algún tipo de riesgo potencial para la contaminación de los alimentos; que su funcionamiento no ponga o exponga la salud y el bienestar de la comunidad, poseer un área mínima 56 m<sup>2</sup> entre 5 y 6 áreas o subdivisiones siendo más amplia el área de producción.

La ubicación de la empresa deberá estar situada en zonas industriales establecidas por el POT municipal de la alcaldía de Armenia, que, para este caso, Pollos Adobados S.A.S estará ubicada en la vía al cementerio zona industrial, según la ficha técnica normativa #8, procurando una mejor cercanía a los mercados potenciales y alejado de cualquier contaminación física, química, o biológica, además de ser libre de olores desagradables. Y que cuente con todos los servicios públicos junto con la recolección de las basuras.

Se estima que el área total aproximada es de 56 m<sup>2</sup> cabe resaltar que este aspecto fue establecido proporcionalmente con base a los cálculos manejando variables como: la cantidad de personal que se necesita, el área ocupada por las maquinas industriales, las herramientas, los equipos e inmobiliarios necesarios, al igual que el espacio para la operación y mantenimiento, las diferentes áreas que se requieren para el funcionamiento y los espacios de libre circulación convenientes. Según lo anteriormente descrito, se establece que es necesario que la edificación conseguida posea un máximo de 5 áreas:

Tabla 18

*Distribución de la Planta*

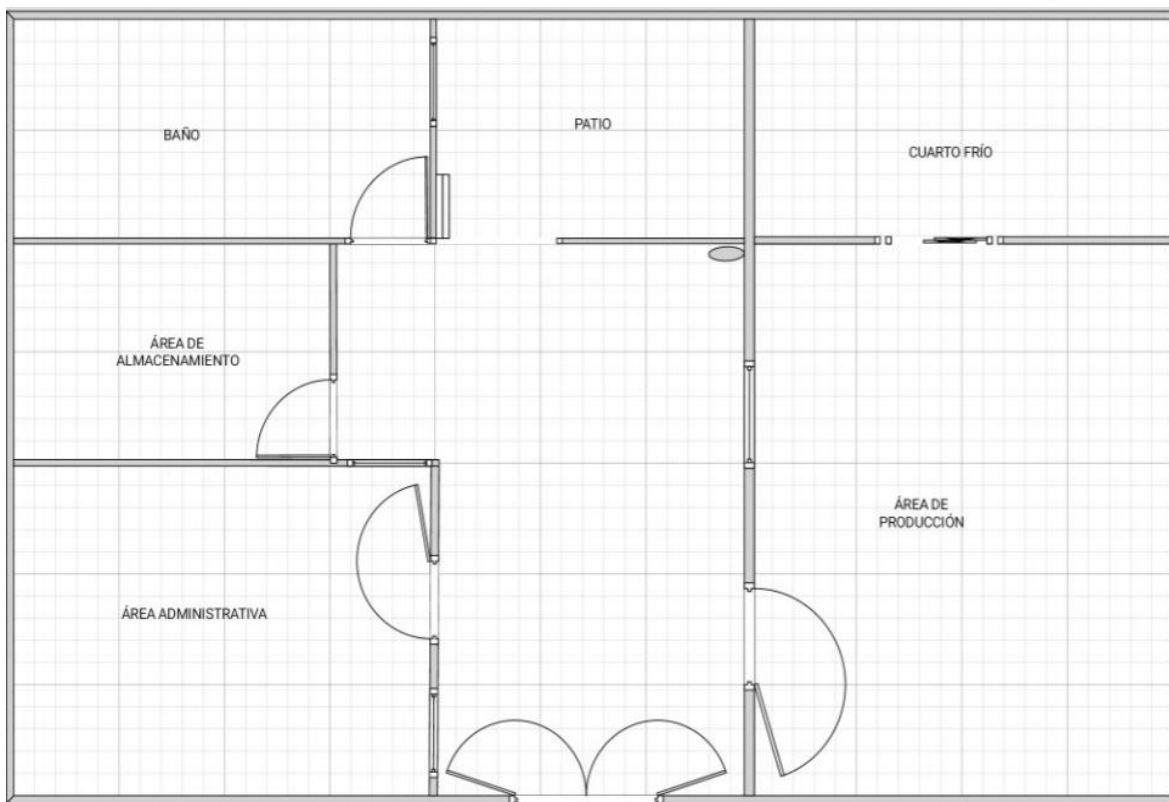
| <b>Cant</b>  | <b>Ítem</b>                    | <b>Función</b>                                                                         |
|--------------|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1</b>     | Cocina                         | Área de producción                                                                     |
| <b>1</b>     | Baño con sanitario y lavamanos | Servicios Sanitarios                                                                   |
| <b>1</b>     | Patio                          | Área de aseo, reciclaje y desperdicios                                                 |
| <b>2 a 3</b> | Cuartos simples                | Área administrativa, Área del cuarto frio, Área de Bodega de los Insumos de producción |

*Fuente: Elaboración Propia*

Por ende, todas estas áreas deben estar ubicadas según la secuencia lógica del proceso de producción que existe en Pollos Adobados S.A.S. desde la recepción de los insumos hasta el despacho del producto terminado, con el fin de evitar procesos innecesarios y retrasos indebidos, el área de producción no debe estar cerca a los baños ni al área administrativa.

**Prototipo de los planos de la planta**

Con base a lo anteriormente descrito, se diseña un modelo básico de planos, ver figura 27 y 28, que podría tener la planta, este modelo y distribución se modificará de acuerdo al local en condición de arrendamiento, es importante mencionar que la distribución se hará teniendo presente la seguridad industrial, ingeniería de procesos y ahorro de tiempo, buscando conseguir una distribución que permita tener una producción eficiente y segura, disminuir costos.

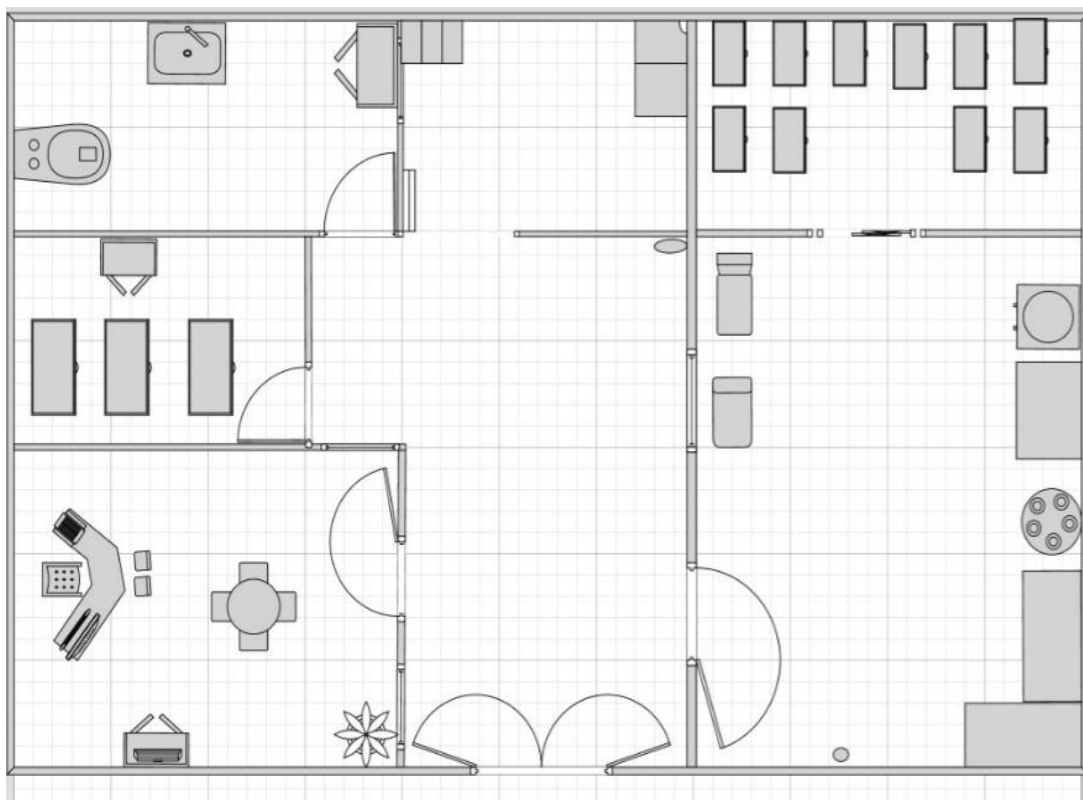


*Figura 27 Distribución Física de la planta*

*Fuente: Elaboración Propia con Grapholite Plan*

Las medidas que tiene cada área se describe a continuación:

- Baño: 6 m<sup>2</sup>
- Patio: 6 m<sup>2</sup>
- Área de almacenamiento: 1,9 m<sup>2</sup>
  - Cuarto Frío: 9 m<sup>2</sup>
- Área administrativa: 8 m<sup>2</sup>
- Área de libre tránsito: 10,2 m<sup>2</sup>
- Área de producción: 15 m<sup>2</sup>



*Figura 28 Prototipo de Distribución de la Planta*  
*Fuente: Elaboración Propia con Grapholite Plan*

### **Prototipo de Factura de Venta**

Esta el tipo de factura que Pollos Adobados S.A.S., ver figura 29, va a manejar frente a sus clientes y llevar la contabilidad y como soporte para los libros contables.

[illegible]

*Figura 29 Prototipo de Factura*  
*Fruente: Elaboración Propia con Publisher*

### CAPITULO III: ORGANIZACIONAL Y LEGAL

El presente objetivo tiene como fin establecer las políticas, principios la estructura de la organización, cargos y funciones que rigen la organización.

#### MISIÓN

POLLOS ADOBADOS S.A.S es una comercializadora que busca ofrecer una nueva alternativa de venta a los restaurantes ubicados en la ciudad de armenia, disminuyendo costos y tiempos de preparación comprometida con el bienestar de sus clientes y trabajadores.

#### VISIÓN

POLLOS ADOBADOS S.A.S espera ser reconocida por ser una empresa innovadora en sus procesos y sus productos, brindando un producto de alta calidad que contribuye con la salud de los consumidores y la conservación del medio ambiente, creando una nueva demanda de consumo.

#### VALORES

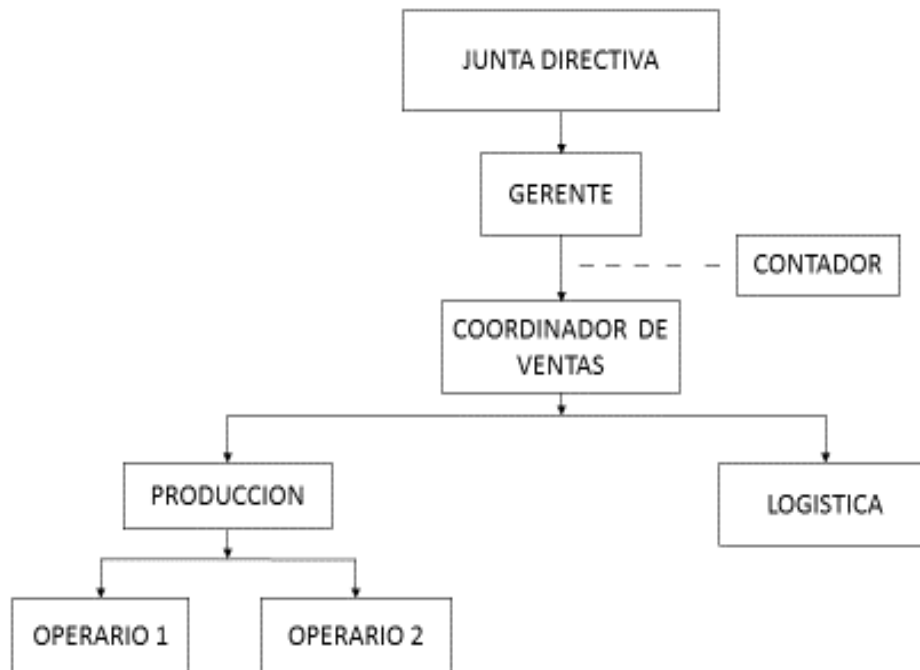
- **Trabajo En Equipo:** somos una organización que trabajamos en conjunto en busca de brindar lo mejor a nuestros clientes y de igual manera conservar un buen ambiente laboral.
- **Compromiso:** nos dedicamos en mejor continuamente buscando ofrecer un producto y servicio que supere las expectativas de los consumidores

- **Responsabilidad:** realizamos nuestros procesos pensando en la salud de los consumidores y en la conservación del medio ambiente
- **Respeto:** escuchamos y respetamos la opinión tanto de nuestros clientes como de nuestros empleados.

### **Diseño organizacional**

Para poder desarrollar un buen diseño organizacional se debe tener en cuenta un modelo que facilite la realización de los objetivos. Por lo cual al establecer el diseño organizacional se debe ser muy riguroso debido a que se debe elegir una estructura que se ajuste a los requerimientos de la organización, según los modelos establecidos, estas estructuras pueden ser funcional, territorial o geográfica, por productos, entre otras.

Por ende, la estructura administrativa propuesta es la funcional ver figura 29, ya que la estructura organizacional funcional brinda un alto nivel de especialización, Un trabajador puede elaborar procesos con un alto nivel eficiencia mejorando la productividad.

**Organigrama Empresarial**

*Figura 30 Organigrama*  
*Fuente: Elaboración Propia*

Pollos Adobados S.A.S. es una empresa Pyme, la cual, cuenta con apenas 5 empleados y una línea staff, que ayuda a la toma de decisiones por parte de la administración, al ser una empresa con tan poco personal solo existe dos niveles el operativo y directivo, por lo cual se decidió que la mejor estructura organizacional que se adapta a las necesidades es la funcional.

## Mapa De Procesos

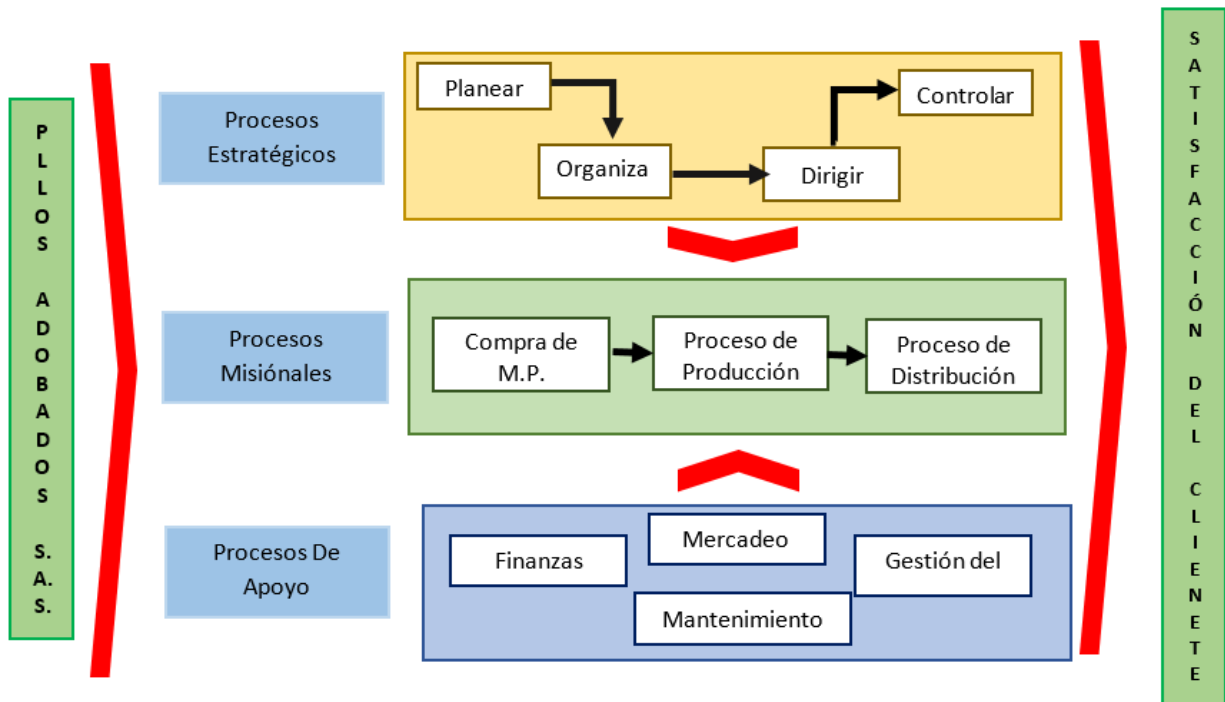


Figura 31 Mapa de Procesos

Fuente: Elaboración Propia

### Procesos Estratégicos

- Planear:
  - Definir la idea
  - Estudiar la viabilidad
  - Evaluar la idea
  - Trazar objetivos
  - Determinar recursos
  - Establecer rentabilidad y beneficios
  - Diseñar función y control del mismo

- Ejecutar idea
- Organizar
  - Delimitar las funciones, puestos y control de los cargos
  - Determinar los recursos y requerimientos de la empresa y capacidad de los mismos
  - Elaborar planes de trabajo en función de la capacidad real de la empresa
  - Organizar y optimizar la materia prima en los procesos de producción  
(Incluyendo políticas de área de producción)
  - Realizar estudios de tiempos y movimientos, de procesos y procedimientos, enfocándose en la reducción y simplificación de actividades.
  - Mantener seguimiento a las ventas y el cumplimiento de las metas
  - Delegar responsabilidades al personal para cada uno de los cargos
  - Organizar y archivar informes de la compañía
- Dirigir
  - Controlar el direccionamiento de la compañía
  - Generar y aplicar estrategias encaminada a la mejora continua
  - Diseñar correctivos
  - Asignar tareas adecuadas al personal con relación al cargo que desempeña
  - Contribuir a generar sinergia en el trabajo de equipo
  - Evaluar el comportamiento y desempeño del personal dentro de la organización
  - Premiar o corregir el desempeño del personal

- Controlar
  - Diseñar indicadores y estándares de control
  - Realizar evaluaciones, mediciones y control sobre cada uno de los trabajos
  - Comparar resultados con años atrás y con lo planeado, para evidenciar si estamos cumpliendo el objetivo, o toca realizar correcciones.
  - Implementar medidas correctivas si el caso lo amerita.

### **Procesos Misionales**

- Compra de Materia Prima
  - Recibir el pedido del cliente
  - Realizar pedido a proveedores
  - Notificar a Ventas
  - Recibir pedido
  - Verificar que el pedido cumple con los requerimientos
  - Pasarlos a producción
- Proceso de Producción
  - Recibir la materia prima
  - Preparar el pollo para el marinado del adobo
  - Organizar el adobo con todos los ingredientes
  - Licuar el adobo
  - Marinar el pollo en la preparación del adobo
  - Controlar el tiempo de mariano

## Encabezado: CREACIÓN DE EMPRESA

- Retirar los pollos del adobo
  - Empacar los pollos adobados
  - Sellar los pollos adobados
  - Almacenarlos en el cuarto frío
  - Notificar a ventas para el inventario de Producto Terminado
- 
- Proceso de Distribución
    - Recibir pedido de clientes (restaurantes)
    - Retirar unidades del cuarto frío
    - Notificar a ventas
    - Empacar en las canastillas
    - Cargar el frigorífico
    - Enviar la orden de compra
    - Despachar el frigorífico
    - Llevar a cabo la fase de la venta (presentación, formalización y cierre de la venta)
    - Implementar técnicas de fidelización de clientes.

### **Procesos De Apoyo**

- Finanzas
  - Pago de liquidación de personal
  - Pago de Nómina
  - Pago de prestaciones contempladas en la ley
  - Solicitar y recibir información contable y financiera

- Analizar información
  - Revisar cuentas con proveedores y clientes cuando el caso lo amerite
  - Realizar control de costos
  - Emitir los documentos e informes mensuales para la empresa y entidades estatales.
- Mercadeo
- Analizar el mercado y las necesidades de clientes
  - Determinar los nuevos clientes a satisfacer
  - Dar a conocer los productos (publicidad)
  - Realizar el pronóstico de ventas
  - Administrar las ventas
  - Diseñar estrategias de marketing
  - Diseñar alianzas estratégicas
  - Implementar técnicas de ventas, para asegurar el cliente.
- Mantenimiento
- Supervisar, direccionar todos los trabajos, a través del adecuado mantenimiento de las instalaciones de la empresa.
  - Control de los trabajos de mantenimiento (electricidad, fontanería, climatización, etc.)
  - Control y mantenimiento de las maquinarias industriales
  - Seguimiento a los procesos de mantenimiento (Uv, 2017).

- Gestión del Talento Humano (TH)
  - Realizar entrevistas al nuevo personal
  - Selección del personal
  - Hacer inducción al personal nuevo
  - Formalizar el contrato de trabajo
  - Brindar asesorías y capacitaciones
  - Renovación del contrato
  - Terminación del contrato

### Cargos y funciones

Tabla 19

*Funciones de la Junta Directiva*

| JUNTA DIRECTIVA                                                                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Está conformada por dos inversionistas o socios, los cuales toman las principales decisiones dentro de la empresa. Encargados de elegir el personal y delegar responsabilidades |

*Fuente: Elaboración Propia*

Tabla 20

*Cargo y Funciones del Gerente*

| Cargo                       | Administrador                                                                                                   |
|-----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Objetivo                    | planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y contratar al personal adecuado       |
| Jefe Inmediato              | Junta De Socios                                                                                                 |
| Nivel De Educación (Mínimo) | Profesional en Administración de Empresas.                                                                      |
| Experiencia Laboral         | No Aplica                                                                                                       |
| Competencias                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Administrativas: planificar, organizar, dirigir, controlar,</li> </ul> |

|                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                       | coordinar, y liderar.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Laborales: previo conocimiento sobre el cargo y las diferentes actividades realizadas en la empresa, Trabajo en equipo, recursivo e innovador.</li> <li>• Humanas: respetuoso, comprometido y tolerante.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                       | .                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Representar a la empresa cuando se requiera             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar pedidos</li> </ul> </li> <li>• Verifica las condiciones de materia prima sea la adecuada</li> <li>• Ayudar en el proceso de transformación cuando sea necesario</li> <li>• Delegar funciones, verificar el proceso de adobo             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verificar llegada de pedidos</li> </ul> </li> <li>• Verificar condiciones de pedido al momento de salir de la planta</li> <li>• Elaborar las facturas de los diferentes pedidos             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar estrategias</li> <li>• Toma de decisiones</li> </ul> </li> <li>• Realizar análisis constantes sobre el medio ambiente externo e interno con el fin de identificar oportunidades y amenazas             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar nuevos mercados</li> <li>• Recibir visitantes oficiales.</li> <li>• Procesos Administrativos</li> <li>• Gestión de talento humano</li> <li>• Comunicación oral y escrita</li> <li>• Gestión y manejo de presupuesto</li> </ul> </li> </ul> |
| Funciones             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Conocimientos Previos |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

*Fuente: Elaboración Propia*

Tabla 21  
*Cargos y funciones del Contador*

| Cargo                       | Contador                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Objetivo                    | Llevar la contabilidad de la empresa y en asesorarla en temas económicos y financieros.                                                                                                                              |
| Jefe Inmediato              | Gerente                                                                                                                                                                                                              |
| Nivel De Educación (Mínimo) | Contador público.                                                                                                                                                                                                    |
| Experiencia Laboral         | 2 años de experiencia<br>Laborales: previo conocimiento sobre el cargo y las diferentes actividades realizadas en la empresa,                                                                                        |
| Competencias                | Trabajo en equipo. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Humanas: respetuoso, comprometido y tolerante.</li> </ul>                                                                                                |
| Funciones                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejar e interpretar la contabilidad de una organización</li> <li>• producir informes para la gerencia</li> <li>• Llevar los libros o registros de contabilidad</li> </ul> |

*Fuente: Elaboración Propia*

Tabla 22

*Cargo y Funciones del Coordinador de Ventas*

| Cargo                       | Coordinador de Ventas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Objetivo                    | Supervisar procesos de producción identificar clientes potenciales e incrementar el nivel de ventas.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Jefe Inmediato              | Gerente                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Nivel De Educación (Mínimo) | Profesional en Administración de Empresas.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Experiencia Laboral         | No aplica                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Competencias                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Administrativas: planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, y liderar.</li> <li>• Laborales: previo conocimiento sobre el cargo y las diferentes actividades realizadas en la empresa, Trabajo en equipo, recursivo e innovador.</li> <li>• Humanas: respetuoso, comprometido y tolerante.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Funciones                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar el adobo</li> <li>• Colabora en procesos de producción cuando sea necesario</li> <li>• Supervisa de manera permanente la realización de procesos de producción y almacenamiento <ul style="list-style-type: none"> <li>• toma los pedidos de los clientes</li> <li>• entrega pedidos</li> </ul> </li> <li>• recibe materia prima cuando sea necesario</li> <li>• elabora estrategias de ventas</li> <li>• realiza análisis de manera continua sobre el comportamiento del mercado <ul style="list-style-type: none"> <li>• busca clientes potenciales</li> </ul> </li> <li>• elabora informes sobre conformidades e inconformidades de los clientes</li> </ul> |

---

Conocimientos Previos

- Procesos Administrativos
  - Gestión de talento humano
  - Comunicación oral y escrita
- 

*Fuente: Elaboración Propia*

Tabla 23  
*Cargo y Funciones del Auxiliar Logístico*

| Cargo                       | Auxiliar Logístico                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Objetivo                    | Garantizar la llegada del producto en buenas condiciones y oportunamente                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Jefe Inmediato              | Ventas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Nivel De Educación (Mínimo) | Técnico en logística, auxiliar administrativo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Experiencia Laboral         | No Aplica<br>Administrativas: organización, habilidades de comunicación oral y escrita.<br>Laborales: recursivo y trabajo en equipo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Competencias                | Humanas: Tolerancia, compromiso y sentido de pertenencia.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Funciones                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisión de condiciones del producto</li> <li>• cargue y descargue de mercancía <ul style="list-style-type: none"> <li>• acomodación en bodega</li> </ul> </li> <li>• Realizar inventario existente <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar informes sobre productos en descomposición <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verificar pedidos.</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• Verificar la entrega de los</li> </ul> |

---

|                        |                                                                                                                                                                                                  |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                        | pedidos sea la correspondiente                                                                                                                                                                   |
|                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informar sobre el estado y requerimientos del vehículo</li> <li>• Realizar las actividades producción y aseo de la planta cuando se requiera</li> </ul> |
| Conocimientos Previos  | Gestión logística                                                                                                                                                                                |
| Requisitos Adicionales | Licencia de conducción categoría C1, conocimiento sobre el área de influencia ( Armenia)                                                                                                         |

*Fuente: Elaboración Propia*

Tabla 24  
*Cargo y Funciones del Operario 1*

| Cargo                       | Operario 1                                                                                                                                                                         |
|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Objetivo                    | Realizar el proceso de adobo bajo las condiciones establecidas garantizando un producto de calidad                                                                                 |
| Jefe Inmediato              | Ventas                                                                                                                                                                             |
| Nivel De Educación (Mínimo) | Bachiller académico                                                                                                                                                                |
| Experiencia Laboral         | No Aplica                                                                                                                                                                          |
| Competencias                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Laborales: Trabajo en equipo, responsable, y puntualidad.</li> <li>• Humanas: Tolerancia, compromiso y sentido de pertenencia.</li> </ul> |
| Funciones                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Colaborar en el proceso de cargue y descargue.</li> <li>• Realizar el proceso de adobo</li> <li>• realizar proceso de empaque</li> </ul>  |

---

|                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Conocimientos Previos | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar proceso de acomodación en bodega</li> <li>• colaborar en proceso de inventarios</li> <li>• Realizar labores de higiene de la bodega</li> <li>• Colaborar con el proceso de recepción y despacho de pedidos</li> </ul> <p>No Aplica</p> |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

---

*Fuente: Elaboración Propia*

Tabla 25  
Cargo y Funciones del Operario 2

---

| Cargo                       | Operario 2                                                                                                                                                                         |
|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Objetivo                    | Realizar el proceso de adobo bajo las condiciones establecidas garantizando un producto de calidad                                                                                 |
| Jefe Inmediato              | Ventas                                                                                                                                                                             |
| Nivel De Educación (Mínimo) | Bachiller académico                                                                                                                                                                |
| Experiencia Laboral         | No Aplica                                                                                                                                                                          |
| Competencias                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Laborales: Trabajo en equipo, responsable, y puntualidad.</li> <li>• Humanas: Tolerancia, compromiso y sentido de pertenencia.</li> </ul> |
| Funciones                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Colaborar en el proceso de cargue y descargue.</li> <li>• Realizar el proceso de adobo</li> <li>• realizar proceso de empaque</li> </ul>  |

---

---

|                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Conocimientos Previos | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar proceso de acomodación en bodega</li> <li>• colaborar en proceso de inventarios</li> <li>• Realizar labores de higiene de la bodega</li> <li>• Colaborar con el proceso de recepción y despacho de pedidos</li> </ul> <p>No Aplica</p> |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

---

*Fuente: Elaboración Propia*

## Análisis Legal

### Aspectos legales

Para constituir la empresa pollos adobados se establecerá una Sociedad por acciones simplificada (S.A.S) ya que este tipo de sociedad que brinda mayor flexibilidad y beneficios para iniciar una empresa como lo son:

“Los empresarios pueden fijar las reglas que van a regir el funcionamiento de la sociedad. Es posible, por ejemplo, contar con estatutos flexibles que se adapten a las condiciones y a los requerimientos de cada empresario.

- La creación de la empresa es más fácil. Una SAS se puede crear mediante documento privado, lo cual le ahorra a la empresa tiempo y dinero. ·

- La responsabilidad de sus socios se limita a sus aportes. La empresa puede beneficiarse de la limitación de la responsabilidad de sus socios, sin tener que tener la pesada estructura de una sociedad anónima.

- Las acciones pueden ser de distintas clases y series. Pueden ser acciones ordinarias, acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, acciones con voto múltiple,

acciones privilegiadas, acciones con dividendo fijo o acciones de pago. Es importante aclarar que las acciones de la S.A.S no pueden negociarse en bolsa.

- No se requiere establecer una duración determinada. La empresa reduce costos, ya que no tiene que hacer reformas estatutarias cada vez que el término de duración societaria esté próximo a caducar.

- El objeto social puede ser indeterminado. Las personas que vayan a contratar con la SAS, no tienen que consultar e interpretar detalladamente la lista de actividades que la conforman para ver si la entidad tiene la capacidad para desarrollar determinada transacción.

- El pago de capital puede diferirse hasta por dos años. Esto da a los socios recursos para obtener el capital necesario para el pago de las acciones. La sociedad puede establecer libremente las condiciones en que se realice el pago.

- Por regla general no exige revisor fiscal. La S.A.S solo estará obligada a tener revisor fiscal cuando los activos brutos a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior, sean o excedan el equivalente a tres mil salarios mínimos.

- Mayor flexibilidad en la regulación de los derechos patrimoniales. Existe la posibilidad de pactar un mayor poder de voto en los estatutos sociales o de prohibir la negociación de acciones por un plazo de hasta 10 años.

- Mayor facilidad en la operación y administración. Los accionistas pueden renunciar a su derecho a ser convocados a una reunión de socios o reunirse por fuera del domicilio social. La SAS no estará obligada a tener junta directiva, salvo previsión estatutaria en contrario. Si no se estipula la creación de una junta directiva, la totalidad de las funciones de administración y representación legal le corresponderán al representante legal designado por la asamblea.

- El trámite de liquidación es más ágil. No se requiere adelantar el trámite de aprobación de inventario ante la Superintendencia de Sociedades

Estas ventajas nos facilitan la constitución de la empresa para poderla poner en Funcionamiento, disminuyendo los trámites y facilitando los procedimientos Específicos dando varias opciones para establecer las acciones y los porcentajes de distribución (Finanzas , 2017)

### **Constitución legal de una empresa S.A.S.**

El artículo 5 de la ley 1258 de 2008 indica que el documento de constitución deberá contener por lo menos los siguientes requisitos:

- Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen).
- Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S.
- El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.

- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.
- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse por lo menos un representante legal.

La falta de uno o más requisitos en el documento de constitución, impide la inscripción de la constitución y ocasiona la devolución de todos los documentos por parte de la Cámara de Comercio (Actualícese, 2018).

### **Aspectos tributarios**

Las empresas inscritas bajo la modalidad de S.A.S. deben cumplir los siguientes aspectos:

“Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada – S.A.S. se registrará por las reglas aplicables a las sociedades anónimas; es decir, son contribuyentes declarantes del régimen ordinario del impuesto sobre la renta y sus complementarios.

En el impuesto sobre las ventas – IVA serán responsables (sujetos pasivos jurídicos) siempre que realicen el hecho generador consagrado en el artículo 420 del Estatuto Tributario. Son contribuyentes del impuesto de industria y comercio cuando realicen actividades industriales, comerciales o de servicios que no estén excluidas o exentas; igualmente tendrán la calidad de agentes retenedores a título de renta, IVA e ICA, según el caso.

A diferencia de los aspectos tributarios señalados en el párrafo anterior, en las S.A.S. se aplica favorablemente el artículo 794 ibídem, el cual dispone de la responsabilidad solidaria de los socios por los impuestos de la sociedad, señalando a los miembros de la sociedad que

les aplica (socios, copartícipes, asociados, cooperados, comuneros y consorciados), por consiguiente, excluye a los accionistas de las sociedades de capital, entre las cuales encontramos las S.A.S.; adicionalmente, el artículo 1 de la Ley 1258 del 5 de diciembre de 2008 expresa:

“(…)

Constitución. La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.

Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.

Como se puede observar, los accionistas de la sociedad por acciones simplificada solo responderán hasta el monto de sus aportes y no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad. Por tanto, se excluyen de responsabilidad no solo en lo tributario y laboral, sino que toda obligación de

tipo comercial, administrativo, disciplinario, entre otras; no obstante, cuando se utilice la sociedad en fraude a la ley o en perjuicio de terceros, los accionistas y los administradores que hubieren realizado, participado o facilitado los actos de fraudatorios, responderán solidariamente por las obligaciones nacidas de tales actos y por los perjuicios causados, en concordancia con el artículo 42 de la Ley en mención.

Por lo anterior se concluye que las obligaciones tributarias de cualquier tipo de sociedad, aplica plenamente para las sociedades por acciones simplificadas – S.A.S., el aspecto

diferenciador es la solidaridad en las obligaciones tributarias, al calificarse a los accionistas como no responsables de las obligaciones impositivas (CCC, 2017)

### **Documento de constitución**

CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD POR ACCIONES

POLLOS ADOBADOS S.A.S.

**ARTICULO No. 1- CONSTITUYENTE(S):** En la ciudad de ARMENIA, Departamento de QUINDÍO, República de Colombia, el día 13 de marzo del año 2018; **Juan Camilo Gaspar Toro** , mayor de edad, vecino de esta ciudad, identificado con Cédula de Ciudadanía número 1113310664 expedida en SEVILLA VALLE DEL CAUCA, domiciliado en la ciudad de SEVILLA en la dirección CASA 81,y **Elizabeth Cartagena Hinestroza**, mayor de edad, vecino de esta ciudad, identificada con Cédula de Ciudadanía número 1112968134 expedida en GINEBRA VALLE DEL CAUCA, domicilio en la ciudad de GINEBRA en la dirección Calle 12 # 12-91 barrio Alto Bonito; quien para todos los efectos se denominará el constituyente, mediante el presente escrito manifiesto mi voluntad de constituir una Sociedad por Acciones Simplificada, que se regulará conforme lo establecido en la ley y en los siguientes estatutos.

**ARTICULO No. 2 - TIPO O ESPECIE DE SOCIEDAD QUE SE CONSTITUYE:** La sociedad que se constituye por medio de este documento es por acciones, del tipo Sociedad por Acciones Simplificada, esta se regirá por las disposiciones contenidas en los presentes

estatutos, por las normas que de manera especial regulan esta especie de compañía en Código de Comercio y por las generales que en la anterior normativa rigen para las sociedades, teniendo en cuenta que tanto las especiales como las generales sean compatibles con su calidad de una Sociedad por Acciones Simplificada.

**ARTICULO No. 3- DOMICILIO SOCIAL:** La compañía tendrá como domicilio principal CARRERA 8 VÍA AL CEMENTERIO de la ciudad de ARMENIA, pero podrá abrir sucursales o agencias en cualquier parte del territorio nacional, para lo cual se procederá como aparece previsto en las normas legales.

**ARTICULO No. 4- NOMBRE DE LA SOCIEDAD:** La sociedad actuará bajo la denominación social **POLLOS ADOBADOS S.A.S.**

**ARTICULO No. 5- TÉRMINO DE DURACIÓN:** La sociedad tendrá un término de duración indefinido, pero podrá disolverse anticipadamente cuando su único socio o socios así lo decida.

**ARTICULO No. 6- OBJETO SOCIAL:** La sociedad tendrá por objeto principal, el desarrollo de las siguientes actividades:

Podrá ejecutar todos los actos lícitos, civiles, comerciales, financiero o administrativos que tengan relación directa o indirecta con el objeto social o cuya finalidad consista en ejercer los

derechos y cumplir con las obligaciones legales o convencionales de la sociedad, bien fuere en nombre propio, por cuenta de terceros o en participación con ellos.

**ARTICULO No. 7 – REGLAS SOBRE CAPITAL Y ACCIONES:**

**CAPITAL AUTORIZADO:** El capital autorizado de la sociedad está expresado en pesos y ciento cincuenta millones de pesos (\$150.000.000), divididos en diez mil (10.000) acciones con un valor nominal, a razón de quince mil pesos (\$15.000) cada una.

**CAPITAL SUSCRITO:** El accionista constituyente ha suscrito un capital noventa millones de pesos (\$90.000.000), divididos en diez mil (10.000) acciones con un valor nominal, a razón de nueve mil pesos (\$9.000) cada una.

**CAPITAL PAGADO:** El accionista constituyente ha pagado un capital de ciento diecisiete millones seiscientos cuarenta y dos mil noventa y cinco pesos (\$117.642.095), divididos en diez mil (\$10.000) acciones con un valor nominal, a razón de once mil setecientos cuarenta y cuatro (\$11.744) cada una.

**Forma y Términos en que se pagará el capital.** - El monto de capital suscrito se pagará, en dinero efectivo, dentro de los 24 meses siguientes a la fecha de la inscripción en el registro mercantil del presente documento. (APLICA SI NO SE A PAGADO LA TOTALIDAD DEL CAPITAL).

**Parágrafo.**

El capital suscrito podrá aumentarse por cualquiera de los medios que admite la Ley, igualmente, podrá disminuirse con sujeción a los requisitos que la Ley señala, en virtud de la correspondiente reforma estatutaria, aprobada por el único accionista e inscrita en el registro mercantil.

**ARTICULO No. 8- CARACTERÍSTICAS DE LAS ACCIONES:** Las acciones serán nominativas y deberán ser inscritas en el libro que la sociedad lleve conforme a la ley. Mientras que subsista el derecho de preferencia y las demás restricciones para su enajenación, las acciones no podrán negociarse sino con arreglo a lo previsto sobre el particular en los presentes estatutos.

**ARTICULO No. 9 - TÍTULOS DE LAS ACCIONES:** En el momento de la constitución de la sociedad, todos los títulos de capital emitidos pertenecen a la misma clase de acciones ordinarias. A cada acción le corresponde un voto en las decisiones de la asamblea general de accionistas.

Los derechos y obligaciones que le confiere cada acción a su titular les serán transferidos a quien las adquiriere, luego de efectuarse su cesión a cualquier título.

La propiedad de una acción implica la adhesión a los estatutos y a las decisiones colectivas de los accionistas.

**ARTICULO No. 10- LIBRO DE REGISTRO DE ACCIONES:** La sociedad llevará un libro de registro de acciones, previamente registrado en la cámara de comercio correspondiente al domicilio principal de la sociedad, en el cual se anotará el nombre del único accionista, la cantidad de acciones de su propiedad, el título o títulos con sus respectivos números y fechas de inscripción, las enajenaciones y traspasos, las prendas, usufructos, embargos y demandas judiciales, así como cualquier otro acto sujeto a inscripción según aparezca ordenado en la Ley.

**ARTICULO No. 11- EMISIÓN DE ACCIONES:** Corresponde a los l accionistas decidir sobre la emisión de acciones de que disponga la sociedad y que se encuentren en la reserva.

**ARTICULO No. 12- REGLAMENTO DE EMISIÓN DE ACCIONES:** Corresponde al CONSTITUYENTE expedir el reglamento aplicable a las suscripciones de las acciones reservadas, ordinarias y de capital emitidas por la sociedad.

**ARTICULO No. 13- RERPESENTANCION LEGAL** La representación legal de la sociedad por acciones simplificada estará a cargo de una persona natural o jurídica, accionista o no, designado por la asamblea general de accionistas.

Las funciones del representante legal terminarán en caso de dimisión o revocación por parte de la asamblea general de accionistas, de deceso o de incapacidad en aquellos casos en

que el representante legal sea una persona natural y en caso de liquidación privada o judicial, cuando el representante legal sea una persona jurídica.

La cesación de las funciones del representante legal, por cualquier causa, no da lugar a ninguna indemnización de cualquier naturaleza, diferente de aquellas que le correspondieren conforme a la ley laboral, si fuere el caso. La revocación por parte de la asamblea general de accionistas no tendrá que estar motivada y podrá realizarse en cualquier tiempo.

En aquellos casos en que el representante legal sea una persona jurídica, las funciones quedarán a cargo del representante legal de ésta. Toda remuneración a que tuviere derecho el representante legal de la sociedad, deberá ser aprobada por la asamblea general de accionistas.

**ARTICULO No. 14- FACULTADES DEL GERENTE:** El gerente está facultado para ejecutar, a nombre de la sociedad, todos los actos y contratos relacionados directamente con el objeto de la sociedad, sin límite de cuantía. Serán funciones específicas del cargo, las siguientes: **a)** Constituir, para propósitos concretos, los apoderados especiales que considere necesarios para representar judicial o extrajudicialmente a la sociedad. **b)** Cuidar de la recaudación e inversión de los fondos sociales. **c)** Organizar adecuadamente los sistemas requeridos para la contabilización, pagos y demás operaciones de la sociedad. **d)** Velar por el cumplimiento oportuno de todas las obligaciones de la sociedad en materia impositiva. **e)** Certificar conjuntamente con el contador de la compañía los estados financieros en el caso de ser dicha certificación exigida por las normas legales. **f)** Designar las personas que van a prestar servicios a la sociedad y para el efecto celebrar los contratos que de acuerdo a las circunstancias sean convenientes; además, fijará las remuneraciones correspondientes, dentro

de los límites establecidos en el presupuesto anual de ingresos y egresos. **g)** Celebrar los actos y contratos comprendidos en el objeto social de la compañía y necesarios para que esta desarrolle plenamente los fines para los cuales ha sido constituida. **h)** Cumplir las demás funciones que le correspondan según lo previsto en las normas legales y en estos estatutos.

Parágrafo: el gerente queda facultado para celebrar actos y contratos, en desarrollo del objeto de la sociedad, con entidades públicas, privadas y mixtas.

**ARTICULO No. 15- ACTAS.** - Las decisiones de la asamblea general de accionistas se harán constar en actas aprobadas por ella misma, por las personas individualmente delegadas para el efecto o por una comisión designada por la asamblea general de accionistas. En caso de delegarse la aprobación de las actas en una comisión, los accionistas podrán fijar libremente las condiciones de funcionamiento de este órgano colegiado.

En las actas deberá incluirse información acerca de la fecha, hora y lugar de la reunión, el orden del día, las personas designadas como presidente y secretario de la asamblea, la identidad de los accionistas presentes o de sus representantes o apoderados, los documentos e informes sometidos a consideración de los accionistas, la síntesis de las deliberaciones llevadas a cabo, la transcripción de las propuestas presentadas ante la asamblea y el número de votos emitidos a favor, en contra y en blanco respecto de cada una de tales propuestas.

Las actas deberán ser firmadas por el presidente y el secretario de la asamblea. La copia de estas actas, autorizada por el secretario o por algún representante de la sociedad, será prueba suficiente de los hechos que consten en ellas, mientras no se demuestre la falsedad de la copia o de las actas.

**ARTICULO No. 16 - DISOLUCIÓN DE LA SOCIEDAD:** La sociedad se disolverá por decisión del socio único o socios o cuando se presente alguna de las causales previstas en la Ley y compatibles con la Sociedad por Acciones Simplificada constituida por medio de este documento. La disolución, de acuerdo a causal presentada, podrá evitarse con sometimiento a lo prescrito en la normativa comercial para el efecto.

**ARTICULO No. 17 - LIQUIDADOR:** El liquidador y su suplente serán designados por el socio único o socios y esta designación, una vez ellos manifiesten la aceptación, se llevará a cabo su inscripción en el registro mercantil.

**ARTICULO No.18:** Cuando se trate del denominado proceso de liquidación privada o voluntaria, se seguirán las normas que aparecen en los artículos 218 y siguientes del Código de Comercio, habida cuenta de su compatibilidad con la sociedad anónima unipersonal.

**ARTICULO No. 19 REPRESENTANTE LEGAL:** La representación legal de la sociedad y la gestión de los negocios sociales estarán a cargo del gerente, puesto que será ocupado por, JUAN CAMILO GASPAR TORO, identificado con Cédula de Ciudadanía número 1113310664 por un periodo de 4 años, el cual después de ese tiempo será ocupada por ELIZABETH CARTAGENA HINESTROZA, identificada con cédula de ciudadanía número 1112968134.

Los constituyentes de la sociedad **POLLOS ADOBADOS S.A.S** , declaran que la sociedad constituida por medio de este documento privado, reúne los requisitos exigidos por la Ley 1258 de 2008 (Camara de comercio, 2018).

Los Accionistas:

**Elizabeth Cartagena Hinestroza**

**Juan Camilo Gaspar Toro**

-----  
Representante Legal  
C.C. N°

### **Leyes que regulan la fabricación de productos alimenticios**

Legislación sanitaria

“1 DECRETO 3075 DE 1997. Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 9 de 1979 y se dictan otras disposiciones. 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.

“1 DECRETO 3075 DE 1997. Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 9 de 1979 y se dictan otras disposiciones. 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.

Personal Manipulador De Alimentos

Artículo 13. Estado De Salud.

a. El personal manipulador de alimentos debe haber pasado por un reconocimiento médico antes de desempeñar esta función. Así mismo, deber efectuarse un reconocimiento médico cada vez que se considere necesario por razones clínicas y epidemiológicas, especialmente después de una ausencia del trabajo motivada por una infección que pudiera dejar secuelas capaces de provocar contaminación de los alimentos que se manipulen. La dirección de la empresa tomar las medidas correspondientes para que al personal manipulador de alimentos se le practique un reconocimiento médico, por lo menos una vez al año.

b. La dirección de la empresa tomara las medidas necesarias para que no se permita contaminar los alimentos directa o indirectamente a ninguna persona que se sepa o sospeche que padezca de una enfermedad susceptible de transmitirse por los alimentos, o que sea portadora de una enfermedad semejante, o que presente heridas infectadas, irritaciones cutáneas infectadas o diarrea. Todo manipulador de alimentos que represente un riesgo de este tipo deberá comunicarlo a la dirección de la empresa.

#### Artículo 14. EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN.

a. Todas las personas que han de realizar actividades de manipulación de alimentos deben tener formación en materia de educación sanitaria, especialmente en cuanto a prácticas higiénicas en la manipulación de alimentos. Igualmente deben estar capacitados para llevar a cabo las tareas que se les asignen, con el fin de que sepan adoptar las precauciones necesarias para evitar la contaminación de los alimentos.

b. Las empresas deberán tener un plan de capacitación continuo y permanente para el personal manipulador de alimentos desde el momento de su contratación y luego ser reforzado mediante charlas, cursos u otros medios efectivos de actualización. Esta capacitación estará bajo la responsabilidad de la empresa y podrá ser efectuada por esta, por personas naturales o

jurídicas contratadas y por las autoridades sanitarias. Cuando el plan de capacitación se realice a través de personas naturales o jurídicas diferentes a la empresa, estas deben contar con la autorización de la autoridad sanitaria competente. Para este efecto se tendrán en cuenta el contenido de la capacitación, materiales y ayudas utilizadas, así como la idoneidad del personal docente.

c. La autoridad sanitaria en cumplimiento de sus actividades de vigilancia y control, verificara el cumplimiento del plan de capacitación para los manipuladores de alimentos que realiza la empresa.

d. Para reforzar el cumplimiento de las prácticas higiénicas, se han de colocar en sitios estratégicos avisos alusivos a la obligatoriedad y necesidad de su observancia durante la manipulación de alimentos.

e. El manipulador de alimentos debe ser entrenado para comprender y manejar el control de los puntos críticos que están bajo su responsabilidad y la importancia de su vigilancia o monitoreo; además, debe conocer los límites críticos y las acciones correctivas a tomar cuando existan desviaciones en dichos límites.

Última Actualización: Resolución 2674 del 2013. A partir de Julio de 2014 entra en vigencia el Decreto 3075 de 2013.

Norma Técnica Sectorial Colombiana Nts-Usna 007

## 7. Requisitos Sanitarios Para Los Manipuladores De Alimentos

7.1 Todo manipulador de alimentos para desarrollar sus funciones debe recibir capacitación básica en materia de higiene de los alimentos y cursar otras capacitaciones de

acuerdo con la periodicidad establecida por las autoridades sanitarias en las normas legales vigentes.

7.2 Todo manipulador de alimentos se debe practicar exámenes médicos especiales: Frotis de garganta con cultivo, KOH de uñas (para detectar hongos), coprocultivo y examen de piel antes de su ingreso al establecimiento de la industria gastronómica y de acuerdo con las normas legales vigentes.

### 1.3 LEY 9 de 1979

Código Sanitario Nacional por cuanto dicta medidas sobre las condiciones sanitarias básicas para la protección en el medio ambiente, suministro de agua, saneamiento de edificaciones, alimentos, droga, medicamentos, cosméticos, vigilancia y control epidemiológico, prevención y control de desastres, derechos de los habitantes respecto a la salud.

### 1.4 RESOLUCIÓN 5109 DE 2005

Reglamento Técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado para alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano, expedido por el Ministerio de Protección Social y publicado en el Diario Oficial 46150 de enero 13 de 2006.

### DECRETO 1575 DE 2007

El objeto del presente decreto es establecer el sistema para la protección y control de la calidad del agua, con el fin de monitorear, prevenir y controlar los riesgos para la salud humana causados por su consumo, exceptuando el agua envasada.

Aplica a todas las personas prestadoras que suministren o distribuyan agua para consumo humano, ya sea cruda o tratada, en todo el territorio nacional, independientemente del uso que de ella se haga para otras actividades económicas, a las direcciones territoriales de salud, autoridades ambientales y sanitarias y a los usuarios.

RESOLUCIÓN 765 de 2010: Deroga a Res.1090 de 1998 y 127 del 2001.

Artículo Primero. Objeto.

La presente resolución tiene por objeto regular el proceso de capacitación para manipulación de alimentos dirigida a:

1. Las personas Naturales y Jurídicas – establecimientos destinados al almacenamiento, distribución, preparación y/o expendio de alimentos y de transporte de éstos, en los que se deberá ofrecer al personal manipulador el curso de manejo higiénico de alimentos con intensidad mínima de seis (6) horas, desde el momento de su contratación.

Parágrafo: Las fábricas de Alimentos deberán regirse a lo estipulado en la Ley 1122 de 2007 en la que se establecen las competencias del INVIMA.

2. Las personas Naturales y Jurídicas – establecimientos donde se, almacenen, distribuyen, transporten, expendan y manipulen alimentos que no estén considerados en el numeral anterior y que deberán obtener constancia de asistencia al curso de educación sanitaria en manejo adecuado de alimentos, mínimo una vez al año, el cual no podrá ser inferior a seis (6) horas.

Parágrafo:

En los establecimientos antes señalados, donde la capacitación se ofrezca por capacitador particular, deberá reposar como soporte junto a la certificación en manejo higiénico de alimentos, copia de la autorización vigente de los capacitadores particulares, solicitud de la supervisión la cual debe tener evidencia de radicación ante la autoridad competente y la lista de personas capacitadas.

#### Artículo Segundo. - Requisitos Para Ser Manipulador De Alimentos.

Para ser manipulador de alimentos se requiere:

1. Certificado de capacitación en educación sanitaria para el manejo adecuado de alimentos expedido por las Empresas Sociales del Estado o capacitador particular autorizado por el ente rector de salud o quién haga sus veces en el Distrito Capital.
2. Reconocimiento médico con certificado sobre las condiciones del estado de salud del manipulador de alimentos.

Parágrafo Primero: De conformidad con lo establecido en el artículo 80 de la Resolución 2905 de 2007, cuando se trate de personal de establecimientos dedicados al expendio y almacenamiento de carne y productos cárnicos comestibles se deberá cumplir con los requisitos de capacitación de dicha norma (Gerencie, 2018).

#### **CAPITULO IV: ESTUDIO AMBIENTAL**

POLLOS ADOBADOS S.A.S es una empresa dedicada a comercializar pollo a los diferentes restaurantes de la ciudad de armenia el procesos de producción que realiza no causa ningún tipo de residuos contaminantes por ende no representa un impacto negativo contra el medio ambiente debido a que este proceso es elaborado con ingredientes orgánicos lo cual no contamina, antes contribuye al fortalecimiento de los suelos y subsuelos de los ecosistemas, sin embargo Colombia cuenta con una legislación ambiental bastante fuerte pero que pocas empresas conocen y cumplen a cabalidad, por lo cual el Decreto 1299 de 2008 que reglamenta el artículo octavo de la Ley 1124 de 2007, expone la obligación de cada organización, para que desarrolle su actividad productora, mediante la implementación y respeto por la norma ambiental. La cual habla de que todas las empresas a nivel ambiental deben tener un departamento de gestión ambiental dentro de su organización para velar por el cumplimiento de la normatividad ambiental, Pero la Sentencia 486 de la Corte Constitucional del 22 de julio de 2009, excluye a las micro y pequeñas empresas de cumplir esta regla, ya que la implementación de esta norma ambiental requiere de una inversión económica que pone en riesgo su viabilidad y rentabilidad

Sin embargo el decreto 1299 de 2008 que trasciende la norma, en uno de sus artículos habla de la obligación de las empresas de tener sistemas y proyectos que contribuyan al aumento de su sostenibilidad de manera continua, evaluando la implementación de proyectos que busquen disminuir el impacto ambiental de las actividades de la empresa y la creación de conciencia el problema en las organizaciones trasciende debido al miedo a un cambio, al desconocimiento de la norma y a inversiones que puedan llevarlos a la banca rota, Sean grandes, medianas, pequeñas

o micro empresas todas deben tomar conciencia de la importancia de preservar el medio ambiente, del uso adecuado de los recursos naturales y de iniciativas que contribuyan a disminuir las causas de actividades que atentan contra la preservación de éste.

Según lo anterior se puede evidenciar que POLLOS ADOBADOS S.A.S es una empresa que no genera ningún tipo de contaminación de lo contrario contribuye a la conservación del medio ambiente realizando procesos artesanales con ingredientes orgánicos dando una utilización adecuada y minimizada de los recursos como el agua y la energía con el fin de ser una empresa amigable con el medio ambiente (Caracol, 2018).

## CAPITULO V: ESTUDIO FINANCIERO

El análisis financiero brinda las herramientas necesarias para tomar la decisión de invertir en el proyecto, pues éste permite determinar si el proyecto es viable económicamente.

Tabla 26  
*Proyecciones*

| Año        | 2018  | 2019  | 2020  | 2021  | 2022  |
|------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| INFLACCION | 3,50% | 3,90% | 3,65% | 3,35% | 3,00% |
| PIB        | 2,50% | 3,20% | 3,60% | 3,40% | 3,40% |

*Fuente: Elaboración propia, con datos obtenidos en la página web de Bancolombia*

### Presupuesto de Ventas

Tabla 27  
*Presupuesto de Ventas*

| 1. Presupuesto de Ventas |                 |                 |                 |                 |                 |
|--------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
|                          | 2018            | 2019            | 2020            | 2021            | 2022            |
| Cantidad (Kg)            | \$238.974       | \$246.621       | \$255.500       | \$264.187       | \$273.169       |
| Valor Unitario           | \$7.092         | \$7.368         | \$7.637         | \$7.893         | \$8.130         |
| Ventas                   |                 |                 |                 |                 |                 |
| Totales                  | \$1.694.783.086 | \$1.817.227.775 | \$1.951.364.626 | \$2.085.304.342 | \$2.220.890.831 |

*Fuente: Elaboración Propia*

### Presupuesto de Producción

Tabla 28  
*Presupuesto de Producción*

| 2. Producción          |           |           |           |           |           |
|------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|                        | 2018      | 2019      | 2020      | 2021      | 2022      |
| Inv. Final Prod. Ter.  | \$3.585   | \$3.699   | \$3.832   | \$3.963   | \$4.098   |
| Unds a Vender          | \$238.974 | \$246.621 | \$255.500 | \$264.187 | \$273.169 |
| Inv. Inicial Prod. Ter | \$0       | \$3.585   | \$3.699   | \$3.832   | \$3.963   |
| Unds a Producir        | \$242.559 | \$246.736 | \$255.633 | \$264.317 | \$273.304 |

*Fuente: Elaboración Propia*

Nota: Se utilizó una política del 2% Para calcular el inventario final de producto terminado.

**Compra de Materia Prima**

Tabla 29

*Compra de Materia Prima*

| 3. Compra Materia Prima |                 |                 |                 |                 |                 |
|-------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
|                         | 2018            | 2019            | 2020            | 2021            | 2022            |
| Inv. Final MP           | \$3.585         | \$3.699         | \$3.832         | \$3.963         | \$4.098         |
| Requerimiento           | \$238.974       | \$246.621       | \$255.500       | \$264.187       | \$273.169       |
| Inv. Inicial MP         | \$0             | \$3.585         | \$3.699         | \$3.832         | \$3.963         |
| Unds a Comprar          | \$242.559       | \$246.736       | \$255.633       | \$264.317       | \$273.304       |
| Precio Compra           | \$4.458         | \$4.632         | \$4.801         | \$4.961         | \$5.110         |
| Valor Compra            | \$1.081.271.616 | \$1.142.788.748 | \$1.227.211.391 | \$1.311.409.245 | \$1.396.677.074 |

*Fuente: Elaboración Propia***Mano de Obra Directa**

Tabla 30

*Mano de Obra Directa*

| 4. Mano de Obra Directa |              |              |              |              |              |
|-------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                         | 2018         | 2019         | 2020         | 2021         | 2022         |
| Salarios                | \$28.124.712 | \$29.221.576 | \$30.288.163 | \$31.302.817 | \$32.241.901 |
| Aux. de Transporte.     | \$3.175.596  | \$3.299.444  | \$3.419.874  | \$3.534.440  | \$3.640.473  |
| Seguridad Social        | \$4.060.083  | \$4.218.427  | \$4.372.399  | \$4.518.875  | \$4.654.441  |
| Pensión                 | \$3.374.965  | \$3.506.589  | \$3.634.580  | \$3.756.338  | \$3.869.028  |
| ARL                     | \$685.118    | \$711.838    | \$737.820    | \$762.537    | \$785.413    |
| Cargas Prestacionales   | \$6.700.310  | \$6.961.622  | \$7.215.721  | \$7.457.448  | \$7.681.171  |
| Cesantías               | \$2.607.316  | \$2.709.001  | \$2.807.880  | \$2.901.943  | \$2.989.002  |
| Intereses/Cesantías     | \$312.878    | \$325.080    | \$336.946    | \$348.233    | \$358.680    |
| Prima de Servicios      | \$2.607.316  | \$2.709.001  | \$2.807.880  | \$2.901.943  | \$2.989.002  |
| Vacaciones              | \$1.172.800  | \$1.218.540  | \$1.263.016  | \$1.305.327  | \$1.344.487  |
| Aportes Parafiscales    | \$1.124.988  | \$1.168.863  | \$1.211.527  | \$1.252.113  | \$1.289.676  |
| Caja Comp.              | \$1.124.988  | \$1.168.863  | \$1.211.527  | \$1.252.113  | \$1.289.676  |
| TOTAL                   | \$43.185.690 | \$44.869.931 | \$46.507.684 | \$48.065.691 | \$49.507.662 |

*Fuente: Elaboración Propia*

**Costos Indirectos de Fabricación**

Tabla 31  
Presupuesto CIF

| 5. Presupuesto CIF |                      |                      |                      |                      |                      |
|--------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
|                    | 2018                 | 2019                 | 2020                 | 2021                 | 2022                 |
| CIF Fijos          | \$46.268.618         | \$47.545.689         | \$48.787.509         | \$49.968.863         | \$51.062.232         |
| Arriendo           | \$30.720.000         | \$31.918.080         | \$33.083.090         | \$34.191.373         | \$35.217.115         |
| Seguro             | \$1.000.000          | \$1.039.000          | \$1.076.924          | \$1.113.000          | \$1.146.390          |
| Dotación           | \$1.025.400          | \$1.065.391          | \$1.104.277          | \$1.141.271          | \$1.175.509          |
| Depreciación       | \$13.523.218         | \$13.523.218         | \$13.523.218         | \$13.523.218         | \$13.523.218         |
| CIF Variables      | \$360.115.716        | \$367.240.119        | \$380.501.555        | \$393.406.104        | \$406.593.309        |
| Mantenimiento Maq. | \$1.200.000          | \$1.246.800          | \$1.292.308          | \$1.335.601          | \$1.375.669          |
| Adobo              | \$135.832.978        | \$138.172.249        | \$143.154.480        | \$148.017.589        | \$153.050.187        |
| Empaque            | \$181.919.166        | \$185.052.119        | \$191.724.749        | \$198.237.842        | \$204.977.928        |
| Energía            | \$35.920.522         | \$37.321.423         | \$38.683.655         | \$39.979.557         | \$41.178.944         |
| Agua               | \$5.243.049          | \$5.447.528          | \$5.646.363          | \$5.835.516          | \$6.010.582          |
| <b>TOTAL</b>       | <b>\$406.384.334</b> | <b>\$414.785.808</b> | <b>\$429.289.063</b> | <b>\$443.374.967</b> | <b>\$457.655.541</b> |

*Fuente: Elaboración Propia*

Tabla 32  
Formulación

| Formulación |     |
|-------------|-----|
| Empaque     | 750 |
| adobo       | 560 |

*Fuente: Elaboración propia*

**Gastos Administrativos**

Tabla 33  
Presupuesto de Gasto Administrativo

| 6. Presupuesto de Gastos Administrativos |              |              |              |              |              |
|------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                                          | 2018         | 2019         | 2020         | 2021         | 2022         |
| Salarios                                 | \$18.749.808 | \$19.481.051 | \$20.192.109 | \$20.868.545 | \$21.494.601 |
| Auxilio de Transporte                    | \$2.117.064  | \$2.199.629  | \$2.279.916  | \$2.356.293  | \$2.426.982  |
| Seguridad Social                         | \$2.347.851  | \$2.439.417  | \$2.528.456  | \$2.613.159  | \$2.691.554  |
| Pensión                                  | \$2.249.977  | \$2.337.726  | \$2.423.053  | \$2.504.225  | \$2.579.352  |
| ARL                                      | \$97.874     | \$101.691    | \$105.403    | \$108.934    | \$112.202    |
| Cargas Prestacionales                    | \$4.466.873  | \$4.641.081  | \$4.810.481  | \$4.971.632  | \$5.120.781  |
| Cesantías                                | \$1.738.210  | \$1.806.001  | \$1.871.920  | \$1.934.629  | \$1.992.668  |
| Intereses sobre Cesantías                | \$208.585    | \$216.720    | \$224.630    | \$232.155    | \$239.120    |

## Encabezado: CREACIÓN DE EMPRESA

|                        |              |              |              |              |              |
|------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Prima de Servicios     | \$1.738.210  | \$1.806.001  | \$1.871.920  | \$1.934.629  | \$1.992.668  |
| Vacaciones             | \$781.867    | \$812.360    | \$842.011    | \$870.218    | \$896.325    |
| Aportes Parafiscales   | \$749.992    | \$779.242    | \$807.684    | \$834.742    | \$859.784    |
| Caja Compensación      | \$749.992    | \$779.242    | \$807.684    | \$834.742    | \$859.784    |
| Sub Total              | \$28.431.588 | \$29.540.420 | \$30.618.646 | \$31.644.370 | \$32.593.701 |
| Arriendo               | \$7.680.000  | \$7.979.520  | \$8.270.772  | \$8.547.843  | \$8.804.279  |
| Energía                | \$1.840.330  | \$1.912.103  | \$1.981.895  | \$2.048.289  | \$2.109.737  |
| Agua                   | \$1.092.302  | \$1.134.902  | \$1.176.326  | \$1.215.733  | \$1.252.204  |
| Papelería              | \$960.000    | \$997.440    | \$1.033.847  | \$1.068.480  | \$1.100.535  |
| Publicidad             | \$1.999.900  | \$2.077.896  | \$2.153.739  | \$2.225.890  | \$2.292.666  |
| Honorarios             | \$4.800.000  | \$4.987.200  | \$5.169.233  | \$5.342.402  | \$5.502.674  |
| Gastos de Legalización | \$500.000    | \$0          | \$0          | \$0          | \$0          |
| Depreciación           | \$513.040    | \$513.040    | \$513.040    | \$513.040    | \$513.040    |
| Sub Total              | \$19.385.572 | \$19.602.101 | \$20.298.852 | \$20.961.676 | \$21.575.136 |
| TOTAL                  | \$47.817.161 | \$49.142.521 | \$50.917.497 | \$52.606.047 | \$54.168.837 |

*Fuente: Elaboración propia*

## Inversión

Tabla 34

### *Presupuesto de Inversión*

| 7. Presupuesto de Inversión |               | Capital de Trabajo |                 |
|-----------------------------|---------------|--------------------|-----------------|
| Inversión Fija              | \$85.045.790  | CMP                | \$1.081.271.616 |
| Maquinaria                  | \$82.480.590  | MOD                | \$43.185.690    |
| Muebles y Enseres           | \$1.256.400   | CIF-Dep            | \$392.861.116   |
| Equipos de Computo          | \$1.308.800   | Gastos-Dep         | \$47.304.121    |
| Inversión Diferida          | \$0           | KW Año             | \$1.564.622.542 |
| Gastos de Legalización      | \$0           | KW Día             | \$4.346.174     |
| Capital de Trabajo          | \$130.385.220 | # Días             | \$30            |
| INVERSIÓN                   | \$215.431.010 | KW                 | \$130.385.212   |
| capital mes                 | \$10.865.435  |                    |                 |
| Capital 3 meses             | \$32.596.305  |                    |                 |
| TOTAL INVERSIÓN             | \$117.642.095 |                    |                 |

*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla de Amortización**

Tabla 35

*Tabla de Amortización*

| 8. Tabla Amortización |             |              |              |
|-----------------------|-------------|--------------|--------------|
| Año                   | Interés     | Abono        | Saldo        |
| --                    |             |              | \$82.349.466 |
| 2018                  | \$9.588.950 | \$16.469.893 | \$65.879.573 |
| 2019                  | \$7.477.622 | \$16.469.893 | \$49.409.680 |
| 2020                  | \$5.366.293 | \$16.469.893 | \$32.939.787 |
| 2021                  | \$3.254.965 | \$16.469.893 | \$16.469.893 |
| 2022                  | \$1.143.636 | \$16.469.893 | \$0          |

*Fuente: Elaboración Propia*

Se va a financiar el 70% del Total Inversión, ver tabla 33, de los cuales se prestarán \$82.341.466, tabla 31, con una tasa efectiva anual del 13,6%, (apéndice), siendo una tasa del 106,86 % mensual. Para los cuales los socios aportarán \$35.292.628

**Costo de Venta**

Tabla 36

*Estado Costo de Venta*

| 9. Estado Costo de Venta        |                 |                 |                 |                 |                 |
|---------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
|                                 | 2018            | 2019            | 2020            | 2021            | 2022            |
| Inventario Inicial              | \$0             | \$15.979.383    | \$17.133.862    | \$18.398.581    | \$19.661.441    |
| Compra MP                       | \$1.081.271.616 | \$1.142.788.748 | \$1.227.211.391 | \$1.311.409.245 | \$1.396.677.074 |
| Inventario Final MP             | \$15.979.383    | \$17.133.862    | \$18.398.581    | \$19.661.441    | \$20.939.828    |
| Costo de MP Consumida           | \$1.065.292.232 | \$1.141.634.269 | \$1.225.946.672 | \$1.310.146.385 | \$1.395.398.687 |
| MOD                             | \$43.185.690    | \$44.869.931    | \$46.507.684    | \$48.065.691    | \$49.507.662    |
| CIF                             | \$406.384.334   | \$414.785.808   | \$429.289.063   | \$443.374.967   | \$457.655.541   |
| Costos de Producción            | \$1.514.862.255 | \$1.601.290.009 | \$1.701.743.419 | \$1.801.587.043 | \$1.902.561.890 |
| Inv. Inicial Producto Terminado | \$0             | \$22.623.275    | \$24.025.493    | \$25.531.814    | \$27.029.417    |
| Inv. Final Producto Terminado   | \$22.623.275    | \$24.025.493    | \$25.531.814    | \$27.029.417    | \$28.543.526    |
| Costos de Venta                 | \$1.492.238.980 | \$1.599.887.791 | \$1.700.237.098 | \$1.800.089.440 | \$1.901.047.781 |

*Fuente: Elaboración Propia*

**Estado de Resultados**

Tabla 37

*Estado de Resultados*

| 10. Estado de Resultados |                 |                 |                 |                 |                 |
|--------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
|                          | 2018            | 2019            | 2020            | 2021            | 2022            |
| Ventas                   | \$1.694.783.086 | \$1.817.227.775 | \$1.951.364.626 | \$2.085.304.342 | \$2.220.890.831 |
| Costo de Ventas          | \$1.492.238.980 | \$1.599.887.791 | \$1.700.237.098 | \$1.800.089.440 | \$1.901.047.781 |
| Utilidad Bruta           | \$202.544.106   | \$217.339.983   | \$251.127.528   | \$285.214.902   | \$319.843.049   |
| Gastos                   |                 |                 |                 |                 |                 |
| Operacionales            | \$47.817.161    | \$49.142.521    | \$50.917.497    | \$52.606.047    | \$54.168.837    |
| Amortización             |                 |                 |                 |                 |                 |
| Diferida                 | \$0             | \$0             | \$0             | \$0             | \$0             |
| Utilidad                 |                 |                 |                 |                 |                 |
| Operacional              | \$154.726.946   | \$168.197.462   | \$200.210.030   | \$232.608.855   | \$265.674.212   |
| Gastos                   |                 |                 |                 |                 |                 |
| Financieros              | \$9.588.950     | \$7.477.622     | \$5.366.293     | \$3.254.965     | \$1.143.636     |
| Utilidad Antes de        |                 |                 |                 |                 |                 |
| Impuesto                 | \$145.137.995   | \$160.719.840   | \$194.843.737   | \$229.353.891   | \$264.530.576   |
| Impuesto                 | \$47.895.538    | \$53.037.547    | \$64.298.433    | \$75.686.784    | \$87.295.090    |
| Utilidad Neta            | \$97.242.457    | \$107.682.293   | \$130.545.304   | \$153.667.107   | \$177.235.486   |
| Reserva Legal            |                 |                 |                 |                 |                 |
| (10%)                    | \$9.724.246     | \$10.768.229    | \$13.054.530    | \$15.366.711    | \$17.723.549    |
| Utilidad del             |                 |                 |                 |                 |                 |
| Ejercicio                | \$87.518.211    | \$96.914.064    | \$117.490.773   | \$138.300.396   | \$159.511.937   |

*Fuente: Elaboración Propia*

El estado de resultados muestra la capacidad de la empresa para producir utilidades en un periodo de tiempo. Bajo los parámetros descritos a lo largo del proyecto se puede determinar que la empresa está generando utilidades, en el primer año genera de más de 87 millones de pesos (\$87.518.211), las utilidades aumentan progresivamente, incrementando el rendimiento real de la empresa.

**Flujo de Caja**

*Tabla 38*  
*Flujo de Caja*

| 11. Flujo de Caja    |               |                 |                 |                 |                 |                 |
|----------------------|---------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
|                      | --            | 2018            | 2019            | 2020            | 2021            | 2022            |
| Saldo Inicial        | \$0           | \$32.596.305    | \$2.977.982     | \$100.901.193   | \$226.609.514   | \$375.580.236   |
| Ingresos en Efectivo | \$117.642.095 | \$1.553.551.163 | \$1.807.024.051 | \$1.940.186.555 | \$2.074.142.699 | \$2.209.591.957 |
| Operación            | \$35.292.628  | \$1.553.551.163 | \$1.807.024.051 | \$1.940.186.555 | \$2.074.142.699 | \$2.209.591.957 |
| Aporte Socios        | \$35.292.628  | \$0             | \$0             | \$0             | \$0             | \$0             |
| Ventas de Contado    | \$0           | \$1.553.551.163 | \$1.665.792.127 | \$1.788.750.907 | \$1.911.528.980 | \$2.035.816.595 |
| Deudores Clientes    | \$0           | \$0             | \$141.231.924   | \$151.435.648   | \$162.613.719   | \$173.775.362   |
| Financiación         | \$82.349.466  | \$0             | \$0             | \$0             | \$0             | \$0             |
| Crédito              | \$82.349.466  | \$0             | \$0             | \$0             | \$0             | \$0             |
| Egresos en Efectivo  | \$85.045.790  | \$1.583.169.486 | \$1.709.100.840 | \$1.814.478.234 | \$1.925.171.977 | \$2.037.022.347 |
| Operación            | \$0           | \$1.557.110.642 | \$1.685.153.325 | \$1.792.642.047 | \$1.905.447.119 | \$2.019.408.818 |
| Compra MP Contado    | \$0           | \$1.081.271.616 | \$1.142.788.748 | \$1.227.211.391 | \$1.311.409.245 | \$1.396.677.074 |
| Mano de Obra Directa | \$0           | \$38.660.606    | \$40.168.370    | \$41.634.515    | \$43.029.272    | \$44.320.150    |
| CIF- Depreciación    | \$0           | \$392.861.116   | \$401.262.590   | \$415.765.845   | \$429.851.749   | \$444.132.323   |
| Gastos               | \$0           | \$44.317.304    | \$45.526.179    | \$47.187.885    | \$48.768.679    | \$50.231.739    |
| Proveedores          | \$0           | \$0             | \$0             | \$0             | \$0             | \$0             |
| Impuesto de Renta    | \$0           | \$0             | \$47.895.538    | \$53.037.547    | \$64.298.433    | \$75.686.784    |
| Pasivos Laborales    | \$0           | \$0             | \$6.821.657     | \$7.087.701     | \$7.346.402     | \$7.592.507     |
| Acreedores Varios    | \$0           | \$0             | \$690.243       | \$717.162       | \$743.339       | \$768.241       |
| saldo de operación   |               | -\$3.559.479    | \$121.870.726   | \$147.544.507   | \$168.695.581   | \$190.183.139   |
| SUBTOTAL             |               | \$29.036.825    | \$124.848.708   | \$248.445.700   | \$395.305.094   | \$565.763.375   |
| Financiación         | \$0           | \$26.058.844    | \$23.947.515    | \$21.836.187    | \$19.724.858    | \$17.613.530    |
| Abono                | \$0           | \$16.469.893    | \$16.469.893    | \$16.469.893    | \$16.469.893    | \$16.469.893    |
| Interés              | \$0           | \$9.588.950     | \$7.477.622     | \$5.366.293     | \$3.254.965     | \$1.143.636     |
| Inversión            | \$85.045.790  | \$0             | \$0             | \$0             | \$0             | \$0             |
| Inversión Fija       | \$85.045.790  | \$0             | \$0             | \$0             | \$0             | \$0             |
| Inversión Diferida   | \$0           | \$0             | \$0             | \$0             | \$0             | \$0             |
| SALDO EN EFECTIV     | \$32.596.305  | \$2.977.982     | \$100.901.193   | \$226.609.514   | \$375.580.236   | \$548.149.845   |

*Fuente: Elaboración Propia*

El flujo de caja permite visualizar los ingresos y egresos involucrados en el movimiento de efectivo del negocio e identificar si hay liquidez. En las condiciones en las que está planteado este proyecto se puede determinar con base en los saldos de efectivo que la empresa es líquida y genera ganancias, las cuales aumentaran significativamente para los siguientes años proyectados.

**Balance General**

Tabla 39  
Balance General

| 12. Balance General              |                      |                      |                      |                      |                      |                      |
|----------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
|                                  | --                   | 2018                 | 2019                 | 2020                 | 2021                 | 2022                 |
| <b>ACTIVOS</b>                   |                      |                      |                      |                      |                      |                      |
| Activos Corriente                | \$32.596.305         | \$182.812.565        | \$293.496.195        | \$433.153.627        | \$596.046.456        | \$782.707.435        |
| Efectivo                         | \$32.596.305         | \$2.977.982          | \$100.901.193        | \$226.609.514        | \$375.580.236        | \$548.149.845        |
| Deudores Clientes                | \$0                  | \$141.231.924        | \$151.435.648        | \$162.613.719        | \$173.775.362        | \$185.074.236        |
| IFMP                             | \$0                  | \$15.979.383         | \$17.133.862         | \$18.398.581         | \$19.661.441         | \$20.939.828         |
| IFPT                             | \$0                  | \$22.623.275         | \$24.025.493         | \$25.531.814         | \$27.029.417         | \$28.543.526         |
| Propiedad Planta y Equipo        | \$85.045.790         | \$71.009.532         | \$56.973.274         | \$42.937.016         | \$28.900.758         | \$14.864.500         |
| Maquinaria                       | \$82.480.590         | \$82.480.590         | \$82.480.590         | \$82.480.590         | \$82.480.590         | \$82.480.590         |
| Muebles y Enseres                | \$1.256.400          | \$1.256.400          | \$1.256.400          | \$1.256.400          | \$1.256.400          | \$1.256.400          |
| Equipo de Computo                | \$1.308.800          | \$1.308.800          | \$1.308.800          | \$1.308.800          | \$1.308.800          | \$1.308.800          |
| Depreciación Acumulada           | \$0                  | \$14.036.258         | \$28.072.516         | \$42.108.774         | \$56.145.032         | \$70.181.290         |
| Activos Diferidos                | \$0                  | \$0                  | \$0                  | \$0                  | \$0                  | \$0                  |
| Inversión Diferida               | \$0                  | \$0                  | \$0                  | \$0                  | \$0                  | \$0                  |
| <b>TOTAL ACTIVOS</b>             | <b>\$117.642.095</b> | <b>\$253.822.097</b> | <b>\$350.469.469</b> | <b>\$476.090.643</b> | <b>\$624.947.214</b> | <b>\$797.571.935</b> |
| <b>PASIVO</b>                    |                      |                      |                      |                      |                      |                      |
| Pasivo Corriente                 | \$0                  | \$55.407.438         | \$60.842.411         | \$72.388.174         | \$84.047.532         | \$95.906.660         |
| Proveedores                      | \$0                  | \$0                  | \$0                  | \$0                  | \$0                  | \$0                  |
| Impuesto de Renta                | \$0                  | \$47.895.538         | \$53.037.547         | \$64.298.433         | \$75.686.784         | \$87.295.090         |
| Pasivos Laborales                | \$0                  | \$6.821.657          | \$7.087.701          | \$7.346.402          | \$7.592.507          | \$7.820.282          |
| Acreedores Varios                | \$0                  | \$690.243            | \$717.162            | \$743.339            | \$768.241            | \$791.288            |
| Pasivo Largo Plazo               | \$82.349.466         | \$65.879.573         | \$49.409.680         | \$32.939.787         | \$16.469.893         | \$0                  |
| Obligaciones Bancarias           | \$82.349.466         | \$65.879.573         | \$49.409.680         | \$32.939.787         | \$16.469.893         | \$0                  |
| <b>TOTAL PASIVO</b>              | <b>\$82.349.466</b>  | <b>\$121.287.011</b> | <b>\$110.252.091</b> | <b>\$105.327.961</b> | <b>\$100.517.425</b> | <b>\$95.906.660</b>  |
| <b>PATRIMONIO</b>                |                      |                      |                      |                      |                      |                      |
| Capital                          | \$35.292.628         | \$35.292.628         | \$35.292.628         | \$35.292.628         | \$35.292.628         | \$35.292.628         |
| Utilidad del Ejercicio           | \$0                  | \$87.518.211         | \$96.914.064         | \$117.490.773        | \$138.300.396        | \$159.511.937        |
| Reserva Legal                    | \$0                  | \$9.724.246          | \$20.492.475         | \$33.547.005         | \$48.913.716         | \$66.637.265         |
| Utilidad Acumulada               | \$0                  | \$0                  | \$87.518.211         | \$184.432.275        | \$301.923.048        | \$440.223.444        |
| <b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b> | <b>\$117.642.095</b> | <b>\$253.822.097</b> | <b>\$350.469.469</b> | <b>\$476.090.643</b> | <b>\$624.947.214</b> | <b>\$797.571.935</b> |

*Fuente: Elaboración Propia*

**Evaluación Financiera**

Tabla 40  
*Flujo de Caja Neto*

|                      |               | FLUJO DE CAJA NETO |                 |                 |                 |                 |
|----------------------|---------------|--------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| AÑO                  | --            | 2018               | 2019            | 2020            | 2021            | 2022            |
| Inversión Inicial    | --            | -                  |                 |                 |                 |                 |
|                      | \$117.642.095 |                    |                 |                 |                 |                 |
| Ingreso en Efectivo  |               | \$1.553.551.163    | \$1.807.024.051 | \$1.940.186.555 | \$2.074.142.699 | \$2.209.591.957 |
| Egreso en Efectivo   |               | \$1.583.169.486    | \$1.709.100.840 | \$1.814.478.234 | \$1.925.171.977 | \$2.037.022.347 |
| Valor del Salvamento |               |                    |                 |                 |                 | \$9.000.000     |
| Flujo de Caja Neto   | --            | -                  |                 |                 |                 |                 |
|                      | \$117.642.095 | -\$29.618.323      | \$97.923.211    | \$125.708.321   | \$148.970.722   | \$181.569.609   |
| TIO                  | 15,00%        |                    |                 |                 |                 |                 |
| VPN                  | \$188.748.799 |                    |                 |                 |                 |                 |
| TIR                  | 49%           |                    |                 |                 |                 |                 |
| B/C                  | VP IE         | \$6.277.443.536    | 1,05            |                 |                 |                 |
|                      | VP EE         | \$5.975.527.233    |                 |                 |                 |                 |

*Fuente: Elaboración Propia*

Como se puede evidenciar en el cuadro anterior, la Tasa Interna de Retorno (TIR) arroja como resultado 49% la cual es superior tanto a la tasa de interés del financiamiento requerido, como a la TIO, demostrando que la implementación de este proyecto es rentable y atractivo para los inversionistas. De otro lado el Valor Presente Neto (VNP) es positivo, indicándonos que POLLOS ADOBADOS S.A.S se encuentra en la capacidad de incrementar su valor en \$188.748.799 millones.

**Punto de Equilibrio**

Tabla 41

*Punto de Equilibrio*

|           | Punto de Equilibrio |                 |                 |                 |                 |
|-----------|---------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
|           | 2018                | 2019            | 2020            | 2021            | 2022            |
| Ventas    |                     |                 |                 |                 |                 |
| Punto Eq  | \$1.604.717.643     | \$1.675.534.524 | \$1.775.761.822 | \$1.875.180.808 | \$1.975.622.644 |
| Compra    |                     |                 |                 |                 |                 |
| MP        | \$1.081.271.616     | \$1.142.788.748 | \$1.227.211.391 | \$1.311.409.245 | \$1.396.677.074 |
| MOD       | \$43.185.690        | \$44.869.931    | \$46.507.684    | \$48.065.691    | \$49.507.662    |
| CIF       | \$406.384.334       | \$414.785.808   | \$429.289.063   | \$443.374.967   | \$457.655.541   |
| Gastos    | \$47.817.161        | \$49.142.521    | \$50.917.497    | \$52.606.047    | \$54.168.837    |
| Intereses | \$26.058.844        | \$23.947.515    | \$21.836.187    | \$19.724.858    | \$17.613.530    |

*Fuente: Elaboración Propia*

El punto de equilibrio es el nivel de ventas en el cual la empresa logra saldar todos sus costos y gastos de operación para no incurrir en pérdidas ni utilidades. Para lograr este punto, se debe generar ventas de \$1.604.717.643 millones de pesos para el primer año, las cuales se encuentran por debajo de las ventas reales, lo que deja un margen de maniobra de \$90.065.443 millones, para atender a sus necesidades de corto plazo.

Tabla 42

*Margen de Maniobra*

|                    |
|--------------------|
| Margen de Maniobra |
| \$90.065.443       |

*Fuente: Elaboración Propia***Recuperación de la Inversión**

Tabla 43

*Recuperación de la Inversión*

| Recuperación de la inversión |               |                    |
|------------------------------|---------------|--------------------|
| Año                          | Utilidad      | Utilidad Acumulada |
| 2018                         | \$87.518.211  | \$87.518.211       |
| 2019                         | \$96.914.064  | \$184.432.275      |
| 2020                         | \$117.490.773 | \$301.923.048      |

|      |               |               |
|------|---------------|---------------|
| 2021 | \$138.300.396 | \$440.223.444 |
| 2022 | \$159.511.937 | \$599.735.382 |

*Fuente: Elaboración Propia*

*Nota: La inversión se recupera en el año 2*

Se puede evidenciar que la distribuidora recupera su inversión en el año 2 debido a que la utilidad acumulada es mayor a la inversión inicial

### CONCLUSIONES

- Mediante los estudios realizados, se pudo establecer que tanto en los aspectos, de mercadeo, técnicos, administrativos y financieros es posible llevar a cabo este proyecto, evidenciándose viabilidad en cada uno de ellos.
- El análisis de mercado determinó que el proyecto, presenta una demanda aceptable a pesar de ser un producto nuevo, que apenas va a penetrar al mercado. Otro punto a favor es que el consumo de pollo se encuentra en crecimiento.
- Con el estudio técnico, se pudo establecer que no se requieren de un capital alto de inversión. Además, la ubicación del proyecto hace que se reduzcan algunos gastos, por la cercanía con los proveedores y los clientes.
- Con respecto al aspecto legal se identificó el tipo de constitución de empresa más adecuada para la empresa Pollos Adobados S.A.S. y la normatividad a la cual debe estar sujeta la empresa para su legal funcionamiento.
- en el estudio financiero, se determinó la viabilidad del proyecto, en cuanto presenta un gran porcentaje de liquidez y ganancia en el flujo de caja, los cuales aumentan significativamente año tras año.
- Con el flujo de caja se estableció que la inversión se recupera en dos años.

### RECOMENDACIONES

- No dejar de lado el proyecto ni la presente idea, pues se encuentra con la tendencia del mercado y existe un gran crecimiento de esta carne, identificándose una alta demanda y viabilidad del producto. Con lo cual se recomienda poner en marcha el proyecto ya que los diferentes estudios arrojan la favorabilidad de su funcionamiento.
- Fijar indicadores que permitan evaluar el rendimiento de la empresa, para así desarrollar estrategias para aumentar la rentabilidad de la misma.
- Evaluar la viabilidad de incursionar en nuevos mercados o en mercados aledaños, como los municipios cercanos a la ciudad de Armenia.
- realizar alianzas con empresas o personas para buscar el desarrollo y crecimiento empresarial.

**BIBLIOGRAFÍA**

ABC. (22 de 03 de 2017). *ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/general/pollo.php>

Acomerpollo. (22 de 03 de 2017). Obtenido de Acomerpollo:

<http://www.acomerpollo.com/downloads/pdfs/pollounmundodebeneficios.pdf>

Actualicese. (18 de 02 de 2018). *Actualicese*. Obtenido de

<https://actualicese.com/normatividad/2008/12/05/ley-1258-de-05-12-2008/>

Alcaldia de bogota . (12 de 03 de 2017). *Alcaldia de bogota*. Obtenido de

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=1177>

Alcaldia de bogota . (12 de 03 de 2017). *Alcaldia de bogota*. Obtenido de

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=3337>

Alcaldia de bogota. (12 de 03 de 2017). *Alcaldia de bogota*. Obtenido de

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=54030>

Alcaldia de bogota. (12 de 03 de 2017). *Alcaldia de bogota* . Obtenido de

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=3337>

Alcaldia de bogota. (12 de 03 de 2017). *Alcaldia de bogota* . Obtenido de

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=40508>

Alcaldiadebogota. (20 de 10 de 2017). *Alcaldia de bogota*. Obtenido de

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=1177>

Alcaldiadebogota. (23 de 10 de 2017). *alcaldiadebogota*. Obtenido de

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=33104>

Arias, J. (14 de 03 de 2017). *Javerian*. Obtenido de

<http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis259.pdf>

Baena, E. (05 de 03 de 2017). *Dialnet*. Obtenido de

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4845158.pdf>

Baena, E., Sanchez, J., & Montoya, O. (24 de 03 de 2018). *Dialnet*. Obtenido de

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4845158.pdf>

Banrep. (06 de 12 de 2017). *Banrep*. Obtenido de

[http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura\\_finanzas/pdf/dtser\\_214.pdf](http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/dtser_214.pdf)

Barile, J. (05 de 03 de 2017). *Marketingdirecto*. Obtenido de

<https://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/31-definiciones-de-mercadotecnia-9>

Basculas. (15 de 12 de 2017). *Basculas*. Obtenido de <http://www.jcmbasculas.com/bascula-industrial.html>

Blooks. (14 de 04 de 2017). *Blooks*. Obtenido de <https://books.google.com.co/books?id=-7-QCgAAQBAJ&pg=PA45&lpg=PA45&dq#v=onepage&q&f=false>

Buitrago, J., & Bohorquez, J. (14 de 03 de 2017). *Javerian*. Obtenido de

<http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis157.pdf>

Calle, C. (02 de 03 de 2017). *prezi*. Obtenido de <https://prezi.com/bttjhkd0jvcc/historia-de-la-avicultura-en-colombia/>

Camara de comercio. (18 de 02 de 2018). armenia, colombia.

Caracol. (10 de 02 de 2018). *Caracol*. Obtenido de

[http://caracol.com.co/radio/2010/09/29/ecologia/1285759620\\_364757.html](http://caracol.com.co/radio/2010/09/29/ecologia/1285759620_364757.html)

Cardenas, D., Carreño, P., & Parraga, L. (14 de 03 de 2017). *Webcache*. Obtenido de

<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:leTXDJKSBTwJ:https://www.d>

space.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10428/6/TESIS\_ORIGINAL.docx+&cd=4&hl=es&ct=clnk&gl=co

Cardenas, I. (14 de 03 de 2017). *Repository*. Obtenido de

<http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/5398/T12.07%20C178f.pdf?sequence=1>

CCC. (15 de 12 de 2017). *CCC*. Obtenido de <http://www.ccc.org.co/servicios/registrospublicos/>

clicks, A. (24 de 03 de 2018). *Aula clicks*. Obtenido de <https://www.aulaclicks.com/historia-del-emprendimiento-en-el-mundo/>

Construrefri. (08 de 12 de 2017). *Construrefri*. Obtenido de

<http://www.construrefri.com/ConstruRefri-cuartos-frios.html>

Corrales, S. (05 de 03 de 2017). *Repositorio*. Obtenido de

<http://repository.unad.edu.co/bitstream/10596/2811/1/1047390747.pdf>

Cortez, J. (14 de 03 de 2017). *Biblioteca.usac*. Obtenido de

[http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08\\_2182\\_IN.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08_2182_IN.pdf)

Estrada, R. (30 de 03 de 2017). *Cronica del quindio*. Obtenido de

[http://www.cronicadelquindio.com/noticia-completa-titulo-864\\_ha\\_crecido\\_oferta\\_gastronmica\\_en\\_el\\_departamento\\_del\\_quindo-seccion-la\\_economa-nota-112857.htm](http://www.cronicadelquindio.com/noticia-completa-titulo-864_ha_crecido_oferta_gastronmica_en_el_departamento_del_quindo-seccion-la_economa-nota-112857.htm)

Falabella. (14 de 12 de 2017). *Falabella*. Obtenido de <https://www.falabella.com.co/falabella-co/category/cat740941/Utensilios%20de%20Cocina>

Fenavi. (02 de 03 de 2017). *Fenavi*. Obtenido de <http://www.acomerpollo.com/beneficios.html>

Fenavi. (22 de 03 de 2017). *Fenavi*. Obtenido de

<http://www.fen.org.es/mercadoFen/pdfs/pollo.pdf>

Finanzas . (16 de 12 de 2017). *Finanzas*. Obtenido de

<http://www.finanzaspersonales.co/impuestos/articulo/por-que-vale-la-pena-constituir-una-sas/37888>

Fontur. (12 de 03 de 2017). *Fontur*. Obtenido de

[https://www.fontur.com.co/aym\\_document/aym\\_normatividad/2005/NTS\\_USNA007.pdf](https://www.fontur.com.co/aym_document/aym_normatividad/2005/NTS_USNA007.pdf)

Gerencie. (22 de 02 de 2018). *Gerencie*. Obtenido de [http://www.gerencie.com/aspectos-](http://www.gerencie.com/aspectos-tributarios-de-la-sociedadpor-acciones-simplificada-s-a-s.html)

[tributarios-de-la-sociedadpor-acciones-simplificada-s-a-s.html](http://www.gerencie.com/aspectos-tributarios-de-la-sociedadpor-acciones-simplificada-s-a-s.html),

Gimenez, G. (03 de 03 de 2017). *Mailxmail*. Obtenido de [http://www.mailxmail.com/cursos-](http://www.mailxmail.com/cursos-cocinando-pollo-saber-carne-pollo)

[cocinando-pollo/saber-carne-pollo](http://www.mailxmail.com/cursos-cocinando-pollo-saber-carne-pollo)

Gomez. (03 de 03 de 2017). *Economia*. Obtenido de

<http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>

Grau, S. (05 de 03 de 2017). *bluehost*. Obtenido de [http://sgrau.septrionismo.com/index.php/14-](http://sgrau.septrionismo.com/index.php/14-la-evaluacion-del-impacto-ambiental)

[la-evaluacion-del-impacto-ambiental](http://sgrau.septrionismo.com/index.php/14-la-evaluacion-del-impacto-ambiental)

Grupoguers. (18 de 10 de 2017). *Grupoguers*. Obtenido de [http://www.grupoguers.com.co/ref-](http://www.grupoguers.com.co/ref-4260-canasta-perforada-barras/)

[4260-canasta-perforada-barras/](http://www.grupoguers.com.co/ref-4260-canasta-perforada-barras/)

Grupozingal. (08 de 12 de 2017). *Grupozingal*. Obtenido de

<http://www.grupozingal.co/producto/licuadora-industrial-10-litros-cuadrada-2/>

Guerra , J. (14 de 03 de 2017). *Repository*. Obtenido de

<http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/11408/1/Trabajo%20de%20Grado%20John%20Edward%20Guerra%20Manso.pdf>

Hiatrans. (02 de 03 de 2017). *Hiatrans*. Obtenido de [https://histrans-](https://histrans-1900.wikispaces.com/historia+del+transporte+en+colombia)

1900.wikispaces.com/historia+del+transporte+en+colombia

Hoz, D. (24 de 03 de 2018). *Scribd*. Obtenido de [https://es.scribd.com/document/230621055/La-](https://es.scribd.com/document/230621055/La-Historia-de-La-Administracion-pdf)

Historia-de-La-Administracion-pdf

Hyundaicolombia. (15 de 10 de 2017). *Hyundaicolombia*. Obtenido de

<http://hyundaicolombia.com.co/promosyactividades/wp-content/uploads/2017/08/HD65-C.pdf>

Inmedinox. (09 de 12 de 2017). *Inmedinox*. Obtenido de

<https://www.inmedinox.com/inmedino/pg40/sp/mesas-en-acero-inoxidable#ancla>

Inmedinox. (13 de 12 de 2017). *Inmedinox*. Obtenido de

<https://www.inmedinox.com/inmedino/vp66/sp/estanterias-acero-inoxidable>

Invima. (12 de 03 de 2017). *Invima*. Obtenido de

[https://www.invima.gov.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=3296:resolucion-005109-diciembre-292005-&catid=104:resoluciones-2005&Itemid=2140](https://www.invima.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=3296:resolucion-005109-diciembre-292005-&catid=104:resoluciones-2005&Itemid=2140)

Invima. (12 de 03 de 2017). *Invima*. Obtenido de

[https://www.invima.gov.co/images/stories/aliementos/decreto\\_2162\\_1983.pdf](https://www.invima.gov.co/images/stories/aliementos/decreto_2162_1983.pdf)

Kotler, P. (05 de 03 de 2017). *Catarina*. Obtenido de

[http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lhr/cervantes\\_v\\_ay/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/cervantes_v_ay/capitulo2.pdf)

La republica. (22 de 03 de 2017). *La republica*. Obtenido de

<https://www.larepublica.co/economia/consumo-per-capita-de-pollo-se-acerca-a-322-kilos-la-meta-de-fenavi-para-este-ano-2526172>

La torre, E. (1996). *Teoria general de los sistemas* . Universidad del valle.

Lopez, D., & Castilla, J. (14 de 03 de 2017). *Repository*. Obtenido de

<http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/17072/T12.11%20V426e.pdf?sequence=1>

Martinez, M. (02 de 03 de 2017). *historia de la gastronomia*. Obtenido de

<http://docslide.net/documents/carne-de-cerdo-1.html>

Mercadolibre. (13 de 12 de 2017). *Mercadolibre*. Obtenido de

[https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-455459271-tanque-de-almacenamiento-de-1000-litros-\\_JM](https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-455459271-tanque-de-almacenamiento-de-1000-litros-_JM)

Mercadolibre. (15 de 12 de 2017). *Mercadolibre*. Obtenido de

[https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-450844460-rollo-de-plastico-x-2-unidades-para-empaque-al-vacio-\\_JM](https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-450844460-rollo-de-plastico-x-2-unidades-para-empaque-al-vacio-_JM)

Minagricultura. (05 de 04 de 2017). *minagricultura*. Obtenido de

<https://sioc.minagricultura.gov.co/Avicola/Documentos/002%20-%20Cifras%20Sectoriales/BULLETS%20FENAVI%20MINISTRO.pdf>

Miranda, J. (05 de 03 de 2017). *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto/>

Navarrete, L. (03 de 03 de 2017). *Meetlogistics*. Obtenido de <https://meetlogistics.com/cadena-suministro/definicion-cadena-de-suministros/>

Nebula. (18 de 10 de 2017). *nebula*. Obtenido de

<http://nebula.wsimg.com/20419fe74c2f572f797d6d0faf7f2431?AccessKeyId=D8583E8489A29C1EE920&disposition=0&alloworigin=1>

Oyarzo, A. (24 de 03 de 2018). *Buenas tareas*. Obtenido de

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Emprendimiento-En-Colombia/3466033.html> o

[https://prezi.com/ewh86s\\_1g3jw/historia-del-emprendimiento-en-colombia](https://prezi.com/ewh86s_1g3jw/historia-del-emprendimiento-en-colombia)

Perez. (02 de 03 de 2017). *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/la-cadena-de-suministro-en-la-gestion-logistica/>

Pino, P. (14 de 03 de 2017). *Repositorio*. Obtenido de

<http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/2200/6581186132G984.pdf?sequence=1>

Portafolio. (28 de 03 de 2017). *Portafolio*. Obtenido de

<http://www.portafolio.co/economia/proyecciones-para-el-comercio-y-el-turismo-para-2017-505182>

Porter, M. (05 de 03 de 2017). *Babel*. Obtenido de [http://www.babel-](http://www.babel-logistica.com/despliegue_articulo.php?nid=11)

[logistica.com/despliegue\\_articulo.php?nid=11](http://www.babel-logistica.com/despliegue_articulo.php?nid=11)

Porto , J. (19 de 03 de 2017). Obtenido de <http://definicion.de/metodo-inductivo>

Publirreportaje. (24 de 03 de 2018). *El tiempo*. Obtenido de

<http://www.eltiempo.com/colombia/emprendimiento-en-colombia-la-nueva-fuerza-de-sostenibilidad-150144>

Puricelli. (03 de 04 de 2017). *Banrep*. Obtenido de

[http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura\\_finanzas/pdf/dtser\\_214.pdf](http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/dtser_214.pdf)

Rancholasociedad. (19 de 03 de 2017). *Rancholasociedad*. Obtenido de

<http://www.rancholasociedad.com/quindio.shtml>

Romo, N. (02 de 03 de 2017). *El heraldo*. Obtenido de

<https://www.elheraldo.co/economia/produccion-de-carne-de-pollo-supera-los-14-millones-de-toneladas-en-2016-291229>

Rosales. (05 de 03 de 2017). *Repositorio*. Obtenido de

[http://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo\\_del\\_Estudio\\_Tecnico.pdf](http://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf)

Ruiz, & Penagos. (14 de 03 de 2017). *Repositorio*. Obtenido de

[http://repository.uniminuto.edu:8080/xmlui/bitstream/handle/10656/2048/TA\\_RuizNiviayoAnaCarolina\\_2011.pdf?sequence=1](http://repository.uniminuto.edu:8080/xmlui/bitstream/handle/10656/2048/TA_RuizNiviayoAnaCarolina_2011.pdf?sequence=1)

Sanchez, J. (05 de 03 de 2017). *Ciberconta*. Obtenido de

<http://ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisr.pdf>

Santillan, M. (05 de 03 de 2017). *bogdiario.com*. Obtenido de

<http://mktunlam.blogspot.es/1211159940/>

Supersociedades. (12 de 03 de 2017). *Supersociedades*. Obtenido de

<http://www.supersociedades.gov.co/Web/Leyes/LEY%201258%20DE%202008%20SAS1.htm>

Teleequipos. (15 de 12 de 2017). *Teleequipos*. Obtenido de

<http://telequipos.com/producto/2/registradora-negra-casio-pcrt-500-telequipos-cali/>

Toro , G. (30 de 03 de 2017). *Dinero*. Obtenido de <http://www.dinero.com/edicion->

[empresa/especial-comercial/articulo/sector-proyeccion/65957](http://www.dinero.com/edicion-empresa/especial-comercial/articulo/sector-proyeccion/65957)

Torres, D. (14 de 03 de 2017). *Repositorio*. Obtenido de

<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8968/TRABAJO%20DE%20TITULO%20LACI%C3%93N.pdf?sequence=1>

Uanl. (08 de 04 de 2017). *Uanl*. Obtenido de <http://eprints.uanl.mx/623/1/1020123024.PDF>

Uv. (16 de 12 de 2017). *Uv*. Obtenido de <https://www.uv.es/~rodrigum/funlabo1.htm>

Varela, R. (2008). *Innovacion empresarial*. Pearson.

Varela, R. (2008). *Innovacion empresarial*. Pearson.

Varieduca. (14 de 03 de 2017). *Varieduca*. Obtenido de

<https://varieduca.jimdo.com/art%C3%ADculos-de-inter%C3%A9s/la-investigacion-descriptiva/>

Zaror. (05 de 03 de 2017). *Monografias*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos-pdf2/conceptos-ambiente-tipologia/conceptos-ambiente-tipologia.pdf>

## APÉNDICE

### Apéndice A

#### Apéndice 1 Respuesta de Cámara de Comercio

 **Sistemas Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío** <sistemas@camaraarmenia.org.co>  
para mí 

22/9/17   

Señora  
Elizabeth Cartagena

Cordial saludo,

De acuerdo a su solicitud, nos permitimos informar lo siguiente, empresas activas registradas en Cámara de comercio de Armenia y del Quindío que se dediquen a la producción y venta de pollo son en total 33.

Ahora, empresas tipo restaurantes que se dediquen a venta de pollo, no tendria como identificarlas, ya que todos los restaurantes se registran con la misma clasificacion CIUU (56) Restaurantes en el municipio de Armenia son en total 1047.

Cualquier inquietud con gusto será atendida.

Atentamente,



**CÁMARA DE COMERCIO  
DE ARMENIA Y DEL QUINDÍO**

**JOSÉ DARIO BERMÚDEZ PASTRANA**  
Sistemas

Cra. 14 No. 23-15 Pto 2 - Tel: (57-6) 7412300 Ext: 131 | Fax: (57-6) 7410173  
sistemas@camaraarmenia.org.co



[www.camaraarmenia.org.co](http://www.camaraarmenia.org.co)






**De:** ELIZABETH CARTAGENA HINESTROZA [mailto:elizabeth.cartagena@correounivalle.edu.co]  
**Enviado el:** martes, 19 de septiembre de 2017 04:27 p.m.  
**Para:** sistemas@camaraarmenia.org.co  
**Asunto:** SOLICITUD DEL NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS

### Apéndice B

#### Apéndice 2 Dispuestos a Comprar

| Porcentaje de Clientes Dispuestos a Comprar |                        |                      |             |
|---------------------------------------------|------------------------|----------------------|-------------|
|                                             | numero de restaurantes | compra semanal en kl | parte       |
|                                             | 8                      | 15                   | 20,51282051 |
|                                             | 18                     | 35                   | 46,15384615 |
|                                             | 13                     | 45                   | 33,33333333 |
| <b>TOTAL</b>                                | <b>39</b>              |                      | <b>100</b>  |
| <b>% que comercializaría el producto</b>    | <b>14%</b>             |                      |             |

*Fuente: Elaboración Propia*

#### Apéndice 3 Universo

| Porcentaje dentro del Universo |        |
|--------------------------------|--------|
| universo                       | 14%    |
| 1047                           | 146,58 |

*Fuente: Elaboración Propia*

## Encabezado: CREACIÓN DE EMPRESA

*Apéndice 4 Costo*

| Costo                   |                       |
|-------------------------|-----------------------|
| costos de compra por kl | costo de compra total |
| \$4.400                 | \$88.308.812          |

*Fuente: Elaboración Propia**Apéndice 5 Compra Mensual de Pollo*

| Compra Mensual de Pollo |                        |                |  |
|-------------------------|------------------------|----------------|--|
| compra mensual por kilo | numero de restaurantes | Compra Mensual |  |
| 60                      | 30,06769231            | 1804,061538    |  |
| 140                     | 67,65230769            | 9471,323077    |  |
| 180                     | 48,86                  | 8794,8         |  |
| TOTAL                   | 146,58                 | 20070,18462    |  |

*Fuente: Elaboración Propia**Apéndice 6*

|                        |
|------------------------|
| ventas-costo de compra |
| \$52.182.480           |

*Fuente: Elaboración Propia**Apéndice 7 Compra y Venta Total*

| Compra y Venta Total Mensual |                 |                     |
|------------------------------|-----------------|---------------------|
| Compra Total Mensual         | Precio por kilo | Venta Total Mensual |
| 20070,18462                  | 7000            | 140491292,3         |

*Fuente: Elaboración Propia**Apéndice 8 Ventas Mes a Mes según FENAVI*

| VARIACION DE VENTAS SEGÚN FENAVI |        |               |
|----------------------------------|--------|---------------|
| Ene                              | 124207 | Variación mes |
| Feb                              | 120032 | -3,361324241  |
| Mar                              | 117025 | -2,505165289  |
| Abr                              | 121570 | 3,883785516   |
| May                              | 119590 | -1,628691289  |
| Jun                              | 120656 | 0,891378878   |
| Jul                              | 119708 | -0,785704814  |
| Ago                              | 118100 | -1,34326862   |
| Sep                              | 126960 | 7,50211685    |
| Oct                              | 130587 | 2,856805293   |
| Nov                              | 129761 | -0,632528506  |
| Dic                              | 130728 | 0,745216205   |

*Fuente: Elaboración Propia con datos Obtenidos en la página web de FENAVI*

*Apéndice 9 Variación del Precio Mes a Mes*

| VARIACION DE PRECIOS FENAVI |      |
|-----------------------------|------|
| Meses                       | 2016 |
| Ene                         | 0,9  |
| Feb                         | -0,5 |
| Mar                         | -0,9 |
| Abr                         | 0,8  |
| May                         | 0,2  |
| Jun                         | 0,6  |
| Jul                         | 1,6  |
| Ago                         | 1    |
| Sep                         | 0,9  |
| Oct                         | -0,6 |
| Nov                         | 0,4  |
| Dic                         | -0,6 |

*Fuente: FENAVI*

*Apéndice 10 Presupuesto de Venta Mes a Mes*

| PRESUPUESTO DE VENTA MES A MES |               |               |               |               |               |               |
|--------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|                                | mes 1         | mes 2         | mes 3         | mes 4         | mes 5         | mes 6         |
| CANTIDAD KG                    | \$20.070      | \$19.396      | \$18.910      | \$19.644      | \$19.324      | \$19.496      |
| PRECIO VENTA                   | \$7.000       | \$6.965       | \$6.902       | \$6.958       | \$6.971       | \$7.013       |
| VENTAS                         |               |               |               |               |               |               |
| TOTALES                        | \$140.491.292 | \$135.090.080 | \$130.520.497 | \$136.674.351 | \$134.717.244 | \$136.733.594 |

*Fuente: Elaboración Propia*

*Apéndice 11 Continuación del Apéndice anterior*

| PRESUPUESTO DE VENTA MES A MES |               |               |               |               |               |               |
|--------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|                                | mes 7         | mes 8         | mes 9         | mes 10        | mes 11        | mes 12        |
| CANTIDAD KG                    | \$19.343      | \$19.083      | \$20.515      | \$21.101      | \$20.968      | \$21.124      |
| PRECIO VENTA                   | \$7.125       | \$7.197       | \$7.262       | \$7.218       | \$7.247       | \$7.203       |
| VENTAS                         |               |               |               |               |               |               |
| TOTALES                        | \$137.829.820 | \$137.338.179 | \$148.970.222 | \$152.306.656 | \$151.948.646 | \$152.162.506 |

*Fuente: Elaboración Propia*

## Encabezado: CREACIÓN DE EMPRESA

*Apéndice 12 Producción Mes a Mes*

|                      | 2. Producción |          |          |          |          |          |
|----------------------|---------------|----------|----------|----------|----------|----------|
|                      | MES 1         | MES 2    | MES 3    | MES 4    | MES 5    | MES 6    |
| Inv Final Pcto Term. | \$301         | \$291    | \$284    | \$295    | \$290    | \$292    |
| Unidades a Vender    | \$20.070      | \$19.396 | \$18.910 | \$19.644 | \$19.324 | \$19.496 |
| Inv Inc Pcto Term    | \$0           | \$0      | \$0      | \$0      | \$0      | \$0      |
| Unidades a Producir  | \$20.371      | \$19.686 | \$19.193 | \$19.939 | \$19.614 | \$19.789 |

*Fuente: Elaboración Propia**Apéndice 13 Continuación del Apéndice anterior*

|                      | 2. Producción |          |          |          |          |          |
|----------------------|---------------|----------|----------|----------|----------|----------|
|                      | MES 7         | MES 8    | MES 9    | MES 10   | MES 11   | MES 12   |
| Inv Final Pcto Term. | \$290         | \$286    | \$308    | \$317    | \$315    | \$317    |
| Unidades a Vender    | \$19.343      | \$19.083 | \$20.515 | \$21.101 | \$20.968 | \$21.124 |
| Inv Inc Pcto Term    | \$0           | \$0      | \$0      | \$0      | \$0      | \$0      |
| Unidades a Producir  | \$19.633      | \$19.370 | \$20.823 | \$21.418 | \$21.282 | \$21.441 |

*Fuente: Elaboración Propia**Apéndice 14 Compra de Materia Prima*

|                                  | 3. Compra Materia Prima |              |              |              |              |              |
|----------------------------------|-------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                                  | MES 1                   | MES 2        | MES 3        | MES 4        | MES 5        | MES 6        |
| Inventario Final Materia Prima   | \$301                   | \$291        | \$284        | \$295        | \$290        | \$292        |
| Requerimiento                    | \$20.070                | \$19.396     | \$18.910     | \$19.644     | \$19.324     | \$19.496     |
| Inventario Inicial Materia Prima | \$0                     | \$0          | \$0          | \$0          | \$0          | \$0          |
| Unidades a Comprar               | \$20.371                | \$19.686     | \$19.193     | \$19.939     | \$19.614     | \$19.789     |
| Precio Compra                    | \$4.400                 | \$4.378      | \$4.339      | \$4.373      | \$4.382      | \$4.408      |
| Valor Compra                     | \$89.633.444            | \$86.187.471 | \$83.272.077 | \$87.198.236 | \$85.949.602 | \$87.236.033 |

*Fuente: Elaboración Propia*

*Apéndice 15 Continuación del Apéndice anterior*

| 3. Compra Materia Prima          |              |              |              |              |              |              |
|----------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                                  | MES 7        | MES 8        | MES 9        | MES 10       | MES 11       | MES 12       |
| Inventario Final Materia Prima   | \$290        | \$286        | \$308        | \$317        | \$315        | \$317        |
| Requerimiento                    | \$19.343     | \$19.083     | \$20.515     | \$21.101     | \$20.968     | \$21.124     |
| Inventario Inicial Materia Prima | \$0          | \$0          | \$0          | \$0          | \$0          | \$0          |
| Unidades a Comprar               | \$19.633     | \$19.370     | \$20.823     | \$21.418     | \$21.282     | \$21.441     |
| Precio Compra                    | \$4.479      | \$4.524      | \$4.564      | \$4.537      | \$4.555      | \$4.528      |
| Valor Compra                     | \$87.935.425 | \$87.621.758 | \$95.043.002 | \$97.171.646 | \$96.943.236 | \$97.079.679 |

*Fuente: Elaboración Propia**Apéndice 16 Salario Mínimo Legal*

| 2018                  |                        |
|-----------------------|------------------------|
| <b>Salario Mínimo</b> | <b>Aux. Transporte</b> |
| \$ 781.242            | \$ 88.211              |

*Fuente: Datos del Gobierno**Apéndice 17 Mano de Obra Directa Mensual*

| 4. MANO DE OBRA DIRECTA   |             |             |             |             |
|---------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Personal Operativo        | MES 1       |             |             |             |
|                           | Logística   | Operador 1  | Operador 2  |             |
| Salario                   | \$781.242   | \$781.242   | \$781.242   | \$2.343.726 |
| Aux. Transporte           | \$88.211    | \$88.211    | \$88.211    | \$264.633   |
| Seguridad Social          | \$112.780   | \$112.780   | \$112.780   | \$338.340   |
| Pensión                   | \$93.749    | \$93.749    | \$93.749    | \$281.247   |
| ARL                       | \$19.031    | \$19.031    | \$19.031    | \$57.093    |
| Cargas Prestacionales     | \$186.120   | \$186.120   | \$186.120   | \$558.359   |
| Cesantías                 | \$72.425    | \$72.425    | \$72.425    | \$217.276   |
| Intereses sobre Cesantías | \$8.691     | \$8.691     | \$8.691     | \$26.073    |
| Prima de Servicios        | \$72.425    | \$72.425    | \$72.425    | \$217.276   |
| Vacaciones                | \$32.578    | \$32.578    | \$32.578    | \$97.733    |
| Aportes Parafiscales      | \$31.250    | \$31.250    | \$31.250    | \$93.749    |
| Caja Compensación         | \$31.250    | \$31.250    | \$31.250    | \$93.749    |
| TOTAL                     | \$1.199.602 | \$1.199.602 | \$1.199.602 | \$3.598.807 |

*Fuente: Elaboración Propia*

*Apéndice 18 Continuación del Apéndice Anterior*

| 4. MANO DE OBRA DIRECTA   |             |             |             |             |             |             |
|---------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Personal Operativo        | MES 2       | MES 3       | MES 4       | MES 5       | MES 6       | MES 7       |
| Salario                   | \$2.343.726 | \$2.343.726 | \$2.343.726 | \$2.343.726 | \$2.343.726 | \$2.343.726 |
| Aux. Transporte           | \$264.633   | \$264.633   | \$264.633   | \$264.633   | \$264.633   | \$264.633   |
| Seguridad Social          | \$338.340   | \$338.340   | \$338.340   | \$338.340   | \$338.340   | \$338.340   |
| Pensión                   | \$281.247   | \$281.247   | \$281.247   | \$281.247   | \$281.247   | \$281.247   |
| ARL                       | \$57.093    | \$57.093    | \$57.093    | \$57.093    | \$57.093    | \$57.093    |
| Cargas Prestacionales     | \$558.359   | \$558.359   | \$558.359   | \$558.359   | \$558.359   | \$558.359   |
| Cesantías                 | \$217.276   | \$217.276   | \$217.276   | \$217.276   | \$217.276   | \$217.276   |
| Intereses sobre Cesantías | \$26.073    | \$26.073    | \$26.073    | \$26.073    | \$26.073    | \$26.073    |
| Prima de Servicios        | \$217.276   | \$217.276   | \$217.276   | \$217.276   | \$217.276   | \$217.276   |
| Vacaciones                | \$97.733    | \$97.733    | \$97.733    | \$97.733    | \$97.733    | \$97.733    |
| Aportes Parafiscales      | \$93.749    | \$93.749    | \$93.749    | \$93.749    | \$93.749    | \$93.749    |
| Caja Compensación         | \$93.749    | \$93.749    | \$93.749    | \$93.749    | \$93.749    | \$93.749    |
| TOTAL                     | \$3.598.807 | \$3.598.807 | \$3.598.807 | \$3.598.807 | \$3.598.807 | \$3.598.807 |

*Fuente: Elaboración Propia**Apéndice 19 Continuación del Apéndice anterior*

| 4. MANO DE OBRA DIRECTA   |             |             |             |             |             |
|---------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Personal Operativo        | MES 8       | MES 9       | MES 10      | MES 11      | MES 12      |
| Salario                   | \$2.343.726 | \$2.343.726 | \$2.343.726 | \$2.343.726 | \$2.343.726 |
| Aux. Transporte           | \$264.633   | \$264.633   | \$264.633   | \$264.633   | \$264.633   |
| Seguridad Social          | \$338.340   | \$338.340   | \$338.340   | \$338.340   | \$338.340   |
| Pensión                   | \$281.247   | \$281.247   | \$281.247   | \$281.247   | \$281.247   |
| ARL                       | \$57.093    | \$57.093    | \$57.093    | \$57.093    | \$57.093    |
| Cargas Prestacionales     | \$558.359   | \$558.359   | \$558.359   | \$558.359   | \$558.359   |
| Cesantías                 | \$217.276   | \$217.276   | \$217.276   | \$217.276   | \$217.276   |
| Intereses sobre Cesantías | \$26.073    | \$26.073    | \$26.073    | \$26.073    | \$26.073    |
| Prima de Servicios        | \$217.276   | \$217.276   | \$217.276   | \$217.276   | \$217.276   |
| Vacaciones                | \$97.733    | \$97.733    | \$97.733    | \$97.733    | \$97.733    |
| Aportes Parafiscales      | \$93.749    | \$93.749    | \$93.749    | \$93.749    | \$93.749    |
| Caja Compensación         | \$93.749    | \$93.749    | \$93.749    | \$93.749    | \$93.749    |
| TOTAL                     | \$3.598.807 | \$3.598.807 | \$3.598.807 | \$3.598.807 | \$3.598.807 |

*Fuente: Elaboración Propia*

*Apéndice 20 Presupuesto CIF*

| 5. Presupuesto CIF |              |              |              |              |              |              |
|--------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                    | MES 1        | MES 2        | MES 3        | MES 4        | MES 5        | MES 6        |
| CIF Fijos          | \$3.855.718  | \$3.855.718  | \$3.855.718  | \$3.855.718  | \$3.855.718  | \$3.855.718  |
| Arriendo           | \$2.560.000  | \$2.560.000  | \$2.560.000  | \$2.560.000  | \$2.560.000  | \$2.560.000  |
| Seguro             | \$83.333     | \$83.333     | \$83.333     | \$83.333     | \$83.333     | \$83.333     |
| Dotación           | \$85.450     | \$85.450     | \$85.450     | \$85.450     | \$85.450     | \$85.450     |
| Depreciación       | \$1.126.935  | \$1.126.935  | \$1.126.935  | \$1.126.935  | \$1.126.935  | \$1.126.935  |
| CIF Variables      | \$30.216.619 | \$29.319.605 | \$28.673.540 | \$29.650.050 | \$29.224.640 | \$29.453.673 |
| Mant. Maq          | \$100.000    | \$100.000    | \$100.000    | \$100.000    | \$100.000    | \$100.000    |
| Adobo              | \$11.407.893 | \$11.024.437 | \$10.748.256 | \$11.165.696 | \$10.983.841 | \$11.081.748 |
| Empaque            | \$15.278.428 | \$14.764.871 | \$14.394.986 | \$14.954.057 | \$14.710.501 | \$14.841.627 |
| Energía            | \$2.993.377  | \$2.993.377  | \$2.993.377  | \$2.993.377  | \$2.993.377  | \$2.993.377  |
| Agua               | \$436.921    | \$436.921    | \$436.921    | \$436.921    | \$436.921    | \$436.921    |
| TOTAL              | \$34.072.337 | \$33.175.323 | \$32.529.258 | \$33.505.768 | \$33.080.358 | \$33.309.392 |

*Fuente: Elaboración Propia**Apéndice 21 Continuación del Apéndice anterior*

| 5. Presupuesto CIF |              |              |              |              |              |              |
|--------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                    | MES 7        | MES 8        | MES 9        | MES 10       | MES 11       | MES 12       |
| CIF Fijos          | \$3.855.718  | \$3.855.718  | \$3.855.718  | \$3.855.718  | \$3.855.718  | \$3.855.718  |
| Arriendo           | \$2.560.000  | \$2.560.000  | \$2.560.000  | \$2.560.000  | \$2.560.000  | \$2.560.000  |
| Seguro             | \$83.333     | \$83.333     | \$83.333     | \$83.333     | \$83.333     | \$83.333     |
| Dotación           | \$85.450     | \$85.450     | \$85.450     | \$85.450     | \$85.450     | \$85.450     |
| Depreciación       | \$1.126.935  | \$1.126.935  | \$1.126.935  | \$1.126.935  | \$1.126.935  | \$1.126.935  |
| CIF Variables      | \$29.249.992 | \$28.904.508 | \$30.808.111 | \$31.587.385 | \$31.409.915 | \$31.617.679 |
| Mant. Maq          | \$100.000    | \$100.000    | \$100.000    | \$100.000    | \$100.000    | \$100.000    |
| Adobo              | \$10.994.679 | \$10.846.991 | \$11.660.744 | \$11.993.869 | \$11.918.005 | \$12.006.819 |
| Empaque            | \$14.725.016 | \$14.527.219 | \$15.617.068 | \$16.063.218 | \$15.961.613 | \$16.080.562 |
| Energía            | \$2.993.377  | \$2.993.377  | \$2.993.377  | \$2.993.377  | \$2.993.377  | \$2.993.377  |
| Agua               | \$436.921    | \$436.921    | \$436.921    | \$436.921    | \$436.921    | \$436.921    |
| TOTAL              | \$33.105.710 | \$32.760.226 | \$34.663.829 | \$35.443.103 | \$35.265.634 | \$35.473.397 |

*Fuente: Elaboración Propia*

*Apéndice 22 Presupuesto de Gastos Administrativos*

| 6. PRESUPUESTOS DE GASTOS ADMINISTRATIVOS |             |             |             |             |             |
|-------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|                                           | Gerente     | Ventas      | MES 1       | MES 2       | MES 3       |
| Salario                                   | \$781.242   | \$781.242   | \$1.562.484 | \$1.562.484 | \$1.562.484 |
| Aux. Transporte                           | \$88.211    | \$88.211    | \$176.422   | \$176.422   | \$176.422   |
| Seguridad Social                          | \$97.827    | \$97.827    | \$195.654   | \$195.654   | \$195.654   |
| Pensión                                   | \$93.749    | \$93.749    | \$187.498   | \$187.498   | \$187.498   |
| ARL                                       | \$4.078     | \$4.078     | \$8.156     | \$8.156     | \$8.156     |
| Cargas Prestacionales                     | \$186.120   | \$186.120   | \$372.239   | \$372.239   | \$372.239   |
| Cesantías                                 | \$72.425    | \$72.425    | \$144.851   | \$144.851   | \$144.851   |
| Intereses sobre<br>Cesantías              | \$8.691     | \$8.691     | \$17.382    | \$17.382    | \$17.382    |
| Prima de Servicios                        | \$72.425    | \$72.425    | \$144.851   | \$144.851   | \$144.851   |
| Vacaciones                                | \$32.578    | \$32.578    | \$65.156    | \$65.156    | \$65.156    |
| Aportes Parafiscales                      | \$31.250    | \$31.250    | \$62.499    | \$62.499    | \$62.499    |
| Caja Compensación                         | \$31.250    | \$31.250    | \$62.499    | \$62.499    | \$62.499    |
| SUB TOTAL                                 | \$1.184.650 | \$1.184.650 | \$2.369.299 | \$2.369.299 | \$2.369.299 |
| Arriendo                                  |             |             | \$640.000   | \$640.000   | \$640.000   |
| Energía                                   |             |             | \$153.361   | \$153.361   | \$153.361   |
| Agua                                      |             |             | \$91.025    | \$91.025    | \$91.025    |
| Papelería                                 |             |             | \$80.000    | \$80.000    | \$80.000    |
| Publicidad                                |             |             | \$166.658   | \$166.658   | \$166.658   |
| Honorarios                                |             |             | \$400.000   | \$400.000   | \$400.000   |
| Gastos de Legalización                    |             |             | \$41.667    | \$41.667    | \$41.667    |
| Depreciación                              |             |             | \$42.753    | \$42.753    | \$42.753    |
| Sub Total                                 |             |             | \$1.615.464 | \$1.615.464 | \$1.615.464 |
| TOTAL                                     |             |             | \$3.984.763 | \$3.984.763 | \$3.984.763 |

*Fuente: Elaboración Propia*

*Apéndice 23 Continuación del Apéndice anterior*

| 6. PRESUPUESTOS DE GASTOS ADMINISTRATIVOS |             |             |             |             |             |
|-------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|                                           | MES 4       | MES 5       | MES 6       | MES 7       | MES 8       |
| Salario                                   | \$1.562.484 | \$1.562.484 | \$1.562.484 | \$1.562.484 | \$1.562.484 |
| Aux. Transporte                           | \$176.422   | \$176.422   | \$176.422   | \$176.422   | \$176.422   |
| Seguridad Social                          | \$195.654   | \$195.654   | \$195.654   | \$195.654   | \$195.654   |
| Pensión                                   | \$187.498   | \$187.498   | \$187.498   | \$187.498   | \$187.498   |
| ARL                                       | \$8.156     | \$8.156     | \$8.156     | \$8.156     | \$8.156     |
| Cargas Prestacionales                     | \$372.239   | \$372.239   | \$372.239   | \$372.239   | \$372.239   |
| Cesantías                                 | \$144.851   | \$144.851   | \$144.851   | \$144.851   | \$144.851   |
| Intereses sobre<br>Cesantías              | \$17.382    | \$17.382    | \$17.382    | \$17.382    | \$17.382    |
| Prima de Servicios                        | \$144.851   | \$144.851   | \$144.851   | \$144.851   | \$144.851   |
| Vacaciones                                | \$65.156    | \$65.156    | \$65.156    | \$65.156    | \$65.156    |
| Aportes Parafiscales                      | \$62.499    | \$62.499    | \$62.499    | \$62.499    | \$62.499    |
| Caja Compensación                         | \$62.499    | \$62.499    | \$62.499    | \$62.499    | \$62.499    |
| SUB TOTAL                                 | \$2.369.299 | \$2.369.299 | \$2.369.299 | \$2.369.299 | \$2.369.299 |
| Arriendo                                  | \$640.000   | \$640.000   | \$640.000   | \$640.000   | \$640.000   |
| Energía                                   | \$153.361   | \$153.361   | \$153.361   | \$153.361   | \$153.361   |
| Agua                                      | \$91.025    | \$91.025    | \$91.025    | \$91.025    | \$91.025    |
| Papelería                                 | \$80.000    | \$80.000    | \$80.000    | \$80.000    | \$80.000    |
| Publicidad                                | \$166.658   | \$166.658   | \$166.658   | \$166.658   | \$166.658   |
| Honorarios                                | \$400.000   | \$400.000   | \$400.000   | \$400.000   | \$400.000   |
| Gastos de Legalización                    | \$41.667    | \$41.667    | \$41.667    | \$41.667    | \$41.667    |
| Depreciación                              | \$42.753    | \$42.753    | \$42.753    | \$42.753    | \$42.753    |
| Sub Total                                 | \$1.615.464 | \$1.615.464 | \$1.615.464 | \$1.615.464 | \$1.615.464 |
| TOTAL                                     | \$3.984.763 | \$3.984.763 | \$3.984.763 | \$3.984.763 | \$3.984.763 |

*Fuente: Elaboración Propia*

*Apéndice 24 Continuación del Apéndice anterior*

| 6. PRESUPUESTOS DE GASTOS ADMINISTRATIVOS |             |             |             |             |              |
|-------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
|                                           | MES 9       | MES 10      | MES 11      | MES 12      | AÑO 1        |
| Salario                                   | \$1.562.484 | \$1.562.484 | \$1.562.484 | \$1.562.484 | \$18.749.808 |
| Aux. Transporte                           | \$176.422   | \$176.422   | \$176.422   | \$176.422   | \$2.117.064  |
| Seguridad Social                          | \$195.654   | \$195.654   | \$195.654   | \$195.654   | \$2.347.851  |
| Pensión                                   | \$187.498   | \$187.498   | \$187.498   | \$187.498   | \$2.249.977  |
| ARL                                       | \$8.156     | \$8.156     | \$8.156     | \$8.156     | \$97.874     |
| Cargas Prestacionales                     | \$372.239   | \$372.239   | \$372.239   | \$372.239   | \$4.466.873  |
| Cesantías                                 | \$144.851   | \$144.851   | \$144.851   | \$144.851   | \$1.738.210  |
| Intereses sobre<br>Cesantías              | \$17.382    | \$17.382    | \$17.382    | \$17.382    | \$208.585    |
| Prima de Servicios                        | \$144.851   | \$144.851   | \$144.851   | \$144.851   | \$1.738.210  |
| Vacaciones                                | \$65.156    | \$65.156    | \$65.156    | \$65.156    | \$781.867    |
| Aportes Parafiscales                      | \$62.499    | \$62.499    | \$62.499    | \$62.499    | \$749.992    |
| Caja Compensación                         | \$62.499    | \$62.499    | \$62.499    | \$62.499    | \$749.992    |
| SUB TOTAL                                 | \$2.369.299 | \$2.369.299 | \$2.369.299 | \$2.369.299 | \$28.431.588 |
| Arriendo                                  | \$640.000   | \$640.000   | \$640.000   | \$640.000   | \$7.680.000  |
| Energía                                   | \$153.361   | \$153.361   | \$153.361   | \$153.361   | \$1.840.330  |
| Agua                                      | \$91.025    | \$91.025    | \$91.025    | \$91.025    | \$1.092.302  |
| Papelería                                 | \$80.000    | \$80.000    | \$80.000    | \$80.000    | \$960.000    |
| Publicidad                                | \$166.658   | \$166.658   | \$166.658   | \$166.658   | \$1.999.900  |
| Honorarios                                | \$400.000   | \$400.000   | \$400.000   | \$400.000   | \$4.800.000  |
| Gastos de Legalización                    | \$41.667    | \$41.667    | \$41.667    | \$41.667    | \$500.000    |
| Depreciación                              | \$42.753    | \$42.753    | \$42.753    | \$42.753    | \$513.040    |
| Sub Total                                 | \$1.615.464 | \$1.615.464 | \$1.615.464 | \$1.615.464 | \$19.385.572 |
| TOTAL                                     | \$3.984.763 | \$3.984.763 | \$3.984.763 | \$3.984.763 | \$47.817.161 |

*Fuente: Elaboración Propia*

## Encabezado: CREACIÓN DE EMPRESA

*Apéndice 25 Presupuesto de Inversión*

| 7. Presupuesto de Inversión |               |
|-----------------------------|---------------|
| Inversión Fija              | \$85.045.790  |
| Maquinaria                  | \$82.480.590  |
| Muebles y Enseres           | \$1.256.400   |
| Equipos de Computo          | \$1.308.800   |
| Inversión Diferida          | \$0           |
| Gastos de Legalización      | \$0           |
| Capital de Trabajo          | \$130.385.211 |
| TOTAL INVERSIÓN             | \$215.431.001 |
| capital mes                 | \$10.865.434  |
| capital 3 mese              | \$32.596.303  |
| TOTAL INVERSIÓN             | \$117.642.093 |
| PRESTAMO                    | \$82.349.465  |
| INV. SOCIO                  | \$35.292.628  |

*Fuente: Elaboración Propia*

*Apéndice 26 Tabla de Amortización Mensual*

| Tabla de Amortización |           |             |              |
|-----------------------|-----------|-------------|--------------|
| Mes                   | Interés   | abono       | Saldo        |
| --                    |           |             | \$82.349.465 |
| MES 1                 | \$879.720 | \$1.372.491 | \$80.976.974 |
| MES 2                 | \$865.058 | \$1.372.491 | \$79.604.483 |
| MES 3                 | \$850.396 | \$1.372.491 | \$78.231.992 |
| MES 4                 | \$835.734 | \$1.372.491 | \$76.859.501 |
| MES 5                 | \$821.072 | \$1.372.491 | \$75.487.010 |
| MES 6                 | \$806.410 | \$1.372.491 | \$74.114.518 |
| MES 7                 | \$791.748 | \$1.372.491 | \$72.742.027 |
| MES 8                 | \$777.086 | \$1.372.491 | \$71.369.536 |
| MES 9                 | \$762.424 | \$1.372.491 | \$69.997.045 |
| MES 10                | \$747.762 | \$1.372.491 | \$68.624.554 |
| MES 11                | \$733.100 | \$1.372.491 | \$67.252.063 |
| MES 12                | \$718.438 | \$1.372.491 | \$65.879.572 |
| MES 13                | \$703.776 | \$1.372.491 | \$64.507.081 |
| MES 14                | \$689.114 | \$1.372.491 | \$63.134.590 |
| MES 15                | \$674.452 | \$1.372.491 | \$61.762.099 |
| MES 16                | \$659.790 | \$1.372.491 | \$60.389.608 |
| MES 17                | \$645.128 | \$1.372.491 | \$59.017.117 |
| MES 18                | \$630.466 | \$1.372.491 | \$57.644.625 |
| MES 19                | \$615.804 | \$1.372.491 | \$56.272.134 |
| MES 20                | \$601.142 | \$1.372.491 | \$54.899.643 |

## Encabezado: CREACIÓN DE EMPRESA

|        |           |             |              |
|--------|-----------|-------------|--------------|
| MES 21 | \$586.480 | \$1.372.491 | \$53.527.152 |
| MES 22 | \$571.818 | \$1.372.491 | \$52.154.661 |
| MES 23 | \$557.156 | \$1.372.491 | \$50.782.170 |
| MES 24 | \$542.494 | \$1.372.491 | \$49.409.679 |
| MES 25 | \$527.832 | \$1.372.491 | \$48.037.188 |
| MES 26 | \$513.170 | \$1.372.491 | \$46.664.697 |
| MES 27 | \$498.508 | \$1.372.491 | \$45.292.206 |
| MES 28 | \$483.846 | \$1.372.491 | \$43.919.715 |
| MES 29 | \$469.184 | \$1.372.491 | \$42.547.224 |
| MES 30 | \$454.522 | \$1.372.491 | \$41.174.732 |
| MES 31 | \$439.860 | \$1.372.491 | \$39.802.241 |
| MES 32 | \$425.198 | \$1.372.491 | \$38.429.750 |
| MES 33 | \$410.536 | \$1.372.491 | \$37.057.259 |
| MES 34 | \$395.874 | \$1.372.491 | \$35.684.768 |
| MES 35 | \$381.212 | \$1.372.491 | \$34.312.277 |
| MES 36 | \$366.550 | \$1.372.491 | \$32.939.786 |
| MES 37 | \$351.888 | \$1.372.491 | \$31.567.295 |
| MES 38 | \$337.226 | \$1.372.491 | \$30.194.804 |
| MES 39 | \$322.564 | \$1.372.491 | \$28.822.313 |
| MES 40 | \$307.902 | \$1.372.491 | \$27.449.822 |
| MES 41 | \$293.240 | \$1.372.491 | \$26.077.331 |
| MES 42 | \$278.578 | \$1.372.491 | \$24.704.839 |
| MES 43 | \$263.916 | \$1.372.491 | \$23.332.348 |
| MES 44 | \$249.254 | \$1.372.491 | \$21.959.857 |
| MES 45 | \$234.592 | \$1.372.491 | \$20.587.366 |
| MES 46 | \$219.930 | \$1.372.491 | \$19.214.875 |
| MES 47 | \$205.268 | \$1.372.491 | \$17.842.384 |
| MES 48 | \$190.606 | \$1.372.491 | \$16.469.893 |
| MES 49 | \$175.944 | \$1.372.491 | \$15.097.402 |
| MES 50 | \$161.282 | \$1.372.491 | \$13.724.911 |
| MES 51 | \$146.620 | \$1.372.491 | \$12.352.420 |
| MES 52 | \$131.958 | \$1.372.491 | \$10.979.929 |
| MES 53 | \$117.296 | \$1.372.491 | \$9.607.438  |
| MES 54 | \$102.634 | \$1.372.491 | \$8.234.946  |
| MES 55 | \$87.972  | \$1.372.491 | \$6.862.455  |
| MES 56 | \$73.310  | \$1.372.491 | \$5.489.964  |
| MES 57 | \$58.648  | \$1.372.491 | \$4.117.473  |
| MES 58 | \$43.986  | \$1.372.491 | \$2.744.982  |
| MES 59 | \$29.324  | \$1.372.491 | \$1.372.491  |
| MES 60 | \$14.662  | \$1.372.491 | \$0          |

---

*Fuente: Elaboración Propia*

*Apéndice 27 Estado Costo de Venta Mensual*

| 9. Estado Costo de Venta              |               |               |               |               |
|---------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|                                       | MES 1         | MES 2         | MES 3         | MES 4         |
| Inventario Inicial                    | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Compra Materia Prima                  | \$89.633.444  | \$86.187.471  | \$83.272.077  | \$87.198.236  |
| Inventario Final Materia Prima        | \$1.324.632   | \$1.273.706   | \$1.230.622   | \$1.288.644   |
| Costo de Materia Prima Consumida      | \$88.308.812  | \$84.913.764  | \$82.041.455  | \$85.909.592  |
| MOD                                   | \$3.598.807   | \$3.598.807   | \$3.598.807   | \$3.598.807   |
| CIF                                   | \$34.072.337  | \$33.175.323  | \$32.529.258  | \$33.505.768  |
| Costos de Producción                  | \$125.979.957 | \$121.687.895 | \$118.169.521 | \$123.014.167 |
| Inventario Inicial Producto Terminado | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Inventario Final Producto Terminado   | \$1.881.349   | \$1.817.167   | \$1.764.534   | \$1.836.987   |
| Costos de Venta                       | \$124.098.608 | \$119.870.728 | \$116.404.987 | \$121.177.180 |

*Fuente: Elaboración Propia**Apéndice 28 continuación del Apéndice anterior*

| 9. Estado Costo de Venta              |               |               |               |               |
|---------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|                                       | MES 5         | MES 6         | MES 7         | MES 8         |
| Inventario Inicial                    | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Compra Materia Prima                  | \$85.949.602  | \$87.236.033  | \$87.935.425  | \$87.621.758  |
| Inventario Final Materia Prima        | \$1.270.191   | \$1.289.202   | \$1.299.538   | \$1.294.903   |
| Costo de Materia Prima Consumida      | \$84.679.411  | \$85.946.830  | \$86.635.887  | \$86.326.855  |
| MOD                                   | \$3.598.807   | \$3.598.807   | \$3.598.807   | \$3.598.807   |
| CIF                                   | \$33.080.358  | \$33.309.392  | \$33.105.710  | \$32.760.226  |
| Costos de Producción                  | \$121.358.576 | \$122.855.029 | \$123.340.404 | \$122.685.889 |
| Inventario Inicial Producto Terminado | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Inventario Final Producto Terminado   | \$1.812.248   | \$1.834.644   | \$1.841.970   | \$1.832.228   |
| Costos de Venta                       | \$119.546.328 | \$121.020.386 | \$121.498.435 | \$120.853.660 |

*Fuente: Elaboración Propia*

*Apéndice 29 Continuación del Apéndice anterior*

| 9. Estado Costo de Venta              |               |               |               |               |
|---------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|                                       | MES 9         | MES 10        | MES 11        | MES 12        |
| Inventario Inicial                    | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Compra Materia Prima                  | \$95.043.002  | \$97.171.646  | \$96.943.236  | \$97.079.679  |
| Inventario Final Materia Prima        | \$1.404.576   | \$1.436.034   | \$1.432.659   | \$1.434.675   |
| Costo de Materia Prima Consumida      | \$93.638.426  | \$95.735.612  | \$95.510.577  | \$95.645.004  |
| MOD                                   | \$3.598.807   | \$3.598.807   | \$3.598.807   | \$3.598.807   |
| CIF                                   | \$34.663.829  | \$35.443.103  | \$35.265.634  | \$35.473.397  |
| Costos de Producción                  | \$131.901.062 | \$134.777.522 | \$134.375.018 | \$134.717.208 |
| Inventario Inicial Producto Terminado | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Inventario Final Producto Terminado   | \$1.970.034   | \$2.013.008   | \$2.007.010   | \$2.012.097   |
| Costos de Venta                       | \$129.931.028 | \$132.764.514 | \$132.368.008 | \$132.705.111 |

*Fuente: Elaboración Propia**Apéndice 30 Estado de Resultados Mensual*

| 10. Estado de Resultados   |               |               |               |               |
|----------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|                            | MES 1         | MES 2         | MES 3         | MES 4         |
| Ventas                     | \$140.491.292 | \$135.090.080 | \$130.520.497 | \$136.674.351 |
| Costo de Ventas            | \$124.098.608 | \$119.870.728 | \$116.404.987 | \$121.177.180 |
| Utilidad Bruta             | \$16.392.684  | \$15.219.351  | \$14.115.510  | \$15.497.171  |
| Gastos Operacionales       | \$3.984.763   | \$3.984.763   | \$3.984.763   | \$3.984.763   |
| Amortización Diferida      | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Utilidad Operacional       | \$12.407.921  | \$11.234.588  | \$10.130.747  | \$11.512.407  |
| Gastos Financieros         | \$879.720     | \$865.058     | \$850.396     | \$835.734     |
| Utilidad Antes de Impuesto | \$11.528.201  | \$10.369.530  | \$9.280.351   | \$10.676.673  |
| Impuesto                   | \$3.804.306   | \$3.421.945   | \$3.062.516   | \$3.523.302   |
| Utilidad Neta              | \$7.723.895   | \$6.947.585   | \$6.217.835   | \$7.153.371   |
| Reserva Legal (10%)        | \$772.389     | \$694.758     | \$621.783     | \$715.337     |
| Utilidad del Ejercicio     | \$6.951.505   | \$6.252.826   | \$5.596.051   | \$6.438.034   |

*Fuente: Elaboración Propia*

*Apéndice 31 Continuación del Apéndice anterior*

| 10. Estado de Resultados   |               |               |               |               |
|----------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|                            | MES 5         | MES 6         | MES 7         | MES 8         |
| Ventas                     | \$134.717.244 | \$136.733.594 | \$137.829.820 | \$137.338.179 |
| Costo de Ventas            | \$119.546.328 | \$121.020.386 | \$121.498.435 | \$120.853.660 |
| Utilidad Bruta             | \$15.170.916  | \$15.713.208  | \$16.331.385  | \$16.484.519  |
| Gastos Operacionales       | \$3.984.763   | \$3.984.763   | \$3.984.763   | \$3.984.763   |
| Amortización Diferida      | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Utilidad Operacional       | \$11.186.153  | \$11.728.445  | \$12.346.621  | \$12.499.755  |
| Gastos Financieros         | \$821.072     | \$806.410     | \$791.748     | \$777.086     |
| Utilidad Antes de Impuesto | \$10.365.081  | \$10.922.034  | \$11.554.873  | \$11.722.669  |
| Impuesto                   | \$3.420.477   | \$3.604.271   | \$3.813.108   | \$3.868.481   |
| Utilidad Neta              | \$6.944.604   | \$7.317.763   | \$7.741.765   | \$7.854.188   |
| Reserva Legal (10%)        | \$694.460     | \$731.776     | \$774.176     | \$785.419     |
| Utilidad del Ejercicio     | \$6.250.144   | \$6.585.987   | \$6.967.588   | \$7.068.769   |

*Fuente: Elaboración Propia**Apéndice 32 Continuación del Apéndice anterior*

| 10. Estado de Resultados   |               |               |               |               |
|----------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|                            | MES 9         | MES 10        | MES 11        | MES 12        |
| Ventas                     | \$148.970.222 | \$152.306.656 | \$151.948.646 | \$152.162.506 |
| Costo de Ventas            | \$129.931.028 | \$132.764.514 | \$132.368.008 | \$132.705.111 |
| Utilidad Bruta             | \$19.039.195  | \$19.542.142  | \$19.580.637  | \$19.457.394  |
| Gastos Operacionales       | \$3.984.763   | \$3.984.763   | \$3.984.763   | \$3.984.763   |
| Amortización Diferida      | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Utilidad Operacional       | \$15.054.431  | \$15.557.378  | \$15.595.874  | \$15.472.631  |
| Gastos Financieros         | \$762.424     | \$747.762     | \$733.100     | \$718.438     |
| Utilidad Antes de Impuesto | \$14.292.007  | \$14.809.616  | \$14.862.774  | \$14.754.193  |
| Impuesto                   | \$4.716.362   | \$4.887.173   | \$4.904.715   | \$4.868.884   |
| Utilidad Neta              | \$9.575.645   | \$9.922.443   | \$9.958.058   | \$9.885.309   |
| Reserva Legal (10%)        | \$957.564     | \$992.244     | \$995.806     | \$988.531     |
| Utilidad del Ejercicio     | \$8.618.080   | \$8.930.198   | \$8.962.253   | \$8.896.778   |

*Fuente: Elaboración Propia*

*Apéndice 33 Flujo de Caja Mensual*

| 11. Flujo de Caja       |               |               |               |               |               |
|-------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|                         | --            | MES 1         | MES 2         | MES 3         | MES 4         |
| Saldo Inicial           | \$0           | \$32.596.303  | \$29.634.104  | \$26.078.443  | \$21.910.118  |
| Ingresos en Efectivo    | \$117.642.093 | \$128.783.685 | \$123.832.573 | \$119.643.789 | \$125.284.821 |
| Operación               | \$35.292.628  | \$128.783.685 | \$123.832.573 | \$119.643.789 | \$125.284.821 |
| Aporte Socios           | \$35.292.628  | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Ventas de Contado       | \$0           | \$128.783.685 | \$123.832.573 | \$119.643.789 | \$125.284.821 |
| Deudores Clientes       | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Financiación            | \$82.349.465  | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Crédito                 | \$82.349.465  | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Egresos en Efectivo     | \$85.045.790  | \$129.493.672 | \$125.150.685 | \$121.589.227 | \$126.491.895 |
| Operación               | \$0           | \$129.493.672 | \$125.150.685 | \$121.589.227 | \$126.491.895 |
| Compra Materia Prima    |               |               |               |               |               |
| Contado                 | \$0           | \$89.633.444  | \$86.187.471  | \$83.272.077  | \$87.198.236  |
| Mano de Obra Directa    | \$0           | \$3.221.717   | \$3.221.717   | \$3.221.717   | \$3.221.717   |
| CIF-Depreciación        | \$0           | \$32.945.402  | \$32.048.388  | \$31.402.323  | \$32.378.833  |
| Gastos                  | \$0           | \$3.693.109   | \$3.693.109   | \$3.693.109   | \$3.693.109   |
| Proveedores             | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Impuesto de Renta       | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Pasivos Laborales       | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Acreedores Varios       | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Saldo de Operación      |               | -\$709.988    | -\$1.318.112  | -\$1.945.437  | -\$1.207.073  |
| SUB TOTAL SALDO DE CAJA |               | \$31.886.315  | \$28.315.992  | \$24.133.005  | \$20.703.045  |
| Financiación            | \$0           | \$2.252.211   | \$2.237.549   | \$2.222.887   | \$2.208.225   |
| Abono                   | \$0           | \$1.372.491   | \$1.372.491   | \$1.372.491   | \$1.372.491   |
| Interés                 | \$0           | \$879.720     | \$865.058     | \$850.396     | \$835.734     |
| Inversión               | \$85.045.790  | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Inversión Fija          | \$85.045.790  | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Inversión Diferida      | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| SALDO EN EFECTIVO       | \$32.596.303  | \$29.634.104  | \$26.078.443  | \$21.910.118  | \$18.494.820  |

*Fuente: Elaboración Propia*

*Apéndice 34 Continuación del Apéndice anterior*

| 11. Flujo de Caja            |               |               |               |               |
|------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|                              | MES 5         | MES 6         | MES 7         | MES 8         |
| Saldo Inicial                | \$18.494.820  | \$14.974.213  | \$11.801.124  | \$9.151.859   |
| Ingresos en Efectivo         | \$123.490.807 | \$125.339.128 | \$126.344.001 | \$125.893.331 |
| Operación                    | \$123.490.807 | \$125.339.128 | \$126.344.001 | \$125.893.331 |
| Aporte Socios                | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Ventas de Contado            | \$123.490.807 | \$125.339.128 | \$126.344.001 | \$125.893.331 |
| Deudores Clientes            | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Financiación                 | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Crédito                      | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Egresos en Efectivo          | \$124.817.850 | \$126.333.315 | \$126.829.026 | \$126.169.875 |
| Operación                    | \$124.817.850 | \$126.333.315 | \$126.829.026 | \$126.169.875 |
| Compra Materia Prima Contado | \$85.949.602  | \$87.236.033  | \$87.935.425  | \$87.621.758  |
| Mano de Obra Directa         | \$3.221.717   | \$3.221.717   | \$3.221.717   | \$3.221.717   |
| CIF-Depreciación             | \$31.953.423  | \$32.182.457  | \$31.978.776  | \$31.633.291  |
| Gastos                       | \$3.693.109   | \$3.693.109   | \$3.693.109   | \$3.693.109   |
| Proveedores                  | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Impuesto de Renta            | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Pasivos Laborales            | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Acreedores Varios            | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Saldo de Operación           | -\$1.327.043  | -\$994.188    | -\$485.025    | -\$276.544    |
| SUB TOTAL SALDO DE CAJA      | \$17.167.776  | \$13.980.025  | \$11.316.099  | \$8.875.315   |
| Financiación                 | \$2.193.563   | \$2.178.901   | \$2.164.239   | \$2.149.577   |
| Abono                        | \$1.372.491   | \$1.372.491   | \$1.372.491   | \$1.372.491   |
| Interés                      | \$821.072     | \$806.410     | \$791.748     | \$777.086     |
| Inversión                    | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Inversión Fija               | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Inversión Diferida           | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| SALDO EN EFECTIVO            | \$14.974.213  | \$11.801.124  | \$9.151.859   | \$6.725.738   |

*Fuente: Elaboración Propia*

*Apéndice 35 Continuación del Apéndice anterior*

| 11. Flujo de Caja            |               |               |               |               |
|------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|                              | MES 9         | MES 10        | MES 11        | MES 12        |
| Saldo Inicial                | \$6.725.738   | \$5.652.138   | \$4.743.679   | \$3.927.586   |
| Ingresos en Efectivo         | \$136.556.037 | \$139.614.434 | \$139.286.259 | \$139.482.297 |
| Operación                    | \$136.556.037 | \$139.614.434 | \$139.286.259 | \$139.482.297 |
| Aporte Socios                | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Ventas de Contado            | \$136.556.037 | \$139.614.434 | \$139.286.259 | \$139.482.297 |
| Deudores Clientes            | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Financiación                 | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Crédito                      | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Egresos en Efectivo          | \$135.494.722 | \$138.402.640 | \$137.996.761 | \$138.340.967 |
| Operación                    | \$135.494.722 | \$138.402.640 | \$137.996.761 | \$138.340.967 |
| Compra Materia Prima Contado | \$95.043.002  | \$97.171.646  | \$96.943.236  | \$97.079.679  |
| Mano de Obra Directa         | \$3.221.717   | \$3.221.717   | \$3.221.717   | \$3.221.717   |
| CIF-Depreciación             | \$33.536.894  | \$34.316.168  | \$34.138.699  | \$34.346.462  |
| Gastos                       | \$3.693.109   | \$3.693.109   | \$3.693.109   | \$3.693.109   |
| Proveedores                  | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Impuesto de Renta            | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Pasivos Laborales            | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Acreedores Varios            | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Saldo de Operación           | \$1.061.316   | \$1.211.794   | \$1.289.498   | \$1.141.330   |
| SUB TOTAL SALDO DE CAJA      | \$7.787.053   | \$6.863.932   | \$6.033.177   | \$5.068.916   |
| Financiación                 | \$2.134.915   | \$2.120.253   | \$2.105.591   | \$2.090.929   |
| Abono                        | \$1.372.491   | \$1.372.491   | \$1.372.491   | \$1.372.491   |
| Interés                      | \$762.424     | \$747.762     | \$733.100     | \$718.438     |
| Inversión                    | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Inversión Fija               | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| Inversión Diferida           | \$0           | \$0           | \$0           | \$0           |
| SALDO EN EFECTIVO            | \$5.652.138   | \$4.743.679   | \$3.927.586   | \$2.977.987   |

*Fuente: Elaboración Propia**Apéndice 36 Arriendo*

| Recursos de Infraestructura  |             |
|------------------------------|-------------|
| Arrendamiento total          | \$3.200.000 |
| Arrendamiento Administrativo | \$640.000   |
| Arrendamiento Operativo      | \$2.560.000 |

*Fuente: Elaboración Propia*

*Apéndice 37 Recursos de Inversión*

| Recursos Productivos (Inversión) |          |                 |              |                |
|----------------------------------|----------|-----------------|--------------|----------------|
| Detalle                          | Cantidad | Precio Unitario | Precio TOTAL | Depreciaciones |
| vehículo                         | 1        | \$46.000.000    | \$46.000.000 | \$9.200.000    |
| cuarto frio                      | 1        | \$23.300.000    | \$23.300.000 | \$2.330.000    |
| licuadora                        | 1        | \$1.500.000     | \$1.500.000  | \$150.000      |
| maquina al vacío                 | 1        | \$2.800.000     | \$2.800.000  | \$280.000      |
| caja registradora                | 1        | \$1.579.000     | \$1.579.000  | \$157.900      |
| Bascula                          | 1        | \$550.000       | \$550.000    | \$55.000       |
| canastilla                       | 100      | \$25.000        | \$2.500.000  | \$500.000      |
| set de recipientes               | 1        | \$69.990        | \$69.990     | \$13.998       |
| armario de acero                 | 2        | \$380.000       | \$760.000    | \$152.000      |
| tanque de almacenamiento         | 1        | \$380.000       | \$380.000    | \$76.000       |
| mesas de acero                   | 2        | \$1.520.800     | \$3.041.600  | \$608.320      |
|                                  |          |                 | \$82.480.590 | \$13.523.218   |
|                                  |          |                 |              | \$96.003.808   |

*Fuente: Elaboración Propia**Apéndice 38 Recursos de inversión*

| Recursos Administrativos (Inversión) |          |                 |              |                |
|--------------------------------------|----------|-----------------|--------------|----------------|
| Detalle                              | Cantidad | Precio Unitario | Precio TOTAL | Depreciaciones |
| Computadora                          | 1        | \$999.900       | \$999.900    | \$199.980      |
| Impresora                            | 1        | \$219.000       | \$219.000    | \$43.800       |
| Teléfono                             | 1        | \$89.900        | \$89.900     | \$17.980       |
| Centro de trabajo de vidrio y        |          |                 |              |                |
| Set de oficina 5 piezas              | 1        | \$339.800       | \$339.800    | \$67.960       |
| Archivador Nova dos cajones          | 1        | \$279.900       | \$279.900    | \$55.980       |
| silla sin brazos                     | 2        | \$79.900        | \$159.800    | \$31.960       |
| Silla Ejecutiva                      | 1        | \$166.900       | \$166.900    | \$33.380       |
| Mesa de juntas                       | 1        | \$310.000       | \$310.000    | \$62.000       |
|                                      |          |                 | \$2.565.200  | \$513.040      |
|                                      |          |                 | \$3.078.240  |                |

*Fuente: Elaboración Propia*

## Apéndice 39

| Entidad                             | Crédito de consumo  |                       |                        |                    |
|-------------------------------------|---------------------|-----------------------|------------------------|--------------------|
|                                     | Entre 31 y 365 días | Entre 366 y 1095 días | Entre 1096 y 1825 días | A más de 1825 días |
| Banco GNB Sudameris                 | 13,5%               | 29,9%                 | 18,2%                  | 17,7%              |
| Fondo Nacional del Ahorro           | 14,1%               | 15,2%                 | 14,5%                  | 14,7%              |
| Finandina                           | 14,4%               | 17,2%                 | 18,9%                  | 20,2%              |
| Banagrario                          | 14,8%               | 14,6%                 | 13,6%                  | 13,4%              |
| RCI Colombia                        | 15,8%               | 17,4%                 | 17,6%                  | 17,5%              |
| Bancoomeva                          | 16,2%               | 16,1%                 | 26,0%                  | 16,1%              |
| Coofinep Cooperativa Financiera     | 16,4%               | 18,8%                 | 19,6%                  | 18,6%              |
| Confiar Cooperativa Financiera      | 16,6%               | 13,4%                 | 20,5%                  | 15,9%              |
| Cotrafa Financiera                  | 17,0%               | 18,4%                 | 19,4%                  | 20,0%              |
| Banco Popular                       | 18,3%               | 17,4%                 | 17,2%                  | 16,6%              |
| GM Financial Colombia S.A.          | 19,0%               | 18,7%                 | 20,8%                  | 19,4%              |
| JFK Cooperativa Financiera          | 19,2%               | 19,0%                 | 20,3%                  | 20,6%              |
| Banco Davivienda                    | 19,9%               | 29,4%                 | 17,7%                  | 17,4%              |
| Serfinansa                          | 20,5%               | 23,9%                 | 23,0%                  | ---                |
| BBVA Colombia                       | 20,6%               | 21,3%                 | 21,1%                  | 15,9%              |
| Bancolombia                         | 20,7%               | 25,4%                 | 20,9%                  | 20,6%              |
| Banco Corpbanca                     | 20,8%               | 18,6%                 | 17,6%                  | 17,5%              |
| Cooperativa Financiera de Antioquia | 21,5%               | 22,8%                 | 22,4%                  | 21,0%              |
| Banco de Bogota                     | 21,7%               | 25,2%                 | 21,3%                  | 21,7%              |
| Colpatria Red Multibanca            | 22,3%               | 26,8%                 | 26,3%                  | 18,7%              |
| C.A. Credifinanciera CF             | 23,1%               | 25,1%                 | 24,7%                  | 24,3%              |
| Citibank                            | 23,3%               | 32,0%                 | 27,1%                  | ---                |
| Banco de Occidente                  | 24,5%               | 22,9%                 | 21,3%                  | 16,0%              |
| Bancompartir S.A.                   | 25,2%               | 30,9%                 | 23,0%                  | ---                |
| Coopcentral                         | 25,8%               | 20,3%                 | 17,9%                  | ---                |
| Financiera Juriscoop C.F.           | 26,1%               | 28,2%                 | 26,5%                  | 25,8%              |
| Av Villas                           | 26,6%               | 26,7%                 | 22,4%                  | 17,0%              |
| Banco Caja Social BCSC              | 26,7%               | 27,2%                 | 25,4%                  | 15,2%              |
| Banco Falabella S.A.                | 28,6%               | 29,7%                 | 29,7%                  | 28,1%              |
| Banco Pichincha S.A.                | 29,0%               | 19,3%                 | 20,4%                  | 18,2%              |
| WWB S.A.                            | 31,0%               | ---                   | 29,4%                  | 25,9%              |
| Banco Mundo Mujer S.A.              | 31,0%               | 31,0%                 | ---                    | ---                |
| Giros & Finanzas C.F.               | 32,6%               | 30,4%                 | 28,7%                  | 20,3%              |
| Tuya                                | 33,2%               | 33,2%                 | ---                    | ---                |

Esta es la tasa de interés, con el Banagrario, que se tomó para financiar el proyecto

*Apéndice 40*

Caicedonia, Valle del Cauca 15 Marzo de 2018

Señor  
CÁRDENIO BEDOYA G.  
Coordinador del Programa Académico  
Administración de Empresas  
Universidad del Valle  
Sede Caicedonia

Cordial Saludo;

Me dirijo a usted con el propósito de dejar constancia y entregar el proyecto de grado **Estudio De Factibilidad Para La Creación De Una Empresa Distribuidora De Pollo Adobado A Restaurantes Ubicados En La Ciudad De Armenia (Quindío)**. En la Modalidad de *Creación de Empresa*, realizado por los estudiantes, *Elizabeth Cartagena Hinestroza con código 201361039* y *Juan Camilo Gaspar Toro con código 201361001*, estudiantes del Programa Académico de Administración de Empresas, que cumplen con la normatividad solicitada, ya revisado y aprobado para la presentación y su posterior evaluación.



RAMIRO QUINTERO GONZÁLEZ  
Asesor de Trabajo de Grado  
Universidad del Valle  
Sede Caicedonia