

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
CRÍA Y COMERCIALIZACIÓN DE POLLOS SEMI-CRIOLLOS EN EL
MUNICIPIO DE CALOTO CAUCA, 2018.

HECTOR FABIO ZAPE DAGUA

UNIVERSIDAD DEL VALLE
SEDE NORTE DEL CAUCA
CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
TRABAJO DE GRADO
2018

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
CRÍA Y COMERCIALIZACIÓN DE POLLOS SEMI-CRIOLLOS EN EL
MUNICIPIO DE CALOTO CAUCA, 2018.



PRESENTADO POR:

HECTOR FABIO ZAPE DAGUA

DIRECTOR

RAFAEL ANDRES GUAUÑA AGUILAR

UNIVERSIDAD DEL VALLE
SEDE NORTE DEL CAUCA
CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
TRABAJO DE GRADO
2018

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación se muestra el estudio de viabilidad y factibilidad para la creación de una empresa de cría y comercialización de pollo semi-criollo, en el municipio de Caloto Cauca. Utilizando la formulación y evaluación de proyectos como modelo a aplicar. Para iniciar el análisis empresarial, primero se realiza un estudio del macro-entorno que permita conocer la producción avícola, en los siguientes capítulos aborda todo el tema de mercado, tales como el análisis del sector, las barreras, los consumidores, la producción, ventas y distribución, adicionalmente se encontrara los objetivos de la investigación, que permitirá profundizar y analizar con detalles datos del estudio del mercado, análisis administrativo, el estudio técnico, el estudio financiero, finalmente el análisis económico y por último se presenta el análisis de riesgos para establecer y mitigar el impacto. Estos análisis en conjunto dan la respuesta a la viabilidad de la creación de la empresa en el municipio.

SUMMARY

In the present work of investigation the feasibility and feasibility study for the creation of a company of breeding and commercialization of semi-Creole chicken, in the municipality of Caloto Cauca is shown. Using the formulation and evaluation of projects as a model to apply. To start the business analysis, first a study of the macro-environment that allows to know the poultry production is made, in the following chapters it deals with all the market topic, such as the analysis of the sector, the barriers, the consumers, the production, sales In addition, we will find the objectives of the investigation, which will allow us to deepen and analyze with details the data of the market study, administrative analysis, the technical study, the financial study, finally the economic analysis and finally the risk analysis for establish and mitigate the impact. These analyzes together give the answer to the viability of the creation of the company in the municipality

TABLA DE CONTENIDO

TABLA DE CONTENIDO	4
1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	9
1.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	9
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
1.3 PREGUNTA PROBLEMA.....	11
1.4 SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA	11
2. OBJETIVOS	12
2.1 OBJETIVO GENERAL	12
2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	12
3 JUSTIFICACIÓN	13
4 MARCO REFERENCIAL	14
4.1 MARCO TEÓRICO	14
4.2 MARCO CONTEXTUAL.....	20
5 METODOLOGIA	23
5.1 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	23
5.2 FUENTES DE INFORMACIÓN.....	23
5.3 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	23
6 ANALISIS DEL MACRO Y MICRO ENTORNO	24
6.1 ENTORNO SOCIODEMOGRÁFICO	24
6.2 ENTORNO ECONÓMICO	31
6.3 ENTORNO POLÍTICO.....	38
6.4 ENTORNO LEGAL/JURÍDICO	40
6.5 ENTORNO SOCIOCULTURAL	44
6.6 ENTORNO AMBIENTALES	47
6.7 ENTORNO TECNOLÓGICO	49
6.7.1 MATRIZ DE SELECCIÓN DE LAS VARIABLES DEL ENTORNO.....	52
6.8 FUERZAS DE MICHAEL PORTER	53
6.9 ENTORNO INTERNO-PCI	61
6.9.1 MATRIZ DE SELECCIÓN DE VARIABLES DEL ENTORNO EXTERNO E INTERNO.....	64
7 ANALISIS DEL MERCADO	66
7.1 ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA	66

7.2 ANALISIS DEL MERCADO	69
7.3 INVESTIGACION DE MERCADO	70
8 PROYECCIÓN DE VENTAS	85
9. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO.....	86
9.1 MATRIZ DOFA	86
9.2 MISIÓN, VISIÓN, VALORES.	87
9.3 ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO.....	88
9.4 GRUPO EMPRENDEDOR	89
9.5 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	90
9.6 INTEGRACION DEL PERSONAL.....	94
9.6.1 PROCESO DE SELECCIÓN	94
9.6.2. CONDICIONES PARA LA CONTRATACIÓN.....	94
9.7 REDES DE APOYO.....	94
9.8 ASPECTOS DE FORMALIDAD.....	96
9.9 ASPECTOS AMBIENTALES Y ASPECTOS TRIBUTARIOS.....	97
9.9.1 ASPECTOS AMBIENTALES	97
9.9.2 ASPECTOS TRIBUTARIOS (GESTION LEGAL COLOMBIA)	99
9 ANÁLISIS TÉCNICO	100
10.1 ANÁLISIS DEL PRODUCTO – FICHA TÉCNICA	100
10.2 INVERSIÓN REQUERIDA	102
10.3 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA	103
10.4 PROCESO DE PRODUCCIÓN	105
10.5 NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS	108
10.6 PLAN DE PRODUCCIÓN.....	109
10.7 PLAN DE COMPRAS	110
10.8 SISTEMA DE CONTROL	110
11. ESTRATEGIAS DE MERCADO	111
11.1 ESTRATEGIA DE PRODUCTO	111
11.2 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN.....	113
11.3 ESTRATEGIAS DE PRECIO	114
11.4 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN O PUBLICIDAD	115
11.5 ESTRATEGIAS DE SERVICIO	116
11.6 PLAN DE UBICACIÓN.....	117
12. ANALISIS FINANCIERO	117
12.2 INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS	118

12.2 CAPITAL DE TRABAJO	119
12.3 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	120
12.4 FUENTES DE FINANCIACIÓN	121
12.5 PRECIO DE VENTA DE CADA SERVICIO.....	123
13. ANALISIS ECONOMICO	124
13.1 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.....	124
13.2 ESTIMACIÓN DE VIABILIDAD, INDICADORES FINANCIEROS (VPN, TIR), ESTRATEGIAS FINANCIERAS	126
18 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	137
19 ANEXOS	140

LISTA DE FIGURAS

FIGURA: 1 MAPA DEL DEPARTAMENTO DEL CAUCA UBICACIÓN DEL MUNICIPIO.	21
FIGURA: 2 MUNICIPIO DE CALOTO DIVISIÓN POR VEREDAS	21
FIGURA: 3 PIRÁMIDE POBLACIONAL POR RANGOS DE EDAD	26
FIGURA: 4 ÍNDICE DE DESEMPLEO JULIO 2012 – 2017	29
FIGURA: 5 CRECIMIENTO DEL PIB POR SECTORES DE ACTIVIDAD.....	32
FIGURA: 6 CRECIMIENTO DEL PIB POR SECTORES DE ACTIVIDAD 2016 – 2017.	33
FIGURA: 7 TASA DE INTERÉS BANCARIA	33
FIGURA: 8 VARIACIÓN MENSUAL 2016- ENERO – FEBRERO 2017.....	35
FIGURA: 9 PERTENENCIA ÉTNICA	44
FIGURA: 10 SERVICIOS CON LOS QUE CUENTA LA VIVIENDA	46
FIGURA: 11 VARIABLES ANÁLISIS ENTORNO SOCIOCULTURAL	47
FIGURA: 12 COLOMBIANOS QUE UTILIZAN INTERNET.....	51
FIGURA: 13 PROPORCIÓN DE MICRO ESTABLECIMIENTO SEGÚN LAS TIC.	51
FIGURA: 14 LAS CINCO FUERZAS DE MICHAEL PORTER.	54
FIGURA: 15 IMAGEN LOGOTIPO DE POLLO BUCANERO	56
FIGURA: 16 APLICACIÓN DE LAS CINCO FUERZAS DE MICHAEL PORTER.	60
FIGURA: 17 CONSUMO PER CÁPITA DE POLLO.....	67
FIGURA: 18 CANTIDAD DE HOMBRES Y MUJERES ENCUESTADOS	74
FIGURA: 19 ENCUESTA-ESTRATOS SOCIOECONÓMICOS	74
FIGURA: 20 ENCUESTA-EDADES	75
FIGURA: 21 LUGAR DE RESIDENCIA.....	76
FIGURA: 22 NÚMERO DE INTEGRANTES POR FAMILIA	76
FIGURA: 23 NÚMERO DE INTEGRANTES POR FAMILIA.....	77
FIGURA: 24 LUGARES DE COMPRA DE PRODUCTOS CÁRNICOS	78
FIGURA: 25 PRESENTACIONES DE POLLO	79
FIGURA: 26 MOTIVO DE COMPRA DE POLLO	79
FIGURA: 27 PRESUPUESTO PARA LA COMPRA DE POLLO POR LIBRAS	80
FIGURA: 28 OPINIÓN DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS SOBRE LA COMPRA DEL EL NUEVO PRODUCTO POLLO-SEMI-CRIOLLO	81
FIGURA: 29 PAGO DE UN VALOR ADICIONAL POR LA COMPRA DE POLLO SEMI-CRIOLLO.....	82
FIGURA: 30 MEDIO DE COMUNICACIÓN POR EL CUAL SE ENTERÓ DE LA VENTA DE POLLO SEMI-CRIOLLO ..	83
FIGURA: 31 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA.....	90
FIGURA: 32 INVERSIÓN INICIAL	103
FIGURA: 33 GALPÓN CON CAPACIDAD 400 POLLOS	104
FIGURA: 34 DISEÑO DEL PRODUCTO	111
FIGURA: 35 DIAGRAMA DE FLUJO.....	130
FIGURA: 36 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	135

LISTA DE TABLAS

TABLA 1 ENTORNO SOCIODEMOGRÁFICO	31
TABLA 2 VARIABLES DEL ENTORNO ECONÓMICO.....	38
TABLA 3 VARIABLES ANÁLISIS ENTORNO POLÍTICO	40
TABLA 4 VARIABLES ANÁLISIS ENTORNO LEGAL/JURÍDICO	43
TABLA 5 VARIABLES ANÁLISIS ENTORNO AMBIENTAL	49
TABLA 6 VARIABLES ANÁLISIS ENTORNO TECNOLÓGICO	52
TABLA 7 COMPETIDORES EXISTENTES.....	56
TABLA 8 PROVEEDORES	59
TABLA 9 CAPACIDAD JUNTA DIRECTIVA	61
TABLA 10 CALIFICACIÓN CAPACIDAD COMPETITIVA.....	62
TABLA 11 CALIFICACIÓN CAPACIDAD DE TALENTO HUMANO	62
TABLA 12 CALIFICACIÓN CAPACIDAD FINANCIERA.	63
TABLA 13 MATRIZ DE VARIABLES DEL ENTORNO EXTERNO E INTERNO.....	64
TABLA 14 TAMAÑO DE LA MUESTRA.	72
TABLA 15 DELIMITACIÓN DE ENCUESTAS POR ESTRATO SOCIO ECONÓMICO.	72
TABLA 16 ANÁLISIS DATOS ENCUESTA.....	73
TABLA 17 POBLACIÓN OBJETIVO.....	84
TABLA 18 DEMANDA POTENCIAL	84
TABLA 19 PROYECCIÓN DE VENTAS ANUALES.....	85
TABLA 20 INCREMENTO DE LAS VENTAS POR CADA PERIODO	85
TABLA 21 MATRIZ DOFA.....	86
TABLA 22 DIAGRAMA DE PROCESO	107
TABLA 23 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.....	108
TABLA 24 COSTOS MATERIA PRIMA	109
TABLA 25 COSTO DE MATERIA PRIMA POR CADA PERIODO.....	117
TABLA 26 TOTAL COSTOS FIJOS	119
TABLA 27 ANÁLISIS DE CAPITAL DE TRABAJO.....	120
TABLA 28 CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	121
TABLA 29 FINANCIACIÓN	121
TABLA 30 FINANCIACIÓN PROPIA Y A CRÉDITO	122
TABLA 31 OBLIGACIÓN FINANCIERA POR PERIODO	123
TABLA 32 PROYECCIÓN DE VENTAS POR PERIODO.....	123
TABLA 33 INCREMENTO DE VENTAS POR AÑO	124
TABLA 34 BALANCE INICIAL	124
TABLA 35 BALANCE GENERAL	125
TABLA 36 INDICADORES DE LIQUIDEZ.....	127
TABLA 37 INDICADORES DE APROVECHAMIENTO DE RECURSOS.....	128
TABLA 38 INDICADORES DE ESTRUCTURA O ENDEUDAMIENTO	128
TABLA 39 INDICADORES DE RENTABILIDAD	129
TABLA 40 FLUJO DE FONDOS DEL PROYECTO	130
TABLA 41 INDICADORES DE EVALUACIÓN ECONÓMICA	131
TABLA 42 TASA DE OPORTUNIDAD.....	132

INTRODUCCIÓN

1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

El Municipio de Caloto actualmente cuenta con 17.545 habitantes aproximadamente donde su dieta alimentaria en productos cárnicos está basada en carne de res, cerdo, pescado y pollo, esta última traída en gran mayoría de poblaciones vecinas como Santander y Cali, por los altos costos que han adquirido las carnes de res, cerdo y pescado, la población ha optado por consumir carne de pollo en mayor cantidad. Teniendo en cuenta que a Caloto su transferir político y económico se vio modificado con la construcción de parques industriales y la llegada de empresas con la anteriormente llamada ley Páez, quien generó un efecto dinámico en la economía de quienes habitan este hermoso municipio, trasladando la economía rural o agrícola y pecuaria a una casi netamente industrial, enfocando su fuerza laboral y su juventud ya no a producir el campo si no a educarse para acceder al empleo que ofrecen las empresas, situación que condujo a un mejoramiento en el nivel de vida y económico de los habitantes de Caloto, colocando hoy su capacidad adquisitiva en un promedio de uno a dos salarios mínimos mensuales legales vigentes. La continua alza en el precio por galón de la gasolina y el incremento del IVA a muchos productos de consumo han generado un efecto negativo o de abstención al momento de comprar, situación por la cual se ven obligados a consumir productos que ofrezcan precios más económicos o productos sustitutos y restringir aquellos que elevan su precio.

La compra y entrega de la finca chorrillos por parte del gobierno al cabildo de Huellas y la ACIN hace posible hoy que se piense en desarrollar estrategias económicas encaminadas a fortalecer el campo y las comunidades indígenas, de esta manera es como nace esta idea de negocio.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente las enfermedades crónicas van en aumento debido al envejecimiento prematuro de la población a causa del sedentarismo y la mala alimentación, estas enfermedades de larga duración cuya evolución es generalmente lenta y permanente. Las más presentadas son la hipertensión, diabetes, enfermedades cardiovasculares y enfermedades circulatorias, se suman las nutricionales y las enfermedades mentales. Estas son tratadas por médicos especialistas bajo un tratamiento y control de manera periódica que permita condiciones de vida estable a las personas que la padecen. Al ser el pollo un alimento de primera necesidad y de consumo en las familias colombianas, se pretende crear una empresa de cría, producción y comercialización de pollo semi-criollo en el municipio Caloto Cauca, el cual será bajo en grasa debido a su producción a base maíz amarillo y forraje, los cuales le da un sabor exquisito con un gran contenido nutricional, contribuyendo al bienestar de la población al consumir un alimento sano que ayuda a disminuir el riesgo de estas enfermedades y contribuyendo al modelo de alimentación propia de las comunidades indígenas basado en la producción de alimentos saludables. Además el crecimiento de la población en el Norte del Cauca especialmente en las cabeceras municipales de los municipios más poblados como Santander de Quilichao y Caloto, generan un factor de atracción para los jóvenes y personas mayores que en busca de oportunidades de empleo salen de sus territorios, como es el caso de las comunidades rurales o resguardos indígenas acentuados en Caloto, los cuales ven con recelo la migración de sus jóvenes y su fuerza laboral a centros urbanos buscando empleo. Colocando en riesgo la protección y conocimiento de la cultura original, factor por el cual lleva a los resguardos indígenas a plantearse la necesidad de generar al interior de sus comunidades, diferentes fuentes de generación de ingresos para tratar de retener a la población dentro de sus territorios, ante ello se han planteado propuestas de solución haciendo análisis a sectores como la ganadería, la porcicultura, la piscicultura y la actividad avícola. Al no contar con los recursos necesarios para la implementación de dichos estudios en las diferentes áreas anteriormente mencionadas, el resguardo de Huellas ha decidido adelantar este estudio al

sector de la avicultura, partiendo de la necesidad antes descrita y en consideración al alto número o creciente dinámica que pueda tener el consumo de carne de pollo entre los habitantes del municipio de Caloto frente a estas perspectivas el presente trabajo aborda el análisis de viabilidad y factibilidad de constitución de una granja avícola en el resguardo de Huellas municipio de Caloto.

1.3 PREGUNTA PROBLEMA

¿Cuál es la viabilidad para la creación de una empresa, de cría y comercialización de pollos semi-criollos en el municipio de Caloto Cauca, para el año 2018?

1.4 SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA

- ¿Cuáles son las condiciones actuales del macro y micro entorno que favorecen el proceso de la creación de la empresa productora cría y comercialización de pollo semi-criollo en caloto cauca?
- ¿Cuáles serán las condiciones de oferta y demanda que determinarán la situación del mercado de la cría de pollos semi-criollos?
- ¿Cuál será el tipo de estructura administrativa, que definirá los perfiles y áreas de trabajo, las normas y deberes por cumplir para la existencia y aprobación de la razón de ser de la empresa?
- ¿Cuáles serán los procedimientos técnicos necesarios, para determinar la capacidad y calidad de producción?
- ¿El estudio financiero nos muestra si la constitución de la granja es viable o no económicamente?
- ¿Qué riesgos y puntos débiles se presentarán en la formulación del proyecto y cuáles serán las acciones correctivas que se aplicarán para minimizarlos?

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de viabilidad y factibilidad para la creación de la empresa cría y comercialización de pollos semi-criollos en el municipio de Caloto Cauca.

2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Elaborar un análisis sectorial, midiendo el nivel de impacto positivo o negativo para la creación de la empresa cría y comercialización de pollos.
- Realizar estudio de mercado para determinar la aceptación del producto, la demanda potencial y la población objetivo.
- Conocer las condiciones técnicas y administrativas del funcionamiento empresarial.
- Elaborar un estudio técnico que permita determinar, la capacidad y cantidad de producción y calidad del producto, los proveedores de materias primas e identificar el área y localización del proyecto empresa
- Realizar un análisis financiero y determinar la inversión requerida para su funcionamiento, costos, ingresos, punto de equilibrio y determinar las proyecciones financieras para los siguientes cinco años.
- Realizar un estudio económico para conocer las necesidades de inversión en activos fijos, en capital de trabajo, nómina y para la realización de los presupuestos de gastos y compras, identificando ingresos y egresos.
- Identificar los riesgos que presenta el proyecto y determinar soluciones para afrontarlos

3 JUSTIFICACIÓN

La investigación pretende buscar mediante la aplicación de la teoría de Rodrigo Varela, la cual describe en su libro innovación empresarial, en el arte y ciencia de la creación de empresa, donde aborda los diferentes aspectos que se deben tener en cuenta para la creación y funcionamiento de las empresas, los cuales servirán de apoyo para determinar la viabilidad de la investigación, teniendo en cuenta que “el plan de empresa es un proceso que busca darle identidad y vida propia a la entidad, además de ser el procedimiento para enunciar en forma clara y precisa los propósitos, las ideas, los conceptos, las formas operativas, los resultados y en resumen, la visión del empresario sobre el proyecto y el mecanismo para proyectar la empresa en el futuro” (Varela, Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas 3ª ed, 2008). Para el desarrollo de la investigación se acude al empleo de técnicas estadísticas, en la cual se utiliza la encuesta para la recolección de información necesaria para el desarrollo y conocimiento del comportamiento del mercado en cuanto a la demanda y oferta en el sector avícola, La avicultura como una de las actividades pecuarias en crecimiento y con mayor demanda a nivel nacional se convierte en una propuesta de negocio probable, debido a la fácil adquisición de insumos y materias primas para la producción así como la comercialización de (la carne y subproductos como la gallinaza) también brinda la oportunidad de volver la mirada al campo colombiano y hacer en él una actividad rentable. El consumo mundial de pollo, cerdo y huevos (proteína blanca) está creciendo de una manera importante en los países en vía de desarrollo. El consumo global de pollo ha crecido un 55% entre los años 2000-2012 y el consumo per cápita ha crecido un 32% en el mismo periodo. En la actualidad los principales países productores de pollo son: USA, China, Brasil y México. Colombia se posiciona como la tercera industria avícola en Latinoamérica, entre 20 países detrás de Brasil y México - (Brasil 4.700 millones, México 1.600 millones y Colombia 535 millones (Industria avícola, Oficina de estudios y políticas agrarias , 2017) A nivel nacional el Cauca ocupa el puesto 16 en producción avícola con un 0.92% de la producción nacional y en producción de pollos de engorde aporta el 1.02%. Por lo antes

expuesto y mediante el proceso y desarrollo de los objetivos de la investigación, utilizando las herramientas de recolección de la información, se evidencia la viabilidad de la creación de una empresa avícola de cría, producción y comercialización de pollo semi-criollo en el municipio.

La Universidad del Valle en su facultad de ciencias de la administración, ha vinculado, el emprendimiento, como una de las herramientas necesarias para enfrentar y superar los retos en ámbito profesional. Mediante el fomento de la creación de empresas, encaminando a los profesionales a tener un espíritu de emprendimiento y responsabilidad social que les permita poner en práctica los conocimientos adquiridos en la academia para contribuir desarrollo económico y social de la región mediante la creación de empresas rentables y debidamente constituidas, la creación de empresas sostenibles e innovadoras se convierte en una oportunidad de desarrollo personal y profesional.

4 MARCO REFERENCIAL

4.1 MARCO TEÓRICO

Cuando se toma la decisión de crear una empresa, es importante reunir ciertos conceptos que permitan una posible solución al problema de investigación, permitiendo tener claridad al determinar las etapas que se deben adoptar para el plan de negocios en este sentido se referencian las diversas teorías, investigaciones y antecedentes consideradas válidas, confiables y apropiados, utilizadas por diferentes autores, que con sus aportes hacen referencia al problema y que permiten una visión completa de las formulaciones teóricas sobre las cuales ha de fundamentarse el conocimiento científico propuesto en las fases de la observación, descripción y explicación (Mendez, 2011) En primera instancia se conoce sobre el emprendimiento, El fenómeno emprendimiento puede definirse, dentro de las múltiples acepciones que existen del mismo, como el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político o social, entre otros y que posee ciertas características, principalmente que tiene una cuota de incertidumbre y de innovación. (Drucker, pág. 1985) Un

emprendimiento es llevado a cabo por una persona a la que se denomina emprendedor si bien el término se asocia especialmente a quien comienza una empresa, también puede relacionarse a cualquier persona que decida llevar adelante un proyecto, aunque éste no tenga fines económicos. Como resultado el emprendedor llegara a convertirse en un empresario, en 1975, Albert Shapero sostiene: que el empresario debe tener como atributos, toma de iniciativa; organización o reorganización de los mecanismos sociales y económicos para convertir los recursos y situaciones en hechos prácticos; capacidad de riesgo; autoconfianza que hagan a las empresas sostenibles (Shapero, 1975) para darle más solidez a su teoría, se aleja del análisis del empresario en sí y aborda un sistema que él denomina evento empresarial, indica que el evento empresarial está marcado por las siguientes características: toma de iniciativa: la decisión de un grupo para identificar y llevar a cabo la oportunidad de empresa, Acumulación de recursos: el proceso de determinar las necesidades, conseguir y asignar los recursos físicos, humanos, financieros y tecnológicos necesarios, Administración: la capacidad de dar una organización y una dirección gerencia a la nueva empresa; o sea, aquellos que toman la iniciativa la convierten en realidad, Autonomía relativa: la libertad de los empresarios para tomar decisiones sobre el funcionamiento de la organización, toma de riesgos: la disposición para enfrentar las recompensas o las pérdidas que la empresa produzca (Varela, Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas., 2008, pág. 169). Para desarrollar cada una de las características anteriores del evento empresarial es necesario establecer un plan de empresa o plan de negocios, Es un procedimiento para enunciar en forma clara y precisa los propósitos, las ideas, los conceptos, las formas operativas, los resultados y, en resumen, la visión del empresario sobre el proyecto. Es un mecanismo para proyectar la empresa en el futuro, prever dificultades e identificar posibles soluciones ante las coyunturas que pudieran presentarse. La complejidad del plan de empresa es directamente proporcional a la complejidad de la empresa, e inversamente proporcional al conocimiento y experiencia que tenga el empresario sobre ella, el plan de empresa requiere una elaboración muy cuidadosa para lograr un conocimiento profundo de cada una de las partes de la

compañía, para conocer el entorno en el cual la empresa funciona y para poder examinar, sin grandes costos, las consecuencias de diferentes estrategias y tácticas que se puedan utilizar en el desarrollo de la misma. Además permite tomar decisiones sobre las técnicas de recolección de información apropiadas, Orientando al investigador en la descripción esfuerzos que la empresa debe hacer de manera organizada, precisa y sistemática, combinando la observación, documentación, captación, aprobación, uso, estudio, difusión y recuperación de información sobre los hechos del sector La información preferiblemente debe ser de carácter económica social, tecnológica o comercial, que sea relevante en términos estratégicos de oportunidades y amenazas que se generen en el sector y que puedan influir en el desempeño competitivo de la organización. Por tanto, el propósito del análisis sectorial es que la empresa esté informada de lo que está ocurriendo o puede ocurrir en el sector o sectores de su actividad en el cual está definido el negocio de la empresa de la realidad observada y a la realización de análisis (Varela, Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas 3ª ed, 2008, págs. 316-321)

Por otra parte se debe realizar un análisis del sector el cual comprende la investigación aplicada a un determinado sector económico en el cual se ubica la empresa u organización, mediante procesos de vigilancia competitiva como el monitoreo de las actividades y el estudio de las tendencias y previsiones del sector, Estos procesos de vigilancia competitiva son esfuerzos que la empresa debe hacer de manera organizada, precisa y sistemática combinando la observación, documentación, captación, aprobación, uso, estudio, difusión y recuperación de información sobre los hechos del sector, la información preferiblemente debe ser de carácter económica social, tecnológica o comercial, que sea relevante en términos estratégicos de oportunidades y amenazas que se generen en el sector y que puedan influir en el desempeño competitivo de la organización (Betancourt, Análisis sectorial y competitividad., 2014, págs. 24 - 25) Michael Porter expresa sobre el análisis sectorial que es un tipo de análisis estructural que involucra a otros agentes. Es decir, lo que como segmento estratégico. Para su utilización él propone un método de análisis que permite,

por una parte, evaluar el ambiente y las tendencias del sector y, por otra parte, estudiar la estructura competitiva el concepto de grupos estratégicos. Por esta razón el análisis de los comportamientos posiciones y estrategias de los agentes presentes dentro de un sector industrial permite poner de manifiesto de tendencias de este y en consecuencia, el interés a los riesgos que se presentan en una empresa (Betancourt, Análisis sectorial y competitividad., 2014, págs. 25-27) por lo antes expuesto se debe realizar un análisis de las Oportunidades y amenazas de la competencia actual de los competidores, de productos sustitutos, de nuevos procedimientos o tecnologías, fortalezas y debilidades de los proveedores y de los compradores. Humberto serna 2008 expresa que se debe realizar un análisis externo e interno, el análisis externo: las organizaciones pueden considerarse como entidades ecológicas, es decir, vistas como organismos que tienen relaciones recíprocas con su entorno. El medio de una organización es la fuente de sus oportunidades y amenazas, un gerente estratégico encuentra en el medio en que se mueve, la empresa, nichos de mercado que se ajustan particularmente bien a los productos, servicios y capacidades que ofrece. Igualmente, debe identificar elementos que pueden ser dañinos e incluso destructivos para sus organizaciones. El gerente estratégico primero tiene que entender la naturaleza del medio en que se mueve la organización. Ésta es una tarea continua y permanente para la alta dirección de una organización, especialmente en un entorno que está cambiando en forma constante. En un medio como el que se mueven nuestras empresas, el factor determinante para el éxito o fracaso es la habilidad para enfrentar oportunamente en forma dinámica y acelerada los desafíos del cambio. Una herramienta de análisis que permite evaluar el entorno externo, se le denomina POAM (perfil de oportunidades y amenazas del medio), es la metodología que identifica y valora las amenazas y oportunidades potenciales de una empresa. Dependiendo de su impacto e importancia, un grupo estratégico puede determinar si un factor dado en el entorno constituye una amenaza o una oportunidad (Serna, 2008, pág. 150) además se debe tener en cuenta el análisis competitivo de la industria, Michael Porter en su libro Análisis competitivo: técnicas para analizar industrias y competidores escribe sobre los rivales o competidores de una organización

como factores fundamentales para el análisis y auditoría externa que debe realizar una organización. Una empresa puede desarrollar una estrategia competitiva que le ayude a competir efectivamente con sus rivales y asegurar así una posición financiera favorable en el mercado. Según Humberto Serna, refiere que se requiere realizar un análisis interno a la organización, el cual consiste en evaluar la situación de la empresa en relación con las fortalezas y debilidades y medir el impacto que se tiene en la organización (Serna, 2008) para este análisis se utiliza la matriz de perfil de capacidad interna el cual evalúa las diferentes áreas de la organización como lo es capacidad directiva, mercadeo, financiera, tecnológica y de talento humano

Por otra parte existe la herramienta DOFA, (debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas) Como método complementario del perfil de capacidad y del perfil de amenazas y oportunidades, esta matriz ayuda al acoplamiento entre las tendencias del medio, las oportunidades y amenazas y las capacidades internas, fortalezas y debilidades de la empresa, este análisis permitirá a la organización formular estrategias para aprovechar las fortalezas, prevenir el efecto de las debilidades, utilizar a tiempo las oportunidades y anticiparse al efecto de las amenazas (Serna, 2008, págs. 167-168) Es muy importante para el desarrollo de la competitividad de la compañía y la implementación de estrategias de marketing, según Philip Kotler y Gary Armstrong, lo definen como un proceso social y administrativo mediante el cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean, a través de la creación y el intercambio de productos dando valor. Además expresan que se deben utilizar herramientas para implementar la estrategia de marketing; la cuales llaman las cuatro P del marketing: Producto, Precio, Promoción y Plaza (Kotler & Armstrong, 2008) las cuales sirven para determinar las estrategias en el plan de mercadeo de una forma lógica, para que la empresa invierta sus recursos de manera eficiente (Kotler & Armstrong, 2008) Rodrigo Varela, en su libro innovación empresarial, al tratar el tema de recursos, habla de cuatro capitales que debe conseguir y agrupar el empresario: 1. Capital humano: compuesto por talento, educación, conocimiento y tecnología, 2. Capital intelectual: compuesto por creatividad,

entusiasmo, optimismo, espíritu empresarial, 3. Capital social: compuesto por la red de contactos, 4. Capital físico: compuesto por dinero, infraestructura, equipos, instalaciones, bienes muebles, tierra, recursos naturales, etcétera (Varela, Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas 3ª ed, 2008, pág. 208) Cuando se integran hacen que la organización funcione adecuadamente. Para este proyecto se toma de guía el modelo de plan de negocios propuesto por Rodrigo Varela en su libro innovación empresarial, todo Plan de negocios consta de los siguientes componentes:

Análisis de mercado: Tiene como objetivo central, determinar con un buen nivel de confianza los siguientes aspectos: La existencia real de clientes con pedidos para los productos o servicios que van a producirse, la disposición de ellos para pagar el precio establecido, la determinación de la cantidad demandada en términos de poder elaborar una proyección de ventas, la aceptación de las formas de pago, la valides del mecanismo de mercado y ventas previstas la identificación de los canales de distribución que se van a usar, la identificación de las ventajas y desventajas competitivas.

El análisis Técnico: Tiene como objetivo central definir la posibilidad de lograr el producto o servicio deseado en la cantidad con la calidad y el costo requerido. Esto origina la necesidad de identificar procesos productivos productores de materias primas equipos, tecnología, recursos humanos, suministros, sistemas de control, formas de operación, consumos unitarios de materia prima e insumos y servicio de distribución, planta y equipos, requerimientos, capacidad de recursos humanos.

El análisis administrativo tiene como objetivo central definir las necesidades de perfil del grupo empresarial y del personal que el negocio exige las estructuras y los estilos de dirección los mecanismos de control, las políticas de administración de personal y de participación del grupo empresarial en la gestión y en los resultados.

El análisis legal y social: tiene como objetivo definir la posibilidad legal y social que existe para que el negocio establezca y opere temas como permisos reglamentaciones leyes, efectos sociales, tipo de sociedad, responsabilidades entre otros, deben estudiarse detalladamente para visualizar la factibilidad para

cumplir estos requerimientos legales y evitar las incidencias.

El análisis económico: tiene como objetivo central determinar las características económicas del proyecto, identificando los siguientes componentes: Máquinas y equipos, Edificios e instalaciones complementarias, Terrenos, Vehículos y medios de transporte, Investigación, desarrollo y prueba de productos, Licencias y franquicias, Honorarios profesionales, Construcciones y montajes, Derechos minerales, Derechos comerciales y Adecuación del local (Varela, Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas 3ª ed, 2008, pág. 359)

El análisis financiero: tiene como objetivo central determinar las necesidades de recursos financieros, las fuentes y las condiciones de ellas, y las posibilidades de tener acceso real a dichas fuentes. Se debe determinar la financiación, los gastos financieros y los pagos de capital propios del préstamo, la liquidez de la organización y la elaboración de proyecciones financieras (Varela, Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas 3ª ed, 2008, pág. 372)

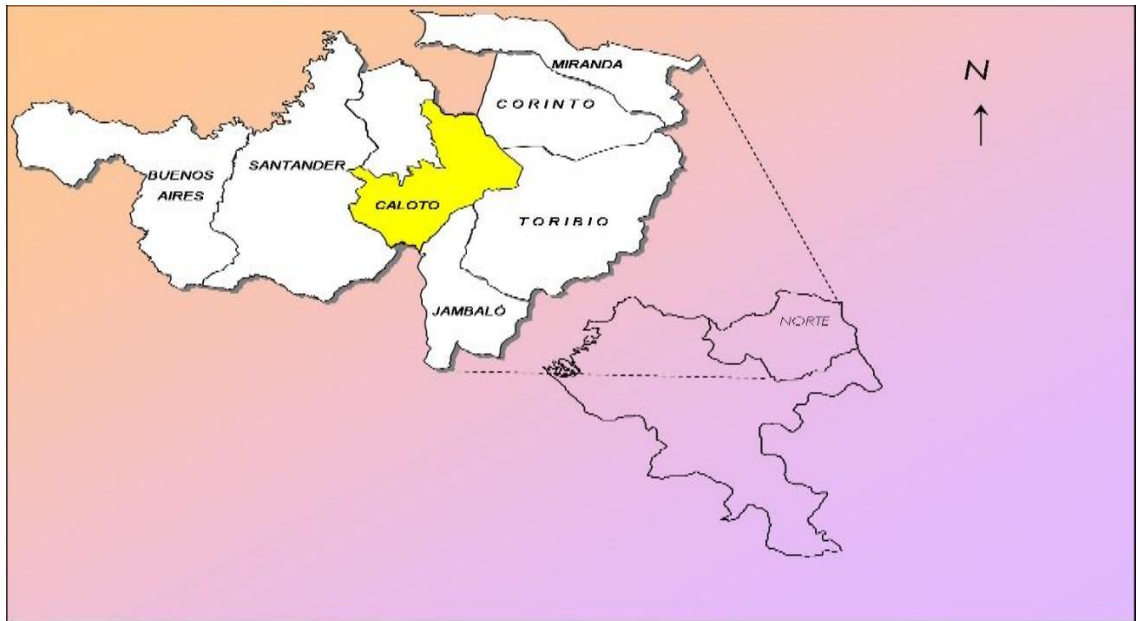
Análisis de riesgos e intangibles: Trata de analizar los efectos y cambios potenciales en las variables básicas que el proyecto puede generar en sus indicadores de factibilidad. Igualmente analiza al menos cualitativamente, aquellas variables que no han podido ser incluidas en todas las etapas anteriores y determina que dificultades pueden crear aquellas en el futuro del negocio.

Evaluación integral del proyecto: determina los principales indicadores de factibilidad, además de hacer un análisis sobre los efectos según indicadores, con este análisis permite identificar variables y supuestos críticos para la factibilidad y poder dar una respuesta probable al proyecto (Varela, Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas 3ª ed, 2008, pág. 381)

4.2 MARCO CONTEXTUAL

El proyecto se ubica en el municipio de Caloto Cauca que se encuentra a una distancia en línea recta de Popayán de 70,40 km, pero la distancia en ruta es de 101 kilómetros.

Figura:1 Mapa del departamento del cauca ubicación del municipio.



Fuente: página alcaldía municipal

El proyecto de producción o cría de pollo semi-criollo, se llevará a cabo en la granja piko riko en una extensión de 2 hectáreas, ubicadas en la vereda el Chorrillo perteneciente al resguardo indígena de Huellas, municipio de Caloto

Figura: 2 Municipio de Caloto división por veredas



Fuente: página alcaldía municipal

Descripción:

Resguardo de Huellas.

Este Resguardo indígena se muestra en colores café (Zona 1), verde (Zona 2), naranja (Zona 3), amarillo (Zona 4), beige (Zona 5), azul (Zona 6), indicando la Cabecera Municipal en Amarillo.

5 METODOLOGIA

5.1 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

En el presente plan de negocio se pretende realizar una investigación de tipo exploratoria, realizando un estudio del sector que tiene como objetivo identificar las variables que influyen positiva y negativamente en la empresa para conocer sobre la avicultura en el país y principalmente en la región, lograr determinar las características y principales necesidades.

En el municipio de Caloto Cauca y en la región, actualmente se da una producción a escala por las grandes empresas las cuales comercializan el pollo congelado. Además de la producción informal realizada por las familias de la región donde predomina la producción de pollo criollo. Se realizará un estudio de mercado de tipo descriptivo mediante la aplicación de una encuesta realizada a una pequeña muestra de 353 familias. Se pretende recopilar datos que permita determinar un mercado objetivo y sus expectativas, luego de tener la tabulación o procesamiento de la información se procede a realizar el análisis y conclusiones de la viabilidad de la empresa

5.2 FUENTES DE INFORMACIÓN

Inicialmente la fuente de información que se utilizara para obtener la información requerida para determinar la demanda potencial será la encuesta la cual nos permite obtener datos cuantitativos, además se utilizaran las fuentes de información secundarios como lo son las bibliotecas, consulta de libros, páginas web y demás fuentes de información como periódicos etc. las cuales permitan recopilar información necesaria para el desarrollo del presente plan de negocios

5.3 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

La técnica de recolección de información que se implementara será la encuesta

se le realizara en una muestra significativa de la región, atravez de ella se lograra obtener datos cuantitativos concluyentes los cuales nos permitirán obtener conclusiones y resultados para determinar el potencial de compra del mercado en el municipio de caloto cauca el cual tienens estimada una población de 17.545 habitantes.

6 ANALISIS DEL MACRO Y MICRO ENTORNO

Los entornos tienen una característica especial y es que son de amplio sentido, el entorno puede ser infinito y abarcar todo lo que esta fuera de la organización; sin embargo, en la disección aquí planteada se va considerar solo los aspectos a los que la organización es susceptible, y a los que deberá superar para subsistir. El entorno externo de la organización se define como todo aquel elemento que avíta fuera de la organización y que tienen la potestad para afectarla o hacerla crecer. Para entender el entorno de una organización se analiza su dominio es decir el campo que elige para actuar dentro del sector, el territorio que protege una organización respecto de sus productos, servicios y mercados. El dominio define el Nicho de la organización y los factores externos con los que interactuará en la intención de alcanzar sus metas y objetivos.

El entorno externo abarca los sectores que quizás no tienen un efecto directo en las operaciones de la empresa, pero ejercen una influencia indirecta. El entorno externo incluye al gobierno, el sector sociocultural, las condiciones socioeconómicas, tecnología y recursos financieros. Estos sectores eventualmente afectan a todas las empresas.

6.1 ENTORNO SOCIODEMOGRÁFICO

El comportamiento de los consumidores es de gran importancia para este proyecto, debido a que los factores de consumo están asociados a los valores,

las creencias y los estilos de vida de las personas.

La Encuesta de Calidad de Vida 2016 mostró una leve recuperación con respecto a los indicadores del año inmediatamente anterior. Mostró que, en el total nacional, el 58,1% de las personas manifestaron usar internet en cualquier lugar y desde cualquier dispositivo, de este porcentaje el 70,4% lo hicieron a través de teléfono celular. En 2015 el uso de internet fue 55,9% y desde teléfono celular 55,5%.

Para el total nacional en 2016, las personas de 15 a 24 años tenían en promedio 10,1 años de educación. En cabeceras el promedio fue 10,5 años y en centros poblados y rural disperso fue 8,4 años de educación. En 2015 los promedios fueron 9,9 años para el total nacional, 10,4 años para cabeceras y 8,2 años para centros poblados y rural disperso.

Tecnologías de información y comunicación

El 45,2% de los hogares manifestaron tener algún tipo de computador (de escritorio, portátil o tableta), respecto a 2015 este porcentaje se mantiene. En 2016 el acceso a Internet fue 45,8%. En 2015 fue 41,8%. En el 96,5% de los hogares a nivel nacional algún miembro contaba con teléfono celular en 2016. En cabeceras esta proporción fue 97,5% y en Centros poblados y rural disperso fue 92,6%. En 2015 la tenencia de este bien fue: a nivel Nacional de 95,6%; en las Cabeceras de 96,7% y en los Centros poblados y rural disperso de 91,6%.

Salud

En 2016, el 95,4% de personas en el total nacional manifestó estar afiliada al Sistema General de Seguridad Social en Salud, en 2015 el 94,6% de las personas manifestaron estar afiliada al Sistema General de Seguridad Social en

Salud. El porcentaje de personas que manifestaron estar afiliadas al régimen subsidiado en 2016 es mayor en centros poblados y rural disperso (81,8%) en comparación con cabeceras (40,4%).

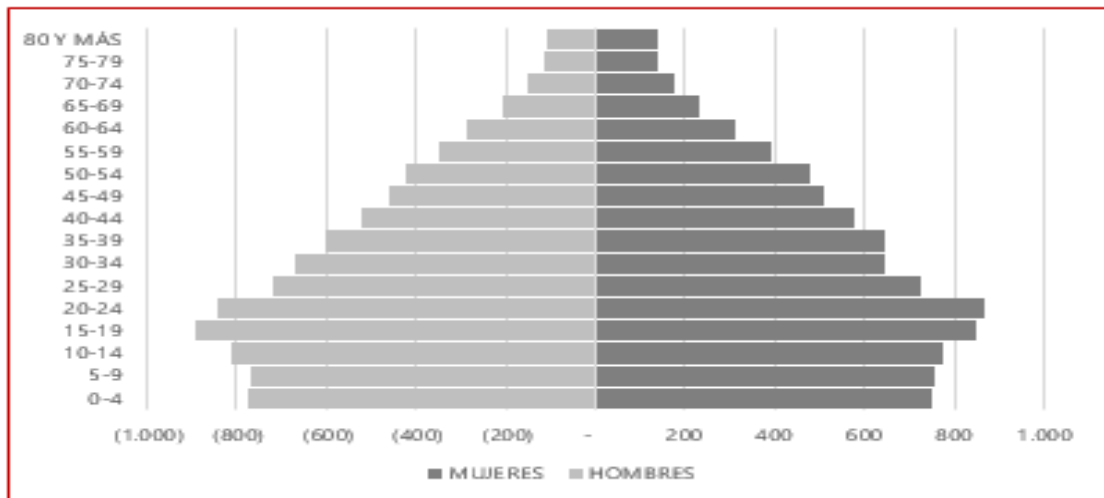
Aspectos demográficos

La empresa debe tener en cuenta la descripción poblacional, características, tendencias que buscan identificar el perfil de la población, los cambios en la estructura de edad, cambios en el grupo familiar, cambios geográficos, crecimiento o disminución de personas.

La tasa de crecimiento poblacional de acuerdo con el censo y las proyecciones realizadas en 2005 por el DANE (El Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE) La población total nacional para el año 2017 es de 49.291.925 millones de habitantes, donde el Cauca representa 1.404.313 habitantes. Según estos mismos datos para 2015 el municipio de Caloto Cauca cuenta con una población de 17.642 habitantes (Alcaldía del municipio de caloto) Según el censo DANE, donde la población total de la cabecera municipal 4.583 habitantes, la población rural equivale a 13.059 habitantes. De los cuales 8.956 corresponde a hombres y 8.686 a mujeres, la población económicamente activa esta entre 15 y 59 años con un total de 11.153 personas, de igual manera la población inactiva se encuentra comprendida en los menores de 15 años y mayores de 59 años representados por 6.489 personas.

Figura: 3 Pirámide poblacional por rangos de edad

PIRÁMIDE POBLACIONAL POR RANGOS DE EDAD



Fuente: alcaldía municipal

El Departamento del Cauca está ubicado en el suroccidente, limita con el Departamento del Valle del Cauca por el norte, por el oriente con el Tolima, Huila y Caquetá, por el occidente con el océano pacífico (Alcaldía de Santander de Quilichao, geografía [En línea]) El Municipio de Caloto se encuentra situado al Norte del Departamento del Cauca, tiene una extensión territorial de 26.931,62 Hectáreas, a una altura de 1.100 metros sobre el nivel del mar, sus coordenadas son: 30° 01 latitud norte 76° 25 longitud oeste del meridiano de Greenwich. Limita al Norte: Con los Municipio de Villa Rica, Puerto Tejada y Guachené. Sur: Con los Municipios de Santander de Quilichao y Jámbalo. Oriente: Con los Municipios de Corinto y Toribio. Occidente: Con los Municipios de Santander de Quilichao y Villa Rica. Tiene una Extensión total: 397,21 km² Extensión área urbana: 234,68 km² Altitud de la cabecera municipal (metros sobre el nivel del mar): 1050 Temperatura media: 25 °C y Distancia de referencia: 81 Km desde la ciudad de Popayán y a 43 Km desde la ciudad de Cali En términos de ubicación espacial (urbana/rural) la concentración se profundiza en las zonas urbanas. Pasando de ser un país rural a comienzos de los setenta, donde el 61,3% de la población se encontraba en zonas rurales, a un país urbano, donde en 1993 el 31,4% es población rural, profundizándose para el año 2020 donde solamente el 47% de la población vivirá en el campo y el 53% en zona urbana (Alcaldía de Santander de Quilichao, geografía [En línea])

Análisis en la Creación de Empresa

La grafica poblacional deja ver que la mayor cantidad de población económicamente activa se centra entre los 15 y 59 años de edad, situación que le permite a la empresa una oportunidad para impactar el mercado con una demanda potencial y un posible público objetivo.

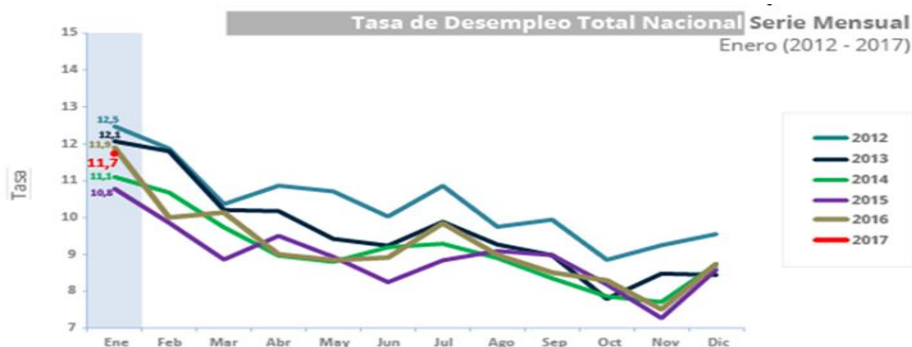
La empresa se encuentra localizada en este municipio por tener las condiciones necesarias para la producción y comercialización de pollo semi-criollo el cual beneficiara a toda la comunidad de afro descendientes, campesinos, indígenas y demás población. Se puede establecer que algunas variables como lo es la disminución del nivel de ingresos en la población se evidencia como una amenaza con un impacto alto para la empresa debido al aumento en el costo de la canasta familiar, la tendencia es a que disminuya el consumo en la cantidad de carne de pollo, además se presenta una dualidad debido que se evidencia según el censo DANE 2015 un aumento en la población económicamente activa en el municipio de caloto lo que hace que se presente una oportunidad media con un alto impacto para ingresar al mercado, por otra parte según el DANE sobre la encuesta de la calidad de vida establece que hay una leve mejoría con respecto al año anterior, esta situación se visualiza como una oportunidad alta con un impacto medio donde existe posibilidades de compra del producto para la empresa.

Empleo en Colombia

En enero de 2017 las tasas de ocupación y participación se mantienen estables, en las 13 ciudades y Áreas Metropolitanas se ubicó en 13,4 %, la tasa global de participación fue 67,4 % y la de ocupación 58,4 %. En enero de 2016 las tasas de desempleo, participación y ocupación fueron 14,1 %, 68,0 % y 58,4 % respectivamente. Para las 13 ciudades y Áreas Metropolitanas la Industria Manufacturera lleva 4 trimestres móviles consecutivos con variación positiva **(EI**

Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE tasa de desempleo)

Figura: 4 Índice de desempleo julio 2012 – 2017



Fuente DANE

La tasa de desempleo del trimestre móvil noviembre 2016 - enero 2017 fue 10,6 %, la de participación 67,6 % y la de ocupación 60,4 %. En el trimestre móvil noviembre 2015 – enero 2016 las tasas de desempleo, participación y ocupación fueron 10,7 %, 68,1 % y 60,8 % respectivamente.

Comparado con el periodo noviembre 2015 enero 2016 los sectores más dinámicos en generación de empleo fueron: Industria manufacturera y Servicios comunales, sociales y personales. La generación de empleo estuvo asociada a la creación de empleo asalariado (formal) cuya contribución es 1,6 veces más que la del empleo por cuenta propia.

En la medición de los últimos 12 meses móviles (marzo 2016 – febrero 2017) se completan 42 periodos consecutivos con tasa de desempleo de un dígito, al ubicarse en 9,2% con una tasa de participación de 64,4% y de ocupación de 58,4%. Para el periodo marzo 2015 – febrero 2016 la tasa de desempleo fue 9,0%, la de participación 64,9% y la de ocupación fue 59,0%.

Los reportes de la Tasa de Desempleo Total Nacional representan situaciones que pueden ser favorables para el presente plan de negocio, pero algunos

reportes próximos pueden presentar variaciones económicas que pongan en riesgo la creación de una nueva empresa y que pueden contribuir con nuevos puestos de trabajo. Donde al existir un alto índice de desempleo, habrá un impacto negativo sobre la creación de la empresa, al ser bajo el nivel de ingresos de la población, no podrán satisfacer sus necesidades de alimentos, recreación, esparcimiento y otros.

“En el municipio de Caloto el sector agropecuario es el que genera la mayor cantidad de empleos (50.1%), seguido por la industria que crea el 15.3% del total de empleos generados en el municipio, el empleo creado por el estado es del 12.1% (Alcaldía del municipio de caloto) ·Aunque el Municipio cuenta con varios parques Industriales con 66 empresas asentadas, no se ha incrementado el índice de empleo para la gente del sector pues las Industrias afirman que no encuentran mano de obra calificada para emplear, por eso es importante capacitar a la población y hacer convenios para que la Industria emplee mano de obra local.

Los Ingenios Azucareros son otra fuente de generación de empleo ya que estos llegaron a comprar o alquilar terrenos convirtiendo a los antes pequeños y medianos productores en arrendatarios o trabajadores por jornales disminuyendo notablemente la producción y la variedad agrícola del Municipio. La empresa se ve afectada por la inflación debido al incremento en los precios de los insumos, generando un impacto moderado en las finanzas de la empresa, el PIB es otra variable de gran importancia, se presenta como una oportunidad para el crecimiento, pero además tiene impacto medio por las constantes fluctuaciones de la tasa de cambio. El valle del cauca tiene el Clúster de las carnes blancas el cual ha hecho que aumente el PIB de la economía vallecaucana, contribuyendo al desarrollo social, haciendo que nuestro producto tenga gran acogida en el mercado. El IPC índice del precio del consumidor es una oportunidad alta para entrar a participar en el mercado.es una oportunidad latente para captar clientela aprovechando el impacto positivo por el consumo de pollo en la región.

Tabla 1 Entorno sociodemográfico

ENTORNO SOCIODEMOGRAFICO	PORTUNIDA			AMENAZA			IMPACTO		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Váriles									
1. Mejoramiento de la calidad de vida para la población en el año 2016 según encuesta Dane	X						X		
2. Incremento demografico en la población economicamnete activa correspondiente a 11.153 personas entre las edades de 15 a 59 años		X						X	
3. Ubicación geografica población para el año 2020 53% zona urbana y 47% zona rural			X						X
3. Tasa de desempleo en las 13 ciudades y areas metropoilitanas se ubico en 13,4%				X			X		

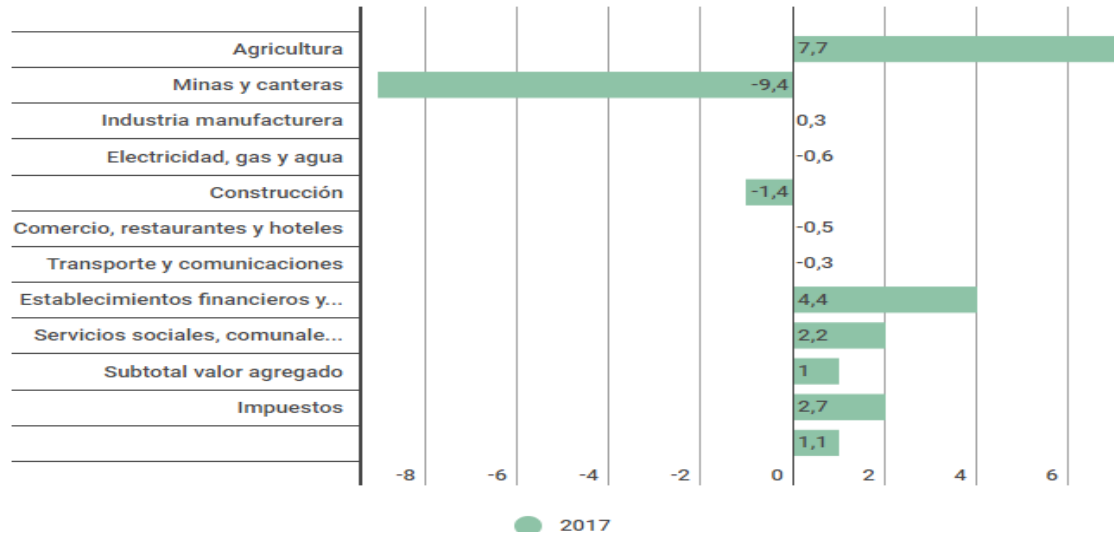
Fuente: autores

6.2 ENTORNO ECONÓMICO

El crecimiento de la economía colombiana para el año 2017 Según el DANE, entre enero y marzo creció 1,1 %, cifra inferior a la observada en igual periodo de 2016 cuando la cifra llegó a 2,7 %.

En el primer trimestre de 2017 cuatro de las nueve ramas de la actividad productiva crecieron positivamente, tres de ellas por encima del crecimiento de la economía. El reporte destacó el crecimiento de la agricultura, caza, silvicultura y pesca, sector que marcó el mejor desempeño con 7,7%, seguido de establecimientos financieros con 4,4%, servicios sociales, comunales y personales con 2,2 % e industria manufacturera con 0,3 %. En el campo fue relevante el comportamiento que tuvo el cultivo de otros productos agrícolas (cultivos transitorios) en 12,0 %; cultivo de café en 11,5 %; animales vivos y otros productos en 2,9 %

Figura: 5 Crecimiento del PIB por sectores de actividad.



Fuente: DANE

Se destaca el crecimiento de la industria manufacturera en el primer trimestre del año. Además de productos de la refinación de petróleo (9,3 %), fabricación de sustancias y productos químicos (2,6 %), elaboración de aceites y grasas (5,6 %), fabricación de papel y cartón (4,2 %). Durante el primer trimestre de 2017 diez de las 24 ramas de actividad de la industria manufacturera crecieron positivamente

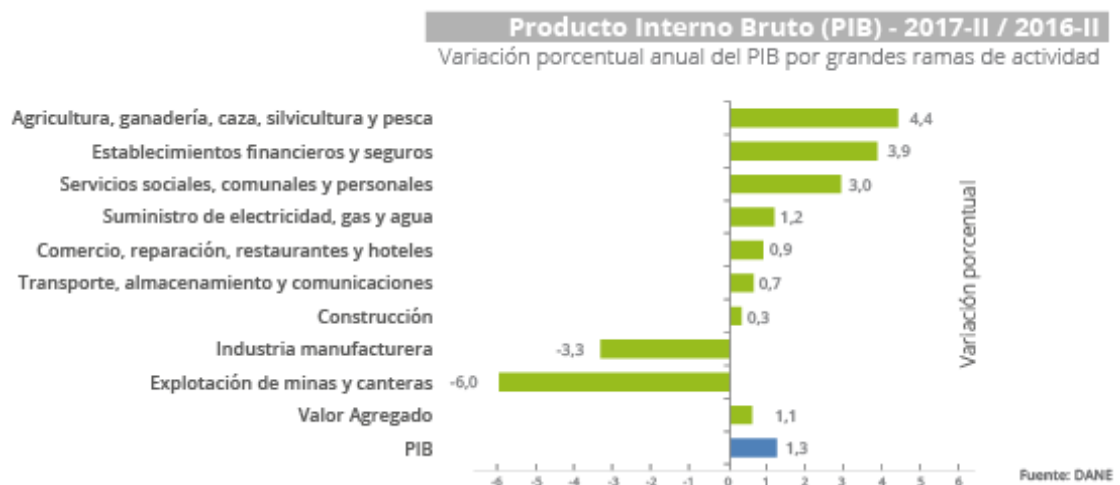
De acuerdo con el DANE, en el repunte de la agricultura el comportamiento obedece al crecimiento de cultivos de otros productos agrícolas, que avanzó 12 por ciento; el café subió 11,5 por ciento, animales vivos y otros productos animales tuvieron un aumento del 2,9 por ciento.

Sin embargo, la silvicultura, la extracción de madera y la pesca disminuyó en 1,1 por ciento. Entre tanto, en la fuerte caída del sector minero energético tuvo culpa la disminución del 19,5 por ciento en minerales metálicos; la extracción de petróleo crudo y gas natural que bajó 12,3 por ciento; y extracción de minerales no metálicos, que bajó 3,4 por ciento.

Caso contrario fue el de la explotación de carbón, actividad que tuvo un crecimiento del 2,8 por ciento que no alcanzó a compensar.

El crecimiento para la economía por sector de actividad variación 2016-2017 el PIB fue de 1.3%

Figura: 6 Crecimiento del PIB por sectores de actividad 2016 – 2017.



Fuente: Dane

Se puede evidenciar que el sector agropecuario creció en un 7.7% por encima de los demás sectores lo cual se evidencia como una oportunidad para la creación de empresa en el municipio. En caloto “el sector agropecuario es el que genera la mayor cantidad de empleos (50.1%), seguido por la industria que crea el 15.3% del total de empleos generados en el municipio, el empleo creado por el estado es del 12.1% (Alcaldía del municipio de caloto) · Aunque el Municipio cuenta con varios parques Industriales con 66 empresas asentadas, no se ha incrementado el índice de empleo para la gente del sector pues las Industrias afirman que no encuentran mano de obra calificada para emplear, por eso es importante capacitar a la población y hacer convenios para que la Industria emplee mano de obra local.

Figura: 7 Tasa de interés bancaria



Fuente: Blanco de la republica

Tasas de interés del Banco de la República inician 2017 en 7,5% Dice el Banco Central que la reforma tributaria "constituye una acción fundamental que contribuye al crecimiento de largo plazo". La junta bajó en 0,25 puntos la tasa de interés.

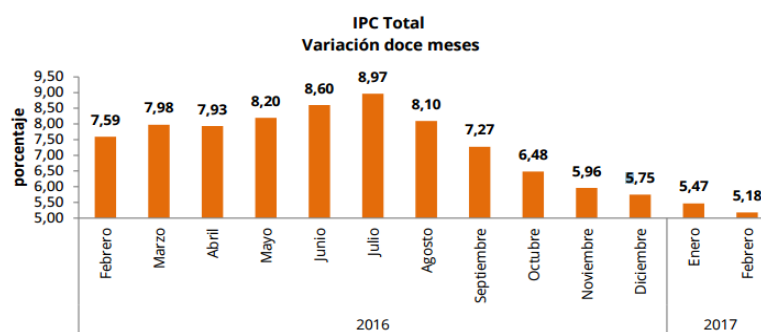
Banco de la República bajó por segunda vez consecutiva su tasa de interés, para apoyar la recuperación de la economía, aprovechando que hay menos expectativas de inflación. Según el Banco de la República, en febrero la inflación anual disminuyó por séptimo mes consecutivo y se situó en 5,18%. El promedio de las medidas de inflación básica se mantuvo estable en 5,58%. Las expectativas de inflación de los analistas para diciembre de 2017 y 2018 disminuyeron y se sitúan en 4,49% y 3,6% respectivamente. Aquellas derivadas de los papeles de deuda pública también se redujeron y están cerca del 3% para finales de 2018 (Portafolio, Banco de la República bajó por segunda vez consecutiva su tasa de interés)

La variación mensual del IPC en febrero de 2017 fue de 1,01%; en febrero de 2016 fue 1,28%. La variación en febrero ha incluido históricamente el componente estacional del gasto en Educación. A pesar de este comportamiento, la variación del IPC de febrero de este año es inferior a la de febrero de 2016 en 0,27 puntos porcentuales (Portafolio, Banco de la República

bajó por segunda vez consecutiva su tasa de interés , pág. 6)

En febrero de 2017 el grupo Alimentos registró una variación de 0,71%, El grupo que más contribuyó a la variación del IPC de febrero de 2017 fue Educación con 6,78%, El grupo con la mayor variación en los últimos doce meses fue Salud con 7,83%. En marzo 2015 – febrero 2016 fue de 6,42%.

Figura: 8 Variación mensual 2016- enero – Febrero 2017.



Fuente: DANE (IPC)

Índice de precio al productor (IPP)

En febrero de 2017, los sectores de minas (-2,77%) y Agricultura, ganadería (-0,77%) presentaron variaciones inferiores a la media (-0,59%), mientras que el sector de Industrias manufactureras (-0,06%) registró una variación superior a la media (Portafolio, Banco de la República bajó por segunda vez consecutiva su tasa de interés) El IPP reporto en marzo 2016 y febrero 2017 registró una variación de 1,65 %. Entre marzo 2015 y febrero 2016 fue 9,27 %. Los sectores que presentaron mayor variación fueron 9,89 % en Minería, 1,07 % en Industria y 3,21 % en Agricultura. Entre marzo 2015 y febrero 2016 Minería presentó una variación de 3,58 %, Industria de 8,70 % y Agricultura, ganadería y pesca de 17,91 % (Portafolio, Banco de la República bajó por segunda vez consecutiva su tasa de interés)

En Colombia, indicadores recientes de actividad económica como las ventas al por menor, la producción industrial y la confianza del consumidor sugieren un debilitamiento de la economía en el primer trimestre del año. Si esta tendencia

se acentúa, el pronóstico de crecimiento del equipo técnico para 2017 podría reducirse (2% en un rango entre 0,7% y 2,7%). Lo que afecta directamente a la empresa debido a la disminución, la dinámica de la economía hace que la consecución de potenciales clientes para la empresa se aparte por no tener los recursos para la adquisición del producto, esto limita a las empresas para financiar su crecimiento y desarrollo, implica que la demanda se vea disminuida, puesto que el consumidor estará reacio a consumir con tarjetas de crédito o a realizar créditos de consumo y es mejor ahorrar que gastar.

Salario mínimo Mensual legal vigente 2017.

Salario Mínimo Mensual Legal Vigente 2017 se determinó por decreto, el cual tendrá un incremento del 7,0%, quedando en \$737.717 pesos. Por su parte, el auxilio del transporte igualmente tendrá un aumento del 7,0%, para un valor de \$83.140. López Obregón indicó que es un “incremento en términos reales de 1,5% frente a la proyección de la inflación del presente año, 5,5%, y seguramente de más de 2,5% frente a las perspectivas para 2017, que sitúan la inflación entre el 4% y 4,5%

Este incremento se presenta en un contexto de un menor crecimiento del (PIB), comparado con el año anterior, lo cual se constituye en una mejora real del poder adquisitivo de los trabajadores.

Crecimiento económico mundial

Según el informe del Banco Mundial en enero, Perspectivas económicas mundiales, en las economías avanzadas se espera que el crecimiento repunte hasta el 1,8 % en 2017. Este año, el crecimiento en el conjunto de los mercados emergentes y las economías en desarrollo debería recuperarse hasta un 4,2 % respecto del 3,4 % del año 2016, con un aumento moderado de los productos básicos.

Para 2017 se prevé una expansión del 2,3 % en la actividad de los exportadores de productos básicos en los mercados emergentes y las economías en desarrollo, tras el aumento inapreciable del 0,3 % en 2016, estas economías deberían crecer al 5,6 %. Por lo que respecta a China, se prevé una desaceleración del crecimiento a una tasa del 6,5 %.

Para el 2017 se prevé una relajación del crecimiento en la región de Asia oriental y el Pacífico al 6,2 %, dada la moderación del crecimiento en China propiciada por el repunte del resto de la región.

América Latina y el Caribe: Las previsiones indican que la región regresará en 2017 al crecimiento positivo, que será del 1,2 %. La previsión de crecimiento en los países del Caribe, del 3,1 %, se considera estable en términos generales. Werner destacó que Colombia adoptó "una política monetaria y fiscal que propicia una reducción del déficit en cuenta corriente", y pronosticó un crecimiento del 2,6 % en 2017 que se verá afianzado en "el mediano plazo" por el acuerdo de paz recientemente firmado y por una reforma tributaria estructural. Importante logro del proceso de paz, cabe resaltar el hecho de disminuir los enfrentamientos mejora las esperanzas de vida de quienes están dispuestos a darlo todo por la seguridad como es el Ejército y la Policía

Lo que garantiza e indica que el país se encuentra en uno de sus mejores momentos con la firma del acuerdo de paz recientemente al igual con su crecimiento económico del 2,6 % en 2017.

Tabla 2 Variables del entorno económico

ENTORNO ECONÓMICO Variables	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
1. Crecimiento de la economía para el primer trimestre año 2017 fue de 1.1% inferior al año 2016 de 2.7%				X			X		
2. Disminución de la tasa de interés al 0.25%	X						X		
3. Índice del precio del consumidor IPC. La variación mensual en febrero de 2017 fue de 1.01%					X		X		
4. Índice de precio al productor IPP en marzo 2016 y febrero 2017 tiene una variación de 1.65%			X				X		
5. Salario mínimo legal vigente 2017 es de \$ 737.717 pesos		X						X	
6. El crecimiento económico mundial se repunte hasta el 1.8% en el	X						X		

Fuente: elaboración propia

6.3 ENTORNO POLÍTICO

“Las normas constituyen los contextos que reglamentarán el proceso de acumulación; el establecimiento de las inversiones, el rol del mercado interno y externo en la obtención de las utilidades, la competencia internacional en las decisiones del consumidor, el costo del capital, el estado a través de la política económica en el comportamiento de la inversión, las estrategias que se implementaran para una política cambiaria, financiera, el déficit fiscal (Guzman Nogales, 1998)

Geopolítica del departamento del Cauca

El departamento del Cauca pertenece al sistema andino distinguiéndose por su morfología: la llanura del Pacífico, cordillera Occidental; cordillera Central, altiplano de Popayán, Macizo Colombiano, Valle del Patía y el sector de la cuenca del Amazonas. El Departamento de Cauca está situado en el suroeste del país entre las regiones andina y pacífica; localizado entre los 00°58'54" y 03°19'04" de latitud norte y los 75°47'36" y 77°57'05" de longitud oeste. Cuenta con una superficie de 29.308 km² lo que representa el 2.56 % del territorio nacional. Limita por el Norte con el departamento del Valle del Cauca, por el Este con los departamentos de Tolima, Huila y Caquetá, por el Sur con Nariño y Putumayo y por el Oeste con el océano Pacífico.

El municipio de Caloto está ubicado al sur occidente de Colombia, en la zona norte del departamento del Cauca, limita Norte: Con los Municipios de Villa Rica, Puerto Tejada y Guachené, Sur: Con los Municipios de Santander de Quilichao y Jámalo., Oriente: Con los Municipios de Corinto y Toribio y al Occidente: Con los Municipios de Santander de Quilichao y Villa Rica. El municipio está dividido territorialmente en su Cabecera Municipal (9 barrios), corregimiento quintero, centro, el palo, huasano y san Nicolás y 3 resguardos Huellas, Toez y el de Lopez adentro.

El acuerdo de paz: el principal objetivo del gobierno nacional es la puesta en marcha de una política de crecimiento económico e inversión social; lo que genere el apoyo de sectores como el empresariales, financieros, industriales y comerciales a nivel regional, nacional y mundial; garantizando un escenario favorable en el crecimiento económico, lo que generaría el fortalecimiento de la confianza en la inversión y la estabilidad de algunas actividades económicas afectadas por la violencia.

Como ahí opiniones divididas sobre este proceso, habrá que ponerle mucha atención a los caminos y escenarios que se vayan configurando en una cultura que valores, el conocimiento, la innovación y aprendizaje.

Por tal razón el gobierno nacional ha fijado una ruta constituida por tres pilares fundamentales como: paz, equidad y educación.

Para el logro de los objetivos del Plan nacional de desarrollo, el gobierno nacional ha establecido cinco estrategias transversales que aportan a los 3 pilares de la paz, la equidad y la educación; son ellas:

- Competitividad e Infraestructura Estratégicas
- Movilidad Social
- Transformación del Campo
- Seguridad, Justicia y Democracia para la Construcción de Paz

Buen Gobierno

“De acuerdo con lo expresado anteriormente con el análisis de los elementos se evidencia el desarrollo en aspectos sociales y políticos, una favorabilidad en la construcción de la Paz, lo que contribuye a la Equidad y a la Educación la inclusión social del país; creando oportunidades económicas en el sector social, afianzando el emprendimiento en proyectos y programas para la sociedad (Departamento nacional de planeación, calidad y acceso a los servicios)

El municipio de caloto cauca aprovechando los programas de gobierno que actualmente están beneficiando esta población como lo son los apoyos a las asociaciones y gremios creados por iniciativa de las personas con el fin de abandonar los cultivos ilícitos y fomentar el empleo y la agricultura.

Siguiendo todas disposiciones de Ley, cumpliendo con los permisos que otorga el ministerio de salud, con la normativa sanitaria para la manipulación de alimentos, buenas prácticas de manufactura y registros pertinentes, enfocamos nuestra política de calidad, estas normas afectan la empresa obligándola a cumplir estrictamente con los requerimientos.

Tabla 3 Variables análisis entorno político

ENTORNO POLÍTICO Variables	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
1. Ubicación geografica del departamento del cauca	X						X		
2. Proceso de paz	X						X		
3. Plan nacional de desarrollo PND		X					X		

Fuente: autores

6.4 ENTORNO LEGAL/JURÍDICO

La Ley 590 del 2000: el objeto de la ley, es promover el desarrollo integral de las

micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional la integración dentro sectores económicos el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos.

La Constitución Política de Colombia de 1991, en su artículo 65 estipula: “La producción de alimentos gozará de especial protección del Estado. Para tal efecto, otorgará prioridad al desarrollo integral de las actividades agrícolas, pecuarias, pesqueras, forestales y agroindustriales, así como también a la construcción de infraestructura física y adecuación de tierras”.

En 1967 (Decreto 1206), 1968 (Resolución 135) y 1969 (Decreto 843), el Ministerio de Agricultura reglamentó el control y calidad de la producción avícola y la industria de concentrados para la alimentación animal. A partir de allí el nivel competitivo se elevó y se dieron los primeros intentos de integración y la incorporación de componentes tecnológicos en el montaje de las plantas de alimentos, para de esa manera aumentar la eficiencia de los productores de huevos y pollo.

Acorde con el mandato constitucional y ante la necesidad de un mayor desarrollo y tecnificación de la industria avícola, con la Ley 117 de 1994 se creó el Fondo Nacional Avícola (FONAV), un fondo parafiscal que recibe una cuota de fomento aportada por los mismos productores para programas de investigación y transferencia de tecnología asistencia técnica, sanidad animal, capacitación y estudios económicos. Estos recursos han contribuido a la modernización del sistema productivo avícola, logrando altos niveles de productividad, mejores estándares sanitarios, ambientales y procesos de innovaciones y promoción de los productos avícolas. La Ley 1122 de 2007, en su artículo 34, le da al Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA) funciones de autoridad sanitaria nacional y le otorga: “La competencia exclusiva de inspección, vigilancia y control de la producción y procesamiento de alimentos, de las plantas de beneficio de animales así mismo como del transporte asociado a estas actividades”

Para una mayor integración económica nacional con el mercado exterior es

necesario eliminar o reducir las barreras que como las sanitarias impidan el libre comercio. Para esto, la Ley 1255 de 2008 declaró de interés social nacional y como prioridad sanitaria la creación de un programa que preserve el estado sanitario del país libre de influenza aviar, así como el control y erradicación de la enfermedad del Newcastle en el territorio nacional.

El anterior marco normativo es una carta de ruta para lograr la calidad, sostenibilidad y competitividad de la industria avícola. La normatividad vigente permite que se le dé un uso eficiente al sector avícola las instituciones involucradas en el control sanitario, pero se presentan algunas dificultades con las entidades como el ICA e INVIMA, no tienen la capacidad operativa para el desarrollo e implementación de sus programas, así como para una mayor integración de trabajo entre los entes oficiales y el sector privado. Además, la Comisión Nacional Avícola no ha sido activada y el ICA no tiene quien supervise su gestión de control y erradicación de las enfermedades.

Entorno jurídico

La empresa cría y comercialización de pollos semi-criollos, será creada bajo la figura de “S.A.S” Sociedad por Acciones Simplificadas y sus requisitos son los siguientes:

Definición de Sociedad Por Acciones Simplificadas:

“La Ley 1258 de 2008 de Sociedades por Acciones Simplificadas SAS, introduce un tipo social híbrido, con autonomía, tipicidad definida y con una regulación vinculada al régimen general de las sociedades.

Este nuevo tipo de sociedad brinda las ventajas de las sociedades anónimas y les permite diseñar mecanismos de direccionamiento de sus empresas de acuerdo a las necesidades. 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.

Personalidad jurídica. - La sociedad por acciones simplificada, una vez inscrita en el Registro Mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.

Naturaleza. - La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se regirá por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.

Imposibilidad de negociar valores en el mercado público. - Las acciones y los demás valores que emita la sociedad por acciones simplificada no podrán inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisores ni negociarse

En bolsa (Ley 1258 de 2008, la sociedad por acciones simplificada)

- Inscripción del Registro Único Tributario.
- Elaboración documentos de constitución
- Registro en Cámara de Comercio
- Solicitud de concepto sanitario y de Bomberos.

El funcionamiento de la empresa estará regido de conformidad con las disposiciones y normas establecidas por el Ministerio de Salud para el funcionamiento.

Tabla 4 Variables análisis entorno Legal/Jurídico

ENTORNO LEGAL/JURIDCO Variables	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
1. Ley 590 del 2000 la cual tiene por objeto promover el desarrollo	X						X		
2. Artículo 65 estipula de la constitucion politica estipyla "La producción de alimentos gozará de especial protección del Estado"	X						X		
3. Decreto 1206, Resolución 135 y Decreto 843, el Ministerio de Agricultura reglamentó el control y calidad de la producción avícola y la industria de concentrados para la alimentación animal.			X				X		
4. la Ley 117 de 1994 se creó el Fondo Nacional Avícola (FONAV), el cual presta asistencia tecnica y sanitaria	X						X		
5. La Ley 1122 de 2007, en su artículo 34, le da al Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA) funciones de autoridad sanitaria nacional.	X						X		
6. la Ley 1255 de 2008 declaró de interés social nacional y como prioridad sanitaria la creación de un programa que preserve el estado sanitario del país libre de influenza aviar	X						X		
7. La Ley 1258 de 2008 de Sociedades por Acciones Simplificadas SAS, una regulación vinculada al régimen general de las sociedades.	X						X		

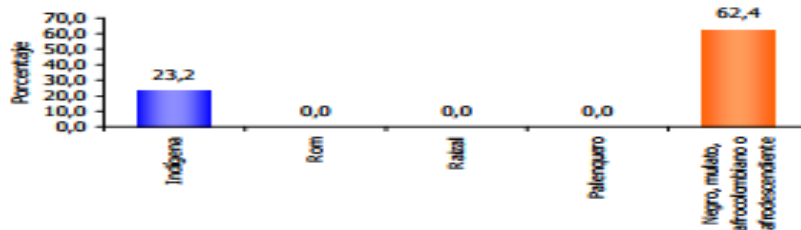
Fuente: autores

6.5 ENTORNO SOCIOCULTURAL

El municipio de Caloto Cauca por su ubicación geográfica desde los tiempos de la colonización fue utilizado como un sitio de descanso por los españoles, que pasaban grandes cargamentos de esclavos para las haciendas del entonces. Situación que era aprovechada por algunos esclavos que se volaban formando colonias de afros, al partir los militares también quedaron en la región los mestizos hijos de españoles e indígenas forman las tres culturas étnicas que han circundado este municipio lleno de riqueza cultural contribuyendo a la creación de usos y costumbres particulares de cada cultura.

Figura: 9 Pertenencia étnica

Pertenencia étnica



Fuente: DANE 2005

El 62,4% de la población que reside en caloto cauca es afro descendiente y el 23,2 es de procedencia indígena datos Dane 2005

Vivienda

La Vivienda y Habitabilidad del Municipio avanza a través de la Oficina de Planeación Municipal promoviendo Programas y Proyectos enfocados a disminuir el Déficit Cuantitativo y Cualitativo de Vivienda. La alcaldía municipal para solucionar lo anterior se ha presentado ante el Gobierno Nacional a través de la convocatoria de Banco Agrario, 4 proyectos de Vivienda para un total de 187 posibles Beneficiarios, de los cuales a hoy se encuentran aprobados 2 proyectos correspondientes a 87 familias del Municipio, beneficiando a familias de la Zona Plana, Indígena y Campesina del Municipio.

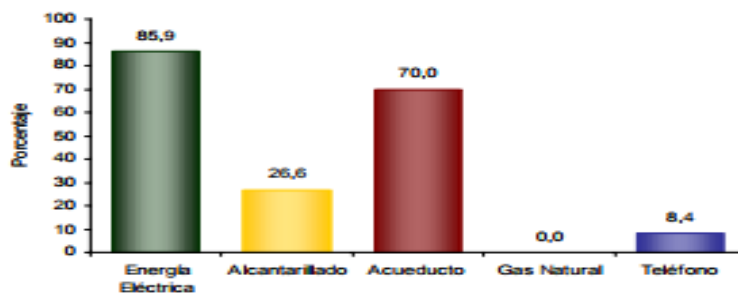
Agua potable y saneamiento básico: La Constitución Política de Colombia establece como uno de los fines principales de la actividad del Estado, la solución de las necesidades básicas insatisfechas, entre las que está el acceso al servicio de agua potable, que es fundamental para la vida humana.

El servicio de agua potable se presta en la cabecera municipal a través de la Empresa de Servicios Públicos EMPOCALOTO. hoy ofrece coberturas superiores al 98,5 %, mediante sus planes de rehabilitación y ampliación de coberturas, como el reciente proyecto de la Construcción de la Planta de Potabilización de Morales, que beneficiará no solo a la comunidad de Morales,

si no, a las familias del Barrio los tanques, logrando una cobertura Municipal del 100 %.

La población se encuentra principalmente en terreno plano con pendiente moderada, la red de alcantarillado está dirigida hacia los sectores bajos, descargando los desechos líquidos en el río chiquito y en el río Grande. De acuerdo a sus estructuras, está comprendido por 108 colectores y 2 aliviaderos en estado regular. Gran parte del alcantarillado es del año 1985. Pero, aunque su vida útil ha terminado, en el presente están funcionando correctamente.

Figura: 10 Servicios con los que cuenta la vivienda



Fuente: DANE 2005

En caloto cauca el 85,9% de las viviendas tiene conexión a energía eléctrica, el 70.0% cuenta con el servicio de acueducto y un 26.6% con alcantarillado. Mientras que solo el 8,4% tiene teléfono y un 0,0% gas natural. Para lo anterior el ministerio de vivienda Min Vivienda DANE 2005 (Departamento administrativo nacional estadístico, censo caloto)

Salud

Para la actual administración la salud se constituye en uno de los pilares de su gestión y las acciones en este sector están enmarcadas desde el componente municipio saludable, que para el gobierno actual se entiende como “un lugar donde autoridades, instituciones, organizaciones y ciudadanos unen esfuerzos para trabajar en favor de la salud, promoviendo la autonomía, la autogestión y aprovechando las potencialidades locales para emprender procesos de

desarrollo sostenibles, con resultados que contribuyen a mejorar la calidad de vida de los habitantes (Alcaldía de caloto, vivienda)

Educación

El Ministerio de Educación destino una cifra cercana a los 28,9 billones de pesos a la educación pública en los últimos años, de hecho su programa piloto fue ser Pilo Paga, que en su segundo año, logró otorgar 11.000 becas adicionales para los estudiantes con los mejores resultados en las pruebas Saber y con menores recursos.

La alcaldía municipal a través de la UMATA y SENA promueven el desarrollo de programas enfocados al desarrollo rural de la población capacitación y creación de microempresas auto sostenibles y que generen empleo y desarrollo para la población caloteña.

Figura: 11 Variables análisis entorno sociocultural

ENTORNO SOCIOCULTURAL Variables	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
1. Deficit vivienda en el departamento es de 14,8% y en la region es de 13%				X			X		
2. el sanamiento basico de acueducto es del municipio es del 98,5%	X						X		
3. La salud es uno de los pilares fundamentales de gestion del municipio.	X						X		
4. En el municipio el 85,9% tiene conexión electrica, el 70.0% acueducto y el 26,6% alcantarillado	X						X		
5. Disponibilidad de redes de apoyo locales como la UMATA y el SENA	X						X		

Fuente: autores

6.6 ENTORNO AMBIENTALES

La biodiversidad tiene valor por sí misma y aunque también es importante porque nos proporciona todo lo que necesitamos los seres vivos para existir, provee muchos bienes y servicios ambientales, que abarcan desde la regulación del

clima, del ciclo hidrológico, del régimen de lluvias y de los caudales de agua, hasta la conservación y restauración de los suelos. Como término se refiere a todas las formas de vida existentes, animal, vegetal, genética, etc.; así como también al entorno en el que viven y que le sirven de soporte, tales como ecosistemas y paisajes. Generalmente se habla de tres niveles de biodiversidad: ecosistemas, especies y genes.

Se puede observar una serie de características que son esenciales para el proyecto, la ventaja que tiene Colombia al poseer una alta multiplicidad biológica al tener una amplia riqueza en recursos hídricos que son representativos en la creación de la empresa debido a que se debe cuidar el medio ambiente evitando la contaminación, pero aprovechando los recursos que nos brinda. La avicultura, uno de los sustentos de la economía y la alimentación en Colombia, tiene un gran número de productores en las distintas granjas avícolas comerciales, de autoconsumo y de tipo explotación avícola (Resolución ICA 3283 de 2008), la cual promueve el adecuado manejo de los desechos orgánicos, generados día a día en cada explotación.

La Resolución 957 del Ica implanta, entre otros, que toda granja avícola debe registrarse ante el Instituto; dedicar su producción exclusivamente a una especie de aves e implementar medidas de bioseguridad para obtener la certificación sanitaria como "Granja Avícola Comercial Biosegura".

Normatividad ambiental - la Ley 165 de 1994.

En su ARTÍCULO 1o. refiere conservación de la diversidad biológica, la utilización sostenible de sus componentes y la participación justa y equitativa en los beneficios que se deriven de la utilización de los recursos sujetas a derecho y una transferencia apropiada de las tecnologías pertinentes, así como mediante una financiación adecuada.

La ley 1333 del 21 de julio de 2009 sancionatoria en materia Ambiental para

imponer y ejecutar las medidas preventivas y sancionatorias que necesita el país. La Constitución nacional y los tratados internacionales, la ley y el reglamento, se contemplan sanciones administrativas y medias preventivas, cuya función es evitar la continuación o realización de acciones en contra del medio ambiente.

La empresa aplicara todas las normas sanitarias e higiénicas para el adecuado manejo de los residuos orgánicos en la granja de pollo, y prevenir que la población adquiera alguna enfermedad disminuyendo la contaminación ambiental protegiendo las fuentes hídricas del municipio. En el panorama ecológico es fundamental darle un buen uso a los residuos o desechos que se produzcan en la planta de cría de pollo semi-criollo, para disminuir la contaminación de la zona rural. Implantando la tecnología necesaria para disminuir el impacto en el ambiente.

Tabla 5 Variables análisis entorno ambiental

ENTORNO AMBIENTAL Variables	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
1. Biodiversidad nacional alberga 10% de la biodiversidad del mundo		X						X	
2. Resolución ICA 3283 de 2008, la cual promueve el adecuado manejo de los desechos orgánicos, generados día a día en cada explotación.	X						X		
3. La Resolución 957 del Ica toda granja avícola debe registrarse ante el Instituto; dedicar su producción exclusivamente a una especie de aves e implementar medidas de bioseguridad	X						X		
4. Normatividad ambiental ly 165 de 1994 promueve la conservación biológica.	X						X		
5. Diversidad de fuentes hídricas	X						X		
6. Características topográficas	X						X		
7. Clima	X						X		

Fuente: autores

6.7 ENTORNO TECNOLÓGICO

En el mundo global, la mayoría de países considera fundamental la inversión en

ciencia y tecnología por ser un factor clave para el crecimiento y desarrollo económico y constituirse como uno de los principales promotores de la productividad y competitividad, teniendo en cuenta que el conocimiento científico, ha liderado diferentes innovaciones en beneficio para la sociedad.

En muchos de los países de economías emergentes no se ha logrado aún reconocer la importancia de la ciencia, la tecnología y la innovación y articularla al sector productivo, por lo que se mantiene con muy baja inversión generando brechas en desarrollo, crecimiento y generación de conocimiento que incide en una mayor desigualdad científica, no permite generar valor agregado a sus recursos y soluciones tecnológicas acordes a los requerimientos propios del país y que terminan incidiendo en una baja calidad de vida.

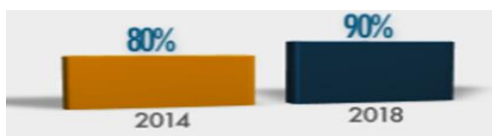
“En el caso de Colombia, se encontró que la inversión en investigación y desarrollo es baja con respecto a los referentes internacionales e incluso regionales: De acuerdo con el Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología (OCyT) en el año 2016 estuvo alrededor del 0.27% del PIB (Portafolio, regalías y la inversión en ciencia y tecnología en Colombia [En línea]) evidenciando que todavía el país se encuentra rezagado en este tipo de inversión, fundamental para la generación de nuevo conocimiento, lo que le que permitiría agregar valor a los recursos del país, mayores exportaciones y cambiar la dependencia tecnológica por una tecnología propia, acorde a los requerimientos nacionales del sector productivo y la sociedad.

La estrategia del Programa En TIC Confío para el periodo 2014-2018 incluye la generación de más de 2.000 contenidos propios de prevención y promoción del uso seguro de Internet.

Con el Plan Vive Digital 2014-2018 se llevará a cabo el programa Revolución a un nuevo nivel. Todos los colombianos podrán ser Revolucionarios inspirando a la comunidad en el uso de Internet. La estrategia del Programa Revolución incluye vincular 604.000 Revolucionarios, así como a alrededor de 7.020 Instituciones Educativas en todo el país (Ministerio de gobierno) El crecimiento

del servicio de Internet que definirá la Comisión de Regulación de Comunicaciones. Para lograr esto, se revisarán las condiciones de calidad en materia de velocidad de Internet y el desarrollo y uso de nuevas tecnologías de acceso. Con esto, y las iniciativas complementarias para promover el acceso a los servicios, planteamos como meta que el porcentaje de colombianos que utilizan Internet aumente de 80% a 90% (Ministerio de gobierno)

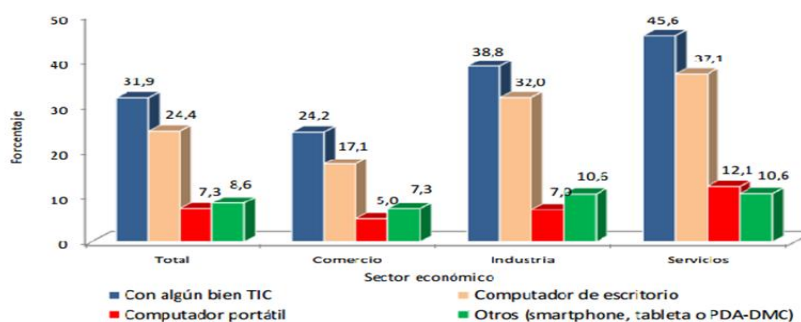
Figura: 12 colombianos que utilizan internet.



Fuente: vive digital metas servicio de internet.

En total, Cauca contará con 16 Zonas WiFi Gratis para la Gente. Las otras ciudades beneficiadas serán Popayán, Bolívar, Caloto, Corinto, El Tambo, Miranda, Morales, Timbío y Villa Rica Con el espacio de conexión gratuita de Santander de Quilichao, Min TIC completa 159 Zonas Wifi Gratis inauguradas en diferentes regiones del país. A diferentes mercados (Ministerio de gobierno)

Figura: 13 Proporción de micro establecimiento según las Tic (Ministerio de gobierno)



Fuente: DANE – Encuesta de Micro establecimientos módulo TIC 2016.

La Gobernación del departamento del Cauca, viene liderando el proyecto denominado Fortalecimiento de las capacidades de las empresas de base tecnológica para competir en un mercado global, ejecutado por la Corporación

Clúster CreaTic, el cual cuenta con una inversión cercana a los 16 mil millones de pesos, contemplando el accionar en 4 grandes frentes: Formación de Talento Humano, Incubación de Empresas, Aceleración y consolidación de un clúster en el sector TIC (Opinion Publica)

Las actuales políticas que ha optado el gobierno en la parte tecnológica como es Vive Digital, busca generar un avance significativo en cuanto a la conectividad del internet, lo que permiten ver esta variable como una oportunidad latente para el país, en innovación y desarrollo tecnológico en el uso de las TIC, y trae como beneficios significativos que busca la facilidad del desarrollo de los sectores de servicios, favoreciendo la adquisición de equipos, herramientas para el avance del proyecto.

Tabla 6 Variables análisis entorno tecnológico

ENTORNO TECNOLÓGICO Variables	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
1. En Colombiano en Ciencia y Tecnología en el año 2016 estuvo alrededor del 0.27% del PIB				X				X	
2. Plan vive Digital 2014-2018	X						X		
3. Zona Wifi para la comunidad	X						X		
4. Proporción de micro establecimiento	X						X		

Fuente: elaboración propia

6.7.1 MATRIZ DE SELECCIÓN DE LAS VARIABLES DEL ENTORNO

Tabla 7 Análisis del entorno

ENTORNO SOCIODEMOGRAFICO	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
Varibles	A	M	B	A	M	B	A	M	B
1. Mejoramiento de la calidad de vida para la población en el año 2016 según encuesta Dane	X			X			X		
2. Incremento demografico en la población economicamente activa correspondiente a 11.153 personas entre las edades de 15 a 59 años		X						X	
3. Ubicación geografica población para el año 2020 53% zona urbana y 47% zona rural			X						X
3. Tasa de desempleo en las 13 ciudades y áreas metropolitanas se ubico en 13,4%				X			X		
ENTORNO ECONÓMICO	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
Varibles	A	M	B	A	M	B	A	M	B
1. Crecimiento de la economía para el primer trimestre año 2017 fue de 1.1% inferior al año 2016 de 2.7%				X			X		
2. Disminucion de la tasa de interes al 0.25%	X						X		
3. Índice del precio del consumidor IPC. La variación mensual en febrero de 2017 fue de 1.01%				X			X		
4. Índice de precio al productor IPP en marzo 2016 y febrero 2017 tiene una variación de 1.65%			X				X		
5. Salario mínimo legal vigente 2017 es de \$ 737.717 pesos		X						X	
6. El crecimiento económico mundial se repunte hasta el 1.8% en el	X						X		
ENTORNO POLÍTICO	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
Varibles	A	M	B	A	M	B	A	M	B
1. Ubicación geografica del departamento del Cauca	X						X		
2. Proceso de paz	X						X		
3. Plan nacional de desarrollo PND		X					X		
ENTORNO LEGAL/JURIDICO	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
Varibles	A	M	B	A	M	B	A	M	B
1. Ley 590 del 2000 la cual tiene por objeto promover el desarrollo	X						X		
2. Artículo 65 estipula de la constitución política estipula "La producción de alimentos gozará de especial protección del Estado"	X						X		
3. Decreto 1206, Resolución 135 y Decreto 843, el Ministerio de Agricultura reglamentó el control y calidad de la producción avícola y la industria de concentrados para la alimentación animal.			X				X		
4. la Ley 117 de 1994 se creó el Fondo Nacional Avícola (FONAV), el cual presta asistencia técnica y sanitaria	X						X		
5. La Ley 1122 de 2007, en su artículo 34, le da al Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA) funciones de autoridad sanitaria nacional.	X						X		
6. la Ley 1255 de 2008 declaró de interés social nacional y como prioridad sanitaria la creación de un programa que preserve el estado sanitario del país libre de influenza aviar	X						X		
7. La Ley 1258 de 2008 de Sociedades por Acciones Simplificadas SAS, una regulación vinculada al régimen general de las sociedades.	X						X		
ENTORNO SOCIOCULTURAL	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
Varibles	A	M	B	A	M	B	A	M	B
1. Deficit vivienda en el departamento es de 14,8% y en la región es de 13%				X			X		
2. el saneamiento básico de acueducto es del municipio es del 98,5%	X						X		
3. La salud es uno de los pilares fundamentales de gestión del municipio.	X						X		
4. En el municipio el 85,9% tiene conexión eléctrica, el 70,0% acueducto y el 26,6% alcantarillado	X						X		
5. Disponibilidad de redes de apoyo locales como la UMATA y el SENA	X						X		
ENTORNO AMBIENTAL	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
Varibles	A	M	B	A	M	B	A	M	B
1. Biodiversidad nacional alberga 10% de la biodiversidad del mundo		X						X	
2. Resolución ICA 3283 de 2008, la cual promueve el adecuado manejo de los desechos orgánicos, generados día a día en cada explotación.	X						X		
3. La Resolución 957 del Ica toda granja avícola debe registrarse ante el Instituto; dedicar su producción exclusivamente a una especie de aves e implementar medidas de bioseguridad	X						X		
4. Normatividad ambiental Ley 165 de 1994 promueve la conservación biológica.	X						X		
5. Diversidad de fuentes hídricas	X						X		
6. Características topográficas	X						X		
7. Clima	X						X		
ENTORNO TECNOLÓGICO	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
Varibles	A	M	B	A	M	B	A	M	B
1. En Colombiano en Ciencia y Tecnología en el año 2016 estuvo alrededor del 0,27% del PIB				X				X	
2. Plan Vive Digital 2014-2018	X						X		
3. Zona Wifi para la comunidad	X						X		
4. Proporción de micro establecimiento	X						X		

Fuente: elaboración propia

6.8 FUERZAS DE MICHAEL PORTER

Según para Benjamín Betancourt (Betancourt, Análisis sectorial y competitividad., 2014, pág. 141) los factores que establecen el orden competitivo del sector, apuntan a una visión estratégica, donde todo esto se transfiere a divisar las oportunidades y amenazas latentes. Es importante analizar sigilosamente las distintas amenazas y oportunidades que puedan surgir de los distintos sectores, desde el punto de vista de diferentes autores en la disposición de hallar la información necesaria para así establecer y valorar la gestión de las distintas empresas del deporte, se podría evidenciar el desplegar un sinnúmero de estrategia a nuestro lado, y adquirir asimismo una visión comparativa exclusiva y exitosa en el mercado. Este se encuentra conformado por una serie de pautas que buscan una armonización del sector.

El Modelo de las cinco fuerzas competitivas (Porter, 1985) establece una metodología de estudio para indagar frente a las oportunidades y amenazas que surgen de los sectores que serán analizados. Este modelo propone que el nivel de competencia y la ventaja de la industria está establecido por: la fuerza de la emulación entre los contrincantes existentes, las amenazas y suma de distintos competidores, el dominio negociador de los proveedores y la influencia negociador de los compradores, y la coacción de los servicios sustitutos presumen los puntos esenciales sobre los que la organización debe plasmar el estudio del sector.

Figura: 14 Las cinco fuerzas de Michael Porter.



Fuente: Internet

Los competidores potenciales

Una Compañía puede llegar a ser competencia de otra, si satisface las mismas necesidades que satisfacen los productos de la ya existente en el mercado. Como es evidente las empresas que entran en el mercado incrementan la capacidad productiva. Adquiriendo y aportando estrategias que eliminan sus barreras de entrada como economías de escala, bajos costos, diferenciación del producto, minimizando sus riesgos y adquiriendo fuerza en el mercado.

Pollos Bucanero Nació en el año de 1986 en el municipio de Candelaria, resultado del emprendimiento de Néstor Cortés, un arriero paisa que tuvo la visión de producir alimentos de calidad para miles de familias del Suroccidente colombiano.

Es una compañía productora y comercializadora de alimentos nutritivos y de alta calidad, con valor agregado, que contribuye al bienestar de las familias Colombianas; hoy posicionada en el mercado y en la industria avícola con un modelo de negocio verticalizado que integra todos sus procesos misionales: Granjas Reproductoras, Granjas de Levante, Planta de Incubación, Planta de Harinas, Planta de Alimento Balanceado, Planta de Valor Agregado y Planta de Beneficio que conforman su cadena productiva; basado en estrategias de desarrollo, innovación, tecnología, mejoramiento continuo, apuntando a entender al consumidor y fidelizando clientes, a través de un producto 100% natural y no marinado, un Pollo de Verdad; con grandes objetivos: expansión nacional,

sostenibilidad de largo plazo, posicionamiento de marca, generación de empleo a más de 4800 personas y mayor calidad en producto y servicio.

Pollos Bucanero es hoy una de las empresas referentes del sector avícola, con una gran infraestructura tecnológica para elevar sus procesos y convertirse en una compañía de categoría mundial haciendo frente a la globalización de la economía.

Figura: 15 Imagen logotipo de pollo bucanero



Fuente. <https://m.elpais.com.co/500-empresas/directorio/pollos-bucanero.html>

Competidores existentes

“Al analizar a los competidores existentes de una industria o sector podemos ver el grado de rivalidad que la misma tiene, ya que estos rivales actuales son contra quienes nos vamos a enfrentar y competiremos para lograr nuestro más preciado objetivo, ganar esa participación de mercado que queremos (Producción de Pollo competidores) Si nos queremos diferenciar y lograr una buena ventaja competitiva debemos conocerlos nuestra competencia. Este es el elemento más determinante del modelo de Porter. Es la fuerza con que las empresas promueven acciones, para fortalecer su posicionamiento en el mercado y proteger así su posición competitiva a costa de sus rivales en el sector.

Tabla 7 Competidores existentes

Fuente: elaboración propia

Competidores	Fortalezas	Debilidades
Pollos Bucanero	Reconocimiento de la marca, Producción a gran escala, estructura vertical izada Recursos financieros suficientes	Venta de pollo congelado, Disminución de frescura en la carne, principalmente para restaurantes y comercializadoras
Pollo Pimpollo	Liderazgo en la producción, distribución y comercialización de carnes de pollo, reconocimiento marca	Venta de pollo congelado No tener puntos de venta propios del producto.
Pollo conquistador	Capacidad económica, Fácil acceso a materia prima, Tecnología	No tener puntos de venta propios del producto. Marca poco reconocida producto congelado
Grupo Cenagro Santander	Capacidad económica, Fácil acceso a materia prima, Tecnología	No tener puntos de venta propios del producto. Marca poco reconocida
Pequeños Productores	Innovación, Mejores precios, producto fresco.	Poco acceso a la tecnología, escasos recursos, poca infraestructura

Se debe tener presente que los competidores actuales, poseen un conocimiento más amplio del mercado, su comportamiento y de igual manera gozan de una gran parte del mercado actual. Lo cual afecta la creación de una nueva empresa cría y comercialización de pollo semi-criollo se debe utilizar sus debilidades las cuales utilizaran como oportunidades para impactar en el mercado, estos competidores presentan falencias con referencia a la conservación del producto porque es un pollo congelado lo cual le quita la frescura a la carne, otros grupos de productores no cuentan con puntos propios de venta del producto, además los pequeños productores con cuentas con la infraestructura adecuada, escasos recursos y difícil acceso a la tecnología necesaria para producción.

Economía de escala: Existen empresas (productoras de pollo Bucanero y

pimpollo) que por su tamaño y capacidad económica pueden comprar la materia prima en grandes volúmenes y por lo tanto reducir sus costos, dándoles una ventaja diferenciadora por su flexibilidad del precio al consumidor.

Diferenciación: Es evidente que es más fácil que una empresa grande haga diferenciación de un producto por su alta inversión en investigación, desarrollo y compras de materia prima masivas. La empresa genera valor agregado desde el principio, invierte en investigación y desarrollo está a la vanguardia con las nuevas tendencias y necesidades de los consumidores mejorando su producto.

Poder de negociación de los clientes

La competencia en un sector avícola está determinada en parte por el poder de negociación que tienen los compradores o clientes con las empresas que producen que distribuyen el producto. Los compradores de los productos son quienes cuentan con el poder adquisitivo.

Según proyecciones del DANE para el año 2017 el municipio de Caloto Cauca contara con una población de 17713 habitantes. El cual 26,51% de la población vive en el sector urbano (4,639 personas). Que pertenecen a los estratos 1, 2, 3, posteriormente se promedia por número de familias. El número de personas que conforman una familia en el casco urbano es de 4 personas por hogar, los cuales son la demanda potencial para el proyecto además se estimara por las personas entre las edades 18 a 60 años de edad. Los cuales son los clientes potenciales.

Los clientes potenciales son una oportunidad alta para el proyecto, ya que se observa un alto porcentaje en la población que desea consumir productos saludables y bajos en grasa y esto puede representar en una oportunidad creciente para incorporarse en el mercado.

Poder de Negociación con los Proveedores

Son empresas u organizaciones que suministran de materiales e insumos a la empresa, los cuales son necesarios para la cría, producción y comercialización de pollo semi-criollo, para brindar un producto al mercado.

Por ser una empresa pequeña no cuenta con el suficiente reconocimiento, ni el volumen de compra necesario. Es importante encontrar un proveedor que comercialice todos productos necesarios para la producción de pollo semi-criollo, con el fin de disminuir los intermediarios y los costos de producción.

Tabla 8 Proveedores

Empresa	Beneficio	Ventaja
Almacén el campesino Calle 3 No. 11 - 97 Santander De Quilichao Cauca	Venta de insumos agrícolas y veterinarios. Maquinaria agrícola, ferretería en general, motobombas, eléctricos, tubería pvc, mallas, ollas, molinos, manilas, pulidoras, taladros. Ingeniero agrónomo. Servicio médico veterinario, recría de pollos, gallinas ponedoras.	Ofrece descuentos en compras grandes además se encuentra todo lo necesario para la producción además presta g del servicio de transporte
Papelería Atenas Cl 3 10-59, Santander de Quilichao	Variedad de productos en papelería	Ofrece descuentos en compras al por mayor
Crearte agencia publicitaria Calle 2 Sur No 8-13, Santander de Quilichao	Soluciones prácticas, innovadoras, creativas y efectivas en comunicación y publicidad.	Brinda asesoría gratuita realiza análisis del producto en el mercado, competencia y clientes. Para determinar los servicios efectivos para los clientes.
Servioplásticos Cl 5 11-18 Santander De Quilichao	Artículos plásticos, bolsas plásticas, desechables e icopor	Ofrece productos de excelente calidad a buenos precios

Fuente: elaboración propia.

Amenaza de Productos Sustitutos

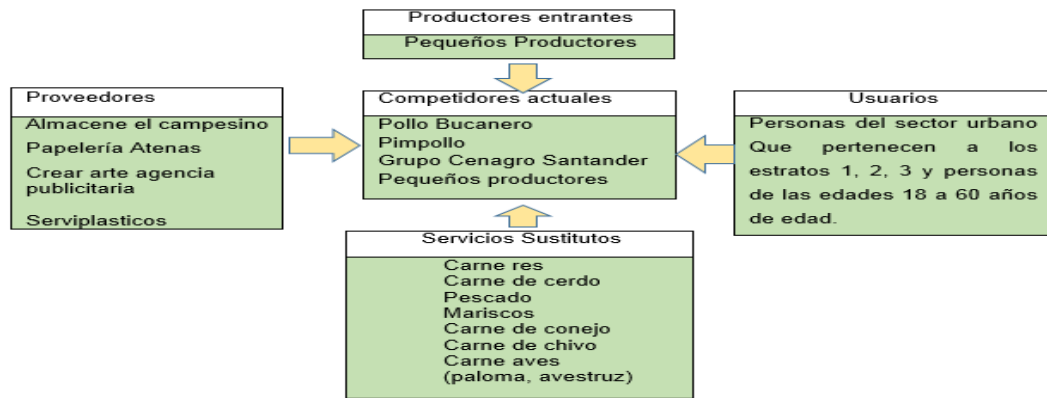
La rivalidad da origen a manipular su posición utilizando tácticas como competencia en precios, batallas publicitarias, al momento de introducción de nuevos productos. Entre los productos sustitutos tenemos:

- Carne res
- Carne de cerdo
- Pescado
- mariscos
- Carne de conejo
- Carne de chivo
- Carne aves (paloma, avestruz)

Algunos de los competidores amenazados sienten la presión u oportunidad de mejorar la posición. La Granja G y M puede verse amenazada por el crecimiento del mercado de granjas de pollo en el municipio. De igual forma, la tendencia de la alimentación saludable ha hecho que las personas incluyan este tipo de producto en su dieta.

Una estrategia fundamental en la cual se basa la empresa es la de aumentar la calidad en la cría del pollo semi-criollo para que sea bajo en grasa. Logrando una mayor satisfacción del cliente. Se debe ofrecer un producto natural el cual se cría con una alimentación alternativa la cual permite aumentar el grado nutricional lo cual le da características a al producto disminuyendo grasa y siendo más saludable.

Figura: 16 Aplicación de Las cinco Fuerzas de Michael Porter.



Fuente: Matriz adaptada de: Modelo de las Cinco Fuerzas de Michael Porter 1980; “Análisis sectorial y competitividad” / Benjamín Betancourt; ECOE Ediciones, 2014.

6.9 ENTORNO INTERNO-PCI

“El análisis del perfil de capacidad interna es un medio para evaluar las fortalezas y debilidades de la organización en relación con las oportunidades y amenazas que le presenta el medio externo. Es una manera de hacer diagnóstico estratégico a una empresa e involucrando todos los factores que afectan su operación corporativa (Análisis interno. P C I (Perfil de Capacidad Interna))

Tabla 9 Capacidad Junta directiva

N°	CAPACIDAD DIRECTIVA	FORTALEZA			DEBILIDAD			IMPACTO			OBSERVACION
		A	M	B	A	M	B	A	M	B	
1	Uso de planes estrategicos				X			X			Determinar los factores de éxito de la organización y definir los objetivos de negocio para influir en la planeación y reconocer los factores distintivos de la organización
2	Velocidad de respuesta de las condicones cambiantes				X			X			De acuerdo con el entorno se detectan las condiciones cambiantes a tiempo podra facilitar o beneficiar el desarrollo de la organización
3	Flexibilidad en la estructura organizacional			X					X		La organización sera capaz de modificar sus recurso y actividades para lograr el objetivo, de forma rapida y eficiente ante los cambios del entorno
4	Gestión empresarial - Aliados		X					X			los aliados son muy importantes para la empresa para incursionar en nuevos negocios
5	Habilidad para responder a la tecnologia cambiante				X			X			Las diferentes tecnologias que se crean para mejorar los tiempos de produccion hacen eficiente los proceso, pero son costosas para la empresa.
6	Habilidad para enfrentar la competencia				X				X		habilidad para adaptarse en respuesta al entorno o las necesidades de la situación
7	Herramienta para la toma de decisiones			X					X		Se debe utilizar las herramientas necesarias para tomar decisiones acertadas que no afecten la empresa de forma financiera o contable

Fuente: elaboración propia

Tabla 10 Calificación Capacidad Competitiva

N°	CAPACIDAD COMPETITIVA	FORTALEZA			DEBILIDAD			IMPACTO			OBSERVACIONES
		A	M	B	A	M	B	A	M	B	
1	Fuerza del producto, calidad y exclusividad	X						X			Producto diferenciador en calidad y aporte nutricional, ademas de ser fresco sin congelacion
2	Lealtad y satisfacción del cliente					X		X			la lealtad del cliente al preferir el producto, cuando se evidencie la calidad de obtendra la satisfacción cliente
3	Participación del mercado			X				X			Se un pequeño productor de pollo semi-crillo fresco y saludable
4	Bajos costos de distribución y ventas			X				X			La capacidad financiera no se esta aprovechando para generar bajos costos de distribucion y ventas
5	Uso del ciclo de vida del producto		X						X		Los cambios tecnologicos y los deseos y gustos de la gente permiten compras recurrentes de mediano plazo
6	Inversion en I & D para el desarrollo de nuevos servicios						X			X	Los mejoramientos en procesos, productos se pueden implentar con actividades I & D
7	Fortaleza del proveedor y disponibilidad del mercancia		X					X			Existen buenas relaciones comerciales con el proveedor
8	Concentracion de consumidores(Nichos de mercado)		X						X		Los conocimientos en el desarrollo de nichos de mercado
9	programa de posventas					X		X			Ausencia de actividades de postventa

Fuente: elaboración propia.

Tabla 11 Calificación Capacidad de Talento Humano

N°	CAPACIDAD T HUMANO	FORTALEZA			DEBILIDAD			IMPACTO			OBSERVACIONES
		A	M	B	A	M	B	A	M	B	
1	Nivel académico del talento humano			X				X			Se cuenta con personal capacitado
3	Estabilidad laboral				X			X			Buen grado de confianza de los colaboradores por el buen desempeño que realizan
4	Nivel de ausentismo		X						X		No se presenta con frecuencia
5	Sentido de pertenencia			X				X			Existe aunque no en un nivel óptimo y la carencia o disminución del mismo puede incidir con un alto impacto para la organización
6	Nivel de motivación					X		X			Se percibe carencia motivacional y esto incide en todo el funcionamiento y productividad de la organización
7	Nivel de remuneración						X			X	Va acorde con todo lo de Ley y a la par con empresas similares del entorno
8	Nivel de accidentalidad						X			X	se hará una ruta de atención para posible riesgos que se puedan presentar
9	Indicadores de desempeño				X				X		Se hace necesario la implementación de un proceso de evaluación de desempeño para corregir las fallas y mejorar sistema de producción

Fuente: elaboración propia.

Tabla 12 Calificación Capacidad Financiera.

N°	CAPACIDAD FINANCIERA	FORTALEZA			DEBILIDAD			IMPACTO			OBSERVACIONES
		A	M	B	A	M	B	A	M	B	
1	Acceso a capital cuando lo requiere				X			X			No se tiene capital de reserva disponible
2	Grado de utilización de la capacidad de endeudamiento				X			X			El endeudamiento se presenta desde el principio por la utilización del crédito
3	Nivel de rentabilidad				X			X			La rentabilidad se da en la medida que se cumpla con el punto de equilibrio
4	Retorno de la inversión				X			X			el retorno de la inversión está sujeto a las ventas efectivas y no pérdidas de por muerte de producto
6	Comunicación y control financiero				X			X			se pretende manejar una buena comunicación y control de la actividad productiva pero depende de algunos factores externos
7	Habilidad para competir en precios					X			X		los precios no son muy competitivos debido que es un producto fresco de calidad lo cual hace que se eleve el costo
8	Capacidad para satisfacer la demanda					X		X			la demanda es superior a la producción
9	Estabilidad de los costos					X			X		se establece con costo superior al de la competencia
10	Capacidad de liquidez				X			X			No se cuenta inicialmente con liquidez suficiente

Fuente: elaboración propia.

6.9.1 MATRIZ DE SELECCIÓN DE VARIABLES DEL ENTORNO EXTERNO E INTERNO

Tabla 13 Matriz de variables del entorno externo e interno

OPORTUNIDADES	Peso%	De 1 a 5	Valor
Incremento demográfico en la población con capacidad de compra.	2,5%	5	0,13
Mejoramiento de la calidad de vida para la población en el año 2016 según encuesta Dane	2%	4	0,08
Incremento demográfico en la población económicamente activa correspondiente a 11.153 personas entre las edades de 15 a 59 años	2,5%	5	0,13
Ubicación geográfica población para el año 2020 53% zona urbana y 47% zona rural	2,5%	3	0,08
Disminución de la tasa de interés al 0.25%	2%	4	0,08
Salario mínimo legal vigente 2017 es de \$ 737.717 pesos	1%	3	0,03
El crecimiento económico mundial se repunte hasta el 1.8% en el 2017	2,5%	4	0,10
Ubicación geográfica del departamento del cauca	2%	3	0,06
Proceso de paz	2%	4	0,08
Ley 590 del 2000 la cual tiene por objeto promover el desarrollo integral de las micro pequeñas y medianas empresas.	2,5%	3	0,06
Disponibilidad de redes de apoyo locales como la UMATA y el SENA	2%	4	0,08
Plan vive Digital 2014-2018	1%	3	0,03
Proporción de micro establecimiento	1%	2	0,02
AMENAZAS			0,00
Tasa de desempleo en las 13 ciudades y áreas metropolitanas se ubicó en 13,4%	1,5%	4	0,06
Crecimiento de la economía para el primer trimestre año 2017 fue de 1.1% inferior al año 2016 de 2.7%	2%	5	0,10
Indicé del precio del consumidor IPC. La variación mensual en febrero de 2017 fue de 1.01%	1%	3	0,03
Déficit vivienda en el departamento es de 14,8% y en la región es de 13%	1,5%	2	0,03

En Colombiano en Ciencia y Tecnología en el año 2016 estuvo alrededor del 0.27% del PIB	2%	3	0,06
FORTALEZAS		De 1 a 5	
Flexibilidad en la estructura organizacional	2%	3	0,06
Gestión empresarial – Aliados	2,5%	4	0,10
Herramienta para la toma de decisiones	1%	3	0,03
Habilidad técnica y comercial	1%	2	0,02
Capacidad de innovación	1,5%	2	0,03
Nivel de tecnología utilizada en el servicio	2%	3	0,06
Economía de escala	2,5%	5	0,13
Aplicación de tecnología de computadores	1%	3	0,03
Nivel de integración de otras áreas	1%	2	0,02
Flexibilidad en la comercialización	2%	3	0,06
Fuerza del producto, calidad y exclusividad	3%	5	0,13
Participación del mercado	2%	3	0,06
Fortaleza del proveedor y disponibilidad del mercancía	2%	4	0,08
Concentración de consumidores(Nichos de mercado)	2%	2	0,04
Nivel académico del talento humano	2%	4	0,08
Nivel de ausentismo	2,5%	4	0,10
Sentido de pertenencia	2%	4	0,08
DEBILIDADES			
Uso de planes estratégicos	2,5%	5	0,13
Velocidad de respuesta de las condiciones cambiantes	2%	4	0,08
Habilidad para responder a la tecnología cambiante	2,5%	3	0,08
Habilidad para enfrentar la competencia	2%	5	0,10
Efectividad del servicio y tiempo de entrega	2%	3	0,06
Intensidad de la mano de obra en la comercialización	2%	4	0,08
programa de posventas	2,0%	4	0,08
Estabilidad laboral	2%	4	0,08
Nivel de motivación	2%	3	0,06
Nivel de remuneración	2%	4	0,08
Nivel de accidentalidad	2%	4	0,08
Índices de desempeño	2%	4	0,08
Habilidad para competir en precios	2,5%	4	0,10
Capacidad para satisfacer la demanda	2%	3	0,06
Estabilidad de los costos	2,5%	4	0,10
Capacidad de liquidez	2,5%	4	0,10

Fuente: elaboración propia.

Para la realización de las valoraciones anteriores de las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades se determinó la siguiente calificación.

CALIFICACIÓN

- 1 - Ningún impacto
- 2 - Poco impacto
- 3 - Mediano impacto
- 4 – Impacto
- 5 - Mucho impacto

7 ANALISIS DEL MERCADO

7.1 ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA

Los principales países productores de pollo son: USA, China, Brasil y México. Colombia se posiciona como la tercera industria avícola en Latinoamérica, entre 20 países detrás de Brasil y México - (Brasil 4.700 millones, México 1.600 millones y Colombia 535 millones).

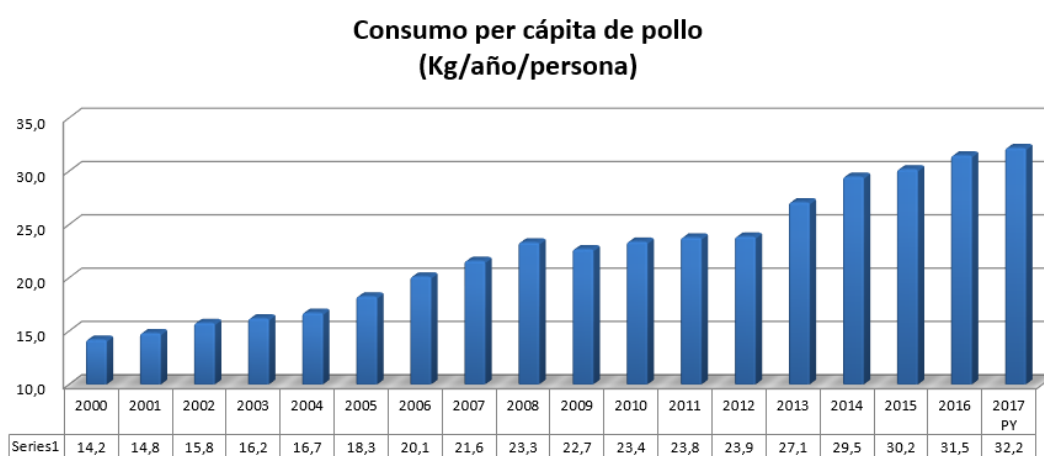
La producción mundial de carne de pollo bien podría superar los 100 millones de toneladas en 2016, de las cuales América probablemente contribuya con unos 44.3 millones de toneladas, el total global estimado para este año de unos 99 millones de toneladas se compara con la cifra real de 96.3 millones de toneladas del año 2013. Mientras que América con seguridad es la mayor región productora, al comparar lo estimado para 2015 con diez años antes, revela que su participación en el total mundial realmente ha disminuido de 46.5 por ciento a alrededor de 43.8 por ciento.

Esto se debe a que la tasa de crecimiento en esta región habría tenido un promedio menor de 3 por ciento durante la década, en comparación con 4 por ciento o más en las otras principales regiones productoras y un promedio mundial de 3.5 por ciento.

Análisis del sector avícola en Colombia

El sector avícola ha venido evolucionando de manera favorable en los últimos años, lo que le ha permitido consolidarse dentro de la estructura actual de la economía colombiana. A comienzos de los años sesenta, este negocio pasó de ser una actividad eminentemente artesanal a una actividad con características industriales. Con el transcurso de los años las empresas avícolas invirtieron grandes capitales en la modernización de las plantas de producción; así consiguieron que sus productos adquirieran valor y fueran más competitivos en el mercado colombiano de las carnes, lograron también que los costos bajaran significativamente y con ellos los precios. La carne de pollo fue ganándole terreno a la bovina, que era la más consumida por los colombianos, hasta el punto de que hoy en día es mayor el consumo per cápita de productos avícolas que de productos derivados de los bovinos.

Figura: 17 Consumo per cápita de pollo



Fuente: <https://revistaalimentos.com/noticias/consumo-per-capita-pollo-en-colombia>

A pesar de las dificultades económicas que tuvo el país durante el 2016, el impacto del dólar, la industria avícola creció 4.4%. Durante el primer semestre del año 2017, la producción del sector avícola creció 4,9% en relación con el mismo periodo de 2016. Las proyecciones para el 2017 son un crecimiento del 5,6%. El sector avícola nacional apunta en 2017 a mover negocios por 17,5 billones de pesos, medio billón más que en 2016, al sumar encadenamientos

que se generan por empaques, transporte, medicamentos, alimento, comercialización, entre otros rubros.

“En los seis primeros meses del año la producción de pollo y huevo fue de 1'158.496 toneladas, 53.729 más que en 2016 el cual fue de 1'104.768” afirmó presidente ejecutivo de Fenavi y agregó que “lo anterior representa un aumento en la producción de sectorial de 4.9%”, el mismo resultado obtenido en el primer semestre de 2016 (Federación Nacional de Avicultores FENAVI, el sector avícola)

El sector avícola ofrece oportunidades de producción que contemplan varias alternativas: Las aves, los huevos y las carnes frías como producto alterno; sus ventas desde Colombia se orientan hacia mercados ubicados en la región Andina, siendo nuestro país el principal productor y comercializador de estos productos. Existe en el mercado, una alta competencia por parte de los Estados Unidos y Brasil quienes observan una menor estructura de costos, motivo por el cual les permite ofertar sus productos al exigente mercado internacional en condiciones más favorables.

La industria avícola es uno de los sectores más importantes del país, ocupa el segundo lugar entre las principales actividades de la economía agropecuaria nacional, aumentado de manera significativa en los últimos años. La producción avícola genera más de 350 mil empleos directos en 535 municipios con 5.600 granjas. Además, existe un potencial de crecimiento para el sector derivado en el mercado interno, el resultante de la apertura de nuevos mercados en el exterior y los avances logrados en materia de productividad. Al respecto, tanto la carne de pollo como el huevo, siguen siendo fundamentales en la cadena alimenticia de los colombianos y su consumo está marcado por la calidad de los productos como por su precio asequible.

7.2 ANALISIS DEL MERCADO

El análisis del mercado trata de comprobar el área que ocupa un bien o un servicio en un mercado determinado. Por las necesidades que tienen los clientes actuales y potenciales de un servicio o producto en un área establecida. Es por ello que la investigación, consiste en la búsqueda del mercado mediante la realización encuesta, lo que permite identificar la comprensión del éxito o el fracaso de la creación de una empresa de cría y comercialización de pollo semi-criollo.

La producción en el ámbito avícola esta direccionada Por razones de índole geográfica (cercanía a los puertos y fronteras) ha ido resultando favorable, por varias razones, para algunas empresas y zonas. Además, muchos avicultores y empresas optan por estrategias de desarrollo (capitalización, comercialización, integración, renovación y tecnológica) que resultan favorables en la consolidación de unas, en la desaparición de otras y en el afianzamiento de unas regiones. Y todo debido a la necesidad de aumentar las condiciones de competitividad de cada empresa dentro del mercado nacional o regional, dando lugar incluso a pugnas al interior de los entes corporativos que los agrupa.

Avicultura para pollos de engorde - carne de pollo

En Colombia se encasetan en promedio 30 millones de pollitos al mes, para obtener una producción anual promedia de 600.000 Tm de pollo, para un consumo per cápita de 15 Kg/Hab. La participación regional en la producción de pollo la lidera la Zona Central del país.

Esta producción de pollo se dirige en especial hacia Bogotá, Medellín, Cali y ciudades de la Costa Atlántica. A diferencia del pasado, cuando se compraba un pollo entero, los patrones de consumo han cambiado, por cuanto ahora los clientes demandan el pollo en presas, especialmente pierna, pernil y alas, preferiblemente empacadas en bandejas.

La mayoría de las granjas de reproducción-incubación, de engorde, de ponedoras y las plantas de beneficio existentes en el país, se encuentran en los

Departamentos de Cundinamarca y Santander, aunque las industrias con mayor productividad y volúmenes diarios se ubican en este último, con producciones diarias superiores a las 50.000 aves. En Cartagena, Medellín, Pereira, Cali y Bogotá hay empresas con producciones que van desde los 15.000 hasta los 35.000 pollos diarios.

Todo esto ha contribuido a que la avicultura se constituya en el sector más dinámico dentro de las actividades pecuarias en las tres últimas décadas. Por ejemplo, “la producción de carne bovina se incrementó a una tasa anual del 1,4%, la porcicultura al 2,1% y la avicultura en 11,6 % para carne de pollo y 7,5% en producción de huevo (Balcázar, Vargas y Orozco, 1998) (Proyecto criadero de aves de corral) A nivel nacional el Cauca ocupa el puesto 16 en producción avícola con un 0.92% de la producción nacional y en producción de pollos de engorde aporta el 1.02%

En la región existen dos grandes empresas productoras y comercializadoras de pollo, Bucanero y Conquistador los cuales son de gran tradición por la venta de este producto congelado. Es de anotar que este tipo de pollo es industrial, el cual va dirigido por su precio y su tamaño especialmente a satisfacer las necesidades de los restaurantes y asaderos, en segundo plano están los pequeños productores de pollo campesino los cuales tienen una baja capacidad de producción por los altos costos de los insumos necesarios.

7.3 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Investigación cuantitativa: representa a aquellos métodos o elementos como variables, relación entre variables y unidad de observación por medio de los cuales se obtiene información cuantitativa del mercado; por medio del muestreo probabilístico, permitiendo la elección de una muestra específica y aleatoria de la población en estudio; logrando resultados determinantes para la investigación.

Objetivos de la investigación cuantitativa establecer la demanda potencial para

los siguientes próximos cinco años

Efectuar un estudio de la investigación cualitativa obtenida.

Identificar la demanda de la empresa cría y comercialización de pollo semi -criollo de la población, basados en la periodicidad de compra

Estrategias para lograr los objetivos

Efectuar una investigación sobre el sector, para identificar las necesidades de los clientes en el municipio, lo cual se realizará con la aplicación de encuesta, como herramienta fundamental.

Posteriormente se hará un análisis de la información recogida en las encuestas.

Determinación de la demanda potencial

Según proyecciones del DANE para el año 2017 el municipio de Caloto Cauca contara con una población de 17713 habitantes. El cual 26,51% de la población vive en el sector urbano (4,639 personas). Que pertenecen a los estratos 1, 2, 3, posteriormente se promedia por número de familias. El número de personas que conforman una familia en el casco urbano es de 4 personas por hogar, los cuales son la demanda potencial para el proyecto además de estar delimitado por las personas entre las edades 18 a 60 años de edad.

Proceso de encuesta

Sera Probabilístico, cada miembro de la población tiene la misma probabilidad de ser seleccionado, la población se divide en grupos mutuamente exclusivos.

OBJETO DE LA MUESTRA: la encuesta estará dirigida a las 4386 familias del municipio de caloto cauca de los estratos 1-2 y 3

EXTENSION: El tiempo de duración del proceso de la encuesta será de dos semanas del 05 -13 de octubre de 2017.

ESPACIO: La encuesta se realizará a 4386 familia que están ubicados en el área urbana y rural del municipio de caloto cauca.

Para determinar el tamaño de la muestra se aplicó la siguiente formula (Jany 2009) (Jany Castro, 2009)

Tabla 14 Tamaño de la muestra.

n=	$Z^2 * P * Q * N$	=	353
	$(e)^2 * [N-1] + (Z)^2 * P * Q$		

N=	4386	P=	0,50
Z=	1,96	Q=	0,50
e=	0,05		

n=	4212,3144	=	353
	11,92		

Fuente: Matriz adaptada de: formula (Jany 2009).

Tabla 15 Delimitación de encuestas por estrato socio económico.

ESTRATOS	PROM	% PARTICIPACIÓN	MUE	Nº DE ENCUESTAS X LUGAR
1	2460	0,56	353	198
2	1589	0,36	353	128
3	337	0,08	353	27
				0
	0			0
	4386			353

Fuente: Matriz adaptada de: formula (Jany 2009).

La población de Caloto es de 17,545 habitantes aproximadamente lo cual se dividió en cuatro, como miembros de una sola familia arrojando un total de 4,386 familias.

La aplicación de la formula dio como resultado que se deben aplicar 353 encuestas que son representativas, para determinar los gustos y preferencias

de la población por el consumo de pollo, para efectos de análisis y aplicación de estudio de investigación para la factibilidad y viabilidad de la empresa cría y comercialización de pollo semi-criollo.

Ficha técnica de la encuesta aplicada a la población objetivo para la empresa cría y comercialización de pollo semi-criollo

Tabla 16 Análisis datos encuesta

TABULACION Y ANALISIS DE LA ENCUESTA A POBLACION OBJETIVO DE LA EMPRESA CRIA Y COMERCIALIZACIÓN DE POLLO SEMI-CRILLO	
POBLACIÓN ENTRE LOS 18 A 60 AÑOS DE EDAD DE LOS ESTRATOS 1,2 Y 3 DEL MUNICIPIO DE CALOTO CAUCA	
Elemento	POBLACIÓN ENTRE LOS 18 A 60 AÑOS DE EDAD DE LOS ESTRATOS 1,2 Y 3 DE LA ZONA URBANA Y RURAL DEL MUNICIPIO DE CALOTO CAUCA
Número de familias	4386
Nivel de confianza	Octubre 5 -13 de 2017
Técnica de recoleccion de Datos	Nivel de confianza del 95% y error +5%
Muestra	353
Objetivo de la encuesta	Establecer la demanda potencial para la empresa cria y comercializacion de pollo semi-criollo
CALCULO DE TAMAÑO DE LA MUESTRA	
Margen de error	5%
Tamaño de la poblacion	4386
Tamaño de la muestra para 95%	353

Fuente: elaboración propia.

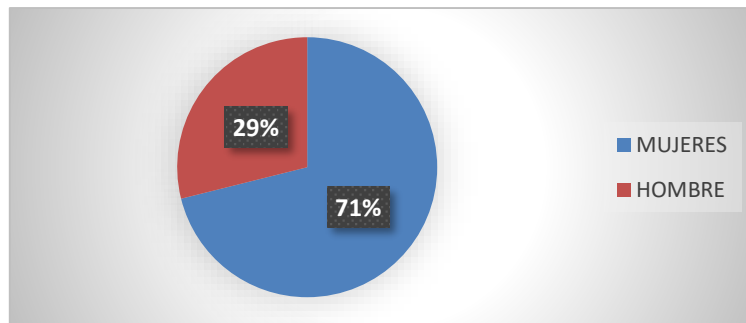
Tabulación y análisis de datos de la población encuestada

Datos generales

Pregunta 1 De La Encuesta

La grafica nos muestra la cantidad de personas que contestaron la encuesta, dividida en hombres y mujeres.

Figura: 18 Cantidad de hombres y mujeres encuestados



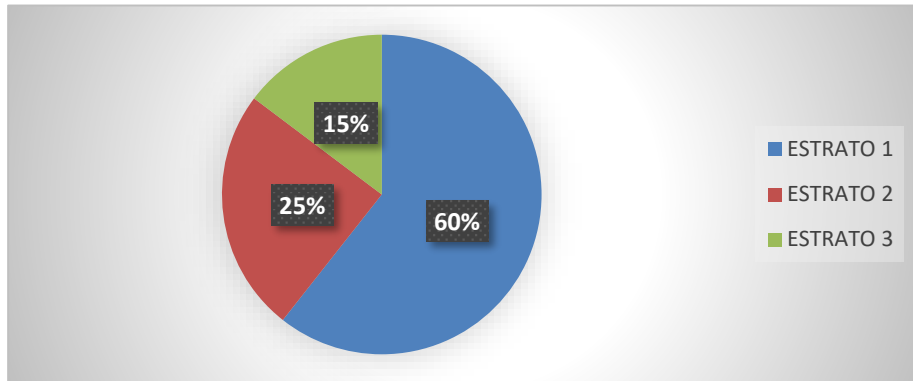
Fuente: elaboración propia

Análisis: Se observa, que las personas a quienes se les aplicó la encuesta, en su mayoría fueron mujeres, la percepción que se puede evidenciar es que el género femenino es quien se encarga de las compras de los alimentos de la canasta familiar.

Pregunta 2 De La Encuesta

La gráfica nos indica los estratos socioeconómicos a los que pertenecen los hombres y mujeres encuestados.

Figura: 19 Encuesta-estratos socioeconómicos



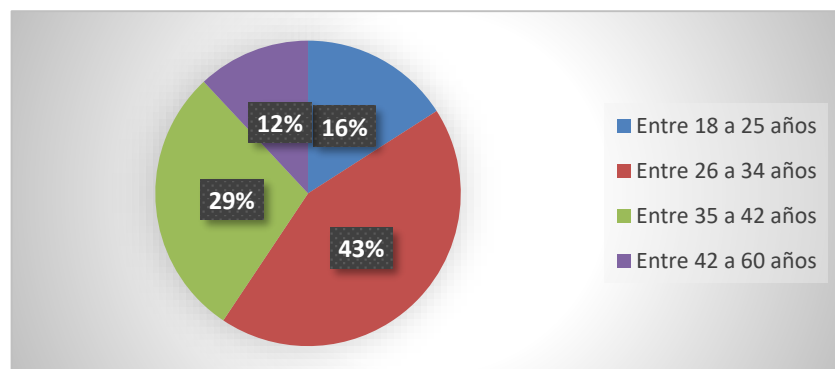
Fuente: elaboración propia

El resultado de las 353 personas encuestadas es que el estrato uno es el factor económico más fuerte en el municipio de Caloto, seguido por el estrato dos.

Pregunta 3 De La Encuesta

La siguiente grafica representa las edades distribuidas desde 18 hasta los 60 años del total de personas que fueron encuestados.

Figura: 20 Encuesta-edades



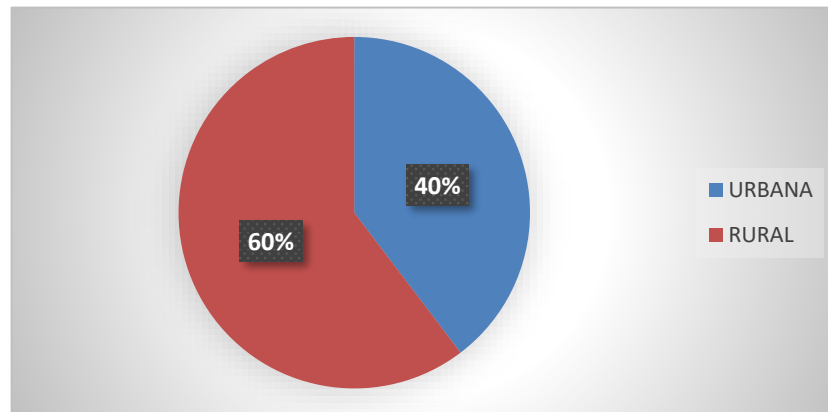
Fuente: elaboración propia

La grafica de edades nos permite identificar los rangos en porcentajes del nicho del mercado que queremos impactar.

Pregunta 4 De La Encuesta

La siguiente grafica representa el lugar de residencia de la población encuestada.

Figura: 21 Lugar de residencia



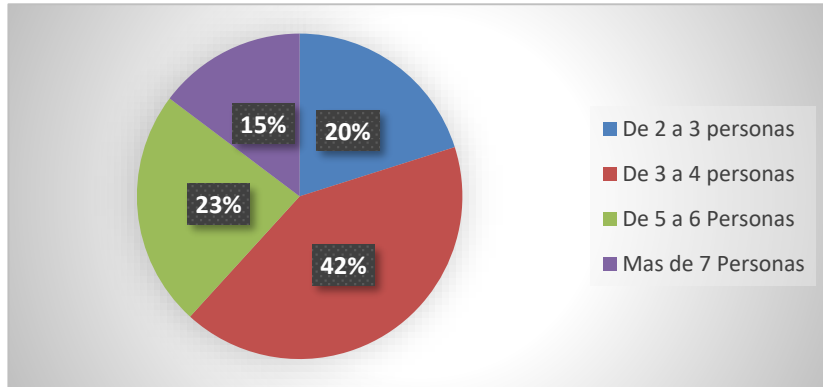
Fuente: elaboración propia

Esta grafica es fundamental para la toma de decisiones por que nos dirige a donde debemos hacer el estudio de mercado.

Pregunta 5 De La Encuesta

La siguiente grafica representa el número de integrantes que conforman el núcleo familiar de las personas encuestadas.

Figura: 22 Número de integrantes por familia



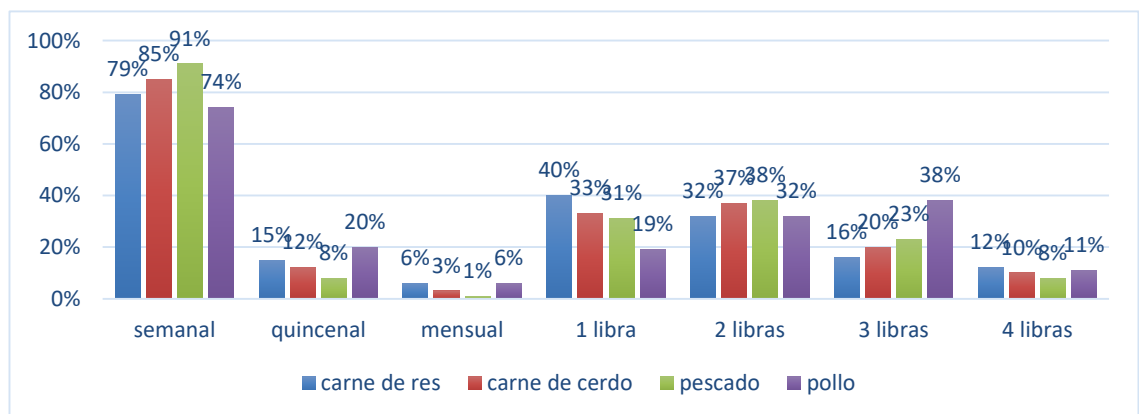
Fuente: elaboración propia

La grafica le permite al empresario ver los posibles prospectos de clientes en el sector encuestado.

Pregunta 5 De La Encuesta

La siguiente grafica representa las carnes que consumen las personas encuestadas con mayor frecuencia.

Figura: 23 Número de integrantes por familia



Fuente: elaboración propia

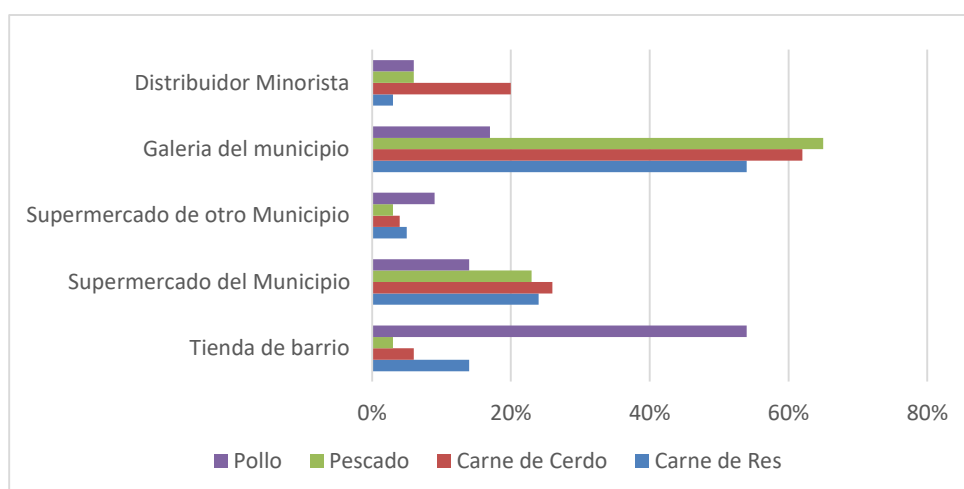
Se concluye de los datos arrojados por la encuesta, indicados en la gráfica, que

en mayor porcentaje las personas prefieren comprar las carnes semanalmente además se evidencia que prefieren comprar de 2 libras en adelante, también se evidencia que las personas encuestadas compran por libras los productos cárnicos quincenalmente 3 a 4 libras de cada tipo de carne y mensualmente la compran en menor cantidad porque prefieren la carne fresca.

Pregunta 6 De La Encuesta

La siguiente grafica representa los sitios donde las personas prefieren comprar los productos cárnicos

Figura: 24 Lugares de compra de productos cárnicos



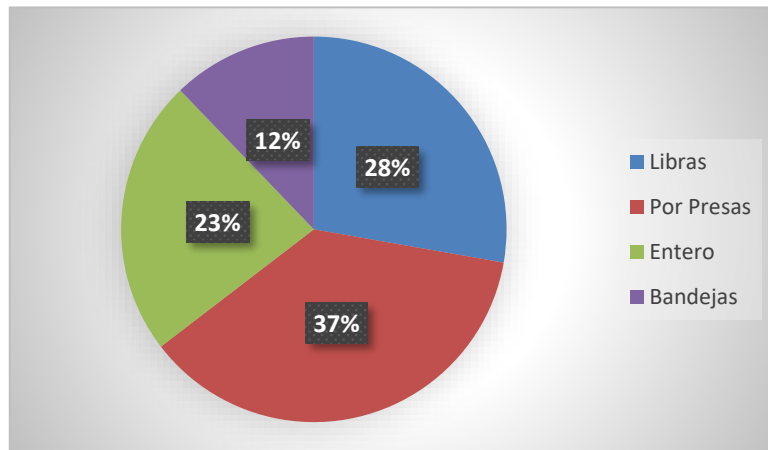
Fuente: elaboración propia

Se puede deducir que la mayoría de las personas encuestadas prefieren comprar los productos cárnicos en la galería del municipio los días de mercado martes y sábado, seguido los supermercados del municipio con una particularidad, el pollo prefieren comprarlo en las tiendas del barrio debido a la facilidad para adquirirlo y lo mantienen fresco, otras personas prefieren comprar pollo a productores minoristas de las comunidades.

Pregunta 7 De La Encuesta

La siguiente grafica representa las presentaciones del pollo, que las personas encuestadas prefieren adquirir.

Figura: 25 Presentaciones de pollo



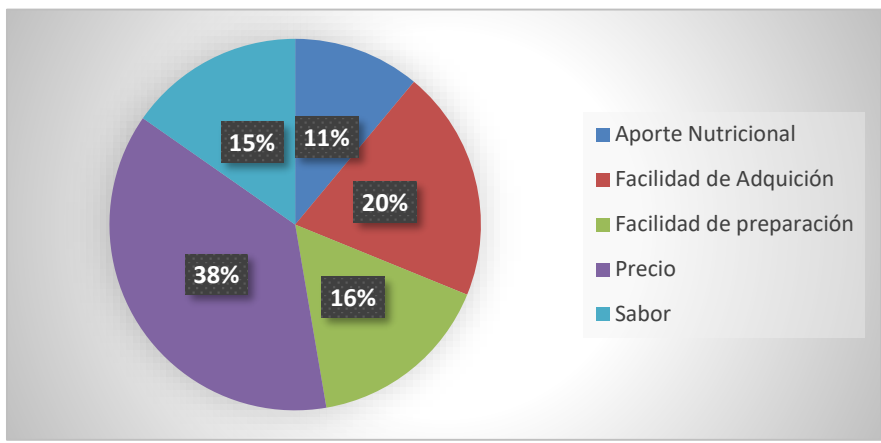
Fuente: elaboración propia

La grafica permite identificar los gustos de las personas al momento de adquirir el producto según las presentaciones ofertadas.

Pregunta 8 De La Encuesta

La siguiente grafica representa el motivo por el cual consumen pollo las personas encuestadas.

Figura: 26 Motivo de compra de pollo



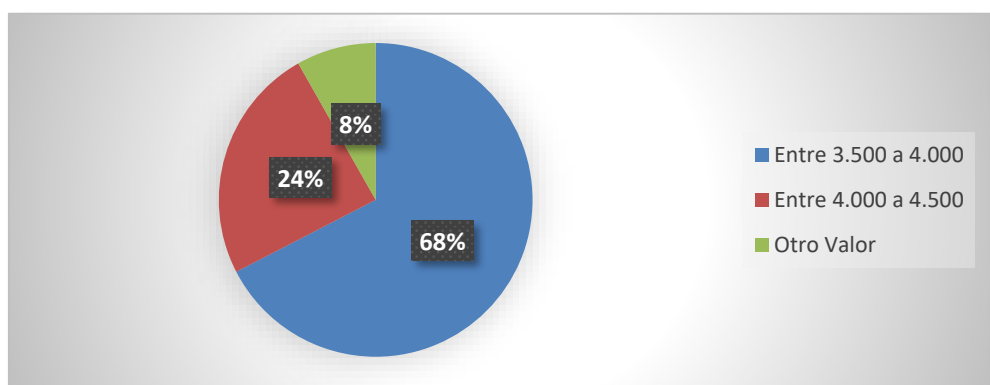
Fuente: elaboración propia

La grafica nos muestra como la población encuestada se inclina hacia el consumo de pollo, guiados por el precio como alternativa para cubrir las necesidades cárnicas en los hogares, dejando abierta una puerta a la oferta de esta industria.

Pregunta 9 De La Encuesta

La siguiente grafica representa el presupuesto a la hora de comprar pollo por libras de las personas encuestadas.

Figura: 27 Presupuesto para la compra de pollo por libras



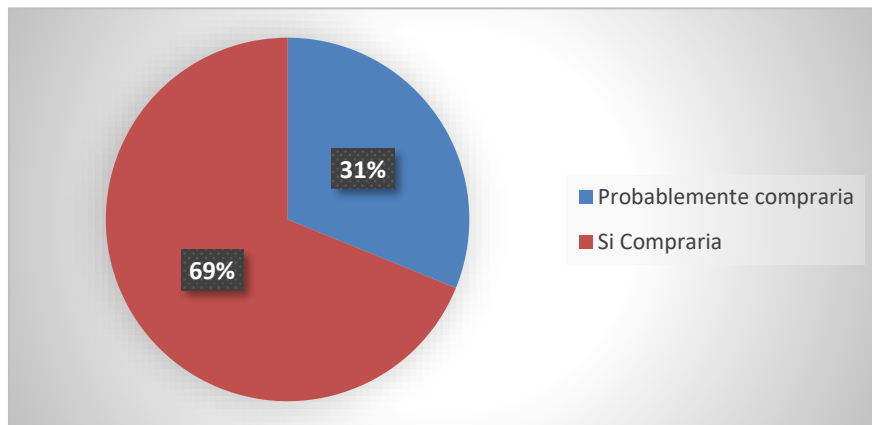
Fuente: elaboración propia

La grafica permite deducir el tipo de mercado al que puede incursionar la empresa en un alto porcentaje de efectividad.

Pregunta 10 De La Encuesta

La siguiente grafica representa la opinión de las personas encuestadas sobre la creación de una nueva empresa de cría y comercialización de pollo semi. - Criollo producido a base de maíz

Figura: 28 Opinión de las personas encuestadas sobre la compra del el nuevo producto pollo-semi-criollo



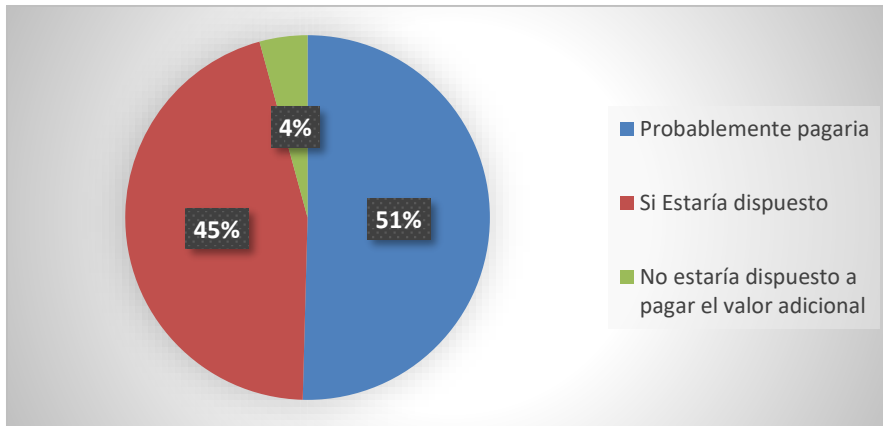
Fuente: elaboración propia

Las personas encuestadas en su gran mayoría se inclinan por darle la oportunidad al nuevo producto, dando como positivo el proyecto de emprendimiento.

Pregunta 11 De La Encuesta

La siguiente grafica representa la opinión de las personas encuestadas sobre el pago de un valor adicional por adquirir el pollo semi-criollo producido a base de maíz

Figura: 29 Pago de un valor adicional por la compra de pollo semi-criollo



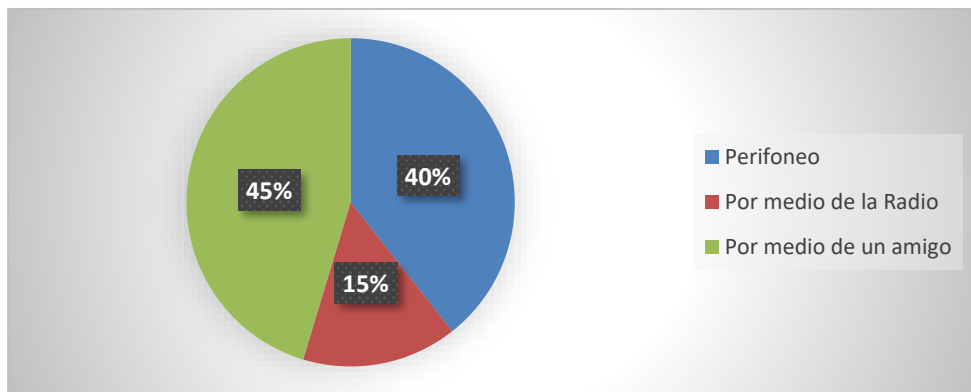
Fuente: elaboración propia

La grafica muestra que un buen porcentaje de las personas encuestadas le gusta los alimentos saludables, por eso se declaran dispuestos a pagar un valor adicional. Versus otro porcentaje casi igual que quizás no conocen pero quisieran probar el producto.

Pregunta 12 De La Encuesta

La siguiente grafica representa el medio de comunicación por el cual se enteró de la venta de pollo semi-criollo.

Figura: 30 Medio de comunicación por el cual se enteró de la venta de pollo semi-criollo



Fuente: elaboración propia

La grafica muestra como alternativa de estrategia el uso del perifoneo y el voz a voz como mecanismo para dar a conocer el producto.

Determine la demanda potencial

Dada la encuesta realizada a un grupo de 40 personas, habitantes entre ellos del municipio de caloto población de los estratos 1, 2,3, entre las edades de 18 a 60 años. Los resultados fueron los siguientes.

La demanda según los cálculos estimados teniendo en cuenta la población actual del municipio de caloto de la cabecera municipal se obtiene como resultado una demanda potencial del 48% equivalente a 1453 como población objeto final.

Tabla 17 Población objetivo

RESULTADOS ENCUESTA	
Población objeto=	4386
%de si compra=	69%
población objeto 1 =	3026
% de si me compraría=	80%
Demanda potencial:	2421

Fuente: plantilla financiera

A continuación, se procede a hallar la demanda potencial del producto, teniendo en cuenta el estudio realizado, y los datos arrojados por la encuesta en la frecuencia semanal, quincenal y mensual.

Tabla 18 Demanda potencial

PRODUCTOS	CAPACIDAD DE PRODUCCION AL 100%	PROMEDIO DEMANDA COMPETENCIA N*F*A	DEMANDA POTENCIAL DEL PROYECTO (N*F*A)	PROYECCION DE VENTAS	CAPACIDAD DE PRODUCCION vs PROYECCION DE VENTAS
	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
Pollo semi-criollo	22372	34863	14875	15%	10%
				2231	

Fuente: plantilla financiera

Se resume en la anterior tabla, la demanda potencial total, el promedio de la demanda de la competencia, la capacidad de producción de pollo semi-criollo y finalmente el porcentaje de proyección en ventas, que se determinó de la relación entre el proceso de fabricación del producto, los tiempos de la mano de obra y los canales de distribución.

8 PROYECCIÓN DE VENTAS

La siguiente tabla muestra la proyección de ventas mensual y anual para la empresa. Donde no se cuenta con inventario por ser una empresa avícola, además se puede evidenciar que las ventas anuales serian de \$ 58.905.000, satisfaciendo la demanda de pollo semi-criollo en un 1.57% de familias encuestadas lo que equivale a 243 familias mensuales

Tabla 19 Proyección de ventas anuales

PROYECCION DE VENTAS ANUALES								
PRODUCTOS	INVENTARIO INICIAL	STOCK DE INVENTARIOS	UNIDADES VENDIDAS AÑO 1	PRECIO DE VENTA	VENTAS MENSUAL	VENTAS AÑO 1	INVENTARIO FINAL AÑO 1	COSTO INVENTARIO FINAL AÑO 1
POLLO SEMI-CRIOLLO	4909	0,0%	4909	\$ 12.000	\$ 4.908.750	\$ 58.905.000	0	\$ 0
0	0	0,0%	0	\$ 0	\$ -	\$ -	0	\$ 0
0	0	0%	0	\$ 0	\$ -	\$ -	0	\$ 0
0	0	0%	0	\$ 0	\$ -	\$ -	0	\$ 0
0	0	0%	0	\$ 0	\$ -	\$ -	0	\$ 0
0	0	0%	0	\$ 0	\$ -	\$ -	0	\$ 0
TOTAL	4909		4909		\$ 4.908.750	\$ 58.905.000	0	\$ 0

Fuente: Propia

En la siguiente tabla se determina el incremento de las ventas por cada periodo, aumentando a partir del segundo periodo, además nos muestra el resultado proyectado de las ventas anuales dado en millones de pesos, donde se tiene en cuenta la proyección de la inflación realizada por Bancolombia para los siguientes años. Con los resultados obtenidos se observa que periodo tras periodo las ventas aumentan significativamente.

Tabla 20 Incremento de las ventas por cada periodo

AÑO	% INCREMENTO DE VENTAS	PROYECCION DE LA INFLACION	VENTAS ANUALES	VENTAS + INFLACION X AÑO	INVENTARIO FINAL
1		0	\$ 58.905.000	\$ 58.905.000	\$ -
2	3%	3,5%	\$ 60.672.150	\$ 62.795.675	\$ -
3	5%	3,6%	\$ 63.705.758	\$ 65.999.165	\$ -
4	10%	3,4%	\$ 70.076.333	\$ 72.458.929	\$ -
5	15%	3,2%	\$ 80.587.783	\$ 83.166.592	\$ -

Fuente: Propia

9. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

9.1 MATRIZ DOFA

Tabla 21 Matriz DOFA

MATRIZ DOFA		OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
EXTERNAS		O1	Disminucion de la tasa de interes al 0.25%	A1	Tasa de desempleo en las 13 ciudades y areas metropolitanas se ubico en 13,4%
		O2	Mejoramamiento de la calidad de vida para la población en el año 2016 según encuesta Dane	A2	Crecimiento de la economía para el primer trimestre año 2017 fue de 1.1% inferior al año 2016 de 2.7%
		O3	Incremento demografico en la población economicamnete activa correspondiente a 11.153 personas entre las edades de 15 a 59 años	A3	Indice del precio del consumidor IPC. La variacion mensual en febrero de 2017 fue de 1.01%
		O4	Salario minimo legal vigente 2017 es de \$ 737.717 pesos	A4	Deficit vivienda en el departamento es de 14,8% y en la region es de 13%
INTERNAS		O5	El crecimiento economico mundial se repunte hasta el 1.8% en el 2017	A5	En Colombiano en Ciencia y Tecnologia en el año 2016 estuvo alrededor del 0.27% del PIB
FORTALEZAS		O6	Proceso de paz		
F1	Flexibilidad en la estructura organizacional	O3,F5	se establece un nicho de mercado grande por el aumento de la poblacion con capacidad de compra	A1,F6,F7	Se empleara a las personas capacitadasde la region para contribuir al desarrollo regional
F2	Gestión empresarial - Aliados	O2,O3,F4	se crea un nicho de mercado mas grande el cual se convierte en demanda	A2,F1,F4	la empresa se adaptara a los cambios de la economía ya que elsector avicola esta en crecimiento
F3	Flexibilidad en la comercialización		Al ser una empresa solida en el mercado se da la posibilidad de adquirir un credito aprovechando la disminucion del interes,para ampliar la produccion	A3,A4 F5	se impactara el mercado local con un producto de excelente calidad diferenciado que basico en la canasta familiar con buena publicidad
F4	Fuerza del producto, calidad y exclusividad	O1,F1,F3			
F5	Concentracion de consumidores(Nichos de mercado)				
F6	Nivel académico del talento humano	O4,F6,F7	EL aumento del salario minimo permite remunerar bien a los colaboradores dependiendo se su nivel academico , generando sentido de pertenencia	A5,F6,F7	Aprovechar los convenios con difentes entidades como el sena para capacitar a los colaboradores manteniendo personal alta mente capacitado, mejorando la estabilidad laboral y el ausentismo
F7	Sentido de pertenencia	O5,F2,O6	el crecimiento economico mundial hace que atravez del proceso de paz se puede conseguir aliados para que financiar el proyecto.		
DEBILIDADES					
D1	Uso de planes estrategicos	O1,D2,D7	Se realizara un credito en el banco agrario para financiar la empresa y asi poder competir en el mercado, manteniendo la estabilidad en los costos atravez de un manejo contable adecuado	A5,D4,D5	Se fomentara el ingreso de los colaboradores a la formacion profesional atravez de entidades publicas
D2	Habilidad para enfrentar la competencia			A1,D1,D3	aumentar el personal proporcionalmente al crecimiento de la empresa para beneficio de las comunidades
D3	Efectividad del servicio y tiempo de entrega	O6,D1,D2	Se aprovecharan los planes de gobiernos destinados al sectores mas vulnerables afectados por la guerra.	A2,A3,A4	ofrecer el producto a grandes demandates como centros educativos, universidades, tiendas y supermercados de la region para ampliar el nicho de mercado
D4	Estabilidad laboral	O4,D5,D4	se brindaran incentivos a los colaboradores como bonificaciones para incentivar el buen desempeño en sus labores diarias		
D5	Nivel de motivacion	O2,O3,O5,D1,	incrementar progresivamente la produccion de pollo semi-criollo para satisfacer la demanda	A5,D2,D6	Utilizar herramientas tecnologias como las TIC para la publicidad del producto y los pedidos del mismo
D6	Capacidad para fatisfacer la demanda	D6			
D7	Estabilidad de los costos	O4,D3	Se contratara una persona para entrega de pedidos puerta a puerta mejorando la efectividad en el servicio	A1,D7	Contratar estrictamente el personal necesario mientras se logra el crecimeinto de la empresa

Fuente: elaboración propia

9.2 MISIÓN, VISIÓN, VALORES.

Misión

La Granja G y M es una empresa avícola, Dedicada a la producción y comercialización de pollos semi-criollo, ofreciendo un producto saludable bajo en grasa, con buen sabor y con gran contenido nutricional, buscando la satisfacción del cliente y mejorando los hábitos alimenticios de la población.

Visión

Ser una empresa reconocida en el año 2022 a nivel regional, en la producción y comercialización de pollo semi-criollo, fresco y saludable generando valor a grupos de interés a través del compromiso, la innovación, y rentabilidad financiera, logrando el desarrollo económico para la región.

Valores

Ética: el comportamiento de los colaboradores de la empresa debe estar enmarcado en cualquier circunstancia dentro de los principios de honestidad, integralidad, justicia y equidad.

Compromiso: el trabajo en equipo la lealtad y la transparencia frente a la empresa serán características fundamentales e indispensables para alcanzar ventajas competitivas frente a la competencia.

Calidad: la calidad en la empresa es una manera de vivir, una conducta y comportamiento, es el reto diario y permanente.

Responsabilidad social: la empresa se califica como un ciudadano corporativo y, por lo tanto, contribuye en la medida de sus posibilidades, al desarrollo de la región, el país y la sociedad en general.

9.3 ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO

Las estrategias de crecimiento que utilizara la empresa granja G y M, se describen a continuación, las cuales se basan en los datos actuales del mercado.

Penetración del mercado

- Ofrecer adicional a la venta de pollo, descuentos a la compra al por mayor para fechas especiales y entrega a domicilio en la zonas rural y urbana del municipio y demás aledaños.
- Definir una nueva estrategia de marketing que involucre a toda la población para obtener nuevos clientes dentro de la región.
- Crear alianzas con instituciones educativas y coordinadores de programas de gobierno como la atención a la primera infancia del ICBF los cuales entregan alimentos a los niños beneficiarios y en las comunidades indígenas le dan prioridad a la autonomía alimentaria alimentos sanos y saludables

Desarrollo del mercado

- Iniciar las estrategias de marketing en municipios aledaños como corinto, miranda, Toribio etc. para dar a conocer el producto pollo semi-criollo además de participar en los programas implementados para vender productos saludables como lo es min galerías donde se puede dar a conocer el producto.
- Participar en programas de las comunidades indígenas en otros municipios del departamento del cauca como los trueques donde se intercambian productos alimenticios saludables

Desarrollo del producto

- Cuando la empresa este posicionada en el mercado, por su excelencia y calidad en el producto, implementar un sistema de cadena de frio para la conservación y así poder satisfacer la demanda y entregar a tiempo los grandes pedidos.
- Adicional al producto se ofrecerá entregar el producto aliñado con especias para mejorar el sabor esto sería por pedidos con anticipación.

9.4 GRUPO EMPRENDEDOR

CAPACIDADES

Estas son aquellas que se han adquirido en la academia, el ámbito personal y laboral, las cuales son aplicadas en la búsqueda de información para la creación de la empresa cría y comercialización de pollo semi-criollo.

- Conocimientos adquiridos como estudiante de administración de empresas en la universidad del valle, sede norte del cauca
- Disponibilidad y entusiasmo para conocer y recolectar información acerca del sector avícola
- Habilidad y experiencia en manejo de aves criollas en la finca familiar
- Capacidad de comunicación y buenas relaciones personales

EXPERIENCIA

Se tiene poca experiencia en el manejo de los pollos semi-criollos, se da la idea de creación de la empresa cría y comercialización de pollo porque se cuenta con el terreno necesario para la construcción de los galpones adicional a esto se evidencia que el norte del cauca y valle del cauca por el clima y la localización es un excelente productor de pollo de granja, por demanda de la población al querer un pollo con menos grasa, menos procesos químicos y saludable se evidencia la oportunidad de crear esta empresa.

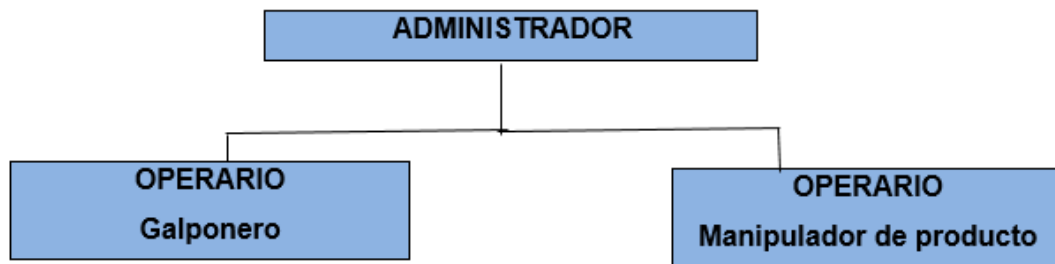
CONOCIMIENTO

Como estudiante de administración de empresas se han adquirido grandes conocimientos en el trascurso de la carrera, técnicas para conocer y analizar los comportamientos humanos en las organizaciones, las funciones de quien dirige una compañía, conocimientos contables, sistemas de información, etc. todas estas ayudas de conocimientos personales en manejo de animales domésticos donde se puede evidenciar que se le puede dar una buena dirección a la empresa.

9.5 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

El tipo de organigrama que se eligió fue por su naturaleza en el cual se tomó la subcategoría Microadministrativos el cual define la organización y menciona las áreas que la conforman.

Figura: 31 Organigrama de la empresa



Fuente: elaboración propia

MANUAL DE FUNCIONES

Área Administrativa: Esta área velará por el buen funcionamiento de las áreas Técnicas, Operativas y contables del negocio.

ADMINISTRADOR

Depende de: Los Propietarios.

Subordinados: Galponero

Función básica: Responsabilidades administrativas ante todos los procesos productivos, técnicos y operativos.

Responsabilidades

- Establecer los requerimientos de materias primas.
- Verificar que el producto salga en condiciones óptimas para la venta.
- Mantener al tanto al colaborador sobre las directrices para la operación
- Instruir y formar al colaborador para que realicen bien su labor.
- Captar y analizar ideas del colaborador para mejorar los procesos productivos.
- Recibir y administrar los pagos del producto
- Manejo del estado financiero del negocio.
- Buscar nuevos clientes y negociaciones

- Coordinar y controlar la ejecución y seguimiento al cumplimiento del Plan Estratégico.
- Coordinar la producción

Formación académica: Técnico profesional o Tecnólogo en carreras administrativas

Experiencia: Un año de experiencia.

Valores: Buenas relaciones humanas, capacidad para resolver problemas y tomar decisiones, capacidad de comunicación, liderazgo y capacidad para trabajar en grupo.

Otras características: Debe ser una persona comprometida con su trabajo, organizado y puntual.

OPÉRARIO GALPONERO

Depende de: Administrador.

Función básica: Encargado del cuidado de los pollos.

Descripción de la ocupación: realizar el proceso de crianza de aves, esto es alistar la granja, recibir los pollitos y cuidarlos desde la llegada hasta el despacho, cuidar el cumplimiento de las normas de bioseguridad. Registrar la información generada en proceso.

Manual de Funciones

- Alistar el galpón para la recepción de aves según las especificaciones técnicas de seguridad e higiene.
- Verificar las condiciones de temperatura en el área de recepción para garantizar el calentamiento adecuado.

- Descargar contar, pesar y distribuir las cajas de pollitos.
- Monitorear la calidad del agua, si es necesario cambiarla
- Controlar el ingreso y egreso de alimento al galpón y registrar el consumo diario.
- Estimular la alimentación e hidratación del pollo (Palpando buches)
- Controla la temperatura, humedad, ventilación e iluminación según las especificaciones técnicas.
- Recoger y registrar aves muertas y eliminarlas.
- Distribuir equipos y ampliar espacios de acuerdo al crecimiento de las aves y al clima.
- Apoyar el proceso de vacunación
- Realizar el pesaje mensual y registrarlo.
- Cumplir con los procedimientos de bioseguridad.

OPERARIO MANIPULADOR DEL PRODUCTO

Debe ejecutar y controlar las operaciones relacionadas con el proceso de la manipulación de pollo

Manual de Funciones

- Cumplir con los procesos de bioseguridad
- Sacrificio, lavado y empaado del producto para entrega
- Velar por el orden y la limpieza en lugar de manipulación del producto
- Asistir a capacitaciones cuando sea necesario
- Informar cualquier anomalía que se presente durante el proceso de sacrificio de las aves
- Responsabilidad en el trabajo

9.6 INTEGRACION DEL PERSONAL

9.6.1 PROCESO DE SELECCIÓN

El proceso de selección se considera realizarlo a través de una convocatoria en la región con el perfil requerido para el cargo.

- Se define la necesidad de evaluar, cuantas personas se necesitan para que las actividades entorno a la razón de ser de la empresa se realicen de manera correcta.
- Se recolectan las hojas de vida de los aspirantes y se filtran descartando las que no cumplan con los requisitos para ocupar el cargo.
- Se verificará la información registrada en las hojas de vida de los aspirantes seleccionados y se llamará a la primera entrevista.
- Se verifican los datos y referencias de las hojas de vida de los candidatos entrevistados para corroborar su veracidad.
- Después de haber seleccionado a nuestro empleado se le realizara una inducción para que conozca y se familiarice con el puesto de trabajo

9.6.2. CONDICIONES PARA LA CONTRATACIÓN

El desarrollo de la contratación de personal lo realiza el gerente general bajo la supervisión de la junta directiva quienes posteriormente analizan los candidatos que cumplan con el perfil estipulado para aplicarse a la vacante, todo esto se ejecuta bajo el parámetro de la "ley 100 de 1993 del ministerio de trabajo (Ministerio del Trabajo)

9.7 REDES DE APOYO

Las redes de apoyo son organismos públicos o privadas de soporte para la formación de una empresa. A continuación, se describen algunos beneficios que ofrecen las redes de apoyo

Cámara de comercio

- La empresa tiene un nombre único y protegido
- Más posibilidades de crecer
- El negocio existe
- Puede ser proveedor de otras empresas
- Vende en otros mercados
- Obtiene créditos más baratos
- Recibe descuentos en los aportes parafiscales

Sena

- Contrato de Aprendizaje
- Participación en un proyecto productivo o en Sena empresa o en Sena proveedor o en producción de centros.
- Asesoría a mi Pymes

Entidades bancarias (banco agrario)

- La entidad facilita préstamos a tasas bajas para el sector campesino para proyectos productivos la entidad conoce a los campesinos y esto da una enorme ventaja dado que la actividad bancaria debe hacer un manejo eficiente del riesgo de pago y en este caso el Banco es ejemplar ya que su presencia en múltiples regiones le permite conocer los proyectos y ciclos productivos de acuerdo a condición de cada zona de Colombia y así crear herramientas de crédito que puedan ajustarse a la capacidad real de pago de los campesinos y amplían los plazos de pago hasta el proceso de comercialización.

Invima

- Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, es una entidad de vigilancia y control de carácter técnico científico, que trabaja para la protección de la salud individual y colectiva de los colombianos, mediante la aplicación de las normas sanitarias asociada al consumo y uso de alimentos, medicamentos, dispositivos médicos y otros productos objeto de vigilancia sanitaria.

Corporación autónoma del cauca

- Licenciamiento ambiental el estado colombiano a través de la ley 99 de 1993, otorga a las Corporaciones autónoma regionales-CARS, la función de regular a nivel regional la protección, conservación y administración de los recursos naturales y el ambiente. En este sentido, se han establecido trámites de licenciamiento ambiental, permisos, autorizaciones y concesiones de obligatorio cumplimiento, por parte de aquellas personas naturales o jurídicas, públicas o privadas que pretendan realizar actividades de uso y aprovechamiento de los recursos naturales.

9.8 ASPECTOS DE FORMALIDAD

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

1. Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen).
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 éste 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 éstas deberán pagarse.
7. La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando 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.

“El documento privado de constitución será objeto de autenticación ante notario de manera previa a la inscripción en el registro mercantil de la Cámara de Comercio, por los constituyentes (S.A.S es el tipo de sociedad más usado en Colombia)

9.9 ASPECTOS AMBIENTALES Y ASPECTOS TRIBUTARIOS

9.9.1 ASPECTOS AMBIENTALES

La actividad productiva de la empresa posee un gran impacto en el ambiente, dado a que se emite gases altamente contaminantes y perjudiciales para la sociedad y el medio ambiente. Para ello se deben utilizar algunas prácticas BPN tales como

- La sangre del pollo se utilizará para su propio alimento proteico descartando contaminación al agua.
- La poliniza y plumas serán sometidas a un proceso hasta convertirlas en compost. Este subproducto es vendido y genera recursos adicionales.
- Se realizará tratamientos primarios para los a fluentes líquidos, se generan pozos sépticos con canales dirigidos evitando la proliferación de insectos y malos olores.
- Se realizará aseo de la unidad y cambio de la cascarilla constantemente para evitar la fermentación de la gallinaza y por ende impedir los malos olores. Que puedan incomodar a la comunidad.

La empresa posee una serie de actividades que corresponden a la responsabilidad de la misma en este campo.

- Buen manejo de los residuos sólidos.
- Separación del material reciclable.
- Mantenimiento de la red de desagüe.
- Control de plagas y roedores.

Para poder hacer apertura y ejecución de actividades de comercio se debe tener en cuenta las siguientes normas y reglamentos:

- Decreto 1879 de mayo 29 de 2008; por el cual se reglamentan la Ley 232 de 1995, el artículo 27 de la Ley 962 de 2005, los artículos 46, 47 y 48 del Decreto Ley 2150 e 1995 y se dictan otras disposiciones. Normas para el funcionamiento de establecimientos comerciales.
- Obtener y mantener vigente la matrícula mercantil, tratándose de establecimientos de comercio.
- Decreto 564 de 2006 Protocolo básico de licencias de construcción.
- Acuerdo 79 de 2003, Principios y valores fundamentales para la convivencia ciudadana.
- Ley 237 de 2008 propinas.

- Decreto 1299 de 2008; gestión ambiental de las empresas a nivel industrial.
- Ley 1335 de 2009; Ley espacios 100% libres de humo.
- Ley 9 de 1979; condición es sanitarias y ambientales.

9.9.2 ASPECTOS TRIBUTARIOS (GESTION LEGAL COLOMBIA)

En Colombia, las empresas tienen las siguientes cargas fiscales: Impuesto de Renta, Impuesto al Valor Agregado (IVA), ICA, Retención en la Fuente, Impuesto al Patrimonio, Gravamen a los Movimientos Financieros, y Aportes Parafiscales, que, aunque se discute sobre si son tributos o no, si es una carga económica obligatoria para las empresas que tengan empleados contratados laboralmente.

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.

- **IMPUESTO DE RENTA:** Es un impuesto nacional, de carácter anual, el cual grava las utilidades que haya generado la empresa desde el primero (1) de enero hasta el treinta y uno (31) de diciembre de cada año.

- IVA: De carácter nacional que grava la venta de bienes muebles, la prestación de servicios, las importaciones y la circulación, venta u operación de juegos de suerte y azar. La tarifa general actualmente es del 19%.
- ICA: Es un impuesto de carácter municipal que grava toda actividad industrial, comercial y de servicios.
- RETENCIÓN EN LA FUENTE: No es propiamente un impuesto, lo incluimos, puesto que es realmente un pago anticipado al impuesto de renta.
- GRAVAMEN A LOS MOVIMIENTOS FINANCIEROS: Es un impuesto que grava las transacciones financieras, mediante la disposición de los dineros depositados en cuentas corrientes, de ahorro. La tarifa es del 4 por 1.000 (monto de la transacción multiplicado por 0.004)
- IMPUESTO AL PATRIMONIO: Es un impuesto que grava la riqueza de las empresas, entendiendo riqueza como el patrimonio líquido que la compañía tenga el primero (1) de enero de cada año.

9 ANÁLISIS TÉCNICO

10.1 ANÁLISIS DEL PRODUCTO – FICHA TÉCNICA

Descripción

Pollo listo para el consumo, sus constituyentes son: 1 pechuga, 2 perniles, 2 alas, 1 costillar, una rabadilla y vísceras (1 hígado, 1 corazón, 1 molleja)

Características del producto

- Su color es amarillo, debido al alto contenido de carotenos.
- Firmeza en la textura de la carne por el tiempo en el galpón
- Su peso alcanza entre 4,5 y 6 libras en promedio carne libre de defectos físicos y manchas.

Características fisicoquímicas

Contenido Nutricional

Ministerio de Salud Resolución 402

Porcentajes (%)

Humedad Máximo 72 % 70.78 %

Proteína Mínima 16 % 16.37 %

Fósforo 0.3 % 0.41 %

Grasa Total 11.46 %

Ceniza 1.25 %

CHO 0.0 %

Calorías (kilocalorías/100 grs.) 168.62 % Kilocal

Calorías de la grasa 103.14 % -. Kilocal

Cloruro de Sodio 0.63 %

Fibra Dietario 25 Grs.

Condiciones de manipulación

- Observar la fecha de vencimiento antes de consumir.
- Mantener congelado hasta su uso.
- Consumir en el menor tiempo posible.
- Después de descongelar, no se debe iniciar nuevamente el proceso de congelación
- Este producto requiere cocción.
- Lave bien las manos antes de preparar o consumir este alimento
- Dentro del congelador no mezclar con otros tipos de carne o alimentos.
- Descongelar en refrigeración o en microondas

Presentación, empaque y etiqueta del producto

Pollo en canal con vísceras, empacado en bolsa transparente con una etiqueta que lleva la siguiente información: Nombre de la Empresa, dirección de la

empresa, Fecha de Vencimiento, Número de Lote.

Consumo

Asado, Frito, Apanado, o según recetas culinarias.

Beneficio básico

Proporciona a los consumidores alimento saludable, bajo en grasa y contribuye a la nutrición con la proteína.

Beneficio complementario

El producto final se consume con más sabor debido a la carencia de preservantes y sin ser sometido al proceso de hidratación (Congelación), Contribuye a conservar la salud por ser libre de sustancias químicas.

10.2 INVERSIÓN REQUERIDA

La información corresponde a la serie de equipos y maquinaria equivalente a un valor de \$ 7.382.000, para su funcionamiento operativo y administrativo se necesita realizar una inversión inicial en muebles y enseres de oficina que tiene un valor de \$615.00, equipos de computación es de \$1.400.000 y otras inversiones \$ 14.000. Para una inversión total de \$ 9.411.000

Figura: 32 Inversión inicial

INVERSION INICIAL					
CONCEPTO	CANT	VALOR/UNI	INVERSION AÑO	INVERSION AÑO	INVERSION AÑO
MAQUINARIA Y EQUIPO			1	2	3
Bascula electronica x 50kg	2	\$ 239.000	\$ 478.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Termometro	1	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ -	\$ -
Bebedores automaticos	8	\$ 20.500	\$ 164.000	\$ -	\$ -
Comedores de tolva 15kg	12	\$ 35.000	\$ 420.000	\$ -	\$ -
Cortina	1	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ -	\$ -
Tanques para agua 60 lts	1	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ -	\$ -
Refrigerador	1	\$ 2.800.000	\$ 2.800.000	\$ -	\$ -
Mesa peladora	1	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ -	\$ -
Calderos	2	\$ 90.000	\$ 180.000	\$ -	\$ -
Desplumadora	1	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ -	\$ -
VALOR MAQUINARIA Y EQUIPO=			\$ 7.382.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
MUBLES Y ENSERES					
Telefono	1	\$ 95.000	\$ 95.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Escritorio en madera	1	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ -	\$ -
Sillas giratorias de oficina	1	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ -	\$ -
Sillas de pasta oficina	1	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ -	\$ -
VALOR MUEBLES Y ENSERES=			\$ 615.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
EQUIPOS DE COMPUTACION					
Computadores mesa	1	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
impresora	1	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ -	\$ -
VALOR EQUIPOS DE COMPUTO=			\$ 1.400.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
OTRAS INVERSIONES					
Escoba	1	\$ 4.000	\$ 4.000	\$ -	\$ -
Trapeador	1	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ -	\$ -
Balde	1	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ -	\$ -
VALOR OTRAS INVERSIONES=			\$ 14.000	\$ -	\$ -
INVERSION TOTAL=			\$ 9.411.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000

Fuente: plantilla financiera

10.3 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

Macro-localización

Será en finca de 2 hectáreas de terreno, ubicada a 2 kilómetros del casco urbano de la población, donde se hará la construcción de 2 galpones con capacidad para 400 pollos cada uno y donde se llevará a cabo una producción. Con un intervalo de 10 días entre la colocación de los pollos de un galpón al otro, para que el

aprovechamiento también sea en cadena. Construcción de un centro de sacrificio de pollos en la granja que contara con mesas de sacrificio, calderos para calentamiento de agua, área para el depósito del plumaje y demás residuos sólidos y líquidos, mesas de empaque control de calidad para la venta al cliente o consumidor final.

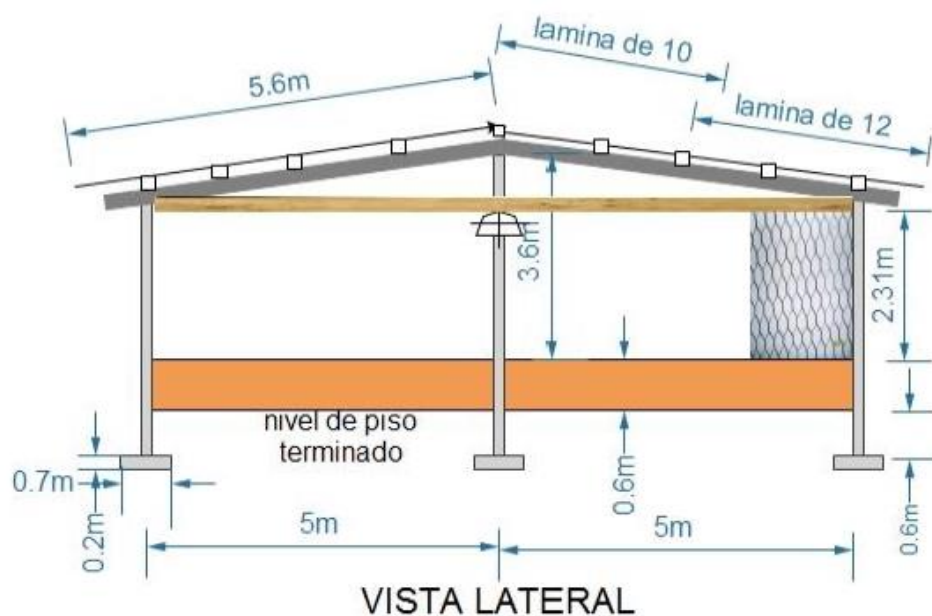
Micro-localización

La granja G y M tendrá un local comercial ubicado en la Cra. 24 n° 3-45 barrio centro de la población de caloto donde se venderá el producto y será atención a los usuarios

Distribución en planta

Se adecuará en la cabecera municipal el centro de aprovechamiento y distribución del producto a clientes y consumidores, alejado de los galpones, para evitar contaminación, tanto para los pollos en producción como el producto para las ventas.

Figura: 33 Galpón con capacidad 400 pollos



Fuente: floorplanner.com

10.4 PROCESO DE PRODUCCIÓN

Se realiza análisis para producir 400 pollos en 1 galpones.

Actividad tareas insumos responsable

Preparación del galpón. Labores realizadas por el encargado del galpón.

- Limpieza
- Sanidad
- Instalación comedero, bebedero, criadora y guarda criadora
- Jabón
- Balde
- Pala
- Manguera
- Cal
- Cisco

Adquisición de materia prima

El administrador entrega al galponero
(Concentrado y pollitos)

- Hacer pedido de pollitos y concentrado
- Recibimiento de pollitos y concentrado.
- Revisión de raza, sanidad y conteo.
- Entrega al Galponero de pollitos y concentrado.

Revisión de crecimiento del pollo

- Revisión de temperatura
- Limpieza y sanidad.

- Suministrar Alimento y agua.
- Vacunación.
- Registros: alimentación, peso, mortalidad.
- Yodo.
- Vacunas.
- Pesa.

Sacrificio

- Transporte del pollo a la planta.
- Desplumado, desviscerado, empacado.
- Seleccionado.
- Registro de peso en canal.
- Reducción de temperatura del pollo.
- Limpieza y sanidad de la planta.
- Canastas
- Balde.
- Bolsas
- Refrigeradores.

Entrega de pedidos a clientes

Un día antes confirmar pedidos

Diagrama de flujo de procesos

Tabla 22 Diagrama de proceso

DIAGRAMA DE PROCESO										FECHA		
										AÑO	MES	DIA
GRANJA G Y M										2017	10	5
División de procedimiento			Resumen						Dependencia:			
			Propuesto		Actual		Diferencia		Procedimiento:			
			T	D	T	D	T	D	Cantidad:			
Operaciones:	○	○	4258					1 pollo				
Transportes	⇨	⇨	545					1 pollo				
Inspecciones	□	□	4					1 pollo				
Esperas	D	D	64800					1 pollo				
Almacenamiento	▽	▽	0					1 pollo				
TOTAL (Minutos)=			69607					Preparado por:				
										Hector Fabio Zape		
Paso N°	Detalles del procedimiento (Descripción de las actividades necesarias para la elaboración del producto)						OPERACIÓN	TRANSPORTE	INSPECCION	ESPERA	ALMACENAMIENTO	Distancia en metro
							○	⇨	□	D	▽	
	compra de pollitos						8					
	transporte de pollitos al galpon							45				
1.	preparacion del galpon para recepcion de los pollitos						4230					
2.	recepcion de los pollitos						10					
3.	crecimiento de pollitos									21600		
4.	engorde de los pollos									43200		
5.	sacrificio de los pollos						10					
6.	Inspeccionar producto								4			
7.	transporte de pollitos al local							20				
8.	Distribucion de pollo							480				
TOTAL=						4258	545	4	64800	0		

Fuente: plantilla financiera

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

Se determina una capacidad de producción, del conjunto de factores necesarios para el proceso de cría de pollo semi-criollo, en este se tiene en cuenta el periodo tiempo laborado, los trabajadores y el tiempo para la cría de los pollos, que definirán la cantidad total de unidades producidas para un año.

Tabla 23 Capacidad de producción

1. CAPACIDAD DE PRODUCCION		POLLO SEMI-CRIOLLO	
Horas diarias	8	Minutos Disponible=	12441600 0
Días requeridos	180	Tiempo de Ciclo en minutos=	69607
Días adicionales operario tempo	10	Capacidad de Producción=	TD/TC
Minutos hora=	86400	Capacidad de Producción=	1787
Minutos disponibles =	12441600 0	Capacidad de Producción Operario=	95%
Minutos mantenimiento=	480	Capacidad de Producción con 1 operario(s) =	1698
Minutos de imprevistos=	120	Capacidad de Pn con operario temporal	0
Proyección de ventas	2231	Total unidades producidas =	1698

Fuente: plantilla financiera

10.5 NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

La siguiente tabla evidencia los costos de materia prima para producción de 400 pollos semi-criollos, para lo cual se requiere la construcción de un galpón a continuación evidencia costos más los demás insumos.

Tabla 24 Costos materia prima

Nº	ESTRUCTURA DE MATERIAS	DESCRIPCION TECNICA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD REQUERIDA	% DE PARTICIPACION PESO	COSTO
1	Hojas de zinc		ud	20	2,0%	\$ 21.000
2	Guadua		ud	30	3,1%	\$ 12.000
3	Amarras		ud	300	30,7%	\$ 100
4	Alambre Dulce		kilo	2	0,2%	\$ 6.000
5	puntillas 2 pulg		lb	2	0,2%	\$ 5.000
6	puntillas 2"/2		lb	1	0,1%	\$ 5.500
7	Cable electrico n° 12		mts	100	10,2%	\$ 15.000
8	Bombillos		ud	6	0,6%	\$ 30.000
9	Portabombillos		ud	6	0,6%	\$ 12.000
11	Malla		mts	50	5,1%	\$ 80.000
12	Mano de obra		dia	10	1,0%	\$ 300.000
13	pollos 7 días		ud	400	40,9%	\$ 1.800.000
14	ALIMENTACION KL x 15 DIAS/ Crecimiento		bulto	10	1,0%	\$ 610.000
15	ALIMENTACION KL x DIAS/ engorde 30 DIAS		bulto	18	1,8%	\$ 1.098.000
16	FORRAJE		bulto	15	0,5%	\$ 150.000
17	MAIZ AMARILLO		bulto	5	0,2%	\$ 300.000
18	CISGO		paca	2	0,1%	\$ 30.000
19	cal viva		bulto	1	100,0%	\$ 20.000
TOTAL=				977,5	TOTAL=	\$ 4.494.600

Fuente: plantilla financiera

10.6 PLAN DE PRODUCCIÓN

La granja G y M es una granja con explotación de 400 pollos semi-criollos

La cría de pollo semi-criollo dura 45 días, tiempo durante el cual se le suministrara alimentos de crecimiento y engorda adicional de maíz amarillo y forrajes.

Los primeros 15 días se suministrará alimento de crecimiento con maíz molido y forrajes, seguido se inicia la etapa de engordo en donde se suministra alimento de engordo revuelto con maíz amarillo y forrajes

Galpón 1: ingresan los primeros 200 pollos para la cría crecimiento y engorde

Galpón 2: ingresan 15 días después los siguientes 200 pollos

A los 45 días estarían listos para el comercio los primeros 200 pollos y el galpón libre para limpieza y desinfección se debe esperar un intervalo de 15 días para volver a criar pollos, a lo cual los pollos del galpón 2 ya estarían listos para venta, adicional al galpón 1 ingresarían nuevos pollos

Se obtendría cada 45 y 60 días una producción de 200 pollos con intervalo de 15 días

10.7 PLAN DE COMPRAS

El plan de compras recoge la relación de los insumos y materias primas, que se requieren para la producción y comercialización del producto, en este caso para la producción pollo semi-criollo se relaciona. En la tabla de necesidades requerimientos la cual muestra dicha relación, con sus respectivos costes de cada insumo y la cantidad requerida para la cría de pollo semi-criollo.

Se establece que las compras se realizaran de los insumos principales para la producción cada intervalo cada 60 días. Contando los días de producción 45 días más los días de limpieza y desinfección.

10.8 SISTEMA DE CONTROL

Se deberá entregar a final de la jornada el reporte del día por parte del operario al administrador. En donde especifique las actividades realizadas

Se realizará control de materia prima semanal para saber los gastos que se están generando, además de control sobre las aves en cuanto a vacunación y buen manejo de aves muertas para evitar la contaminación.

Se realiza buen manejo a los residuos como la gallinaza al final del ciclo de

producción para evitar contaminación al medio ambiente

Se establecerá políticas de desinfección para los galpones de manera mensual o al final de ciclo de producción.

11. ESTRATEGIAS DE MERCADO

11.1 ESTRATEGIA DE PRODUCTO

IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

Nombre: La Granja G Y M

Descripción básica: pollo semi-criollo criado alternando alimentación complementaria (maíz y plantas verdes) que hace que sea bajo en grasa, tenga un color y sabor diferente. La producción de carne de pollo por semanas es muy rápida, desde la primera hasta la séptima, tiempo en el cual el pollo estará listo para sacrificio con un peso promedio vivo de 4.5 libras (hembras y machos).

Una buena raza es la Cobb es aquella que tiene una gran habilidad para convertir el alimento en carne en poco tiempo, con características físicas tales como cuerpo ancho y pechuga abundante, ojos prominentes y brillantes, movimientos ágiles, posición erguida sobre las patas. Las incubadoras nacionales están distribuyendo en general pollitos de engorde de muy buena calidad provenientes de excelentes reproductores y con capacidad genética para la producción de carne

Diseño del producto: se ofrecerán diferentes presentaciones entre ellas tenemos pollo entero, bandejas y por partes.

Figura: 34 Diseño del producto

Entero



Bandeja



Partes



Fuente:<https://www.google.com.co/search?biw=1536&bih=755&tbm=isch&sa=1&ei=Jd0FXJiJOIOD5wKfipDYCw&q=IMAGENES+DE+PRESENTACION+DE+POLLO+PRESAS>

Calidad: se acatarán estrictamente las normas ambientales y sanitarias para producción, manipulación y venta de este tipo de pollo.

Empaque y embalaje: El proceso inicia con el sacrificio, desplume y limpieza del pollo que se realiza en la granja, luego se depositara en canastillas para ser transportadas en un vehículo con cadena de frio, al sitio de acopio. Posteriormente se realiza el proceso de empaque dependiendo de la demanda requerida por la comunidad o empresas.

Necesidades a satisfacer

Principalmente se satisface una necesidad básica fisiológica de alimentación, ofreciendo un producto saludable, rico, a bajo precio y de fácil preparación debido a que por el ritmo de vida acelerado hace que la persona busque productos versátiles y que tengan gran aporte nutricional, además de obtener un producto bajo en grasa que hace que se disminuya el riesgo de adquirir enfermedades como obesidad, infartos, malas circulación etc.

11.2 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

Alternativas de penetración

- Se realizará publicidad por medio de radio, perifoneo, volantes y promociones.
- Además de contar con un sitio exclusivo para la venta de pollo el cual será ameno y agradable.
- Se ofrecerá un servicio personalizado a las necesidades de cada cliente.
- Distinguiéndose de la competencia por la calidad y sabor del producto.

Alternativas Comercialización

Inicialmente se realiza un proceso de venta directa en el local en el municipio de caloto a los clientes que lleguen a adquirir el producto. Se pretende realizar alianzas para proveer a las entidades públicas y privadas que requieran atención en eventos, además de estrategias de venta para la distribución a instituciones perteneciente a cabildos indígenas de la zona norte. Ofreciendo un producto que ingresar a satisfacer las necesidades del programa que se maneja en los cabildos indígenas de autonomía alimentaria que se basa en consumir alimentos propios cultivados en la región sin proceso químico y que se han saludables.

Estrategia de venta

Pensar siempre en el valor agregado, considerar el cumplimiento de políticas de calidad, servicio al cliente y precio competitivo. De este modo garantizar el margen de ventas necesario para lograr la liquidez del negocio.

- Calidad: se brindará un producto tratado con las normas ambientales y

sanitarias establecidas, para que se conserve en las mejores condiciones y el cliente obtenga un producto en las mejores condiciones higiénicas además de ser muy saludable.

- Servicio al Cliente: Sabiendo que los clientes son de vital importancia para el negocio, el personal estará capacitado para atender con gran cordialidad. Atendiendo los requerimientos de demanda.
- Precio competitivo: El precio del producto será muy competitivo estará al mismo precio que la competencia, pero ofreciendo un producto bajo en grasa que es altamente nutritivo además de cuidar la salud de las personas.

Determinación del Canal de Distribución

La forma de lograr que el producto llegue a su meta y consumidor final, será de forma directa. La granja G y M se encargará directamente de realizar la distribución del producto, NO tendrá niveles de intermediación.

11.3 ESTRATEGIAS DE PRECIO

PRECIO DE LANZAMIENTO DEL BIEN O SERVICIO

De acuerdo a los datos analizados por medio de la encuesta se puede evidenciar que para el lanzamiento de empresa tomando en cuenta el precio de equilibrio se puede hacer descuentos por pedidos a partir de 2 pollos enteros, además de realizar rifa boletas para un delicioso almuerzo de gallina por compras superiores a \$ 30.000 pesos.

PUNTO DE EQUILIBRIO

En la idea de negocio, se había establecido un precio base de \$ 3700. Tomando como referencia el precio arrojado por el punto de equilibrio, y adaptándolo como precio definitivo del producto, se establece como precio \$ 4000. En el punto de

equilibrio las ventas de la empresa alcanzan a cubrir los costos totales con cero pérdidas.

CONDICIONES Y FORMAS DE PAGO DEL PRODUCTO

Para la empresa se establece que la modalidad de pago se utilizará pago en efectivo por pago contra entrega del producto para evitar posteriores inconvenientes con cobranza. El efectivo es una de las formas de pago más comunes a utilizar para compra materias primas, pago de servicios y amortización de deudas, por la facilidad y por ser considerado de mucha más liquidez.

ESTRATEGIAS PARA RESISTIR LA GUERRA DE PRECIOS

Para responder a la guerra de precios en el entorno, la granja G y M tomara las siguientes estrategias; con el propósito de evitar posibles efectos negativos que se le puedan presentar.

- ✓ Crear la marca propia para posesionarla en el mercado
- ✓ Ofrecer un producto de alta calidad y cumplir con los estándares legales
- ✓ Establecer una diferenciación en la venta del producto por pedidos
- ✓ Determinar buenos canales de comunicación con el cliente

11.4 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN O PUBLICIDAD

Para cumplir con los planes estratégicos se diseñará programas que conduzcan a cumplir un conjunto de actividades y los cuales serán llevados a cabo durante un determinado tiempo.

Las promociones y la publicidad se harán en los siguientes medios:

- ✓ Periódico
- ✓ Televisión local
- ✓ Volantes
- ✓ Vallas
- ✓ Redes sociales
- ✓ Página oficial
- ✓ Perifoneo
- ✓ Distribución de tarjetas de presentación a clientes específicos: Empresas, colegios, entidades públicas.

Presupuesto de promoción

Para la promoción y la publicidad la granja se contará un presupuesto de \$ 1.100.000 para el primer año, de manera que los recursos serán utilizados de acuerdo con el cronograma.

Costo estimado de promoción lanzamiento y publicidad

El primer costo de lanzamiento tendrá un valor estimado de \$500.000; estos recursos serán destinados a la campaña publicitaria y el pago de la mano de obra por el trabajo realizado.

11.5 ESTRATEGIAS DE SERVICIO

Los comportamientos de servicio al cliente incluyen una amplia gama de factores que incluyen la eficiencia, la velocidad de respuesta, atención al detalle, la escucha, la confianza, el suministro de información y el seguimiento. La actitud es importante en términos de variables tales como la amabilidad, el respeto, la preocupación y la autenticidad.

Como base fundamental del servicio encontramos que será un servicio efectivo, rápido y de calidad. Para toda la población en general

La empresa garantizará un buen servicio de post venta a sus usuarios con el compromiso de brindar mejor atención a los clientes y de tal forma de ir creando

lealtad con los clientes, se recibirán inquietudes y sugerencias sobre el producto para hacer cambios positivos en la empresa y mejorar las ventas

Se realizar asesorías sobre el producto cuando algún cliente mayorista así lo requiera, además pueden visitar las instalaciones de la granja para visualizar los procesos que allí se realizan para que se determine la calidad del producto y aumentar las ventas.

11.6 PLAN DE UBICACIÓN

La granja estará ubicada en el municipio de caloto en una vereda llamada chorrillo que se encuentra dentro del territorio indígena del resguardo de huellas caloto, donde se cuenta con 2 hectáreas de tierra propias donde se adecuará para las instalaciones de la granja.

Para las ventas no se contará con local debido que se estable realizar ventas por pedidos dos veces al mes donde hace el proceso un mismo día para solo realizar la entrega.

12. ANALISIS FINANCIERO

12.1 COSTOS Y GASTO

COSTO DE MATERIA PRIMA POR POLLO POR CADA PERIODO

La siguiente tabla nos calcula los costos de materia prima que se requerirán para el cada periodo de 45 días de producción, el cual será está incluido los costos variables totales.

Tabla 25 Costo de materia prima por cada periodo

MATERIA PRIMA REQUERIDA DE :			POLLO SEMI-CRIOLLO					
Nº	CONCEPTO	DESCRIPCION TECNICA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO	LOTE MINIMO DE COMPRA AL PROVEEDOR	UNIDADES DEL LOTE MINIMO	PRECIO DE COMPRA PROVEEDOR
1	pollos 7 dias		ud	400	4.500	500	1	\$ 6.500
2	ALIMENTCION KL x 15 DIAS/ Crecimiento		bulto	10	\$ 1.525	500	50	\$ 2.000
3	ALIMENTCION KL x DIAS/ engorde 30 DIAS		bulto	18	\$ 2.745	500	28	\$ 1.600
4	FORRAJE		bulto	15	\$ 375	500	33	\$ 900
5	MAIZ AMARILLO		bulto	5	\$ 750	500	100	\$ 625
6	CISGO		paca	2	\$ 75	1	1	\$ 270
7	cal viva		bulto	1	\$ 50	1	1	\$ -
8					\$ -		0	\$ -
TOTAL=				451	\$ 10.020			

Fuente: propia

Análisis: se puede observar la cantidad de materia prima que se requiere para la cría y producción de un pollo semi-criollo de 45 días, para obtener un pollo semi-criollo de un peso aproximado 4kg.

12.2 INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

Para la instalación de la granja cría y comercialización de pollo se necesita realizar una inversión inicial en muebles y enseres con un valor de \$615,000, equipos de computación \$ 1.100.000 y la construcción de galpones y elementos de aseo \$ 6.400.000. Para un total de inversión fija de \$ 9.097.000

Inversión fija

Tabla 26 Total costos fijos

MUBLES Y ENSERES					
Telefono	1	\$ 95.000	\$ 95.000	\$ -	\$ -
Escritorio en madera	1	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ -	\$ -
Sillas giratorias de oficina	1	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ -	\$ -
Sillas de pasta oficina	1	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ -	\$ -
	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
VALOR MUEBLES Y ENSERES=			\$ 615.000	\$ -	\$ -
EQUIPOS DE COMPUTACION					
Computadores mesa	1	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ -	\$ -
impresora	1	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ -	\$ -
	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
VALOR EQUIPOS DE COMPUTO=			\$ 1.100.000	\$ -	\$ -
OTRAS INVERSIONES					
Contruccion galpon	1	\$ 6.250.000	\$ 6.250.000	\$ -	\$ -
Elementos de aseo	1	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
VALOR OTRAS INVERSIONES=			\$ 6.400.000	\$ -	\$ -
INVERSION TOTAL=			\$ 9.097.000	\$ 0	\$ -

Fuente: propia

Análisis: la anterior tabla describe la inversión necesaria en activos fijos como muebles enseres, equipos de cómputo y la inversión en la construcción del galpón.

12.2 CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo es el recurso económico destinado al funcionamiento inicial de la creación de la granja para la cría y comercialización de pollo semi-criollo que se estimula el flujo de ingresos y egresos entre los activos circulantes los pasivos.

Tabla 27 Análisis de capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO					
COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVENTARIO INICIAL	\$ -	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
MENOS INVENTARIO FINAL	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
ARRENDAMIENTO	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
SALARIOS PRODUCCION	\$ 38.955.972	\$ 40.319.431	\$ 41.770.930	\$ 43.191.142	\$ 44.573.258
SERVICIOS PUBLICOS	\$ 156.000	\$ 161.460	\$ 167.273	\$ 172.960	\$ 178.495
DOTACIONES	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
DEPRECIACION MAQUINARIA	\$ 1.166.367	\$ 1.166.367	\$ 1.166.367	\$ 1.166.367	\$ 1.166.367
COSTOS FIJOS	\$ 40.278.338	\$ 41.647.257	\$ 43.104.569	\$ 44.530.468	\$ 45.918.120
COMPRAS	\$ 300.600.000	\$ 320.454.630	\$ 336.802.460	\$ 369.767.489	\$ 424.410.112
SALARIOS TEMPORALES	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
OTROS(REPUESTOS, TRANSPORTE)	\$ 300.000	\$ 310.500	\$ 321.678	\$ 332.615	\$ 343.259
HONORARIOS VENTAS	\$ 360.000	\$ 372.600	\$ 386.014	\$ 399.138	\$ 411.910
COSTOS VARIABLES	\$ 301.260.000	\$ 321.137.730	\$ 337.510.152	\$ 370.499.242	\$ 425.165.281
TOTAL COSTOS FIJOS Y VARIABLES	\$ 341.538.338	\$ 362.784.987	\$ 380.614.721	\$ 415.029.710	\$ 471.083.401
GASTOS					
IMPUESTOS MUNICIPALES	\$ 220.000	\$ 2.549.557	\$ 2.676.202	\$ 2.923.071	\$ 3.326.790
OTROS(ASEO,PAPELERIA)	\$ 520.000	\$ 538.200	\$ 557.575	\$ 576.533	\$ 594.982
GASTOS OPERACIONALES DE ADMON	\$ 740.000	\$ 3.087.757	\$ 3.233.778	\$ 3.499.604	\$ 3.921.772
PUBLICIDAD	\$ 2.300.000	\$ 2.380.500	\$ 2.466.198	\$ 2.550.049	\$ 2.631.650
GASTOS OPERACIONALES DE VTAS	\$ 2.300.000	\$ 2.380.500	\$ 2.466.198	\$ 2.550.049	\$ 2.631.650
TOTAL GASTOS	\$ 3.040.000	\$ 5.468.257	\$ 5.699.976	\$ 6.049.653	\$ 6.553.422
TOTAL COSTOS + GASTOS	\$ 344.578.338	\$ 368.253.244	\$ 386.314.697	\$ 421.079.363	\$ 477.636.823

Fuente: elaboracion propia

Analisis: Con la información obtenida se da la totalidad del capital de trabajo, se hace una consolidación de los recursos y se determina el requerimiento de capital, para el funcionamiento y operación de la granja, así mismo se determina el capital para los servicios públicos, mantenimientos e impuestos que se requieren por un valor de \$ \$ 477.636.823 pesos.

12.3 PUNTO DE EQUILIBRIO

Es aquel punto de actividad en el cual los ingresos totales son exactamente equivalentes a los costos totales asociados con la venta de un producto o servicio que se deben vender para que la empresa no tenga ni ganancias ni perdidas, es decir para que las ventas sean las necesarias para que la empresa pueda funcionar correctamente sin arrojar perdidas.

Tabla 28 Calculo del Punto de Equilibrio

PRODUCTO	CANT A VENDER	PRECIO	VENTA TOTAL	COSTO VARIAB	COSTO TOTAL	PTO EQUILIBRIO-ANUAL	PTO DE EQUILIBRIO VENTA MENSUAL
POLLO SEMI-CRIOLLO	20571	12.000	\$ 246.853.963	\$ 206.575.625	\$ 40.278.338	20571	1714
0	0	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	0
0	0	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	0
0	0	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	0
0	0	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	0
0	0	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	0
TOTAL	20571		\$ 246.853.963	\$ 206.575.625	\$ 40.278.338		

Fuente: elaboración propia.

Análisis: se puede deducir que para cumplir con la demanda requerida debe cumplir con una producción de 1714 libras de pollo para llegar al punto de equilibrio.

12.4 FUENTES DE FINANCIACIÓN

Para la creación de la empresa se necesita una inversión aproximada de un monto de \$ 13.253.528 pesos, en inversión fija de \$ 9.097.000 pesos, en capital de trabajo de \$ 3.356.528 pesos y en otros activos de \$ 800.000.

Tabla 29 Financiación

INVERSIONES ESTIMADAS.	
INVERSIÓN ESTIMADA	Año 0
Inversión Fija=	9.097.000
Capital de Trabajo=	3.356.528
Otros Activos=	800.000
TOTAL INVERSIÓN ESTIMADA	\$ 13.253.528

Fuente: propia

Análisis: con la inversión estimada se cubrirá los gastos necesarios para la

creación de la institución prestadora en servicios de salud de primer nivel de atención.

Tabla 30 Financiación propia y a crédito

La siguiente grafica representa la financiación de la inversión en concepto de capital propio y a crédito

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN.			
CONCEPTO	CAP. PROPIO	CRÉDITO	TOTAL
	30%	70%	100%
Inversión Fija	\$ 2.729.100	\$ 6.367.900	\$ 9.097.000
Capital de Trabajo	\$ 1.006.958	\$ 2.349.570	\$ 3.356.528
Otros Activos	\$ 240.000	\$ 560.000	\$ 800.000
INVERSIÓN TOTAL	\$ 3.976.058	\$ 9.277.470	\$ 13.253.528

Fuente: propia

Análisis: Para la creación de la granja cría y comercialización de pollo semi-criollo se necesitará una financiación por medio de crédito de libre inversión con una tasa de interés de 22% E.A que cubre un valor de \$ 9.277.470 pesos, el crédito cubrirá 70%; mientras que la inversión de capital propio será de 30% equivalente a \$ 3.976.058 pesos, el cual estará destinado al fortalecimiento de la granja

Obligación Bancaria

La siguiente tabla representa la obligación financiera dividida en un periodo de 5 años para cubrir el pago total del crédito.

Tabla 31 Obligación financiera por periodo

CREDITO		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VALOR CREDITO	\$ 9.277.470	\$ 7.421.976	\$ 5.566.482	\$ 3.710.988	\$ 1.855.494	\$ 0
NUMERO DE CUOTAS		5	4	3	2	1
CUOTA ANUAL		\$ 1.855.494	\$ 1.855.494	\$ 1.855.494	\$ 1.855.494	\$ 1.855.494
VALOR INTERES	22%	\$ 2.041.043	\$ 1.632.835	\$ 1.224.626	\$ 816.417	\$ 408.209
CUOTA CREDITO		\$ 3.896.537	\$ 3.488.329	\$ 3.080.120	\$ 2.671.911	\$ 2.263.703
CUOTA MENSUAL=		\$ 324.711	\$ 290.694	\$ 256.677	\$ 222.659	\$ 188.642

Fuente: elaboración propia

Análisis: El crédito se ejecutará a un periodo de cinco años a una tasa de 22% E.A, lo que corresponde las cuotas mensuales y anuales para cubrir la deuda a periodo de 5 años.

12.5 PRECIO DE VENTA DE CADA SERVICIO

La proyección de ventas se estableció de acuerdo a la inflación proyectada, para el periodo de los 5 años se estableció la demanda de cada servicio.

Tabla 32 Proyección de ventas por periodo

COSTOS ANUALES DE PRODUCCION									
PRODUCTOS	COSTO TOTAL UNITARIO	PORCENTAJE DEL MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	RENTABILIDAD DE LA INDUSTRIA	PRECIO COMPETIDOR	CALCULO PRECIO DE VTA	PRECIO DE VENTA	IVA AL PRODUCTO	PRECIO DE VENTA IVA INCLUIDO	MARGEN DE CONTRIBUCION
POLLO SEMI-CRIOLLO	\$ 11.346	30%	50%	\$ 22.000	\$ 16.208	\$ 12.000	0%	\$ 12.000	16%

Fuente: elaboración propia

Análisis: la anterior tabla permite determinar el precio de venta del producto al consumidor que sería \$ 12.000 por cada pollo de 4 libras

INCREMENTO DE VENTAS POR AÑO

A continuación, se presentan los porcentajes de incremento para cada año, lo que refleja un aumento para los siguientes años en ventas, también se muestra el cambio en la inflación para los 5 años correspondientes.

Tabla 33 Incremento de ventas por año

AÑO	PROYECCION DE LA INFLACION	PROYECCION DE COSTOS CON VENTAS	PROYECCIÓN COSTO CON INFLACIÓN
1	0	0	\$ 300.600.000
2	3,5%	\$ 309.618.000	\$ 320.454.630
3	3,6%	\$ 325.098.900	\$ 336.802.460
4	3,4%	\$ 357.608.790	\$ 369.767.489
5	3,2%	\$ 411.250.109	\$ 424.410.112

Fuente: elaboración propia

Análisis: La proyección de costos de venta más los costos con la inflación nos dan unos márgenes para estimar las ventas esperadas en un periodo de 5 años de \$ 424.410.112

13. ANALISIS ECONOMICO

13.1 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

Estado de resultados.

Se puede evidenciar el estado de resultados del año 1 al 5 año al inicio se puede observar que para el primer año la utilidad de la empresa es de \$ 13.380.618 pesos, lo que corresponde para los años siguientes se evidencia un índice de crecimiento constante

Tabla 34 Balance inicial

ESTADO DE RESULTADOS AÑO 1 A AÑO 5					
ESTADO DE RESULTADO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 360.000.000	\$ 383.778.000	\$ 403.356.240	\$ 442.835.316	\$ 508.275.583
MENOS COSTO VENTAS Y PRESTACION SERVICIOS	\$ 341.538.338	\$ 362.784.987	\$ 380.614.721	\$ 415.029.710	\$ 471.083.401
UTILIDAD BRUTA	\$ 18.461.662	\$ 20.993.013	\$ 22.741.519	\$ 27.805.606	\$ 37.192.183
MENOS GASTOS OPERACIONALES ADMON.	\$ 740.000	\$ 3.087.757	\$ 3.233.778	\$ 3.499.604	\$ 3.921.772
MENOS GASTOS OPERACIONALES DE VENTAS	\$ 2.300.000	\$ 2.380.500	\$ 2.466.198	\$ 2.550.049	\$ 2.631.650
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 15.421.662	\$ 15.524.756	\$ 17.041.543	\$ 21.755.953	\$ 30.638.760
MAS INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
MENOS GASTOS NO OPERACIONALES	\$ 2.041.043	\$ 1.632.835	\$ 1.224.626	\$ 816.417	\$ 408.209
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	\$ 13.380.618	\$ 13.891.921	\$ 15.816.917	\$ 20.939.536	\$ 30.230.551
MENOS IMPUESTOS DE RENTA Y COMPLEMENTARIOS	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 13.380.618	\$ 13.891.921	\$ 15.816.917	\$ 20.939.536	\$ 30.230.551

Fuente: elaboración propia

Análisis: El estado de resultados muestra que la empresa está generando utilidades y que los ingresos operacionales logran cumplir con las actividades operacionales, es decir muestra la rentabilidad del ejercicio. Se puede concluir que si se mantiene estable el crecimiento en ventas año tras año la empresa se lograra posicionar y contar con un nivel de ingresos fijos con tendencia al alza, permitiendo cumplir con los gastos de la organización y arrojar un margen positivo de utilidades para los socios.

Balance General.

Este cuadro representa el crecimiento durante los primeros cinco años, en el primer año se puede evidenciar que las utilidades son de cero pesos, a partir del segundo ya se ve una tendencia positiva y sus resultados van en aumento.

Tabla 35 Balance general

BALANCE GENERAL AÑO 1 A AÑO 5					
ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAJA	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
BANCOS	\$ 21.313.327	\$ 34.215.047	\$ 48.462.236	\$ 67.119.680	\$ 94.211.050
CUENTAS POR COBRAR	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
INVENTARIO DE MERCANCIA	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 22.513.327	\$ 35.415.047	\$ 49.662.236	\$ 68.319.680	\$ 95.411.050
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 7.382.000	\$ 7.382.000	\$ 7.382.000	\$ 7.382.000	\$ 7.382.000
MUEBLES Y ENCERES	\$ 615.000	\$ 615.000	\$ 615.000	\$ 615.000	\$ 615.000
EQUIPO DE COMPUTACION	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000
Depreciación acumulada	\$ 1.166.367	\$ 2.332.733	\$ 3.499.100	\$ 4.665.467	\$ 5.831.833
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	\$ 7.930.633	\$ 6.764.267	\$ 5.597.900	\$ 4.431.533	\$ 3.265.167
TOTAL ACTIVO	\$ 30.443.960	\$ 42.179.313	\$ 55.260.136	\$ 72.751.213	\$ 98.676.217
OBLIGACIONES FINANCIERAS (CP)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
PROVEEDORES	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
CUENTAS POR PAGAR CORTO PLAZO	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
IMPUESTOS GRAVAMENES Y TASAS	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
PASIVOS ESTIMADOS Y PROVISIONES	\$ 5.665.308	\$ 5.948.573	\$ 6.246.002	\$ 6.558.302	\$ 6.886.217
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 5.665.308	\$ 5.948.573	\$ 6.246.002	\$ 6.558.302	\$ 6.886.217
OBLIGACIONES FINANCIERAS (LP)	\$ 7.421.976	\$ 5.566.482	\$ 3.710.988	\$ 1.855.494	\$ 0
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	\$ 7.421.976	\$ 5.566.482	\$ 3.710.988	\$ 1.855.494	\$ 0
TOTAL PASIVO	\$ 13.087.283	\$ 11.515.055	\$ 9.956.990	\$ 8.413.796	\$ 6.886.217
CAPITAL SOCIAL	\$ 3.976.058	\$ 3.976.058	\$ 3.976.058	\$ 3.976.058	\$ 3.976.058
RESULTADOS DEL EJERCICIO	\$ 13.380.618	\$ 13.891.921	\$ 15.816.917	\$ 20.939.536	\$ 30.230.551
UTILIDADES ACUMULADAS	\$ 0	\$ 13.380.618	\$ 27.272.539	\$ 43.089.456	\$ 64.028.992
TOTAL PATRIMONIO	\$ 17.356.677	\$ 31.248.598	\$ 47.065.515	\$ 68.005.050	\$ 98.235.602
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 30.443.960	\$ 42.763.653	\$ 57.022.504	\$ 76.418.846	\$ 105.121.819

Fuente: elaboración propia

Análisis: De la tabla anterior que muestra el balance general inicial y proyectado a cinco años, se puede deducir que la liquidez de los activos corrientes es positiva y va incrementado, por lo cual se puede determinar que el ejercicio arroja utilidades para la empresa tendiente al crecimiento, teniendo en cuenta los valores de las utilidades acumuladas, al año cinco, la empresa estará generando valor y el patrimonio se habrá alcanzado a valorizar

13.2 ESTIMACIÓN DE VIABILIDAD, INDICADORES FINANCIEROS (VPN, TIR), ESTRATEGIAS FINANCIERAS

INDICADORES DE LIQUIDEZ

Analiza de manera individual y facilita la comparación de la granja de pollo semi-criollo. Con la competencia y con las empresas que lideran el mercado.

Tabla 36 Indicadores de liquidez

INDICADOR	INDICADORES DE LIQUIDEZ				
	Años				
	1	2	3	4	5
Razón corriente o circulante	3,97	5,95	7,95	10,42	13,86
Prueba ácida	4,0	6,0	8,0	10,4	13,9
Capital de trabajo neto \$	\$ 16.848.019	\$ 29.466.474	\$ 43.416.235	\$ 61.761.378	\$ 88.524.833

Fuente: Propia

Razón corriente: por cada peso que la empresa debe tiene como respaldo 3,97 para cubrir los pasivos en el primer año.

Prueba acida: por cada peso que la empresa debe en el corto plazo, cuenta o posee 4.0 pesos para respaldar dicha obligaciones en el primer año.

Capital de trabajo neto: en el primer año \$ 16.848.019 esto es adecuado por que la empresa se ha financiado en sus actividades de corto plazo con créditos de largo plazo

Análisis: De la tabla de indicadores de liquidez se puede deducir que la empresa cuenta con el capital en activos corrientes suficientes para respaldar cada uno de los pasivos corrientes, se evidencia un incremento considerable en el capital de trabajo para continuar con la prestación de los servicios de la organización.

INDICADORES DE APROVECHAMIENTO DE RECURSOS

Este indicador de productividad mide cuantos pesos genera cada peso invertido en activo total

Tabla 37 Indicadores de aprovechamiento de recursos

INDICADORES DE APROVECHAMIENTO DE RECURSOS					
INDICADOR	Años				
	1	2	3	4	5
Rotación de activo corriente o circulante (# Veces)	15,99	10,84	8,12	6,48	5,33
Rotación del activo fijo(# veces)	45,39	56,74	72,05	99,93	155,67
Rotación del activo total (# veces)	11,83	9,10	7,30	6,09	5,15

Fuente: Propia

Análisis: la tabla muestra que durante los primeros dos años la rotación del activo Corriente se obtuvo 15,99 y 10,84 respectivamente, lo que significa que por cada \$1 invertido en activos operacionales anteriores. Por otro lado, los indicadores de la rotación del activo fijo muestra márgenes altos en todos los periodos lo cual indica existen bajos grados de rotación y en la rotación del activo total se destaca que el primer año se aprovecharon los recursos de manera significativa, donde por cada \$1 invertido en activos totales se generaron ventas de 11,83 durante el año.

INDICADORES DE ESTRUCTURA O ENDEUDAMIENTO

La tabla muestra el índice de endeudamiento de la empresa durante los cinco años. Tienen por objeto medir en qué grado y de qué forma participan los acreedores dentro del financiamiento de la empresa. De la misma manera se trata de establecer el riesgo que incurren los acreedores, el riesgo de los dueños y la conveniencia o inconveniencia de un determinado nivel de endeudamiento para la empresa,

Tabla 38 Indicadores de estructura o endeudamiento

INDICADORES DE ESTRUCTURA O ENDEUDAMIENTO					
INDICADOR	Años				
	1	2	3	4	5
Indice de endeudamiento financiero(%)	18,28	22,90	14,66	9,01	6,98
Indice de endeud. C.P(%)	43	52	63	78	100
Indice de endeud. a L.P(%)	81,4	87,3	91,9	96,0	99,6
Indice de cobert.de inter.(# veces)	7,56	9,51	13,92	26,65	75,06
Indice de participación patrimonial (leverage)	0,75	0,37	0,21	0,12	0,07
Razón deuda o nivel de endeudamiento(%)	0,43	0,27	0,18	0,12	0,07

Fuente: Propia

Análisis: Se puede deducir que el endeudamiento es positivo, donde su nivel de endeudamiento esta entre los porcentajes de 0.43% a 0.27% lo que permite deducir que la empresa tiene la posibilidad de tener un nivel más alto de endeudamiento en el caso de que llegue a necesitar expandirse.

INDICADORES DE RENTABILIDAD

El índice de rendimiento neto en ventas en cada año es constante y progresivo, donde para el primer año se evidencia un margen de utilidad neta del 3,72% este indicador permite conocer la rentabilidad de la empresa sobre los activos y sobre el patrimonio.

Tabla 39 Indicadores de rentabilidad

INDICADORES DE RENTABILIDAD					
INDICADOR	Años				
	1	2	3	4	5
1.Indice de rendimiento bruto en ventas(%)	5,1	5,5	5,6	6,3	7,3
2.Indice de rendimiento operativo en ventas(%)	4,28	4,05	4,22	4,91	6,03
3.Indice de rendimiento neto en ventas(%)	3,72	3,62	3,92	4,73	5,95
4.Indice de rendimiento patrimonial(%)	77,09	44,46	33,61	30,79	30,77
5.Indice de rendimiento del activo total(%)	43,95	32,94	28,62	28,78	30,64

Fuente: Propia

Análisis: La tabla muestra que el índice de rendimiento de las ventas tiende a aumentar, indicando que, es un índice positivo donde se logra evidenciar que el margen porcentual de las utilidades netas se incrementa año tras año, iniciando con 4,28% para el año uno y 6,03 % para el año cinco.

FLUJO DE FONDOS DEL PROYECTO

En el siguiente cuadro presenta los ingresos de la granja al momento de operación durante los últimos cinco años, lo que corresponde con las ganancias y a continuación se presenta el flujo neto para el primer año con un valor de \$ 13, 253,528

Tabla 40 Flujo de fondos del proyecto

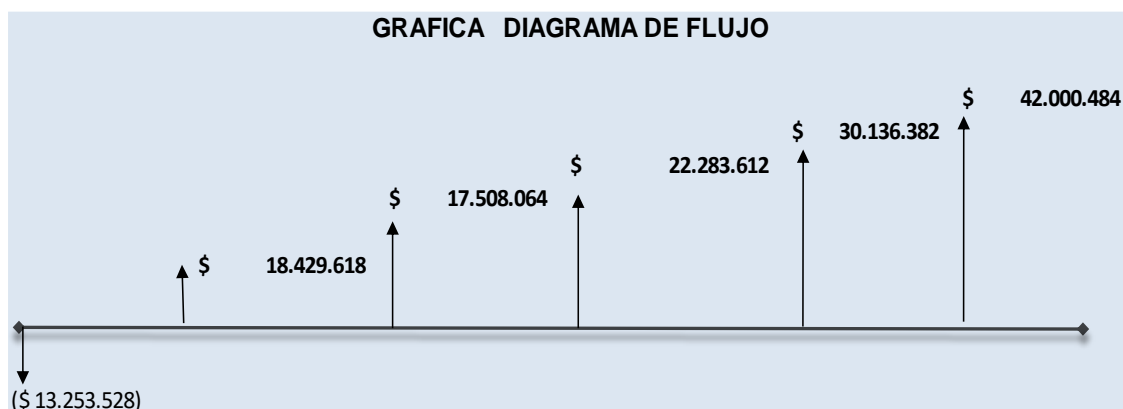
FLUJO DE FONDOS DEL PROYECTO (PESOS)							
CONCEPTO	INVER. INICIAL	OPERACIÓN					
		0	1	2	3	4	5
Ingresos							
Saldo inicial	\$ -	\$ 5.322.895	\$ 18.429.618	\$ 17.508.064	\$ 22.283.612	\$ 30.136.382	
+ Ventas de contado	\$ -	\$ 360.000.000	\$ 383.778.000	\$ 403.356.240	\$ 442.835.316	\$ 508.275.583	
+ Aporte socios	\$ 3.976.058						
+ Creditos de financiancion	\$ 9.277.470						
Total Ingresos en Efectivo	\$ 13.253.528	\$ 360.000.000	\$ 383.778.000	\$ 403.356.240	\$ 442.835.316	\$ 508.275.583	
- Inversiones fijas	\$ (7.930.633)						
- Costos							
- Costos fijos y variables		\$ (341.538.338)	\$ (362.784.987)	\$ (380.614.721)	\$ (415.029.710)	\$ (471.083.401)	
- Gastos administración		\$ (740.000)	\$ (3.087.757)	\$ (3.233.778)	\$ (3.499.604)	\$ (3.921.772)	
- Gastos Generales de Ventas		\$ (220.000)	\$ (2.380.500)	\$ (2.466.198)	\$ (2.550.049)	\$ (2.631.650)	
- intereses		\$ (2.041.043)	\$ (1.632.835)	\$ (1.224.626)	\$ (816.417)	\$ (408.209)	
Ganancias Gravadas		\$ 15.460.618	\$ 13.891.921	\$ 15.816.917	\$ 20.939.536	\$ 30.230.551	
- Impuestos							
Imporenta							
industria y Ccio		\$ -	\$ (2.321.857)	\$ (2.440.305)	\$ (2.679.154)	\$ (3.075.067)	
+ Valor residual capital de trabajo							
+ Valor residual (Activo fijos)							
Ganancias netas		\$ 15.460.618	\$ 11.570.064	\$ 13.376.612	\$ 18.260.382	\$ 27.155.484	
(+) Depreciación		\$ 2.969.000	\$ 5.938.000	\$ 8.907.000	\$ 11.876.000	\$ 14.845.000	
(+) Amortización		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
(-) Costo de inversiones y reversiones		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Saldo final de caja	\$ 5.322.895	\$ 18.429.618	\$ 17.508.064	\$ 22.283.612	\$ 30.136.382	\$ 42.000.484	
FLUJO DE EFECTIVO NETO	\$ (13.253.528)	\$ 18.429.618	\$ 17.508.064	\$ 22.283.612	\$ 30.136.382	\$ 42.000.484	

Fuente: Baena Toro Diego. Análisis financiero enfoque y proyecciones

DIAGRAMA DE FLUJO

Se puede observar el diagrama de flujo de 1 a 5 años para la granja G y M

Figura: 35 Diagrama de flujo



Fuente: Propia

Análisis: En la gráfica se puede observar que hay un constante crecimiento durante los cinco periodos correspondientes, que la empresa tendrá con que responder sus obligaciones financieras.

INDICADORES DE EVALUACIÓN ECONÓMICA

Se puede observar el flujo de caja para un periodo de 1 a 5 años donde se observa un crecimiento considerable para la empresa.

Tabla 41 Indicadores de evaluación económica

		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA PROYECTADO	\$ (13.253.528)	\$ 18.429.618	\$ 17.508.064	\$ 22.283.612	\$ 30.136.382	\$ 42.000.484
ACUMULADO SIN TASA DE OPORTUNIDAD		\$ 5.176.090	\$ 22.684.154			
FLUJOS NETOS A VP	\$ (13.253.528)	\$ 14.638.299	\$ 11.045.533	\$ 11.166.277	\$ 11.994.667	\$ 13.277.785
ACUMULADO CON TASA DE OPORTUNIDAD		\$1.384.770,75	\$ 12.430.304			

Fuente: Propia

Análisis: Se analiza de acuerdo al flujo de caja proyectado que el total de la inversión para la granja G y M se reintegrara en el segundo año, en los cálculos de acumulado sin tasa de oportunidad.

INTERPRETACIÓN DEL VPN O LA VAN

Se realiza un análisis entre la diferencia del valor actual de los cobros, menos el valor actualizado de los pagos. Lo cual genera para el proyecto un valor positivo, indicando que la granja genera beneficio sin pérdidas.

INTERPRETACIÓN DE LA TIR

Para el análisis del indicador TIR se debe de tener en cuenta que este expresa la tasa de descuento que iguala el valor de los flujos de fondos netos obtenidos de un proyecto con la inversión realizada para su realización.

Tabla 42 Tasa de oportunidad

Para calcular la tasa de oportunidad del negocio, es recomendable el uso del WACC	RENTABILIDAD ESPERADA POR EL INVERSIONISTA=	35%
WACC=	TASA OPORTUNIDAD(TIO) =	25,90%
	FORMULA VPN =	\$48.869.033
	MANUAL VPN=	\$48.869.033
	TIR=	145%
	TASA RI=	21%
	TIRM=	69%
	PB=	0,7
	DPB=	0,9

Fuente: Propia

Se puede deducir que aplicado al proyecto los flujos de fondos netos de la empresa se igualan y superan la inversión, En la tasa interna de retorno del proyecto se obtuvo un valor de 145% efectivo anual por lo tanto el proyecto recupera la inversión y genera utilidades en un periodo establecido de cinco años. Además, la rentabilidad esperada por el inversionista es del 35% lo que hace rentable el proyecto.

14. ANALISIS DE RIESGOS

Se realiza un análisis de las variables y factores con probabilidad importante de cambios que alteren el proyecto, causando riesgos importantes para su desarrollo. Con ello identificar las acciones necesarias para atenuar su efecto. A continuación, se relacionan los factores de riesgo que no se pueden controlar y que afectan la empresa.

14.1 CONDICIONES DEL ENTORNO.

- Desaceleración económica de la región, caída del PIB del sector comercio y servicios. es un riesgo bajo debido a que el pollo está siendo el sustituto de las carnes rojas por su precio y alto contenido nutricional. Además, teniendo en cuenta que el pollo semi-criollo está siendo apetecido en el mercado por se bajó en grasa.
- Aumento de las tasas de interés. Este se evidencia como un riesgo alto, debido a no contar en su totalidad con el capital propio y se debe recurrir a un crédito bancario el cual se proyecta a un corto plazo. Para lograr una liquidez sostenible

14.2 RIESGOS DE MERCADO.

- Reducción número de clientes potenciales: se presenta como un riesgo medio debido a que el volumen de ventas hace que sea rentable el proyecto, por ello se debe focalizar muy bien el nicho de mercado, para establecer clientes fijos.
- Surgimiento de nuevos competidores: se presenta un impacto alto debido a que en el mercado existen nuevos productores sin contar con los

grandes productores que están ampliando sus granjas, se pretende posicionarse en el mercado el pollo semi-criollo como un alimento saludable bajo en grasa y con alto contenido nutricional, además de muy buena calidad y oportunidad en la entrega.

14.3 RIESGOS TÉCNICOS.

- Escases de insumos de proveedores: se presenta como un riesgo bajo debido a que en el mercado existen muchos proveedores que ofrecen los insumos necesarios para la producción de pollo semi-criollo, en caso de presentarse dificultades con proveedores se buscara realizar alianzas estratégicas en otra ciudad.
- Incapacidad técnica de crear actividades innovadoras: tendría un impacto medio en la empresa debido a que la actividad principal es la cría, producción y comercialización de pollo semi-criollo, se pretende a medida que se genere rentabilidad ir incluyendo maquinaria en los procesos para mejorar la calidad y disminuir los tiempos de entrega.

14.4 RIESGOS ECONÓMICOS Y FINANCIEROS

- Incremento de los costos de los equipos: se presenta como un impacto alto debido a que los equipos necesarios para la producción y preparación del pollo semi-criollo para su venta son muy altos, por tal motivo se debe aumentar la producción gradualmente para garantizar la rentabilidad de la empresa y la adquisición de los equipos

15. PLAN OPERATIVO

15.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Figura: 36 Cronograma de actividades

MES/SEMANA	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
INVESTIGACION DE MERCADOS	■	■	■																					
ELABORACION DE LA MINUTA DE CONSTITUCION DE LA EMP				■	■	■																		
REVISION DE LA MINUTA					■	■																		
INSCRIPCION DE REGISTRO MERCANTIL							■	■																
DIAN									■															
REGISTRO SANITARIO										■	■													
ADECUACION DE LA INFRAESTRUCTURA										■	■	■	■	■										
MONTAJE EQUIPOS													■	■										
RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL													■	■										
ELEBORACION DE LOS CONTRATOS													■	■	■									
CAPACITACION DEL PERSONAL													■	■	■									
APERTURA DE CUENTA BANCARIA														■	■									
CONTABILIDAD LIBROS AUX DE BANCOS																		■						
CAMPAÑA DE LANZAMIENTO																			■	■				
EJECUCION DE PROYECTO																					■	■	■	■

Fuente: elaboración propia

16. RECOMENDACIONES

- Debido que el sector agrícola tiene cambios en la producción y adquisición de materias primas, es recomendable evaluar los procesos productivos para realizar las mejores prácticas y obtener un producto de muy buena calidad.
- Se requiere la capacidad técnica y de análisis para la recolección de la información debido a que se debe consultar en diferentes medios de comunicación como libros, internet, periódicos, revistas además de personas que tenga conocimientos sobre la investigación. para poder así obtener los datos más relevantes que aporten a la investigación
- Es necesario la consecución de socios para la implementación de la empresa, debido a que los costos son muy altos en la inversión inicial.

- En la realización del estudio económico y financiero es importante tener claros los conceptos e indicadores económicos para determinar la viabilidad de la creación de la empresa cría, producción y comercialización de pollo semi-criollo en caloto cauca, para el adecuado análisis de la investigación.

17. CONCLUSIONES

Para el estudio de la viabilidad de la creación de una empresa de cría y comercialización de pollos semi-criollos en el municipio de caloto cauca, se utilizó

el modelo de plan de empresa descrito por Rodrigo Varela, el cual permitió cumplir con los objetivos específicos determinados en la investigación, Para determinar la viabilidad del proyecto se hizo un análisis del sector el cual permitió conocer la competencia y se pudo evidenciar que el sector agropecuario en Colombia, se presenta grandes dificultades entre las más relevantes la adquisición de recursos para la financiación de proyectos productivos, además de la materias primas e insumos tiene un valor alto lo cual hace difícil la implementación de la granja, por otra parte, las grandes productoras de pollo están invadiendo el mercado local , por lo cual se debe realizar una campaña fuerte de marketing para hacer conocer el pollo semi-criollo. Por medio de la realización de encuestas se pudo obtener datos actuales sobre clientes potenciales, además de la obtención de las necesidades sobre el producto se pudo determinar que con el funcionamiento de la empresa se satisface una demanda mensual de 1.57% equivalente a 243 familias del municipio de caloto¹ Atraves del análisis administrativo se pueden realizar la distribución de puestos de trabajo, organización administrativa además de la visión, misión y las estrategias administrativas para el reconocimiento de la empresa. En el análisis técnico se determinó los requerimientos para la implementación de la granja de los pollos-semi-criollos, los cuales son costosos, se evaluó la viabilidad del proyecto financieramente para determinar la creación del mismo; el análisis financiero permitió evidenciar que la empresa es viable desde su primer año, ya que genera rentabilidad.

La empresa requiere una gran inversión inicial desde su conformación e instalación, pero esta inversión retorna en un periodo de tiempo corto, respondiendo a las expectativas planeadas de la investigación, con respecto al riesgo se evidencia un riesgo moderado el cual depende del uso adecuado del recurso y los movimientos económicos que realice la empresa¹⁸

18. BIBLIOGRAFÍA

¹ Dato obtenido de la encuesta realizada a 353 familias del municipio de caloto donde 243 afirman comprar pollo semi-criollo

Alcaldía de caloto, vivienda. (s.f.). Recuperado el 05 de 08 de 2017, de <http://www.calotocauca.gov.co/Transparencia/PlaneacionGestionyControl/Plan%20de%20Desarrollo%20Municipal%202016-2019.pdf>

Alcaldía de Santander de Quilichao, geografía [En línea]. (s.f.). Recuperado el 23 de 07 de 2017, de http://santanderdequilichao-cauca.gov.co/informacion_general.shtml

Alcaldía del municipio de caloto . (s.f.). Recuperado el 23 de 07 de 2017, de <http://calotocauca.gov.co/Paginas/default.aspx>

Análisis interno. P C I (Perfil de Capacidad Interna). (s.f.). Recuperado el 20 de 08 de 2017, de <https://gerest.es.tl/ANALISIS-PCI.htm>

Betancourt, B. (2014). *Análisis sectorial y competitividad.* 1ª ed. Eco.

Betancourt, B. (s.f.). *Benjamín. Análisis sectorial y competitivo.* . . Santa Fe de Bogotá: Primera edición pearson.

Departamento administrativo nacional estadístico, censo caloto. (s.f.). Recuperado el 05 de 08 de 2017, de <https://www.dane.gov.co/files/censo2005/perfiles/cauca/caloto.pdf>

Departamento nacional de planeación, calidad y acceso a los servicios. (s.f.). Recuperado el 05 de 08 de 2017, de <https://www.dnp.gov.co/DNPN/Paginas/default.aspx>

Drucker, P. (1985). *La innovación es el medio con el cual explotar el cambio como una oportunidad para un negocio diferente.*

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE . (s.f.). Recuperado el 23 de 07 de 2017, de www.dane.gov.co

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE tasa de desempleo . (s.f.). Recuperado el 23 de 07 de 2017, de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>

Federación Nacional de Avicultores FENAVI, el sector avícola . (s.f.). Recuperado el 22

de 08 de 2017, de <http://www.fenavi.org/>

Industria avícola, Oficina de estudios y políticas agrarias . (26 de 02 de 2017). Obtenido de <https://www.odepa.gob.cl>

GESTION LEGAL COLOMBIA. (s.f.). Recuperado el 02 de 09 de 2017, de <http://www.gestionlegalcolombia.com/impuestos-empresas-colombia.html>

Guzman Nogales, A. (1998). *Entorno Organizacional*. Santiago de Cali, Colombia:: Cargraphics Impresión Digital. ISBN 958-670-132-8.

Jany Castro, J. (2009). *Investigación de Mercados, Avances para el nuevo milenio*. . Editorial Mc.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de marketing*. México: Octava edición; pearson educación.

Ley 1258 de 2008, la sociedad por acciones simplificada. (s.f.). Recuperado el 05 de 08 de 2017, de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1258_2008.html

Mendez, C. E. (2011). *Metodología: diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales*. México: Limusa 4^a ed.

Ministerio de gobierno . (s.f.). Recuperado el 20 de 08 de 2017, de [al/vivedigital/612/w3-article-19501.html](http://www.vivedigital/612/w3-article-19501.html)

Ministerio del Trabajo. (s.f.). Recuperado el 22 de 08 de 2017, de www.mintrabajo.gov.co/

Opinion Publica. (s.f.). Recuperado el 12 de 08 de 2017, de www.cauca.gov.co/noticias/comunicado-la-opinion-publica

Portafolio, Banco de la República bajó por segunda vez consecutiva su tasa de interés . (s.f.). Recuperado el 24 de 07 de 2017, de <http://www.portafolio.co/economia/tasa-de-interes-en-colombia-marzo-de-2017-504402>

Portafolio, regalías y la inversión en ciencia y tecnología en Colombia [En línea] . (s.f.).

Recuperado el 05 de 08 de 2017, de <http://www.portafolio.co/economia/las-regalias-y-la-inversion-en-ciencia-y-tecnologia-en-colombia-506940>

Porter, M. (1985). *Estrategia competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia tomo 2*. México: Cecsá.

Producción de Pollo competidores. (s.f.). Recuperado el 20 de 08 de 2017, de <http://www.uiscumarr.org.ar/quienes-son-los-competidores-existentes/>

Proyecto criadero de aves de corral. (s.f.). Recuperado el 22 de 08 de 2017, de <https://docs.google.com/document/d/1OuORWKE9LXk7tca70VStq1MrTqIX2sFtxS8Xp44V8dU/edit?hl=en>

Sas es el tipo de sociedad más usado en Colombia. (s.f.). Recuperado el 22 de 08 de 2017, de <https://www.dinero.com/negocios/articulo/sas-tipo-sociedad-usado-colombia/84554>

Serna, G. H. (2008). *Gerencia Estratégica: Análisis externo y auditoria del entorno*. Bogotá: 3R Editor.

Shapero, A. (1975). *Shapero, A. "Entrepreneurship and Economic Development", Project I*. Wisconsin: SEED Ltd.

Varela, R. (2008). *Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas 3ª ed*. Colombia: Pearson Ltda P.316.

Varela, R. (2008). *Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas*. Colombia: 3a ed. Pearson Educación Ltda.

19 ANEXOS

ENCUESTA

ESTUDIO DE VIABILIDAD Y FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CRIA Y COMERCIALIZACIÓN DE POLLOS SEMI-CRIOLLOS

EN EL MUNICIPIO DE CALOTO CAUCA, 2018

La siguiente encuesta tiene como objetivo conocer la percepción de la población del municipio de caloto sobre la creación de la empresa cría y comercialización de pollos semi-criollos en el municipio.

Genero M__ F __ Estrato al que pertenece 1_ 2 _3 Edad: (18-25) _ (26-34) _ (35-42) _ (42-60).

Preguntas

1. ¿Cuál es su lugar de residencia?
 - Urbano
 - Rural

2. ¿Su núcleo familiar por cuantas personas está conformado?
 - 2 a 3 personas
 - 3 a 4 personas
 - 5 a 6 personas
 - 7 a 8 personas
 - Más de 9 personas

3. ¿Cuál de las siguientes carnes consume con frecuencia?

	Semana l	Quincen al	Mensua l	Trimestr al	Otr o	Cantidad			
						1Lb	2Lb s	3Lb s	4Lb s
Carne de res									
Carne de cerdo									
Pescado									
Pollo									

4. ¿Dónde acostumbra comprar estos productos?

COMPETIDORES/ PRODUCTO	CARNE DE RES	CARNE DE CERDO	PESCADO	POLLO
Tienda del barrio				
Supermercado municipio				
Supermercado otro municipio				
Galería del municipio				
Distribuidor minorista				
Domicilio				

5. ¿En qué presentaciones prefiere comprar el pollo?

Entero ___
Bandejas ___
Libras ___
Por presas ___

6. ¿Motivo por el cual consume pollo?

- Precio
- Sabor
- Aporte nutricional
- Facilidad de adquisición
- Facilidad de preparación

7. ¿Cuál es su presupuesto a la hora de comprar pollo por libras?

- Entre 3.000 a 3.500
- Entre 3.500 a 4.000
- Entre 4.000 a 4.500

8. ¿Si en el mercado se abre una nueva empresa dedicada a la cría y comercialización de pollo semi-criollo a base de maíz usted compraría?

Si compraría ___ probablemente compraría ___ no compraría ___

9. ¿Estaría dispuesto a pagar un valor adicional por cada libra de pollo semi-criollo- bajo en grasa y con buen grado nutricional?

Si estaría dispuesto ___ probablemente pagaría ___ no pagaría el valor adicional ___

10. ¿Por qué medio se enteró de la venta de pollo?

- En la radio
- Perifoneo
- Por medio de un amigo