Huevos De Codorniz Del Niro

Trabajo de grado para optar por el título de
Administrador de Empresas Agropecuario

Diego Nicolás Torres Rodríguez

Asesor:
Jaison López

Corporación Universitaria Lasallista
Facultad de Ciencias Administrativas y Agropecuarias.
Administración De Empresas Agropecuarias
Caldas – Antioquia
2017

Contenido

LISTA DE ILUSTRACIONES 6
LISTA DE TABLAS 7
Introducción 8
Módulo 1: Resumen Ejecutivo 9
Nombre comercial 9
Descripción del producto 9
Presentaciones: 9
Crudos: 9
Cocidos: 9
Localización y ubicación de la empresa 10
Objetivos del proyecto 11
Equipo emprendedor 12
Potencial del mercado en cifras 12
Ventaja competitiva y propuesta de valor 13
Inversiones requeridas 14
Proyecciones de ventas y rentabilidad 15
Conclusiones y evaluación de factibilidad 15
Modulo 2 :Mercadeo 16
Investigación de mercados 16
Análisis del sector: 16
Análisis del mercado: 17
Análisis del Consumidor / Cliente: 18
Análisis de la competencia: 20
Plataforma estratégica 21
Concepto del negocio-Concepto empresarial 21
Analisis MECA(Mantener, Explorar, Corregir,Afrontar) 22
Quienes somos 23
Mision: 24
Vision: 24
Estrategia de mercadeo 25
Concepto del producto o servicio: 25
Mezcla de Marketing 26
Logotipo 31
Encuesta 32
Resultados 34
Módulo 3 Análisis Técnico -Operativo 38
Descripción organolépticas 38
Estado de desarrollo 39
Innovación dirigida a la tecnología 40
Innovación de proceso 40
Innovación de mercadotecnia 40
Descripción de procesos 41
Manejo de aves de postura 41
Recolección 41
Registros: 41

Empaque 41
Etiquetado 42
Venta 42
Limpieza y desinfección 42
Flujogramas 43
..... 43
Necesidades y requerimientos 45
Recurso humano 45
Materias primas e insumos 45
Alimento concentrado 45
Vitaminas 45
Suministro de agua 47
Servicios públicos 47
Combustible 48
Factores de produccion 48
Cortinas 49
Tecnología requerida: 51
Comederos 51
Bebederos 52
Pala: 52
Balde: 53
Rastrillo: 53
Carreta: 54
Canecas: 55
Hidrolavadora 56
Cuadro: Costo Tecnología, Maquinaria y Herramientas requeridas 56
Plan de compras 57
Identificación de proveedores 57
Contacto 61
Capacidad de atención de pedidos: 64
Pago a proveedores planeación de compra 65
Control de calidad 66
Control de calidad de materias primas 66
Módulo 5 : Organizacional y Legal 68
Valores corporativos: 68
Responsabilidad: 68
Respeto: 68
Confianza: 68
Compromiso: 68
Equipo directivo 69
Administrador 69
Líneas de autoridad 69
Mecanismo de control y participación 69
Organigrama 71
..... 71
Administrador : 71

1. Generalidades: 71
2. Objetivo 72
3. Requerimientos 72
Funciones: 73
5. Salario 73
Operario 73
GENERALIDADES 73
Objetivo 74
Requerimientos: 74
Funciones: 75
Salario 75
Encargado punto de venta 75
Generaladidades: 75
Objetivo 76
REQUERIMIENTOS: 76
Funciones: 76
Salario 77
Contador 77
Generalidades: 77
OBJETIVO 78
Requerimientos 78
Funciones 79
Salario: 80
Tipo de contrato 80
Gastos de Administracion y Nomina 80
Organismos de apoyo 80
Impacto del proyecto 82
Generación de empleo: 82
Beneficios a las familias: 82
Impuestos: 82
Compromiso con el medio ambiente: 82
Impacto Ambiental : 83
Emisiones atmosféricas 83
Residuos solidos 83
Usos 84
Del agua: 84
Papel : 84
De energía 84
Registros Licencias y Leyes Regulatorias 84
Tipo de sociedad 84
Sociedad por acciones simplificada (SAS) 84
Legislación vigente 89
Financiero 91
Tabla de supuestos 91
Costos fijos del proyecto 92
Conclusiones 99

Referencias 100

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1Logotipo 31
Ilustración 2 eventualidad de comidas rapidas 34
Ilustración 3 interés en la composición nutricional de las comidas 35
Ilustración 4 dispocision en la compra 36
Ilustración 5valor dispuesto a pagar 36
Ilustración 6 productos similares 37
Ilustración 7comedero con rejilla 52
Ilustración 8:bebedero tipo nipple 52
Ilustración 9 pala 53
Ilustración 10balde 53
Ilustración 11rastrillo 54
Ilustración 12carreta 54
Ilustración 13canecas 55
Ilustración 14 hidralavadora 56
Ilustración 15empresa contegral 57
Ilustración 16 Tierragro 58
Ilustración 17Ivanagro 59
Ilustración 18 Criadero la codorniz 60
Ilustración 19 codornices de antioquia 60
Ilustración 20 lamiempaques 61
Ilustración 21 centro de copias y servicios fullimagen 62
Ilustración 22 Roco graficas 63
Ilustración 23 Texaco 64

LISTA DE TABLAS

Tabla 1inversiones requeridas 14
Tabla 2 Análisis meca 22
Tabla 3 propiedades nutricionales huevos de codorniz 26
Tabla 4 composición biológica 45
Tabla 5 factores de producción 48
Tabla 6 costo de tecnologia maquinaria y herramientas 56
Tabla 7calidad materias primas 66
Tabla 8 requerimentos administrador 71
Tabla 9requerimientos administrador 72
Tabla 10 operario generalidades 74
Tabla 11 Requerimientos operario 74
Tabla 12 generalidades encargado punto de venta 75
Tabla 13 requerimientos encargado punto de venta 76
Tabla 14 generalidades contador 77
Tabla 15requerimientos contador 78
Tabla 16 gastos de nomina 1 80
Tabla 17 gastos de nomina 2 80
Tabla 18 gastos de constitución 88
Tabla 19 Principal legislación vigente 89
Tabla 20 tabla de supuestos fuente : (Bancolombia, 2016) 91
Tabla 21 tabla de supuestos 2 91
Tabla 22 Costos fijos del proyecto 92
Tabla 23 costos variables 92
Tabla 24 Inversiones en propiedad planta y equipo 93
Tabla 25 Periodo de retorno de la inversion 93
Tabla 26Rentabilidad ..... **¡Error! Marcador no definido.**
Tabla 27 Tasa interna de retorno 94
Tabla 28 Valor presente neto ..... **¡Error! Marcador no definido.**
Tabla 29 Punto de equilibrio en cajas 95
Tabla 30 grafica punto de equilibrio 96
Tabla 31 punto de equilibrio en chuzos 97
Tabla 32grafica punto de equilibrio 97

Introducción

La creación del proyecto “HUEVOS DE CODORNIZ DEL NIRO”, nace por el deseo de un joven universitario de contribuir al desarrollo económico y social del sector de la cotornicultura, siendo este proyecto un modelo a seguir por las demás granjas aledañas a la zona, ya que con el manejo de los residuos, la transformación y diversificación de productos y el uso de la tecnología, buscará ser un referente para la explotación de codornices.

Con el planteamiento de este proyecto se pretende mostrar el desarrollo y establecimiento de una granja de codornices dedicada a la producción de huevos y el manejo de los subproductos que esta explotación conlleva, dándole un manejo adecuado y haciendo que este sea sostenible y rentable en el tiempo.

El proyecto estará ubicado en el municipio de Caldas, al suroeste de Antioquia a 18kms aproximadamente de Medellín, en la vereda la clara a 5 kilómetros de la cabecera municipal .

Se pretende con el establecimiento de esta explotación de codornices iniciar la carrera en el mundo empresarial en el sector agropecuario, buscando llegar al público de Caldas a través de la transformación de los huevos de codorniz para su consumo.

Módulo 1: Resumen Ejecutivo

Nombre comercial

Huevos De Codorniz Del Niro

Descripción del producto

"HUEVOS DE CODORNIZ DEL NIRO " es una empresa que ofrecerá huevos de codorniz crudos o cocidos para consumo humano de excelente calidad, incluyendo un buen programa de trazabilidad que garantice a los clientes que el producto sea confiable y seguro. Un producto que proporcione al público objetivo satisfacción para sus diferentes modalidades de negocio, ya sea almacenes de cadena, comercializadores, restaurantes y consumidor directo .

Presentaciones:

Crudos:

Empacados en acetato y etiquetados con un peso aproximado de 254 gramos (24 unidades)

Canastillas plásticas por 500 unidades para grandes clientes

Cocidos:

en forma de chuzo 6 unidades apanados y con diferentes salsas a elección del cliente.

Localización y ubicación de la empresa

Para el desarrollo de las explotaciones que involucren codornices se deben de tener en cuenta algunos factores indispensables para la sostenibilidad y desarrollo de la misma, como lo son las vías de acceso, la ubicación geográfica, disponibilidad de agua potable, conocimiento y experiencia de la explotación

La empresa estará ubicada en el municipio de Caldas, Antioquia, en la vereda La Clara. Limita por el norte con los municipios de La Estrella, Sabaneta y Envigado, por el este con el municipio de El Retiro, por el sur con los municipios de Santa Bárbara y Fredonia, y por el oeste con los municipios de Amagá y Angelópolis. Su cabecera municipal está a 18 kilómetros de la ciudad de Medellín, capital del departamento de Antioquia.

Principalmente, esta ubicación de la empresa se da gracias a que el propietario de estos predios es un familiar cercano al emprendedor de este proyecto, razón por la cual facilita la manutención de Huevos de Codorniz Del Niro.

Además, el proyecto se establecerá en esta finca debido a que cuenta con buenas extensiones de tierra y sus condiciones medio ambientales como la altitud, la topografía y el clima, son correspondientes para la producción de huevos de codorniz. También, la empresa se desarrollará en este sector gracias a la cercanía que existe con la ciudad de Medellín, y por supuesto Caldas y Sabaneta municipios hacen parte del valle de aburra “que dan cuenta de una de las dinámicas poblacionales y territoriales más importantes registradas en el país la cual presenta una

desaceleración de los procesos de concentración hacia Medellín y ha manifestado la consolidación de nuevos centros de agrupación poblacional en los municipios colindantes será la tendencia en las 2 próximas décadas ” (Horbarth, 2016)

Objetivos del proyecto

Objetivo general:

Establecer la viabilidad de la creación de la empresa "HUEVOS DE CODORNIZ DEL NIRO " y optar por el título de Administrador de Empresas Agropecuarias.

Objetivos específicos:

*Realizar una investigación de mercado, una plataforma estratégica y una estrategia de mercadeo.

*Identificar estrategias de comunicación externa, un análisis técnico-operativo y un análisis administrativo y organizacional

*Determinar el impacto económico, social y ambiental del proyecto, registros, licencias y leyes regulatorias requeridas.

*Determinar el plan financiero, y las inversiones requeridas para dicha creación de empresa generando proyecciones en la parte financiera del proyecto.

Equipo emprendedor

El equipo emprendedor está conformado por Diego Nicolás Torres Rodríguez, estudiante de Administración de Empresas Agropecuarias de la Corporación Universitaria Lasallista, identificado con el código 20111376 y cédula de ciudadanía 1.037.634.646.

El emprendedor tiene a experiencia en el manejo de codornices entre el año 2013 y 2014 para la empresa Alerez legalmente constituida de nit 459888

Potencial del mercado en cifras

La comercialización de huevos de codorniz presenta temporada alta y temporada baja; en diciembre su consumo presenta alto crecimiento; en enero y febrero el consumo baja de forma considerable sin embargo el consumo se ha estabilizado gracias al crecimiento en los últimos años del subsector de comidas rápidas que son altamente demandantes del producto.

Según la revista dinero, “el subsector de comidas por fuera del hogar o comidas rápidas está disparado: crece a más de 15% anual y ya vende $30 billones al año en el país”. (Revista Dinero, 2015)

el subsector pecuario de la cotornicultura en Colombia presenta información limitada ya que no es un sector tradicionalmente explotado en el agro colombiano sumado a esto no hay ninguna asociación que nos pueda facilitar información real y

exacta de la participación de este subsector en la economía colombiana por lo que nos debemos basar en cifras de otros subsectores que tienen gran parecido para proyectar nuestro mercado y crecimientos proyectados .

“Según Fenavi. En huevos el dato llegó a 262 unidades por persona en el 2016 y para este año podría ubicarse entre271 ” es decir un crecimiento del 3,43%. (Fenavi, 2017)

Además, “estadísticamente hablando, en Medellín hay una clara preferencia por las hamburguesas, perros, sándwiches, que en conjunto representa el 16,5% de la comida que se consume fuera del hogar, las carnes rojas (asados y chuzos) el 10,1%, (Arboleda Montoya & Zuleta Ruiz, 2013) estos tipos de comidas rápidas recurren a los huevos de codorniz como acompañante a las papas o ensaladas lo que termina siendo muy beneficioso para el subsector coturnicola.

Ventaja competitiva y propuesta de valor

"Huevos de Codorniz del Niro " desarrollara programas de trazabilidad para todos y los lotes de animales pertenecientes a la empresa garantizando seguridad y confianza a nuestros clientes a la hora de elegirnos. Además se ofrece un producto de alta calidad, enfocados en tener animales de buena genética que pueda suplir las necesidades que el mercado demanda..

Por otro lado, se implementarán estándares de inocuidad e higiene en los procesos de la empresa para garantizar el bienestar de nuestros clientes a la hora de consumir nuestros productos, siendo la base de nuestra mayor innovación transformación y comercialización la producción en forma de chuzos de huevos de

codorniz apanados y con salsas, aportando un producto diferenciador, que sea de elección por el consumidor y generando mayor valor agregado a Huevos de Codorniz del Niro

Inversiones requeridas

Tabla 1inversiones requeridas

INVERSIONES REQUERIDAS PARA EL PRIMER Año DE FUNCIONAMIENTO	
Jaulas	14.000.000
Hembras de postura	21.000.000
Motocarro	9.000.000
Concentrado	47.012.000
Empleados directos e indirectos	37.068.552
Puesto de venta	3.000.000
Maquina peladora de huevos	480.000
Muebles y enseres	724.000
Computador	1.500.000
INVERSIÒN REQUERIDA	133.784.552

Proyecciones de ventas y rentabilidad

Huevos de codorniz del Niro durante su fase inicial empezara con 6000 codornices de postura con una producción anual de postura del 75% alrededor de 1’642.500 huevos de los cuales el 80 % se vendara en forma de cajas o canastas y el otro 20% cocidos en el puesto de venta de la empresa, cada año se aumentara mil codornices y el porcentaje de participación de las ventas por parte del puesto de venta del 5 % asumiendo una fidelización y captación de nuevos clientes en el mercado llegando al año 5 con 10000 codornices que producen 2’737.500 huevos anuales los cuales el puesto de venta participa en el 40 %. La utilidad esperada para la comercialización en crudo es del 12 % y cocidos asciende a un 33.7 % de utilidad.

Conclusiones y evaluación de factibilidad

Se considera que el proyecto tiene una viabilidad financiera viabilidad positiva ya que tiene un periodo de retorno de la inversión inicial en 1,6 años además de una tir 15.83% y una rentabilidad del 67% además de una VPN positiva al 8% con 55.235.900 algo sobresaliente en un proyecto agropecuario sin embargo es importante resaltar que se debe tener un capital solido de apoyo ya que el proyecto empezara a tener buena liquidez después del 3er año.

Modulo 2 :Mercadeo

Investigación de mercados

Análisis del sector:

La cotornicultura en Colombia a diferencia de otros países solo está enfocada en la producción de huevos ya que en el país el consumo de carne de codorniz es prácticamente nulo por poca cultura y poco conocimiento del producto además en el país no se manejan líneas genéticas especializadas en este objetivo , sumado a esto, no es un sector agropecuario tradicional en Colombia por lo que cifras actualizadas y reales del sector son escasas.

“En Colombia se estima una población total cercana a 3.600.000 codornices alojadas y una producción anual alrededor de los 1.000 millones de huevos de codorniz, de los cuales el 0.57% se somete a proceso de agroindustria (huevos en conserva y/o procesado mediante cocción y descascarado)” (ciem colombia).

Sin embargo, el crecimiento en la avicultura ha aumentado en relación al crecimiento otras especies animales en el 2016 pollo y huevo aumentaron 3,8% y 6,6% respectivamente en cambio el ganado de carne y leche decrecieron un 5,% y 3,5 respectivamente (Arango Nieto, 2017) . Por otro lado, “el subsector económico de

restaurantes de comidas rápidas está creciendo un 15%” (Arboleda Montoya & Zuleta Ruiz, 2013) promedio anual; sector que demanda en gran medida productos de la cotornicultura.

En cuanto a exportaciones e importaciones sufre una situación muy parecida a la avicultura tradicional la cual no presenta exportaciones por la diferencia de reglas sanitarias entre países además del manejo delicado del huevo para ser transportado grandes distancias por lo que genera un alto sobrecosto y en cuanto a importaciones en Colombia no hay cultura del consumo de huevos de codorniz en conserva ya que la cultura es comprarlos en forma de cascara y frescos.

Por último en Antioquia en el sector de la cotornicultura no hay grandes empresas el mercado se reparte en medianas y pequeñas empresas como codornices de Antioquia, criadero la codorniz y la espartana entre otros.

Análisis del mercado:

El proyecto “Huevos de Codorniz del Niro” busca clientes de medellin y otros municipios del valle de aburra , por medio de supermercados, restaurantes y otro tipo de establecimientos comerciales llegaremos a esta mercado. Otro tipo de clientes secundarios que el proyecto ha identificado son propiamente establecer un canal de distribución al consumidor final por medio del carro de comidas rápidas con la innovación en transformación y presentación del producto.

En la actualidad, los huevos de codornices en establecimientos comerciales se compran en empaque de acetato x24 unidades, aproximadamente a $2.600 según estudios de mercados previamente realizados y en restaurantes de comidas rápidas alrededor a 100 pesos por huevo, la diferencia radica en que el empaque de acetato se puede reutilizar hasta 5 veces reduciendo el costo variable de la venta.

La expectativa e innovación con el puesto de comidas rápidas radica en vender un chuzo, también llamado pincho , conformado por 6 huevos apanados y salsas al gusto donde su precio de venta será de $1800 a la población caldense según el estudio de mercado que se mostrara a continuación.

Por ultimo hoy en día existe una tendencia de una alimentación balanceada por lo cual vemos una oportunidad que nuestro producto sea más valorado en el mercado

Análisis del Consumidor / Cliente:

La comercialización pecuaria cuenta con un amplio grupo de organizaciones que serían clientes potenciales de los huevos de codorniz , específicamente podemos decir que supermercados Olímpica sería uno de nuestro clientes potenciales a la hora de vender, con el cual ya se ha tenido experiencia en la venta de huevos de codorniz en el año 2014 y 2015 como representante de la empresa ALEREZ legalmente constituida en la cual se obtuvo un precio de venta favorable y un pago a 30 días factura vencida algo que ofrece mayor liquidez frente a otros supermercados como éxito y jumbo que

cancelan facturan a los 60 días además solo se entraría a competir con otra proveedor el cual es huevos de codorniz del llano

.Otro potencial comprador sería los diferentes puestos de comidas rápidas en el municipio de caldas, clientes podrían ofrecer más liquidez, ya que pagarían de contado o a la semana, a diferencia de Supermercados Olímpicas que pagan a los 30 días.

En cuanto al producto que va ser transformado por ser innovador es difícil saber la aceptación y disposición del consumidor, este debe estar receptivo a probar algo diferente y además es un producto de capacidad adquisitiva media a comparación de los precios de otras comidas rápidas.

Algunos elementos importantes que inciden en la compra son los siguientes:

Calidad del producto: debe tener las características exigidas por los consumidores buen tamaño, inodoro (olores desagradables), buen porcentaje de proteína.

Presentación del producto: los huevos deben estar empacados de forma correcta sin roturas ni cuerpos extraños, la etiqueta correctamente pegada con todos sus elementos y correctamente sellado en empaques de acetatos de 24 unidades , en cuanto los huevos cocidos es importante la buena cocción para evitar fisuras e inconsistencias en el producto después pasaran a las maquinas manuales para el descascarado y su transporte para el apanado en el punto de venta.

Almacenamiento del producto: por su presentación en acetato alarga la vida del producto que es de 30 días después de empacado a temperatura ambiente sin

recibir luz solar en los diferentes puntos de exhibición, colocados uno sobre otro sin exceder las 5 cajas para evitar roturas por el peso.

Capacidad adquisitiva: Es de suma importancia conocer el limite económico para adquirir un producto, en este proyecto el producto a ofrecer es medianamente económico tanto en canasta como en chuzo.

Gusto: es indispensable que el cliente desarrolle gusto por nuestro producto y lo haga parte de su dieta habitual y además por ser un producto innovador se anime a degustarlo por lo que degustaciones gratuitas del producto pueden ser la clave para entrar en el mercado caldense.

Análisis de la competencia:

El mercado de la venta de huevos de codorniz no se encuentra saturado debido a que la demanda de nuestros posibles clientes no ha sido completamente satisfecha, ya que ellos mismos manifiestan la necesidad de tener una explotación que les asegure producción a tiempo, de calidad y efectividad en la entrega de producto, que sea continua durante todo el año.

La Competencia de este proyecto son las pequeñas y medianas empresas encontradas en los diferentes municipios de Antioquia tales como Codornices de Antioquia (tablaza) Criadero la Codorniz (Girardota)Del Llano(Rionegro) la Espartana

(marinilla)esta ultima consideramos que es nuestra principal competencia ya que además de comercializar su producción tienen una gran cantidad de mercado el cual satisface cuando hace falta comprando huevos de codorniz a los pequeños productores empacados en acetato sin etiqueta maquilando el producto , en la actualidad no hay grandes empresas en el sector de huevos de codorniz por lo que hace que el mercado sea más atractivo para poder competir y poder apropiarse del mercado con mayor facilidad.

Plataforma estratégica

Concepto del negocio-Concepto empresarial

Huevos de codorniz del Niro es una empresa ubicada en el municipio de caldas, Antioquia y está dedicada a la producción y venta de huevos de codorniz tanto crudos como cocidos con desarrollo sostenible y adecuado manejo para impactar positivamente el medio ambiente como lo es la implementación de compostaje y uso racional del agua . Esta granja coturnicola está dirigida en la parte comercial a clientes interesados en la comercialización de huevos de codorniz en el área metropolitana para sus diferentes modalidades de negocios además se buscara llegar al consumidor final haciendo una transformación del producto.

Analisis MECA(Mantener, Explorar, Corregir,Afrontar)

Tabla 2 Análisis meca

MANTENER FORTALEZAS	EXPLOTAR OPORTUNIDADES	CORREGIR DEBILIDADES	AFRONTAR AMENAZAS
• Localización estratégica de la explotación para captar diferentes mercados • el conocimiento y experiencia que como emprendedor posee frente al proyecto y el sector. • Los recursos hídricos que posee el predio donde está ubicada la empresa • Posicionamiento del sector coturnicola en el departamento de Antioquia y a nivel nacional.	• Crecimiento exponencial del consumo de huevos de codorniz tanto en Antioquia como en Colombia. • La exportación es un factor meta a largo plazo del proyecto HUEVOS DE CODORNIZ DEL NIRO • La existencia de mercados a nivel nacional e internacional • Acuerdos de libre comercio con diferentes países y de cooperaciones con organismos internacionales	• Mano de obra no calificada, no se cuenta con trabajadores capacitados ni con experiencia en cotornicultura en la zona. • Baja disponibilidad de recursos económicos para la inversión y desarrollo del proyecto • Deficiente infraestructura en el área a desarrollar el	• Restriccione s sanitarias por epidemias • Tratados internaciona les que permitan la entrada de productos sin aranceles • Falta de agremiación del cotornicultor en el país • Baja inversión estatal en el sector pecuario, principalme

- Los precios de las codornices en el país son asequibles en comparación con otros países .
- La diversificación de los ingresos en la unidad productiva
- La ubicación del predio gracias a su cercanía con la ciudad de Medellín y su clima es óptimo para la producción de codornices
- Fácil acceso del predio para las diferentes entadas de materias primas
- Buenos sistemas de producción donde se cuenta con buena adaptabilidad de las aves

que promueven el conocimiento e investigación sobre el sector

La innovación en ofrecer huevo de codorniz listos para el consumo al cliente final eliminando intermediación.

proyecto.

- No se cuenta con la información suficiente para tener un conocimiento sobre niveles de consumo, producción, importación, exportación y precios
- Falta el fortalecimiento de la investigación sobre el sector
- Baja demanda de codornices cuando terminen el proceso productivo
- Falta de herramientas y tecnologías relacionadas con el mejoramiento genético

nte en los no tradicionale s

Quienes somos

Huevos de codorniz del Niro es una empresa productora en Colombia que se dedica a la producción y comercialización de huevos de codorniz se creó por una

iniciativa de profesionales que se enfocaron en la oportunidad que el sector pecuario estaba ofreciendo. su principal objetivo es buscar el fortalecimiento de la cotornicultura para aportar al desarrollo económico y social de la región innovando y desarrollando la Cotornicula en la región y en el país.

Mision:

Implementar una granja dedicada a la cotornicultura en el municipio de Caldas, Antioquia en el segundo semestre de 2017 para 6000 codornices en su comienzo con proyecciones a 10000 codornices, con bajos costos de producción e innovaciones en el negocio , que pueda tener rentabilidad y sostenibilidad a través del tiempo, con productos de excelente calidad y competitividad en el mercado.

Vision:

Ser a 2021 una empresa reconocida en Antioquia por su gran calidad, y confianza en la producción de huevos de codorniz bajo estándares óptimos del mercado haciendo que el producto sea diferenciador dentro del sector cotornicula generando valor agregado a través de la transformación del producto.

Estrategia de mercadeo

Concepto del producto o servicio:

El producto final que ofrece Huevos de Codorniz del Niro son huevos de codorniz en presentación de 24 unidades en empaque de acetato para supermercados y abarroterías manteniendo la conservación e inocuidad del huevo.

En cuanto a los puestos de comidas rápidas se le entregará el producto a granel por 500 unidades o en caja reutilizables, depende de la cantidad que requiera el cliente, haciendo una selección de los huevos buscando los de mayor tamaño.

También, con esta selección de huevos se busca una especie de mutualismo con el cliente, en el cual ambos tenemos beneficios en esta decisión, ya que para el consumidor de estos puestos de comidas rápidas los comensales se ven más atraídos por huevos más grandes y nosotros nos beneficiamos en la reducción de pérdidas, ya que estos huevos de gran diámetro en los empaques de acetatos tienden a ser los que más rápido sufren fracturas, lo que conlleva a la perdida de todo el empaque.

Por último, para llegar al consumidor final sin intermediación contaremos con el puesto de comidas rápidas, se venderán pinchos con huevos de codorniz cocidos y apanados a un precio de fácil acceso para el consumidor en combinación con

diferentes tipos de salsas los cuales serán atractivos y diferentes para obtener la atención de los clientes.

En cuanto a los huevos crudos nuestro producto no tendrá mucha diferencia frente a la competencia porque el empaque es el mismo lo único que cambia es la etiqueta que nos da un reconocimiento por encima de otras marcas en un mercado muy estandarizado sin embargo con los huevos cocidos la competencia es prácticamente con otros tipos de comida rápida porque en el sector seriamos innovadores.

Tabla 3 propiedades nutricionales huevos de codorniz

ANÁLISIS NUTRICIONAL Por 100 gr de huevos de codorniz	
Calorías (158 Kcal)	663 Kj
Proteínas	13,05 gr
Carbohidratos	0,41 gr
Fibra	0 gr
Azucar	0 gr
Grasas	11,09 gr
Saturadas	3,57 gr
Monosaturadas	4,32 gr
Polisaturadas	1,32 gr
Colesterol	844,00 mg
Sodio	141,00 mg
Vitamina A 11%	
Vitamina B2 49% · Vitamina B6 33%	
Calcio 8% · Fósforo 28%	
Hierro 26%	

Mezcla de Marketing:

Estrategia de Producto:

Los huevos se recogerán a diario, llenando los respectivos registros y se empacan de acuerdo a la necesidad del cliente.

La marca que se utilizará para el producto será Huevos de Codorniz del Niro la cual ofrecerá 2 productos:

* Huevos de codorniz crudos por 24 unidades en empaque de acetato y etiquetados

*huevos de codorniz cocidos y apanados en chuzo por 6 unidades

La vida útil del producto será de 30 días después de empacado, pero si no presenta malos olores se recomienda consumir hasta los 40 días, depende del lugar de exhibición del producto.

La clave es darle un buen posicionamiento a la marca por medio de la continua comunicación con nuestros clientes y acciones de la empresa destinadas a la continua satisfacción de los mismos, crear fidelización de los clientes.

Este producto posee las siguientes características:

- Trazabilidad del producto
- Excelente fuente de proteína
- Inocuidad del producto
- Estándares de calidad
- Alimentación con concentrado de excelente calidad

Estrategia de Distribución:

El producto será distribuido en el motocarro que está incluido en el plan de inversiones de la empresa a los diferentes clientes en los diferentes municipios del valle de aburra y al punto de venta ubicado en el municipio de Caldas haciendo un plan de distribución oportuno y efectivo.

Estrategia de Precios:

En este proyecto se tendrá en cuenta para la fijación del precio los costos de producción del producto y un porcentaje de utilidad del 12%, los precios de la competencia y los precios que se manejan a nivel departamental.

Cuando el producto es posicionado en el mercado y la calidad es apreciada por los clientes, se entrará a fijar un nuevo precio del producto. Para que el producto obtenga la utilidad esperada se debe manejar un precio estimado de $2.705 pesos x 24 unidades o 112 pesos por huevo, lo que es factible ya que el precio de este producto en los últimos años ha fluctuado entre $2.500 y $3.000 en promedio y en el punto de venta se empezara vendiendo el chuzo por 1800 pesos según los datos que nos ofreció la encuesta .

Estrategia de Promoción:

En la promoción se manejará y fidelizará a los clientes por medio de una base de datos en la empresa , la cual sirva de ayuda para hacer seguimiento a los clientes y así poder brindar un buen servicio antes, durante y luego de la venta, aplicando descuentos por la compra de volúmenes altos y por el pronto pago.

Para que el producto llegue a diferentes mercados, la empresa hará diferentes degustaciones en el municipio de Caldas para dar a conocer las propiedades nutricionales y calidad del producto.

Además, se adecuará el carro de comidas rápidas y el motocarro en los que la publicidad e imagen de Huevos de Codorniz del Niro será llamativa, con lo que pretendemos recurrir a la recordación de marca, buscando que los habitantes de Caldas piensen en huevos de codorniz y de inmediato piensen en nuestra marca.

Estrategia de Comunicación:

- *Comunicación cliente-cliente*: Se basará en la comunicación verbal con los clientes de forma constante resolviendo dudas e inquietudes respecto al producto además solicitando un correo electrónico y un numero de telefono para llenar un base de datos para enviar información y noticias del producto para estimular el consumo.

- *Comunicación redes sociales:* se crearán paginas para consumidores, clientes y personas del común en las diferentes redes sociales para dar a conocer el producto, impulsar y promover el consumo de huevos de codorniz, y así ayudar a desarrollar toda la cadena productiva por medios virtuales, ofreciendo

descuentos, temas de interés y publicaciones que ayuden a posicionar a Huevos de Codorniz del Niro.

- *Comunicación cliente-productores:* por medio de la línea empresarial que se habilitará para facilitar dicha comunicación y facilitar la atención oportuna

Estrategia de Servicio

Huevos de codorniz del Niro siempre está abierto a la comunicación y sugerencias del cliente por medio del buzón de sugerencias que va estar ubicado en el punto de venta además brindará servicio a domicilio de huevos de codorniz crudos o cocidos,el precio del domicilio variará dependiendo de la cantidad del pedido y para los clientes grandes y fijos se les llevara gratis todo con el objetivo de llegar al consumidor final eliminando la intermediación

Logotipo

Ilustración 1Logotipo

Encuesta

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA LASALLISTA **Huevos de Codorniz del NIRO**	CORPORACIÓN UNIVERSITARIA LASALLISTA

En calidad de estudiante de Administración de Empresas Agropecuarias de la Corporación Universitaria Lasallista, y autorizado por la empresa Huevos de Codorniz del NIRO, me encuentro realizando la encuesta presentada a continuación con el fin de conocer las percepciones de los habitantes de Caldas en cuanto a nuestro chuzo de huevo de codorniz apanado, que consta de 6 huevos acompañado de diferentes salsas, teniendo en cuenta el alto porcentaje de propiedades nutricionales de nuestro producto en cuanto a proteínas y grasas respecto a otras comidas existentes en el mercado.

No olvide tener presente que las respuestas que usted diligencie en el formato tienen un propósito netamente investigativo y académico. Agradezco en consecuencia su sinceridad y aporte a conciencia a las respuestas de la presente encuesta.

Por favor marque con una **X** la opción que más se identifique a su preferencia .

1. Aproximadamente ¿cuántas veces a la semana vas a comer a lugares de comidas rápidas?

a. 1 o 2 veces por semana.

b. 3 o 4 veces por semana.

c. Más de 4 veces por semana.

d. No suelo comer comidas rápidas.

2. Usted como comprador, ¿suele fijarse en el contenido nutricional de las comidas que consume en la calle?

a. Sí.

b. No.

c. En algunas ocasiones.

3. ¿Usted estaría dispuesto a comprar nuestro chuzo de huevo de codorniz?

a. Sí.

b. No.

4. ¿Cuánto dinero está dispuesto a pagar por nuestro chuzo de huevo de codorniz?

a. $1.500 a $2.000.

b. $2.000 a $2.500.

c. $2.500 a $3.000.

d. Más de $3.000.

5. ¿Ha comprado anteriormente algún producto similar a nuestro chuzo de huevo de codorniz?

a. Sí.

b. No.

Gracias por la atención prestada a la encuesta.

Resultados

Se realizó la técnica de la encuesta a 50 habitantes del municipio de Caldas. La población fue tanto femenina como masculina mayores de 18 años; esta se ejecutó de manera presencial en dicha localidad.

La encuesta se realizó desde lo macro hasta lo micro respecto a las preguntas, de una manera general y finalmente llegar a nuestro tema de interés, iniciando con la eventualidad de consumo en lugares de comidas rápidas, luego se abre paso a los valores nutricionales que ofrecen las comidas; posteriormente se preguntó sobre nuestro producto y el precio que estaría dispuesto a pagar y, por último, se planteó una pregunta que fue decisiva para determinar el grado de innovación de nuestro producto en el sector de Caldas.

Las respuestas arrojaron los siguientes resultados:

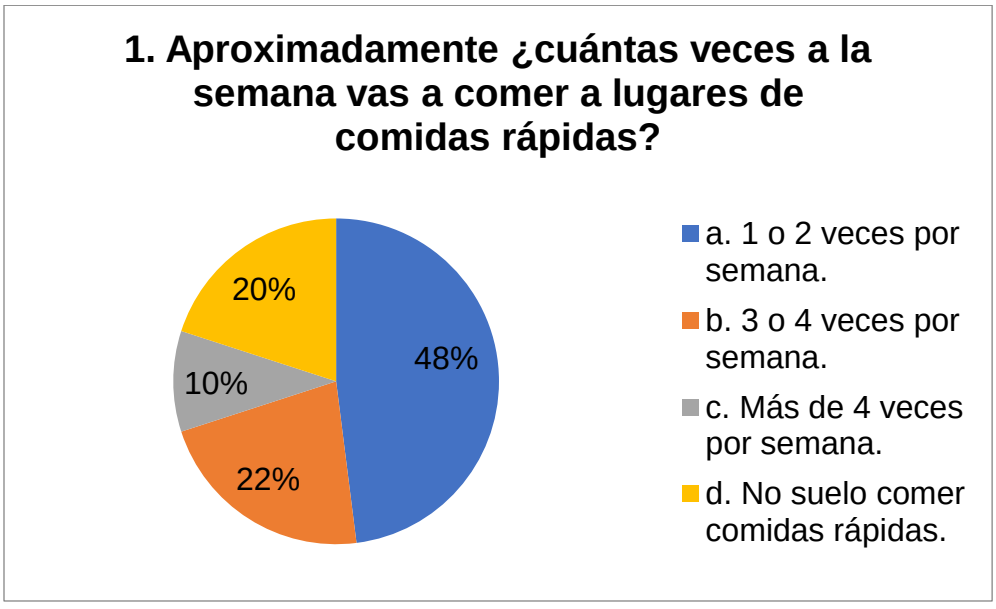


Ilustración 2 eventualidad de comidas rápidas

La gráfica demuestra que la tendencia está alrededor del 80 % de los encuestados, debido a que consumen comidas rápidas mínimo 1 o 2 veces por semana, lo cual demuestra que en los habitantes de Caldas incluyen las comidas rápidas en su dieta de forma ocasional.

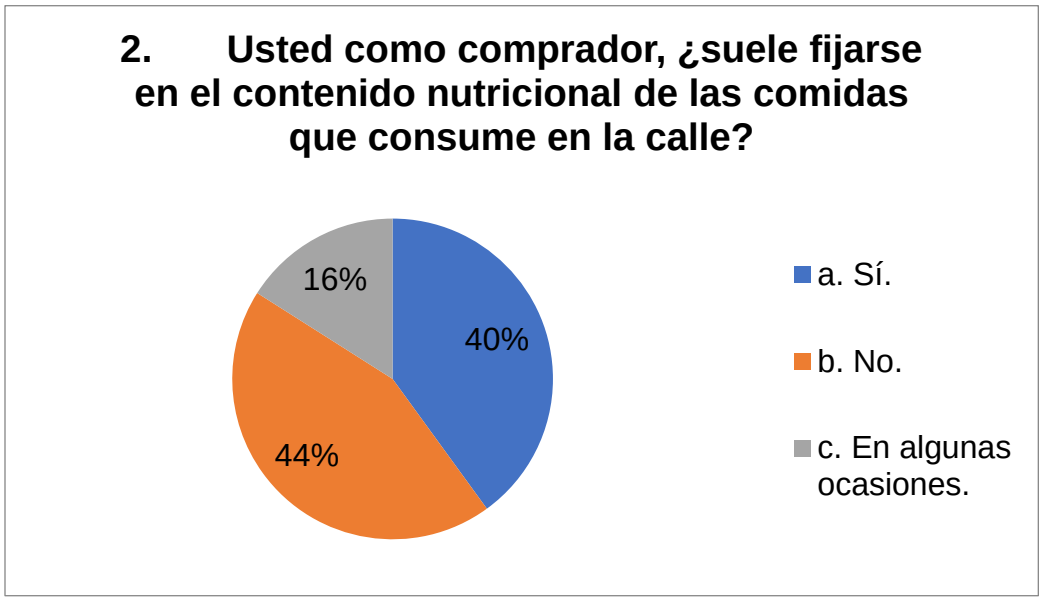


Ilustración 3 interés en la composición nutricional de las comidas

El 44% de los encuestados demuestran que no tienen en cuenta el contenido nutricional de las comidas que consumen en la calle frente al 40% de los que sí lo tienen en cuenta , lo que demuestra una gran división de opiniones y no una postura clara y radical frente al tema que se trata.

Ofreciéndonos una oportunidad a la hora de promocionar nuestro producto desde la parte nutricional comparándolo con otros tipos de comidas rápidas.

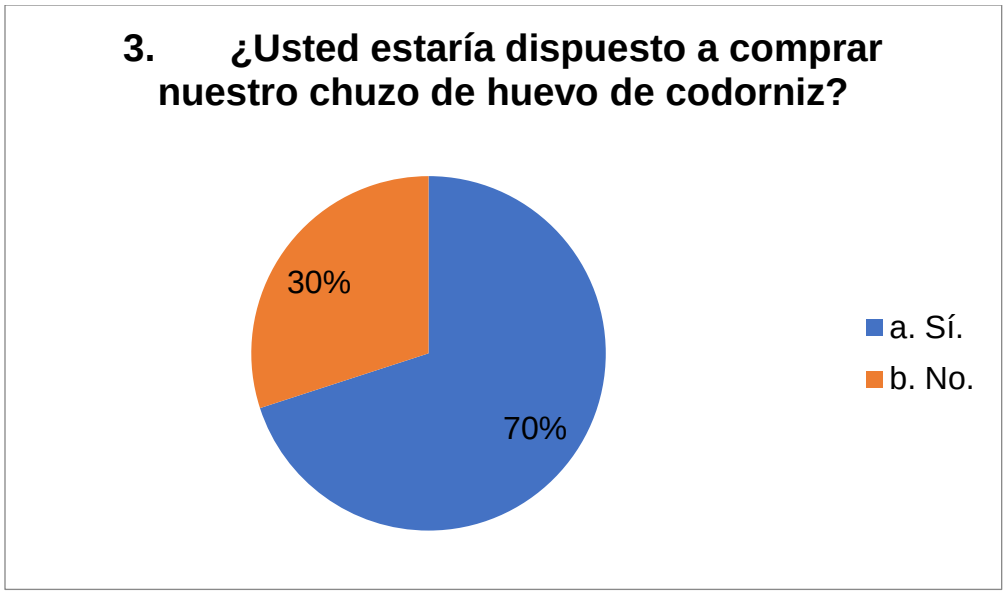


Ilustración 4 disposición en la compra

Dicha pregunta es una de las más decisivas, ya que permite conocer el nivel de aceptación de nuestro producto y su potencial en el mercado, lo cual se demuestra en el 70% de los encuestados, dando una respuesta positiva.

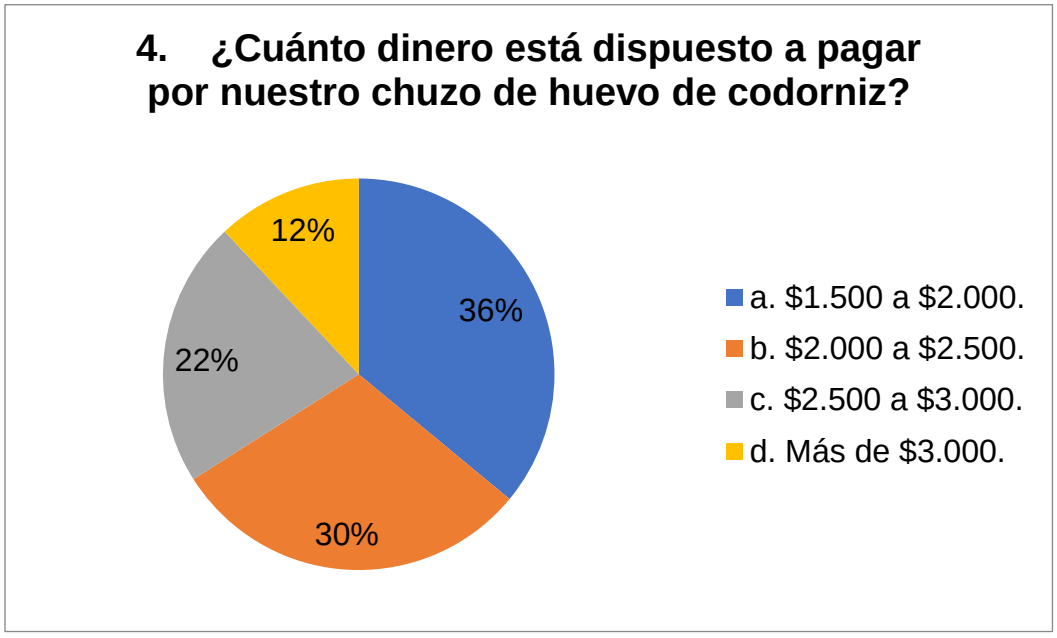


Ilustración 5valor dispuesto a pagar

Esta pregunta demuestra que nuestro producto podría tener el valor en el mercado que se esperaba, adaptándose a nuestros márgenes de rentabilidad, demostrando qué valor está dispuesto a pagar un habitante del municipio de Caldas por nuestro producto.

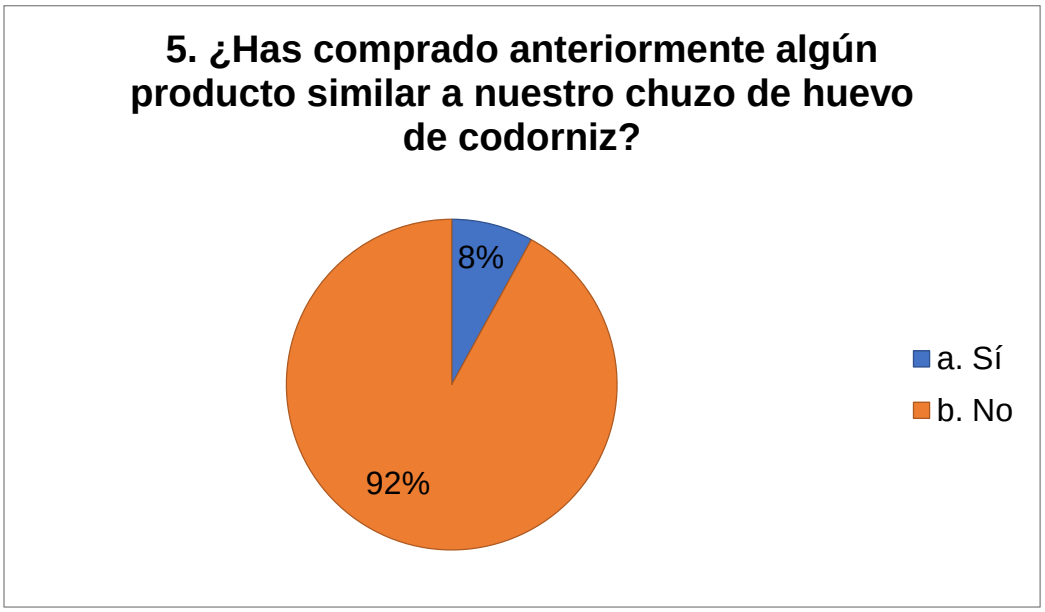


Ilustración 6 productos similares

Este resultado muestra el grado de innovación de nuestro producto, obteniendo una clara tendencia , el 92% de los encuestados dicen no haber comprado algún producto similar al nuestro, teniendo a favor que el producto será llamativo al ser diferente a los demás, existiendo poca o nula competencia en el mercado de Caldas.

Módulo 3 Análisis Técnico -Operativo

Descripción organolépticas

Tabla 4 ficha técnica del producto

<table>
<tr>
<td>

DEL NIRO</td>
<td rowspan="4">Descripción del producto

254 gramos de huevos de codorniz (aproximados) en 24 unidades y/o chuzos de codorniz de 6 unidades apanados con diferentes tipos de salsas

 </td>
<td rowspan="2">Línea genética

Coturnix japónica</td>
</tr>
<tr>
<td>Empresa: huevos de codorniz del Niro</td>
</tr>
<tr>
<td>Ubicación: caldas , Antioquia</td>
<td rowspan="2">Manejo

Alimentación de excelente calidad, manejos de registros , trazabilidad, controles sanitarios, inocuidad</td>
</tr>
<tr>
<td>Etapas de producción:

postura y

Transformación</td>
</tr>
</table>

Estado de desarrollo

Huevos de Codorniz del Niro está en la etapa de pre factibilidad y pre incubación del proyecto, donde se están desarrollando estudios previos de mercado, análisis técnicos y operativos, planes financieros, planes organizacionales y legales, los cuales nos arrojarán unos indicadores tanto característicos como numéricos para evaluar la viabilidad del proyecto.

Por lo tanto, el estado de desarrollo en la que se encuentra el proyecto es la búsqueda de capital por medio del financiamiento y apoyo que diferentes organismos tanto privados como del estado que aportan para la creación y desarrollo de diferentes proyectos agropecuarios, buscando innovación de la empresa como factor diferenciador en los distintos proyectos para poder obtener los fondos necesarios para el proyecto.

Innovación dirigida al producto

Trazabilidad del producto, inocuidad del producto, certificaciones de buenas prácticas pecuarias, certificación en bioseguridad, buena genética, estándares de calidad, alimentación con concentrado de excelente calidad, entre otros.

Innovación dirigida a la tecnología

Al final del proceso de recolección de huevos se transformará el producto a través de la adquisición de una máquina peladora de huevos de codorniz tipo industrial (importada de china), sumándole valor agregado a nuestro producto final, siendo más rápido, seguro y sobre todo, conservando los nutrientes y proteínas del producto.

Innovación de proceso

Los registros se sistematizarán, se llevará un historial del desempeño de las aves y otro tipo de registros que ayuden a tener más control sobre el proyecto.

Además, se innova en el proceso de comercialización por medio del servicio a domicilio y el carrito de comercialización eliminando la intermediación

Innovación de mercadotecnia

Con el punto de venta se promocionará de forma diferente el producto, ya que se venderá sin intermediarios a través de la transformación y cocción de los huevos listos para consumo en el punto de venta. Además, se generará recordación de marca al ser un producto diferente e innovador en el mercado, saliendo un poco de lo tradicional en cuando a su consumo.

Descripción de procesos

Manejo de aves de postura

Las aves entran al galpón con 30 días, se les adecua el ambiente para sufrir el menor estrés posible ya que los primeros 15 días en el galpón son vitales para el normal desarrollo del negocio. Además, se les suplementa con vitaminas para el correcto desarrollo de su sistema óseo y reproductivo; en cada módulo o jaula se manejarán 150 aves y se suplementarán cada 4 meses con vitaminas en el agua.

Recolección

Los huevos se recogerán siempre en las mañanas y en las tardes, todos los días, y se almacenarán en canastas hasta su posterior empaque o cocción, dependiendo del tipo de venta que se vaya a realizar.

Registros:

Se anotará la cantidad de huevos recolectados por día para sacar el cálculo de porcentaje de postura del galpón para poder tomar decisiones y evaluar mejoras en el proceso

Empaque

Se empaquetarán en cajas nuevas de acetato por 24 unidades (restaurantes y supermercados) o a granel para algunos puestos de comidas y para el punto de venta

Etiquetado

El etiquetado será con etiquetas a color con fecha de vencimiento del producto, código de barras y nombre de la empresa este proceso solo se realizara para los supermercados y empresas que lo requieran

Venta

Proceso en el cual se ofrecerán los huevos de codorniz ,ya sean en crudos o cocidos, incluyendo un programa de trazabilidad a todos nuestros clientes para así garantizar que nuestro producto sea confiable y seguro.

Un producto que proporcionará a nuestros clientes inocuidad y bioseguridad para sus diferentes modalidades de negocio, ya sea para almacenes de cadena, comercializadores, restaurantes o el público en general

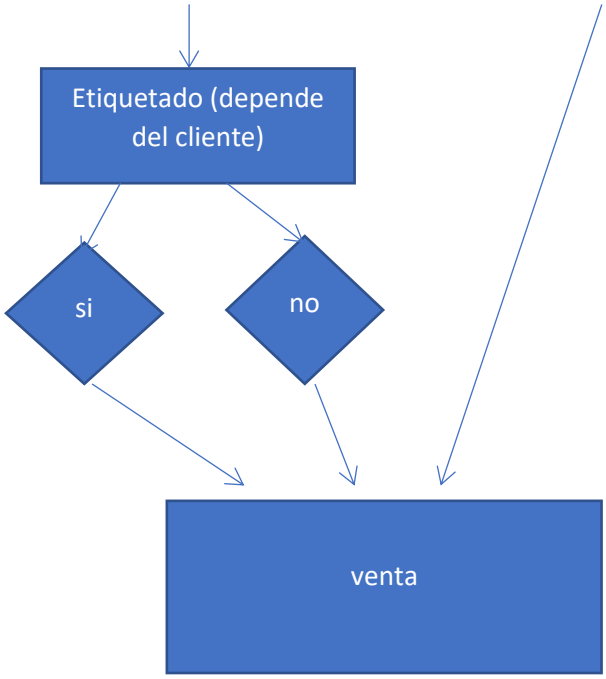
Limpieza y desinfección

Se debe contar con los procesos operativos estandarizados para los procesos de limpieza y desinfección se deben incluir las áreas, equipos, medíos de transporte este proceso debe ser especifico y señalar paso a paso el cómo, el quien , con qué y se deben registrar todas las operaciones de limpieza.

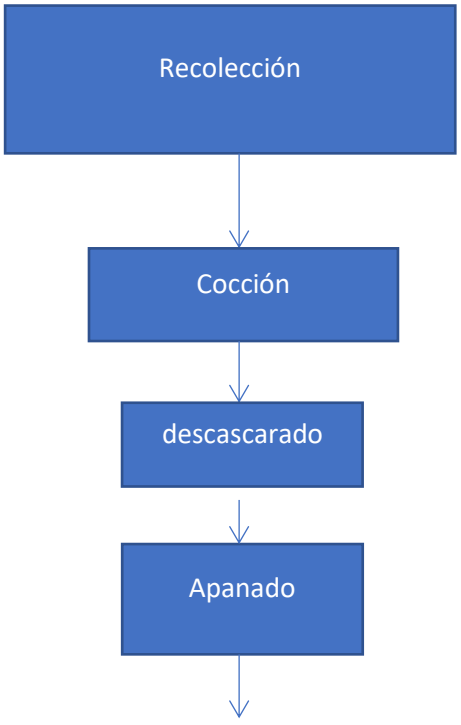
Todos los insumos utilizados deben corresponder a productos autorizados para la limpieza y desinfección y es necesario tener claro fichas técnicas de los productos, modo de preparación y empleo.

La limpieza de los cartonplast se realiza 2 veces por semana y barridos del piso de los galpones de forma diario para evitar plagas que afecten la producción además cuando un lote de aves salga del ciclo de producción las jaulas se les realizara limpieza y se les aplicara anticorrosivo en pro de la vida útil de las jaulas

Flujogramas



Flujograma para manejo del puesto de venta



Necesidades y requerimientos

Recurso humano

Vital en el desarrollo de todos los procesos de la empresa por lo cual debe ser cuidadosamente seleccionado de acuerdo los valores y perfil de la empresa

Materias primas e insumos

Alimento concentrado

Se suministrará el concentrado para codornices de la empresa Contegral durante toda la etapa productiva del ave.

Vitaminas

Se utilizará el producto Promocalier del Laboratorio los Andes, este suplemento va en el agua, el cual posee la siguiente composición:

Tabla 4 composición biológica

Composición	Contenido
Vitamina A	10.000.000 UI
Vitamina D3	2.000.000 UI
Vitamina K3	0.5 g
Nicotinamida	16.25 g
D-pantenol	7.5 g

Vitamina B1	1.75 g
Vitamina B2	2.5 g
Vitamina B6	1.125 g
Vitamina B12	1.25 mg
Vitamina B15	0.5 mg
Biotina	1 mg
Inositol	2.5 g
Alanina	11.5 g
Arginina	6.1 g
Ácido aspártico	9.5 g
Fenilalanina	5.5 g
Cistina	2.1 g
Ácido glutámico	21.5 g
Glicina	9.6 g
Histidina	4.7 g
Isoleucina	6 g
Leucina	12.5 g
Lisina	9.5 g
Metionina	2.2 g
Prolina	9.5 g

Serina	7 g
Treonina	5 g
Triptófano	2 g
Tirosina	5.3 g
Valina	6.2 g
Excipientes csp	1.000 m

Fuente: (SOY DEL CAMPO, 2017)

Este conjunto de vitaminas y minerales nos ayuda en el aumento de la postura y correcto desarrollo del ave.

Suministro de agua

El agua a suministrar a las aves es agua de acueducto potable para el constante suministro, su suministro debe ser a voluntad.

Servicios públicos

El predio cuenta con servicios públicos suministrados por EPM (Empresas Públicas de Medellín), la unidad productiva tiene contador de servicios únicamente para la producción agropecuaria, lo que permite llevar registros confiables y exactos para la contabilización de este suministro.

Combustible

Este insumo será utilizado para el motocarro que es el encargado de la distribución de los huevos a los diferentes clientes, permitiendo una forma de transporte más rápida y segura, teniendo como fin entregar los huevos en perfecto estado a través del cuidado a la hora de transportarlos de un lugar a otro.

Factores de produccion

Tabla 5 factores de producción

NOMBRE	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Alimento concentrado	1259bultos	52000	65.481.000
Vitamina	4	55.000	220.000
Servicios públicos (producción)	12	Cargo fijo: 80.000	960.000
Gasolina	120 galones	8.037	964.440
Aceite	4	12.000	48.000

Las construcciones e instalaciones para el manejo de codornices están basadas en el nivel de desarrollo de la explotación, en la factibilidad económica del proceso productivo y en las características del medio ambiente. Se deben considerar estos criterios:

• Se deben adecuar instalaciones dependiendo de las condiciones ambientales de cada región y se debe tener en cuenta el tipo de explotación.

• Las instalaciones deben ser funcionales, es decir, se adecuan a las actividades y manejo que se realicen.

• Las instalaciones deben proyectarse de tal manera que puedan ser ampliadas y mejoradas a medida que la producción aumenta y mejora.

• Debe atenderse estrictamente la protección al medio ambiente.

Cortinas

- Deben proteger del viento, lluvia y frío; sin embargo, debe permitir la circulación de aire.

-Es un factor determinante para el manejo de la temperatura adentro del galpón

-Restringen la entrada de enfermedades por medio de las diferentes corrientes de aires que pueden traer diferentes enfermedades colaborando a la bioseguridad

Comederos

Requerimientos

- Se ubican en todas las jaulas en los diferentes pisos de cada una

- Deben ubicarse para fácil suministro.

- Lograr un mínimo de desperdicio.

- Capacidad suficiente según el número de animales aproximadamente 15 por comedero

- Debe dar acceso a todos los animales

- El diseño corresponde al sitio donde será ubicado.

Bebederos

Requerimientos

- se ubican 2 por piso en cada jaula

- Deben ubicarse para fácil suministro van en forma de niple por su mayor limpieza e inocuidad para el consumo del ave

-- Debe ofrecer agua a voluntad constantemente.

- Hecho de material fácil de lavar.

- Se ubica en un sitio de fácil evacuación y reemplazo de agua.

Pediluvios

Requerimientos

*Es para contribuir con la bioseguridad de los galpones cada visitante debe pasar este para el ingreso

*Fácil manejo y resistente al clima

*Se debe reemplazar el contenido de agua y de desinfectante cada 15 días, dependiendo del uso

Cartonplast

Requerimientos

Resistentes y de fácil manejo

Tuberias de pvc

Es por el cual se lleva el agua del tanque a todos los bebederos para el consumo de las codornices.

Tecnología requerida:

Comederos

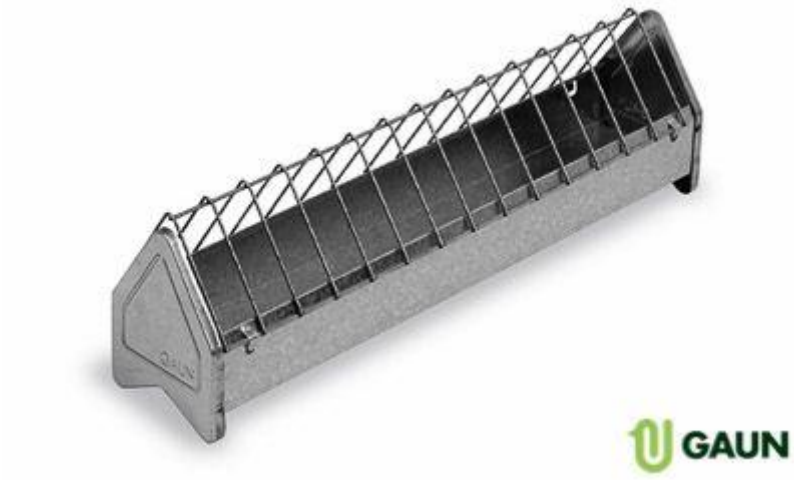


Ilustración 7comedero con rejilla

Comederos en aluminio 5 por jaula, fácil de extraer y poner en cada piso para la limpieza y manejo de este; además posee rejillas para el menor desperdicio posible.

Bebederos

Ilustración 8:bebedero tipo nipple

Hechos en plástico los cuales brindan flujo continuo al ave de agua, a diferencia de los bebederos en copa nos brindan un agua más limpia evitando las impurezas del medio ambiente.

Pala:

Ilustración 9 pala

Utensilio para la recolección de los residuos orgánicos de los galpones como la codornaza y para diferentes labores de la granja.

Balde:

Ilustración 10balde

Balde de 10 litros marca estra, utilizado para la recolección de cualquier residuo o recurso que requiera la producción.

Rastrillo:

Ilustración 11rastrillo

Rastrillo curvo 16 dientes 1,20 metros con mango de madera marca Tramontina, se utilizará para la recolección de los residuos orgánicos del galpón.

Carreta:

Ilustración 12carreta

Carretilla rueda inflar, Topex, utensilio que va ser muy útil para transportar los residuos orgánicos del galpón y bultos de concentrado hasta el área de marquesina para realizar el proceso de compostaje.

Canecas:

Ilustración 13canecas

Canecas de 55 galones con tapa, útil para, guardar(concentrado), recoger (desechos orgánicos)entre otras funciones

Hidrolavadora

Ilustración 14 hidrolavadora

Se usará para la mayor efectividad en lavado de jaulas y cartonplast además de ser más amigables con el medio ambiente ya que se gastará menos agua.

Cuadro: Costo Tecnología, Maquinaria y Herramientas requeridas .
Tabla 6 costo de tecnología maquinaria y herramientas

NOMBRE	UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
comederos	200	(incluido dentro	0

		del costo de la juala)	
bebederos	400	1500	600.000
Pala	1	60.000	60.000
Balde	4	16.000	64.000
rastrillo	2	20.000	40.000
carreta	2	100.000	200.000
canecas	3	20.000	60.000
hidrolavadora	1	500.000	500.000
TOTAL			1.524.000

Plan de compras

Identificación de proveedores

Ilustración 15empresa Contegral

Es una compañía con más de 50 años en el mercado nacional de alimentos concentrados para animales, que se caracteriza por una gran

proyección, sentido innovador y dinámica. Proveedor de alimentos concentrados para Huevos de codorniz del Niro.

CONTACTO: Correo electrónico dptoserviciocliente@contegral.co, línea gratuita nacional 01 8000 51 31 01, línea celular 313 718 50 66, planta envigado pbx:[4]331 01 11.

Ilustración 16 Tierragro

El Supermercado Agropecuario Tierragro tiene como misión la distribución rentable de productos de excelente calidad para el sector agropecuario, acompañada de asesoría técnica y profesional; atienden los diferentes canales comerciales en todo el territorio antioqueño de la mano de los proveedores y clientes, para garantizar disponibilidad, eficiencia y servicio oportuno. Para huevos de codorniz del Niro es importante manejar casas comerciales reconocidas en el mercado agropecuario que generen confiabilidad y seguridad a la hora de adquirir estos productos es por esto que Tierragro cuenta con permisos y licencias exigidas por el ICA para el suministro y distribución de

productos como, vitaminas, purgantes, antibióticos, vacunas y diversas herramientas que aportan en el desarrollo productivo de proyecto.

CONTACTO:Número único (+574) 444 46 24, Domicilios (+574) 444 46 25 (+574) 444 46 24 Ext. 8200, Tierragro Itagüí más cerca a la empresa: Carrera 42 #84-05, itagui@tierragro.com.co

Ilustración 17Ivanagro

Tienen un completo surtido de productos y servicios para todas las divisiones del sector Veterinario y Agropecuario. Bovino, ovinos, caprinos, porcícola, agrícola, avícola, mascotas, farmacia, biológicos, ferretería, instrumental, suplementos.

Otra excelente alternativa en el mercado a la hora de comprar los productos agropecuarios necesarios para el funcionamiento de la granja.

CONTACTO: Av. El Poblado Cra 43A N° 11B - 145 PBX: (57+4) 316 7700 FAX: (57+4) 311 0134 correo electrónico info@ivanagro.com

Ilustración 18 Criadero la codorniz

Criadero la codorniz es una empresa con una trayectoria de más de 35 años que se acreditan como líderes y pioneros en el departamento de Antioquia y uno de los primeros a nivel nacional; han asesorado varias empresas en la cría y explotación de la codorniz tanto a nivel nacional como internacional.

La empresa está dedicada a la producción de huevos de consumo, huevos fértiles, venta de codornices de alta postura, venta de machos reproductores, venta de módulos y de abono procesado; fabricación y reparación de incubadoras, venta de repuestos para incubadoras

Contacto:Carlos Enrique Vergara tel: 3206883598 – (4) 2302733 Juan Guillermo Vergara Tel: 3113636175 Correo: criaderolacodorniz@hotmail.com – juanguivt88@hotmail.com

Ilustración 19 codornices de Antioquia

Codornices de Antioquia, es una empresa dedicada al mejoramiento genético de la codorniz.

Durante años ha contado con el acompañamiento del mejor equipo técnico y profesional en busca del mejoramiento de las técnicas de explotación de la codorniz, esto ha hecho de Codornices de Antioquia una empresa reconocida a nivel Nacional que inspira respeto y confiabilidad a cada cliente que la visita y encuentra en ella no solamente los elementos necesarios para emprender un montaje Coturnícola.

Contacto

Codornices, Huevos - Cl 99sur # 50-133 La Tablaza La Estrella Antioquia

(57) (4) 3784845

300 613 82 93

Ilustración 20 lamiempaques

Es una empresa diseñadora y fabricadora de empaques plásticos para las diferentes empresas industriales o agroindustriales que lo necesiten como contenedor de su producto cuentas con más de 15 años de experiencia e innovación en el mercado.

Calle 51 # 40-180 Itagüí, Antioquia – Colombia

Tel:(57 4) 377 70 80

FAX:(57 4) 377 99 82

Cel:(57 4) 300 615 5798

Correo:info@lamiempaques.com

Ilustración 21 centro de copias y servicios fullimagen

Son una entidad prestadora de servicios con 15 años de experiencia, cubriendo las necesidades del mercado actual. Desde impresiones digitales hasta todo lo que tiene que ver con litografía como tarjetas personales, papelería empresarial , plegables , carpetas , brochure, volantes , stickers.

Teléfono: +57 (4) 239 1778 | **Celular:** +57 310 379 2424 |

Correo electrónico: fullimagen2006@une.net.co |

Dirección: Carrera42A#48-37 Medellín

Ilustración 22 Roco graficas

Una empresa dedicada a prestar servicios integrales para cualquier proyecto o empresa todo lo que tiene que ver con papelería comercial , publicidad impresa e impresión editorial en la cual garantizan los mejores precios , con la mejor tecnología , creatividad y calidad además de envíos a todo el país

rocco@roccograficas.com

PBX: 448 90 95

Dirección: Calle 42, No. 68-38. Barrio San Joaquín. Medellín, Colombia.

Ilustración 23 Texaco

Es la red de estaciones de servicio más especializada y con mayor cobertura en el país para la distribución y comercialización de combustibles y servicios afines gracias a un amplio portafolio de servicios. Este proveedor suministrara al proyecto la gasolina, ACPM y aceites necesarios para el funcionamiento y mantenimiento de la maquinaria y las herramientas con las que se desarrollaran las funciones productivas de la empresa.

CONTACTO: Oficina Medellín: carrera 81 # 47-42 la floresta, Medellín, Antioquia.

PBX: (4) 250 44 11, FAX: (4) 4120326

Capacidad de atención de pedidos:

Gracias a la oportuna identificación de proveedores se escogió a las mejores empresas y líderes de su actividad económica específica lo que hace que la capacidad de atención de pedidos sea muy eficiente, además son empresas que tienen una buena reputación en el sector agropecuario e industrial , reconocidas por su alta calidad, cumplimiento, servicio, responsabilidad tanto con el cliente como con el aspecto social.

La importancia en la selección de los proveedores se basa en que todos y cada uno aporta todos los requerimientos que la empresa necesita, no se dio relevancia a unos u otros debido a que existe un concepto poder de proveedor el cual nos dice que es importante tener 2 o más proveedores para poder efectuar bien la operación a la que se dedica la empresa por si algún proveedor presenta problemas en la entrega de pedidos y no verse afectada nuestra operación por problemas de terceros .

Pago a proveedores planeación de compra

El pago de alimento concentrado, vitaminas será a 15 días después de entregado buscando una mejor liquidez en la empresa

Los empaques y gasolina se pagarán de contado.

Por ultimo las etiquetas en las litografías se pagarán a un mes todo esto fue planeado buscando la liquidez de la empresa para los diferentes pagos.

Control de calidad

El programa de control de calidad de Huevos de codorniz del NIRO se enfoca principalmente en el tratamiento que se la da a las materias primas ya que es de donde parte la producción de la granja y es de suma importancia tener siempre presente el control a las materias primas evaluando y conservando la calidad de las mismas.

Además en el punto de entrega de los supermercados y clientes que se les entregue en empaque de acetato se revisan las cajas buscando y cambiando posibles huevos rotos por el transporte reduciendo las devoluciones y perdidas que pueda tener la empresa.

Control de calidad de materias primas
Tabla 7calidad materias primas

Materia prima	Riesgo	Efecto	Consecuencia
Alimentos secos	Exceso de humedad	Presencia de hongos y mohos	Intoxicaciones
		Descomposición y olores	Disminución del consumo y/o rechazo
Alimentos húmedos	Exceso de almacena-miento	Presencia de hongos y mohos	Intoxicaciones
		Descomposición y olores	Disminución del consumo y/o rechazo
Semilla de algodón	Exceso de tostado	Reducción de nutrientes	Menor calidad
Harinas y almidones	Exceso o mal almacena-miento	Enranciamiento	Rechazo

Todo esto debe estar plasmado en un manual de procedimientos para el control de calidad donde se señalen las especificaciones de calidad y los estándares de aceptación y rechazo.

Módulo 4 : Organizacional y Legal

Valores corporativos:

Responsabilidad:

Realizamos todas nuestras labores con el mayor empeño y esfuerzo posible para desarrollar productos de excelente calidad con entrega puntual de los mismos para satisfacer las necesidades del cliente y a la vez responsabilidad con el medio ambiente para no comprometer los recursos de las generaciones futuras.

Respeto:

Respetamos los intereses y necesidades de nuestros clientes, produciendo los productos acordes con los estándares de calidad que el mercado demanda, produciendo de manera responsable e impactando positivamente en el recurso humano, la comunidad y el medio ambiente.

Confianza:

Realizamos nuestras labores de la mejor manera, con excelente calidad e inocuidad con la finalidad de satisfacer a cada uno de nuestros clientes

Compromiso:

Respetamos con seriedad, puntualidad y sinceridad todos los contratos y compromisos con todos nuestros clientes, empleados, proveedores y demás personas relacionadas directa e indirectamente con la empresa

Equipo directivo

Administrador

Determina el desarrollo de las funciones de la empresa, coordinan y supervisan todas las actividades que influyen en la operación de la empresa, además son los que analizan, estudian, evalúan, y toman las decisiones en Huevos de Codorniz del Niro

Líneas de autoridad

Administrador: máximo nivel de la empresa

Contador: responde a dirección administrativa.

Operario: responde al administrador

Encargado del punto de venta: responde al administrador

Mecanismo de control y participación

Con el objetivo de hacer posible que la operación de la organización y la acción de los miembros de la misma lleguen a lograr un objetivo común, se optara por

establecer unos mecanismos de control. Estos serán los mecanismos necesarios y específicos para motivar a los diferentes colaboradores que forman parte de la empresa a perseguir objetivos comunes.

- Toda toma de decisiones se realizará por parte del administrador.

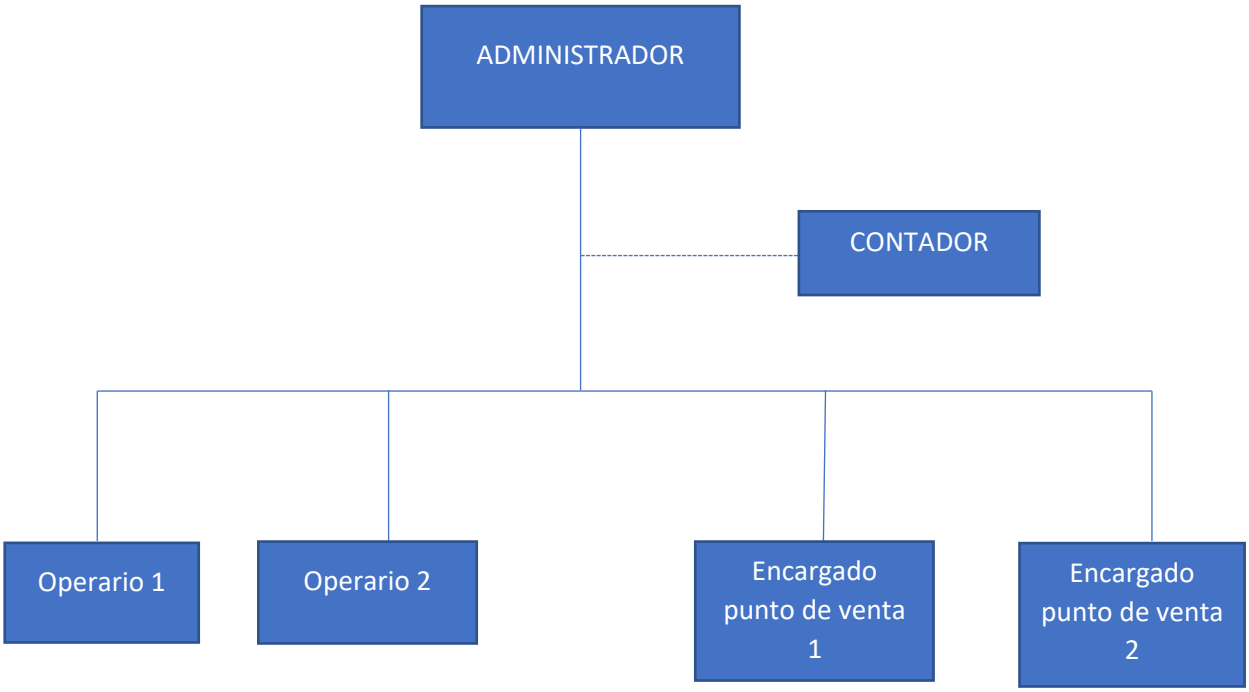
- Todos los integrantes tendrán la oportunidad de opinar y aportar en las reuniones generales de la empresa

- Las direcciones de la empresa estarán a disposición de todos los colaboradores para cualquier inquietud, sugerencia, solicitud, recomendación, etc.

- Los diferentes niveles de jerarquía podrán intercambiar opiniones e ideas sobre la empresa en reuniones periódicas creadas para este objetivo.

- Se respetarán las líneas de autoridad y el conducto regular para cualquier eventualidad, solo que los jefes directos puedan resolver dichos e

Organigrama



Administrador :

1. **Generalidades:**

Tabla 8 requerimentos administrador

Título del cargo	Administrador
Cargo al que reporta	Ninguno
Cargos que le reportan	operario, , contador , encargado punto de venta
Puede ser reemplazado por	Operario **en funciones básicas de la granja**

2. Objetivo

Atender todos los asuntos relacionados con la Organización, Planeación Estratégica, Dirección, Supervisión y Control de las actividades relacionadas buscando el desarrollo y sostenibilidad de Huevos de Codorniz del Niro

3. Requerimientos:

Tabla 9requerimientos administrador

profesión	administrador empresas agropecuario
experiencia laboral	emprendedor del proyecto
Competencias	Capacidad para desenvolverse en entornos altamente exigentes. · Excelentes relaciones interpersonales · Excelente capacidad de comunicación · Excelente presentación personal. · Alto nivel de compromiso. · Análisis de problemas y búsqueda de soluciones (Estratega) · Capacidad de negociación y dirección · Centrado en logros y resultados · Trabajo en equipo. · Excelente manejo de recursos

Funciones:

- Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto, mediano y largo plazo.
- Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos.
- Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.
- Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.
- Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.
- Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros
- Manejo de clientes y pedidos

5. Salario

Salario: 1.616.381

(incluye carga prestacional).

Operario

Generalidades

Tabla 10 operario generalidades

Título del cargo	Operario
Cargo al que reporta	Administrador
Cargos que le reportan	Ninguno
Puede ser reemplazado por	Administrador

Objetivo

Atender todos los asuntos relacionados con el bienestar y la normal producción de las codornices

Requerimientos:

Tabla 11 Requerimientos operario

profesion	Practicante en el Sena de técnico ganadero
experiencia laboral	no es nesecaria
Competencias	· Capacidad para desenvolverse en entornos altamente exigentes. · Excelentes relaciones interpersonales · Excelente capacidad de comunicación . buena presentación personal · Alto nivel de compromiso. · Centrado en logros y resultados · Trabajo en equipo. · Excelente manejo de recursos ·deseo de adquirir nuevos conocimientos ·perseverancia y constancia

Funciones:

- supervisar y ser un líder dentro de ésta.
- Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.
- Presentar informes periódicamente a sus superiores sobre el estado tanto del los lotes, como de los galpones en general
- Alimentar y suplementar las aves.
- Empacar la producción
- Llenar registros

Salario

1.218.091(incluye carga prestacional)

Tipo de contrato: contrato de aprendizaje y renovación a término fijo dependiendo del desempeño

Encargado punto de venta

Generaladidades:

Tabla 12 generalidades encargado punto de venta

Título del cargo	promotor
Cargo al que reporta	Administrador
Cargos que le reportan	Operario

Puede ser reemplazado por	Operario

Objetivo

Atender a los consumidores de forma correcta y respetuosa promocionándoles los huevos de codorniz con información oportuna del producto

Requerimientos:

Tabla 13 requerimientos encargado punto de venta

profesion	bachiller
experiencia laboral	Experiencia en manejo de comidas minimo de un año
Competencias	· Excelentes relaciones interpersonales · Excelente capacidad de comunicación · Excelente presentación personal. · Alto nivel de compromiso, responsabilidad y puntualidad. · Análisis de problemas y búsqueda de soluciones · Trabajo en equipo ·Exelente manejo de clientes

Funciones:

Mantener el puesto de venta aseado y presentable para el publico

Coordinar con los operarios y el administrador la cantidad de producto necesario para la operación del negocio

Promocionar el producto a los habitantes de caldas

Reportar el dinero producido al administrador

Salario

Salario: salario mínimo + carga prestacional: 1.218.091

Contador

Generalidades:

Tabla 14 generalidades contador

Título del cargo	Contador
Cargo al que reporta	administrador
Cargos que le reportan	operarios
Puede ser reemplazado por	Reemplazo externo

OBJETIVO

Planificar las actividades contables de la Institución, controlando y verificando los procesos de registro, clasificación y Contabilización del movimiento contable, a fin de garantizar que los estados financieros sean confiable y oportunos.

.

Requerimientos

Tabla 15requerimientos contador

profesion	contaduria publica
experiencia laboral	Experiencia profesional de más de 2 años en el sector agropecuario.
Competencias	· Excelentes relaciones interpersonales · Excelente capacidad de comunicación · Excelente presentación personal. · Alto nivel de compromiso, responsabilidad y puntualidad. · Análisis de problemas y búsqueda de soluciones · Trabajo en equipo. · Buen desempeño en actividades estadísticas y numéricas

Funciones

- Planifica y coordina las operaciones administrativas contables.
- Coordina y supervisa las actividades de revisión, contabilización y codificación.
- Controla la emisión y aprobación de órdenes de pago, cheques y otros.
- Examina, clasifica, codifica y contabiliza, transferencias bancarias, nóminas de personal, notas de débito y créditos bancarios, cheques anulados y otros ingresos recibidos por la unidad de Tesorería.
- Supervisa y dirige los análisis contables de las operaciones.
- Elabora las notas de créditos y débitos a nombre de los beneficiarios de las retenciones y aportes derivados de la nómina.
- Vela por el mantenimiento y actualización del sistema de contabilidad y bienes de la Institución.
- Participa en la elaboración del presupuesto, memoria y cuenta de la unidad.
- Revisa y firma las conciliaciones bancarias, balance de bienes, impuestos y gastos.
- Revisa y verifica el proceso de conciliación bancaria.
- Determina los ajustes necesarios, luego de obtenido los resultados.

- Realizar actividades de archivo, control y elaboración de correspondencia, digitar y registrar las transacciones contables de las operaciones de la compañía y verificar su adecuada contabilización, elaborar nómina y liquidación de seguridad social.

cargo	cesantias	intereses a las cesantias	subsidio de transporte	total anual(con parsfiscales)
Administrador	$ 1.000.000	$ 120.000	$ 83.140	$ 19.396.572
Encagardo punto de venta	$ 737.717	$ 88.526	$ 83.140	$ 14.617.092
Operario	$ 737.717	$ 88.526	$ 83.140	$ 14.617.092

Salario:

400.000(prestación de servicios)

Tipo de contrato: prestación de servicios.

Gastos de Administracion y Nomina

Tabla 16 gastos de nomina 1

cargo	sueldo	prima	seguridad social	vacaciones
Administrador	$ 1.000.000	$ 1.000.000	$ 210.220	$ 500.000
Encagardo punto de venta	$ 737.717	$ 737.717	$ 154.453	$ 368.851
Operario	$ 737.717	$ 737.717	$ 154.453	$ 368.851

Tabla 17 gastos de nomina 2

Organismos de apoyo

Existen diferentes organismos de apoyo para proyectos agropecuarios que sean viables, rentables e innovadores para el sector a los cuales podemos acudir para obtener financiamiento, capacitación, seguimiento y ayuda en general para el desarrollo de la organización.

Dichos organismos apoyan en diferentes etapas y estados en el que se encuentre el proyecto ya sea en la etapa de pre factibilidad, factibilidad , crecimiento-aceleración o consolidación y madurez, en el caso de Huevos de codorniz del niro al acudir a estos organismos la etapa más acertada es la de pre incubación.

Organismos de apoyo:

Fondo emprender

Banco agrario

Emprender para la vida

Economía solidaria

Parque E

Ángeles inversionistas

Socialatom ventures

Cámaras de comercio de Medellín para Antioquia

Fondos de capital privado.

Impacto del proyecto

Huevos de codorniz del Niro será una empresa que impactará de manera positiva en la alimentación de los diferentes consumidores por su excelente aporte nutricional de proteínas a la normal alimentación y bajo costo con otra proteína del mercado.

Generación de empleo:
se esperara generar 5 empleos directos con todas las prestaciones (1 administrador, 2 operarios y 2 encargados de puntos de venta) y un indirecto que será el contador que prestara servicios a la empresa para el normal proceso ante las instituciones tributarias.

Beneficios a las familias:
no solo se beneficiará a los trabajadores sino también a sus familias por medio de la estabilidad laboral y económica que les brindara nuestra empresa.

Impuestos:
Eventualmente, que la empresa comience a declarar renta con la asesoría del contador, se pagaran los impuestos e impactaremos con este tipo de aportes en el desarrollo del municipio y del país.

Compromiso con el medio ambiente:
huevos de codorniz del Niro es una empresa interesada con el entorno por lo que adoptará un compromiso de reciclar y usar lo menor posible plásticos, papel , vidrio entre otros

Impacto Ambiental :

El proyecto tendrá varios impactos que aporta varios beneficios ambientales a la comunidad buscando reducir los daños ocasionados además de una producción basada en la sostenibilidad para no comprometer los recursos de las generaciones futuras.

Emisiones atmosféricas:

La empresa reducirá las emisiones atmosféricas por medio de la adquisición de una moto 4 tiempos en vez de 2 tiempos reduciendo sustancialmente las emisiones atmosférica

Además, Se fomentara fomentará en los trabajadores el uso de la bicicleta para transportarse al sitio de trabajo ofreciendo facilidades de parqueo de las bicicletas en el galpón además de zona de duchas para la higiene antes o después del trabajo.

Residuos solidos

A continuación se mostrará el manejo de las distintas salidas del galpón.

Material orgánico: Se realizará un compostaje para sacar abono para la venta como un ingreso no operacional o para uso interno ya que se plantea cultivar un banco proteico para un posible ensayo de alimentación con distintas forrajeras para buscar reducir el costo del concentrado o aumentar producción.

Plásticos: los empaques se reutilizaran para algunos clientes o se empacaran a granel tales como los de comidas rápidas buscando el menor uso de este material altamente contaminante.

Usos

Del agua: por medio de los bebederos en forma de niple para las aves el uso de agua será más eficiente y generara menos desperdicios de este recurso

Papel : La mayoría de las comunicaciones con los clientes, trabajadores o proveedores será de forma oral o vía internet por medio del correo electrónico para reducir el uso del papel

De energía: los bombillos que se usaran en los galpones son ahorradores o led buscando mayor iluminación y menor gasto de energía.

Registros Licencias y Leyes Regulatorias

Tipo de sociedad

Sociedad por acciones simplificada (SAS)

“Es una sociedad comercial de capital, innovadora en el derecho societario colombiano. Estimula el emprendimiento debido a las facilidades y flexibilidades que

posee para su constitución y funcionamiento razón por la cual se optó por este tipo de sociedad” (Ministerio de Comercio, 2011)

“Fue creada por la ley 1258 de 2008, además del decreto 2020 de junio de 2009. Basándose en la antigua ley de emprendimiento (1014 de 2006)” (Ministerio de Comercio, 2011)

Ventajas:

* Se puede constituir con documento privado lo que ahorra tiempo y dinero

* Los propietarios definen las reglas de cómo va a regir la sociedad

*no exige revisor fiscal

*no requiere establecer una duración determinada, reduciendo gastos, ya que no tiene que hacer reformas estatutarias cada vez que este próximo a caducar

*el objeto social puede ser indeterminado, por lo cual puede realizar diferentes actividades económicas sin problemas

“Una sociedad por acciones simplificadas puede constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, su naturaleza es comercial, pero puede hacer actividades tanto comerciales como civiles, se crea por documento privado y nace después del registro en la cámara de comercio, a menos de que los aportes iníciales incluyan bienes inmuebles se requiere de escritura pública. Según el artículo 5 de la ley 1258; por regla general, SAS se constituye por Documento Privado” (Ministerio de Comercio, 2011) Donde consta:

- Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas
- Razón Social seguida de las letras “SAS”
- El domicilio principal de la sociedad y las sucursales
- Término de duración, puede ser a término indefinido
- Enunciación clara de las actividades, puede ser indefinido para realizar cualquier actividad lícita
- Capital Autorizado, Suscrito y Pagado. Número y clase de acciones, términos y formas en que se pagarán
- Forma de administrar, con documentos y facultades de los administradores. Cuanto menos un Representante Legal

“Los estatutos de la sociedad fijarán los órganos necesarios y sus respectivas funciones, cuando menos un representante legal. En caso de ser un solo accionista, éste ostentará todas las funciones y obligaciones que la ley le confiere. Cabe destacar que no deberá tener revisor fiscal al menos que supere los topes reglamentados por la ley 43 de 1990” (Ministerio de Comercio, 2011).

Los accionistas responderán sólo hasta el límite de sus aportes. Sin importar la causa de la obligación, laboral, fiscal etc. Puede desestimarse su personalidad jurídica en caso de probarse que fue constituida para defraudar, dicha estimación la da las Supersociedades.

La única limitación de la SAS es la de negociar sus valores en el mercado público de valores. Cabe destacar que el pago de las acciones suscritas no puede exceder de 2 años.

“SAS puede emitir cualquiera de los tipos de acciones, especificando sus derechos y formas de negociación. Respetando siempre, la ley. Otras Disposiciones Cualquier sociedad puede transformarse a SAS cuando el 100% de los socios así lo decidan Existe la fusión abreviada, cuando una sociedad tenga más del 90% de las acciones de una SAS En materia tributaria, SAS funcionará como una SA Se deliberará con por lo menos la mitad más una de las acciones suscritas. Se determinará con la mitad más una de las presentes” (Ministerio de Comercio, 2011).

Gastos de constitución

Los gastos de constitución son los siguientes**:**

*La sociedad Pre RUT es un trámite gratuito

*Las sociedades tipo SAS no necesitan que lo estatutos consten en escritura pública. El valor por autenticación y huella es de $3850.

*el registro de la empresa e cámara de comercio genera un costo de 0.7% del capital de suscrito pagado

* los derechos de inscripción son $34000 por el registro del documento

*vinculada a los beneficios de la ley 1429, el costo de matrícula del primer año es gratuito

*el formulario de registro único empresarial cuesta $ 4800

*la apertura de una cuenta en el banco para ingresar al RUT no tiene costo

* Tanto para la entidad bancaria como para la cámara de comercio es necesario contar con certificados originales de existencia y representación legal, el valor de esto ronda alrededor de los $ 5000

* los tramites de la Dian son gratuitos

* la inscripción de los libros es obligatorio(libro de actas y libro de accionistas) el costo es de $11400 sin importar la cantidad ni número de libros

Tabla 18 gastos de constitución

GASTOS DE CONSTITUCION	
Autenticación notaria	$3.850
Registro de cámara de comercio	$700.000
Formulario de registro	$4.800
Derecho de inscripción	$34.000
Matricula primer año	-
Certificados de existencia	
Incripcion de los libros	$5.000

total	$747.650

Legislación vigente

Tabla 19 Principal legislación vigente

TIPO	NUMERO	FECHA	ENTE EMISOR	DESCRIPCION
Decreto	4444	Noviembre 28 del 2015	INVIMA	Por el cual se reglamenta el régimen de servicio sanitario para la fabricación y venta de alimentos elaborados por microempresarios
Circular	DG0100-0038807	Septiembre 3 de 2007	INVIMA	Competencias en relación con la vigilancia y control de alimentos y materias primas
Resolución	4287	Noviembre 21 del 2097	Ministerio de protección social	Por el cual se establece el reglamento técnico los requisitos sanitarios y de inocuidad de la carne y productos comestibles de las aves de corral destinadas para el consumo humano y las disposición para su beneficio , desprese , recolección transporte , comercialización , importación o exportación.

Decreto	60	Enero del 2002	Ministerio de salud	Por el cual se promueve la aplicación del sistema de puntos de análisis de peligros y puntos de control critico Haccp en las fábricas de alimentos y se reglamenta el proceso de certificación.
Resolución	599	Enero 20 de 1998	INVIMA	Por lo cual se adopta el formulario único para solicitud, modificación y renovación del registro sanitario para los productos alimenticios y se establece la nomenclatura para la expedición de registro sanitario de los alimentos de fabricación nacional y los importados
	22000	2005	ISO	Especifica los requisitos para un sistema de gerencia de la seguridad del alimento donde una organización en la cadena de alimento necesita demostrar su capacidad de controlar peligros de seguridad del alimento para asegurase de que el alimento es seguro a la hora de la consumición humana
Resolución	3651	13 de noviembre del 2014	ICA	Por lo cual se establecen las medidas básicas de Bioseguridad que deben cumplir las granjas avícolas comerciales de postura en el país

Fuente : (INVIMA, 2017)

Financiero

Tabla de supuestos

Tabla 20 tabla de supuestos fuente : (Bancolombia, 2016)

año	2017	2018	2019	2020	2021
Crecimiento PIB	2.0%	2.8%	3.5%	4.2%	3.7%
Devaluación nominal	-4.9%	-0.7%	0%	-2.4%	-1.8%
IPC	4.30%	3.2%	3.6%	3.4%	3.2%

Costo unitario Huevo de codorniz primer año : 99, 2%

Precio de venta caja de 24 unidades:2705$ con un margen de ganancia del 12%

Precio de venta del pincho de huevo de codorniz : 1800$ (6 Unidades) con margen de ganancia del 33,6 %

Tabla 21 tabla de supuestos 2

Variables de interes			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Crecimiento % en ventas (Inflación)			1,043	1,032	1,036	1,034	1,032
Tasa de descuento			12%	12%	12%	12%	12%
Numero de animales			6000	7000	8000	9000	10000
% pdn huevos dia/ animal			75%	75%	75%	75%	75%
Dias de producción			365	365	365	365	365

Costos fijos del proyecto

Tabla 22 Costos fijos del proyecto

En el primer año para ahorrar costos solo se contara con 1 operario y en ayuda conjunta con el administrador tendrán a cargo el cuidado de las aves y manejo del punto de venta de forma conjunta ya en el siguiente año por el crecimiento de aves y participación del puesto de venta en las ventas totales en el año 2 se contara con el otro operario y un encargado del punto de venta.

	Salario/mes	Meses	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Contador	$ 400.000	12	$ 4.800.000	$ 5.006.400	$ 5.166.605	$ 5.352.603	$ 5.534.591
administrador	$ 1.616.381	12	$ 19.396.572	$ 20.230.625	$ 20.878.005	$ 21.629.613	$ 22.365.020
Operario 1	$ 1.218.091	12	$ 14.617.092	$ 15.245.627	$ 15.733.487	$ 16.299.893	$ 16.854.089
encargada punto de venta	$ 1.218.091	12		$ 15.245.627	$ 16.100.058	$ 16.679.660	$ 17.246.768
encarga punto de venta 2					$ 16.100.058	$ 16.679.660	$ 17.246.768
Operario 2	$ 1.218.091	12	$ -	$ 15.245.627	$ 15.733.487	$ 16.299.893	$ 16.854.089
Papelería	$ 50.000	12	$ 600.000	$ 625.800	$ 645.826	$ 669.075	$ 691.824
Internet y Teléfono	$ 45.000	12	$ 540.000	$ 563.220	$ 581.243	$ 602.168	$ 622.641
Registro mercantil	$ 58.333	12	$ 700.000	$ 730.100	$ 753.463	$ 780.587	$ 807.127
Vitaminas	$ 50.000	12	$ 600.000	$ 625.800	$ 645.826	$ 669.075	$ 691.824
Mantenimiento motocarro	$ 87.500	12	$ 1.050.000	$ 1.095.150	$ 1.130.195	$ 1.170.882	$ 1.210.692
Arriendo	$ 600.000	12	$ 7.200.000	$ 7.509.600	$ 7.749.907	$ 8.028.904	$ 8.301.887
Aseo y desinfección	$ 20.000	12	$ 240.000	$ 250.320	$ 258.330	$ 267.630	$ 276.730
Depreciación jaulas *	$ 166.666	12	$ 1.999.992	$ 2.085.992	$ 2.152.743	$ 2.230.242	$ 2.306.070
Depreciación Motocarro *	$ 135.000	12	$ 1.620.000	$ 1.689.660	$ 1.743.729	$ 1.806.503	$ 1.867.924
Depreciación computador *	$ 112.500	12	$ 1.350.000	$ -	$ -	$ -	$ -
depreciacion de las Aves	$ 1.650.000	12	$ 19.800.000	$ 24.093.300	$ 28.416.326	$ 33.119.228	$ 38.050.314
Depreciación muebles	$ 173.775	12	$ 2.085.300	$ -	$ -	$ -	$ -
TOTAL COSTOS FIJOS			$ 76.598.956	$ 110.242.847	$ 133.789.287	$ 142.285.615	$ 150.928.358

Tabla 23 costos variables

	Precio	unidad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Concentrado gr	$ 1,3	23	$ 65.481.000	$ 79.679.464	$ 93.976.236	$ 109.529.303	$ 125.836.999
Combustible	$ 8.200	2	$ 5.986.000	$ 6.243.398	$ 6.443.187	$ 6.675.141	$ 6.902.096
Empaque / 24 unidades	$ 120	1	$ 6.570.048	$ 7.494.956	$ 8.250.422	$ 8.928.998	$ 9.158.009
Etiqueta/ 24 unidades	$ 110	1	$ 6.022.544	$ 6.870.355	$ 7.562.887	$ 8.184.934	$ 8.680.266
Agua	$ 80.000	12	$ 960.000	$ 1.001.280	$ 1.033.321	$ 1.070.521	$ 1.106.918
Energía	$ 60.000	12	$ 720.000	$ 750.960	$ 774.991	$ 802.890	$ 830.189
Dotación	$ 60.000	3	$ 180.000	$ 563.220	$ 774.991	$ 802.890	$ 830.189
TOTAL COSTOS VARIABLES			$ 85.919.592	$ 102.603.633	$ 118.816.034	$ 135.994.677	$ 153.344.665

La mayoría de costos variables como combustible agua energía dotación se les contabilizo un costo aproximado y los clasificamos en estos costos variables porque van relacionados estrechamente con la producción.

Tabla 24 flujo de caja

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
Ingresos	$ 246.294.134	$ 331.301.906	$ 413.089.760	$ 494.023.950	$ 586.232.455	$ 2.070.942.205
Egresos	$ 162.518.548	$ 212.846.480	$ 252.605.321	$ 278.280.293	$ 304.273.023	$ 1.210.523.664
Utilidad	$ 83.775.587	$ 118.455.426	$ 160.484.439	$ 215.743.657	$ 281.959.432	$ 860.418.542
Depreciaciones	$ 19.800.000	$ 24.093.300	$ 28.416.326	$ 33.119.228	$ 38.050.314	$ 143.479.168
costo variable pinchos	$ 38.763.000	$ 58.960.138	$ 83.447.126	$ 113.467.229	$ 148.984.273	$ 443.621.766
Flujo de caja	$ 25.212.587	$ 35.401.988	$ 48.620.987	$ 69.157.200	$ 94.924.845	$ 273.317.607

Entre el año 1 y 3 el flujo de caja prácticamente es el doble por el resultado de la participación progresiva del punto de venta en las ventas totales.

Tabla 25 Inversiones en propiedad planta y equipo

Variables de interes			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Inflación			1,043	1,032	1,036	1,034	1,032	
	Cantidad	Valor unitario						
Computador	1	$ 1.500.000	$ 1.500.000	$ -	$ 2.000.000	$ -	$ -	
Silla	1	$ 100.000	$ 100.000	$ -	$ -	$ -	$ -	
Escritorio	1	$ 300.000	$ 300.000	$ -	$ -	$ -	$ -	
Jaulas	40	$ 350.000	$ 14.000.000	$ 2.555.350	$ 2.637.121	$ 2.732.058	$ 2.824.948	
Aves de producción	6.000	$ 3.500	$ 21.000.000	$ 25.284.000	$ 29.936.256	$ 34.823.350	$ 39.930.774	
Motocarga	1	$ 9.000.000	$ 9.000.000					
Canastillas Platicas	12	$ 27.000	$ 324.000		$ 348.746			
Gastos de constitucion	1	$ 747.650	$ 747.650					
gastos permisos sanitarios	1	$ 6.000.000	$ 6.000.000					
cortinas	1	$ 200.000	$ 200.000		$ 215.275			
maquina peladora de huevos	3	$ 160.000	$ 480.000					
puesto de venta	1	$ 3.000.000	$ 3.000.000		$ 3.229.128			
maquina peladora de huevos industrial	1	1800 usd			$ -			
Tanque de agua	1	$ 130.000	$ 130.000	$ -	$ 500.000	$ -	$ -	
TOTAL		$ 21.518.150	$ 56.781.650	$ 27.839.350	$ 38.866.526	$ 37.555.407	$ 42.755.722	$ 203.798.656

Tabla 26 Periodo de retorno de la inversion

Flujo de caja total	$ 340.729.644
Invesión total	$ 203.798.656

Rentabilidad	67%

Tabla 27Rentabilidad

Flujo de caja total	$ 273.317.607
Invesión total	$ 203.798.656
Rentabilidad	34%

En un proyecto agropecuario lo normal que la rentabilidad fluctué entre un 15 y 25 % sin embargo este indicador nos muestra de forma más clara la diferenciación que posee este proyecto agropecuario frente a los otros con las innovaciones en transformación de producto y comercialización nos permite alcanzar estos márgenes.

Tabla 28 Tasa interna de retorno

Inversion	$ (203.798.256)
Flujo caja 1	$ 25.212.587
Flujo caja 2	$ 35.401.988
Flujo caja 3	$ 48.620.987
Flujo caja 4	$ 69.157.200
Flujo caja 5	$ 94.924.845
TIR	8,59%

Tasa descuento	20%	Flujo neto de efecto
Inversion	$ (56.781.650)	$ (56.781.650)
Flujo caja 1	$ 31.125.587	$ 25.937.989
Flujo caja 2	$ 44.348.001	$ 30.797.223
Flujo caja 3	$ 61.278.903	$ 35.462.328

Flujo caja 4	$ 86.444.110	$ 41.687.939
Flujo caja 5	$ 117.559.081	$ 47.244.358
TIR	79%	
VPN		$ 124.348.187

Tabla 29 Valor presente neto al 9 %

Tasa descuento	8%	Flujo neto de efecto	RELAC. CTO-BEN
Inversion	$ (203.798.256)	$ (203.798.256)	
Flujo caja 1	$ 25.212.587	$ 23.344.988	14%
Flujo caja 2	$ 35.401.988	$ 30.351.499	14%
Flujo caja 3	$ 48.620.987	$ 38.596.907	15%
Flujo caja 4	$ 69.157.200	$ 50.832.606	18%
Flujo caja 5	$ 94.924.845	$ 64.604.255	21%
TIR	9%		
VPN		$ 3.931.999	

El valor presente neto nos arroja positivo a una tasa de descuento del 8 % lo cual es atractivo para el inversionista es decir si es mayor a 0 el proyecto rinde a una tasa mayor que la exigida por los socios como costo minimo de capital y por ende el proyecto es aceptable.

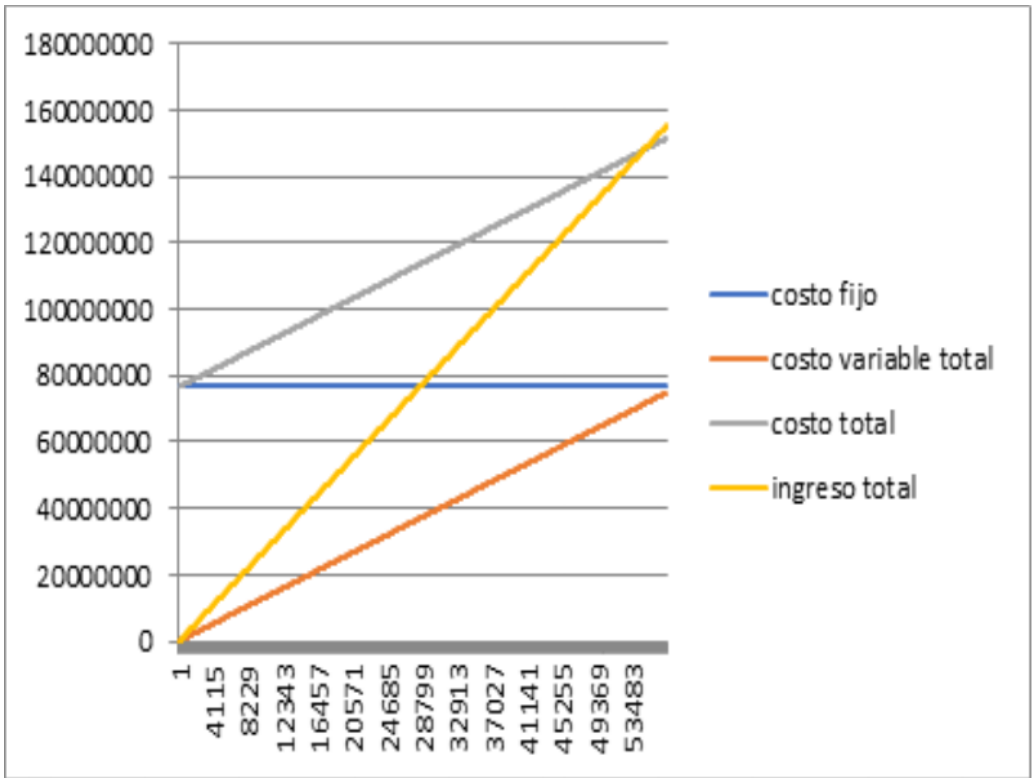
Tabla 30 Punto de equilibrio en cajas

costo fijo	76’598.955,6
precio de venta unitario	2698,523
costo variable unitario	1301,44643
x(punto de equilibrio)	54.828,0297
costo variable total	89’067.740

ingreso total	147,954.699
PUV*X=CF+CVU*X	

.

Tabla 31 grafica punto de equilibrio

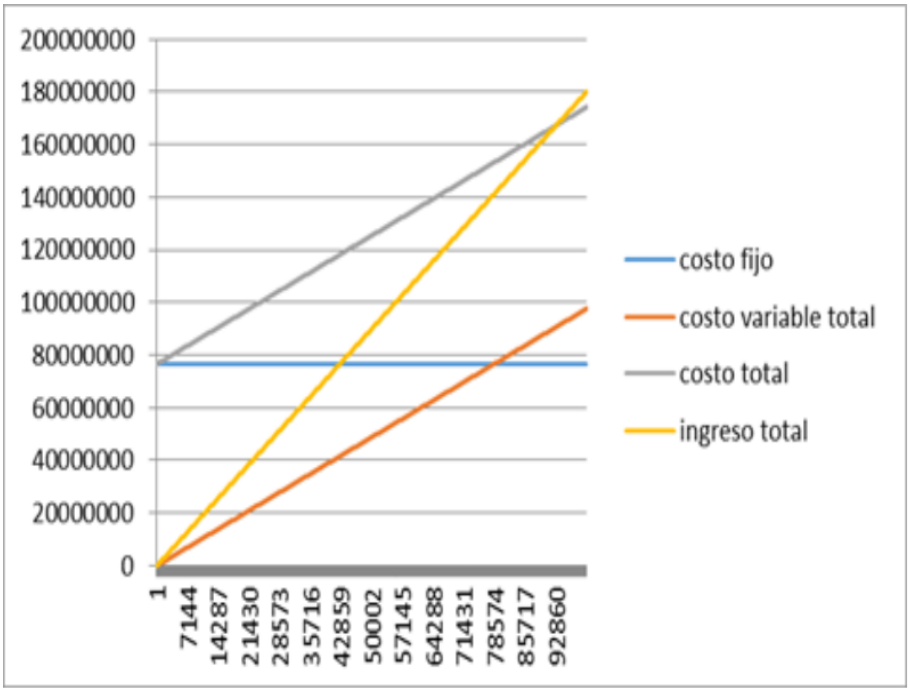


Nos muestra que el punto de equilibrio esta en 54828 cajas vendidas y en dinero es un total de 147,954.699 al año es decir un 80.11 % de la producción total para no perder ni ganar dinero en el año u margen bueno y alcanzable en cuanto la comercialización solo en cajas

Tabla 32 punto de equilibrio en chuzos

costo fijo	76598955,6
precio de venta unitario	1800
costo variable unitario	975,861187
x(punto de equilibrio)	92944,24
costo variable total	267142000
ingreso total	167299632
PUV*X=CF+CVU*X	

Tabla 33grafica punto de equilibrio



El punto de equilibrio esta en 82175 pinchos y en dinero en 167’299.632 al año un 33.9% de la producción total esperada en el año para llegar al equilibrio Esto nos demuestra que la rentabilidad en chuzo es más rentable que la venta en caja sin embargo por ser un producto innovador en el mercado no sabemos cómo se va

comportar y sostener en este, por lo que es arriesgado depender solo de la venta de chuzos para el desarrollo del proyecto

Los anteriores indicadores financieros nos demuestran la viabilidad financiera y la oportunidad de inversión para el proyecto agropecuario.

Conclusiones

En conclusión con todo lo desarrollado y planteado en el proyecto la realización de este tiene una gran viabilidad por diferentes aspectos:

*Es un producto para todo tipo de persona por su alto contenido nutricional

*Se identificó un gran nicho de mercado en la transformación del producto algo no muy común ni explorado en el medio

*Es innovador en el mercado

*Este proyecto es rentable y su inversión se recupera en el corto ,mediano plazo

*Es muy práctico de consumir para el cliente

* El consumo de huevo del país presenta crecimientos más elevados que otros alimentos

*El subsector de comidas rápidas está creciendo en el país a índices más elevados que otros sectores económicos un sector altamente dependiente de nuestro producto

*Por su diversificación en los productos algo no muy común en el sector agropecuario (Sierra Prieto, 2014)

Referencias

Arango Nieto, L. (23 de marzo de 2017). *Portafolio* .

Arboleda Montoya, L. M., & Zuleta Ruiz, C. M. (2013). *Cultura alimentaria en la zona urbana de la ciudad de Medellín, en cuanto a pautas, prácticas, creencias y significados.* medellin.

Bancolombia. (2016). *Bancolombia.* Obtenido de https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/empresas/capital-inteligente/investigaciones-economicas/publicaciones/tablas-macroeconomicos-proyectados

ciem colombia. (s.f.). *La cotornicultura mundial en cifras*. Obtenido de http://www.ciemcolombia.com.co/notas/nota_coturnicultura_en_cifras.html

Fenavi. (2017). Obtenido de http://www.fenavi.org/index.php?option=com_content&view=article&id=2160&Itemid=556

Gomez, Correa, S., & Villa, Hincapie, C. (2009). pollo express. caldas, colombia .

Horbarth, J. E. (junio de 2016). *Cepal(comision economica para america latina).* Obtenido de http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40259/S1600033_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y

INVIMA. (2017). Obtenido de https://www.invima.gov.co/index.php?option=com_content&view=category&id=96&layout=blog&Itemid=2139

Ministerio de Comercio, d. i. (2011). *Ministerio de Comercio, de industria y turismo.* (G. salmantica, Ed.) Obtenido de http://www.mincit.gov.co/emprendimiento/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=65236&name=4_-_Guia_Basica_Sociedad_por_Acciones_Simplificada_SAS.pdf&prefijo=file

Portafolio. (06 de marzo de 2017). *portafolio noticias de economia y negocios en colombia y en el mundo*. Recuperado el 15 de mayo de 2017, de http://www.portafolio.co/economia/el-sector-avicola-crecera-503863

Porter, M. (1984). estrategia competitiva. Ciudad de mexico: CECSA.

presidencia de la republica. (28 de noviembre de 2005). *invima.* Obtenido de https://www.invima.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=476:decreto-4444-noviembre-282005&catid=96:decretos-alimentos&Itemid=2139

Ramos, A. (2013). *universidad san buenaventura cali.*

Revista Dinero. (3 de marzo de 2015). Recuperado el 15 de mayo de 2017, de http://www.dinero.com/edicion-impresa/caratula/articulo/negocio-comidas-colombia/207247

Sierra Prieto, c. (2014). empremdimiento, conceptos y plan de negocios. mexico: pearson.

SOY DEL CAMPO. (2017). Obtenido de http://www.soydelcampo.com/vademecum_veterinario/productos.php?id=3031&prod=PROMOCALIER-L

Toledo Sanchez, G. (s.f.). *La Cotornicultura mundial en cifras*. Recuperado el 14 de mayo de 2017, de http://www.ciemcolombia.com.co/notas/nota_coturnicultura_en_cifras.html