

Plan de negocios para la creación de la empresa “Felicía Eggs”

**Trabajo de grado para optar al título de Administrador de Empresas
Agropecuarias**

Luisa Fernanda Vélez Patiño

**Asesora
Paula Andrea Gómez Mejía**

**Unilasallista Corporación
Facultad de Ciencias Agropecuarias
Administración de Empresas Agropecuarias
Caldas-Antioquia**

2021

Contenido

Análisis del sector	11
Productos competidores del huevo	13
Exportaciones	17
Mercados objetivos	19
Análisis del mercado	21
Tendencias futuras	21
Características del mercado	21
Segmento de mercado	22
Justificación del mercado	22
Tamaño y crecimiento	23
Cifras de potencialidad	24
Demanda y oferta	25
Análisis del consumidor	26
Perfil del consumidor	26
Estructura demográfica del sur del valle de aburra	26
Estructuras socioeconómicas de la población	26
Estructuras socioculturales	27
Análisis de la encuesta	28
Análisis de la competencia	36

AVINAL S.A.	36
KIKES S.A	39
Productos sustitutos del huevo	43
Fortalezas y debilidades de la competencia	43
Barrera de entrada a la competencia	44
Desventaja del producto con la competencia	44
Mercado medianamente competido	45
Plataforma estratégica	46
Función Empresarial	46
Objetivos	47
Objetivo general del proyecto	47
Objetivos específicos del proyecto	47
Objetivo general de la empresa	47
Objetivo específicos de la empresa	47
Análisis MECA	48
Misión:	50
Visión:	50
Estrategia de mercadeo	51
Concepto de producto	51
Presentación del producto	51

Mezcla de Marketing	53
Estrategia de producto	53
Estrategia de distribución	53
Estrategia de precio	53
Estrategia de promoción	54
Estrategia de comunicación	54
Estrategia de servicios	55
Estrategia de comunicación externa	56
Logotipo e imagen corporativa	56
Análisis técnico-operativo	58
Estado de desarrollo	58
Innovación	59
Descripción del proceso	59
Flujo grama	60
Necesidades y requerimientos	62
Materias primas e insumos	62
Tecnología requerida	63
Localización y tamaño	63
Definición de las necesidades y características del personal requerido	65
Análisis de costos de producción:	66

Identificación de proveedores:.....	69
Análisis administrativo y organizacional.....	70
Grupo emprendedor.....	70
Organigrama.....	71
Perfiles de cargos y funciones.....	71
Manual de funciones Administrador.....	71
Manual de funciones Operario.....	72
Manual de funciones contador.....	73
Gastos de administración y nomina.....	74
Constitución de la empresa.....	74
Impacto del proyecto.....	77
Económico y social.....	77
Medio Ambiental.....	78
Registros, licencias y leyes regulatorias.....	78
Autorización sanitaria y de inocuidad.....	80
Análisis financiero.....	81
Ingresos.....	81
Egresos.....	81
Capital de trabajo y total de la inversion.....	83
Estado de resultados.....	83

Balance general	84
Punto de equilibrio	86
Flujo de caja, TIR y VPN	86
Conclusiones	88

Lista de tablas

Tabla 1. Análisis DAFO.....	48
Tabla 2. Precio de los productos.....	54
Tabla 3. Ficha técnica del huevo.	58
Tabla 4. Manual de funciones administrador.	71
Tabla 5. Manual de funciones del operario de la granja.....	72
Tabla 6. Manual de funciones contador.....	73

Lista de ilustraciones

Ilustración 1. resultado de la pregunta #1 de la encuesta.....	28
Ilustración 2. Resultado de la pregunta #2 de la encuesta.....	29
Ilustración 3. Resultado de la pregunta #3 de la encuesta.....	30
Ilustración 4. Resultado de la pregunta #4 de la encuesta.....	30
Ilustración 5. Resultado de la pregunta # 6 de la encuesta.....	31
Ilustración 6. Resultado de la pregunta #7 de la encuesta.....	32
Ilustración 7. Resultado de la pregunta #8 de la encuesta.....	33
Ilustración 8. Resultado de la pregunta #9 de la encuesta.....	33
Ilustración 9. Resultado de la pregunta #10 de la encuesta.....	34
Ilustración 10. Resultado de la pregunta #11 de la encuesta.....	34
Ilustración 11. Corporativa de AVINAL S.A	36
Ilustración 12. Presentación de los principales productos y respectivos precios.	37
Ilustración 13. Presentacion de la pagina web de la empresa.	38
Ilustración 14. Presentación de la red social Facebook.	38
Ilustración 15. Corporativa KIKES S.A.	39
Ilustración 16. Presentación de los principales productos y respectivos precios.	39
Ilustración 17. Presentación de la página web de la empresa.	40
Ilustración 18. Presentación de la red social Facebook.	40
Ilustración 19. página de Instagram Happy Huevos.	42
Ilustración 20. Empaque del producto en canasta.....	52

Ilustración 21. Empaque del producto en docena.....	52
Ilustración 22.logo de la empresa.....	56
Ilustración 23. Infraestructura galpón.....	59
Ilustración 25. Flujo de procesos.	60
Ilustración 26. Planos externos galpón.....	61
Ilustración 27. Planos internos galpón.	62
Ilustración 28. Macro localización San Pedro De Los Milagros.....	63
Ilustración 29. Micro localización de la empresa, vereda Tambo Pantanillo kilómetro 8.	64
Ilustración 30. Organigrama.....	71
Ilustración 31. Trámites para crear una S.A.S	76

Resumen Ejecutivo

En el presente trabajo se muestra el desarrollo de un proyecto para la creación de una empresa productora y comercializadora de huevos de gallina feliz, ubicado en el municipio de San Pedro de los Milagros Antioquia a 40 minutos de Medellín. Analizando la capacidad que tiene la empresa para cubrir el mercado teniendo como valor agregado frescura, calidad y domicilio del producto.

El nombre del proyecto es Felicia Eggs, el cual consiste en llegar a un producto final (el huevo) con unas características especiales donde las gallinas reciben un manejo adecuado, lo cual incluye un alojamiento libre de corrientes de aire, seco y acogedor. En las horas de luz solar salen a pastoreo lo que les permite no estar estresadas, dando como resultado un huevo con una yema más naranjada rica en beta caroteno, omega 3 y otros nutrientes, además reciben como suplemento natural Bore, zanahoria, quiebrabarrigo y lechuga, que se produce en la finca.

Además este genera una rentabilidad del 86% y empleos directos de 2 personas, ayudando a la disminución de la tasa de desempleo y al aumento de la productividad del municipio.

Análisis del sector

El huevo ha formado parte de la alimentación básica de los colombianos siendo prioridad en la canasta familiar, superando estudios años atrás que afirmaban subir el colesterol y debates en el gobierno para gravarlo con IVA.

Este mercado se caracteriza por los distintos manejos que tiene la gallina ponedora, siendo el concepto de gallina feliz la que más ha acaparado la atención de los clientes quienes en esta época se preocupan de la procedencia de lo que consumen.

Una de las tendencias futuras es reducir consumo de luz eléctrica donde la luz Fotovoltaica entra a ser de gran ayuda reduciendo costos en esta.

Huevos Oro es la primera marca colombiana en ser acreditada en bienestar animal por FACTA WELFARE ASSURANCE, CERTIFICATION & TRAINING, una organización norteamericana, creada hace 40 años y reconocida en el ámbito mundial por el diseño de herramientas de formación y verificación, pioneras de bienestar animal, para la producción libres de jaula, una tendencia creciente. La empresa Nutriavícola ha posicionado a Huevos Oro entre las tres marcas del sector de postura colombiana, con una participación en el mercado de más de 50 millones de huevos vendidos al mes y en promedio tiene una capacidad para alojar más de 3 millones de aves. A su dinamismo y constante expansión se une ahora la certificación de Bienestar que imprime a sus procesos FACTA (Gutiérrez, 2018).

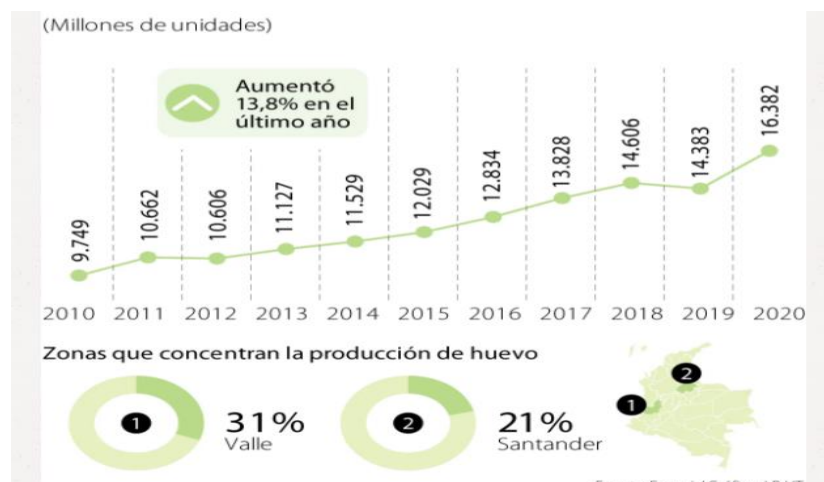
A esto le sumamos que en México durante el XXV congreso Latinoamericano de avicultura en Guadalajara, fue el lanzamiento de Exceleggs, que funciona como un programa nutricional de alta tecnología para aves de postura, el objetivo es que las aves alcancen una producción de 500 huevos en un ciclo de 100 semanas. Reconocidas compañías a nivel mundial han proyectado un consumo únicamente de huevos libres de jaula en un futuro inmediato ; entre ellas encontramos a Wal-Mart, Costco, Target destacados retailers; compañías manufactureras como Bimbo, Nestlé, Unilever, PepsiCo, Mondelez, KrafHieiz, Cargill; Catering y restaurantes de comida rápida del nivel de McDonald's, Subway, Starbucks, Dunkin Donuts, Burger King, Taco Bell, Sodexo, Compas Grup, Imc y grandes compañías hoteleras, AccorHotels e Intercontinental Hotels, Marriot, Hilton, Hyatt , Royal Caribbean y Carnival Cruise Lines entre otras (Gutiérrez, 2018).

En 2019 la producción de huevos en Colombia superó las 14,2 millones de toneladas. Lo anterior da cuenta de que los colombianos cada vez consumen más esta proteína, la cual resulta esencial en sus comidas. Según FENAVI, el consumo promedio de cada colombiano fue de 303 huevos per cápita en 2018 y hubo una leve baja, estimada en 1,6% en 2019, pero el país está en el puesto 11 de mayor consumo a nivel mundial. El mayor consumidor es el Reino de los Países Bajos, con 600 huevos per cápita y al nivel de América Latina aparecen México, con 400 huevos, Guatemala, con 323 y en el puesto 11 Colombia (Treid, 2020).

Productos competidores del huevo

Innovación en el sector agropecuario del huevo de plato: En medio de este panorama, una de las tendencias que toma fuerza en la producción nacional es la relacionada con ovoproductos, es decir, toda la industria entorno al huevo sin cáscara, que además tiene valor agregado y altos estándares de calidad. Se estima que el 30 por ciento de la producción mundial se dirige a los ovoproductos, o sea que 24 millones de unidades de huevos terminan transformados en productos como huevo líquido pasteurizado, yema líquida pasteurizada, clara industrial, huevos cocidos, o en tortilla, o fritos, listos para comer, entre otros. Con todo, este nuevo horizonte de valor agregado en la industria avícola conecta las nacientes tendencias saludables de consumo con una oferta diferencial que tiene mejor propuesta de valor (Lozano, 2016).

Gráfico 1. Producción de huevo y zonas que concentran la producción de huevo.



Fuente: FENAVI

El crecimiento en el consumo de huevo en el país se debió principalmente a unos encasetamientos (es el número de pollitas y pollitos de un día que entran a ser parte de la población de aves destinadas a la postura o al engorde respectivamente) muy altos realizados entre finales de 2019 y todo 2020, fueron incrementos muy importantes. En 2019, por ejemplo, tuvimos aumentos en Colombia de 15% en encasetamientos y el año pasado se está calculando más o menos un alza de 5%. Además, gran parte del incremento en el consumo se debe a la situación tan compleja que ha venido teniendo el país producto del COVID.

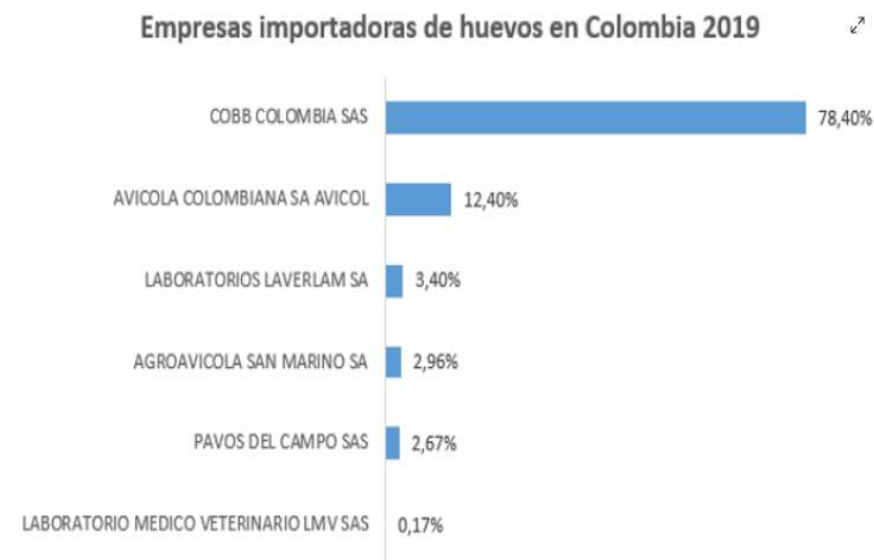
Así mismo, Montoya resaltó que según el DANE: Casi 15 millones de personas redujeron su número de alimentación diaria y cuando esto sucede normalmente la gente se refugia en una proteína más barata y esta es definitivamente el huevo, por eso creemos que ha habido un crecimiento importante en su consumo per cápita. Por otro lado, en cuanto a los

crecimientos que se esperan en el consumo de huevo en Colombia, el presidente de FENAVI señaló que esperan mantenerse en 325 huevos por persona o llegar a la cifra de 327 (Agronet, 2021).

La producción de huevo llegó justamente en el 2018 a su mayor registro histórico, con 14.606 millones de unidades, para un consumo per cápita de 293 unidades (tomado como referencia una población de 49,8 millones), con una producción equivalente día de 40,5 millones de unidades (Avinews, 2019).

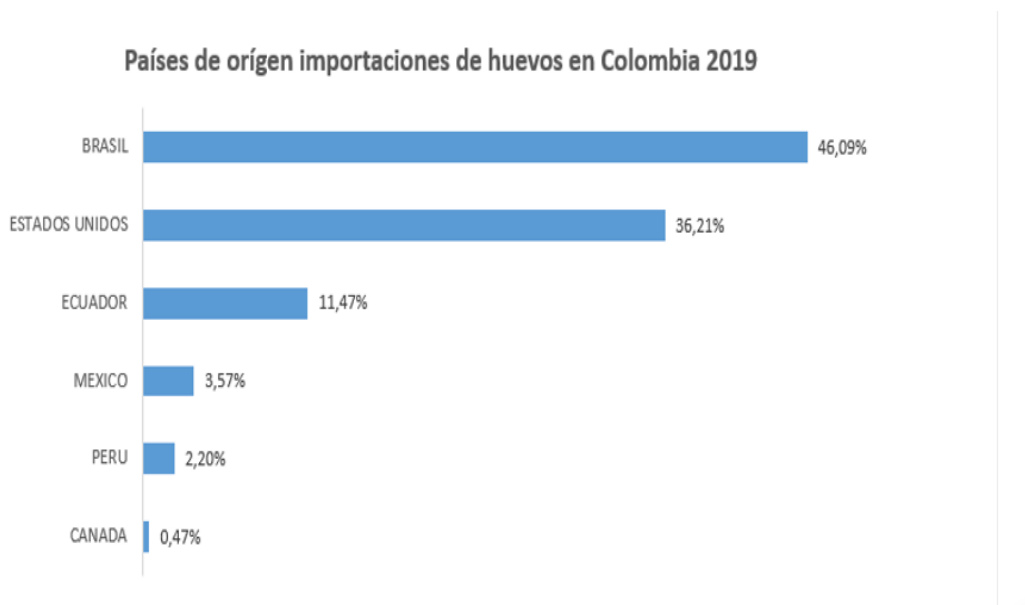
Importaciones

Durante el 2019, Colombia importó un total de 3.764.073 huevos, por un valor de \$2.500.997 dólares (FOB), los cuales fueron importados por 6 empresas distribuidos así: Cobb Colombia SAS con \$1.960.855 dólares (FOB), Avícola Colombiana SA Avicol con \$310.180 dólares (FOB), Laboratorios Laverlam SA con \$84.967 dólares (FOB), Agroavícola San Marino SA con \$73.917 dólares (FOB) Pavos Del Campo SAS con \$66.770 dólares (FOB) y Laboratorio Médico Veterinario LMV SAS con \$4.307 dólares (FOB) (T Reid, 2020).

Gráfico 2. Presentación estadísticas de empresas importadoras de huevos.

Fuente: Treid.

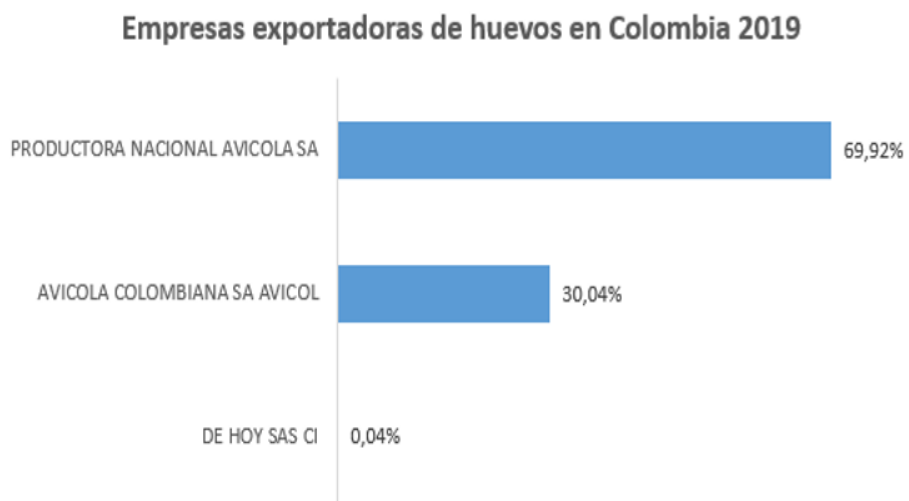
Los países de origen de las importaciones fueron: Brasil con \$ 1.152.603 dólares (FOB), Estados Unidos con \$905.551 dólares (FOB), Ecuador con \$286.798 dólares (FOB), México con \$89.274 dólares (FOB), Perú con \$54.970 dólares (FOB) y Canadá con \$11.800 dólares (FOB) (Treid, 2020).

Gráfico 3. Presentaciones estadísticas de países importadores de huevos.

Fuente: Treid

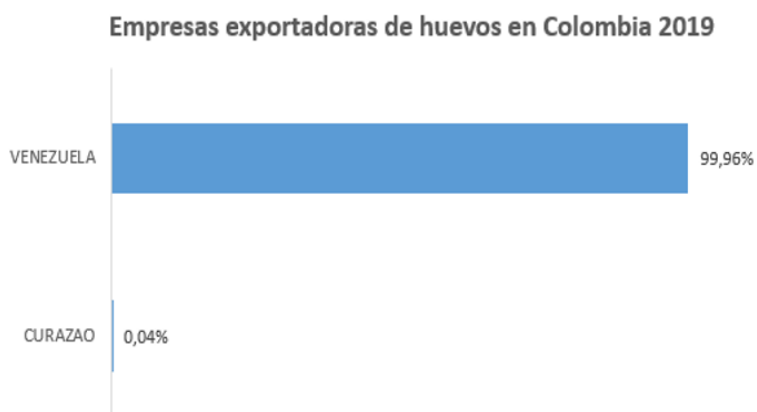
Exportaciones

Durante el 2019, Colombia exportó un total de 2.821.533 huevos, por un valor de \$ 1.171.392 dólares (FOB), los cuales fueron exportados por 3 empresas distribuidos así: Productora Nacional Avícola SA con \$819.037 dólares (FOB), Avícola Colombiana SA Avicol con \$351.873 dólares (FOB) y De Hoy SAS CI con \$482 dólares (FOB) (Treid, 2020).

Gráfico 4. Presentación estadística de empresas exportadoras de huevos.

Fuente: Treid

“Los países de destino de las exportaciones fueron: Venezuela con \$ 1.170.910 dólares (FOB) y Curazao con \$482 dólares (FOB)” (Treid, 2020).

Gráfico 5. Presentación estadística de países a los que se exportó huevos.

Fuente: Treid

Mercados objetivos

Colombia tiene como mercado objetivo México, Estados Unidos y Japón; siendo Japón gran consumidor de huevo ya que no solo lo consumen en la mañana sino en cualquier hora del día y en diferentes presentaciones, lo que facilita el mercado.

En México se tiene previsto exportar un contingente de un millón de huevos diarios a este país, la idea es enviar a varias ciudades mexicanas huevo del valle de Santander y de otras regiones del país dependiendo lo que suceda con el precio del producto; dada la dinámica del mercado se podría aumentar el nivel de exportación.

Estados Unidos por su parte con la firma el 22 de noviembre de 2006 del tratado de libre comercio ingreso el primer contingente de partes de pollo estadounidense, los empresarios nacionales hicieron la primera exportación de huevo.

Las empresas más importantes de huevo en Antioquia son: Avícola nacional S.A, Avícola Oriente, Avícola Veneciana, Granja Avícola Maipore, Avícola Kakaraka y súper huevo; estas empresas se posesionan como las más importantes de Antioquia por sus huevos frescos y nutritivos, producidos con los más altos estándares de calidad para ofrecer a los consumidores bienestar. Con más de 50 años en el mercado lo cual les permite tener una clientela muy amplia.

Según la Federación Nacional de Avicultores: En los últimos 2 años, en Colombia se han producido hasta 14 mil millones de huevos por año. En promedio cada ciudadano consume hasta 279 huevos en 12 meses.

Estas cifras durante el aislamiento obligatorio actual han aumentado, y las ventas y la demanda de este producto se disparó en el país, afectando

también, el costo individual y por canasta. Mientras antes se conseguía en 250 o 300 pesos, hoy en día se cobra hasta 500 pesos por unidad (Avicultura.com, 2020).

Análisis del mercado

Tendencias futuras

Otra tendencia futura es la de gallinas en pastoreo donde el animal tiene una vida productiva tranquila y tiene la oportunidad de interactuar con el exterior; la gallina al estar en estas condiciones libera hormonas que permiten una mejor calidad del huevo, mejorando el color y consistencia de la yema, lo cual es muy atractivo para las personas que miran la procedencia de lo que consumen.

Características del mercado

Gráfico 6. Consumo per cápita de huevo.



Fuente: FENAVI.

Precisamente, el año pasado los colombianos tuvieron un consumo per cápita de 325 huevos, lo que representó un crecimiento de 34% frente al consumo de hace 10 años (214 unidades). Además, el crecimiento del año pasado fue de 11,6% puesto que en 2020 se consumieron 291 huevos por persona, es decir, 34 más que la cifra de 291 de 2019 (Gonzalez, 2021).

Segmento de mercado

Mi nicho de mercado es principalmente los restaurantes gourmet (el gusto por comer bien, esta palabra se le adjudica a aquellas personas que tienen un paladar que quiere nuevas experiencias de sabor en alimentos y bebidas) mi producto contiene dos veces más ácidos omega 3 que los huevos convencionales, además cuentan con un tercio del colesterol y una cuarta parte de la grasa saturada de los huevos tradicionales, contienen dos tercios más de vitamina A, siete veces más de beta caroteno y tres veces más de vitamina E, incluyendo un mejor sabor y son una excelente fuente de proteína; por lo que mi producto se vuelve esencial para los restaurantes gourmet y personas o familia de mi entorno ubicadas en el sur del valle de aburra, que cuentan con integrantes que oscilan entre la primera infancia, adolescentes, adultos y la tercera edad que son potenciales consumidores de mi producto.

Justificación del mercado

El consumo de huevo en las familias se ha ido incrementado, lo que me permite ofrecer mi producto directamente al consumidor con la ventaja de recibirlo en su domicilio fresco y de excelente calidad; ya que al ser suplementadas las gallinas y recibir la luz directa del sol le da a la yema un color anaranjado y muy buena consistencia que hace que sea de mejor sabor.

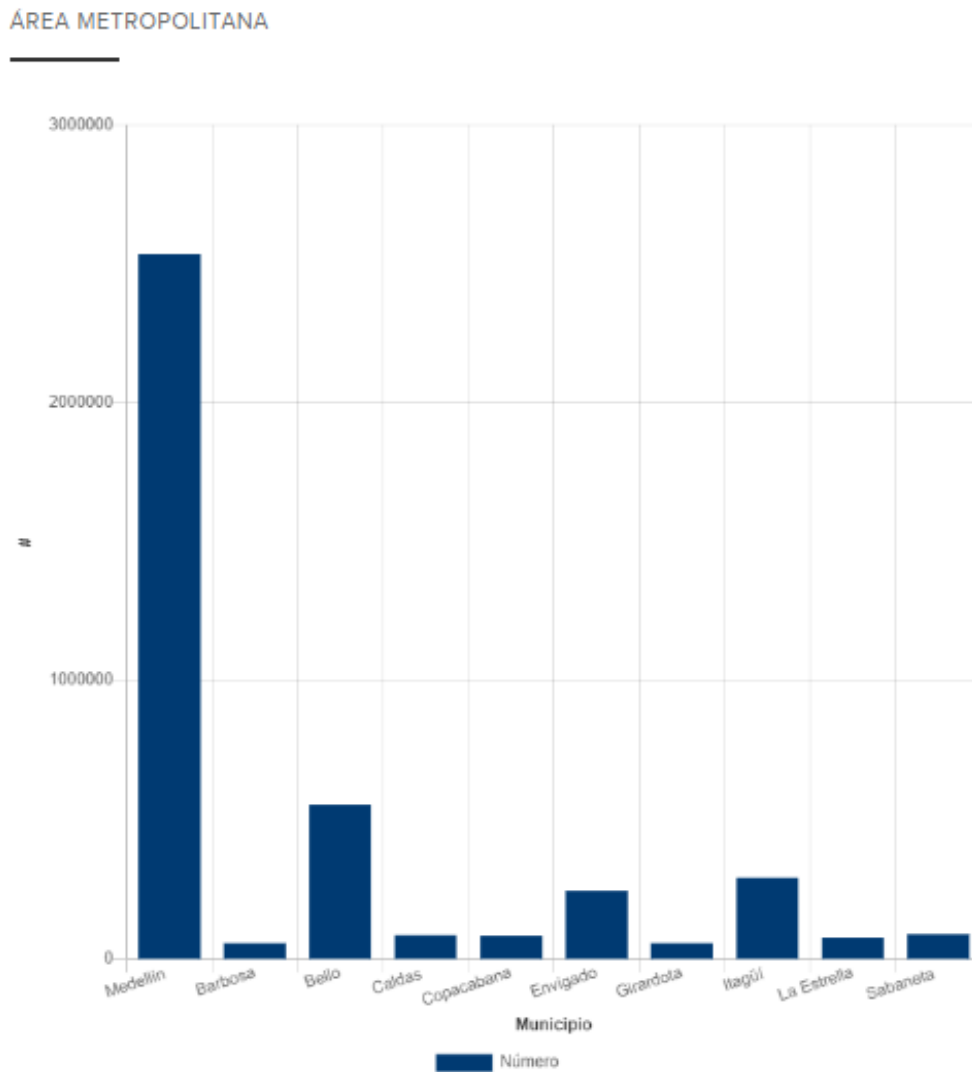
Los restaurantes gourmet (son aquellos de alta cocina, donde los alimentos son de gran calidad y donde cada ingrediente se escoge cuidadosamente), se permite pagar un costo más alto por una canasta de huevos de gallina feliz debido a que el tipo de cliente de estos lugares buscan frescura, calidad, sabor y procedencia de lo que consumen.

Tamaño y crecimiento

En el sur del valle de aburra se cuenta con 16 restaurantes gourmet, los cuales están abriendo mercado porque el consumidor paisa busca alimentos bueno, rico, mucho y barato, con el evento Medellín gourmet se busca que con precios asequibles a todo público se tenga una experiencia con una cocina más exquisita y el paisa cambie su mentalidad (Camara de comercio aburra sur , 2019).

Cifras de potencialidad

Gráfico 7. Población por municipio area metropolitana.



Fuente: Medellín como vamos

En el sur del valle de aburra contamos con 779.112 personas en las cuales un hogar promedio consume 31 huevos al mes y el consumo por persona está entre 14 y 18 unidades aproximadamente, los estratos socioeconómicos más bajos, son los que más demandas el producto, teniendo una frecuencia de compra de 22 días. Antioquia es uno de los departamentos que cuenta con la tasa más baja de consumo de huevo.

Demanda y oferta

Mi oferta si excede la demanda, porque en mi proyecto cuento con 500 gallinas, las cuales ponen alrededor de 480 huevos diarios, produciendo 110 canastas semanales, lo que me permite cubrir una parte de mi nicho de mercado, viendo la necesidad de ampliar la producción, es decir, construir un galpón con una infraestructura más grande.

Análisis del consumidor

Perfil del consumidor

Estructura demográfica del sur del valle de aburra

“En el sur del valle de aburra se cuenta con una población de 660.728 habitantes, de los cuales el 52.5% son mujeres y el 47.5% son hombres de todas las edades” (DANE informacion para todos, 2018).

Estructuras socioeconómicas de la población

“En esta zona del sur del valle de aburra se concentran estratos 2 y 3 y un 12% en el estrato 4” (Valencia, 2021).

El departamento de Antioquia contaba a principios del año 2020 con alrededor de 211.000 empresas registradas en las cinco Cámaras de Comercio del departamento. En el Valle de Aburra estaban registradas el 70% de dichas empresas, algo así como 150.000 empresas, y en el Aburrá Sur se tenían inscritas 29.356 unidades productivas; representando el 20% del total de empresas del Valle de Aburrá”. Estos datos ofrecen una idea sobre el tamaño del tejido empresarial formal del departamento, del Área Metropolitana y particularmente del Aburrá Sur. El empleo total del departamento de Antioquia se explica en un 87% por el Área Metropolitana, y de allí el 24% del empleo se genera en Aburrá Sur (Lopez, 2021).

Gráfico 8. Composición empresarial en el Valle de Aburra antes del covid-19.



Fuente: Cámaras de comercio de Antioquia.

Estructuras socioculturales

Los procesos educativos de los municipios del sur del valle del aburra, principalmente envigado, Itagüí y sabaneta son positivos, siendo Antioquia el sexto mejor departamento en calidad primaria, secundaria y media. Itagüí apunta el 64% del presupuesto del municipio a mejorar la educación, principalmente en la cobertura educativa, la alimentación escolar, la infraestructura educativa, fortalecer el bilingüismo y las becas para estudiantes que pasan a universidades públicas (Gallego, 2017).

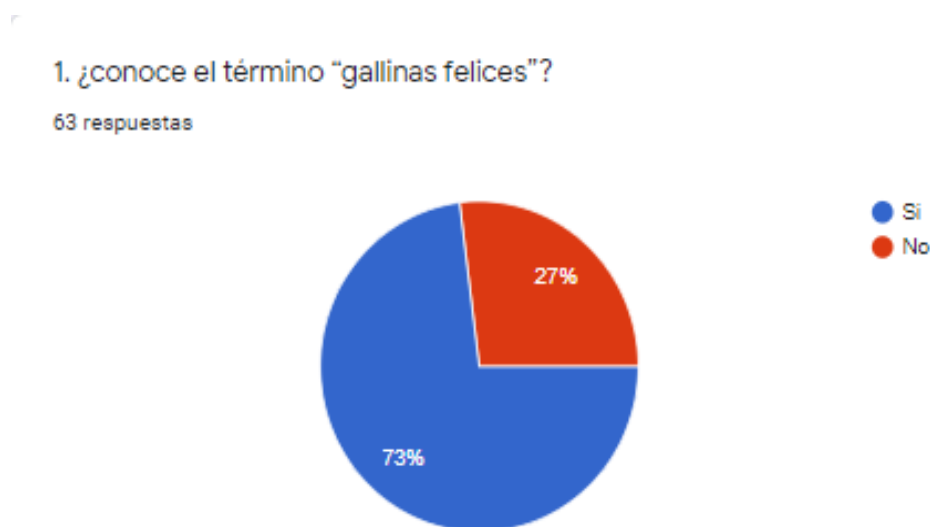
Basada en la investigación anterior puedo decir que el perfil del consumidor abarca personas desde la primera infancia hasta la tercera edad, las cuales buscan un alto valor nutricional, aporte de proteínas, lípidos cardiosaludables y micronutrientes que está en la yema del huevo, que juega un papel fundamental en el normal desarrollo de sistema nervioso y la actividad cerebral; Frescura tamaño y precio del huevo.

El huevo tiene un papel esencial y un valor gastronómico en la cocina, gracias a sus múltiples formas de preparación que se adapta a todas las edades, preparaciones culinarias y gustos, por lo que es generalmente aceptado por las distintas religiones y culturas gastronómicas que incluye todos los estratos sociales.

Análisis de la encuesta

Esta encuesta se les realizó a 63 personas para poder conocer cuáles son sus preferencias en este producto (huevo) y estos fueron los resultados:

Ilustración 1. resultado de la pregunta #1 de la encuesta.



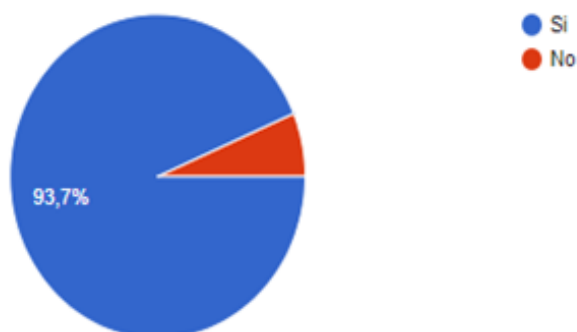
De la pregunta ¿conoce el término de "gallinas felices"? podemos observar que un 73% de los encuestados respondieron que Sí conocen el término de gallinas felices, mientras que un 27% de los encuestados respondieron que No conocen este término. Indicándonos que son más las personas que saben acerca de esta tendencia, que ha

venido cogiendo auge en los últimos años; lo cual sería un beneficio para nosotros ya que podrían adquirir más fácil el producto.

Ilustración 2.Resultado de la pregunta #2 de la encuesta.

2. ¿para usted es importante que el producto que consume (huevo), incluya bienestar animal?

63 respuestas

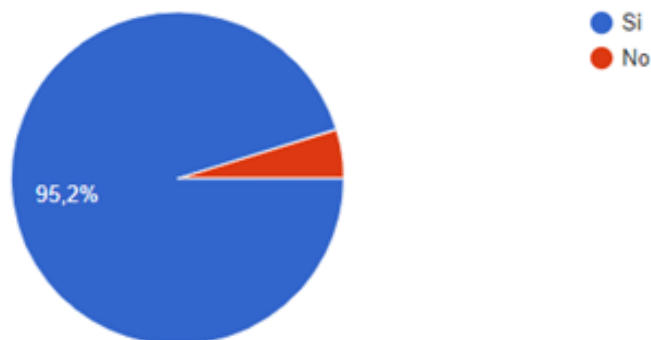


Una vez realizada la pregunta anterior y con el fin de verificar la información aportada por los encuestados se realizó la pregunta ¿para usted es importante que el producto que consume (huevo), incluya bienestar animal? De la cual logramos verificar que un 93.7% respondieron que Si y un 6,3% que No, lo que indica que mi producto tendrá mayor aceptación en mi nicho de mercado.

Ilustración 3. Resultado de la pregunta #3 de la encuesta.

3. ¿le gusta consumir huevo?

63 respuestas

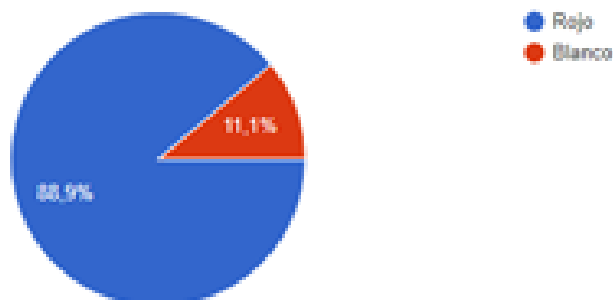


En esta gráfica que pertenece a la pregunta ¿le gusta consumir huevo? Podemos observar que el 95,2% de los encuestados dijeron que, Si y el 4,2% restante respondieron que No, lo que significa que esto nos beneficia positivamente porque vamos a tener una gran demanda de nuestro producto.

Ilustración 4. Resultado de la pregunta #4 de la encuesta.

4. ¿de qué color prefiere consumir el huevo?

63 respuestas



Este gráfico nos muestra el porcentaje de preferencia de los encuestados por el color del huevo; un 88,9% respondieron que prefieren el huevo de color rojo y un 11,1% de color blanco, lo cual nos beneficiara, ya que la raza (Lohman Brown) que vamos a comprar nos da huevos de este color.

Ilustración 5. Resultado de la pregunta # 6 de la encuesta.

ó. ¿Cuántas veces al día consume esta proteína?

63 respuestas

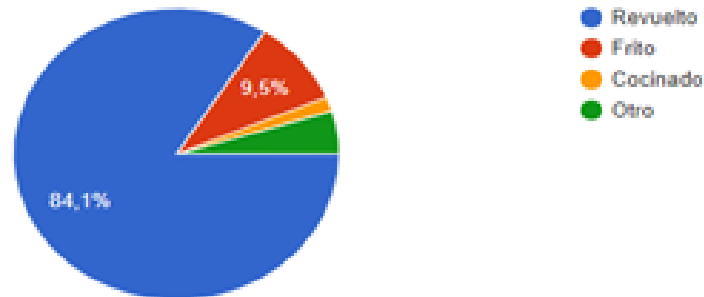


En la imagen 5 se le pregunto a los encuestados ¿Cuántas veces al día consumen esta proteína? Los resultados fueron los siguientes un 34,9% expresaron una vez al día, 23,8% dos veces al día, 7,9% tres veces al día, 6,3% dos veces a la semana, 7,9% cuatro veces a la semana y un 19% todos los días; por lo cual no nos veremos afectados debido a la producción que se saca semanal, ya que se les puede vender más constante a aquellos clientes que consumen huevo todos los días y varias veces al día.

Ilustración 6. Resultado de la pregunta #7 de la encuesta.

7. ¿Cuál es su preparación favorita con este producto?

63 respuestas



Si en la pregunta anterior su respuesta fue otra, ¿Cuál sería su respuesta?

Omelette, frito, revuelto, cocinado, tortas...

-

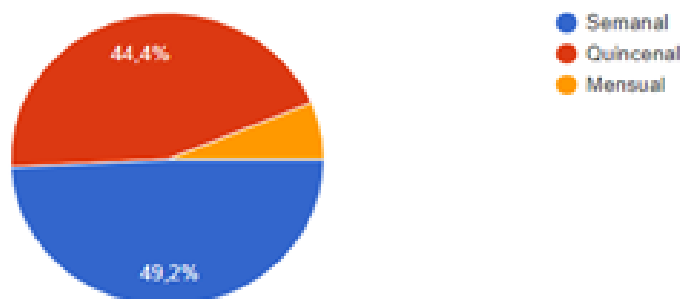
cocinado

En esta imagen podemos analizar que un 84.1% de los encuestados su preparación favorita para consumir el huevo es revuelto, solo el 1,6% lo prefieren cocinado y el 4,8% preparan el huevo ya sea en tortas, omelette, y huevo con hogado, lo cual es una ventaja para nosotros ya que ofrecemos el huevo crudo y cada quien lo preparara a su gusto.

Ilustración 7. Resultado de la pregunta #8 de la encuesta.

8. ¿con que frecuencia es su compra de huevos?

63 respuestas

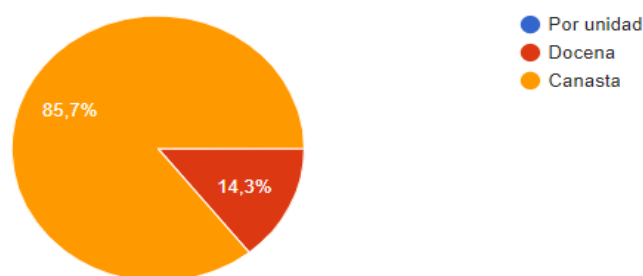


En esta grafica podemos analizar que el 44.4% de los encuestados compran huevos quincenalmente, un 49,2% semanal y solo un 6.3% mensual, lo cual no nos veremos afectados, ya que semanalmente hacemos despacho de los pedidos, lo que indica que por semana se tienen clientes diferentes para la compra de los huevos y así poderlos suplir y satisfacerlos con nuestro producto.

Ilustración 8. Resultado de la pregunta #9 de la encuesta.

9. Al comprar huevos prefiere:

63 respuestas



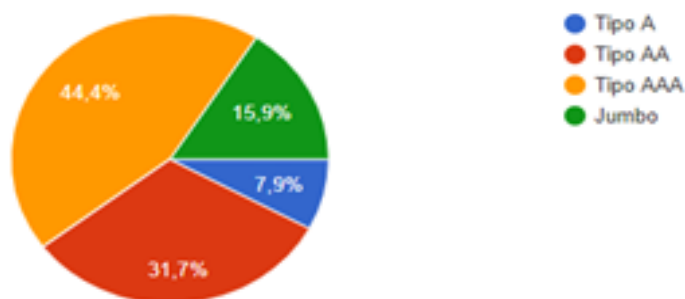
Podemos observar en esta grafica que el 85,7% de los encuestados prefieran comprar los huevos por canastas y solo un 14,3% por docena, lo cual a ambas preferencias los podemos satisfacer ya que contamos con ambos empaques y no nos veríamos

afectados porque siempre se va a obtener ganancia ya sea si se vende por canasta o por docena.

Ilustración 9. Resultado de la pregunta #10 de la encuesta.

10. ¿Qué tipo de huevo es su preferido?

63 respuestas

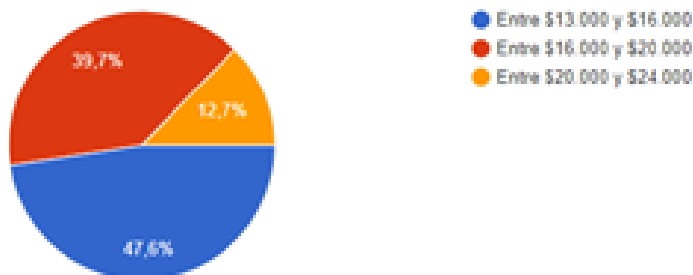


En este gráfico podemos observar los porcentajes del tipo de huevo que prefieren a la hora de consumirlo; un 31,7% indicaron que les gusta tipo AA, el 44,4% les gusta tipo AAA, un 15,9% prefieren el huevo jumbo y solo el 7,9% tipo A; es decir que la mayoría de los clientes van a preferir comprar huevos grandes.

Ilustración 10. Resultado de la pregunta #11 de la encuesta.

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una canasta de huevos de gallinas felices?

63 respuestas



Por último, se les pregunta a los encuestados ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una canasta de huevos de gallinas felices?, podemos observar que un 47,6%

expreso que entre \$13.000 y \$16.000, lo cual indica que estos clientes estarían interesados en un huevo tipo A, un 39,7% indico que entre \$16.000 y \$20.000, es decir, estos clientes prefieren huevos tipo AA y AAA, y un 12,7% expreso que entre \$20.000 y \$24.000.

Análisis de la competencia

En los diferentes municipios del valle de aburra hay dos principales empresas encargadas de la distribución y venta de canasta de huevos, estas empresas son: AVINAL S.A, y KIKES S.A.

AVINAL S.A.

Ilustración 11. Corporativa de AVINAL S.A



Fuente: AVINAL

Sus productos más importantes son:

Ilustración 12. Presentación de los principales productos y respectivos precios.



HUEVO AA ROJO X 24 AVINAL AHORRO

Cod. 51815

\$11.808



HUEVO AAA BLANCO X 12 AVINAL

Cod. 50210

\$6.948



HUEVO EXTRA ROJO

Cod. 51112

\$18.000



HUEVO AA BLANCO

Cod. 50105

\$14.010



HUEVO AA ROJO

Cod. 51105

\$14.010



HUEVO AAA ROJO X 60 AVINAL

Cod. 51597

~~\$32.000~~ \$29.000

Fuente: AVINAL S.A

Ilustración 13. Presentación de la pagina web de la empresa.



Fuente: AVINAL S.A

Ilustración 14. Presentación de la red social Facebook.



Fuente: Facebook AVINAL.

KIKES S.A

Ilustración 15. Corporativa KIKES S.A.



Fuente: huevos Kikes.

Sus productos más importantes son:

Ilustración 16. Presentación de los principales productos y respectivos precios.

				
\$ 17.450 Unidad a \$ 581,67 HUEVO A ROJO 30UND PET KIKES 30 Unidad	\$ 10.900 Unidad a \$ 726,67 HUEVO ROJO AAA 15UND PET KIKES 15 Unidad	\$ 18.400 Unidad a \$ 613,33 HUEVO AA ROJO 30UND PET KIKES 30 Unidad	\$ 8250 Unidad a \$ 687,5 Huevo AA rojo kikes pet x 12 unds	\$ 7450 Unidad a \$ 620,83 Huevo A rojo kikes pet x 12 unds

Fuente: cadena de almacenes Éxito.

Ilustración 17. Presentación de la página web de la empresa.



Fuente: Huevos Kikes.

Ilustración 18. Presentación de la red social Facebook.

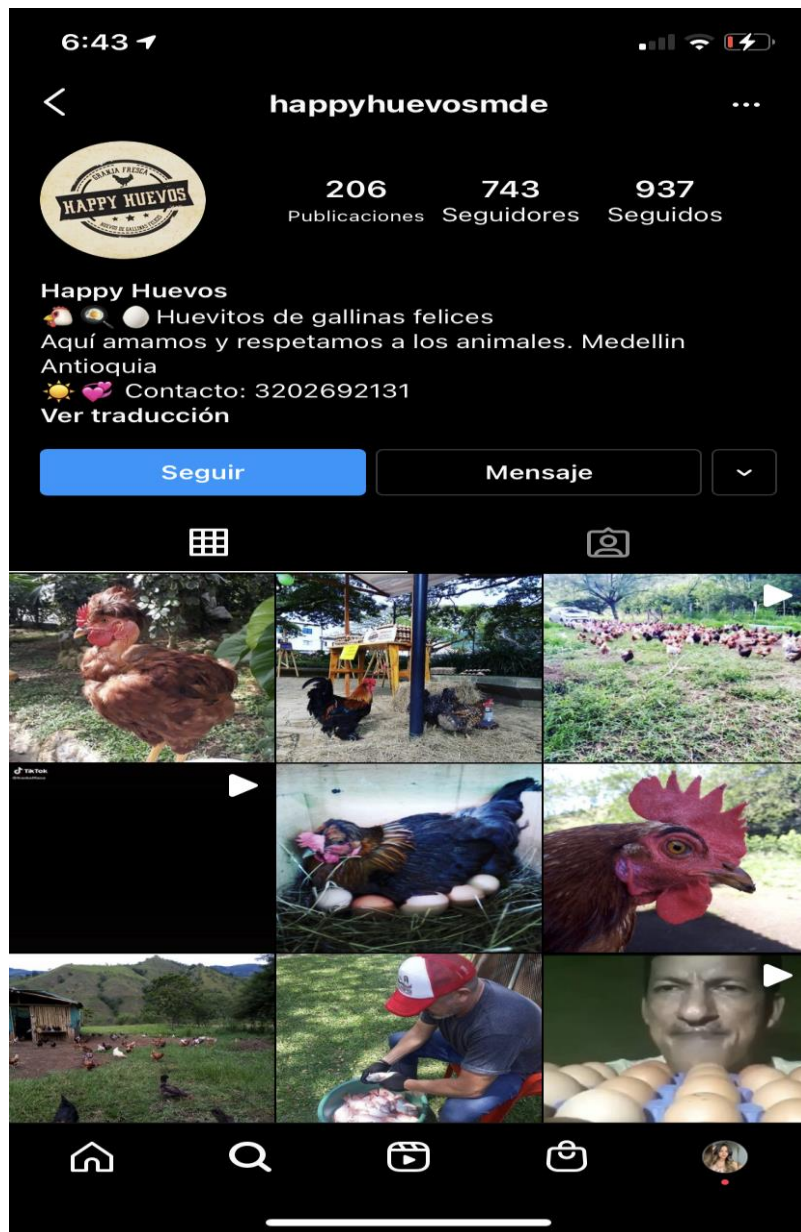


Fuente: Facebook huevos KIKES.

Estas empresas entran a formar parte de la competencia ya que los huevos con mi concepto de gallina feliz, apenas se está abriendo un espacio en el mercado; debido a la tendencia que existe en este momento por todo lo natural y en equilibrio con el medio ambiente. Por otro lado al comparar los precios encontramos que los huevos de gallinas felices son más altos que los de gallina tradicional; el precio de mi canasta de huevos tipo A es de \$16.000, la canasta tipo AA es de \$17.000 y una canasta de huevos tipo AAA es de \$19.000. Estas gallinas son suplementada con zanahoria, lentejas, lechuga quiebrabarrigo entre otros, además reciben luz solar y salen a pastoreo todos los días, lo cual nos da como resultado un mejor producto rico en beta caroteno, minerales y nutrientes.

Mi competencia directa en estos momentos seria HAPPY HUEVOS, Se encuentran ubicados en el municipio de Hispania Antioquia y le distribuye a todo el valle de aburra; el precio de su canasta de huevos son diferentes a los de mi producto, el precio de la canasta de huevo tipo A es de \$18.500, la canasta tipo AA es de \$19.500 y una canasta de huevos tipo AAA es de \$20.500. Además cuentan con publicidad en redes sociales como Instagram y Facebook, donde tienen fotos y pueden promocionar su producto, lo que hacen que ya tengan un nicho de mercado más amplio.

Ilustración 19.página de Instagram Happy Huevos.



Fuente: Instagram de Happy Huevos.

La Agronomía para este producto (Huevo) es FENAVI (Federación Nacional de Avicultores de Colombia).

La federación como entidad representativa del sector Avícola colombiano, ejerce la representación gremial de los avicultores con el propósito de propender por el desarrollo de la industria avícola, proteger y defender los intereses de los avicultores, solicitar la atención necesaria y requerir la protección del estado que la producción Avícola necesite y administrar los recursos del Fondo Nacional Avícola, entre otras (FENAVI, 2020).

Productos sustitutos del huevo

Existen varios productos con los cuales podemos reemplazar el huevo en diferentes preparaciones:

- En repostería podemos reemplazar el huevo por el plátano triturado, puré de manzana y yogur.
- Los sustitutos del huevo para veganos es el agua de garbanzo, semilla de chía y lino.
- Para las personas alérgicas al huevo este es reemplazado por harina de garbanzo, soja o tofu.

Fortalezas y debilidades de la competencia

Las fortalezas de mi competencia (HAPPY HUEVOS) es que lleva tres años en el mercado, cuenta con clientes fijos, cuenta con dos redes sociales como Instagram y Facebook para el posicionamiento de la marca. Y una de las debilidades es que en sus

redes sociales no cuenta con muchos seguidores, lo que impide que su producto lo conozcan más personas.

Barrera de entrada a la competencia

- Situarme en un mercado específico donde el huevo de empresa industrializada no tiene cabida; porque mis clientes son personas que se preocupan por la procedencia del huevo y el bienestar de las gallinas que lo producen, siendo esta la diferencia con las empresas industrializadas donde el manejo de las gallinas es diferente, también en la calidad del huevo y el color.
- La diferencia con las empresas industrializadas me hace sostenible en el tiempo, porque la tendencia es el bienestar animal.
- Identifico mis activos intangibles, cadena de suministros, canales de distribución y bases de datos.
- Descubrir que engancha al cliente para fidelizarlo.
- Prestar atención a las quejas y reclamos para mejorar cada día.
- Eficiencia en los procesos para ahorrar costos sin perder calidad.

Desventaja del producto con la competencia

Una de las desventajas de mi producto con la competencia, es que apenas estoy buscando posicionamiento en el mercado y en el proceso de crear redes sociales para dar a conocer mi producto y el proceso de este.

Otra desventaja frente a mi competencia es que mi producto será distribuido principalmente a personas y restaurantes gourmet del sur del valle de aburra, mientras que Happy Huevos le distribuye a todo el valle de aburra.

Mercado medianamente competido

Como es una tendencia de los últimos años, son muy pocos los que apuntan a una producción artesanal y respetuosa con los animales, lo que nos diferencia de las grandes industrias; por lo tanto, es un mercado medianamente competido.

Plataforma estratégica

Función Empresarial

Mi empresa Felicia Eggs se encarga de producir huevos de gallinas felices y comercializar el huevo, los cuales son de gallinas suplementadas con zanahoria, lentejas, lechuga, quiebrabarrigo, Bore y concentrado, además están en pastoreo 4 horas al día donde reciben la luz directa del sol y cuentan con una piscina de arena lo cual les permite liberar el estrés del galpón dando como resultado un huevo de muy buen sabor, con la yema consistente, mas naranjada y rico en beta caroteno, minerales y vitaminas.

La tendencia mundial nos muestra que la población busca consumir alimentos que tengan bienestar animal, y a su vez sean suplementados con vegetales frescos. Los huevos de gallina feliz están abriendo nuevo mercado todos los días, al ser un producto esencial de la canasta familiar donde los consumidores todos los días buscan un producto fresco y de excelente calidad. Nuestros clientes son personas de la primera infancia hasta la tercera edad y también hacen parte de nuestro segmento de mercado los restaurantes gourmet del sur del valle de aburra, de estratos socioeconómicos 3,4 y 5 que están dispuestos a pagar por mi producto que les brinda calidad y buen sabor.

Objetivos

Objetivo general del proyecto

Evaluar la viabilidad de producción, comercialización y financiera de huevos de gallina feliz en el sur del valle de aburra.

Objetivos específicos del proyecto

- Identificar los clientes potenciales.
- Desarrollar una producción que garantice buena calidad del producto.
- Identificar las condiciones técnicas y legales necesarias para llevar a cabo el proyecto.
- Determinar la rentabilidad económica del proyecto.

Objetivo general de la empresa

Ofrecer huevos de excelente calidad a los diferentes públicos objetivos, el cual abarca personas de los estratos 3, 4 y 5 y restaurantes gourmet del sur del valle de aburra.

Objetivo específicos de la empresa

- Identificar cuáles son las principales necesidades de mi público objetivo en cuanto a la canasta familiar, para suplirlas a través de mi producto y crear una relación de fidelización.
- Conocer mis debilidades frente a la competencia con el objetivo de fortalecerlas y ofrecer un producto de calidad con buen servicio de comercialización.
- Crear estrategias de marketing que puedan impulsar mi negocio en el mundo digital y usarlo como canal de ventas para generar mayor alcance.

- Definir procesos de calidad para lograr un excelente porcentaje de producción, garantizando el bienestar de las gallinas.

Análisis MECA

Tabla 1. Análisis DAFO.

<p>DEBILIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las aves pueden contraer una enfermedad que les puede ocasionar la muerte o disminución en el rendimiento de la producción. • Cartera de productos limitada. 	<p>AMENAZAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El huevo tradicional lleva más tiempo en el mercado. • El huevo de gallinas felices tiene un precio mayor al de gallina industrializada.
<p>FORTALEZAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presupuesto y mano de obra para realizar el proyecto. • Exclusividad y calidad en el producto. • Se cuenta con el espacio para desarrollar el proyecto. 	<p>OPORTUNIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento del mercado del huevo de gallina feliz. • Marketing digital. • Ventas directas.

Análisis MECA:

1. Debilidad: Las aves pueden contraer una enfermedad que les puede ocasionar la muerte o disminución en el rendimiento de la producción.

Corregir: para corregir esta debilidad, se crearan protocolos de sanidad y asepsia en el galpón y en la bodega de almacenamiento del concentrado, además se tendrá total control que ningún roedor o pájaro ingrese a la instalación; y ser muy puntuales con las vacunas.

2. Amenaza: el huevo industrializado lleva más tiempo en el mercado.

Afrontar: para afrontar esta amenaza, dar a conocer los beneficios alimenticios del huevo de gallina feliz.

3. Fortaleza: exclusividad y calidad en el producto.

Mantener: en el tiempo se mantendrá una buena calidad del producto siguiendo todos los protocolos de producción y teniendo como exclusividad el bienestar animal.

4. Oportunidades: marketing digital.

Explotar: se creara un espacio en redes sociales, que nos permitirá explotar nuestro producto y darlo a conocer a más clientes potenciales.

Misión:

Felicia Eggs se compromete a producir y comercializar huevos de gallinas felices a personas y restaurantes gourmet del sur del valle de aburra. Además, de ofrecer un producto de excelente calidad con gran variedad de nutrientes que aportan múltiples beneficios a las personas que lo consumen. Lograr este propósito, garantizando el bienestar de las gallinas a través de procesos de calidad.

Visión:

Para el 2025 ser una empresa reconocida en los municipios cercanos a San Pedro de los Milagros por las buenas practicas avícolas que garantizan un huevo de excelente calidad, apostando principalmente por el bienestar animal, aplicando procesos que garanticen una vida digna para las gallinas, Fidelizando a los clientes por el excelente servicio brindado por parte de Felicia Eggs.

Estrategia de mercadeo

Concepto de producto

Felicia Eggs ofrecerá a los consumidores un huevo de gallina feliz, el cual en su producción maneja el bienestar animal, siendo este rico en ácidos omega 3 (Ácidos fundamentales para el funcionamiento del cerebro para prevenir enfermedades crónicas), cuenta solamente con un tercio del colesterol y una cuarta parte de la grasa saturada de los huevos tradicionales, contiene dos tercios más de vitamina A, siete veces más beta caroteno y tres veces más vitamina E.

Son una excelente fuente de proteínas, hierro, riboflabina (es una vitamina importante para el crecimiento, desarrollo y funcionamiento de las células del cuerpo), vitamina B12 y fosforo, es decir, que con mi producto puedo beneficiar a aquellas personas con deficiencia de hierro, algunas vitaminas y proteínas mencionadas anteriormente; mi producto tiene diferentes preparaciones ya sea frito, cocinado, en tortillas, omelette, revuelto, entre otras, queda a gusto de cada cliente la hora de consumo.

Al ser un producto primordial en la canasta familiar podemos asegurar que con nuestra excelente calidad fidelizaremos el consumidor, dándole garantía de un producto fresco y con servicio a domicilio.

Presentación del producto

En Felicia Eggs se comercializara el producto en canasta de 30 huevos siendo esta la que más demanda tiene y el color del huevo será rojo porque es el preferido por el público según la encuesta que realizamos, el tipo de huevo A, AA y AAA será el que el cliente necesite en el momento de la compra; en segundo lugar será el empaque de

doce huevos, ya que un buen porcentaje de mis compradores según la encuesta realizada prefieren esta presentación.

Ilustración 20. Empaque del producto en canasta.



Fuente: mundo huevo.

Ilustración 21. Empaque del producto en docena.



Fuente: El Español.

Mezcla de Marketing

Estrategia de producto

Los huevos de Felicia Eggs son un producto de excelente calidad donde se le entrega al consumidor un huevo con una yema más amarilla y consistente en tamaños que van desde tipo A, AA y AAA, totalmente limpios de plumas y estiércol en presentaciones por canasta de 30 huevos y docena que incluyen servicio a domicilio.

Nuestra empresa estará abriendo espacio en el mercado con una venta de 112 canastas semanales donde estaremos dando a conocer la calidad de nuestro producto, a la vez estaremos conociendo todos los comportamientos de las gallinas y evaluando la producción y costos.

Estrategia de distribución

Felicia Eggs comercializara su producto huevos de gallinas felices, inicialmente a personas y restaurantes gourmet del sur del valle de aburra, utilizando principalmente el servicio a domicilio, el cual lo prestaremos nosotros como empresa, garantizando frescura y total calidad en el producto; llegara directamente al cliente sin intermediarios.

El cliente podrá realizar sus pedidos por medio de Facebook, Instagram y WhatsApp, el precio del domicilio tendrá un valor de \$2.000 para clientes directos y para los restaurantes gourmet será totalmente gratis a partir de 10 canastas.

Estrategia de precio

La empresa fijara el precio de penetración al mercado, es decir, buscando un equilibrio con la competencia. Además, se buscará que el precio al público sea el mismo a través de cualquiera de los canales de venta.

Para definir los precios se tendrá en cuenta:

Factores externos: los competidores están muy posicionados especialmente aquellos competidores industrializados, aunque el producto que ofrecemos tiene un valor diferenciador y de alta calidad, lo que nos permite tener un precio único sin afectar al cliente.

Tabla 2. Precio de los productos

Presentación	Precio de venta
Canasta tipo A	16.000
Canasta tipo AA	17.000
Canasta tipo AAA	19.000

Estrategia de promoción

La empresa contará con un descuento de 5% solo para clientes directos que nos ayuden a atraer nuevos clientes, por lo tanto este descuento se les aplicará en su próxima compra.

Por otra parte, se manejará la estrategia de promoción para restaurantes gourmet incluyéndoles el domicilio gratis en compras superiores a 10 canastas.

Estrategia de comunicación

Debido a que la empresa apenas está empezando su actividad comercial y la expansión se hará paulatinamente, la estrategia y tácticas estarán orientadas a los referidos de los que están empezando a consumir nuestro producto huevos de gallinas

felices; además por medio de las redes sociales (Instagram y Facebook) se dará a conocer todo el proceso de producción del huevo y también su comercialización.

Estrategia de servicios

Por las características del producto no se necesitará una gran estructura para brindar un buen servicio post venta.

Cualquier inconveniente que presente algún consumidor con el producto podrá presentar la queja o reclamo directamente a la empresa por medio de WhatsApp o las redes sociales (Instagram o Facebook) y el cliente deberá hacer el pago del producto contra entrega, la entrega del producto se destinara para los días jueves de cada semana y se hará a domicilio, para poder garantizar la frescura de este.


Estrategia de comunicación externa

Logotipo e imagen corporativa

El nombre de nuestra empresa es Felicia Eggs, queremos mostrar desde nuestro nombre que el producto son huevos de gallinas felices, donde, Felicia deriva del latín adjetivo “Félix”, que significa feliz, aunque en la forma plural neutra Felicia literalmente significa “cosas felices”. Esto representa lo que se quiere comunicar de nuestro producto; y Eggs es la palabra huevos en inglés. Juntos Felicia Eggs es sonoro atrayente para quien elija nuestro producto.

Ilustración 22.logo de la empresa.



HUEVOS FELICIA EGGS	FICHA TECNICA DEL HUEVO	
NOMBRE DE LA MATERIA PRIMA Y/O INSUMO	HUEVO	
PROVEEDOR	Felicia Eggs	
DESCRIPCION FISICA DEL PRODUCTO	<p>Externamente los huevos frescos se reconocen por su cascara roja o blanca, sabor y olor agradable. Al romperlo y colocarlo en un recipiente la yema debe ser abultada, circular y consistente, la clara debe ser densa menos liquida pudiéndose separar fácilmente de su yema</p>	
INGREDIENTES	no registra	
CARACTERISTICAS FISICAS DE LA MATERIA PRIMA Y/O INSUMO	apariciencia	exterior ovalado, interior gelatinoso
	color	color transparente y yema amarilla
	olor	característico del huevo
	sabor	característico del huevo
	pH	7.6 y 8.5
	textura	gelatinoso
CARACTERISTICAS MICROBIOLÓGICAS DE LA MATERIA PRIMA Y/O INSUMO	<p>Proteínas: 13%, lípidos: 12%, glúcidos: 1%, agua: 75%, colesterol: 500mg, sales minerales: Calcio, Fosforo, Hierro, Vitaminas: A, D, E, B1, B2, valor calórico: 160cal/100g</p>	
	liquido	gelatinoso
	solido	
	gaseoso	
EMPAQUE Y PRESENTACION	Los empaque son comúnmente elaborados de cartón o plástico	

CANTIDAD	30 huevos por cubeta	
INSTRUCCIONES EN LA ETIQUETA	fecha de vencimiento, lote	
NUMERO DE REGISTRO SANITARIO	no aplica	
VIDA UTIL ESPERADA	28 días desde la puesta de la gallina	
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO	ambiente	21 a 25 °C
	refrigeración	
	congelación	
NORMATIVIDAD QUE RIGE LA MATERIA PRIMA Y/O INSUMO	artículo 47 del decreto 205 de 2003 decreto 3/2002	
RECOMENDACIONES DE ALMACENAMIENTO	conserva en un lugar fresco y seco	

Análisis técnico-operativo

Tabla 3. Ficha técnica del huevo.

Fuente: Elaboración propia basados en el SENA <https://pdfslide.net/documents/ficha-tecnica-del-huevo.html>

Estado de desarrollo

Nuestro proyecto empezó hace 4 meses con la construcción de un galpón para 500 gallinas, el cual ha sido una escuela; este tiene una medida de 56 metros cuadrados ya que en clima frío como es San Pedro De Los Milagros, la cantidad de aves por metro cuadrado son de 8 a 11 gallinas, con sus respectivos nidales, comederos y bebederos además ventanas, lo suficientemente grandes para la ventilación de este.

El galpón cuenta con potreros donde las gallinas salen a pastorear y a recibir el sol, además son suplementadas con zanahoria, bore, lentejas, quiebrabarrigo y lechuga.

La producción de las gallinas en este momento (semana 32) es de un 96% y estamos comercializando el huevo, lo que nos permite darnos a conocer e interactuar con los clientes, los cuales nos refieren y atraen más clientes para nuestro producto, el cual ha tenido muy buena aceptación.

Ilustración 23. Infraestructura galpón.



Innovación

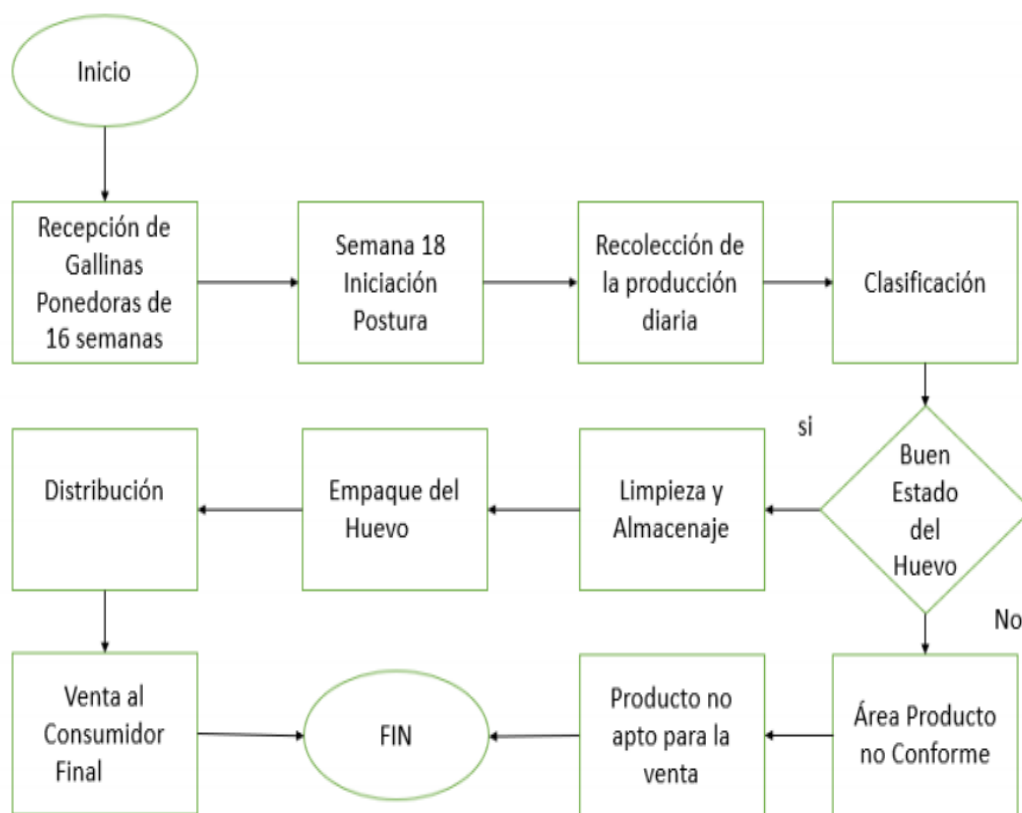
En el mundo actual donde la innovación hace parte de todas las empresas, la nuestra apuntara a innovar en el método de producción, donde las gallinas salen a pastoreo y reciben luz solar sacándolas así del confinamiento que manejan las granjas industrializadas, permitiendo el libre desarrollo del animal sin interferir en su naturaleza.

Descripción del proceso

En el siguiente flujo grama se representa las actividades generales del proceso de producción de huevos.

Flujo grama

Ilustración 24. Flujo de procesos.



Fuente: Universidad católica de Colombia.

Distribución de la plata de producción.

Ilustración 25. Planos externos galpón.

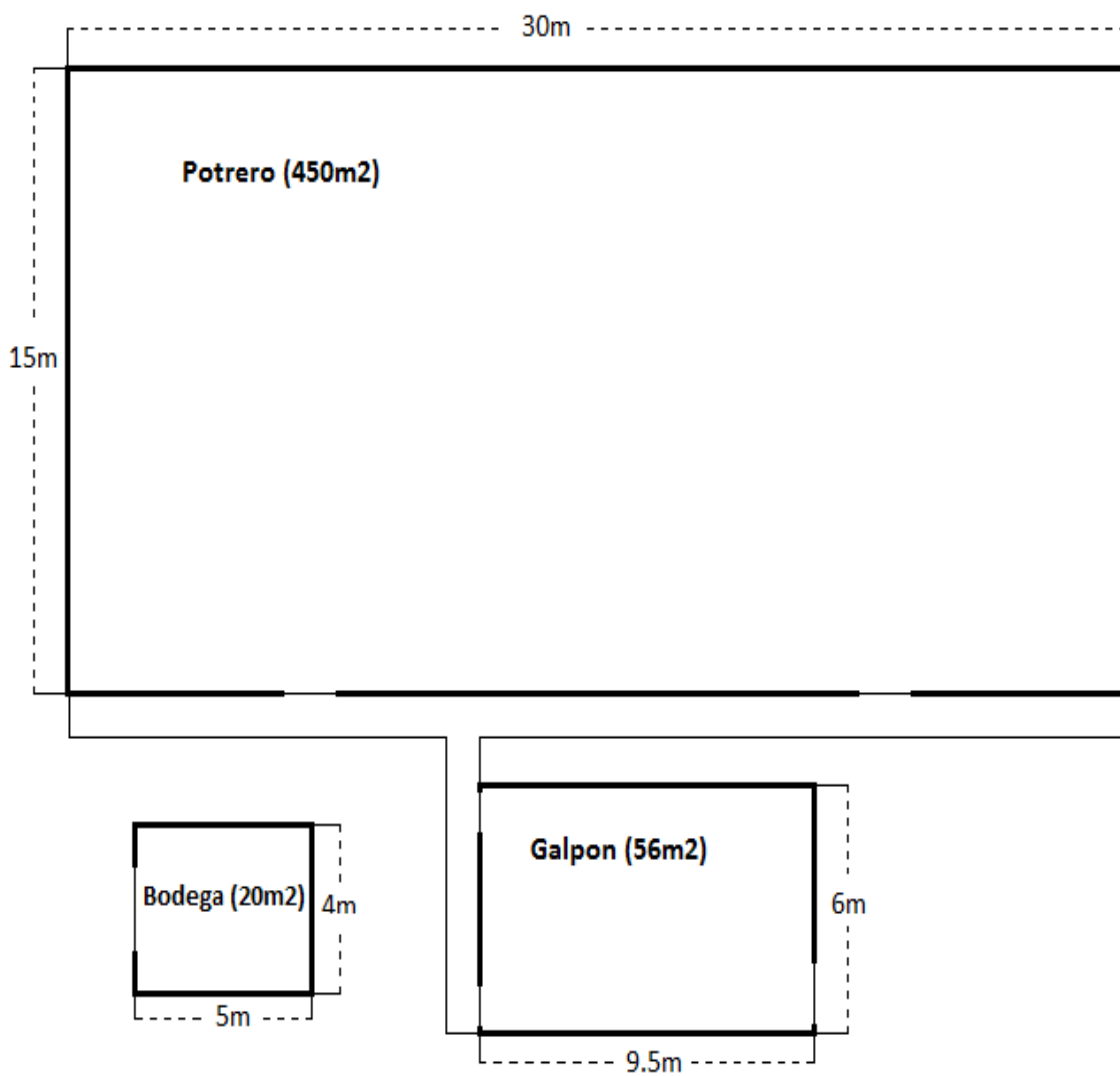
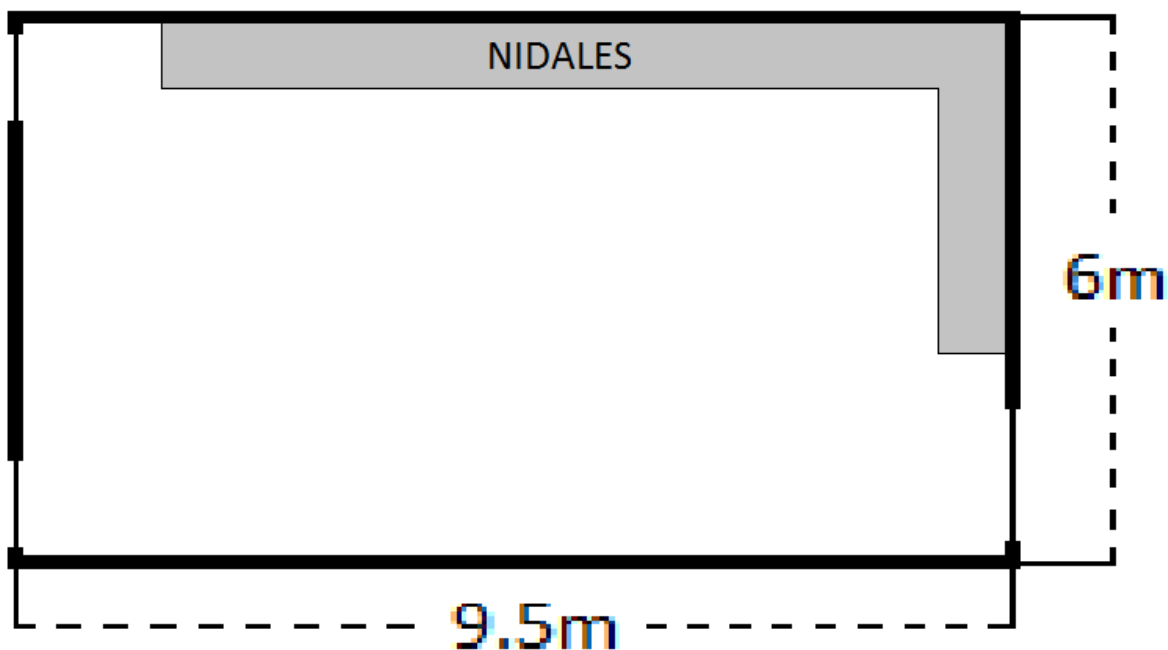


Ilustración 26. Planos internos galpón.



Necesidades y requerimientos

Materias primas e insumos

Las materias primas e insumos que se van a requerir para llevar a cabo el desarrollo pleno de la empresa son las siguientes: gallinas de la raza Lohman Brown, bebederos (manuales), comederos, concentrado (Itacol), suplementos (zanahoria, lentejas, lechuga, calcio en piedra, bore y quiebrabarrigo), cisco de arroz y canasta para empacar.

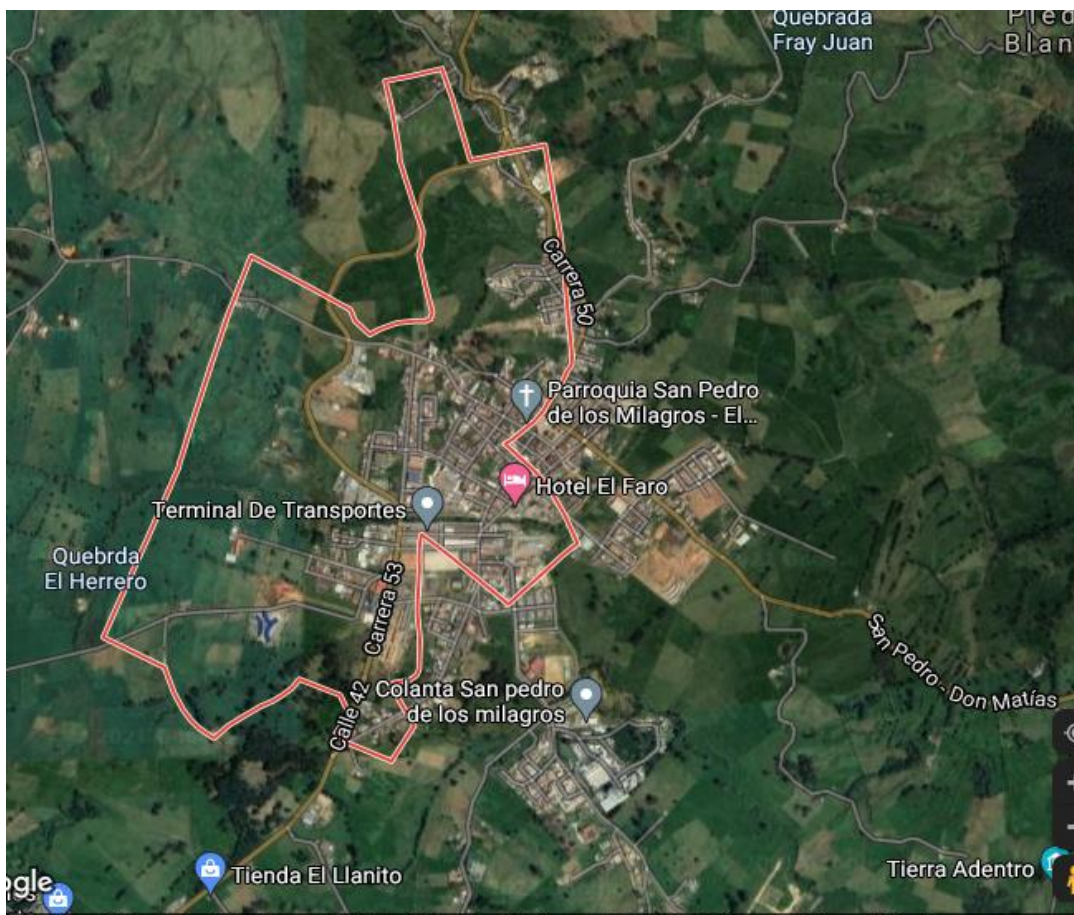
Tecnología requerida

La principal herramienta tecnológica con la cual nuestra empresa deberá contar desde su comienzo, es de una maquina picadora (tritadora de residuos orgánico TR200), para poder suplementar las gallinas, ya que al comprar las aves estas vienen despizadas y no podrán ingerir el alimento con facilidad cuando son alimentos de textura dura, y por ende se les debe hacer el proceso de picado del suplemento que se les va a suministrar.

Localización y tamaño

La empresa Avícola Felicia Eggs se encuentra localizada en el municipio de San Pedro De Los Peligro (Antioquia), en la vereda el Tambo Pantanillo kilómetro 8.

Ilustración 27. Macro localización San Pedro De Los Milagros.



Fuente: Google Maps.

Ilustración 28. Micro localización de la empresa, vereda Tambo Pantanillo kilómetro 8.



Fuente: Google Maps.

Definición de las necesidades y características del personal requerido

Para el manejo óptimo de la producción del huevo y debido a la cantidad de aves (500) se va a requerir de la ayuda de una persona que se encargara especialmente de lo siguiente:

Cargo operativo: manejo de las aves, clasificación, pesaje y empackado del huevo.

Esta persona se debe de encargar directamente de todo el manejo de las aves, como de su alimentación las dos veces al día (7:00 am y 3:00pm), de verificar que siempre tengan agua en sus respectivos bebederos; hacer la recolecta de huevos desde las 7 de la mañana hasta las 12 del día y llevarlos a la bodega de almacenaje, después de realizar la última recolecta deberá sacar las gallinas a pastoreo siempre y cuando el clima lo permita, debe recibirlas con suplemento natural (zanahoria, bore, lenteja, quiebrabarrigo, lechuga) se les varia el suplemento por días, la cantidad requerida (4 kilogramos), deberá

ingresar las aves a la 3p.m como se mencionaba anteriormente para su ultimo alimento del día y finalmente a las 4p.m se les debe suplementar calcio en piedra. Finalmente procederá a clasificar los huevos según su peso (A: 53-59.9gramos, AA: 60-66.9 gramos, AAA: 67-77.9 gramos y Jumbo: >78 gramos), después de pesados y clasificados deberá limpiarlos (esto se hace con la clara del huevo) y empacarlos.

Análisis de costos de producción:

Para calcular los costos de producción se analizará una cantidad de 500 aves que producen diariamente 480 huevos

Alimentación

En promedio un ave consume 100g de concentrado y 30g de suplemento (obtenidos directamente de la finca, es decir, la zanahoria, lechuga, quiebrabarrigo, bore y lentejas) diariamente.

$$500\text{aves} \times 100\text{g} = 50.000\text{g/día de concentrado}$$

$$\text{Precio bulto de } 40.000\text{g de concentrado Prepico } 100 \text{ dorado} = \$75.000$$

$$\$75.000/40.000\text{g} = \$1,87 \text{ valor gramo de concentrado}$$

$$50000\text{g} \times \$1,87 = \$ 93.500 \text{ gasto diario en alimentación}$$

$$\$93.500/480\text{huevos} = \$194,79 \text{ costo de alimentación para producir un huevo}$$

Calcio en piedra

En promedio un ave consume 2g de calcio en piedra diarios.

Precio bulto 20.000g de calcio en piedra= \$25.000

$\$25.000/20.000g = \$1,25$ valor gramo de calcio en piedra

$500aves \times \$1,25 = \625 gasto diario en calcio

$\$625/480$ huevos= \$1,30 costo de calcio para producir un huevo

Empaque

Para calcular este costo se tendrá en cuenta un porcentaje de postura del 96% de 500 aves, produciendo diariamente alrededor 480 huevos que es igual a 16 cubetas de 30 unidades para las que se necesitan 32 canastas.

Precio paca de canastas x 100 unidades= \$13.000

$\$13.000/100 = \130 valor unitario canasta

$\$130 \times 32 = \4.160 costo diario en canastas

$\$4.160/480$ huevos= \$8,66 costo de canastas para producir un huevo

Energía

Dentro del galpón se encontrarán ubicados 10 bombillas LED de 100W encendidas durante 10 horas diariamente.

Precio kw/h estrato1 vereda Tambo Pantanillo= \$0,31

Consumo energético de una bombilla= 0,1kw/h

$0,1kw/h \times 10 = 1kw/h$ consumo energético de 10 bombillas

$1kw/h \times 10 = 10kw/h$ consumo diario de 10 bombillas durante 10 horas

$\$0,31 \times 10\text{kw/h} = \$3,1$ costo diario energético del galpón

$\$3,1/480\text{huevo} = \$0,0064$ costo energético para producir un huevo

Agua

Precio Litro de agua potable estrato1 vereda Tambo Pantanillo= \$1

En promedio un ave consume 250ml de agua diariamente

$250\text{ml} = 0,25\text{L}$

$\$1 \times 0,25\text{L} \times 500\text{aves} = \125 gasto diario de agua en el galpón

$\$125/480\text{huevos} = 0,26$ costo de agua para producir un huevo

Personal

Para las actividades que se requieren para el manejo de la producción, solo es necesario una persona, que será contratada por un salario mínimo con prestaciones incluidas (\$1.517.667), para realizar las labores de alimentación de las aves, recolección, clasificación y empaques de huevos. Teniendo en cuenta que la producción diaria es de 480 huevos.

$480\text{ huevos} \times 30\text{ días} = 14.400$ huevos al mes

$\$1.517.667/14.400\text{ huevos} = \$105,39$ costo sueldo diario por ave

Para obtener el costo de producción de un huevo, se sumarán todos los gastos analizados anteriormente, de la siguiente manera:

Costos de producción= $\$194,79$ concentrado + $\$1,30$ calcio en piedra + $\$8,66$ empaque + $\$0,0064$ energía + $\$0,26$ agua + $105,39$ personal= $\$310,4$ /huevo.

Identificación de proveedores:

Nuestros principales proveedores para adquirir los insumos y materia prima son centro Andina, el cual me provee de gallinas ponedoras (500 gallinas) de la raza Lohman Brown de 16 semanas con un precio de \$18.500; la empresa cuenta con servicio a domicilio, con un precio de \$150.000, los cual nos garantiza el perfecto estado de las aves al ser transportadas; el pago se debe realizar antes de la entrega de las gallinas. El servicio de este proveedor lo estaré utilizando nuevamente en 80 semanas aproximadamente, que es cuando las gallinas terminan su ciclo productivo.

La distribuidora Superelite S.A.S me provee de aquellos equipos e insumos que se requieren para el galpón y las gallinas como son comederos (32 unidades) de 12kg con un valor de \$17.500, bebederos manuales (10 unidades) de 7lt con un precio de \$19.000, la Cal agrícola para pediluvios (desinfección para ingresar al galpón) de 20kg con un precio de \$25.000, el calcio en piedra de 25kg que cuesta \$20.000, la vacuna (Newcastle la sota) que viene por mil dosis, tiene un precio de \$25.000 y también allí adquiero el concentrado (pollonas Elite) que se le suministrara por dos semanas más, mientras terminan la etapa de levante, tiene un valor de \$68.000 que viene en una presentación de 40kg; por la distancia de la distribuidora siempre hare la compra directamente en el punto de venta y el pago de la compra debe ser inmediato. El servicio de este proveedor se estará utilizando, cada vez que sea necesario.

Distribuidora Surtivel S.A.S me provee del concentrado (Prepico 100 dorado) que le suministrare a las gallinas desde su etapa de pre-postura y postura hasta su descarte, viene en una presentación de 40kg con un precio de \$75.000, los cuales se compraran

una cantidad de 9 bultos semanales para garantizar la frescura del alimento que se le suministrara a las aves, realizando la compra y el pago en el punto de venta.

Alimentos básicos la Pilandera S.A.S será el proveedor de cisco de arroz el cual se utiliza como cama en el piso del galpón, se requiere 25 pacas de 50kg con un precio de \$18.000 cada uno, allí también conseguiremos las canastas para empacar el huevo, con un valor de \$13.000 una paca de 100 canastas; este proveedor se encuentra ubicado en la central mayorista, esta compra y el pago siempre se realizara en el punto de venta, mensualmente se deberá comprar diez paca de canastas y también cisco de arroz si se requiere.

Análisis administrativo y organizacional

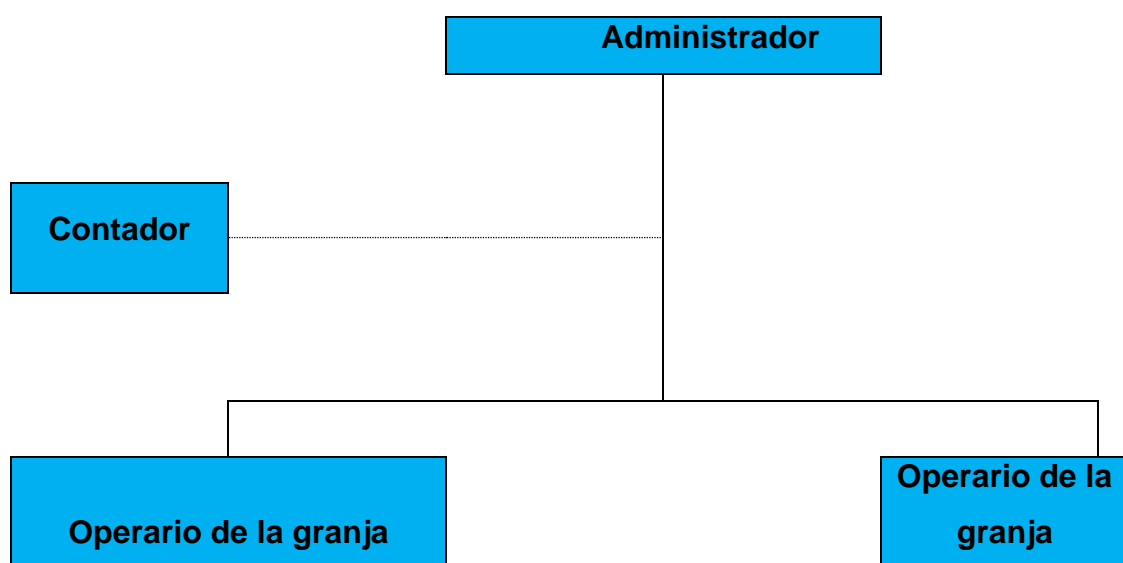
Grupo emprendedor

Soy Luisa Fernanda Vélez Patiño, estudiante de la corporación universitaria Unilasallista de último semestre en el programa de administración de empresas agropecuarias; para el trabajo de grado opte por el modelo creación de empresa, el proyecto consiste sobre vender huevos de gallinas felices; esta idea surgen a partir de la

compra de un lote en el municipio de San Pedro de los Milagros Antioquia, y al ver que el entorno se presta para realizar este tipo de producción; decidí hacer mi proyecto de grado, teniendo en cuenta el bienestar animal que en este momento está en tendencia para poder ofrecer un producto de excelente calidad.

Organigrama

Ilustración 29. Organigrama



Perfiles de cargos y funciones

En las siguientes tablas se presentan las características de cada cargo y respectivos requerimientos de recursos y costos.

Manual de funciones Administrador

Tabla 4. Manual de funciones administrador.

Descripción del cargo del Administrador	
Denominación del cargo:	Administrador
Jefe Inmediato:	Junta de socios
Número de personas en el cargo:	Uno
FUNCIONES	

El administrador es la persona que sabe y conoce sobre todas las actividades que se van a realizar en la granja avícola, además es el responsable de que todo funcione bien y o se tomen medidas preventivas para las situaciones que se presenten. Sus funciones son: Asignar y supervisar al personal de la empresa, los trabajos y estudios que deben realizarse de acuerdo con las prioridades que requieran las distintas actividades, evaluar de manera constante los costos de lo producido, autorizar y ordenar los respectivos pagos, llevar un plan de actividades diarias y estar pendiente de que el operario si cumpla con las funciones, ayudar, apoyar y observar al operario en las labores diarias, gestionar la venta y compra de las gallinas y los huevos, llevar el plan de vacunación y de labores culturales de la finca, realizar el pago de la nómina y jornales y comprar suministros e insumos que se necesiten para el adecuado funcionamiento de la finca.

Requisito de Educación	Administrador de empresas agropecuarias	
Requisito de Experiencia	Dos años de experiencia en cargos de producción avícola.	
Requerimiento de recursos		
Recurso	Descripción	Precio
Computador	Portátil HP 15DW1078LA	\$1.508.900
Silla	Silla ejecutiva cromada	\$ 110.900
Escritorio	Escritorio Kazán 73x120	\$119.900

Manual de funciones Operario

Tabla 5. Manual de funciones del operario de la granja.

DESCRIPCION DEL CARGO DE OPERARIO	
Denominación del cargo:	Operario
Jefe inmediato:	Administrador
Número de personas en el cargo	Dos
FUNCIONES	
Es la persona que se encargara de la mayoría de las labores diarias y le deberá aportar información importante sobre el funcionamiento de la granja al administrador. Sus funciones son: Alimentar las gallinas, recolectar, limpiar, clasificar y empacar los huevos, sacar las aves a pastoreo, suplementar las gallinas, limpieza de comederos, bebederos y la cama	
Requisitos de educación	bachiller

Requisitos de experiencia	4 años de experiencia en el manejo de gallinas ponedoras	
Requerimiento de recursos		
Recursos	Descripción	Costo
4 overoles	overol enterizo manga larga azul	\$59.900
2 pares de botas	bota PVC bicolor agrícola	\$27.900

Manual de funciones contador

Tabla 6. Manual de funciones contador.

DESCRIPCION DEL CARGO DE CONTADOR	
Denominación del cargo:	Contador
Jefe inmediato:	Administrador
Número de personas en el cargo	Uno
FUNCIONES	
-Actuar con integridad, honestidad y absoluta reserva de la información de la empresa. -Mantener actualizada la información, la cual se ejecutara a las exigencias de la normatividad en materia fiscal y tributaria. -estar atento a las entradas y salidas de dinero de la empresa.	

-mantener en aviso al administrador sobre el presupuesto que gasta o que necesita periódicamente la empresa.	
-orientar la elaboración de los estados financieros periódicamente y la presentación de esta información de manera clara y precisa	
Requisitos de educación	contador público con tarjeta profesional
Requisitos de experiencia	2 años de experiencia
Requerimiento de recursos	
El contador no requiere de recursos, ya que será contratado por honorarios y tendrá sus propias herramientas	

Gastos de administración y nomina

Los salarios establecidos al mes para los trabajadores de la empresa Felicia Eggs serán los siguientes: (utilizando un factor prestacional del 41,83%)

- Administrador: \$1.400.000 más prestaciones, para un total de \$1.985.620
- Operario: \$ 1.014.980 más prestaciones, para un total de \$ 1.517.667
- Contador: \$ 550.000 por honorario al mes.

Constitución de la empresa

La empresa se creará como una Sociedad por Acciones Simplificadas S.A.S.

La Sociedad por Acciones Simplificada, es una sociedad de capitales, de naturaleza comercial que puede constituirse mediante contrato o acto unilateral y que constará en documento privado. El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el registro mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha

autenticación deberá hacerse directamente o a través de apoderado. (Camara de comercio de Cali, 2018-2019)

Requisitos para constituir una S.A.S.:

Puede constituirse mediante contrato o acto unilateral y que constará en documento privado. El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el registro mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación deberá hacerse directamente o a través de apoderado.

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

- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.
- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal. (Camara de comercio de Cali, 2018-2019)

El documento privado para este tipo de sociedad tiene un costo de \$6.250.

Ilustración 30. Trámites para crear una S.A.S

Trámite	Entidad
Registro documento constitución y carta aceptación representante legal	Cámara de Comercio
Solicitud RUT	Dian
Solicitud NIT	Dian
Obtención firma digital y asociación al NIT	Dian
Apertura cuenta bancaria	Cualquier banco
Registro libros de comercio	Cámara de Comercio
Registro de situación de control y/o grupo empresarial	Cámara de Comercio

Fuente: Confecámaras, SondeoLR

FUENTE: Confecamaras.

Impacto del proyecto

Económico y social

Actualmente las personas se preocupan más por la procedencia de sus alimentos, por consumir comida orgánica o de empresas que garanticen el bienestar de los animales.

Por esta razón las empresas que crear procesos donde los animales sufren el menor impacto posible adquieren un valor agregado. Cómo el huevo ha alcanzado importantes cifras de consumo en los últimos años, se han creado estrategias para garantizarle bienestar a las gallinas y a la vez sacar huevos de mayor calidad. Este tipo de procesos ha creado una cultura de respeto por la gallina, de garantizar que los trabajadores del galpón brinden cuidados especiales para proporcionar una vida digna al ave y que esta pueda mejorar su producción. Además, de que estas estrategias de trabajo promueven un ambiente laboral más amigable lo que evita procesos estresantes tanto para el trabajador como para la gallina. Generando más empleo y promoviendo una cultura de respeto por las gallinas que son las productoras de uno de los alimentos principales de la canasta familiar

Medio Ambiental

El proyecto no genera impacto ambiental severo, puesto que el galpón se encuentra retirado en la zona rural y de fuentes hídricas que puedan contaminarse por la materia fecal de las aves; por el contrario, los residuos como gallinaza harán parte de la fertilización adecuada de la misma propiedad para ganadería de leche y algunos cultivos.

Registros, licencias y leyes regulatorias

Resolución 1515 de 2015: Por medio de la cual se establece los requisitos para obtener el Registro Sanitario de Predio Avícola (RSPA).

Artículo 4°. Requisitos para obtener el Registro Sanitario de Predio Avícola (RSPA). Toda persona natural o jurídica que tenga(n) predio(s) destinado(s) a la producción avícola, deberá registrarlo ante el ICA, en la oficina local de la

jurisdicción donde se encuentre ubicado el predio, mediante solicitud escrita cumpliendo con los siguientes requisitos:

Nombre o razón social de quién registra el predio especificando si es propietario, poseedor o tenedor, anexando Cédula de ciudadanía si es persona natural, Certificado de existencia y representación legal si es persona jurídica, con fecha de expedición no mayor a treinta (30) días calendario, dirección, correo electrónico y teléfono (fijo y/o celular).

4.2. Nombre y ubicación geográfica del predio a registrar (Departamento, municipio, vereda), extensión en hectáreas, infraestructura, capacidad instalada.

4.3. Allegar el documento o prueba que acredite la propiedad, tenencia o posesión del predio.

Parágrafo. El presente registro no otorga ni suplanta la certificación como granja avícola biosegura que otorga el ICA, según la normativa vigente (Instituto Colombiano Agropecuario, 2015).

Registro de granja bioseguras

Así lo establece el Decreto 1500 el Gobierno Nacional mediante el cual se adopta el Sistema Oficial de Inspección, Vigilancia y Control de la carne, productos cárnicos comestibles y derivados cárnicos destinados al consumo humano y los requisitos sanitarios y de inocuidad que se deben cumplir en su producción primaria, beneficio, desposte, desprese, procesamiento, almacenamiento, transporte, comercialización, expendio, importación o exportación, y se identificaron los aspectos que deben ser reglamentados por el

Ministerio de Agricultura y el Instituto Colombiano Agropecuario, ICA (Instituto Colombiano Agropecuario, 2017).

Autorización sanitaria y de inocuidad

Todos los predios avícolas cuya capacidad instalada permita alojar un número igual o superior a 200 aves, deben obtener la Autorización Sanitaria y de Inocuidad, que será homologada automáticamente al momento de certificar las granjas como bioseguras, conforme a las condiciones establecidas en las Resoluciones ICA 3650, 3651 y 3652 de 2014 (Instituto Colombiano Agropecuario, 2017).

Análisis financiero

Ingresos

Se realizó el análisis de ingresos para cinco tipos de canastas de huevos, la cual nos muestra que nuestro mayor ingreso sería con la venta de la canasta de 30 huevos AAA, seguido de la venta de la canasta de 30 huevos AA; el análisis horizontal nos muestra las ganancias año a año, siendo este para el año 2023 del 24%, año 2024 del 28%, año 2025 del 35% y para el año 2026 del 45%, estos resultados serían muy positivos para el desarrollo de mi proyecto.

FELICIA EGGS					
INGRESOS					
	2022	2023	2024	2025	2026
CANASTAS DE 30 HUEVOS AAA	28.368.000	42.203.981	56.675.946	69.340.526	82.851.528
CANASTAS DE 30 HUEVOS AA	53.808.000	80.051.883	107.502.091	131.524.078	157.151.544
CANASTAS DE 30 HUEVOS A	56.760.000	84.443.668	113.399.841	138.739.716	165.773.150
CANASTAS DE 12 HUEVOS AA	17.867.000	26.581.308	35.696.176	43.672.701	52.182.327
CANASTAS DE 12 HUEVOS A	18.920.000	28.147.889	37.799.947	46.246.572	55.257.717
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS	175.723.000	261.428.730	351.074.001	429.523.593	513.216.265
Ingresos financieros	0	0	529.096	14.048.900	38.387.362
TOTAL INGRESOS	175.723.000	261.428.730	351.603.097	443.572.494	551.603.628

Egresos

Se observa que los costos variables son superiores a los costos fijos; la materia prima y mano de obra son aquellos costos variables que más aportan valor a esos egresos, pero de esta manera es posible obtener nuestro producto final (el huevo).

Por otro lado, el costo fijo que genera mayor fuente de egresos es el sostenimiento del vehículo; ya que la misma empresa será la encargada de realizar los respectivos domicilios semanales, es decir, que la empresa deberá correr con el gasto de adquirir un carro.

Finalmente, otra cuenta que genera que estos egresos sean mayores son los costos operativos, es decir, aquellos salarios con su respectivas prestaciones que se les debe pagar a los respectivos operarios, por la labor que realizaran en la empresa.

EGRESOS					
	2022	2023	2024	2025	2026
Costos variables	172.000.000	212.592.000	272.914.980	368.981.053	536.719.840
Costos fijos	13.200.000	13.596.000	13.963.092	14.521.616	15.087.959
arriendo	2.400.000	2.472.000	2.538.744	2.640.294	2.743.265
Sostenimiento vehiculo	8.400.000	8.652.000	8.885.604	9.241.028	9.601.428
impuesto seguro vehiculo	1.200.000	1.236.000	1.269.372	1.320.147	1.371.633
Servicios públicos	1.200.000	1.236.000	1.269.372	1.320.147	1.371.633
TOTAL COSTOS	185.200.000	226.188.000	286.878.072	383.502.669	551.807.798
Gastos operativos	78.111.816	81.946.380	85.960.994	93.125.090	103.498.496
gastos de representacion	1.440.000	1.483.200	1.523.246	1.584.176	1.645.959
Telefonia celular	720.000	741.600	761.623	792.088	822.980
internet	600.000	618.000	634.686	660.073	685.816
Gasto por depreciación	3.223.964	3.223.964	2.674.964	2.674.964	2.674.964
Gasto por amortización	140.000	140.000	140.000	140.000	140.000
Gasto por impuestos	751.840	916.123	1.159.191	1.546.156	2.219.850
Gasto por publicidad	1.200.000	1.236.000	1.269.372	1.320.147	1.371.633
Gasto por salarios	63.036.012	64.927.092	66.680.124	69.347.329	72.051.875
Gasto Distribucion y transporte	7.000.000	8.660.400	11.117.789	15.060.156	21.885.419
Gastos financieros	2.687.644	1.733.261	645.072	0	0
TOTAL GASTOS	80.799.460	83.679.640	86.606.067	93.125.090	103.498.496
TOTAL EGRESOS	265.999.460	309.867.640	373.484.139	476.627.758	655.306.294

Capital de trabajo y total de la inversion

El capital de trabajo inicial requerido para un periodo de dos meses de operación, sería de \$26.210.059 y el total de la inversión sería de \$43.418.859, los cuales proveen una parte de recursos propios y la otra parte se consigue con créditos a terceros.

CAPITAL DE TRABAJO		2022
Meses de capital de trabajo al inicio	2	14.657.975
Días existencia de inventarios materia prima	15	11.552.083
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		26.210.059
TOTAL INVERSIÓN		43.418.859

Estado de resultados

Podemos analizar que, para el primer año, la utilidad neta no es tan significativa, comparado con los años siguientes ya que va aumentando a gran escala esta utilidad, lo que se vuelve positivo para el negocio; sin embargo, se tienen algunos costos y gastos, que se debe buscar la manera de que estos disminuyan, para que cada vez sea más significativa esta utilidad.

También podemos observar que en el Estado de Resultados en los tres primeros periodos se encuentran gastos financieros, debido al crédito con terceros que esta diferido a 36 meses, lo que podría analizarse como una disminución en la utilidad neta, por el pago de las cuotas que se deben realizar mes a mes.

FELICIA EGGS					
ESTADO DE RESULTADOS					
Concepto	2022	2023	2024	2025	2026
Ventas	277.250.000	342.681.000	439.916.734	594.767.424	865.148.695
Costos	185.200.000	226.188.000	286.878.072	383.502.669	551.807.798
Utilidad Bruta	92.050.000	116.493.000	153.038.662	211.264.755	313.340.897
Gastos operativos	78.111.816	81.946.380	85.960.994	93.125.090	103.498.496
Utilidad antes impuestos e intereses	13.938.184	34.546.620	67.077.667	118.139.666	209.842.401
Gastos financieros	2.687.644	1.733.261	645.072	0	0
Ingresos financieros	0	9.455.178	20.816.424	44.762.198	92.317.833
Utilidad antes de impuestos	11.250.540	42.268.538	87.249.019	162.901.864	302.160.234
Impuestos	0	1.394.862	7.198.044	26.878.808	74.784.658
Utilidad neta	11.250.540	40.873.677	80.050.975	136.023.056	227.375.576

Balance general

En el balance general podemos analizar que siempre se contara con inventarios, ya que los despachos de los pedidos se realizaran un día determinado a la semana, lo que el resto de los días, siempre habrá productos que se deben tener en cuenta para ir rotando aquellos inventarios.

Por otro lado, podemos observar que el patrimonio en el año 2026 será superior al primer año, lo cual es algo positivo para la empresa, que indica que todo se está realizando correctamente. También es importantes resaltar, que los activos en cada año son mayores a los pasivos, es decir que son menores las deudas y mayores sus utilidades.

FELICIA EGGS						
BALANCE GENERAL						
	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Activos corrientes						
Disponible	14.657.975	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000
Inversiones temporales		31.517.261	69.388.079	149.207.327	307.726.111	585.822.502
Deudores (cuentas por cobrar)		0	0	0	0	0
Inventarios	11.552.083	4.777.778	5.905.333	7.580.972	10.249.474	14.908.884
Otros activos						
Total activo corriente	26.210.059	38.795.039	77.793.412	159.288.299	320.475.584	603.231.386
Activos de largo plazo						
Muebles y enseres	2.210.800	2.210.800	2.210.800	2.210.800	2.210.800	2.210.800
Maquinaria y equipo	3.078.000	3.078.000	3.078.000	3.078.000	3.078.000	3.078.000
Vehículos	0	0	0	0	0	0
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Edificaciones	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
Equipo de computación	1.220.000	1.220.000	1.220.000	1.220.000	1.220.000	1.220.000
Depreciación acumulada	0	(3.223.964)	(6.447.928)	(9.122.892)	(11.797.856)	(14.472.820)
Inversiones Diferidas	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000
Amortización acumulada	0	(140.000)	(280.000)	(420.000)	(560.000)	(700.000)
Total activos no corrientes	17.208.800	13.844.836	10.480.872	7.665.908	4.850.944	2.035.980
Total activos	43.418.859	52.639.875	88.274.284	166.954.207	325.326.528	605.267.366
Pasivos corrientes						
Proveedores	0	4.777.778	5.905.333	7.580.972	10.249.474	14.908.884
Impuesto por pagar		0	1.394.862	7.198.044	26.878.808	74.784.658
Obligaciones financieras corrientes	6.807.301	7.761.685	8.849.873	0	0	0
Total pasivos corrientes	6.807.301	12.539.462	16.150.068	14.779.016	37.128.281	89.693.542
Pasivos no corrientes						
Obligaciones financieras no corrientes	16.611.558	8.849.873	0	0	0	0
Total pasivos no corrientes	16.611.558	8.849.873	0	0	0	0
Total pasivos	23.418.859	21.389.335	16.150.068	14.779.016	37.128.281	89.693.542
Patrimonio						
Capital	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000
Reserva Legal	0	0	1.125.054	5.212.422	13.217.519	26.819.825
Utilidades retenidas	0	0	10.125.486	46.911.795	118.957.672	241.378.422
Utilidad del periodo	0	11.250.540	40.873.677	80.050.975	136.023.056	227.375.576
Total patrimonio	20.000.000	31.250.540	72.124.216	152.175.191	288.198.247	515.573.824
Total pasivo y patrimonio	43.418.859	52.639.875	88.274.284	166.954.207	325.326.528	605.267.366

Punto de equilibrio

Podemos observar que el punto de equilibrio se alcanzaría desde el primer año de desarrollo de la empresa, y a partir de esto podemos evaluar la rentabilidad del negocio y poder ajustar el nivel de operación a las necesidades de la empresa para así poder generar utilidades; el precio de venta promedio de los productos será de \$13.863, lo cual me permitirá ser competitiva en el mercado en un comienzo, y con el transcurrir del tiempo ir analizando si seguiré siendo competitiva o finalmente un participante más como empresa. Anualmente los costos fijos serán de 17.862 unidades y mensualmente serán de 1.489 unidades; estos mismos costos en pesos anualmente serán de \$247.613.780 y mensuales \$20.634.482.

PUNTO DE EQUILIBRIO - PRIMER AÑO			
COSTOS FIJOS:	2022	PRECIO DE VENTA	2022
Costos fijos	13.200.000	Precio de venta promedio	13.863
Gastos operativos	78.111.816	PRECIO DE VENTA UNITARIO	13.863
Gastos financieros	2.687.644	PUNTO DE EQUILIBRIO	2022
Impuestos	0	EN UNIDADES (Costos fijos / pvu - cvu) - ANUAL	17.862
TOTAL COSTOS FIJOS	93.999.460	EN UNIDADES (Costos fijos / pvu - cvu) - MENSUAL	1.489
COSTOS VARIABLES	2022	EN PESOS (Costos fijos / 1 - MCU) - ANUAL	247.613.780
Costo variable promedio	8.600	EN PESOS (Costos fijos / 1 - MCU) - MENSUAL	20.634.482
TOTAL COSTOS VARIABLES	8.600		

Flujo de caja, TIR y VPN

Observamos que el flujo de caja en la empresa siempre será positivo, incluso en el primer año que por lo general, al empezar una empresa, no logra verse resultados positivos, lo cual hace que para la empresa sea alentador, para seguir cada vez mejorando.

La Tasa Interna de Retorno (TIR) esperada resulto de un 86%, la cual es elevada para un proyecto del sector agropecuario, pero es positivo para la empresa al ver que podría llegar a tener una rentabilidad tan alta, donde por lo general se espera que sea entre el 0 y el 20%.

Valor Presente Neto (VPN) del proyecto actualiza los cobros y pagos de este, reflejando cuanto se ganaría o se perdería con la inversión que se realizaría, en este caso el valor es de \$147.870.425, será conveniente realizar la inversión, ya que es un valor que es por encima de cero. En conclusión, se tiene indicios de que el negocio será rentable, por lo tanto sería algo positivo para los socios inversionistas.

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO					
Concepto	2022	2023	2024	2025	2026
Ventas	277.250.000	342.681.000	439.916.734	594.767.424	865.148.695
Costos	185.200.000	226.188.000	286.878.072	383.502.669	551.807.798
Gastos operativos	78.111.816	81.946.380	85.960.994	93.125.090	103.498.496
Utilidad operativa	13.938.184	34.546.620	67.077.667	118.139.666	209.842.401
Impuesto de renta operativo	4.599.601	11.400.385	22.135.630	38.986.090	69.247.992
Beneficio fiscal financiero	-4.599.601	-10.005.523	-14.937.586	-12.107.282	5.536.666
Utilidad operativa despues de impuestos	13.938.184	33.151.759	59.879.623	91.260.858	135.057.743
Depreciación y amortización	3.363.964	3.363.964	2.814.964	2.814.964	2.814.964
Flujo de caja bruto operativo	17.302.148	36.515.723	62.694.587	94.075.822	137.872.707
	-43.418.859	17.302.148	36.515.723	94.075.822	137.872.707
TIR DEL PROYECTO	86%				
VPN DEL PROYECTO	147.870.425				

Conclusiones

Teniendo en cuenta el estudio financiero, la empresa Felicia Eggs, durante su primer año recuperara su inversión y ofrece una buena utilidad.

De acuerdo con el estudio de mercadeo que tanto la oferta como la demanda del producto presenta una actividad amplia y constante, puesto que el huevo es un bien necesario dentro de la canasta familiar y además es de fácil adquisición.

Mediante el estudio técnico y las diferentes investigaciones, se pudo identificar, que el análisis del proceso de producción, los requerimientos y necesidades como materias primas, mano de obra, maquinaria necesaria, plan de manufactura, inversión requerida, tamaño, localización de las instalaciones y la forma en que se organizara la empresa, los costos de inversión y operación será fundamentales para el buen desarrollo de esta tanto en la parte administrativa como productiva.

Referencias

- Agronet. (19 de febrero de 2021). *Consumo de huevo en Colombia tuvo un crecimiento de 11,6% en el año de la pandemia*. Obtenido de <https://www.agronet.gov.co/Noticias/Paginas/Consumo-de-huevo-en-colombia-tuvo-un-crecimiento-de-11,6-en-el-a%C3%B1o-de-la-pandemia.aspx>
- Avicultura.com. (2020). *La alta demanda de huevo aumenta el precio durante la cuarentena en Colombia*. Obtenido de <https://avicultura.com/la-alta-demanda-de-huevo-aumenta-el-precio-durante-la-cuarentena-en-colombia/>
- Avinews. (18 de 03 de 2019). *Dinámica Industria Avícola Colombiana*. Obtenido de <https://avicultura.info/dinamica-industria-avicola-colombiana-logros-y-perspectivas-2019/>
- Cabrera, J. F. (2019). *competencia perfecta en el mercado del huevo en el sector agropecuario*. Obtenido de <https://www.slideshare.net/josefernandezcabrera94/competencia-perfecta-en-el-mercado-de-huevo-para-plato>
- Camara de comercio aburra sur . (11 de 06 de 2019). *Verificación de Certificados Expedidos Virtualmente en el sistema SII*. Obtenido de <https://ccas.org.co/>
- Camara de comercio de Cali. (2018-2019). *Como crear empresa*. Obtenido de <https://www.ccc.org.co/tramites-de-registros-publicos/como-crear-empresa/sociedad-acciones-simplificada-2/>

DANE informacion para todos. (Junio de 2018). *Demografia y poblacion*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/files/dane-para-ninos/sabias-que.html>

FENAVI. (2020). *Que es FONAV*. Obtenido de <https://fenavi.org/nosotros/>

Gallego, A. M. (28 de Mayo de 2017). *Aburra sur presenta buenos resultados en educacion* . Obtenido de <https://www.elmundo.com/noticia/Aburra-Sur-presenta-buenos-resultados-en-educacion/353041>

Gonzalez, X. (18 de febrero de 2021). *Agronegocios*. Obtenido de <https://www.agronegocios.co/agricultura/consumo-de-huevo-en-colombia-tuvo-un-crecimiento-de-116-en-el-ano-de-la-pandemia-3127013>

Gutiérrez, M. d. (16 de enero de 2018). *avinews*. Obtenido de <https://avicultura.info/huevos-oro-colombia-lider-produccion-huevo-libres-jaula/>

Instituto Colombiano Agropecuario. (21 de mayo de 2015). *resolucion 1515 de 2015*. Diario Oficial No. 49.519 de 22 de mayo de 2015. Obtenido de <http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/col146941.pdf>

Instituto Colombiano Agropecuario. (27 de febrero de 2017). *Granjas avícolas deben certificarse como bioseguras de inmediato: ICA*. Obtenido de <https://www.ica.gov.co/noticias/pecuaria/granjas-avicolas-deben-certificarse-como-biosegura.aspx>

Lopez, J. C. (2021). *IMPACTOS ECONOMICOS Y EMPRESARIALES POR COVID-19 EN EL ABURRA SUR*. Obtenido de <https://ccas.org.co/wp->

content/uploads/IMPACTOS-ECON%3%93MICOS-Y-EMPRESARIALES-EN-
EL-ABURR%3%81-SUR.pdf

Lozano, O. A. (11 de marzo de 2016). *competencia perfecta en el mercado de huevo en el sector agropecuario*. Obtenido de <https://www.slideshare.net/josefernandezcabrera94/competencia-perfecta-en-el-mercado-de-huevo-para-plato>

Treid. (14 de Julio de 2020). *Importaciones y exportaciones de huevos en Colombia en 2019*. Obtenido de <https://www.treid.co/post/importaciones-y-exportaciones-de-huevos-en-colombia-en-2019>

Valencia, J. D. (29 de marzo de 2021). *Camara de Comercio de Antioquia*. Obtenido de <https://www.camaramedellin.com.co/>