

Plan de negocios para la constitución, organización y administración de la
empresa de longaniza La Artesanal

HARLINTON WILFER SANCHEZ GONZALEZ
ID 476708

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

Vicerrectoría Regional Tolima y Magdalena Medio

SEDE / CENTRO TUTORIAL Ibagué (Tolima)

PROGRAMA Contaduría Pública

Diciembre de 2019

Plan de negocios para la constitución, organización y administración de la empresa de longaniza
La Artesanal

HARLINTON WILFER SÁNCHEZ GONZÁLEZ

Sistematización de Práctica PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OPTAR AL TÍTULO
DE Contador Público

ASESOR
Pablo Andrés Mendoza

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

Vicerrectoría Regional Tolima y Magdalena Medio

SEDE / CENTRO TUTORIAL Ibagué (Tolima)

PROGRAMA Contaduría Pública

Diciembre de 2019

Agradecimientos

En este proceso de emprendimiento, son muchas las personas que fueron de gran ayuda para la conclusión de este trabajo y, en primer lugar, quiero agradecer a la universidad Minuto de Dios que, por medio del profesor Pablo Andrés Mendoza, asesor de este trabajo, fue posible el cumplimiento del mismo.

Agradezco a Centro Progresá y su programa de emprendimiento bajo las asesorías de la profesora Olga Rondón quien me apoyo con temas de capacitación y ferias de proyectos empresariales, los cuales fueron vitales para el reconocimiento de mi marca en donde se recolectó información para el perfeccionamiento de este trabajo.

Por último, agradezco a varios profesores y compañeros de clases los cuales me aportaron muchas ideas productivas para mi proyecto emprendedor y mi opción de grado y de esta forma cumplir mis metas para llegar a mi propósito de ser un profesional que aporte progreso para mi familia y mi ciudad.

TABLA DE CONTENIDO

Lista de tablas	7
Lista de figuras.....	9
Lista de anexos.....	10
Resumen.....	¡Error! Marcador no definido.
INTRODUCCIÓN	11
CAPITULO I	12
1 MARCO DE ORIGEN DEL PROYECTO	12
1.1 EL ENTORNO.....	12
1.2 DIAGNÓSTICO Y ANÁLISIS SECTORIAL	16
1.3 DETECCIÓN DE NECESIDADES.....	16
1.4 RESTRICCIONES	¡Error! Marcador no definido.
1.5 DETERMINACIÓN DE OBJETIVOS	17
2 ESTUDIO DE MERCADO.....	18
2.1 EL PRODUCTO	18
2.2 EL CLIENTE	19
2.2.1 El perfil del consumidor.....	19
2.2.2 Identificación de variables	20
2.3 LA DEMANDA	21
2.3.1 La proyección de la demanda	21
2.4 LA OFERTA	21
2.4.1 Los competidores en el mercado del producto	21
2.4.2 Los competidores en los mercados de insumos y servicios relacionados.....	22
2.5 EL PRECIO.....	23
2.6 LA DISTRIBUCIÓN	24
2.7 PLANEACIÓN DE LAS VENTAS.....	25
2.8 ESTRATEGIAS DE MERCADEO	26
2.9 MERCADO DE INSUMOS.....	30
2.9.1 Aspectos a tener en cuenta.....	30
2.9.2 Selección de proveedores.....	31
2.10 Proyección de los precios del producto e insumos.....	32

3	ESTUDIO TÉCNICO.....	32
3.1	TAMAÑO DEL PROYECTO	32
3.1.1	Capacidad.....	33
3.2	LOCALIZACIÓN DEL PRODUCTO.....	33
3.2.1	Macro localización	33
3.2.2	Preselección de los puntos de localización	36
3.2.3	Métodos de evaluación	36
3.3	INGENIERÍA DEL PROYECTO	37
3.3.1	El proceso del producto	37
3.3.2	Selección de tecnología.....	38
3.3.3	Selección de maquinaria y equipo	38
3.3.4	Selección de materia prima.....	39
3.3.5	selección de personal de producción	39
3.3.6	Descripción del proceso de producción.....	40
3.3.7	Distribución en planta.....	44
3.3.8	Obras físicas de la planta	45
3.3.9	Control de calidad.....	46
3.3.10	Seguridad industrial.....	¡Error! Marcador no definido.
4.	ESTUDIO ORGANIZACIONAL	46
4.1	FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL	46
4.1.1	Misión	46
4.1.2	Visión.....	46
4.1.3	Valores corporativos.....	47
4.2	ESTRUCTURA LEGAL.....	47
4.2.1	Esquema de la organización empresarial a utilizar	47
4.2.2	Constitución y legalización de la organización	47
4.3	ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA	48
4.3.1	Organigrama de la empresa	48
4.3.2	Descripción de las funciones	49
4.3.3	Administración de personal	56
5.	ESTUDIO FINANCIERO	64

5.1 LAS INVERSIONES DEL PROYECTO	64
5.1.1 Inversiones fijas	64
5.1.2 Inversiones diferidas	64
5.1.3 Capital de trabajo inicial	65
5.1.4 Inversión total	65
5.2 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS	66
5.2.1 presentación de los presupuestos	66
5.2.2 Estados financieros proyectados	69
5.3 FINANCIAMIENTO	75
6 EVALUACIÓN FINANCIERA	82
6.1 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	82
6.1.1 Valor presente neto VPN y Tasa interna de retorno TIR	83
6.1.2 Relación costo beneficio	83
6.2 EVALUACIÓN SOCIAL	84
6.2.1 Beneficios y aportes sociales del proyecto	84
6.3 EVALUACIÓN AMBIENTAL	85
6.3.1 Evaluación del impacto ambiental	85
6.3.2 Mitigación y compensación del impacto ambiental	88
Referencias	89
Anexos	90

LISTA DE TABLAS

Tabla 1	ficha técnica del producto	21
Tabla 2	definición del producto	22
Tabla 3	perfil del consumidor	22
Tabla 4	identificación de variables	22
Tabla 5	la proyección de la demanda	24
Tabla 6	información del competidor	24
Tabla 7	ventas de competencias	25
Tabla 8	información del competidor	25
Tabla 9	Ventas competencias indirecto	26
Tabla 10	La distribución	27
Tabla 11	Planeación de las ventas	28
Tabla 12	Estrategias eje crecimiento	29
Tabla 13	Estrategias eje eficiencia	31
Tabla 14	Estrategia eje innovación	32
Tabla 15	Estrategias de posicionamiento durante el ciclo de vida	33
Tabla 16	Aspectos de tener en cuenta	33
Tabla 17	Selección de proveedores	35
Tabla 18	Proyección de los precios del producto	36
Tabla 19	Proyección de precios insumos	37
Tabla 20	Tamaño del proyecto	42
Tabla 21	Preselección de los puntos de localización	46
Tabla 22	Métodos de evaluación	46
Tabla 23	Proceso del producto	48
Tabla 24	Selección de tecnología	48
Tabla 25	Selección de máquina y equipo	48
Tabla 26	Selección de materia prima	49
Tabla 27	Pago del sueldo y seguridad social	50
Tabla 28	Obras físicas de la planta	55
Tabla 29	Control de calidad	56
Tabla 30	Constitución y legalización de la organización	58
Tabla 31	Descripción de las funciones	61
Tabla 32	Operario de oficios varios	62
Tabla 33	Jefe de producción	62
Tabla 34	Asesor comercial	63
Tabla 35	Contador publico	64
Tabla 36	Gerente general	65
Tabla 37	Mercaderista	66
Tabla 38	Requisitos para ocupar los cargos y funciones específicos	67
Tabla 39	Reclutamiento y contratación	68
Tabla 40	Seguridad social y servicios complementarios	70
Tabla 41	Inversiones fijas	71
Tabla 42	Inversiones diferidas	72
Tabla 43	Capital de trabajo inicial	72

Tabla 44	Inversión total	73
Tabla 45	Presupuesto de venta	74
Tabla 46	Presupuesto de producción	74
Tabla 47	Presupuesto de ingresos por venta	74
Tabla 48	Presupuesto de materiales	74
Tabla 49	Presupuesto de mano de obra directa	75
Tabla 50	Presupuesto costos indirectos de fabricación	75
Tabla 51	Presupuesto de gasto de ventas	75
Tabla 52	Presupuesto de gastos de administración	76
Tabla 53	Presupuesto de gastos financieros	76
Tabla 54	Estado de pérdidas y ganancias	76
Tabla 55	Flujo de caja	78
Tabla 56	Estado de situación financiera	79
Tabla 57	Flujo neto	82
Tabla 58	Financiamiento	82
Tabla 59	Periodo de recuperación de la inversión	83
Tabla 60	VPN Y TIR	89
Tabla 61	Relación costo beneficio	90
Tabla 62	Beneficio y aportes sociales del proyecto	90
Tabla 63	Evaluación del impacto ambiental	91
Tabla 64	Mitigación y compensación del impacto ambiental	92

LISTA DE FIGURAS

GRAFICO 1	Población total Ibagué	15
GRAFICO 2	Diagrama de proceso	48
GRAFICO 3	Organigrama de la empresa	55
GRAFICO 4	Edad	93
GRAFICO 5	Sexo	94
GRAFICO 6	¿Consume usted alimentos embutidos con frecuencia?	94
GRAFICO 7	¿conoce usted la Longaniza Artesanal	94
GRAFICO 8	¿Incluiría en su alimentación Longaniza Artesanal?	95
GRAFICO 9	¿Qué tan interesado está usted en comprar Longaniza Artesanal?	95
GRAFICO 10	¿Dónde le gustaría comprar "Longaniza Artesana"?	96
GRAFICO 11	¿Con que factores relaciona usted la Longaniza Artesanal?	96

ILUSTRACIÓN 1	Aspectos geográficos	14
ILUSTRACIÓN 2	Estructura población según ciclo vital 2017	15
ILUSTRACIÓN 3	Densidad poblacional por comuna	16
ILUSTRACIÓN 4	Aspectos económicos	17
ILUSTRACIÓN 5	El precio	26
ILUSTRACIÓN 6	Comunas	39
ILUSTRACIÓN 7	Conformación por barrios	40
ILUSTRACIÓN 8	Micro localización	42
ILUSTRACIÓN 9	Distribución en planta	49
ILUSTRACION 10	Reglamento higiene y seguridad industrial	60

Lista de anexos

- 1.** Logo institucional
- 2.** Tarjeta presentación
- 3.** Presentación longaniza La Artesanal, hotel Casa Morales. Formulación de proyectos.
- 4.** Feria emprendimiento
 - 4.1. Feria emprendimiento universidad UNIMINUTO sede quinta.
 - 4.2. Feria emprendimiento universidad UNIMINUTO sede quinta.
 - 4.3. Feria emprendimiento universidad UNIMINUTO sede quinta.
 - 4.4. Feria emprendimiento universidad UNIMINUTO sede quinta.
 - 4.5. Feria emprendimiento universidad UNIMINUTO sede quinta.
 - 4.6. Feria emprendimiento universidad UNIMINUTO sede quinta.

INTRODUCCIÓN

Este proyecto de emprendimiento inicia hace dos años a partir de una idea fomentada en la materia fundamentos de mercadeo, en donde se requiere la creación de un producto innovador como idea de negocio.

El proyecto se enfoca inicialmente en prácticas empresariales alimenticias en la ciudad de Ibagué, el cual busca ser parte a la solución de la problemática de falta de oportunidades laborales que hay en la región, y que a su vez nos brinde una experiencia en el ámbito empresarial en todas sus ramas.

El presente trabajo presentará la parte financiera, comercial, recursos humanos y gerenciales, de la empresa, haciendo estudios de mercadeo e investigando preferencias alimenticias de las poblaciones de Ibagué, y de esta forma ser ejemplo de modelos de emprendimiento universitario. De esta manera se entrará a la competencia de embutidos, fomentado empleo y nuevas ideas innovadoras que sean de agrado para el consumidor final.

Durante el proyecto encontramos resultados positivos en cuanto el aprendizaje financiero y temas fundamentales relacionados en mercadeo, como también se obtuvo conocimiento valioso al momento de emprender un nuevo proyecto empresarial. De este modo logramos analizar la complejidad que abarca llevar un proceso adecuado de creación y adecuación empresarial, encaminados en obtener sostenimiento comercial.

“Dicen que tener un hijo, plantar un árbol y escribir un libro es fácil. Lo complicado es criar un hijo, regar un árbol y que alguien lea el libro. También fundar una empresa puede ser algo relativamente fácil. lo difícil es mantenerla, hacerla crecer y tener éxito” (Schnarch, 2014).

CAPITULO I

1 MARCO DE ORIGEN DEL PROYECTO

1.1 EL ENTORNO

Aspectos geográficos:

El área de influencia de la longaniza LA ARTESANAL, es la ciudad de Ibagué, municipio colombiano ubicado en el centro-occidente de Colombia, sobre la Cordillera Central de los Andes entre el Cañón del Combeima y el Valle del Magdalena, en cercanías del Nevado del Tolima. Ibagué, es la capital del departamento de Tolima, República de Colombia.

Ilustración 1. Mapa de Ibagué



Aspectos demográficos:

Longaniza La Artesanal, es un producto destinado a satisfacer las necesidades alimenticias de jóvenes, niños y adultos, independientemente de la religión, raza, y estratos; en especial dirigido a estratos 1 al 4.

En este trabajo, se analizarán los datos estadísticos que realizó el DANE, sobre la demografía de Ibagué, para conocer con qué potencial de personas se cuenta para el producto.

Grafica 1. Población ascendente en Ibagué



En la gráfica 1, se expone la evolución de la población de la ciudad de Ibagué entre los años 2008 y 2017, según los cálculos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). En el período señalado, la ciudad pasó de una población de 515.424 a una población de 564.076, un crecimiento de 48.652 habitantes. De los cuales 533.351 personas residen en la cabecera municipal (95%), y en el sector rural residen 30.725 personas (5%).

Las proyecciones de población indican que para 2017 el 51,44% de los habitantes son mujeres (287.445), mientras que el 48,56% son hombres (271.360). El 37,63% de la población de Ibagué se encuentra entre los 29 y los 59 años (adultez), seguido de la población entre los 18 y los 28 años (jóvenes), con un 19,05%



Evolución de la estructura poblacional de Ibagué

De acuerdo a los estimados poblacionales, las comunas 8 y 9 concentran el 26,2% de la población de Ibagué, con un total de 139.565 habitantes. En contraste, la comuna con menor número de habitantes es la 13 con un 2,98% del total.

Las comunas 12 y 4 son las que tienen menos territorio por habitante en Ibagué. Es decir, en la comuna 12 cada kilómetro cuadrado lo habitan 21.950 personas y en la comuna 4, 20.235 personas. Por el contrario, la comuna con mayor territorio por habitante es la 9 con un total de 5.889 personas por kilómetro cuadrado. Adicionalmente, es la comuna con mayor área (10,7 km²).

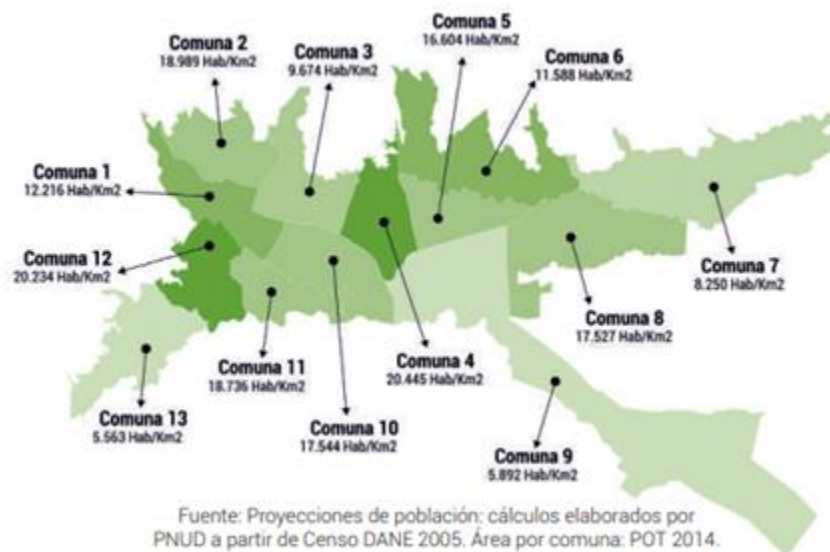


Ilustración 3: Densidad poblacional por comuna

ASPECTOS POLÍTICOS

Con el análisis del entorno político, se pretende conocer el nivel de intervención del estado colombiano en las actividades productivas relacionadas con la porcicultura y los productos cárnicos relacionados con el proyecto.

Básicamente la estructura productiva del sector cárnico en Colombia, inicia con la cría y engorde de ganado porcino, continúa con el transporte, sacrificio, corte, congelación y comercialización para colocación en el mercado final. Para ello, está establecido un sistema de inspección, vigilancia y control, obligando a todos los que intervienen en la modernización de todos los procesos de la cadena de frío.

Otros aspectos políticos a tener en cuenta son el libre comercio, la inestabilidad política por los altos índices de pobreza e inseguridad y el mal estado de las vías.

En cuanto a la ciudad de Ibagué, se debe tener en cuenta el nivel de desempleo que existe en la ciudad. La creación de la empresa de Longaniza Artesanal, generará aproximadamente un total de 10 empleos, con lo cual contribuirá a bajar la tasa de desempleo existente en la ciudad.

ASPECTOS ECONÓMICOS

Al analizar el entorno económico, se busca estudiar las condiciones y tendencias generales de la economía, que pueden ser factores relevantes en el desarrollo del proyecto. Dentro de este análisis encontramos:

CAPITAL (El sector productivo – PIB). Casi todos los proyectos necesitan capital como maquinaria, edificios, inventarios, herramientas de todo tipo y efectivo. Es decir, todas las clases de operaciones dependen de la disponibilidad y de los precios de bienes de capital que necesitan. Para la Longaniza Artesanal, se requiere una máquina para embutir y una empacadora al vacío, que dependiendo del análisis de la demanda se determinará la cantidad de máquinas a comprar.



Ilustración 4 Maquinaria y equipo de producción

En cuanto al PIB del 2018 en Colombia del 2.7%, se puede decir que hubo un crecimiento con relación al año anterior. Lo cual indicó que hay una aceleración de la economía.

TRABAJO (La tasa de desempleo y la oferta laboral). El precio de la mano de obra es un factor económico importante para el proyecto, aunque la automatización disminuye los altos costos. La tasa de desempleo en Ibagué, es del 10.4% ocupando el tercer lugar en el país lo cual es importante para el proyecto ya que se contaría con personal dispuesto a trabajar en el proyecto.

NIVELES DE PRECIOS (IPC – IPP). Los cambios de precios repercuten en la inflación y afectan el proyecto sobre los costos de la mano de obra, los materiales y otros insumos.

El IPC para Ibagué fue del 3.02%, estando por debajo del IPC nacional 3.18%. El impacto con relación al proyecto es positivo ya que el poder adquisitivo de los clientes tiende a ser mayor.

El IPP nacional fue de 2.31% presentando una disminución con relación al año anterior que fue de 3,27%. Este factor nos indica que el precio de las materias primas disminuirá o se mantendrá constante, por lo cual será beneficioso para el proyecto.

CLIENTES (Demanda aparente). El factor más importante para que su empresa tenga éxito son sus clientes; sin ellos el proyecto no puede existir.

El consumidor Ibaguereño debido a la situación económica del país, presta especial atención al precio a la hora de realizar sus compras, pero es objetivo a la hora de diferenciar un producto por su calidad y sabor. Y se pueden caracterizar tres tipos de consumidores de productos cárnicos: de productos finos, de consumo masivo y de consumo popular.

Este proyecto, se concentrará inicialmente en restaurantes, tiendas, consumidores minoristas, supermercados, comidas rápidas.

1.2 DIAGNÓSTICO Y ANÁLISIS SECTORIAL

El consumo de alimentos embutidos con altos niveles de grasa, demasiado condimentados, con conservantes y colorantes genera como consecuencias una mala alimentación por productos que no contienen un balance adecuado de nutrientes en los habitantes de Ibagué generando enfermedades cardiovasculares, intestinales, obesidad y trastornos alimenticios.

1.3 DETECCIÓN DE NECESIDADES

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el municipio de Ibagué, capital del departamento del Tolima, se puede determinar que no cuenta con una empresa productora y comercializadora de longaniza artesanal que cuente con todas las medidas legales y sanitarias exigidas por la reglamentación ministerio de salud.

Lo anterior permite que a través de este proyecto se aproveche un sector del mercado, generando empleo y un producto de alta calidad apto para el consumo de las familias Ibaguereñas.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Es factible la creación de una empresa productora, comercializadora de longanizas artesanales?

1.4 RESTRICCIONES

TÉCNICAS

No contar con personal que tenga experiencia en el sector cárnico y la tecnología en equipos referente al proceso de producción de longaniza Artesanal.

FINANCIERAS

No tener los recursos necesarios para la compra de todos los equipos que se requieren para la producción y comercialización de la longaniza artesanal.

No se cuenta con una gran capital inicial, pero se busca apoyo financiero para lograr los objetivos.

LEGALES

ASPECTOS LEGALES DE LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS EN COLOMBIA. (NORMATIVIDAD Y REGULACIÓN) Desde mediados del siglo pasado, a través de resoluciones emitidas por organismos como la ONU, la OMS, la OMC y algunos otros estamentos multilaterales, todos los países han ido empezando a regular la distribución, el ingreso, los estándares mínimos permitidos en cuanto a buenas prácticas y calidad de los alimentos. Colombia no es ajena a este tipo de controles, los cuales realiza a través del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (Invima) que para el tema regula lo siguiente: 19 “Registro Sanitario para Alimentos: (Dian - Cámara de Comercio, en el año 2019).

1.5 DETERMINACIÓN DE OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Constituir legalmente una empresa productora y comercializadora de **Longaniza artesanal de cerdo en Ibagué Tolima.**

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Describir y evaluar la aceptación del producto en el mercado.
2. Realizar un estudio de mercado para conocer la oferta y la demanda.
3. Determinar a través del costeo las unidades a producir para identificar el punto de equilibrio que la empresa debe cumplir.

2 ESTUDIO DE MERCADO

Es la idea de negocio encargada de fortalecer la factibilidad y viabilidad comercial de producción y distribución.

A través del aporte social la empresa busca adquirir propiedad planta y equipo, local de producción, mano de obra, distribución y gastos administrativos.

2.1 EL PRODUCTO

Ficha técnica

Nombre del producto	Longaniza La Artesanal
Características	Producto cárnico fresco de cerdo, picado y procesado crudo. Embutido en tripa delgada de 1.5 cm aproximadamente. Con un 80% de carne magra de cerdo, 20% de grasa, cebolla, sal y condimentos.
Calidad	La carne se extrae de animales de alta genética, los cuales son sacrificados en el frigorífico del municipio de Ibagué, bajo estrictas medidas medico sanitarias, el cual se encuentra avalado por el INVIMA.
Requisitos	La vida útil del producto es de 6 meses a partir de su compra ya que se encuentra empacado al vacío y se debe conservar en temperaturas entre 0 y 5 grados centígrados para conservar su sabor original.
Empaque	Para asegurar la conservación de la longaniza y su sabor, este debe ser empacado en material plástico térmico al vacío, en donde indique el nombre del producto, fecha de elaboración, vencimiento, peso, registro sanitario y ficha técnica.
Presentación	La longaniza se vende en empaque de 500 gramos

Tabla 1, ficha técnica longaniza La Artesanal

- Estructura del mercado

Tipo de mercado: COMPETENCIA PERFECTA

Dado a que el mercado local se enfoca específicamente en ofrecer un producto de calidad con un precio de venta estándar, el objetivo principal de nuestro proyecto se basa en generar una producción de calidad que impacte en el consumidor, esto entendiendo que se contará con un recurso económico establecido.

- Definición Producto

Producto Básico	Embutido
Producto Real	longaniza artesanal de cerdo
Producto Aumentado	longaniza con arepa de queso

Tabla 2, definición del producto

2.2 EL CLIENTE

2.2.1 El perfil del consumidor

Perfil del Consumidor	CADENA DE COMERCIALIZACIÓN
-----------------------	----------------------------

Tabla 3, perfil consumidor

2.2.2 Identificación de variables

Identificación del cliente	Nuestros clientes comprenden edades entre los 10 años y los 70, que tenga salud adecuada para consumirlo, sin distinción de sexo, discriminación de raza, ideología.
Población objetivo	456.291
Variables Geográficas	La segmentación geográfica de la empresa longaniza La Artesanal inicialmente se encuentra ubicada en la ciudad de Ibagué con una proyección de crecimiento en la ciudad a corto, medio y largo plazo.
Variables demográficas	Es un producto destinado a satisfacer las necesidades alimenticias de jóvenes, niños y adultos independientemente de religión raza, extractos entre 2, 3 y 4 ubicadas en todo el territorio Ibaguereño.
Hábitos de consumo	Según un análisis de Luis Ignacio Salazar, gerente de mercadeo del Grupo Nutresa, "el consumo per cápita del colombiano promedio es de 3 a 6 kilos de embutidos anualmente, pero hay países que su consumo per cápita es de 60 kilos anuales", de esta forma observamos una oportunidad ideal para una apertura de mercado en el futuro. En Ibagué se tiene un promedio de 5 kilos anuales en donde la longaniza es de un promedio de 800 gramos mensual.
Sitios de compra	<ul style="list-style-type: none"> ● Supermercados ● Tiendas ● Salsamentarías ● Restaurante ● Comidas rápidas
Volúmenes periódicos de compra	Se proyecta una secuencia de compra: 800 gramos de longaniza mensual por consumidor frecuente.

Tabla 4, identificación de variables

2.3 LA DEMANDA

2.3.1 La proyección de la demanda

Año	Categoría	Consumo Per cápita	Población objetivo	Demanda total Kgs	Precio promedio	Demanda total en el año	IPC promedio
2019	Longaniza artesanal	1,0	456.291	456.291	\$9.500	\$4.334.764.500	0,0469
2020	Longaniza artesanal	1,0	472.308	472.308	\$9.946	\$4.697.362.829	
2021	Longaniza artesanal	1,0	488.325	488.325	\$10.412	\$5.084.438.019	
2022	Longaniza artesanal	1,0	504.342	504.342	\$10.900	\$5.947.488.645	
2023	Longaniza artesanal	1,0	520.359	520.359	\$11.412	\$5.938.099.561	

Tabla 5, proyeccion de la demanda

2.4 LA OFERTA

2.4.1 Los competidores en el mercado del producto

Competidor	Ubicación	Horarios de atención	Teléfonos	E-mail/redes sociales	Otros servicios
Longaniza los abuelos	Ibagué	8 am A 6 pm	2639733	www.longanizalosabuelos@hotmail.com	Longaniza de cerdo X 400gms
Embutidos don pedro	Ibagué	8 am A 9 pm	2723829	donpedro@gmail.com	Longaniza de cerdo 500gms Chorizos de cerdo x 500gms
Longaniza boyacense	Ibagué	11 am a 9 pm	314 3614633		Longaniza de cerdo boyacense, restaurante de carnes asadas

Tabla 6. Información del competidor

Competidor	Categoría	Oferta total año en kg	Precio de venta promedio	Oferta total año en U\$
Longaniza los abuelos	Longaniza X 400GMS	1400	\$26000	\$36.400.000
Embutidos don pedro	Longaniza x 500gms	840	\$ 10.500	\$ 8'820,000
	Chorizo	60	\$ 8.000	\$ 480.000

Tabla 7, ventas competencia

2.4.2 Los competidores en los mercados de insumos y servicios relacionados

Información del competidor indirecto

Competido	Ubicación	Horarios de atención	Teléfonos	E-mail/redes sociales	Otros servicios
Salsamentaría Tovar	Carrera 2da No. 9-84 Plaza de Bolívar Ibagué	8: 00 AM 07: 00 PM	Línea telefónica: (8) 2639733	http://www.salsamentariatovar.com/	Carnes frías Jamón Salchichón
Salsamentaría San Juanerita	Jordán Plaza la 28 CR. 4C 27 - 52 - Ibagué	8: 00 AM 07: 00 PM	5151379 317 4320417	http://www.salsamentariasanjuanerita.com	Carnes frías. Jamón Chorizos Hamburguesas
Nombre	CARNECO L LA 14	8: 00 AM 7:00 PM	2613068	carnicola1ra@gmail.com	Carnes finas, res, cerdo y pollo.

Tabla 8, competidor directo

Ventas Competencia Indirecto

Competidor	Categoría	Oferta total año en kg	Precio de venta promedio	Oferta total año en Unidades \$
Salsamentaría Tovar	Chorizo x 500gms	80	\$11.000	\$ 880.000
Salsamentaría San Juanerita	Chorizo cerdo y ternera x 400gms	80	\$9000	\$720.000

Tabla 9, competencia indirecta

2.5 EL PRECIO

2.6 Se estableció a través de sistema de costeo para identificar todos los costos y gastos en los que incurrimos para la producción y distribución de la longaniza La Artesanal teniendo en cuenta el precio de la competencia directa e indirecta.

$$P = C * \left(\frac{100}{100 - R} \right)$$

Ilustración 5, formula precio de venta

2.7 **P** es el precio de venta que queremos calcular

2.8 **C** es el costo del producto

R es la rentabilidad o el margen de ganancia. 60,5 %

$$\text{Precio} = 3761 * (100/100-60,5)$$

$$\text{Precio} = 3761 * (100/39,5)$$

$$\text{Precio} = \$ 9.521$$

2.9 LA DISTRIBUCIÓN

Transporte y abastecimiento a los puntos de venta.	Usar un medio de transporte que esté acorde con los requisitos que cumple el abastecimiento de este tipo de productos, garantizando la cadena de frío, la calidad y la frescura de los productos.
Almacenamiento, embalaje y manejo de materiales	<p>Nuestro local de producción está adecuado según la normatividad vigente, para la producción y almacenamiento de embutidos con personal capacitado en manipulación de alimentos e insumos y material de calidad.</p> <p>Almacenamiento: Contamos con congeladores industriales donde podemos conservar la longaniza, conservando su calidad y frescura.</p> <p>Empaque y embalaje: El empaque de estos productos van en paquetes de plástico x500gr empacados al vacío, y el embalaje se realizará por medio de canastillas.</p>

Tabla 10, transporte y almacenamiento

2.10 PLANEACIÓN DE LAS VENTAS

Descuento	Experiencia de cliente	Ubicación	Accesibilidad
<p>Los descuentos se aplican de acuerdo a la frecuencia de compra, volumen y forma de pago. Teniendo en cuenta esto se puede otorgar un porcentaje de descuento de un 8% o más contenido por el mismo precio.</p>	<p>Se brinda un buen servicio y trato cordial a nuestros clientes teniendo en cuenta sus opciones de mejora, motivándolo a que conozca y se sienta satisfecho de la calidad de nuestros productos.</p>	<p>Se busca un local en la avenida quinta entre las avenidas 23 y 19.</p> <p>Ubicación estratégica cerca a las 2 plazas de mercado más concurridas por los ibaguereños</p>	<p>Un punto estratégico como es la avenida 5a facilitará la accesibilidad por parte de los clientes ya que está cerca a las 2 plazas y la alta movilidad de transporte público del sector ayuda a mejorar la visibilidad del sitio.</p>
Atención al cliente	Factores higiénicos	Servicio post venta	Facilidades de pago
<p>La atención al cliente es fundamental ya que la prioridad de la empresa es satisfacer las necesidades del consumidor moderno. Además de esto, tenemos servicio de call center, donde podremos estar pendientes de los pedidos, sugerencias y servicio post venta con los mismo.</p>	<p>Se busca tener personal de planta que cumpla con los requisitos que impone la secretaría de salud con los insumos enzimáticos. y el adecuado manejo de basuras contaminante y entes recolectores</p>	<p>Para nuestra empresa la percepción del cliente es importante ya que si un cliente en un momento dado tiene una inconformidad y tuvo de parte nuestro apoyo seguramente regresará porque ve que estamos interesados en su buena opinión hacia nosotros</p>	<p>Financiación dependiendo del comportamiento de pago del cliente y su constancia de compra.</p>

Tabla 11, planeación de ventas

2.11 ESTRATEGIAS DE MERCADEO

- Estrategias Eje Crecimiento

Plazo	Objetivo	Estrategia	Actividad
C O R T O	Aumentar e incentivar a nuestros clientes al consumo de la longaniza artesanal en su alimentación.	Realizar campañas publicitarias	<p>*Degustación de la longaniza artesanal.</p> <p>* Presentación de paquetes promocionales con extra contenido.</p> <p>*Diseño de página web</p> <p>*Publicidad radiales AM y FM, también el aprovechamiento de redes sociales y las Tics</p>
M E D I A N O	Lograr ser identificado por nuestros clientes como una empresa que prepara la mejor longaniza artesanal 100% de cerdo, al igual que expandir la marca fuera de la ciudad de Ibagué.	Mantener los estándares de calidad de los productos, perder el sabor tradicional de nuestras recetas.	<ul style="list-style-type: none"> • Canales de comunicación entre el cliente, el proveedor y la empresa. • Recibir inquietudes o mejoras de nuestro servicio y atención y distribución. • Investigar la satisfacción del cliente y a la aceptación de marca
L A R G O	Intervenir posibles mercados potenciales mediante nuevos puntos de venta, llevando a cabo al consumo de longaniza artesanal	Aumento de los canales de distribución. Llamadas periódicas a clientes mayoristas para evaluación del producto.	<p>Inversión en alta tecnología</p> <p>Publicidad llamativa</p>

Tabla 12, estrategias mercadeo

- Estrategias Eje eficiencia

Plazo	Objetivo	Estrategia	Actividad
C O R T O	Al momento de posicionarnos en el mercado Ibaguerense como entidad líder en la venta de Longanizas Artesanales, nuestro objetivo es conservar el nicho de mercado alcanzado, y de esta manera, atraer nuevos consumidores.	Mantener estándares de calidad pactados, y mano de obra calificada, pero eficaz, haciendo las gestiones más óptimas y de esta misma manera disminuyendo los costos.	*Trabajar en el manejo y optimización de los procesos en la creación de la Longaniza Artesanal.
M E D I A N O	Implementar la compra de activos fijos, un espacio donde trasladar la planta de producción, que sea parte de la entidad.	Cuando la entidad se encuentre posicionada, será el momento donde las utilidades estarán altas y listas para la inversión.	*Crear fondo de reserva internos, además de contar con las utilidades anuales, crear tablas de amortización donde se proyecte los pagos de esta inversión en activos fijos.
L A R G O	Teniendo ya un mercado posicionado, lo que buscamos es la incrementación de la planta de producción, para así incrementar contar con un mayor alcance de producto.	En el momento de contar con el activo fijo, será el momento (tiempo después) de expandirlo, siempre pensando en el macro,	*Crear fondo de reserva internos, además de contar con las utilidades anuales, crear tablas de amortización donde se proyecte los pagos de esta inversión en activos fijos.

Tabla 13, estrategias eficiencia

- Estrategias Eje innovación

Plazo	Objetivo	Estrategia	Actividad
C O R T O	Creación de estrategias para que la producción sea novedosa al cliente en cuanto al producto que se desea vender.	Utilizando productos artesanales y maquinaria tecnificada, se generará la mayor garantía de innovación a nuestros clientes.	*Utilización de maquinaria industrial, tecnificada y garantizando todas las sanidades a los productos.
M E D I A N O	Formalizar el pedido a través de una app	En los supermercados más concurridos de la ciudad tener en tiempo de pago promociones atractivas para que el consumidor adquiera el producto y lo vea como un producto que se debe de incluir en su lista de mercado	*Creación de página WEB *Aplicación de servicio al cliente y servicio post venta (app). *Publicidad llamativa.
L A R G O	Innovación en el desarrollo de canales de venta	Explorar nuevos mercados. Nuevos clientes	*Productos gratuitos a cambio de encuestas. *Mayor participación por parte del cliente.

Tabla 14, estrategias innovación

- Estrategias de Posicionamiento Durante el Ciclo de Vida

Etapa de introducción	Desarrollar una investigación de mercado, para conocer las necesidades de clientes, construir una relación con los canales de distribución, fijar precios adecuados, definir posicionamiento, promover el producto, lograr que el mercado objetivo lo deguste (muestras, promociones).
Etapa de crecimiento	Promover y promocionar el producto, responder a la demanda progresiva, reforzar el posicionamiento, ajustar relación con canales de distribución, desarrollar modificaciones al producto considerando la respuesta del mercado, instaurar correlación con consumidores, buscar caminos para sostener el crecimiento.
Etapa de madurez	Buscar variantes (empaques, presentaciones, versiones, nuevos productos), ejecutar ofertas y promociones para mantener las ventas, examinar posicionamiento, ajustar precios, negociar con canales de distribución, reducir inversión en publicidad, lograr fidelidad de clientes.
Etapa de decadencia	Disminuir la inversión, mantener la fidelidad de clientes, sostener relación con canales, planear momento y forma de discontinuar producto.

Tabla 15, estrategias posicionamiento

2.12 MERCADO DE INSUMOS

2.12.1 Aspectos a tener en cuenta

Calidad del producto	La carne y la empella se extrae de animales de alta genética, bajo estrictas medidas médico sanitarias el mismo día que se realiza la elaboración, el cual se encuentra avalado por Invima. La cebolla larga, comino, sal, pimienta y madeja se compran en las plazas de mercado de la ciudad de Ibagué.
Perfil general del proveedor	Es una empresa colombiana productora y comercializadora de carne de cerdo que inició en 1998 con la unión de productores y comercializadores de cerdo del Valle del Cauca. Integramos todo el proceso de producción tecnificada para PRODUCIR LA MEJOR CARNE DE CERDO, ideal para nutrir y preservar la buena salud.
Referencias y clientes	*Baby Back Ribs con picante Practicerdo *Trozos de Solomito con Finas Hierbas
Tecnología, infraestructura y logística	<ul style="list-style-type: none"> ● Sello de Respaldo para la promoción y venta de la carne de cerdo colombiana. (Primeros en el Valle del Cauca) ● Granjas categoría Platinum – Programa nacional de mejoramiento del estatus sanitario porcino. ● Contamos con BPM en todos nuestros procesos ● Cumplimos con los requerimientos del decreto 3075 de 1997 ● Nuestras materias primas cuentan con certificaciones ● Contamos con granjas certificada.
Filosofía y forma de trabajo	Su objetivo es garantizar la plena satisfacción de consumidores, por lo que se comprometen con

	ellos realizando un control exhaustivo en todos los procesos de producción que van desde la fábrica de alimentos hasta la mesa. De esta premisa la iniciativa de realizar la PRODUCCIÓN TECNIFICADA con la cual garantizamos que nuestra carne sea saludable.
Postventa	La manera de saber qué tan satisfecho a quedado un cliente de (por supuesto) que éste nos lo haga saber, por lo tanto, se pueden crear estrategias de mercado donde los usuarios que realicen encuestas de qué tanto ha disfrutado del producto, tendrá descuentos en sus próximos consumos.

Tabla 16, aspectos a tener en cuenta

2.12.2 Selección de proveedores

PROVEEDOR	UBICACIÓN	HORARIO S DE ATENCIÓN	TELÉFONOS	E-MAIL/REDES SOCIALES	OTROS SERVICIOS
Cerdos del valle	Cr29 B 11-90, Yumbo - Valle Del Cauca	8 am a 6 pm	(+57) 2 4881818 (+57)2 3359228	http://www.cervalle.com/	Carnes frescas de cerdo. Línea tradicional Cortes parrillero
Fondo Ganadero del Tolima	Kilómetro 3, Vía Nevado Zona Industrial Chapetón	8 am a 6 pm	PBX 2637099 - FAX 2637099 EXT 102	FONDO GANADERO DEL TOLIMA S.A	Longaniza de cerdo. Chorizo de res. Chorizo de cerdo. Chorizo de cordero. Hamburguesa de res. Hamburguesa de cordero.

Tabla 17, selección de proveedores

2.13 Proyección de los precios del producto e insumos

- Proyección de los precios del producto

Años	1	2	3	4	5
longaniza artesanal	\$9.500	\$ 9.945	\$ 10.411	\$ 10.900	\$ 11.411

Tabla 18, proyección de precios

- Proyección de los precios de insumos

Proyección de los precios de insumos	2019	2020	2021	2022	2023	IPC promedio
Carne	\$3.200,00	\$3.350,08	\$3.507,20	\$3.671,69	\$3.843,89	0,0469
Empella	\$ 96,00	\$ 100,50	\$ 105,22	\$ 110,15	\$ 115,32	
Cebolla larga	\$ 252,00	\$ 263,82	\$ 276,19	\$ 289,15	\$ 302,71	
Comino	\$ 80,00	\$ 83,75	\$ 87,68	\$ 91,79	\$ 96,10	
Sal	\$ 4,00	\$ 4,19	\$ 4,38	\$ 4,59	\$ 4,80	
Pimienta	\$ 54,00	\$ 56,53	\$ 59,18	\$ 61,96	\$ 64,87	
Tripa	\$ 75,00	\$ 78,52	\$ 82,20	\$ 86,06	\$ 90,09	
Total	\$3.761,00	\$3.937,39	\$4.122,05	\$4.315,38	\$4.517,77	

Tabla 19, proyección precios de insumos

3 ESTUDIO TÉCNICO

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

Para definir este proyecto se debe tener en cuenta varios factores; definir la planta de producción, la inversión en maquinaria y equipos, vehículo para las distribución, materias primas e insumos, personal capacitado para la producción, ventas.

3.1.1 Capacidad

10% demanda total, unidades	456.291				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad diseñada	45.629	45.629	45.629	45.629	45.629
Capacidad instalada 80%	36.503	36.503	36.503	36.503	36.503
Capacidad real	31.028	31.758	32.488	33.218	33.948
Utilización (%)	85%	87%	89%	91%	93%
Precio unitario	\$9.500	\$9.945	\$10.411	\$10.900	\$11.410
Ingresos	\$294.763.986	\$315.833.544	\$338.214.888	\$362.075.241	\$387.350.480

Tabla 20, capacidad de producción

3.2 LOCALIZACIÓN DEL PRODUCTO

3.2.1 Macro localización

Mapa de Ibagué con información detallada

La planta de producción de longaniza artesanal Se realizará en la Pola parte alta, más conocido como el sector de La Coqueta ubicado en la zona alta de la comuna 1 de la ciudad de Ibagué Tolima. En la dirección Cra 4a 5N 06 La Coqueta.

Clima: Es un clima fresco muy tranquilo y rodeado de naturaleza, presta todas las condiciones necesarias para llevar a cabo todos sus procesos de producción en forma óptima. Esta zona es concurrida por agentes económicos, tales como: proveedores, productores, distribuidores y consumidores de la empresa.

Materias primas, y clientes cerca.

Ventajas, Cercanía a las plazas de mercados, Esta zona se comunica con el centro de la ciudad de Ibagué Tolima. Por lo tanto, favorece por su cercanía para el abastecimiento de las materias primas e insumos, adicionalmente abarca gran parte de clientes potenciales que pertenecen a este sector, haciendo más efectivo el proceso de producción y el canal de distribución del producto.

Condiciones de transporte: El barrio la coqueta es un punto estratégico que cuenta con vías adecuadas para el transporte de este tipo de productos y con un flujo que ayuda a la movilidad del producto.

Posee todos los servicios públicos como son: acueducto y alcantarillado, energía eléctrica, teléfonos locales y móviles, internet y banda ancha, lo cual permite el funcionamiento adecuado de la planta de producción “longaniza artesanal”.

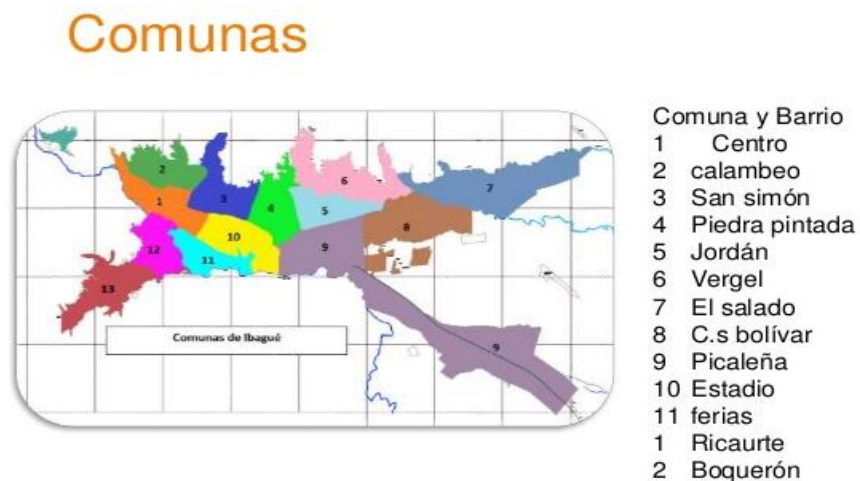


Ilustración 6 Comunas

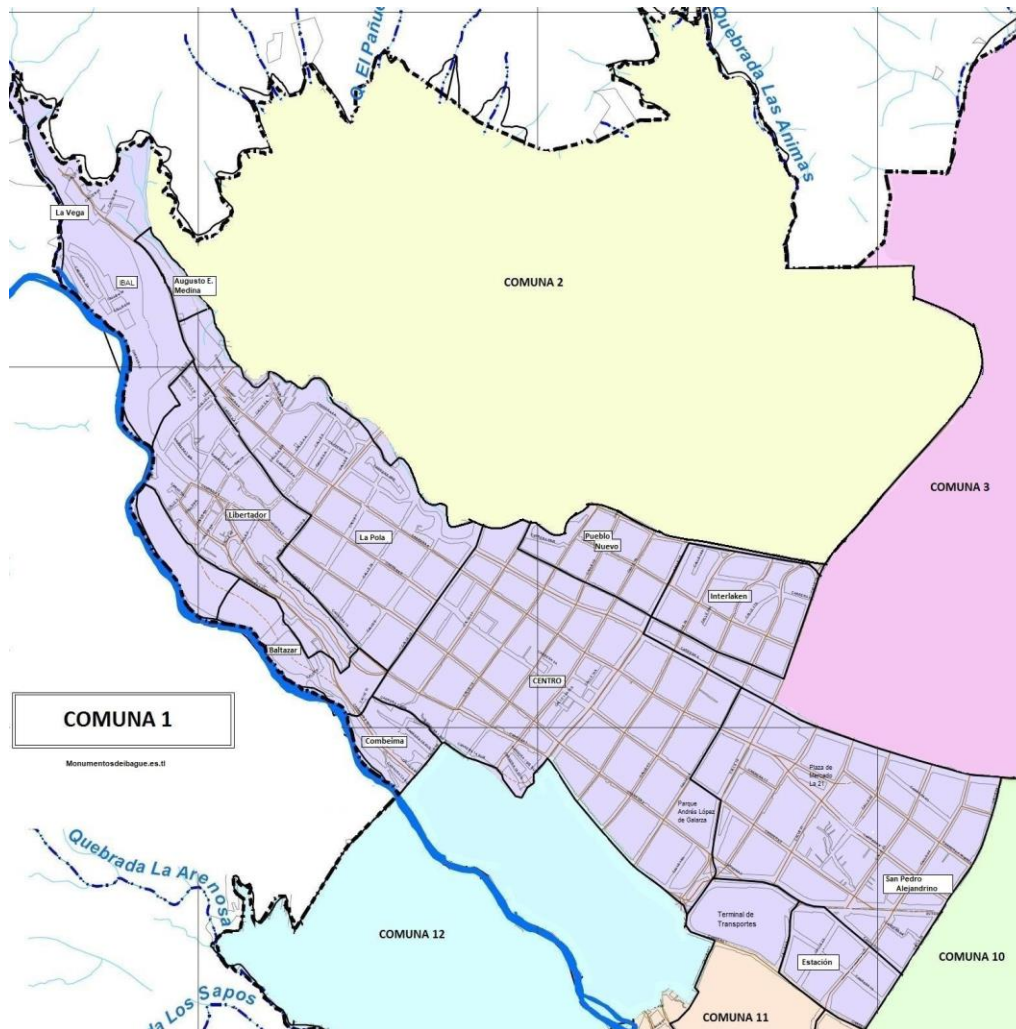


Ilustración 7 comuna 1

Conformada por 11 barrios.

- Augusto E. Medina
- Baltazar
- Centro
- Combeima
- Estación
- Interlaken
- La Pola
- Libertador
- Pola parte alta
- Pueblo Nuevo
- San Pedro Alejandrino

3.2.2 Preselección de los puntos de localización

Zona	Comuna	Estrato	Dirección
A	1	2	Cra 4a 5n 06 la coqueta
B	5	3	Cs 24 Mz g Jordán, 2 Etp
C	7	2	Cra 13 152a 59 salado

Tabla 21, preselección puntos de localización

3.2.3 Métodos de evaluación

Para este método de evaluación se definieron las siguientes zonas:

Zona A La coqueta

Zona B Jordán

Zona C El salado

Factor	Peso	Calificación zona A	Ponderación zona A	Calificación zona B	Ponderación zona B	Calificación zona C	Ponderación zona C
Materia prima disponible	0,35	8	2,8	6	2,1	6	2,1
Cercanía del mercado	0.1	5	0,5	8	0,8	5	0,5
Costo de insumos	0.25	7	1,75	7	1,75	6	1,5
Clima	0.1	8	0,8	7	0,7	4	0,4
Mano de obra disponible	0.2	7	1,4	5	1,0	6	1,2
Totales	1.0		7,25		6,35		5,7

Tabla 22, evaluación por zonas

De Acuerdo al método de evaluación realizado se define que la zona donde quedará la planta de producción es la Zona A la coqueta, con un porcentaje de ponderación de 7,2

3.2.4 Micro localización

Imagen de Google Maps de donde será ubicado el proyecto



Ilustración 8, ubicación planta de producción

3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.3.1 El proceso del producto

Selección del proceso productivo	En línea: es decir, se va llevar a cabo un conjunto de operaciones secuenciales en la fábrica de longaniza artesanal, con los mejores insumos para obtener un producto final de alta calidad y ser llevado al consumidor final.
----------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Tabla 23, proceso productivo

3.3.2 Selección de tecnología

Tecnología	Características	Proveedor	Precio
software contable	Módulos; costeo, nómina, facturación	Syscafe	\$1`000.000

Tabla 24, tecnología

3.3.3 Selección de maquinaria y equipo

Maquinaria y/o equipo	Características	Proveedor	Precio
maquina embutidora	Embutidora hidráulica, acero inoxidable, motor de ½ HP, embudo para 3 calibres de tripa, capacidad de cilindro 24 Lts.	JAVAR	\$ 4`150.000
báscula electrónica	gramera digital capacidad 40 kilos marca Texon	Servi Basculas Ibagué	\$ 150.000
maquina empacadora al vacío	CHICAGO POWER 20M3 campana, 45 minutos. Doble cámara,	JAVAR	\$ 9.200.000
maquina picadora	4 Picadora De Carne Eléctrico Industrial 2.6 Hp 2000 Watt	JAVAR	\$ 3000.000
refrigerador	Voltaje: 110V, 60 Hz. Dimensiones: 1320 x 1885 x 720 milímetros (alto, largo, fondo). Volumen de 764 litros (27 pies cúbicos). Unidad condensadora: ¼ H.P. Temperatura de refrigeración: 5°C promedio. Refrigerante: 134 a.	Indufrial S.A Electrolux	\$ 2`000.000
TOTAL	5		\$ 18`500.000

Tabla 25, maquinaria y equipo de producción

3.3.4 Selección de materia prima

longaniza artesanal	Unidad de medida	costo unidad	Cantidad necesaria	Proveedor	Precio
carne de cerdo	320 Gms	3200	768 Kls	Cerdo del valle	\$7.680.000
Empella	80 Gms	96	192 Kls	Cerdo del valle	\$ 230.400
Tripa	93,75 Cms 4 Gms	75	2.400 Mts 9.6 Kls	Distribuidora La 14	\$ 180.000
Cebolla larga	84 Gms	252	201.6 Kls	plaza la 21	\$ 604.800
Sal	5 Gms	4	12 Kls	Mercacentro	\$ 9.600
cominos	4Gms	80	9.6 Kls	Distribuidora La 14	\$ 192.000
pimienta	3 Gms	54	7.2 Kls	Distribuidora La 14	\$ 129.600
Total	500 Gms	3761	1.200 Kls		\$9.026.400

Tabla 26, selección materia prima

3.3.5 Selección de personal de producción

El personal que se requiere para el proceso de producción son los siguientes:

Mano de obra directa: Se necesitan para la producción 2 operarios a los cuales se les pagará el salario mínimo mensual legal vigente con todas las prestaciones sociales, auxilio de transporte y todo lo de ley

Un (1) jefe de producción al que se le pagará \$ 1'200.000 con todas las prestaciones sociales.

- Pago de sueldo y seguridad social

DEVENGADO					DEDUCCIONES				
NOMBRE EMPLEADO	SUELDO BASICO	DIAS LIQUIDADOS	BASICO	AUXILIO DE TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO	SALUD	PENSION	TOTAL DEDUCCIONES	NETO PAGADO
OPERARIO 1 MAQUINAS	\$ 828.116	30	\$ 828.116	\$ 97.032	\$ 925.148	\$ 33.125	\$ 33.125	\$ 66.250	\$ 858.898
OPERARIO 2 OFICIOS VARIOS	\$ 828.116	30	\$ 828.116	\$ 97.032	\$ 925.148	\$ 33.125	\$ 33.125	\$ 66.250	\$ 858.898
JEFE PRODUCCION	\$1.200.000	30	\$1.200.000	\$ 97.032	\$1.297.032	\$ 48.000	\$ 48.000	\$ 96.000	\$1.201.032
	\$2.856.232			\$ 291.096		\$ 114.250	\$ 114.250	\$ 228.500	\$2.918.828

Tabla 27, liquidacion pagos mano de obra directa de produccion

Total, nómina mano de obra directa \$ 2.918.828

3.3.6 Descripción del proceso de producción

Proceso de producción:

Se define la cantidad a producir, se toma la materia prima se pesan en la báscula la carne, la cebolla y la grasa se pesan por kilogramos. Posteriormente los demás insumos como la sal condimentos son llevados al área de control de calidad donde el jefe de producción realice la respectiva fórmula con la gramera, un operario lleva la tripa al área de producción para Insertar las en la maquinaria de embutido. Los operarios deben mantener aseado cada una de las máquinas y cada una de las áreas.

Al momento de recibir la materia prima y demás insumos, estos deben ser verificados las cantidades y el peso que coincida con la factura de compra, se revisa la ficha técnica que garantice la calidad de estos.

Al inicio de la jornada los operarios deben hacer un chequeo de que todas las máquinas están en perfectas condiciones para darle inicio al proceso de producción evitando retrasos y contratiempos.

Alistamiento de materias primas.

Apenas esté listo las materias primas, una vez la carne y la empella haya sido previamente pesada se procede a tomar la sal, condimentos y su respectiva fórmula para mezclar todas las materias primas y elaborar la longaniza artesanal. Esta actividad de mezclado la ejerce el jefe de producción ya que él es que tiene diseñada la fórmula especial para su elaboración.

El área de producción está dividida de la siguiente forma:

Área de alistamiento de materias primas

Área de lavado y picado

Área de mezclado y embutido

Después de tener la materia prima lista, los operarios la llevan al área de lavado y picado, en este proceso de picado se debe tener en cuenta el tamaño del corte, que debe ser el requerido y aprobado. Luego de este proceso la trasladada al área de mezclado verificando que tenga la consistencia, textura y color necesario.

Posteriormente se debe ingresar la mezcla en la máquina embutidora inicia el interruptor para empezar el proceso de embutido, luego tomar las tripas que van saliendo del embudo de la máquina después terminar el proceso de llenado y verificando que no queda más mezcla para embutir se apaga la máquina y se toman las tripas embutidas en bandejas para transportarlas al lugar de ahumado.

Proceso de ahumado o secado: Este proceso se realiza en una caseta tipo horno donde se genera humo natural permitiendo secar ahumar y darle un color a natural a la longaniza artesanal.

Elaborado en Madera de Cítricos y no resinables sin tratar, tubería y puerta de estufa, bloques de hormigón, ladrillos de arcilla, ladrillos refractarios, arcilla refractaria, cemento, tornillos, bisagras para una puerta, pestillo con cerradura, pomo para la puerta, tornillos para exteriores (de cubierta), tornillos normales, malla metálica, 3 o más placas de acero de 16 para cubrir el horno donde se genera el humo.

Proceso de refrigeración: El proceso de refrigeración se realiza cinco horas después del proceso anterior, durante este reposo los operarios aprovechan para realizar el mantenimiento de limpieza y desinfección de las máquinas y utensilios utilizados, las áreas de trabajo deben permanecer

impecable libre de olores y suciedades. Pasado este tiempo de reposo se trasladan al área de alistamiento y continuar con el proceso siguiente.

Proceso de empaque al vacío: la longaniza es trasladada nuevamente en canastillas al área de alistamiento para ser empacados al vacío, este proceso se realiza con la máquina especial que se encarga del sellamiento y conservación del producto, nuevamente deben ser pasadas por la báscula tiras embutidas que deben ser por 500gms cada una, se acomodan en el empaque plástico resistente. Después de empacado y pesado se procede a fijar la etiqueta la cual debe tener las siguientes características:

- Marca
- Logotipo de la empresa
- Fecha de vencimiento
- Fecha de elaboración
- Contenido (tamaño por porción o cantidad)
- Información nutricional
- Ingredientes
- Fabricado por
- Distribuido por.
- Registro sanitario
- Recomendaciones de uso
- Código de barras

En este último proceso ya está listo el producto terminado y puede ser distribuido y vendido, se debe conservar la cadena de frío.

3.3.6.1 Diagrama de proceso

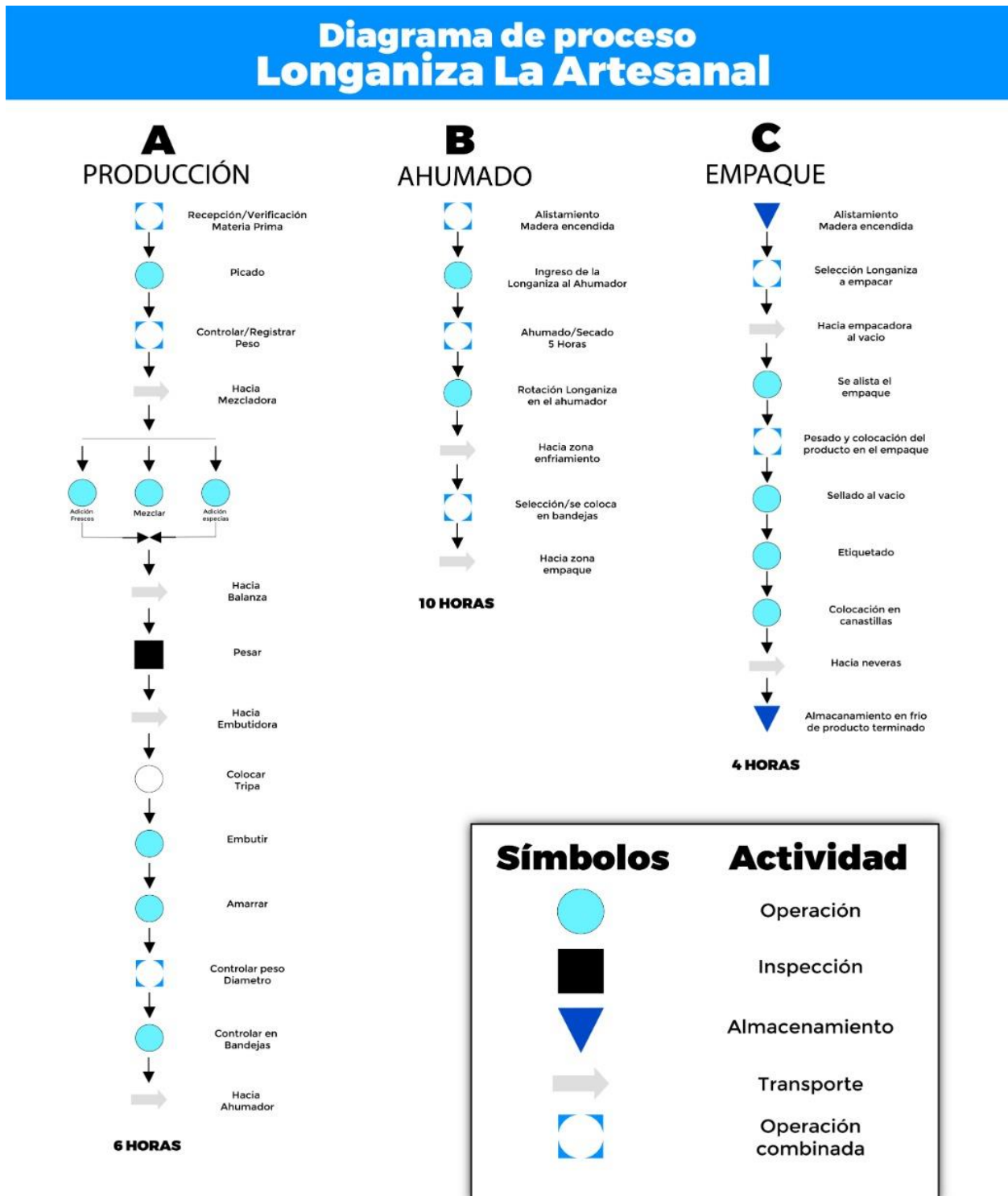


Gráfico 2, diagrama de procesos

3.3.7 Distribución en planta

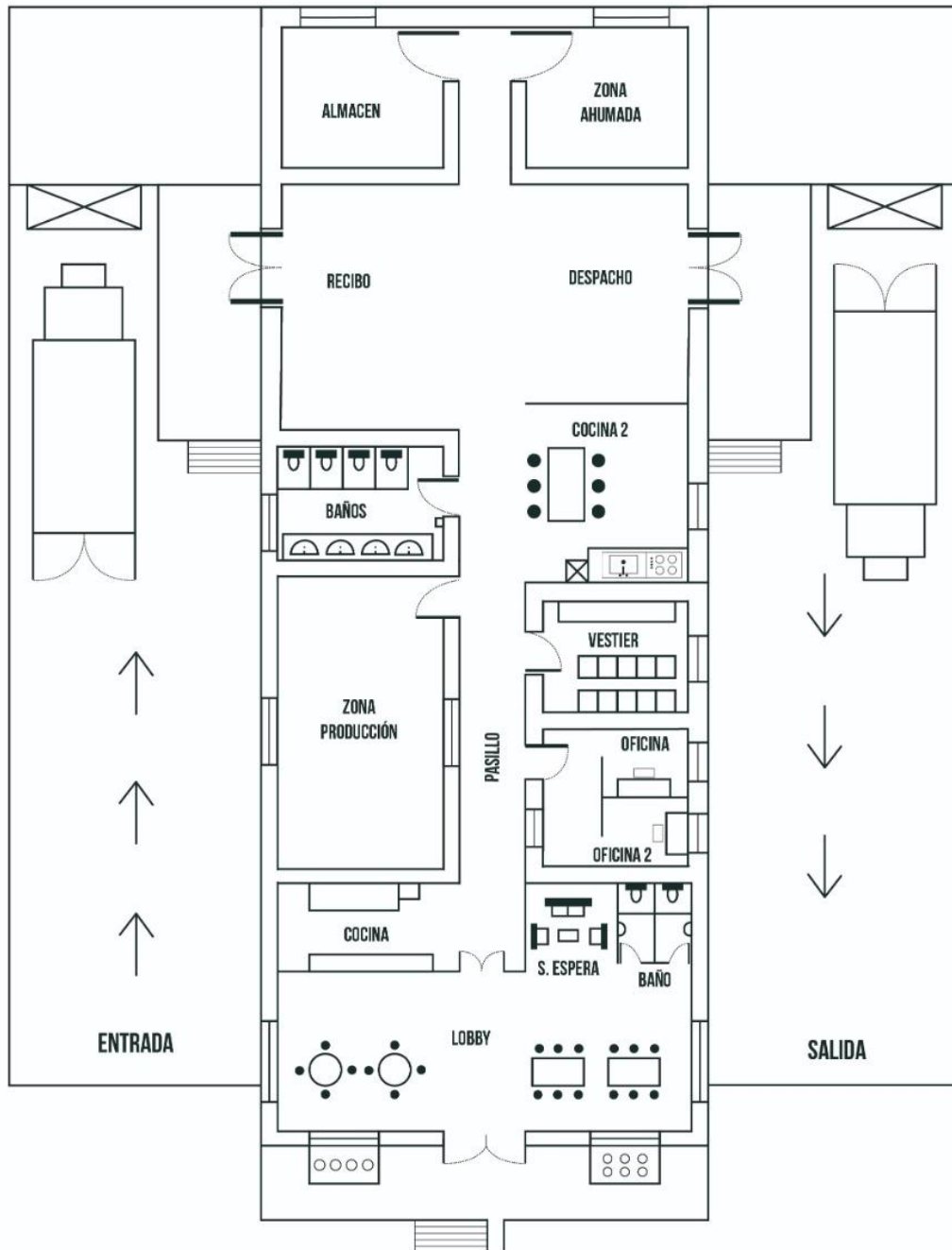


Ilustración 9 Distribución de planta

3.3.8 Obras físicas de la planta

Ítem	Unidad de medida	Especificación técnica	Tamaño	Costo unitario (\$)	Costo total (\$)
Bodega	ML	Lamina metálica	6	\$7.000	\$ 42.000
	M2	superboard	5	\$12.450	\$ 62.250
Estacionamientos	M 1.50	Teja zinc	15	\$13.000	\$ 195.000
	M x 7	Cercha metálica	5	\$ 7.000	\$ 35.000
Bodega servicios generales	m2	Superboard	4	\$ 12.450	\$ 49.800
Pisos y paredes en baldosín	m2	Baldosa antideslizante	16	\$ 14.000	\$ 224.000
		Baldosa pared	20	\$ 13.000	\$260.000
		pegacor	30	\$ 8.000	\$240.000
Mano de obra					\$2.000.000
Total					\$3.108.050

Tabla 28, presupuesto obras físicas planta de producción

3.3.9 Control de calidad

Acción	Encargado	Periodo	Lugar	Presupuesto
Control de limpieza y desinfección	Jefe de Producción	Cada 10 días	Bodega de producción y almacenamiento	\$ 400.000
Auditoria de calidad de producción	Ingeniero industrial	Trimestral	Bodega de producción y almacenamiento	\$ 3.200.000
Auditoria Interna	Ingeniero industrial	cuatrimestral	Bodega de producción y almacenamiento y área administrativa	\$ 4.500.000

Tabla 29, control de calidad

4. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

4.1 FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL

4.1.1 Misión

Satisfacemos las necesidades de nuestros clientes y consumidores elaborando embutidos Artesanales y productos con bajo contenido de conservantes, bajo normas y estándares de seguridad alimentaria. Contamos con un equipo humano competente y comprometido con la empresa apoyado con tecnología de punta.

4.1.2 Visión

Para el año 2025, la empresa de longaniza La Artesanal será líder en el mercado de embutidos artesanales saludables a nivel departamental, generando empleos directos e indirectos en la región; y enfocados a una proyección de distribución a nivel nacional.

4.1.3 Valores corporativos

La empresa de longaniza La Artesanal tendrá valores corporativos basados en la confianza, respeto, autenticidad, puntualidad, competencia leal, profesionalismo y dedicación por mejorar cada día más en aras del bienestar de nuestros clientes y la región.

4.2 ESTRUCTURA LEGAL

4.2.1 Esquema de la organización empresarial a utilizar

La empresa productora de longaniza artesanal se constituirá como una sociedad por acciones simplificada, debido a que este tipo de sociedad es el que más se ajusta a las necesidades del ente económico y sus propietarios.

4.2.2 Constitución y legalización de la organización

Razón Social	La artesanal S.A.S.
RUT	93.438.115
Forma Jurídica	Sociedad por acciones simplificadas SAS
Domicilio social	Cra 4a 5n 06 la coqueta
% Desembolsado	80%
Ampliación prevista	No
Fecha de ampliación	No
Participación capital extranjero	No
Objeto social	Producción, transformación y conservación de carne y de derivados cárnicos
Órganos de administración y gestión	<ul style="list-style-type: none"> ● Asamblea de accionistas: compuesta por todos los accionistas ● Representante legal: Designado por la junta de socios.

Tabla 30, constitución legal

4.3 ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

4.3.1 Organigrama de la empresa

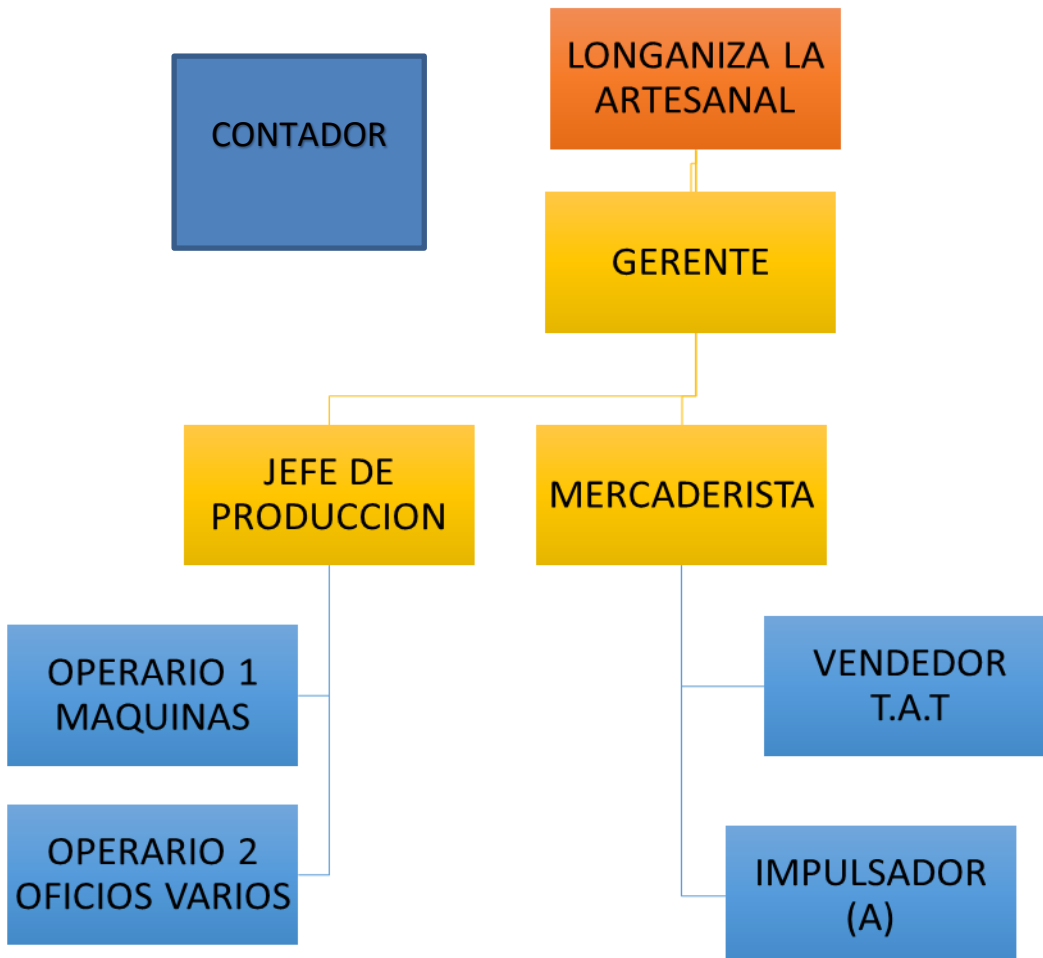


Gráfico 3: Organigrama de la empresa

4.3.2 Descripción de las funciones

Nombre del Cargo	Operario de máquina
Dependencia	Producción
Jefe Inmediato	Jefe de producción
Personas a Cargo	ninguna
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ● Operar máquina picadora, embutidora, horno secador. ● Realizar limpieza y esterilizar las máquinas y utensilios de la producción. ● Realizar mantenimiento preventivo y correctivo de las máquinas. ● Realizar inventarios ● Trasladar materia prima ● Empacar longaniza y colocar etiquetas ● Despachar mercancías. ● Llevar control de los tiempos en los procesos de producción. ● Refrigerar el producto. ● Organizar el producto de acuerdo a su fecha de vencimiento. ● Colaborar en las demás actividades que se requiera ● Demas funciones que le asigne su jefe inmediato con su cargo.

Tabla 31, funciones operario de maquinas

Nombre del Cargo	Operario oficios varios
Dependencia	Producción
Jefe Inmediato	Jefe de producción
Personas a Cargo	ninguna
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ● Manipular alistar y limpiar materias primas. ● Lavar la materia prima. ● Clasificar insumos. ● Limpiar todas las instalaciones de la planta. ● Realizar proceso de mezclado de materias primas. ● Desinfectar la zona de trabajo. ● Desinfectar máquinas. ● Encender horno y controlar el tiempo para el secado. ● Recibir y separar materia prima. ● Colaborar en las demás actividades que se requiera. ● Demas funciones que le asigne su jefe inmediato con su cargo.

Tabla 32, funciones operario oficios varios

Nombre del Cargo	Jefe de producción
Dependencia	Producción
Jefe Inmediato	Gerente general
Personas a Cargo	(2) <ul style="list-style-type: none"> ● Operario de maquinas ● Operario de oficios varios
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ● Revisar y evaluar la calidad de materias primas entregadas por el proveedor. ● Verificar precios y peso exacto de la compra ● Verificar la calidad del proceso de producción ● Agregar fórmula a las materias primas ● Revisar las consistencia, color y olor de la mezcla para la longaniza. ● Presentar informes al gerente de la producción. ● Controlar permanente de inventario de materias primas y producto terminado. ● Verificar los tiempos en cada proceso de producción ● Tener el producto listo de acuerdo a la solicitud del cliente. ● Despachar pedidos ● Demas funciones que le asigne su jefe inmediato con su cargo.

Tabla 33, funciones jefe de producción

Nombre del Cargo	Vendedor TAT
Dependencia	Área de ventas
Jefe Inmediato	Mercaderista
Personas a Cargo	Ninguna
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ● Atender a clientes ● Promover e impulsar el producto ● Conservar y captar nuevos clientes ● Solicitar pedidos al área de producción. ● Revisar el inventario producto terminado. ● Verificar la entrega del producto al cliente. ● Establecer fechas de entrega con los clientes. ● Mantener en constante comunicación con los clientes. ● Visitar frecuentemente a los clientes. ● Colaborar en las demás actividades que se requiera ● Demas funciones que le asigne su jefe inmediato con su cargo.

Tabla 34, funciones vendedor TAT

Nombre del Cargo	Contador Publico
Dependencia	Contabilidad
Jefe Inmediato	Asesor Externo
Personas a Cargo	ninguna
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ● Elaborar presupuestos de gastos y controlar las salidas de dinero. ● Supervisar y controlar las cuentas del activo pasivo y patrimonio ● Elaborar sistema de costeo ● Realizar las declaraciones de renta, IVA y retenciones ● Certificar y dictaminar los estados financieros y demás documentos que requieran dar fe pública. ● Elaborar cada mes los informes del trabajo realizado ● Manejar las cuentas y el dinero efectivo que reciba la empresa. ● Colaborar en las demás actividades que se requiera

Tabla 35, funciones contador

Nombre del Cargo	Gerente General
Dependencia	Gerencia
Jefe Inmediato	Máxima autoridad
Personas a Cargo	Jefe de producción Mercaderista Operario 1 Operario2 Vendedor TAT
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ● Representación social, judicial, contractual, extrajudicial, y administrativa de la empresa. ● Manejo de cuentas bancarias a nombre de la empresa. ● Gestionar créditos financieros y avances en cuentas corrientes de la empresa. ● Firmar contratos y documentos legales de la empresa. ● Aceptar créditos con clientes y proveedores. ● Gestionar alianzas con otras empresas y estrategias expansionistas. ● Revisar los informes mensuales realizados por el jefe de producción, el contador y asesor de ventas, y evaluar las situaciones. ● Demás funciones contenidas en el Acta de Constitución de la empresa. ● Cumplir los objetivos de la empresa. ● Establecer estrategias de crecimiento y reconocimiento de la marca.

Tabla 36, funciones gerente

Nombre del Cargo	Mercaderista
Dependencia	Ventas
Jefe Inmediato	Asesor de ventas
Personas a Cargo	Vendedor TAT
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ● Dar a conocer las características, beneficios y precios de los productos. ● Preparar algún tipo de alimentos para ejecutar la promoción, muestreo o degustación. ● Distribuir muestras. ● Distribuir pedidos ● Demostrar el funcionamiento y uso de productos. ● Organizar los puntos de degustación y exhibición. ● Contactar telefónicamente o por medios electrónicos personas y negocios e impulsar la venta de de la longaniza artesanal ● Organizar y exhibir mercancías en establecimientos comerciales. ● Visitar establecimientos comerciales para promocionar la longaniza artesanal. ● Elaborar inventarios, hacer pedidos e informes de ventas diarias en el punto de venta. ● Colaborar en las demás actividades que se requiera ● Demas funciones que le asigne su jefe inmediato con su cargo.

Tabla 37, funciones Mercaderista

4.3.3 Administración de personal

4.3.3.1 Requisitos para ocupar los cargos y funciones específicas

Cargo	Formación	Conocimientos		Experiencia	
		Técnico/especializado	Ofimáticos	General	Específica
GERENTE	Contador público, Administrador de empresas Administrador financiera	Destreza en gestión empresarial y conocimiento en procesos de producción	Computación, office, internet, correo electrónico	10 años	5 años
CONTADOR PUBLICO	contador público titulado	profesional en contabilidad, impuestos, auditoria	softwares contables Computación, office, internet.	3 años	3 años
JEFE DE PRODUCCIÓN	Tecnólogo en alimentos. ingeniero industrial	Capacitación en cárnicos, tecnología. Destreza en procesos de producción, cálculos matemáticos y manipulación de maquinaria	computación, office, internet, correo electrónico,	4 años	2 años
VENDEDOR TAT	Estudios y tácticas de ventas	Estrategias mercadeo, ventas y servicio al cliente.	Computación, office, internet, correo.	3 años	2 años
MERCADERISTA	bachiller/ técnico	Capacitación en servicio al cliente, ventas y mercadeo.	Computación, office, internet, correo.	3 años	1 años
OPERARIOS	Técnico electrónico	Programar, operar y mantenimiento y de maquinaria.	Computación, office, internet, correo.	5 años	3 años

Tabla 38, requisitos para ocupar cargos

4.3.3.2 Reclutamiento y contratación

Medios para la convocatoria	<ul style="list-style-type: none"> ● Portal de Computrabajo ● Egresados universitarios ● SENA (Bolsa de empleo) ● Fenalco (bolsa de empleo) ● Entrega física hojas de vida en las instalaciones de la empresa.
Evaluación	<ul style="list-style-type: none"> ● Entrevista ● Experiencia Profesional ● Experiencia en el cargo (vacante) ● Conocimiento- (Nivel académico) ● Presentación personal ● Pruebas de conocimiento ● prueba psicológica
Selección	Selección de tres (3) personas evaluadas por un representante de la -Junta Directiva, Gerente y Contador con los puntajes más altos realizan Prueba de conocimiento y Prueba Psicológica y el puntaje más alto.
Contratación	<p>Contrato a término fijo de 2 meses con periodo de prueba de 15 días contrato con prórroga automática.</p> <p>Afiliaciones a:</p> <p>ARL</p> <p>Fondo de pensión</p> <p>EPS</p> <p>Caja de compensación</p> <p>Examen de ingreso (médico)</p>
Inducción y capacitación	<p>Inducción administrativa</p> <p>Parte admisión</p> <p>Entrega de Reglamento interno.</p> <p>Parte operativa</p> <p>Entrega de Manual de funciones</p> <p>Procesos de Área a cumplir según el cargo</p> <p>Ejecución de actividades con acompañamiento.</p>

Tabla 39, proceso de reclutamiento y contratación

4.3.3.3 Reglamento higiene y seguridad industrial.



REGLAMENTO HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL

Razón Social: Longaniza La Artesanal s.a.s
 N.I.T: 93.438.115
 A.R.L.: Protección, Ciudad de sede principal: Ibagué, Departamento: Tolima
 Dirección Cra 4ª 5n-06 La Pola
 Teléfono: 82624430 - 3142269800

Cargos

Clase de Riesgos

Nº trabajadores

Administrativos	2
Operativos producción	6

Actividad Económica: Industrial con los siguientes códigos según el decreto 1607 de 2002: 3 1530 02 - 3 1543 01 – 3 0140 03.

Prescribe el siguiente reglamento contenido en los siguientes términos:

Artículo 1°. La empresa se compromete a dar cumplimiento a las disposiciones legales vigentes, tendientes a garantizar una oportuna y continua prevención de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, de conformidad con los artículos 34, 57, 58, 108, 205, 206, 217, 220, 221, 282, 283, 348, 349, 350, 351 del Código Sustantivo del Trabajo, la Ley 9 de 1.979, Resolución 2400 de 1.979, Decreto 614 de 1.984, Resolución 2013 de 1986, la Resolución 1016 de 1989, resolución 6398 de 1991, Decreto 1295 de 1994, Ley 776 de 2002 y demás normas que con tal fin se establezcan.

Artículo 2°. La Artesanal se obliga a promover y garantizar la constitución y funcionamiento del Comité Paritario de Salud Ocupacional, de conformidad con lo establecido por el Decreto 614 de 1.984, Resolución 2013 de 1.986, Decreto 1295 de 1.994 y la resolución 1016 de 1989

Artículo 3°. La Artesanal se compromete a destinar los recursos necesarios para desarrollar actividades permanentes de conformidad con el programa de Salud Ocupacional, elaborado de acuerdo con el Decreto 614 de 1.984 y la Resolución 1016 de 1.989, el cual contempla como mínimo los siguientes aspectos:

a) Subprograma de Medicina Preventiva y del Trabajo, orientado a promover y mantener el más alto grado de bienestar físico, mental y social de los trabajadores, en todos los oficios; prevenir daños a la salud ocasionados por las condiciones de trabajo; protegerlos en su cargo de riesgos generados por la presencia de agentes y procedimientos nocivos, colocar y mantener al trabajador en una actividad acorde con sus aptitudes fisiológicas y psicosociales.

b) Subprograma de Higiene y Seguridad Industrial, responsable de establecer las mejores condiciones de saneamiento básico industrial y crear procedimientos que conlleven a eliminar o controlar los factores de riesgo que se originen en los lugares de trabajo o que puedan ser causa de enfermedad profesional, disconfort o accidente.

Artículo 4º: Los riesgos existentes en la empresa están constituidos principalmente por:

GRUPO FACTOR DE RIESGO UBICACION

Operario

1. Herramientas manuales.
2. Puntos de operación.
3. Manipulación de materiales.
4. Mecanismos en movimiento.

Frigorífico, recibos, Cármicos, almacenes y comercializadoras. En Ibagué.

GRUPO FACTOR DE RIESGO UBICACION

Comercializadoras.

Físicos

1. Energía Mecánica: Ruido (Impacto canecas metálicas, Pasterizadores, Pulidoras, etc.)
2. Energía térmica: Calor (hornos) y Frío (refrigeradores).
3. Energía electromagnética: Radiaciones no ionizantes (Sol, Lámparas, Arcos soldadura, etc.)
4. Deficiente iluminación.

Ergonómicos

1. Carga estática (de pie, sentado).
2. Carga dinámica (esfuerzos por desplazamientos con cargas, sin cargas, levantamiento objetos).
3. Movimientos (diseño del puesto, altura del plano, ubicación de controles, sillas).
4. Organización del trabajo (secuencia productiva, tiempo de trabajo, peso y tamaño de objetos).

Todas las plantas, almacenes, recibos y comercializadoras algunas en mayor o menor.

Biológico

1. Animales: Mordeduras, Picaduras, etc.
2. Vegetales (Elementos contaminados, Polen.)
3. Fungal (hongos).
4. Protista (ameba, plasmodium).
5. Mónera (bacterias)

Asistencia Técnica, Laboratorios, plantas procesadoras, plantas de recibo.

Sociolaboral

1. Contenido de la tarea (monotonía de trabajo o repetitivo o en cadena).
2. Organización del tiempo en el trabajo (turnos de trabajo, horas extras, ritmo de trabajo).
3. Relaciones humanas (relaciones jerárquicas, funcionales, participación, toma de decisiones).
4. Gestión (evaluación del desempeño, planes de producción, capacitación, políticas de ascenso, estabilidad laboral, remuneración).

Todas las plantas, almacenes, recibos y comercializadoras en mayor o menor proporción dependiendo del proceso.

GRUPO FACTOR DE RIESGO UBICACIÓN

- Eléctrico 1. Alta tensión (Conexiones eléctricas).

2. Baja tensión (Tableros de control).
3. Estática (Transmisores de energía). recibos, Cármicos almacenes y comercializadoras.

Locativo Edificaciones y Bodegas:

1. Superficies de trabajo.
2. Sistemas de almacenamiento.
3. Distribución de área de trabajo.
4. Falta de orden y aseo.
5. Estructuras e instalaciones, recibos, Cármicos, almacenes y comercializadoras.

Riesgo Público

1. Atentados terroristas
 2. Hurto.
 3. Tránsito
- Todas las plantas.

PARÁGRAFO: A efecto que los riesgos contemplados en el presente Artículo, no se traduzca en accidente de trabajo o en enfermedad profesional, la Cooperativa ejerce su control en la fuente, en el medio transmisor o en el trabajador, de conformidad con lo estipulado en el programa de Salud Ocupacional, el cual se da a conocer a todos los asociados trabajadores al servicio de ella.

Artículo 5. La empresa y sus trabajadores darán estricto cumplimiento a las disposiciones legales, así como a las normas técnicas e internas que se adopten para lograr la implantación de las actividades de Medicina Preventiva y del Trabajo, Higiene y Seguridad Industrial, que sean concordantes con el presente reglamento y con el programa de Salud Ocupacional de Colanta.

Artículo 6. Colanta implementó un proceso de inducción y entrenamiento al trabajador sobre las actividades que debe desempeñar, capacitándolo respecto de

las medidas de prevención y seguridad que exija el medio ambiente laboral y el trabajo específico que vaya a realizar.

Artículo 7. Este reglamento permanecerá exhibido en uno o dos lugares de trabajo visibles de acuerdo al tamaño de las instalaciones locativas, cuyos contenidos se dan a conocer a todos los trabajadores en el momento de su ingreso.

Artículo 8. El presente reglamento entra en vigencia a partir de la fecha según la Ley 962 de 2005 en su artículo 55 y durante el tiempo que la Cooperativa conserve sin cambios sustanciales las condiciones existentes como actividad económica, métodos de producción, instalaciones locativas o cuando se dicten disposiciones gubernamentales que modifiquen las normas del reglamento o que limiten su vigencia.

Representante legal,

Firma

Harlinton Wilfer Sánchez González

C.C.93.438.115 de Mariquita, diciembre de 2019

Ilustración 10, reglamento higiene y seguridad industrial

4.3.3.4 Estructura salarial y prestacional

4.3.3.5 Seguridad social y servicios complementarios

Aportes parafiscales	Valor	Otras apropiaciones	Valor
Salud	\$638.559	Cesantía	\$682.641
Riesgos profesionales	\$39.215	Int. s/Cesantía	\$81.917
Fondo de pensiones	\$901.496	Prima de servicios	\$682.641
ICBF	\$225.374	Vacaciones	\$313.019
SENA	\$150.249	Esap	\$75.125
Subsidio familiar	\$300.499	Escuelas industriales	\$75.125
Subtotal	\$2.255.392	Subtotal	\$1.910.467

Total apropiaciones \$ 4.165.859

Empleado	Pensión	Salud	CCF	Riesgos
Operario 1 de máquinas	Colfondos	Medimás	Comfatolima	Sura
Operario 2 oficios varios	Colpensiones	Salud total	Comfatolima	Sura
Jefe de producción	Colpensiones	Nueva Eps	Comfatolima	Sura
Gerente General	Colfondos	Salud total	Comfatolima	Sura
Asesor Comercial	Colfondos	Nueva Eps	Comfatolima	Sura
Mercaderista	Porvenir	Medimás	Comfatolima	Sura

Tabla 40, seguridad social empleados

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 LAS INVERSIONES DEL PROYECTO

5.1.1 Inversiones fijas

ACTIVOS FIJOS	Año 0
TERRENOS	0
CONSTRUCCIONES O OBRAS CIVILES	\$3'108.050
MAQUINARIA	\$ 18'500.000
MUEBLES Y ENSERES	\$ 2'500.000
VEHÍCULOS	\$ 50'000.000
OTROS	0
TOTAL	\$74.108.050

Tabla 41, inversiones fijas

5.1.2 Inversiones diferidas

ACTIVOS DIFERIDOS	Año 0
GASTOS DE ORGANIZACIÓN (NOTARIALES-OTROS)	\$ 1'000.000
GASTOS DE MONTAJE	\$ 600.000
GASTOS DE PUESTA EN MARCHA	\$ 3'000.000
CAPACITACIÓN	\$ 400.000
OTROS	\$ 200.000
IMPREVISTOS	\$ 100.000
TOTAL	\$ 5.300.000

Tabla 42, inversiones diferidas

5.1.3 Capital de trabajo inicial

CAPITAL DE TRABAJO	Año 0
EFFECTIVO	\$ 44.760.000
INVENTARIO DE MATERIA PRIMA	\$ 25'000.000
INVENTARIO DE PRODUCTOS EN PROCESO	\$ 0
INVENTARIO DE PRODUCTOS TERMINADOS	\$ 0
CARTERA	\$ 0
OTROS	\$ 0
TOTAL	\$ 69.760.000

Tabla 43, capital de trabajo inicial

5.1.4 Inversión total

INVERSIÓN TOTAL	Año 0
Activos fijos	\$ 76'000.000
Activos diferidos	\$ 5'300.000
Capital de trabajo	\$0
Total	\$ 81'300.000

Tabla 44, inversión total

5.2 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

5.2.1 presentación de los presupuestos

5.2.1.1 Presupuesto de ventas

Precios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
LONGANIZA ARTESANAL	\$9.500,0	\$9.946,5	\$10.414,0	\$10.903,4	\$11.415,9

Tabla 45, presupuesto de ventas

5.2.1.2 Presupuesto de producción

Unidades Vendidas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
LONGANIZA ARTESANAL	\$31.028	\$ 31.758	\$ 32.488	\$33.218	\$33.948

Tabla 46, presupuesto de producción

5.2.1.3 Presupuesto de ingresos por ventas

Ventas Totales	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
LONGANIZA ARTESANAL	\$ 294.766.000	\$ 315.880.947	\$338.329.561	\$ 362.190.564	\$387.547.130

Tabla 47, presupuesto ingreso por ventas

5.2.1.4 Presupuesto de materiales

Costo Materia Prima	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
LONGANIZA ARTESANAL	\$116.696.308	\$125.055.604	\$133.942.892	\$143.389.338	\$153.427.869

Tabla 48, presupuesto de materiales

5.2.1.5 Presupuesto de mano de obra directa

Mano de obra directa	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
LONGANIZA ARTESANAL	\$35.025.948	\$37.534.959	\$40.202.444	\$ 43.037.758	\$46.050.785

Tabla 49, presupuesto mano de obra directa

5.2.1.6 Presupuesto de costos indirectos de fabricación

Costo Indirectos de fabricación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
LONGANIZA ARTESANAL	\$8.000.000	\$8.376.000	\$8.769.672	\$9.181.847	\$9.613.393

Tabla 50, presupuestos costos indirectos de fabricación

5.2.1.7 Presupuesto de Gasto de ventas

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto de Ventas	\$5.000.000	\$5.235.000	\$5.481.045	\$5.738.654	\$6.008.371

Tabla 51, presupuesto gasto de ventas

5.2.1.8 Presupuesto de gastos de administración

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
gastos de administración	\$57.000.000	\$59.679.000	\$62.483.913	\$65.420.657	\$68.495.428

Tabla 52, presupuesto gastos de administración

5.2.1.9 Presupuesto de gastos financieros

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Financieros	\$15.487.264	\$12.002.942	\$8.648.158	\$5.559.636	\$2.679.471

Tabla 53, presupuesto gastos financieros

5.2.2 Estados financieros proyectados

5.2.2.1 Estado de pérdidas y ganancias

ESTADO DE RESULTADOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$294.766.000	\$315.880.947	\$338.329.561	\$362.190.564	\$387.547.130
Devoluciones y rebajas en ventas	\$14.738.300	\$15.794.047	\$16.916.478	\$18.109.528	\$19.377.357
Materia Prima, Mano de Obra	\$151.722.256	\$162.590.563	\$174.145.336	\$186.427.096	\$199.478.654
Depreciación	\$14.016.667	\$14.016.667	\$14.016.667	\$12.350.000	\$12.350.000
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	\$8.000.000	\$8.376.000	\$8.769.672	\$9.181.847	\$9.613.393
Utilidad Bruta	\$106.288.777	\$115.103.670	\$124.481.408	\$136.122.093	\$146.727.726
Gasto de Ventas	\$5.000.000	\$5.235.000	\$5.481.045	\$5.738.654	\$6.008.371
Gastos de Administración	\$57.000.000	\$59.679.000	\$62.483.913	\$65.420.657	\$68.495.428
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	\$1.060.000	\$1.060.000	\$1.060.000	\$1.060.000	0
Utilidad Operativa	\$43.228.777	\$49.129.670	\$55.456.450	\$63.902.782	\$72.223.928

Otros ingresos	0	0	0	0	0
Intereses	\$15.487.264	\$12.002.942	\$8.648.158	\$5.559.636	\$2.679.471
Otros ingresos y egresos	-\$15.487.264	-\$12.002.942	-\$8.648.158	-\$5.559.636	-\$2.679.471
Utilidad antes de impuestos	\$27.741.513	\$37.126.728	\$46.808.292	\$58.343.146	\$69.544.457
Impuestos (35%)	\$9.154.699	\$12.251.820	\$15.446.736	\$19.253.238	\$22.949.671
Utilidad Neta Final	\$18.586.814	\$24.874.908	\$31.361.555	\$39.089.908	\$46.594.786

Tabla 54, estado de perdidas y ganancias

5.2.2.2 Flujo de caja

PERÍODO	1	2	3	4	5
1. INGRESOS POR VENTAS	\$294.766.000	\$315.880.947	\$338.329.561	\$362.190.564	\$387.547.130
2. COSTO TOTAL	\$151.722.256	\$162.590.563	\$174.145.336	\$186.427.096	\$199.478.654
3. UTILIDAD BRUTA ANTES DE IMPUESTOS	\$27.741.513	\$37.126.728	\$46.808.292	\$58.343.146	\$69.544.457
4. IMPUESTOS (35%)	\$9.154.699	\$12.251.820	\$15.446.736	\$19.253.238	\$22.949.671
5. UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTOS	\$18.586.814	\$24.874.908	\$31.361.555	\$39.089.908	\$46.594.786
6. RESERVA LEGAL (10%)	0	\$1.858.681	\$4.346.172	\$7.482.328	\$11.391.318
7. UTILIDAD POR DISTRIBUIR	0	\$16.728.132	\$39.115.549	\$67.340.949	\$102.521.866

Tabla 55, flujo de caja

5.2.2.3 Estado de situación financiera

BALANCE GENERAL	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo	\$150.000.000	\$193.028.556	\$212.811.969	\$239.294.236	\$274.237.605	\$316.704.084
Efectivo	\$44.760.000	\$82.901.590	\$114.574.263	\$152.744.465	\$197.551.452	\$248.540.229
Cuentas X Cobrar	0	\$36.845.750	\$39.485.118	\$42.291.195	\$45.273.820	\$48.443.391
Provisión por Cuentas Cobrar		0	0	0	0	0
Inventarios Materias Primas e Insumos	\$25.000.000	\$2.593.251	\$2.779.013	\$2.976.509	\$3.186.430	\$3.409.508
Inventarios de Producto en Proceso	0	\$1.841.544	\$1.962.303	\$2.090.689	\$2.208.634	\$2.353.652
Inventarios Producto Terminado	0	\$3.683.087	\$3.924.605	\$4.181.378	\$4.417.269	\$4.707.303
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados	0	0	0	0	0	0
Total Activo Corriente:	\$74.000.000	\$131.045.222	\$164.845.302	\$205.344.236	\$252.637.605	\$307.454.084
Terrenos	0	0	0	0	0	0

Construcciones y Edificios	\$3'108.050	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo de Operación	\$18.500.000	\$16.650.000	\$14.800.000	\$12.950.000	\$11.100.000	\$9.250.000
Muebles y Enseres	\$2'500.000	\$2.000.000	\$1.500.000	\$1.000.000	\$500.000	0
Equipo de Transporte	\$50.000.000	\$40.000.000	\$30.000.000	\$20.000.000	\$10.000.000	0
Equipo de Oficina	\$5.000.000	\$3.333.333	\$1.666.667	0	0	0
Semovientes pie de cría	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Total, Activos Fijos:	\$76.000.000	\$61.983.333	\$47.966.667	\$33.950.000	\$21.600.000	\$9.250.000
Total, Otros Activos Fijos	0	0	0	0	0	0
ACTIVO	\$150.000.000	\$193.028.556	\$212.811.969	\$239.294.236	\$274.237.605	\$316.704.084
Pasivo	\$50.000.000	\$74.441.742	\$69.350.247	\$64.470.959	\$60.324.421	\$56.196.113
Cuentas X Pagar Proveedores		\$25.287.043	\$27.098.427	\$29.024.223	\$31.071.183	\$33.246.442
Impuestos X Pagar	0	\$9.154.699	\$12.251.820	\$15.446.736	\$19.253.238	\$22.949.671
Acreeedores Varios		0	0	0	0	0
Obligaciones	\$50.000.000	\$40.000.000	\$30.000.000	\$20.000.000	\$10.000.000	0

Financieras						
Otros pasivos a LP		0	0	0	0	0
Obligación Fondo Emprender (Contingente)	0	0	0	0	0	0
PASIVO	\$50.000.000	\$74.441.742	\$69.350.247	\$64.470.959	\$60.324.421	\$56.196.113
Patrimonio						
Capital Social	\$100.000.000	\$100.000.000	\$100.000.000	\$100.000.000	\$100.000.000	\$100.000.000
Reserva Legal Acumulada	0	0	\$1.858.681	\$4.346.172	\$7.482.328	\$11.391.318
Utilidades Retenidas	0	0	\$16.728.132	\$39.115.549	\$67.340.949	\$102.521.866
Utilidades del Ejercicio	0	\$18.586.814	\$24.874.908	\$31.361.555	\$39.089.908	\$46.594.786
Revalorización patrimonio	0	0	0	0	0	0
PATRIMONIO	\$100.000.000	\$118.586.814	\$143.461.721	\$174.823.277	\$213.913.184	\$260.507.971
PASIVO + PATRIMONIO	\$150.000.000	\$193.028.556	\$212.811.969	\$239.294.236	\$274.237.605	\$316.704.084

Tabla 56, estado de situación financiera

5.2.2.5 Flujo neto

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
UTILIDAD POR DISTRIBUIR	\$58.305.444	\$55.051.637	\$58.281.296	\$61.866.045	\$65.320.690
+ AMORTIZACIÓN DIFERIDOS	\$1.060.000	\$1.060.000	\$1.060.000	\$1.060.000	0
+ RESERVA LEGAL		\$1.858.681	\$4.346.172	\$7.482.328	\$11.391.318
+ DEPRECIACIÓN	\$14.016.667	\$14.016.667	\$14.016.667	\$12.350.000	\$12.350.000
FLUJO NETO	\$18.586.814	\$24.874.908	\$31.361.555	\$39.089.908	\$46.594.786

Tabla 57, flujo neto

5.3 FINANCIAMIENTO

Tasa efectiva anual utilizada en la simulación	17.46%
Tasa mes vencida utilizada en la simulación	1.35%
Cuota mensual	\$1,221,222.57
Seguro de vida asociado a la deuda por cuota	\$60,000.00
Cuota mensual más seguro(s)	\$1,281,222.57
Plazo	60 meses

Cuota #	Abono a intereses	Abono a capital	Cuota mensual sin seguros	Valor del seguro de vida	Cuota mensual más seguros	Saldo
0	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$60,000.00	\$0.00	\$50,000,00 0.00
1	\$675,000.00	\$546,222.57	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$49,453,77 7.43
2	\$667,626.00	\$553,596.57	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$48,900,18 0.86
3	\$660,152.44	\$561,070.13	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$48,339,11 0.73
4	\$652,577.99	\$568,644.57	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$47,770,46 6.16
5	\$644,901.29	\$576,321.27	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$47,194,14 4.89
6	\$637,120.96	\$584,101.61	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$46,610,04 3.27
7	\$629,235.58	\$591,986.98	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$46,018,05 6.29
8	\$621,243.76	\$599,978.81	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$45,418,07 7.48
9	\$613,144.05	\$608,078.52	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$44,809,99 8.96

10	\$604,934.99	\$616,287.58	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$44,193,711.38
11	\$596,615.10	\$624,607.46	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$43,569,103.91
12	\$588,182.90	\$633,039.67	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$42,936,064.25

13	\$579,636.87	\$641,585.70	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$42,294,478.55
14	\$570,975.46	\$650,247.11	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$41,644,231.44
15	\$562,197.12	\$659,025.44	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$40,985,206.00
16	\$553,300.28	\$667,922.29	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$40,317,283.71
17	\$544,283.33	\$676,939.24	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$39,640,344.47
18	\$535,144.65	\$686,077.92	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$38,954,266.55
19	\$525,882.60	\$695,339.97	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$38,258,926.59
20	\$516,495.51	\$704,727.06	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$37,554,199.53

21	\$506,981.69	\$714,240.87	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$36,839,958.65
22	\$497,339.44	\$723,883.13	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$36,116,075.53
23	\$487,567.02	\$733,655.55	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$35,382,419.98
24	\$477,662.67	\$743,559.90	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$34,638,860.08

	\$467,624.61	\$753,597.96	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$33,885,262.12
	\$457,451.04	\$763,771.53	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$33,121,490.59
	\$447,140.12	\$774,082.44	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$32,347,408.15
	\$436,690.01	\$784,532.56	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$31,562,875.59
	\$426,098.82	\$795,123.75	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$30,767,751.84
	\$415,364.65	\$805,857.92	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$29,961,893.93
	\$404,485.57	\$816,737.00	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$29,145,156.

						93
	\$393,459.62	\$827,762.95	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$28,317,393. 98
	\$382,284.82	\$838,937.75	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$27,478,456. 23
	\$370,959.16	\$850,263.41	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$26,628,192. 82
	\$359,480.60	\$861,741.96	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$25,766,450. 85
	\$347,847.09	\$873,375.48	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$24,893,075. 37
	\$336,056.52	\$885,166.05	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$24,007,909. 32
	\$324,106.78	\$897,115.79	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$23,110,793. 53
	\$311,995.71	\$909,226.86	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$22,201,566. 67
	\$299,721.15	\$921,501.42	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$21,280,065. 26
	\$287,280.88	\$933,941.69	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$20,346,123.

						57
	\$274,672.67	\$946,549.90	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$19,399,573.67
	\$261,894.24	\$959,328.32	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$18,440,245.35
	\$248,943.31	\$972,279.26	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$17,467,966.09
	\$235,817.54	\$985,405.03	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$16,482,561.07
	\$222,514.57	\$998,707.99	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$15,483,853.07
	\$209,032.02	\$1,012,190.55	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$14,471,662.52
	\$195,367.44	\$1,025,855.12	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$13,445,807.40

	\$181,518.40	\$1,039,704.17	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$12,406,103.23
	\$167,482.39	\$1,053,740.17	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$11,352,363.05
	\$153,256.90	\$1,067,965.67	\$1,221,222.57	\$60,000.00	\$1,281,222.57	\$10,284,397.39

	\$138,839.36	\$1,082,383.20	\$1,221,222.57	\$60,000.0 0	\$1,281,222.57	\$9,202,014.18
	\$124,227.19	\$1,096,995.38	\$1,221,222.57	\$60,000.0 0	\$1,281,222.57	\$8,105,018.81
	\$109,417.75	\$1,111,804.81	\$1,221,222.57	\$60,000.0 0	\$1,281,222.57	\$6,993,213.99
	\$94,408.39	\$1,126,814.18	\$1,221,222.57	\$60,000.0 0	\$1,281,222.57	\$5,866,399.81
	\$79,196.40	\$1,142,026.17	\$1,221,222.57	\$60,000.0 0	\$1,281,222.57	\$4,724,373.64
	\$63,779.04	\$1,157,443.52	\$1,221,222.57	\$60,000.0 0	\$1,281,222.57	\$3,566,930.12
	\$48,153.56	\$1,173,069.01	\$1,221,222.57	\$60,000.0 0	\$1,281,222.57	\$2,393,861.11
	\$32,317.12	\$1,188,905.44	\$1,221,222.57	\$60,000.0 0	\$1,281,222.57	\$1,204,955.67
	\$16,266.90	\$1,204,955.67	\$1,221,222.57	\$0.00	\$1,221,222.57	\$0.00

Tabla 58, financiamiento

6 EVALUACIÓN FINANCIERA

6.1 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
UTILIDAD POR DISTRIBUIR			\$16.728.132	\$39.115.549	\$67.340.949	\$102.521.866
+ AMORTIZACIÓN DIFERIDOS		\$1.060.000	\$1.060.000	\$1.060.000	\$1.060.000	0
+ RESERVA LEGAL			\$1.858.681	\$4.346.172	\$7.482.328	\$11.391.318
+ DEPRECIACIÓN		\$14.016.667	\$14.016.667	\$14.016.667	\$12.350.000	\$12.350.000
INVERSIÓN INICIAL	\$ 100'000.000					
FLUJO NETO	- \$150.000.000	\$63.628.855	\$53.675.614	\$56.818.361	\$60.366.623	\$63.668.248

Tabla 59, periodo de recuperación de la inversión

6.1.1 Valor presente neto VPN y Tasa interna de retorno TIR

1 Datos para el análisis							
Inversión	importe						
		150.000.000					
		AÑOS					
Flujo de caja (neto anual)	inversión	1	2	3	4	5	
		-150.000.000	63.628.855	53.675.614	56.818.361	60.366.623	63.668.248
2 Cálculo del V.A.N. y la T.I.R.							
Tasa de descuento	%	22,00%					
V.A.N a cinco años		20.314.331,63					
		Valor positivo, inversión (en principio) factible					
T.I.R a cinco años		28,20%					
		Valor superior a la tasa, inversión (en principio) factible					

Tabla 60, VPN y TIR

6.1.2 Relación costo beneficio

Suma de Ingresos	\$ 947.045.065,50
Suma de egresos	\$ 801.934.138,49
Costos – inversión	\$ 877.934.138,49
B/C	1,07

Tabla 61, relación costo beneficio

6.2 EVALUACIÓN SOCIAL

6.2.1 Beneficios y aportes sociales del proyecto

<p>Cómo se beneficia la sociedad</p>	<p>La sociedad se beneficia en la medida que tiene acceso a productos embutidos de calidad, en tanto que entre mejor sea el estado de la carne mayor nivel de proteína podrá aportar a sus consumidores. De igual manera, este producto se proyecta de acuerdo al tipo de consumidor, siendo este un alimento que si bien su distribución será en las grandes superficies puede ser obtenido en ventas de comida rápido como también en los hogares, puesto que está diseñado para ser un producto de fácil preparación, combinación con otros alimentos y un tiempo de uso razonable.</p>
<p>Cómo se maximiza el bienestar colectivo</p>	<p>Acerca del bienestar colectivo se proyecta maximizarlo de forma en que sea un producto de consumo de acuerdo al tipo de consumidor escogido; debido a que las proteínas que aporta este producto son las mismas que puede aportar la carne de la que es derivada y así mismo, contrarresta el daño que causa al ser pasado por grasas y aceites de cocina.</p>

Tabla 62, beneficios y aportes sociales

6.3 EVALUACIÓN AMBIENTAL

6.3.1 Evaluación del impacto ambiental

Categoría	Nivel de impacto			
	Alto	Medio	Bajo	Nulo
El Ser humano, la fauna y la flora		Si bien el impacto del consumo de este producto es notable, debido a que, de ser sacrificado una cantidad considerable de animales se rompería el flujo de las cadenas tróficas de la naturaleza y por ende, no sería suficiente la energía que sea devuelta.		
El suelo, el agua, el aire, el clima y el paisaje			El suelo: La ubicación de las plantas de producción puede llegar a ser perjudiciales para los recursos terrestres en tanto a que éstos puedan ser importantes para la ecología. Además,	

que la eliminación de desechos sólidos en el terreno puede deteriorar los recursos terrestres.

El agua:

La producción de embutidos genera un gran uso de recursos hídricos puesto que sirve como solvente, para limpiar y para cocinar.

A pesar de esto, ahorrar el consumo de agua puede minimizar el impacto que produce el deterioro del agua.

Aire:

La producción de embutidos en cuanto al impacto del aire puede generar olores nocivos.

Clima:

El cambio climático se da por causas naturales y por la actividad humana, de esta última se desprenden los mayores factores que afectan al clima entre éstos el procesamiento de carnes a grandes escalas.

		<p>Sin embargo, los desechos descargados por la industria de carne pueden ser reducidos a niveles deseados mediante el manejo efectivo del agua, control de los desperdicios dentro de la planta modificación del proceso y sistemas de tratamiento de las aguas servidas.</p>	
--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Tabla 63, evaluación impacto ambiental

6.3.2 Mitigación y compensación del impacto ambiental

Factores	Objetivo	Estrategia	66
El Ser humano, la fauna y la flora	Producir un embutido de calidad que reduzca el sacrificio de fauna y no produzca un desequilibrio en las cadenas alimenticias de la naturaleza y mejore las condiciones de trabajo de las personas	Obtener un embutido bajo en grasa elaborado artesanalmente con insumos naturales controlados.	*Ofrecer condiciones de trabajo seguras *Mejorar la conciencia sobre excesivo uso de los recursos naturales *Pruebas con insumos artesanales
/El suelo, el agua, el aire, el clima y el paisaje	Minimizar el impacto que tiene la producción y procesamiento de embutidos a los recursos naturales	Reducir la materia prima que provenga del ambiente y obtener maquina que minimice la utilización de recursos naturales para la producción de embutidos	*Búsqueda de maquinaria ecológica *Reducción de materia prima proveniente de los recursos naturales *Análisis del impacto ambiental de manera anual que produce la empresa
Los bienes materiales y el patrimonio cultural	Establecer parámetros administrativos y organizativos para la producción de embutidos que promulguen con las regulaciones de las entidades ambientales y de protección del patrimonio cultural	Incorporar políticas ambientalistas en la formulación y conformación de los principios de la empresa	*Estudio de políticas ambientalistas *Estudio de políticas de protección del patrimonio cultural *Formulación de principios

Tabla 64, mitigación y compensación ambiental

Referencias

- <https://www.slideshare.net/PaolaCanoAvila/imaginario-de-ciudad-y-sus-elementos-ibagu>
- Reglamento interno de trabajo e higiene COLANTA LTDA
http://www.cooperativacolanta.com/Portals/0/Documentos/Documentosdeinteres/gestion_de_riesgos_en_finca/reglamento_higiene_y_seguridad_industrial.pdf
-

Anexos

Resultados de la encuesta

Estudio de mercado longaniza artesanal



1) Edad

170 respuestas

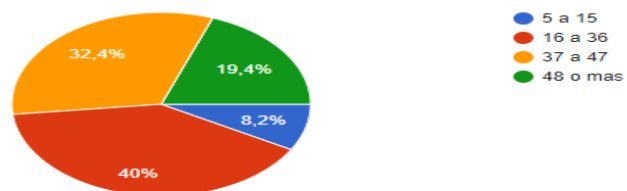


Grafico 4, encuesta por edad

2) Sexo

170 respuestas

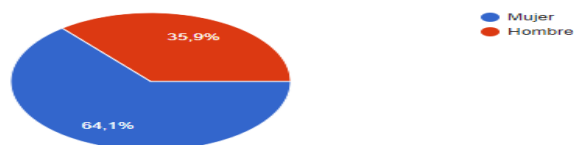


Grafico 5, encuesta por sexo

3) ¿Consume usted alimentos embutidos con frecuencia?

170 respuestas

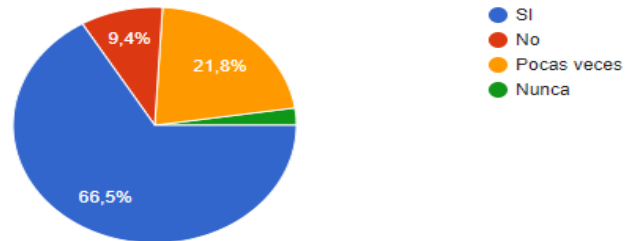


Gráfico 6, encuesta consumo de embutidos

4) ¿Conoce usted la longaniza artesanal?

170 respuestas

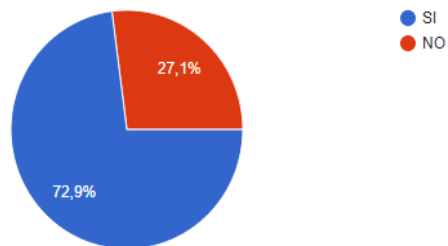


Gráfico 7, encuesta conocimiento del producto

5) ¿Incluiría en su alimentación Longaniza artesanal?

170 respuestas

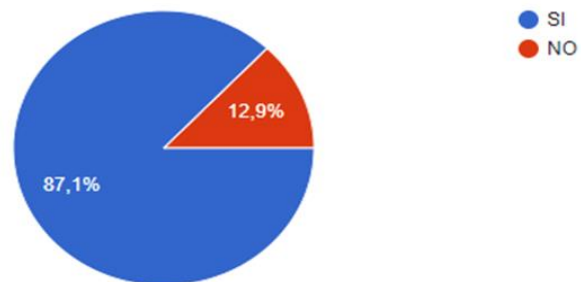


Gráfico 8, encuesta selección del producto

6) ¿Que tan interesado esta usted en comprar longaniza artesanal?

170 respuestas



Grafico 9, encuesta interes del producto

7) ¿Donde le gustaría comprar "longaniza artesanal"?

170 respuestas

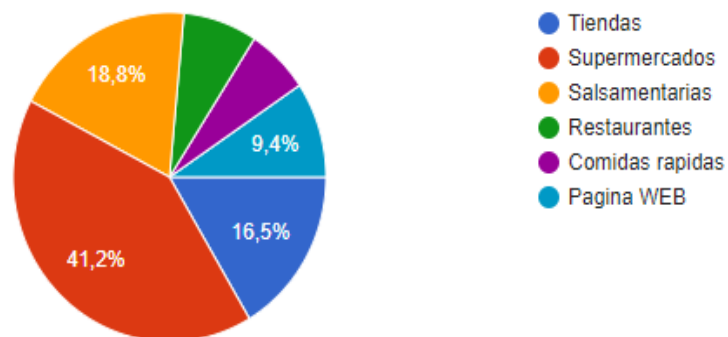


Grafico 10, encuesta selección lugar de compra del producto

8) ¿Con que factores relaciona usted la longaniza artesanal?

170 respuestas

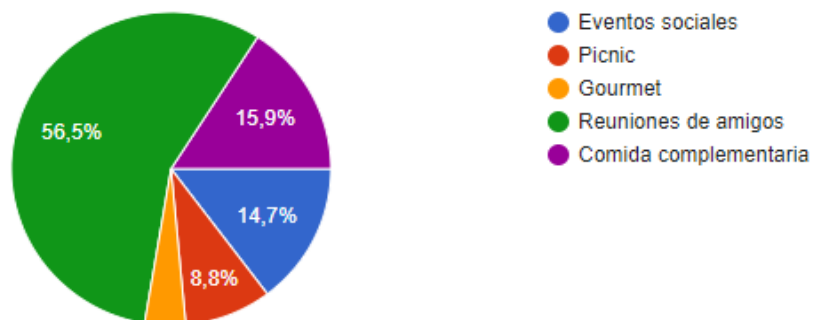


Gráfico 11, encuesta factores de consumo



1. Logo institucional.

ENERGIA	PROTEINA	FIBRA	SDIO	AGUA
250	21	0.3	660	85
13%	2%	0.7%	33%	7%

LONGANIZA LA ARTESANAL
314 - 226 - 9800 / Cra 4ª N° 5n - 06 Pola parte alta
N° RGSAA - 21003024/Z

1 234567 891239

Facebook: Longaniza La Artesanal
Instagram: @Longanizalaartesanal

Fecha de fabricación: 19/05/2020
Fecha de vencimiento: 19/08/2020

2. Tarjeta de presentación



3. Presentación longaniza La Artesana Hotel Casa Morales. Formulación de proyectos.



4.1 Feria emprendimiento universidad UNIMINUTO sede quinta.



4.2 Feria emprendimiento universidad UNIMINUTO sede quinta



4.3 Feria emprendimiento universidad UNIMINUTO sede quinta.



4.4 Feria emprendimiento universidad UNIMINUTO sede quinta.



4.5 Feria emprendimiento universidad UNIMINUTO sede quinta.



4.6 Feria emprendimiento universidad UNIMINUTO sede quinta.

