

Formulación de plan de negocio para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de pollo ahumado empacado al vacío en la ciudad de Pasto para el año 2023.

Jackelin Marcela Narváez Bolaños

John Alexander Cuastumal Pantoja

Programa Académico administración de empresas Corporación Universitaria Minuto de Dios

Centro Regional Pasto

NRC 24499 Opción de grado en Emprendimiento

Asesor:

Ricardo Andrés Sarralde Arellano

22 de mayo, 2022

Tabla de contenido

Tabla de contenido.....	2
Resumen.....	5
Introducción.....	8
1. Aspectos generales.....	9
1.1. Tema.....	9
1.2. Planteamiento y descripción de la oportunidad de negocio	9
2. Justificación de la idea de emprendimiento	10
3. Objetivos	11
4. Objetivo general	11
5. ESTUDIO DEL MERCADO	12
5.1. Antecedentes.	12
5.2. Marco contextual.....	14
6. MÓDULO DE MERCADO	14
6.1 Tipo y enfoque de investigación.	14
6.2 Tamaño de la Muestra.....	16
6.3 Instrumentos para recolectar información.....	16
6.4. Análisis del Sector.....	16
6.5. Análisis del Mercado	18
6.6. Resultados de la investigación de mercados	19
6.7. Identificar el Cliente Real	21
6.8. Propuesta de Valor.....	23
6.9. Competencia.....	23
6.10. Estrategias de mercadeo:	29
6.10.1. Estrategia de Venta	29
6.10.1.1. Concepto de producto o servicio	29
6.10.1.2. Estrategia de distribución	31
6.10.1.3. Estrategia de precio.....	34
6.10.1.4. Estrategia de promoción.....	35
6.10.1.5. Estrategia de comunicación.....	35

6.10.1.6. Estrategia de alianzas comerciales	36
6.11. Proyección de Ventas	37
7. Módulo de Operación.....	38
7.1 Ficha Técnica.....	38
7.2 Descripción del Proceso	40
7.3 Estado de Desarrollo.....	41
7.3.1 Prototipo y/o evidencias.....	41
7.4 Requerimientos de Inversión.....	41
7.4.1 Lugar de operación	41
8 Módulo de Organización	42
8.1 Estrategia Organizacional	42
8.2 Organismos de Apoyo.....	44
8.3 Estructura Organizacional.....	45
8.4 Aspectos Legales.....	48
8.5 Costos Administrativos.....	49
9 Módulo Financiero.....	51
9.1 Requerimientos de maquinaria, planta y equipo (inversión en activos fijos)	51
9.2 Inversión capital de trabajo	52
9.3 Cronograma d	52
9.4 Proyección de egresos (costos y gastos)	
9.5 Plan de Compra	54
9.6 Proyección de Ingresos.....	55
9.7 Punto de equilibrio	55
9.8 Balance General	60
9.9 Estado de Resultados	62
9.10 Indicadores Financieros TIR y VPN.....	62
10 Posibles Impactos	65
10.1 Posible Impacto Regional	65
10.2 Posible Impacto Social.....	65
11Referencias	68
Anexos	72
1.anexo Prototipo Etiqueta	75

..... 75

RESUMEN DE emprendimiento..... 77

RESUMEN

El presente plan de negocio busca validar la viabilidad de la implementación de una empresa productora y comercializadora de pollo ahumado en la ciudad de Pasto, debido a esto se realizó un estudio de mercado con enfoque mixto de tipo exploratorio tomando como muestra no probabilística 60 gerentes o encargados de compras de pequeñas, medianas y grandes superficies de la ciudad, localizados en estratos socioeconómicos 3,4 y 5 con los que se indago acerca de frecuencia de consumo, preferencias de proteínas de origen animal, también se estableció tasas de crecimiento de los sectores de los alimentos procesados y de esta manera se ajustó el producto los mercados y se determinó la demanda. Dentro del estudio técnico se logró estimar la capacidad instalada necesaria, requerimiento de materia prima y se estableció el número de colaboradores necesarios; desde el estudio legal se determinó la inherente implementación de la Norma técnica colombiana 1325 dadas las características propias del producto así como se estimó la conformación de una sociedad por acción simplificada con participación accionaria en iguales porcentajes de ambos socios, finalmente y a través del estudio financiero se logró determinar que existe viabilidad para la ejecución del plan de negocios.

1. Título. Formulación de plan de negocio para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de pollo ahumado empacado al vacío en la ciudad de Pasto para el año 2023.

2. Autor: Jackelin Marcela Narvárez Bolaños

John Alexander Cuastumal Pantoja

3. Edición o nombre de la editorial

4. Fecha: Mayo 22, 2022

5. Palabras Claves: Emprendimiento, Innovación, Pollo, Ahumado, Producción.

6. Descripción. Trabajo de grado para optar al título de Administradores de Empresas.

7. Fuentes. 24 fuentes bibliográficas

8. Contenidos. El documento inicia con una breve introducción en la que se hace un acercamiento a la pertinencia del desarrollo del plan de negocios, se plantea la necesidad desatendida en el mercado y a través de la justificación se expone la pertinencia del desarrollo de este, dado por la diversificación que ofrece a consumo del pollo se establecen los objetivos del proyecto, se establecen antecedentes destacando la importancia de esta proteína en el consumo humano así como estableciendo conceptos y datos de alimentos procesados, a partir del instrumento de recolección de información se pretende indagar respecto a las características deseables del producto y características propias del mercado .” .

9. Metodología. Investigación exploratoria, con un enfoque de tipo mixto

10. Conclusiones. • El estudio de mercado reafirma la tendencia crecimiento respecto al consumo de pollo a nivel regional y nacional y por tanto se ve la pertinencia de generar el pollo ahumado, un producto diferenciado en presentación y calidad que se ajuste a las necesidades del mercado y que ofrezca mayor versatilidad en el consumo de un producto ya consolidado como es el pollo.

• Si bien los requerimientos técnicos iniciales representan una suma de dinero considerable siendo de \$ 212.310.284 es pertinente denotar que se establece una instalación inicial con capacidad productiva suficiente para cubrir la tasa de crecimiento proyectada por el mercado del 6% a lo largo de los 5 primeros años, de igual manera es destacable que con este proyecto se ofrecería 6 empleos directos y una importante apoyo al desarrollo de la región buscando incentivar la producción regional de pollos mediante la integración en la cadena de valor de asociaciones productoras de pollo del departamento de Nariño.

- Es fundamental para el establecimiento del proyecto hacer una rigurosa vigilancia respecto al manejo de alimentos apoyándose en la norma técnica 1325 como elemento fundamental para alimentos cárnicos procesados crudos, madurados y fermentados.

- Para la ejecución del proyecto se requiere de \$ 212.310.284 de los que se requiere financiar \$80.000.000, partiendo de esto y tras realizar el análisis financiero se estableció una van de \$ 369.619.497 mayor a cero y mayor a la inversión inicial del proyecto, con base en la tasa interna de retorno se refuerza la viabilidad del proyecto y se establece que por cada peso invertido se obtiene el 53,36% de retorno.

11. Autor del RAE. Jackelin Marcela Narvárez Bolaños

John Alexander Cuastumal Pantoja

Introducción

El pollo es la proteína más consumida en los hogares colombianos, un ciudadano en promedio consume 36 kg de pollo al año, este alimento está caracterizado por su bajo precio en relación a gran parte de las proteínas ofrecidas en el mercado con igual valor nutricional, es importante destacar que en el mercado se presenta un crecimiento de consumo constante en los últimos años y que pese a la contingencia sanitaria presentada en relación con las otras proteínas de origen animal no se ha generado disminución en el consumo. En el mercado nacional se ofrecen diferentes productos a base de pollo clasificándose dentro de los alimentos procesados, desde el pollo marinado pasando por las brochetas, los Nuggets y todos los embutidos a base de esta proteína, existen dos organizaciones identificadas a nivel nacional que producen y distribuyen un producto con similares características sin embargo no se ha logrado identificar una amplia difusión y posicionamiento de dichos productos en el mercado nacional ni local, de esta manera se propone en el presente proyecto pollo ahumado empacado al vacío con altos estándares de calidad y precocido, un producto de fácil preparación con el que se puede obtener un plato diferente, nutritivo y de gran sabor en la comodidad del hogar, para lo antes mencionada se ve la necesidad de generar un plan de negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de pollo ahumado empacado al vacío en la ciudad de Pasto; que brinde una alternativa diferente en cuanto a sabores y preparaciones de las tradicionales y ampliamente distribuidas, es destacable que este proyecto busca incluir como primer eslabón en la cadena productiva las unidades productivas del departamento de Nariño y de esta manera establecer un negocio inclusivo potenciando la industria a nivel regional. Código CIIU 1011 Procesamiento y conservación de carne y productos cárnicos. 4631 comercio al por mayor de productos alimenticios.

Palabras clave: Emprendimiento, Innovación, Pollo, Ahumado, Producción.

1. ASPECTOS GENERALES

1.1. Tema.

1.2. Planteamiento y descripción de la oportunidad de negocio

La alimentación del ser humano es uno de los factores más importantes dentro del desarrollo y crecimiento, el pollo es una de las proteínas de origen animal más populares y consumidas en el mundo. Como se cita en la cartilla desarrollada por la Federación Nacional de Avicultores FENAVI “la calidad nutricional de la carne de pollo radica en su aporte de proteínas de alto valor biológico, niacina, vitaminas A, B6, B12, ácido fólico, hierro, zinc y fósforo” (Barriga & Villamil,2018). El sector avícola ha evolucionado a través del tiempo presentando una tasa de crecimiento del 2,8% incluso en el desarrollo de la crisis sanitaria producida por el Sar-Cov2 y teniendo en cuenta que se presentó el cierre de la industria gastronómica y hotelera durante este periodo; adicionalmente es también destacable que la industria avícola brinda empleo a 350 mil personas aproximadamente (FENAVI,2021).

Este sector industrial en Colombia presenta gran crecimiento en los últimos años; se consume 2,5 millones de toneladas de pollo cada año, en promedio cada colombiano consume 3kg de pollo mensual según el informe de FENAVI y cerca del 28% del mercado pertenece a empresas como Mac Pollo, Pollos Bucanero y Campollo obteniendo de esta manera una posición dominante en sector (Benavides et al.,2018).

La producción avícola en Nariño se caracteriza por ser poco industrializada y de pequeña escala alcanzando apenas el 2% de la producción nacional cifra que no tiene gran representación en cantidad producida pero que tiene gran importancia este sector por el número de familias en la región que tienen como medio de sustento la producción de pollos (Ministerio de agricultura 2021) existe 280 granjas productoras de pollo de las cuales solo 77 son bioseguras, 120 no son bioseguras y 83 se encuentran inactivas, del total de la

producción de 29,45 toneladas al año el 82% corresponde a pequeños productores; de igual manera se puede observar que la diversificación de la oferta de productos a base de pollo se da a través de grandes marcas y es poca la participación que tienen las organizaciones locales sugiriendo de esta manera que la transformación industrial del producto es baja dentro de la región.

De esta manera se puede inferir que en la ciudad de Pasto existe una escasa oferta de productos procesados a base de pollo con características diferenciadoras en el mercado, esto teniendo en cuenta que la producción avícola en la región no alcanza mayor industrialización, dando lugar a que la ciudad se vea abastecida en mayor proporción por los productos de grandes empresas que pueden llegar desde el centro del país, estableciendo una banda de precios a su conveniencia, dificultando de esta manera la entrada de nuevos y pequeños competidores; es importante destacar que al presentarse esta situación y ante bloqueos ya vividos en la región se presenta desabastecimiento de productos básicos de la canasta familiar como es el pollo sin dejar de lado que al presentar unas limitadas opciones de producto hace que el consumidor se acostumbre al consumo del pollo en opciones básicas y presentaciones similares.

2. Justificación de la idea de emprendimiento

En el mercado nacional se ofrecen diferentes productos a base de pollo, desde el pollo marinado pasando por las brochetas, los Nuggets y todos los embutidos a base de esta proteína e incluso en la región existe la empresa productora y distribuidora de pollo ahumado Don Julián, sin embargo no se ha logrado identificar en el mercado al que se pretende llegar (pequeñas, medianas y grandes superficies) un producto como el que se propone en el presente proyecto pollo ahumado empacado al vacío con altos estándares de calidad en el que se resalte un sabor destacable, tamaño estandarizado y preciso para la presentación establecida del producto además de rigurosa vigilancia de cadena de frío que

permita garantizar la inocuidad de los alimentos, un producto precocido de fácil preparación con el que se puede obtener un plato diferente, nutritivo y de gran sabor en la comodidad del hogar, el presente proyecto diversificar la oferta del mercado avícola en la región al introducir una propuesta de producto con características diferenciadoras como es el pollo ahumado, adicionalmente con este plan de negocios se pretende desarrollar alianzas estratégicas con unidades productivas de pollo a nivel regional tales como las asociaciones de producción avícola ubicadas los municipios de La Cruz , Cartago y San bernardo (Nariño) que hacen parte de los proyectos de apoyo técnico del Sena, de esta manera se busca dinamizar y diversificar la industria avícola e industria de alimentos procesados dentro del departamento. De igual es importante destacar que con el establecimiento de la planta de producción se genera empleos directos en área productivas, se determinó iniciar con una producción de 159 Kg día para el primer mes distribuidos en las dos presentaciones del producto, la planta de producción cuenta con una capacidad instalada de 600 Kg de producción diaria y se proyecta crecimiento apoyándose en estrategias comerciales y de promoción alcanzando el 40% para el primer año. De igual manera se genera empleo en el área administrativa y comerciales aportando de esta manera a la reactivación económica de la región y el desarrollo de la industria local. El establecimiento de este proyecto en general permite aumentar, fortalecer y mejorar la industria avícola en el departamento de Nariño.

3. Objetivos

4. Objetivo general

Elaborar un plan de negocios para la producción y comercialización de pollo ahumado empacado al vacío en la ciudad de Pasto para el año 2023.

4.1 Objetivos específicos

- Estructurar un estudio de mercado para determinar el análisis de la oferta,

demanda, precio y comercialización del pollo ahumado.

- Desarrollar un estudio técnico que permita establecer un proceso de producción con calidad, tamaño óptimo del producto, maquinaria, equipos e insumos requeridos, al igual que recurso humano, localización y capacidad operativa.
- Efectuar un estudio administrativo y legal, que permita determinar la estructura organizacional, el personal requerido y las normas y disposiciones legislativas respectivamente para la nueva organización.
- Realizar un análisis financiero que permita determinar la viabilidad y rentabilidad financiera a través de indicadores de bondad financiera TIR, VPN y punto de equilibrio.

5. ESTUDIO DEL MERCADO

5.1. Antecedentes.

Un producto cárnico ahumado según la norma técnica colombiana 1325 es un “producto cárnico procesado crudo o cocido, que ha sido expuesto al humo con el fin de obtener un olor, sabor o color propios o ambos, excepto los productos a los que únicamente se les ha adicionado el humo en el sistema cárnico para saborizarlo” (Norma técnica colombiana 1325,2008); teniendo cuenta estos cambios respecto al porcentaje de agua y color y sabor, se ha hecho pertinente la evaluación de los tiempos cocción en diferentes concentraciones de salmuera y temperatura lo que ha permitido optimizar los procesos específicos para cada proteína, respecto al pollo atrás ves de un estudio de optimización de tiempos de cocción se pudo determinar que:

“la mejor temperatura para la cocción de los pollos en el ahumador es de 60 °C, ya que el análisis de las encuestas determina una mayor aceptación en los parámetros de olor, color, textura y sabor. El promedio porcentual de la pérdida de peso fue del 15,4 % en la prueba 1, lo cual demostraría que la salmuera tiene doble efecto, primero dar

sabor al producto y mantener líquidos en el mismo. De acuerdo con las encuestas realizadas, el color y sabor son los factores que mejor destacaron las personas, en la prueba 1. Lo cual podría ser un indicador de que una mayor temperatura reseca las carnes y por lo tanto la calidad del producto (Peñafiel et al., 2020)

Hay muchas marcas comerciales de pollo ahumado en China, como el pollo Liaoning Goubangzi, el pollo Shandong Liaocheng, el pollo Zhuozishan en Mongolia Interior y el pollo Laoting en la provincia de Hebei, que se han convertido en el representante típico de la cultura gastronómica local, con fuertes características regionales e Historias de más de 100 años. (Cong Yang et al. 2021).

En América latina Respecto a la creación de empresas dedicadas a la distribución de pollo ahumado se puede mencionar el estudio realizado por Balsameda y Cruz (2021) en el que se establece la factibilidad económica de una empresa productora de este alimento en la provincia de Santa Cruz, Ecuador en que su característica diferenciadora sería la presentación alcanzando unos resultados de “la evaluación financiera que determino un VAN de \$ 4591,89 dólares, una TIR del 68,33%, PRI de un años, seis meses, RC/B de 8,60” concluyendo que la factibilidad del proyecto es positiva y alcanzando buenos márgenes de utilidad en relación a la inversión requerida.

A nivel nacional no se ha logrado identificar estudios de factibilidad, prefactibilidad o plan de negocios ni productos en el mercado con las mismas características del que se proponer, sin embargo a nivel regional se logró identificar la organización Don Julián Pollo ahumado establecida legalmente desde el año 2017 (Cámara De Comercio De Pasto 2017) que con el apoyo del fondo emprender recibió \$ 87.560.658 para la ejecución y puesta en marcha (Convocatoria Regional 130 Fondo Emprender 2016); de acuerdo a Quiñonez y tenorio en la intervención que realizaron la organización no contaba con ningún sistema de costo que permita medir y comparar la eficiencia de utilización de los recursos para el año 2019. Es

importante mencionar que mediante edito se notificó que dicha organización se encuentra en proceso de liquidación desde el 12 de diciembre el 2021 (Cámara de comercio de Pasto 2021).

Es preciso mencionar que se ha logrado establece que en Ecuador existe diferentes marcar registradas de este producto que se producen y comercializan en diferentes regiones de ese país dentro de las que se pueden identificar marcas como La europea, La española y sahumados que aun con la cercanía con dicho país no se encuentra en el mercado local.

5.2. Marco contextual.

El municipio de Pasto es la capital administrativa del departamento de Nariño, ubicado en el centro oriente del departamento, al sur occidente de Colombia, se divide en 12 comunas y 17 corregimientos. Ocupa una superficie de 6.181 kilómetros cuadrados, su cabecera municipal se encuentra a una altitud de 2.527 msnm (Alcaldía de pasto, 2020) Su población, según el DANE (2020) y las proyecciones oficiales indican a la ciudad con 393.009 habitantes en todo el municipio. Las actividades económicas en su mayoría son comerciales, seguidas de servicios e industriales.

Las comunas pertenecientes de la ciudad se dividen en 12 y se conforman por diferentes barrios como se muestra en el anexo 1, cabe mencionar que presentan una heterogeneidad respecto a la estratificación socioeconomía y el número de barrios que conformación una así pues dentro de la misma comuna se puede encontrar barrios estrato 1 y 3, de igual manera se puede evidenciar comuna conformadas por 55 barrios como en la comuna 11 y el contraste de la comuna 9 que la conforma 25 barrios.

6. MÓDULO DE MERCADO

6.1 Tipo y enfoque de investigación.

La presente investigación tipo exploratoria limitándose a indagar, analizar y sinterizar la información obtenida, sin intervenir dentro de las variables estudiadas.

Desarrollada con enfoque mixto en los cuales se puede mezclar los enfoques cualitativos y cuantitativos (Guelmes & Nieto, 2015) dado que se ajusta de manera más precisa a los requerimientos del proyecto.

Con el enfoque cuantitativo se busca validar:

(...) hipótesis establecidas previamente y confiar en la medición numérica, el conteo y la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población. Al enfoque cualitativo le reconoce su posible utilización para descubrir y refinar preguntas de investigación y su basamento en métodos de recolección de datos sin medición numérica, como las descripciones y las observaciones, así como su flexibilidad (Pereira,2012). De esta manera se logrará indagar y ajustar el producto al mercado.

Definición de la población:

Para determinar la población para el estudio de mercados es importante determinar el universo poblacional consistente, en este caso en el número total de tiendas de barrio registradas en la base de datos oficial de la Federación Nacional de Comerciantes De Colombia que se calculan en 3.109 establecimientos para el año 2015 (Arteaga & De la rosa, 2019) y 4 almacenes de grandes superficies ubicados en la ciudad de Pasto, es destacable mencionar que esta base de datos presenta consolidado sin discriminación de estratos socioeconómico. A partir de lo anterior y teniendo en cuenta el perfil del consumidor, dado que para este plan de negocios se difiere el cliente del consumidor se define como muestra poblacional los Gerente y/o encargados de compras de puntos de distribución comercial de pequeñas, medianas y grandes superficies de la ciudad de Pasto ubicados en estratos 3,4 y 5.

6.2 Tamaño de la Muestra.

Teniendo en cuenta las características de la población objeto de estudio, y ante las dificultades respecto a la consecución de un dato estadístico preciso se determinó la cantidad exacta de tiendas pertenecientes a cada estrato socio económico se decide realizar un muestreo no probabilístico por conveniencia en el que se seleccionó 94 establecimientos comerciales legalmente constituidos ubicados en los estratos socioeconómicos 3, 4 y 5 de la ciudad de Pasto incluyendo pequeñas, medianas y grandes superficies.

6.3 Instrumentos para recolectar información

Se aplicará encuestas a los gerentes y/o encargados de compras y adquisiciones de las organizaciones seleccionadas dentro de la muestra en la que se ahondará en temas como, características del producto, tamaño, presentaciones, calidad, proporción de la demanda esperada, periodos de rotación de productos procesados, precio y promoción. De igual manera dentro de dicho instrumento se plantea un espacio abierto indagando sobre los atributos deseados dentro del producto propuesto.

6.1. Análisis del Sector

Siendo el pollo una de las proteínas más consumida en el mundo que ha presentado altos crecimientos en las últimas décadas como lo afirma la FAO (2020) donde establece que se multiplicó por 12,3 veces, al pasar de 7,5 millones de toneladas (mt) en 1961 a 92,8 mt en 2012, con un crecimiento promedio anual de 4,9%, lo que le permitió superar el consumo de la carne de res en 1999 y convertirse en la segunda de mayor producción después de la carne de cerdo en los últimos 50 años, no se puede desconocer el crecimiento que ha presentado la industria a nivel mundial y a nivel nacional.

Se espera que la de aves de corral sea la carne con un crecimiento más rápido, con un aumento previsto de la producción de 16% (20 Mt). Eso representa cerca de la mitad del incremento previsto en la producción total de carne. Se espera que la

creciente producción avícola en Asia, el Pacífico y América Latina, en particular, represente 60% del aumento mundial de la carne de aves de corral. (FAO 2020)

Estos datos de crecimiento son muy importantes sin desconocer que en el mercado de producción avícola la rivalidad es alta ya que existen empresas con grandes nacionales y extranjeras que han mantenido gran trayectorias y cuentas con industrias en varios eslabones de la cadena productiva a demás es altamente tecnificada y sostenible con el aprovechamiento de residuos propios de la industria, esto es fácilmente visible en departamentos como el valle del cauca, Antioquia y Santander que han convertido el mercado en un oligopolio desde donde se distribuye el pollo y sus derivados al resto del país, a nivel regional es destacable la industria en pequeña escala por productores regionales como Pollo al día no cuentan con gran capacidad productiva ni maquinaria altamente tecnificada.

En el sector agroindustrial de productos procesados representa el 33% del PIB nacional, del cual el 2% representa los embutidos y cárnicos procesados (Invierta en Colombia 2022). Portafolio empresaria menciona que las empresas pertenecientes a grupo Nutresa Dentro de que están grandes competidores del sector como Rica rondo, Zenu, Ranchera y Pietran que cuentan con el 50% de participación en el mercado de embutidos y procesados (en su mayoría de origen bovino) a nivel nacional que adicionalmente al ser altamente industrializadas, contar con un amplio musculo financiero y por producción a escala han logrado mantere márgenes de costos que les garantizas buenas utilidades y de igual manera controlar la banda de precios del mercado situación que afecta a la región de Nariño cuando se presentan dificultades de abastecimiento ante bloqueos de vías producto de situaciones naturales o de orden público como el paro nacional ocurrido en el 2016 que (...) *generó represamientos de carne de pollo y de huevo en las principales zonas productoras y desabastecimiento en aquellas regiones del país cuya producción local no es suficiente , esto generó una distorsión en los mercados que provocó pérdidas por caídas fuertes en los precios en donde hubo sobreoferta y descensos en*

las ventas de más del 70 % en las zonas desabastecidas . A ello se sumaron los sobrecostos en los puertos por cuenta del número de días adicionales de bodegaje y demoras en el descargue de los granos de los barcos “. (Cámara de comercio de pasto, 2017)

El informe especial de productos procesados de Bancolombia afirma que se presenta una tasa de crecimiento en el sector del 6%, de la misma manera se afirma que las tiendas de barrio continúan siendo el principal canal de ventas minoristas alcanzando del 47% de la participación del mercado, sin embargo, cede participación cada año a las grandes apalancándose en clientes más exigentes y especializado se en algunos productos que favorecen la industria. (2020)

En el mercado regional es importante mencionar que el 79% de las amas de casa en estrato socioeconómico 4 y 5 de la ciudad de Pasto prefieren el pollo por encima de otras proteínas, el 55% prefiere comprar en supermercado, el 25% en hipermercado y solo el 13% en tiendas de barrio (Fenavi, 2017)

6.2. Análisis del Mercado

A partir de la estimación de la población del municipio de Pasto de 393.009 habitantes del DANE y a partir de una tasa de crecimiento poblacional del 1,10% establecida por la misma entidad se genera una proyección lineal de la población estimada para el año 2022 de 472.729 habitantes, de este estimado solo el 84% pertenece a la zona urbana y se encuentra entre los 25 y 64 años siendo de 125.898 habitantes, dadas las características establecidas para los consumidores del producto y partido de que se dirige para personas con una capacidad adquisitiva definida y que prefieren la proteína avícola como primera elección (79%), de edades entre 25 y 64 años de estratos 3,4,y 5 se determina un mercado objetivo a 43.156 posibles consumidores de pollo ahumado.

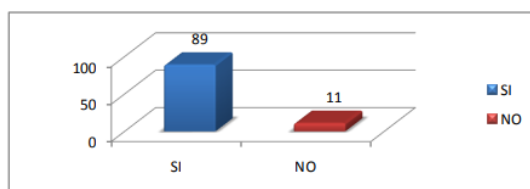
A partir de la población definida en el mercado potencial y teniendo en cuenta que es un mercado altamente competitivo, y que se entra a posicionar con un producto con

características diferentes se toma el crecimiento del sector de alimentos procesados del 6% y se define que el mercado objetivo para el plan de negocios es de 2123 posibles consumidores de pollo ahumado, se debe recordar que un colombiano en promedio consume 3 kg de pollo al mes para un total de 6370 kilos mensuales.

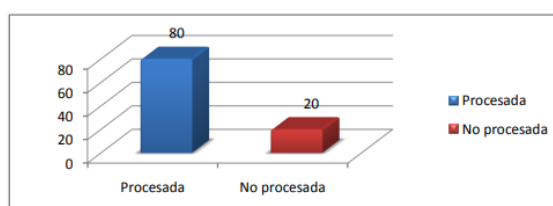
6.3. Resultados de la investigación de mercados

Una vez aplicada la medición a través de encuestas dirigidas a la población seleccionada para la investigación de mercados se logró identificar las respuestas más relevantes y determinantes para caracterización del producto y el plan de negocios.

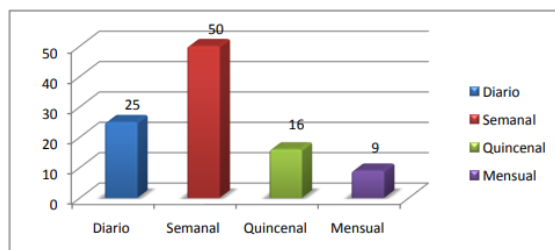
A la pregunta: ¿Dentro de su establecimiento comercial cuenta con el equipo requerido para la conservación de productos cárnicos refrigerado a temperaturas iguales o inferiores a 4 C°?



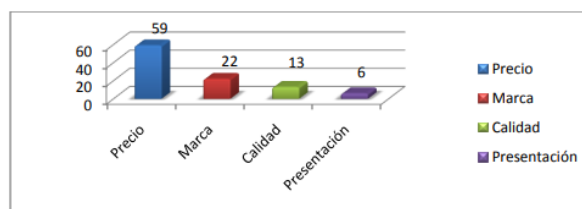
A la pregunta: ¿Dentro de los productos que ofrece al público se encuentran proteínas procesadas como costilla ahumada, embutidos, nuggerts y/o similares?



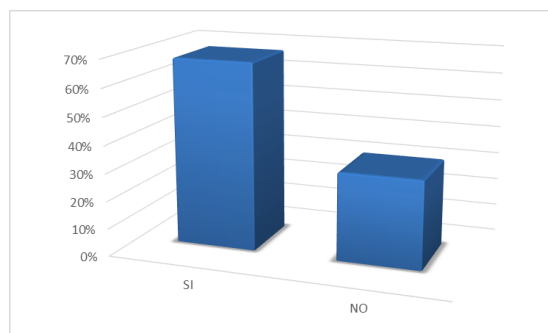
A la pregunta: ¿Los Ciclos de rotación de productos en su establecimiento en la mayoría del tiempo es?



A la pregunta: ¿A partir de su experiencia, el criterio más importante para la selección e introducción de un nuevo producto en el mercado es?



A la pregunta: ¿De comercializarse una alternativa diferente de consumo, como es el pollo ahumado empacado al vacío, considera factible la incorporación de este producto en su establecimiento?



6.4. Identificar el Cliente Real

La comercialización del Pollo ahumado Tizne se hará de manera retail por tanto se establece que los clientes y compradores del producto directamente a la planta procesadora serán las pequeñas, medianas y grandes superficies, de esta manera la organización también cuenta con un consumidor final que será el cliente que Adquiera en las tiendas y supermercados el producto y por tanto será quien consuma el producto.

Cliente: Supermercados de grandes medianes y pequeñas superficies ubicados en la ciudad de Pasto localizados en estratos socioeconómicos 3,4 y 5 con una marcada afluencia, que tengan condiciones logísticas para preservar la cadena de frio y por tanto la calidad del producto y que en adherencia a lo anterior se preocupen por el cliente y busquen diversificar la oferta dentro del establecimiento.

Consumidor Final: Personas que vivan en la ciudad de Pasto con edades entre los 25 y 64 años de estratos socioeconómicos medio- alto (3, 4 y 5), con actividad laboral, preocupados por la nutrición, que busca probar sabores diferentes y que de alguna manera se identifican con el sabor tradicional del humo que hace añorar el campo y la naturaleza.

PERFIL DEL CONSUMIDOR FINAL 1	
GEOGRÁFICAS	Residentes de la ciudad de Pasto, que pertenezcan a estratos socioeconómicos 3,4 y 5.
DEMOGRÁFICAS	Hombres y mujeres casados o en unión libre, con edades entre los 35 y 50 años.
ACTITUDINALES	Personas tradicionalistas, que buscan sabores que reconozcan con facilidad de algún momento de su vida, que gustan del campo, de la comida tradicional y de pasar tiempo en familia.
LAS VARIABLES CONDUCTUALES	Familias que consuman pollo en sus hogares al menos 1 vez en la semana.
FOTO:	Mario es un abogado que nació en el municipio de la Unión-Nariño, en su infancia recorría las fincas de la zona con sus inolvidables

	<p>cafetales, en su adolescencia se trasladó a Popayán hasta terminar sus estudios universitarios y se dirigió a Pasto donde labora hasta la actualidad.</p> <p>Su esposa se llama Maite, tiene dos años menos y es independiente; sus hijas gemelas tienen 20 años Salome y Lucia, están cursando sus estudios universitarios.</p> <p>En sus tiempos libres le gusta experimentar con manualidades, recetas y en ocasiones reparar o terminar de dañar electrodomésticos.</p> <p>Mario y su familia, les gusta compartir los fines de semana con amigos y el resto de sus familiares, en paseos de ríos y asados.</p>
--	--

Elaboración propia

PERFIL DEL CONSUMIDOR FINAL 2	
GEOGRÁFICAS	Residentes de la ciudad de Pasto
DEMOGRÁFICAS	Hombres y Mujeres, con edades entre 25 y 34 años
ACTITUDINALES	Personas innovadoras, por gusto en descubrir momentos y sabores nuevos, que tienen presencia activa en redes sociales. Con hábitos saludables busca un aporte nutricional adicional en los alimentos que consume.
LAS VARIABLES CONDUCTUALES	Personas que consuman pollo al menos una vez en la semana.
FOTO:	<p>Nathalia, es una mujer de 26 años, vive con su mama, es administradora de empresas, trabaja en una entidad financiera de la ciudad de Pasto, por lo que no cuenta con mucho tiempo sin embargo en su tiempo libre le gusta hacer senderismo y compartir con sus amigas, generalmente lo hacen en restaurantes como Absalon, Capitan Nirvana, La oveja negra, también le gusta compartir tiempo con su mama a quien acompaña en compras del hogar cada fin de semana; a Nathalia le gusta la cocina y experimentar nuevos sabores.</p> <p>Utiliza sus redes sociales como Tik Tok, Instagram y facebook para descubrir y compartir recetas con las que sorprende a su familia y amigos.</p>

Elaboración Propia

3.6. Propuesta de Valor

En el mercado dadas las características del pollo, un ave de carne blanca, que posee un alto contenido de proteínas de alta calidad, adicionalmente cuenta con un contenido colorido bajo y una digestibilidad mayor que las carnes rojas, se han ofrecido en diferentes presentaciones en pollo fresco, congelado, con preparaciones previas de salsas o condimentos, embutidos y productos listos para el consumo; a partir de esto se ve una oportunidad en el mercado, considerando pertinente la producción y comercialización de pollo ahumado empacado al vacío.

Con lo anterior, trayendo a conocer o recordar los sabores tradicionales del campo, con la ventaja de una fácil y rápida preparación, siendo versátil en muchas más preparaciones y acompañamientos. Cabe resaltar que trabajaremos con las asociaciones productoras de pollo de la región, como nuestros proveedores; los cuales surgen de unidades productivas formadas y capacitadas por el Sena, de esta manera constituimos un negocio inclusivo que aportará valor a la cadena productiva, no sólo a nivel organizacional si no a nivel regional, apoyando el desarrollo de la industria local.

Competencia

Matriz de Perfil Competitivo								
Factores de éxito		Tizne			Mac Pollo		Pollos Bucanero	
		Peso	Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado
Producto	Presentación	0,080	3	0,24	3	0,24	3	0,24
	Calidad	0,100	4	0,40	4	0,40	3	0,30

	Variedad (portafolio)	0,075	1	0,08	3	0,23	2	0,15
	Tamaño	0,080	3	0,24	3	0,24	3	0,24
Precio	Formas de Pago	0,065	3	0,20	4	0,26	3	0,20
	Precio de venta	0,070	3	0,21	2	0,14	3	0,21
	Descuento	0,075	2	0,15	1	0,08	2	0,15
Distribución	Ubicación	0,060	2	0,12	3	0,18	1	0,06
	Cobertura	0,076	2	0,15	4	0,30	2	0,15
	Fuerza de venta	0,060	3	0,18	2	0,12	2	0,12
Comunicación	Publicidad	0,090	2	0,18	4	0,36	3	0,27
	Estrategias Web	0,096	3	0,29	2	0,19	1	0,10
	Eventos	0,076	2	0,15	3	0,23	1	0,08
	Total	1,00		2,58		2,96		2,26

2,00

3,50

3,00

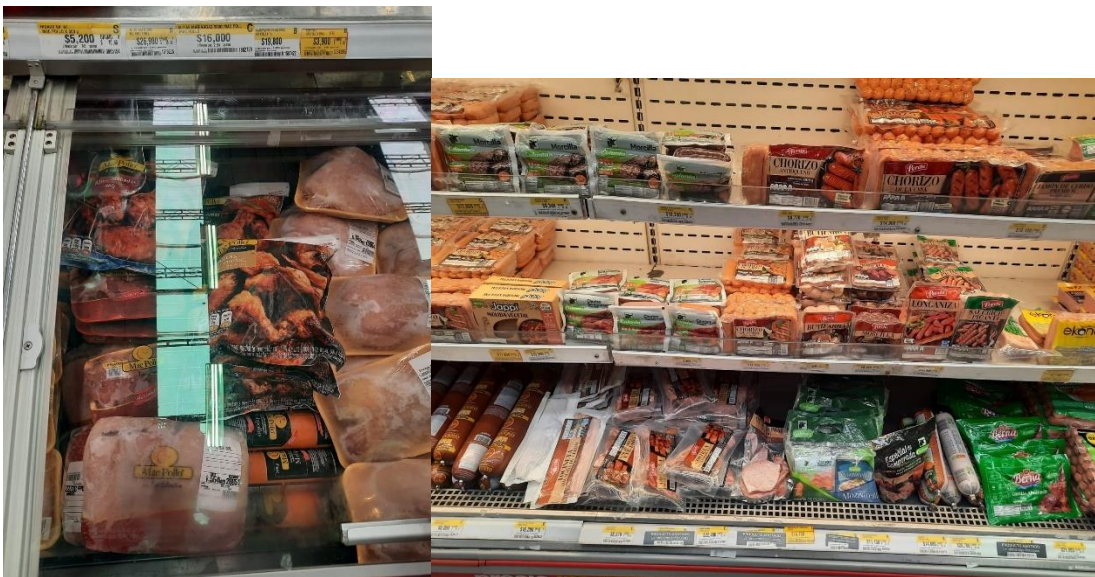
Elaboración Propia

Competencia						
	Descripción	Localización	Productos y servicios (Atributos)	Precios	Logística de distribución	Otros ¿Cuál?
Mac Pollo	Empresa productora, comercializadora y distribuidora de pollo fresco,	Presencia a nivel nacional	Chorizo de Pollo Cocido Ahumado 300 g – 5 unidades	11067	Página web Punto propio Supermercados grandes superficies	Precio por gramo \$ 36,89

	embutidos y Productos de salsamentaria		Salchicha de Pollo Ahumada clásica 100gr	20587	Página web Punto propio Supermercados grandes superficies	Precio por gramo \$ 205,87
			Alitas adobadas 900gr	23086	Página web Punto propio Supermercados grandes superficies	Precio por gramo \$ 25,65
			Pechuga de pollo rellena 407 gr	21892	Página web Punto propio Supermercados grandes superficies	Precio por gramo \$ 53,78
Bucaneros	Productora y comercializadora de pollo fresco, congelado y salsamentaria	Presencia en el sur occidente del país, Bogotá y barranquilla.	Chuzos de pollo 660gr	14300	Puntos de venta nacionales Agentes de ventas (Pasto) Supermercados Grandes y medianas superficies	Precio por gramo \$ 21,66
			Alitas de pollo 900gr	26900	Puntos de venta nacionales Agentes de ventas (Pasto) Supermercados Grandes y medianas superficies	Precio por gramo \$ 29,88
Tizne	Productora y comercializadora de pollo ahumado.	Presencia en la ciudad de pasto	Pollo entero de 2000gr	33423	Supermercados Grandes, medianas y pequeñas superficies	Precio por gramo \$ 16,71
			Paquete por 4 Muslos de 500gr	10689	Supermercados Grandes, medianas y pequeñas superficies	Precio por gramo \$ 21,37

En el mercado de los alimentos existen muchos sustitutos respecto al producto, dentro de los que se destacan la líneas de salsamentaria y productos listos para el consumo de la marca Mac Pollo algunos que se pueden destacar son el chorizo de pollo cocido ahumado,

salchicha ahumada premium y la salchicha de pollo ahumada clásica que hace parte de la línea de embutidos de la marca y que ofrecen el sabor tradicional del humo, dentro de la marca también se debe mencionar las alitas adobadas que cuentan con 4 diferentes sabores (Bbq, Teriyak, Natural, Picantes) y que aunque se ofertan como producto crudo por su característica y presentación se considera un sustituto al igual que la línea de adobados de Bucanero que cuenta con alita, pinchos y lomitos de pollo. En última instancia es necesario mencionar la costilla ahumada que es uno de los productos más conocidos con este proceso y que cuenta con mayor popularidad en el mercado por lo que existen muchas marcas de grandes y pequeñas empresas que ofertan este producto en el mercado.



Almacén Éxito panamericano Pasto



Supermercado Tigre De La Rebaja Pasto



Almacén Metro único Pasto

Competencia identificada:

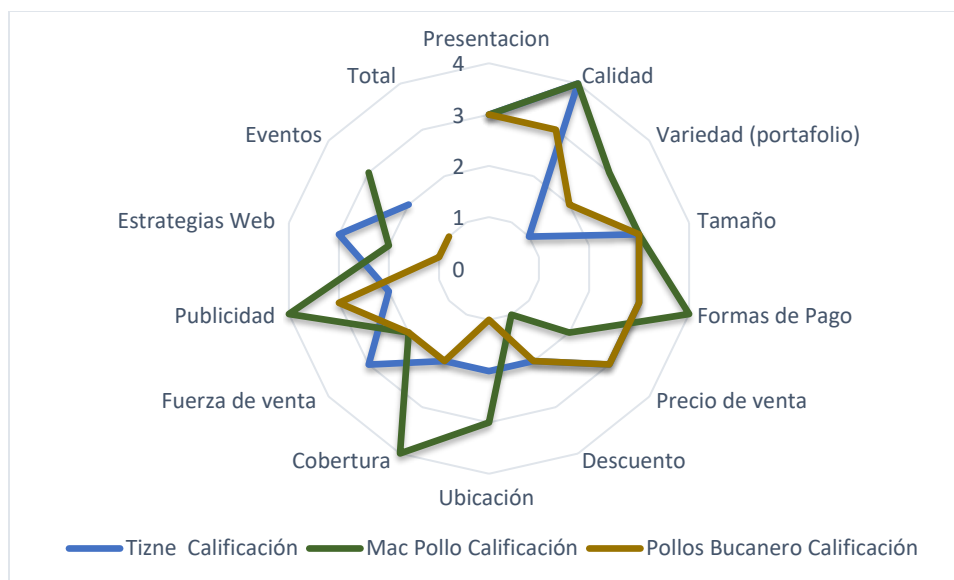
1- Mac pollo La empresa Avidesa Mac Pollo Empresa fundada en 1969 en el Valle del Cauca, tiene como marca comercial Mac Pollo, es la organización más grande en el

sector avícola en el suroccidente colombiano y es la primera en el mercado. La planta de Beneficio está ubicada en Buga, y cuenta con más de 10 agencias de distribución a nivel nacional comercializa a través de canales directos, cuenta con puntos de venta propios, supermercados de grandes superficies y cuenta con servicio de domicilio.

tiene 3 líneas de productos salsamentaría consistente en una línea premium de embutidos de pollo, productos listos para el consumo sin necesidad de preparaciones adicionales y el pollo fresco y congelado. (Mac Pollo, 2021)

2 - Pollos El Bucanero S.A. Es una organización fundada en 1986, en la ciudad de Cali dedicada a la producción y comercialización de pollos. Produce cerca de 27.000 toneladas de pollo al año, que están representadas en dieciocho millones de aves, controla el proceso productivo desde la incubación. El engorde de los pollos se logra a partir de alimento concentrado producido en su planta de alimentos ubicada en el municipio de Candelaria y elaborado con materias primas que importan directamente como maíz, sorgo, soya, entre otros. Su canal natural de comercialización es el Valle del Cauca, sin embargo, se atienden destinos como el departamento del Cauca, la zona del Viejo Caldas, Nariño y en menor proporción Antioquia y cuenta con aproximadamente 1.781 empleados (Pollo Bucanero,2022)

A través del siguiente grafico se puede visualizar de manera más graficas los atributos destacados para cada organización siendo la fuerza de venta basada en las estrategias comerciales el potencial que plante el nuevo producto



* * Elaboración Propia

3.7. Estrategias de mercadeo:

3.7.1. Estrategia de Venta

3.7.1.1. Concepto de producto o servicio

La elaboración de pollo ahumado es una de las alternativas se ofrece en el mercado y que puede emplearse para dar valor agregado al producto fresco más consumido en Colombia.

El producto que se ofrece es pollo ahumado empacado al vacío.

Las presentaciones ofrecidas serán

- Pollo entero de aproximadamente 2,000 gramos.
- Paquete por 4 Muslos de 500 gramos.

Diseño

- ✓ **Diseño del producto o características del servicio.**

La elaboración de pollo ahumado es una de las alternativas se ofrece en el mercado y que puede emplearse para dar valor agregado al producto fresco más consumido en Colombia.

El producto que se ofrece es pollo ahumado empacado al vacío, caracterizado por un gran sabor, altos estándares de calidad e inocuidad,

Las presentaciones ofrecidas serán

- Pollo entero de aproximadamente 2,000 gramos
- Paquete por 4 Muslos 500 gramos



*Elaboración propia

✓ **Funciones o beneficios:**

Tizne ofrece pollo sometido a un estricto proceso de ahumado bajo altos estándares de calidad e inocuidad cuidando el producto para obtener un pollo ahumado con gran sabor, de preparación simple al estar precocido, que no requiere mucho tiempo ni esfuerzo para obtener un delicioso plato.

Los productos de la Organización provienen de asociaciones de pequeños productores de la región que obtienen sus productos en base a mano de obra familiar y aplican sistemas de producción lo más natural posible, garantizando que no se presente plagas ni enfermedades en los pequeños galpones.

✓ **Usos o aplicaciones:**

Descongele el producto de ser necesario en refrigeración

- **En sartén:** Sofría el pollo en poco aceite dejando en cocción cada lado durante 5 minutos. NO REQUIERE SAL.
- **En el horno:** Precaliente el horno 5 minutos a 180°C, disponga el pollo o las piezas de pollo en una fuente y llévelo al horno por 10 min. NO REQUIERE SAL.
- **En Air Fryer:** Rocíe un poco de aceite o esparza una cucharada de aceite sobre la superficie del pollo, añada el pollo en la freidora y llévelo a cocción por 10 min a 190° gírelo pasados los primeros 5 minutos. NO REQUIERE SAL.

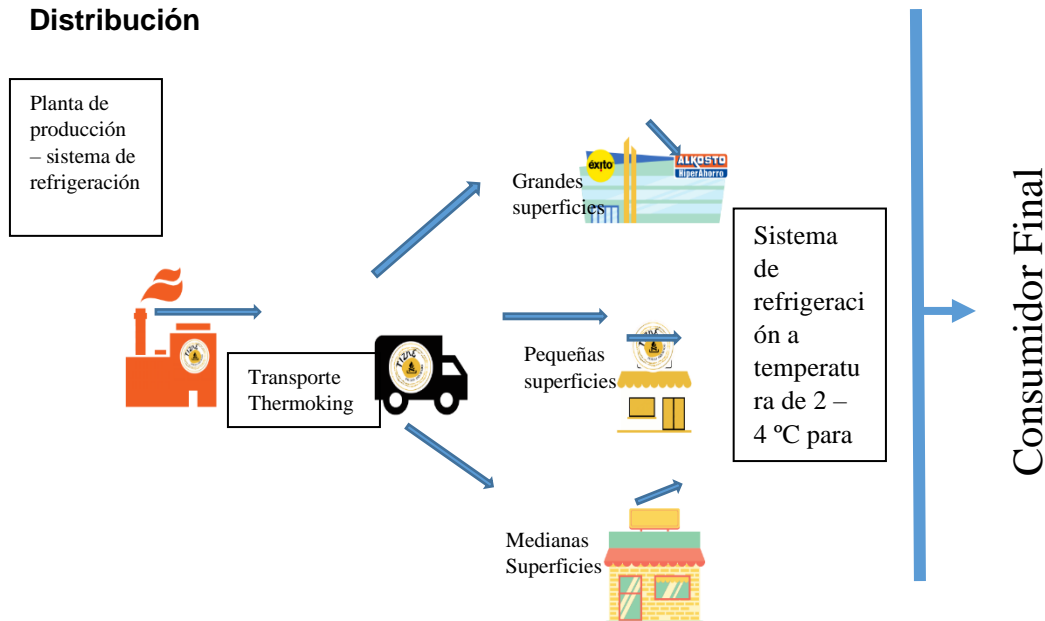
Transporte✓ **Empaque, embalaje:**

El producto se empaqueta en bolsas de biopolímero biodegradable ZUBIOX alcanzando la descomposición total en materia orgánica en tan solo 26 meses, en máquinas de vacío con rotulo de conservación y etiqueta cumpliendo normas técnicas.

3.7.1.2. Estrategia de distribución

Como medida para garantizar la distribución de manera segura se establece que se realizara en transporte del producto para recogida que cuente con sistema de enfriamiento (Thermoking) del producto garantizando la conservación de la cadena de frío desde que el producto sale de la planta de producción hasta llegar al consumidor final para esto es importante que los puntos de recepción del producto cuenten con sistemas de enfriamiento que conserven una temperatura entre 2 y 4°C garantizando la inocuidad de los alimentos.

Distribución



*Elaboración Propia

Como empresa hemos decidido que se van a generar la distribución a tres puntos de distribución diferente que se realizara en transporte que cuente con sistema de enfriamiento (Thermoking) del producto garantizando la conservación de la cadena de frio desde que el producto sale de la planta de producción hasta llegar al consumidor final para esto es importante que los puntos de recepción del producto cuenten con sistemas de enfriamiento que conserven una temperatura entre 2 y 4°C garantizando la inocuidad de los alimentos.

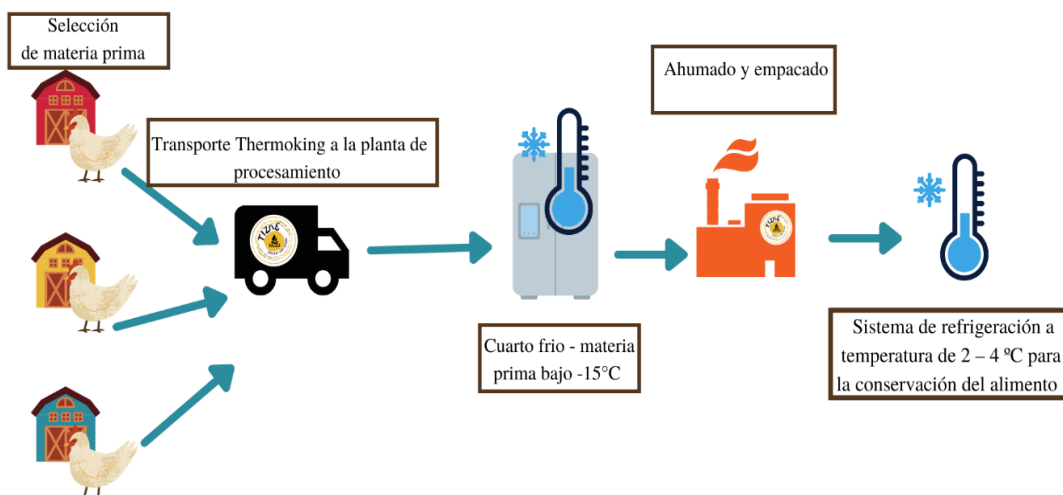
- ✓ Almacenes de cadena – Grandes superficies
- ✓ Medianas superficies - Superetes
- ✓ Pequeñas Superficies

Aprovisionamiento

Los proveedores se constituirán por asociaciones productivas del departamento de Nariño Asociación De Productores Avicola Estancia PROAVE Vereda la estancia, San Pedro Cartago, Nariño; Asociación Unidad Avicola El Pollon Tajumbina, La Cruz,

Nariño, Asociación Avícola Forjando Futuro De San Bernardo Vereda Pueblo Viejo, San Bernardo, Nariño entidades sin ánimo de lucro con los que se establecerán acuerdos de pago a 30 días de cada pedido recibido. El proceso de abastecimiento inicial la elección y pesaje de los pollos faenados y desplumados, se transportan en vehículos refrigerados y se descargan y congelan en cuartos fríos guardando la temperatura de -15°C,

Estrategia de producción Para la producción se requiere del descongelamiento de producto lavado, pesaje de materias primas y mezcla de salmuera y reserva del pollo en la salmuera como se establece en flujo de proceso, se realiza el proceso de ahumado en hornos industriales y empaçado al vacío del producto en bolsas plásticas biodegradables y finalmente se mantiene la cadena de frío con refrigeración a temperaturas 2-4°C manteniendo inocuidad del producto hasta el momento de recogida para puntos de distribución.



*Elaboración Propia

- ✓ Almacenes de cadena – Grandes superficies
- ✓ Medianas

- ✓ Minimarket – Pequeña Superficie.

3.7.1.3. Estrategia de precio

El precio se toma utilizando la herramienta de costo unitario en el que establece que la mayor proporción de costos se da por materia prima en el que se considera el pollo, condimentos como insumos directos para la fabricación, de igual manera dentro de los materiales indirectos entra en consideración el empaque y transporte del pollo hasta los puntos de distribución. De esta manera se fija el precio de venta para el pollo ahumado entero de \$33.423 y el paquete de 4 muslos ahumados de \$10.689. Estableciendo políticas de cartera para pagos en un plazo de 45 días para Supermercados y de 30 días para pequeñas superficies.

Conceptos Presentación Pollo entero	costos unitarios
Materia prima	20.067
Materiales indirectos	3.000
Mano de obra directa	2.000
Total costos	25.067
Margen de utilidad 25%	
Precio unitario	33.423

Conceptos Presentación 4 Muslos	Costos Unitarios
Materia prima	5.017
Materiales indirectos	1.000
Mano de obra directa	2.000
Total costos	8.017
Margen de utilidad 25%	
Precio unitario	10.689

*Elaboración Propia

3.7.1.4. Estrategia de promoción

Se establecerán descuentos sobre cantidades de pedido superior a 100 unidades otorgando un descuento del 5% y del 10% para pago de contado sobre la misma o mayor cantidad.

3.7.1.5. Estrategia de comunicación

Barra de degustación: Como mecanismo para dar a conocer el producto se busca ofrecer al público a supermercados de grandes superficies degustaciones del producto en sus diferentes presentaciones. De esta manera se busca llegar al cliente conquistando el paladar logrando que pruebe el pollo y se sienta atraído a comprar. Para la realización de estas actividades se contará con un(a) impulsador(a) que se contratara por outsourcing identificados con el logo de la marca (ver 2 anexo) para el evento antes mencionado, teniendo en cuenta el perfil antes referenciado

Canales Online.

Una de las estrategias más fuertes para la organización es en línea, se plantea una estrategia de tipo publicitaria a través de marketing en línea y redes sociales, de base de datos y marketing móvil además de promoción de venta.


Instagram: Generar contenido a través de personas reconocidas en los medios a nivel local (influencers) con la marca en la que se pueda dar ideas de receta con los productos de la marca y que lleven a la recordación y motivación de compra

Facebook Creación de comunidad en Chef en casa a través de esta plataforma en la que se pueda compartir recetas sugeridas y donde los clientes puedan interactuar compartiendo sus propias recetas con toda la comunidad.

3.7.1.6. Estrategia de alianzas comerciales

Además de las alianzas comerciales antes mencionadas con asociaciones productoras de pollo en la región se ve la oportunidad de crear relaciones directamente con Fenavi logrando obtener subsidios y a su vez participando en proyectos de formación del capital humano, estrategia que han venido ofreciendo a las pequeñas unidades productivas y de esta manera obtener relaciones más estables con los proveedores y materia prima de mejor calidad.

3.8. Proyección de Ventas

			PROYECCION DE VENTAS										
Cantidad Unidades	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Pollo Ahumado Entero	752	753	754	755	756	757	758	759	760	761	762	763	9.092
Paquete por 4 Muslos ahumado	4.011	4.017	4.022	4.027	4.033	4.038	4.044	4.049	4.054	4.060	4.065	4.071	48.492
Total	4.764	4.770	4.776	4.783	4.789	4.795	4.802	4.808	4.815	4.821	4.827	4.834	57.584
Precio Unidades	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	PRECIO PROMEDIO
Pollo Ahumado Entero	33.423	33.423	33.423	33.423	33.423	33.423	33.423	33.423	33.423	33.423	33.423	33.423	33.423
Paquete por 4 Muslos ahumado	10.689	10.689	10.689	10.689	10.689	10.689	10.689	10.689	10.689	10.689	10.689	10.689	10.689
Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Pollo Ahumado Entero	25.138.917	25.172.435	25.205.998	25.239.606	25.273.259	25.306.957	25.340.700	25.374.487	25.408.320	25.442.198	25.476.120	25.510.089	303.889.086
Paquete por 4 Muslos ahumado	42.878.538	42.935.709	42.992.957	43.050.281	43.107.681	43.165.158	43.222.712	43.280.342	43.338.049	43.395.833	43.453.694	43.511.632	518.332.586
Total	68.017.454	68.108.144	68.198.955	68.289.887	68.380.940	68.472.115	68.563.411	68.654.829	68.746.369	68.838.031	68.929.815	69.021.721	822.221.672

Elaboración Propia

4. MÓDULO DE OPERACIÓN

4.1 Ficha Técnica

Producto 1

Nombre del producto.	Pollo ahumado.	
Composición del producto.	Pollo orgánico	2,000
	Sal	0,222
	Azúcar	0,222
	Ajo en polvo	0,016
	Orégano en polvo	0,003
	Pimienta	0,001
	Anís estrellado	0,002
	Clavo de olor	0,002
	Romero seco	0,001
	Laurel	0,001
	*Gramos por unidad de producto	
Presentación comercial	Pollo ahumado entero de 2 kg.	
Tipo de envase	Bolsa individual de empaque al vacío.	
Material de envase	Biopolímero biodegradable.	
Condiciones de conservación	Se mantiene en refrigeración a temperatura no mayor a 4°C, una vez abierto consumir en el menor tiempo posible.	
Tipo de tratamiento	Salmuera durante 48 horas, Ahumado en Maquina primera fase a 80°C acondicionamiento hasta llegar a 130°C. Fase final se introduce aserrín, enfriamiento, empaque, refrigeración.	

Vida útil estimada	21 días.
Elaborado por	

Producto 2

Nombre del producto	Pollo ahumado.	
Composición del producto	Pollo orgánico	0,500
	Sal	0,055
	Azúcar	0,055
	Ajo en polvo	0,004
	Orégano en polvo	0,001
	Pimienta	0,000
	Anís estrellado	0,001
	Clavo de olor	0,001
	Romero seco	0,000
	Laurel	0,000
	*Gramos por unidad de producto	
Presentación comercial	4 muslos de pollo ahumado de 500 Gr.	
Tipo de envase	Bolsa individual de empaque al vacío.	
Material de envase	Biopolímero biodegradable.	
Condiciones de conservación	Se mantiene en refrigeración a temperatura no mayor a 4°C, una vez abierto consumir en el menor tiempo posible.	
Tipo de tratamiento	Salmuera durante 48 horas. Ahumado en Maquina primera fase a 80°C acondicionamiento hasta llegar a 130°C. Fase final se introduce aserrín, enfriamiento, empaque,	

	refrigeración.
Vida útil estimada	21 días.
Elaborado por	

*Elaboración Propia

4.2 Descripción del Proceso

N ^a	ACTIVIDAD	CAN T.	TIEM P.	●	■	➔	▼	▢	OBSERVACIONES
1	Pollo en Refrigeración.						X		Pollo almacenado en cuarto Frio a -15 °C.
2	Preparación de condimentos			X					Pesaje y preparación de la mezcla de condimentos.
3	Pollo en salmuera		48 horas	X					
4	Proceso de ahumado en ahumadora semiindustrial.	300 kg	3 horas	X					Se inicia el proceso a 80° C subiendo hasta alcanzar los 130° C.
5	Enfriado.		1 hora	X					
6	Empacado.			X					
7	Refrigeración.							X	EL pollo procesado en conservación hasta 21 días.
8	Traslado a puntos de distribución.					X			Traslado en Thermoking.
9	Entrega del pollo.				X				Según el punto de

										distribución específico.
1 0	Recepción del pago.								X	Según política de cartera.

*Elaboración Propia

4.3 Estado de Desarrollo

4.3.1 Prototipo y/o evidencias

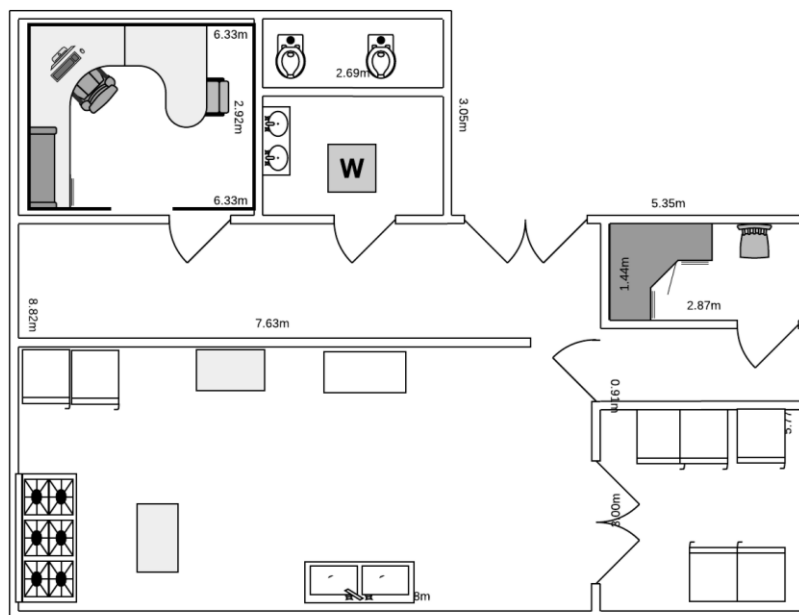
El proyecto se encuentra en etapa de ideación y mediante el avance se ha conseguido diseñar piezas graficas utilizadas dentro de la estrategia de comunicación. De igual manera se diligencio un formato de acercamiento a la ficha técnica del Invima donde se puede establecer requerimientos legales respecto a especificaciones técnicas y propias del producto. También se logró establecer un primer acercamiento a la etiqueta que tendría el producto teniendo en cuenta los requerimientos legales que debe contener, respecto a presentación y composición (Ver 3 anexo, 4 anexo y 5 anexo).

4.4 Requerimientos de Inversión

4.4.1 Lugar de operación

Dado el plan de ordenamiento territorial en el municipio de pasto se establece que la zona industrial se encuentra ubicada en Jamondino donde se establece la zona área comercial y plataforma logística. Dentro de este plan es importante delimitar zonas de área por fuera de zonas residenciales con el fin de garantizar un adecuado manejo de residuos y reducir los riesgos medioambientales.

Para la ubicación de la planta de producción se proveen adecuaciones por \$15.000.000 necesarias para la adaptación de una bodega como planta de procesamiento y de esta manera garantizando el manejo de producto con buenas prácticas de manipulación de alimentos.



A partir del plano sugerido se establecen requerimientos como la instalación de cuartos fríos, espacio de circulación del personal al igual que se garantiza un espacio donde los colaboradores pueden cambiar su vestuario por la indumentaria correcta para desarrollar labores.

5 Módulo de Organización

5.1 Estrategia Organizacional

Misión: Somos una empresa Nariñense dedicada a la producción y comercialización de pollo ahumado orgánico que busca ofrecer diversificación nutricional en los hogares, despertar emociones y generar nuevos recuerdos en nuestros consumidores a través de productos de alta calidad y apoyados por procesos certificados y sistemas productivos de las pequeñas avícolas regionales.

Visión: Para el año 2026 Tizne busca ser una empresa reconocida a nivel regional por producir y comercializar pollo ahumado con altas estándares de calidad y certificados de inocuidad, que tenga recordación en los consumidores de todos los hogares Nariñenses.

Objetivos organizacionales

- Desarrollar un producto de pollo ahumado empacado al vacío para ser distribuido en grandes, medianas y pequeñas superficies en la ciudad de Pasto en el año 2023
- Generar 3 empleos directos para el procesamiento del producto dentro de la empresa Tizne.
- Generar unas ganancias mensuales de 12.000.000 durante los primeros 5 años de ejercicio.
- Certificar la empresa en métodos HACCP para garantizar la inocuidad del producto en la producción en el primer semestre del 2024.

1. Marca

- ✓ **Nombre:** Tizne
- ✓ **logo y eslogan:** Naturalmente ahumado, Naturalmente delicioso.



*Elaboración propia



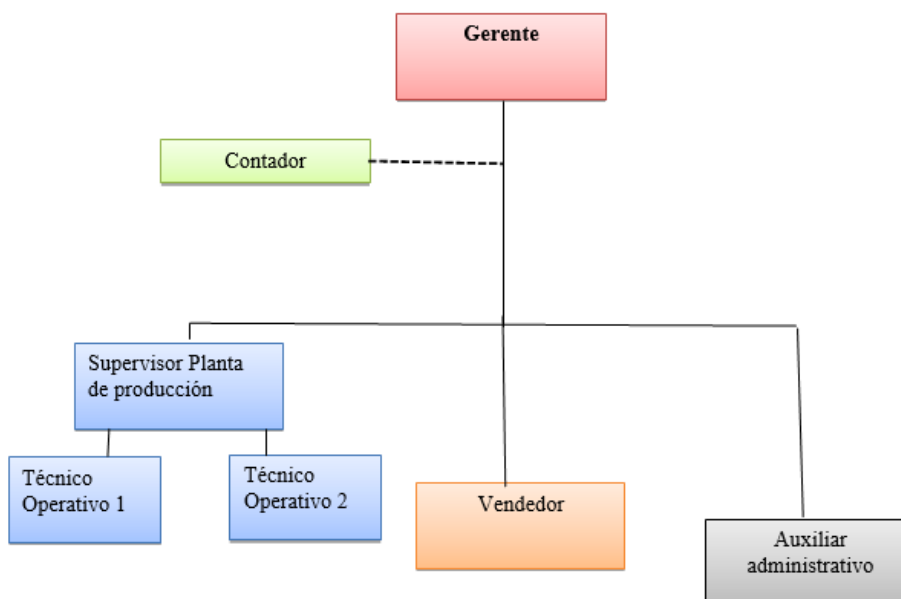
Elaboración propia

5.2 Organismos de Apoyo

Como organismos de apoyo el proyecto se apalancó en el centro de progreso como principal medio para lograr la orientación para la planeación, de igual manera se solicitó el apoyo de entidades como el fondo emprendedor a través del cual se puede conseguir respaldo de tipo académico y financiero.

5.3 Estructura Organizacional

Organigrama



Elaboración Propia

Perfiles profesionales

CARGO: Gerente general	
Área: Administrativa	
Propósito del Cargo: Responsable por la dirección, desarrollar y definición de los objetivos organizacionales, planificación y proyección del crecimiento organizacional presentar a junta de accionista estados financieros, planes de negocios y presupuestos generados.	
Características Generales	
Edad:	N/A
Sexo:	N/A
Estado Civil	N/A
Estudios	Profesional en administración de empresas, finanzas, economía, contaduría o carreras afines.
Competencias Técnicas	
Experiencia	Mínima 2 años
Habilidades	Visión de negocios Orientación al resultado Manejo de grupo Negociación Liderazgo

Funciones	Realizar la administración global de las actividades de la empresa buscando su mejoramiento organizacional, técnico y financiero. Garantizar el cumplimiento de las normas, reglamentos, políticas instructivas internos y los establecidos por las entidades de regulación y control. Gestión de compras, administración de presupuestos operacionales. Proyección de operaciones y análisis de mercados. Control de inventarios.
Área a Quien reporta	Junta de accionistas.
Salario:	2,000,000

CARGO: Supervisor Planta	
Área: Operativa	
Propósito del Cargo:	
Coordinar y supervisar las operaciones realizadas en el área, velar por el cumplimiento de normas y especificaciones en la producción.	
Características Generales	
Edad:	N/A
Sexo:	N/A
Estado Civil	N/A
Estudios	Tecnólogo, Ingeniero industrial o afines.
Competencias Técnicas	
Experiencia	Mínima 1 año experiencia relacionada.
Habilidades	Conocimiento en planeación y control de la producción. Norma ISO 9001: 2015. Manejo de grupo. Orientación a la tarea.
Funciones	Programar el trabajo del día, establecer la prioridad y el orden, tomando en cuenta los recursos y el tiempo para hacerlo, de igual forma el grado de efectividad de sus colaboradores. Monitorizar y controlar materiales, productos o equipos para detectar defectos o fallos. Ayuda a organizar y planificar el aprovisionamiento de materias primas y la distribución y transporte del producto terminado de la empresa. Coordinar con almacén la existencia de la Materia Prima en la planta de producción, evitando contratiempos en la producción.
Área a Quien reporta	Gerente.
Salario:	1,800,000

CARGO: Técnico operativo

Área: Operativa	
Propósito del Cargo: Control de inventarios, garantizar entrega de producto oportunamente, conocimientos de producción de alimentos, empaque y procesamiento.	
Características Generales	
Edad:	18 y 49 años
Sexo:	N/A
Estado Civil	N/A
Estudios	Tecnólogo en alimentos, producción industrial de alimentos, calidad alimentaria o afine.
Competencias Técnicas	
Experiencia	Mínima 1 año experiencia relacionada.
Habilidades	Conocimiento Normas de Calidad (ISO 17.025, Reglamento Sanitario de Alimentos, HACCP). Manejo de Inocuidad Norma ISO 9001: 2015.
Funciones	Ejecutar la extracción y análisis de muestras de materias primas, materiales, envases, embalajes, productos en proceso y/o terminados, según los procedimientos establecidos. Envases, embalajes, productos en proceso y/o terminados, rechazados y/o bloqueados para su uso en producción o distribución. Realizar el ingreso de los resultados de las características de inspección en el sistema (SAP). Realizar seguimiento y cuidado de la inocuidad del producto en proceso.. Coordinar con almacén la existencia de la Materia Prima en la planta de producción, evitando contratiempos en la producción.
Área a Quien reporta	Supervisor Planta productivo.
Salario:	1,400,000

CARGO: Asesor de ventas	
Área: Ventas	
Propósito del Cargo: Realizar los procesos de transacciones comerciales, con atención al cliente oportuna, eficaz y amena. Supervisar las existencias en vitrina, y realizar el requerimiento a la planta.	
Características Generales	
Edad:	N/A
Sexo:	N/A
Estado Civil	N/A
Estudios	Técnico en ventas, atención al cliente o afines.
Competencias Técnicas	
Experiencia	Mínima 6 meses.
Habilidades	Orientación al objetivo. Eficiencia. Comunicación asertiva. Manejo de sistema de información, paquete contable.
Funciones	Dar a conocer las características, beneficios y precios de los productos.

	Venta de productos y atención a los clientes. Generación de pedido e inventarios. Supervisar cargue y descargue de productos. Organizar los puntos de exhibición.
Área a Quien reporta	Gerente.
Salario:	1,200,000

CARGO: Auxiliar administrativo	
Área: Administrativa	
Propósito del Cargo: Ejecutar, organizar y facilitar los elementos, documentos y actividades para garantizar oportunamente las información y herramientas necesarias en el correcto desarrollo de las funciones del personal y lograr el cumplimiento de los requerimientos del Área.	
Características Generales	
Edad:	N/A
Sexo:	N/A
Estado Civil	N/A
Estudios	Técnico en administración, contabilidad o afines.
Competencias Técnicas	
Experiencia	Mínima 6 meses.
Habilidades	Orientación a la tarea. Eficiencia. Comunicación asertiva. Manejo de sistema de información, paquete contable. Comunicación, habilidad para priorizar tareas, gestionar el tiempo.
Funciones	Manejo de documentación, custodias recepción de correspondencia. Atención telefónica y demás medio de contacto, recepción de mensajes, agendad de reuniones.
Área a Quien reporta	Gerente.
Salario:	1,000,000

5.4 Aspectos Legales

Normatividad comercial: la organización se establecerá como una Sociedad por Acciones simplificada S.A.S, constituida por dos socios con una participación accionaria del 50% cada uno. Código CIIU 1011 Procesamiento y conservación de carne y productos cárnicos. 4631 comercio al por mayor de productos alimenticios.

Adicionalmente dentro de la normativa de cumplimiento necesaria para el funcionamiento es destacable mencionar el Código Sanitario Nacional de Plantas De Alimentos (Ley 09/79) por medio de la cual se establece el marco legal para la producción e importación de alimentos en el país, adicionalmente define las normas técnicas oficiales en Colombia, dentro de estas es importante destacar la NTC 1325 Industrias Alimentarias Productos Cárnicos Procesados que establece los requisitos técnicos que deben cumplir los productos cárnicos procesados no enlatados, incluyendo requisitos de composición y formulación, especificaciones fisicoquímicas y microbiológicas, rotulado.

5.5 Costos Administrativos

Gastos de personal:

Empleado	Total deveng - aux transp	8,5% salud	12% pensión	0,522 % arl	2% sena	3% icbf	4% caja de c
Gerente	\$ 2.000.000	\$ 170.000	\$ 240.000	\$ 10.440			\$ 80.000
Supervisor planta de producción	\$ 1.800.000	\$ 153.000	\$ 216.000	\$ 9.396			\$ 72.000
Operario de producción	\$ 1.400.000	\$ 119.000	\$ 168.000	\$ 7.308			\$ 56.000
Operario de producción	\$ 1.400.000	\$ 119.000	\$ 168.000	\$ 7.308			\$ 56.000
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -			\$ -
Asesor de ventas	\$ 1.200.000	\$ 102.000	\$ 144.000	\$ 6.264			\$ 48.000
	\$ -		\$ -				
Auxiliar administrativo	\$ 1.000.000	\$ 85.000	\$ 120.000	\$ 5.220			\$ 40.000

	\$ 8.800.000	\$ 748.000	\$ 1.056.000	\$ 45.936	\$ -	\$ -	\$ 352.000
--	--------------	------------	--------------	-----------	------	------	------------

Empleado	Total devengado	8,33% cesantías	1% int/cesant	8,33% prima	4,17% vacaciones
Gerente	\$ 2.000.000,00	\$ 166.600	\$ 20.000	\$ 166.600	\$ 83.400
Supervisor planta de producción	\$ 1.906.454,00	\$ 158.808	\$ 19.065	\$ 158.808	\$ 79.499
Operario de producción	\$ 1.506.454,00	\$ 125.488	\$ 15.065	\$ 125.488	\$ 62.819
Operario de producción	\$ 1.506.454,00	\$ 125.488	\$ 15.065	\$ 125.488	\$ 62.819
Asesor de ventas	\$ 1.306.454,00	\$ 108.828	\$ 13.065	\$ 108.828	\$ 54.479
Auxiliar administrativo	\$ 1.106.454,00	\$ 92.168	\$ 11.065	\$ 92.168	\$ 46.139
	\$ 9.332.270,00	\$ 777.378	\$ 93.323	\$ 777.378	\$ 389.156

Gastos de puesta en marcha (Preoperativos):

Gastos Preoperativos	
Constitución y registro de la empresa	570.000
Asesoría en calidad y legal	400000
Total	970.000

6 MÓDULO FINANCIERO

6.1 Requerimientos de maquinaria, planta y equipo (inversión en activos fijos)

	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Requisitos técnicos
Infraestructura y adecuaciones	Adecuaciones	1	15.000.000	15.000.000	
Maquinaria y equipo	Horno para cárnicos	1	17.000.000	17.000.000	H14 – horno para cárnicos (cocción y ahumado) capacidad min 400 max 600 kg
	Máquina de empaque al vacío	1	4.800.000	4.800.000	
	Balanza eléctrica	1	260.000	260.000	
	Nevera para refrigeración	1	10.300.000	10.300.000	
	Mesa de acero inoxidable	2	\$ 1.620.000	3.240.000	
	Cuarto frio	1	16.000.000	16.000.000	
Equipo de comunicación y computación	Teléfono	1	100.000	100.000	
	Computadores de mesa	3	2 000.000	6.000.000	
	Registradora	1	600.000	600.000	
	Impresora	1	450.000	450.000	
Muebles y enseres y otros	Escritorio + silla	3	998.000	998.000	
	Vitrina	1	500.000	500.000	
	Estantería	1	900.000	900.000	
Otros	Cuchillo	5	90.000	450.000	
	Cubetas plásticas	3	30.000	90.000	
	Recipientes plásticos	2	60.000	120.000	
	Pinzas	1	25.000	25.000	
Gastos preoperativos	Constitución y registro de la empresa			570.000	
	Asesoría en calidad y legal			400000	
	Imprevistos (5%)			3.841.650	
				80.674.650	


--	--	--	--	--	--

6.2 Inversión capital de trabajo

Concepto	Cantidad de Meses	Valor unitario	Valor total
Nomina	3	\$ 8.628.270	\$ 25.884.810
Servicios públicos	3	\$ 1.000.000	\$ 3.000.000
Compras materia prima	3	\$ 28.007.491	\$ 84.022.474
Mantenimiento	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Gastos Papelería	3	\$ 200.000	\$ 600.000
Transporte Thermo king	3	\$ 4.800.000	\$ 14.400.000
Elementos Aseo	3	\$ 2.000.000	\$ 6.000.000
Total			\$ 134.907.284

6.3 Cronograma de Inversión – fuentes de financiación (propios o terceros)

Para la ejecución del proyecto que contaría con un aporte solidario de \$ 212.310.284 de los cuales se financiaría a partir del 2 año 80.000.000 de esta manera se presenta la simulación del crédito donde se evidencia la tasa de interés, tiempo y valor de las cuotas.

 Nombre del Proyecto: _____											
Detalles de la operación financi:											
TASA EFECTIVA ANUAL TEA 24,000% <i>Fijate del tipo de tasa</i>		TIPO DE CUOTA <input type="radio"/> Cuotas Fijas <input type="radio"/> Cuotas Crecientes <input type="radio"/> Cuotas Decrecientes		FORMA DE PAGO <input type="radio"/> Diario <input type="radio"/> Bimestral <input type="radio"/> Semanal <input type="radio"/> Trimestral <input type="radio"/> Semestral <input type="radio"/> Mensual <input type="radio"/> Trimestral <input type="radio"/> Anual			NÚMERO DE CUOTAS <input type="text" value="60"/>		VALOR A EVALUAR <input type="text" value="80.000.000,00"/>		
Comisiones y gastos Seguro Cuota (x periodo) 0,000% Otros Cargos (Comisiones) - Valor Estudio 0,000%			Detalles del Financiamiento Tasa Efectiva Anual (TEA) 24,00% Tasa Efectiva Mensual 1,81% Total costo Efectivo Anual 2,50% <i>No modifiques nada de estos conceptos</i>			Codigo _____ Numero de Lote _____				VALOR CUOTA INICIAL 30% <input type="text" value="-"/>	
					Total Intereses 51.794.922,17		Total a Pagar 131.761.617,52				
Cuota	Deuda	Factor (Cuotas Crecientes)	Amortización	Interés	Seguro Cuota	Otros Cargos-Comisiones	Valor Total Cuota	Valor Estudio	Cuota Total a Pagar		
0	80.000.000,00	-	-	-	-	-	-	-	-		
1	79.250.886,40	-	749.113,60	1.447.006,60	-	-	2.196.120,20	-	2.196.120,20		
2	78.488.223,15	-	762.663,25	1.433.456,94	-	-	2.196.120,20	-	2.196.120,20		
3	77.711.785,17	-	776.457,99	1.419.662,21	-	-	2.196.120,20	-	2.196.120,20		
4	76.921.262,93	-	790.502,23	1.405.617,96	-	-	2.196.120,20	-	2.196.120,20		
5	76.116.462,43	-	804.800,51	1.391.319,69	-	-	2.196.120,20	-	2.196.120,20		
6	75.297.105,02	-	819.357,40	1.376.762,79	-	-	2.196.120,20	-	2.196.120,20		
7	74.462.927,42	-	834.177,60	1.361.942,60	-	-	2.196.120,20	-	2.196.120,20		
8	73.613.661,57	-	849.265,85	1.346.854,34	-	-	2.196.120,20	-	2.196.120,20		
9	72.749.034,55	-	864.627,02	1.331.493,18	-	-	2.196.120,20	-	2.196.120,20		
10	71.868.768,52	-	880.266,03	1.315.854,16	-	-	2.196.120,20	-	2.196.120,20		

6.4 Proyección de egresos (costos y gastos)

Para generar la proyección de los egresos se tuvo en cuenta el IPC promedio anual para el año 2022 siendo este de 8,53%.

Año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos de producción					
Costos directos					
Mano de obra directa	\$ 59.032.344	\$ 64.067.803	\$ 69.532.787	\$ 75.463.933	\$ 81.901.007
Materia prima	\$ 425.730.458	\$ 462.045.266	\$ 501.457.727	\$ 544.232.071	\$ 590.655.067
Total, costos directos	\$ 484.762.802	\$ 526.113.069	\$ 570.990.513	\$ 619.696.004	\$ 672.556.073
Costos indirectos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Servicios públicos	\$ 12.000.000	\$ 13.023.600	\$ 14.134.513	\$ 15.340.187	\$ 16.648.705
Transporte thermoking/ 2	\$ 57.600.000	\$ 62.513.280	\$ 67.845.663	\$ 73.632.898	\$ 79.913.784
Empaque	\$ 12.120.000	\$ 13.153.836	\$ 14.275.858	\$ 15.493.589	\$ 16.815.192
Total costos indirectos	\$ 81.720.000	\$ 88.690.716	\$ 96.256.034	\$ 104.466.674	\$ 113.377.681
Total costos	\$ 566.482.802	\$ 614.803.785	\$ 667.246.547	\$ 724.162.678	\$ 785.933.754
Gastos de operación		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mantenimiento maquinaria	\$ 4.000.000	\$ 4.341.200	\$ 4.711.504	\$ 5.113.396	\$ 5.549.568
Gastos de administración		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Nomina administración	\$ 37.277.448	\$ 40.457.214	\$ 43.908.215	\$ 47.653.585	\$ 51.718.436
Papelería	\$ 2.400.000	\$ 2.604.720	\$ 2.826.903	\$ 3.068.037	\$ 3.329.741
Total Gastos de Administración	\$ 43.677.448	\$ 47.403.134	\$ 51.446.622	\$ 55.835.018	\$ 60.597.746
Nomina ventas	\$ 15.677.448	\$ 17.014.734	\$ 18.466.091	\$ 20.041.249	\$ 21.750.767
Gastos de venta	\$ 14.525.448	\$ 15.764.469	\$ 17.109.178	\$ 18.568.591	\$ 20.152.492
Publicidad y e-commerce	\$ 10.800.000	\$ 11.721.240	\$ 12.721.062	\$ 13.806.168	\$ 14.983.835

Total Gastos de venta	\$ 10.800.000	\$ 11.721.240	\$ 12.721.062	\$ 13.806.168	\$ 14.983.835
Gastos Financieros	\$ 26.353.442	\$ 28.601.391	\$ 31.041.090	\$ 33.688.895	\$ 36.562.557
Total Gastos Financieros	\$ 26.353.442	\$ 28.601.391	\$ 31.041.090	\$ 33.688.895	\$ 36.562.557
Total Anual	\$ 647.313.692	\$ 702.529.550	\$ 762.455.321	\$ 827.492.759	\$ 898.077.892

6.5 Plan de Compra

Materia Prima	Cantidad en gramos	Precio por cantidad
Pollo entero unidad	2000	\$ 17.900
sal	222	\$ 377
Azucar	222	\$ 698
Ajo en polvo	16	\$ 465
Oregano en polvo	3	\$ 88
Pimienta	1	\$ 43
Laurel	2	\$ 240
Anis estrellado	2	\$ 167
Clavo de olor	1	\$ 56
Romero seco	0,1	\$ 34
		\$ 20.067

Materia Prima	Cantidad en gramos	Precio por cantidad
Muslos 4 unidad	500	\$ 4.475
sal	55	\$ 94
Azucar	55	\$ 174
Ajo en polvo	0,4	\$ 116
Oregano en polvo	0,1	\$ 22
Pimienta	0,001	\$ 11
Laurel	0,001	\$ 60
Anis estrellado	0,001	\$ 42
Clavo de olor	0,0001	\$ 14

Romero seco	0,001	\$ 8
		\$ 5.017

6.6 Proyección de Ingresos

Año	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pollo ahumado entero	capita l de trabajo	\$ 303.889.085	\$ 308.751.311	\$ 313.691.331	\$ 318.710.393	\$ 323.809.759
Paquete por 4 muslos		\$ 518.332.585	\$ 526.625.907	\$ 535.051.921	\$ 543.612.752	\$ 552.310.556
Total		\$ 822.221.671	\$ 835.377.218	\$ 848.743.253	\$ 862.323.145	\$ 876.120.316

Teniendo en cuenta la capacidad instalada para la producción de pollo siendo de 12000 kg de pollo al mes se establece que para el primer año se inicia con un 40% de producción y un crecimiento anual del 1,6% en concordancia con el de crecimiento del consumo del pollo en Nariño. Dejando un margen amplio de crecimiento con un plazo mayor a los 5 años proyectados.

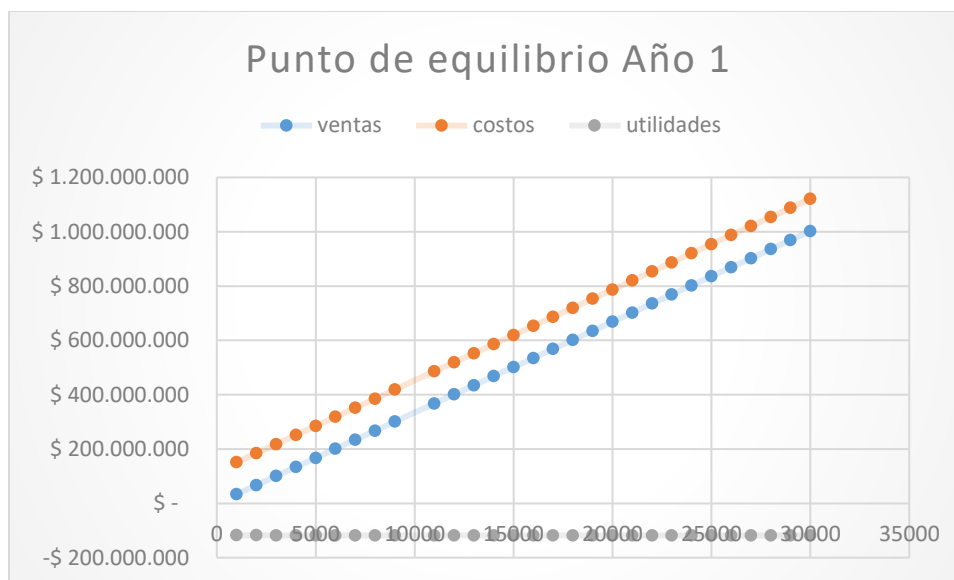
6.7 Punto de equilibrio

Productos 1 Pollo entero

Relación costos y gastos					
conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos y gastos fijos					
Ventas totales	\$ 303.889.086	\$ 308.751.311	\$ 313.691.332	\$ 318.710.393	\$ 323.809.760
Nomina	\$ 105.716.261	\$ 114.733.858	\$ 124.520.656	\$ 135.142.268	\$ 146.669.903
papelería	\$ 1.440.000	\$ 1.496.160	\$ 1.554.510	\$ 1.615.136	\$ 1.678.126
amortización	\$ 5.963.890	\$ 9.848.175	\$ 9.848.175	\$ 9.848.175	\$ -
Depreciación	\$ 4.535.880	\$ 4.535.880	\$ 4.535.880	\$ 4.535.880	\$ 4.535.880

TOTAL	\$ 117.656.031	\$ 130.614.073	\$ 140.459.221	\$ 151.141.459	\$ 152.883.910
Costos y gastos variables					
Materia prima	\$ 255.438.275	\$ 277.227.159	\$ 300.874.636	\$ 326.539.243	\$ 354.393.040
Transporte thermoking	\$ 34.560.000	\$ 37.507.968	\$ 40.707.398	\$ 44.179.739	\$ 47.948.270
Servicios públicos	\$ 7.200.000	\$ 7.480.800	\$ 7.772.551	\$ 8.075.681	\$ 8.390.632
Mantenimiento	\$ 2.400.000	\$ 4.156.000	\$ 4.318.084	\$ 4.486.489	\$ 4.661.462
Empaques	\$ 7.272.000	\$ 7.892.302	\$ 8.565.515	\$ 9.296.153	\$ 10.089.115
TOTAL	\$ 306.870.275	\$ 334.264.229	\$ 362.238.184	\$ 392.577.305	\$ 425.482.520
Fórmula: $PE = CF / (1 - (CV/VT))$ Donde: CF= Costos Fijos CV= Costos Variables VT= Ventas					
Totales	-\$ 11.993.330.271	-\$ 1.580.660.677	-\$ 907.594.179	-\$ 652.123.570	-\$ 486.908.212
%	-3946,61%	-511,95%	-289,33%	-204,61%	-150,37%

			unidades
Costos Fijos	\$	117.656.031	-3619991
Precio		33.423	
Costo variable	\$	33.456	
P E	-\$	11.993.330.271	



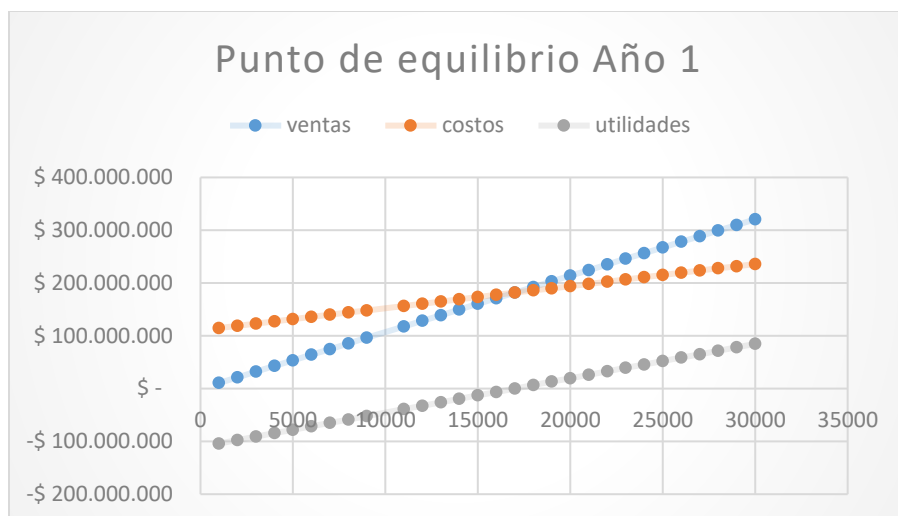
Para el primer producto se establece que no se alcanza el punto de equilibrio y por tanto se están generando pérdidas siendo el punto de equilibrio de -3.619.991 unidades se evidencia que a medida que incrementan los años los costos la brecha para llegar al punto de equilibrio se acorta, no obstante a lo largo de los 5 años para este producto se producirían pérdidas.

2 producto Paquete de Muslos 500gr

Relación costos y gastos					
conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos y gastos fijos					
Ventas totales	\$ 518.332.586	\$ 526.625.907	\$ 535.051.922	\$ 543.612.753	\$ 552.310.557
Nomina	\$ 102.580.771	\$ 111.330.911	\$ 120.827.438	\$ 131.134.018	\$ 142.319.750
papelería	\$ 960.000	\$ 997.440	\$ 1.036.340	\$ 1.076.757	\$ 1.118.751
amortización	\$ 3.975.927	\$ 6.565.450	\$ 6.565.450	\$ 6.565.450	\$ -
Depreciación	\$ 3.023.920	\$ 3.023.920	\$ 3.023.920	\$ 3.023.920	\$ 3.023.920

TOTAL	\$ 110.540.618	\$ 121.917.721	\$ 131.453.148	\$ 141.800.146	\$ 146.462.421
Costos y gastos variables					
Materia prima	\$ 170.292.183	\$ 184.818.106	\$ 200.583.091	\$ 217.692.828	\$ 236.262.027
Transporte thermoking	\$ 23.040.000	\$ 25.005.312	\$ 27.138.265	\$ 29.453.159	\$ 31.965.514
Servicios públicos	\$ 4.800.000	\$ 4.987.200	\$ 5.181.701	\$ 5.383.787	\$ 5.593.755
Mantenimiento	\$ 1.600.000	\$ 4.156.000	\$ 4.318.084	\$ 4.486.489	\$ 4.661.462
Empaques	\$ 4.848.000	\$ 5.261.534	\$ 5.710.343	\$ 6.197.436	\$ 6.726.077
TOTAL	\$ 204.580.183	\$ 224.228.153	\$ 242.931.484	\$ 263.213.699	\$ 285.208.834
Fórmula: PE=CF/ 1-(CV/VT) Donde: CF= Costos Fijos CV= Costos Variables VT= Ventas Totales	\$ 182.617.898	\$ 212.319.799	\$ 240.771.443	\$ 274.909.514	\$ 302.853.686
%	35,23%	40,32%	45,00%	50,57%	54,83%

		unidades
Costos Fijos	\$ 110.540.618	16988
Precio	10.689	
Costo variable	\$ 4.182	
P E	\$ 182.617.898	



Se establece que para que no existan perdidas ni ganancias la organización debe vender 110.540.618 correspondiente a 16.988 paquetes de muslos. Al aumentar los años es evidente que se presenta que los requerimientos de venta aumentan, todo esto con directa relación al resultado del producto anterior.

Flujo de Caja

Total	0	1	2	3	4	5
Flujo de caja Finan.						
Variacion credito		68.218.884	57.768.114	42.484.651	23.533.157	33.305
Total	0	68.218.884	57.768.114	42.484.651	23.533.157	33.305
Total del flujo		48.902.540	32.679.027	18.402.065	4.651.032	-7.971.696
Flujo de caja anterior		0	48.902.540	81.581.567	99.983.632	104.634.665

Flujo de caja	-\$ 216.551.934,1	\$ 48.902.539,9	\$ 81.581.566,8	\$ 99.983.632,3	\$ 104.634.664,7	\$ 96.662.969,2
----------------------	--------------------------	-----------------	-----------------	-----------------	------------------	-----------------

En el flujo de caja se evidencia los gastos financieros a partir del 2 año en el que se proyecta adquirir un crédito para solventar algunos requerimiento de la organización, teniendo en cuenta que la inversión total del proyecto es de 212.310.284 a partir del 4 año se lograría recuperar la inversión.

6.8 Balance General

Balance General		1	2	3	4	5
Activo						
Efectivo		\$ 117.121.424	\$ 90.447.141	\$ 60.886.717	\$ 28.184.190	\$ 450.300.945
Activo	\$ 216.551.934	\$ 216.551.934	\$ 216.551.934	\$ 216.551.934	\$ 216.551.934	\$ 216.551.934
Dep. Acumulada		-\$ 7.559.800	-\$ 15.119.600	-\$ 22.679.400	-\$ 30.239.200	-\$ 37.799.000
Total Activo	\$ 216.551.934	\$ 326.113.558	\$ 291.879.475	\$ 254.759.251	\$ 214.496.924	\$ 629.053.879
Pasivo						
Obligaciones Financieras	\$ -	\$ 68.218.884	\$ 57.768.114	\$ 42.484.651	\$ 23.533.157	\$ 33.305
Impuesto		\$ 57.686.672	\$ 44.548.592	\$ 29.988.980	\$ 13.881.765	\$ 119.216.967
Total Pasivo	\$ -	\$ 125.905.556	\$ 102.316.706	\$ 72.473.631	\$ 37.414.922	\$ 119.250.271
Patrimonio						
Capital Social	\$ 212.310.284	\$ 212.310.284	\$ 212.310.284	\$ 212.310.284	\$ 212.310.284	\$ 212.310.284
Utilidad	\$ -	\$ 186.398.333	\$ 194.004.850	\$ 202.881.535	\$ 212.011.780	\$ 221.402.938

Utilidades Acum	\$ -	\$ -	\$ 186.398.3 33	\$ 380.403.1 84	\$ 583.284. 719	\$ 795.296.499
Total Patrimonio	\$ 212.310.28 4	\$ 398.708.6 17	\$ 592.713.4 68	\$ 795.595.0 03	\$ 1.007.60 6.783	\$ 1.229.009.721
Total Pasivo + Patri.	\$ 212.310.28 4	\$ 524.614.1 73	\$ 695.030.1 74	\$ 868.068.6 34	\$ 1.045.02 1.706	\$ 1.348.259.993

6.9 Estado de Resultados

Estado de resultado					
Año	2023	2024	2025	2026	2027
Concepto					
Ingresos por venta	\$ 822.221.672	\$ 835.377.218	\$ 848.743.254	\$ 862.323.146	\$ 876.120.316
- costo de lo vendido	\$ 566.482.802	\$ 614.803.785	\$ 667.246.547	\$ 724.162.678	\$ 785.933.754
= utilidad Bruta	\$ 255.738.870	\$ 220.573.434	\$ 181.496.706	\$ 138.160.468	\$ 90.186.562
- Gastos de administración	\$ 43.677.448	\$ 47.403.134	\$ 51.446.622	\$ 55.835.018	\$ 60.597.746
- Gastos de Ventas	\$ 10.800.000	\$ 11.721.240	\$ 12.721.062	\$ 13.806.168	\$ 14.983.835
- Gastos Financieros	\$ 18.893.526	\$ 18.893.526	\$ 18.893.526	\$ 18.893.526	\$ 18.893.526
- Depreciación	\$ 7.559.800	\$ 7.559.800	\$ 7.559.800	\$ 7.559.800	\$ 7.559.800
Utilidad operativa antes de impuestos	\$ 174.808.096	\$ 134.995.733	\$ 90.875.697	\$ 42.065.955	-\$ 11.848.345
Impuestos (33%)	\$ 57.686.672	\$ 44.548.592	\$ 29.988.980	\$ 13.881.765	-\$ 3.909.954
Utilidad Neta	\$ 117.121.424	\$ 90.447.141	\$ 60.886.717	\$ 28.184.190	-\$ 7.938.391

Dentro del estado de resultado se puede observar que si bien los primeros años se obtienen utilidades, el producir con los costos tan elevados como el pollo entero están generando pérdidas para la organización y a lo largo del 5 años la situación financiera sería insostenible.

6.10 Indicadores Financieros TIR y VPN

Formula:

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{F_n}{(1+i)^n} = 0$$

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

Para el cálculo de los indicadores de bondad financiera se tuvo en cuenta las anteriores formulas, de igual manera se estableció la tasa de crecimiento de los procesados como tasa interna de oportunidad siendo esta del 6%.

TIO 6%
 VAN \$ 369.619.497
 TIR 53,36%

Estado de Flujo de Efectivo	0	1	2	3	4	5
Flujos de caja Operacional						
Ingresos Netos		117.121.424	90.447.141	60.886.717	28.184.190	-7.938.391
Total		117.121.424	90.447.141	60.886.717	28.184.190	-7.938.391
Flujo de caja INV						
Variación Activo Fijo	0	0	0	0	0	0
Total	0	0	0	0	0	0
Flujo de caja Finan.						
Variación crédito		14.916.942	57.768.114	42.484.651	23.533.157	33.305
Total	0	14.916.942	57.768.114	42.484.651	23.533.157	33.305
Total del flujo		102.204.482	32.679.027	18.402.065	4.651.032	-7.971.696
Flujo de caja anterior		0	102.204.482	134.883.509	153.285.575	157.936.607
Flujo de caja	-\$ 212.710.284,1	\$ 102.204.482,1	\$ 134.883.509,1	\$ 153.285.574,5	\$ 157.936.606,9	\$ 149.964.911,4

Con base en los resultados se establece que si bien la van > a 0 nos sugiere rentabilidad, en este caso el valor obtenido en la VAN es mayor que el de la inversión inicial; con esto y partiendo de una tasa interna de retorno positiva sugiriendo que por cada peso invertido se obtiene 25% de retorno se establece que existe viabilidad para el plan de negocios.

Si bien los indicadores financieros establecen rentabilidad es importante denotar que el flujo de efectivo obtenido y la utilidad sugerida quedaría a expensas de un solo producto dado que la otra presentación estaría con sobrecostos y por tanto la venta de uno estaría compensando la pérdida en otras, resultado en lo que se observó en el estado de resultado disminución de utilidades hasta evidenciar pérdidas.

POSIBLES IMPACTOS

8.1 Posible Impacto Regional

El desarrollo del presente plan de negocio generaría impacto en los sectores avícola e industrial de la región esto en razón a que por el carácter de negocio incluyente que plantea incentiva al desarrollo de la agroindustria local, buscando de esta manera dinamizar el mercado en la región e incentiva a el desarrollo de la industria nariñense.

8.2 Posible Impacto Social

El establecer como proveedores a asociaciones con pequeñas unidades productiva genera un impacto social grande dado que se genera empleo no solo directo si no de manera indirecta, la importancia de esta básicamente radica en que el sector avícola de Nariño en su mayoría es producido por familias campesinas que entre otros productos buscan el sustento a través del campo.

9 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- El estudio de mercado reafirma la tendencia de crecimiento respecto al consumo de pollo a nivel regional y nacional y por tanto se ve la pertinencia de generar el pollo ahumado, un producto diferenciado en presentación y calidad que se ajuste a las necesidades del mercado y que ofrezca mayor versatilidad en el consumo de un producto ya consolidado como es el pollo.

- Si bien los requerimientos técnicos iniciales representan una suma de dinero considerable siendo de \$ 212.310.284 es pertinente denotar que se establece una instalación inicial con capacidad productiva suficiente para cubrir la tasa de crecimiento proyectada por el mercado del 6% a lo largo de los 5 primeros años, de igual manera es destacable que con este proyecto se ofrecería 6 empleos directos y un importante apoyo al desarrollo de la región buscando incentivar la producción regional de pollos mediante la integración en la cadena de valor de asociaciones productoras de pollo en la región .

- Es fundamental para el establecimiento del proyecto hacer una rigurosa vigilancia respecto al manejo de alimentos apoyándose en la norma técnica 1325 como elemento fundamental para alimentos procesados no enlatados.

- Para la ejecución del proyecto se requiere de \$ 212.310.284 de los que se requiere financiar \$80.000.000, partiendo de esto y tras realizar el análisis financiero se estableció una van de \$ 369.619.497 mayor que la inversión inicial y mayor a cero, con base en la tasa interna de retorno se refuerza la viabilidad del proyecto y se establece que por cada peso invertido se obtiene el 53,36%% de retorno.

- Es importante para la ejecución del proyector ajustar los costos de producción para lograr sustentabilidad y utilidades a lo largo de los 5 años, de igual manera se establece que debido a los altos costos para el Pollo ahumado en presentación entero se debe generar una nueva estimación y propuesta de presentación del producto.

- Es importante destacar que uno de los principales inconvenientes que se presentaron en el desarrollo del plan de mercado fue la limitada información respecto a censos sectorial a nivel regional, es necesario implementar herramientas que permitan conocer los sectores y consumidores como un material fundamental para poder ajustar ofertas y establecer estrategias ajustadas a la realidad de la región.

Referencias

- Arteaga Flórez, A. L., & De La Rosa Salazar, Diego Marcel. (2019). Análisis de marketing en las tiendas y superetes de la ciudad de san juan de pasto. *Tendencias*, 20(2), 93-115.
doi:10.22267/rtend.192002.124
- Balmaseda Espinosa, Carlos Eloy Cruz Torres, Ronald Enrique. (2021). *Factibilidad económica para la implementación de una empresa productora de pollo ahumado en la provincia de santa elena*. Retrieved from <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5858/1/UPSE-TIA-2021-0024.pdf>
- Benavides Sánchez, E., Corrales Castillo, E. J., & Betancourt Guerrero, B. (2018). Estudio de benchmarking competitivo aplicado a cuatro empresas del sector avícola colombiano. *Libre Empresa*, 15(1), 9-28. doi:10.18041/1657-2815/libreempresa.2018v15n1.3155
- Cámara de comercio de Pasto. (2017). Sabores y saberes de Nariño. (). Retrieved from <http://www.ccpasto.org.co/wp-content/uploads/2017/07/revista-diagra-ilovepdf-compressed.pdf>
- Cámara de comercio de pasto. (2017). *Informe sector avícola balance 2016 perspectiva 2017*. ()<https://www.ccpasto.org.co/wp-content/uploads/2017/05/Sector-Avicola-Balance-2016-y-Perspectivas-2017.pdf>
- Cámara de Comercio de Pasto. Relación de matriculados en el registro mercantil e inscritos en los registros de entidad sin ánimo de lucro y
- Cong Yang, Zhinan Zhao, Yufeng Zou, Shuangyu Ma, Jun Qi y Dengyong Liu (2021) Análisis comparativo de las diferencias de sabor de seis pollos ahumados comerciales chinos, *CyTA - Journal of Food*, 19:1, 163-173,
- Economía Solidaria. (). Retrieved from https://www.ccpasto.org.co/wp-content/uploads/2022/02/Boletin_bmm_2021_12.pdf

Federación Nacional de Avicultores de Colombia - Fenavi. (2021). Avicultores [computer software]

Fenavi. (2020). *Boletín fenaviquin*. (). https://fenavi.org/wp-content/uploads/2020/03/Fenaviquin_ed3032020_2.pdf

Fenavi. (Julio de 2.017). *Y consumo de pollo hábitos de compra segmento amas de casa*. ().

Ferney Arias Jiménez. (2020, 17 DE JULIO DE). Productores de pollo y huevo ajustan su oferta. *El Colombiano* <https://www.elcolombiano.com/negocios/productores-de-pollo-y-huevo-ajustan-su-oferta-para-el-cierre-de-2020-por-coronavirus-HD13326032>

Fondo Emprender. (2016). Informe asignación de recursos - convocatoria 130. (). Retrieved from [https://www.fondoemprender.com/DocsConvocatorias/Convocatoria%20130%20-1C%20Informe%20de%20Asigacion%20de%20Recursos%20\(Recuperado\).xls](https://www.fondoemprender.com/DocsConvocatorias/Convocatoria%20130%20-1C%20Informe%20de%20Asigacion%20de%20Recursos%20(Recuperado).xls)

Graciela Barriga M. - Ruby Alejandra Villamil P. (2018). Beneficios del consumo de pollo para la salud: el secreto de su valor nutricional. . *Cartilla javeriana el pollo y la salud*, , 8-9. <https://fenavi.org/wp-content/uploads/2018/02/Cartilla-javeriana-El-pollo-y-la-salud.pdf>

Grupo nutresa: Sus marcas insignia y sus accionistas actuales. (2021, Noviembre 11,). *Portafolio Empresarial* <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/que-marcas-tiene-nutresa-el-corral-jumbo-ranchera-productos-y-accionistas-actuales-558413>

Guelmes Valdés, E. L., & Nieto Almeida, L. E. (2015). Algunas reflexiones sobre el enfoque mixto de la investigación pedagógica en el contexto cubano. *Universidad Y Sociedad (Cienfuegos)*, 7(1), 23-29. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202015000100004&lng=en&tlng=en

Información general - Pasto - Nariño - Colombia. <https://www.pasto.gov.co/index.php/nuestro-municipio/informacion-general>

Informe especial - sector alimentos procesados. (2020).

(.). <https://www.bancolombia.com/wps/wcm/connect/56888bf9-48b8-4c19-b07c-687f2ac25ffc/alimentos-procesados-informe-especial.pdf?MOD=AJPERES&CVID=n512fez>

Instituto Latinoamericano del pollo. (2020). Propiedades de la pechuga de pollo. Retrieved from <https://ilp-ala.org/propiedades-de-la-pechuga-de-pollo/>

Invierta en Colombia. Alimentos procesados.

<https://investincolombia.com.co/es/sectores/agroindustria-y-produccion-de-alimentos/alimentos-procesados>

Joselyn Mayte, P. C., Enzo Ronaldo, S. M., Darwin Vicente, A. R., & Fausto Xavier, T. G. (2020).

Determinación del tiempo de cocción para el

Proceso De Ahumado De Pollos. *Revista Científica Aristas*, 2, 61-

71. https://revistacientificaistiba.edu.ec/images/home/documentos/Mayo_2020/5.pdf

Mac pollo. (2022) <https://www.macpollo.com/>

María Aguilera Díaz. (2014). *Determinantes del desarrollo en la avicultura en*

Colombia. Cartagena: CEER <http://www.econis.eu/PPNSET?PPN=82367522X>

Ministerio de Agricultura. (2021). *Cadena avícola segundo trimestre*

2020. (.). <https://sioc.minagricultura.gov.co/Avicola/Documentos/2020-06-30%20Cifras%20Sectoriales.pdf>

Ntc 1325, (2008). https://kupdf.net/download/ntc1325_5af2fcc2e2b6f5961d43ed39_pdf

Organización de naciones unidas para la alimentación y la agricultura. (2020). Resumen ejecutivo. *OCDE-FAO Perspectivas Agrícolas 2020-2029* (.). Paris: OECD Publishing. doi:10.1787/8008c877-es <http://dx.doi.org/10.1787/8008c877-es>

Pasto tierra cultural. <https://pastotierracultural.jimdofree.com/el-municipio/organizaci%C3%B3n-pol%C3%ADtico-administrativa/comunas/>

Pereira Pérez, Z. (2011). Los diseños de método mixto en la investigación en educación: Una experiencia concreta. *Revista Educare*, 15(1), 15-29. doi:10.15359/ree.15-1.2

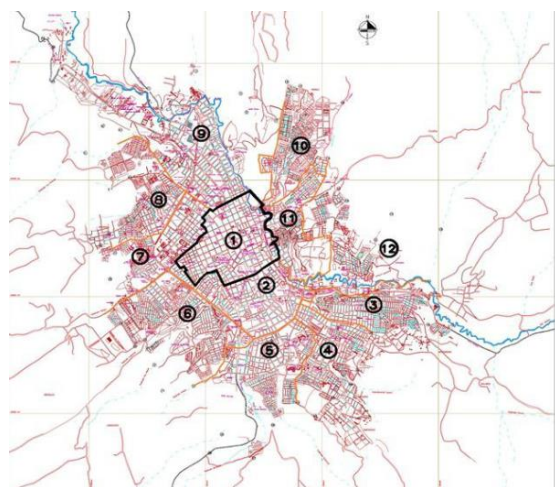
Pollo bucanero. (2022) <https://www.pollosbucanero.com/>

Quiñones Cabezas, Evelin Milena Tenorio Quiñones, Laura Melissa. (2019). Diseño de sistema de costos basado en procesos para la empresa productos ahumados Don Julián S.A.S del municipio San Juan Pasto Nariño 2019. [Abstract]. Retrieved from <http://repositorio.aunar.edu.co:8080/xmlui/handle/20.500.12276/87>

ANEXOS

1 Anexo

Mapa de comunas y listado de barrios que lo conforman



Pasto tierra cultural. tomado de <https://pastotierracultural.jimdofree.com/el-municipio/organizaci%C3%B3n-pol%C3%ADtica-administrativa/comunas/>

Comuna 1 Avenida Boyacá, Avenida Santander, Bombona, Caracha, Centro, Condominio Santiago, El Churo, El Cilindro, El Portalito, El Parque, Hullaguanga, La Panadería, Las Américas Los Dos Puentes, Marcos De La Rosa, San Agustín Centro, San Andrés, San Andresito, San José, San José Obrero, Santiago	Comuna 2 Alhambra, Aire Libre Atahualpa Avenida Boyacá Avenida Champagnat Avenida Colombia Bella Vista Casa Bella Coliseo Cubierto El Olivo El Prado El Recuerdo Fátima Javeriano Julián Bucheli La Gran Colombia Las Lunas I Y II Las Violetas Iii Y Iv Los Balcones Los Olivos Medardo Bucheli Navarrete Normandía Parque Bolívar Salomón San Miguel Sector San Juan Bosco Villa Lucia
Comuna 3 Alejandría Arnulfo Guerrero Caicedonia Camilo Torres Casa Loma El Ejido Guamuez José Antonio Galán La Esmeralda La Estrella Las Brisas Las Lajas Las Mercedes Los Pinos Mercedario Pie De Cuesta Pinar Del Rio Popular Pucalpa I Pucalpa Ii Pucalpa Iii Rosal Del Oriente Santa Bárbara Santa Catalina Santa Mónica Villa Oriente Villa Flor I Villa Flor Ii	Comuna 4 Albergue Del Sol Altos De Lorenzo Altos Del Campo Avenida Idema Belén Bernal Betania Chile Doce De Octubre I Doce De Octubre Ii El Porvenir El Rosario El Tejar El Triunfo La Paz Laureano Gómez Lorenzo De Aldana Los Eliseos Miraflores Ii Miraflores I Praga Puerta Del Sol Rincón Colonial San German San Juan De Los Pastos Santa Fel Santa Fe II Santacruz Sendoya Siete Agosto Villa Olímpica Villa Victoria Villa Docente
Comuna 5 Altos De Chapalito Ii Altos De Chapalito Iii Altos De Chapalito I Antonio Nariño Cantarana Chambú I Chambú Ii Chapal Chapal Ii El Pilar El Progreso El Remanso Emilio Botero I Emilio Botero Ii Emilio Botero Iii Emilio Botero Iv La Minga La Rosa La Vega Las Ferias Los Cristales Los Robles Madrigal María Isabel I María Isabel Ii María Isabel Iii Potrerillo Prados Del Sur Salida Al Sur- Urbano San Martin San Martin Santa Clara Venecia Villa Del Rio Vivienda Cristiana	Comuna 6 Aqualongo Granada I Altamira Granada Ii Bachue Granada Iii Caicedo Granada Iv Ciudad Jardín Inem Coop . Popular Nariñense Jerusalén El Estadio El Libertador Gilberto Pabón La Cruz La Palma Los Fundadores Luis Carlos Galán Mijitayo Ii Mijitayo Mijitayo Bajo Mirador De Niza Nizal Niza Ii Niza Iii Nueva Colombia Prados Del Niza Quillacinga Quito López I Quito López Ii Quito López Iii San Carlos San Miguel De Jongovito San Sebastián Santa Isabel Santanita Sumatambo Tamasagra Ii Tamasagra I Tequendama Valle Lili Villa De Los Rios
Comuna 7 Achalay Avenida Panamericana Capusigra Castillos Del Norte Conjunto El Parque El Bosque El Rincón De La Aurora El Rincón De La Panamericana Francisco De La Villota La Aurora La Primavera Las Acacias Las Camelias Los Andes Los Hexágonos Rosales 1 Rosales Ii San Felipe San Ignacio Santa María Villa Aurora Villa Campanela Villa Sofía Villa Verge	Comuna 10 Aranda Avenida Aranda Avenida Oriental Avenida Oriental Rio Pasto Buenos Aires Cementerio Condominio Bellavista Corazón De Jesús Ii Cra 27 A Del Barrio Centenario Destechados El Futuro El Portal De Aranda El Portal Del Norte El Rincón De Pasto El Rincón Del Rosario Juan Pablo Ii La Esperanza La Floresta Libertad Loma Del Carmen (Marquetalia) Marquetalia Niño Jesús De Praga Nueva Aranda Nuevo Horizonte Nuevo Sol Ocho De Marzo Prados Del Norte Quebrada Gallinacera Quillotoco Rincón De Aranda Rio Blanco San Albano Santa Matilde Sector Pedagógico Avda . Oriental Sol De Oriente Termina Sector Peatonal Tescual Villa Del Rosario Villa Guerrero - Villas Del Norte
Comuna 11 Alameda Alameda Ii Aquine Alto Aquine Iv Reservado Aquine I Aquine Ii Aquine Iii Belalcázar Centenario Chico Ciudad Real Corazón De Jesús El Calvario El Común El Corralito Hospital Civil La Floresta La Lomita Los Alcázares Rincón Del Paraiso Salsipuedes Villa Elena Villa Jazmin	Comuna 12 Altos De La Carolina Balcones Del Este Campiña De Oriente Carlos Pizarro Cujacal Bajo El Manantial El Paraiso Fray Ezequiel Moreno Díaz Gualcalá La Carolina La Florida La Josefina Las Orquídeas María Paz María Paz Ii Monserrat Parque De Baviera San Diego Norte San Mateo Sena Simón Bolívar Sindaqua Villa Colombia Villa Adriana María Villa Ángela Villa Del Prado Villa Recreo Villa Rocio

2. Anexo

Perfil ocupacional Impulsador (a)

Cargo	Impulsador (a)
Perfil	Personal con estudios técnicos, experiencia en ventas y atención al cliente con mínimo 6 meses de experiencia.
Funciones	<p>Funciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Dar a conocer las características, beneficios y precios de los productos. 2.- Preparar algún tipo de alimentos para ejecutar la promoción, muestreo o degustación. 3.- Distribuir muestras. 4.- Demostrar el funcionamiento y uso de productos. 5.- Organizar los puntos de degustación y exhibición. 6.- Organizar y exhibir mercancías en establecimientos comerciales.



Elaboración propia

3.anexo

Piezas graficas prototipo



Ensalada con Pechuga de Pollo ahumado

Ingredientes:

- Pechuga de Pollo ahumado Tizne (84g)
- 3 tazas de lechuga romana en trozos (100g)
- 1/2 taza de crotones (50g)
- 4 cdas colmadas de queso parmesano reducido en grasa

PARA EL ADEREZO:

- 1 cda de mayonesa light (15g)
- 1 diente de ajo finamente picado (10g)
- 2 cdas de jugo de limón (30g)
- 2 cdas de vinagre (30g)
- 3 cdas aceite de oliva (45g)
- 1 cdita de salsa soya (15g)

Preparación

Conrta el Pollo Pietrán en trozos pequeños y sofríelo durante 10 min

Para la vinagreta, mezcla todos los ingredientes hasta que estén homogéneos

Mezcla la lechuga con el jamón, los crotones y espolvorea con queso parmesano

Acompaña con el aderezo

Naturalmente ahumado, Naturalmente delicioso



Muslos de pollo en salsa tropical

Ingredientes:

- 6 Muslos de pollo ahumado Tizne
- 1/2 cucharada de aceite vegetal
- 1 tazas de pulpa de naranja
- 1 taza de pulpa de piña
- 1 cucharadita de ralladura de naranja
- 2 dientes de ajo rallado
- 1/2 cucharadita de jengibre rallado
- 2 cucharadas de panela rallada
- 1 cucharadita de fécula de maíz
- 1 cucharada de agua
- Sal y pimienta al gusto

Preparación

Calentamos una sartén antiadherente, agregamos el aceite y sellamos los Muslos de pollo ahumado Tizne por todos lados.

Agregamos la pulpa de naranja, la pulpa de piña, la ralladura de naranja, el ajo, el jengibre, la panela, la sal y la pimienta.

Revolvemos, tapamos y dejamos cocinar a fuego bajo por diez minutos

Naturalmente ahumado, Naturalmente delicioso

4.anexo Prototipo Etiqueta

TIZNE
POLLO AHUMADO

Pollo Ahumado Entero

Precocido Cada porción de 100g contiene

Calorías	Grasa total	Grasa saturada
120	4,5g	4,5g
*	7%	10%

Información Nutricional

tamaño por porción : 100 Gr
calorías 120
calorías de grasa 40

Cantidad (porción)	%VD	Cantidad (porción)	%VD
Grasa total 4,5 g	7%	Carb. Total 6g	2%
Grasa saturada 2g	10%	Fibra dietaria 0g	0%
Grasa trans 0g		Azúcares 0g	
Coolesterol 30g	10%	Proteína 14g	28%
Sodio 1160 mg	48%		
Vitamina A		Vitamina C 0%	
		Calcio 20%	Hierro 8%



*Los porcentajes de valores diarios están basados en una dieta de 200 calorías.

Ingredientes: Pollo orgánico, sal, Azúcar, Ajo en polvo, Orégano en polvo, Pimienta, Anís estrellado, Clavo de olor, Romero seco, Laurel

7 8 8 4 9 2 | 8 0 8 2 7 4

Peso neto 2000 Gr

5. Anexo

	ASEGURAMIENTO SANITARIO		REGISTROS SANITARIOS Y TRAMITES ASOCIADOS
	FORMATO ÚNICO DE ALIMENTOS REGISTROS SANITARIOS o PERMISO SANITARIO o NOTIFICACIÓN SANITARIA Y TRAMITES ASOCIADOS (Resolución 2674 de 2013, Resolución 3168 de 2015)		
	Código: ASS-RSA-FM099	Versión: 04	Fecha de Emisión: 08/04/2019
FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO			
RECUERDE QUE: DEBERÁ ALLEGAR LA INFORMACIÓN EN FÍSICO Y EN MEDIO MAGNETICO (CD) EN FORMATO WORD Y/O EXCEL EDITABLE			
<p>Presente su documentación sin tachaduras ni enmendaduras, legajada y foliada (numerada), en carpeta blanca, diligencie los formularios con letra clara y legible, con tinta de color negro, en computador o máquina de escribir, verifique la normatividad sanitaria aplicable a su producto y las disposiciones establecidas en la Resolución 2674 de 2013 modificada por la Resolución 3168 de 2015 v Resolución 719 de 2015.</p> <p>TENGA EN CUENTA : Para mayor información consulte el formato "Instructivo de trámites", en donde aparece indicado como debe diligenciar este formulario en los campos que se encuentran numerados según las disposiciones contempladas en la Resolución 2674 de 2013 Artículo 37, 38, 40 modificado por la Resolución 3168 de 2015</p>			
			folios
SI REQUIERE PRESENTAR INFORMACIÓN ADICIONAL MEDIANTE ANEXOS, INDIQUE EL NÚMERO CORRESPONDIENTE DEL(OS) FOLIO(S).			
A. NOMBRE DEL PRODUCTO			
Pollo Ahumado			
B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE			
Ver numeral (7) del Instructivo de Trámites, tenga en cuenta informar el DMU (Dosis Máxima de Uso) de los aditivos alimentarios si el producto los contiene.			
Pollo orgánico sal Azúcar Ajo en polvo Orégano en polvo Pimienta Anís estrellado Clavo de olor Romero seco			
C. PRESENTACIONES COMERCIALES Ver numeral (9) del Instructivo de Trámites:			
Pollo ahumado entero de 2000 Mg Muslos de pollo ahumado por 4 unidades de 500 Mg			
D. TIPO DE ENVASE Ver numeral (8) del Instructivo de Trámites			
Bolsas de biopolimero biodegradable para empaque al vacío.			
E. MATERIAL DE ENVASE Ver numeral (8) del Instructivo de Trámites:			
Pollo ahumado entero de 2000 Mg Bolsas de biopolimero biodegradable para empaque al vacío. Muslos de pollo ahumado por 4 unidades de 500 Mg Bolsas de biopolimero biodegradable para empaque al vacío.			
F. CONDICIONES DE CONSERVACION Ver numeral (11) del Instructivo de trámites:			
Se mantiene en refrigeración a temperatura no mayor a 4°C, una vez abierto consumir en el menor tiempo posible.			
G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION) Ver numeral (12) del Instructivo de trámites:			
Salmuera durante 48 horas Ahumado en Máquina primera fase a 80°C acondicionamiento hasta llegar a 130°C. Fase final se introduce aserrín, enfriamiento, empaque, refrigeración			
H. VIDA UTIL ESTIMADA Ver numeral (13) del Instructivo de trámites:			
21 días apartir de la fecha de elaboracion.			
I. PORCION RECOMENDADA Ver numeral (25) del Instructivo de Trámites.			
100 gr por porción			
J. GRUPO POBLACIONAL Ver numeral (26) del Instructivo de Trámites			
I. FIRMA DE FICHA TÉCNICA Ver numeral (27) del Instructivo de trámites			
Firma del responsable del producto:	<div style="border: 1px solid black; width: 150px; height: 20px; margin: 0 auto;">REPRESENTANTE LEGAL</div>		
Nombre del Responsable del producto	Jhon Alexander Cuastumal Pantoja	Firma:	
* Declaro que conozco y acato los reglamentos sanitarios vigentes que regulan las condiciones sanitarias de las fabricas de alimentos y del producto para el cual se solicito el registro / permiso / notificación sanitaria.			

RESUMEN DE EMPRENDIMIENTO

Concepto del Negocio: *Mediante la constitución de una sociedad por acción simplificada S.A. se dará lugar a una empresa productora y comercializadora de pollo ahumado empacado al vacío una empresa nariñense dedicada a la producción y comercialización de pollo ahumado orgánico a pequeñas, medianas y grandes superficies. con clasificación CIIU 1011 Procesamiento y conservación de carne y productos cárnicos. 4631 comercio al por mayor de productos alimenticios. La Misión de la organización es se una empresa nariñense que busca ofrecer diversificación nutricional en los hogares, despertar emociones y generar nuevos recuerdos en nuestros consumidores a través de productos de alta calidad y apoyados por procesos de certificados y sistemas productivos de las pequeñas avícolas regionales por con siguiente la visión de la organización para ra el año 2026 es buscar ser una empresa reconocida a nivel regional por producir y comercializar pollo ahumado con altas estándares de calidad y certificados de inocuidad, que tenga recordación en los consumidores de todos los hogares nariñenses. Dentro de los objetivos organizacionales esta Desarrollar un producto diferenciado como es el pollo ahumado empacado al vacío para ser distribuido en grandes, medianas y pequeñas superficies en la ciudad de Pasto en el año 2023 , como objetivos específicos se plantea Generar 3 empleos directos para el procesamiento del producto dentro de la empresa Tizne, generar unas ganancias mensuales de 12.000.000 durante los primeros 5 años de ejercicio, certificar la empresa en métodos HACCP para garantizar la inocuidad del ,producto en la producción en el primer semestre del 2024. Una característica diferenciadora de la organización es la inclusión social de asociaciones de productores avícolas de la región incluyendo como primer eslabón en la cadena de valor de la producción del producto, lo que a su vez impulsa el desarrollo agroindustrial de la región y fomenta el consumo de productos locales.*

Potencial del Mercado en Cifras: según cifras de Fenavi un colombiano en promedio consume 36kg de pollo al año, siendo un mercado con tendencias crecientes al convertirse el pollo en la proteína más consumida en el país. En el sector agroindustrial de productos procesados representa el 33% del PIB nacional, del cual el 2% representa los embutidos y cárnicos procesados y que además presenta una tasa de crecimiento del 6% siendo una industria con tendencias crecientes a nivel nacional, pero con poco desarrollo en la región. En la región se puede afirmar que de cada 100 amas de casa 79 eligen la proteína avícola por encima de otras proteínas de origen animal, dentro de la misma región se estableció que la preferencia de compra de estas misma en un 93% es en hipermercados, supermercados y tiendas de barrio por encima de otras plazas comerciales esta última estadística relevante y en concordancia con la distribución planteada para el producto.

Ventajas Competitivas y Propuesta de Valor: Teniendo en cuenta las características de favorabilidad del pollo como proteína y si bien es cierto sus diferentes presentaciones, se identifica una oportunidad de tener una alternativa para el consumidor, que es el pollo ahumado empacado al vacío. Con esto, hacemos recordar o conocer los sabores del campo, con una fácil preparación. Nuestros proveedores del pollo para su posterior transformación, son las unidades productivas de la región, de esta manera somos influyentes y contribuimos al desarrollo de la industria local.

Resumen de las Inversiones Requeridas:

Inversión Fija Total	
Concepto	Monto
Obra Civil	
Adecuaciones	\$ 15.000.000
Maquinaria y equipo	
Horno para cárnicos	\$ 17.000.000

Máquina de empaque al vacío	\$ 4.800.000
Balanza eléctrica	\$ 260.000
Nevera para refrigeración	\$ 10.300.000
Cuarto frío	\$ 16.000.000
Mesa de acero inoxidable	\$ 3.240.000
Muebles y enseres	
Escrito + silla	\$ 998.000
Vitrina	\$ 500.000
Lockers	\$ 900.000
Teléfono	\$ 100.000
Computadores de mesa	\$ 6.000.000
Registradora	\$ 600.000
Impresora	\$ 450.000
Cuchillo	\$ 450.000
Inversión Diferida	
Constitución y registro de la empresa	570.000
Asesoría en calidad y legal	400000
Total	970.000

Capital de Trabajo			
Concepto	Cantidad de Meses	Valor unitario	Valor total
Nomina	3	\$ 8.628.270	\$ 25.884.810
Servicios públicos	3	\$ 1.000.000	\$ 3.000.000
Compras materia prima	3	\$ 28.007.491	\$ 84.022.474
Mantenimiento	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Gastos Papelería	3	\$ 200.000	\$ 600.000
Transporte Thermo king	3	\$ 4.800.000	\$ 14.400.000
Elementos Aseo	3	\$ 2.000.000	\$ 6.000.000
Total			\$ 134.907.284

Concepto	Monto
Inversión fija	\$ 76.833.000
Inversión diferida	\$ 970.000
capital de trabajo	\$ 134.907.284
Imprevistos	\$ 3.841.650
Inversión total	\$ 212.310.284

Resumen financiero:

Ventas		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pollo ahumado entero		30388908 6	30875131 1	31369133 2	31871039 3	32380976 0
Paquete por 4 muslos		51833258 6	52662590 7	53505192 2	54361275 3	55231055 7
Total		82222167 2	83537721 8	84874325 4	86232314 6	87612031 6
precio de venta por producto						
Pollo ahumado entero		33.423	33.958	34.501	35.053	35.614
Paquete por 4 muslos		10.689	10.860	11.034	11.210	11.390
TIR	25,50 %					

Alcance y experiencia en su proceso de emprendimiento.

El proyecto, es una idea muy interesante donde desarrollamos un plan de negocio para la implementación de pollo ahumado empacado al vacío; si bien, no es un producto nuevo, si es una alternativa diferente para el consumidor donde recordamos sabores del campo en algunos casos y en otros los hacemos conocer. Es una experiencia altamente enriquecedora y retadora; donde a lo largo del proceso de elaboración del proyecto, partiendo de una idea lo estructuramos cada vez más con nuestros conocimientos para transformarla en un plan de negocio.