

Plan de negocios Aprisco Caprilac

Presentado por

Andrés Camilo Barrios Cruz ID 575088

Víctor Hernando Castañeda ID 557403

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Unidad de Ciencias empresarial

Programa de Contaduría Pública

Neiva Huila

Noviembre 2020

Plan de negocios Aprisco Caprilac

Presentado por

Andrés Camilo Barrios Cruz ID 575088

Víctor Hernando Castañeda ID 557403

Proyecto de grado para optar por el título de  
Contador Público

Asesor

Héctor Julio Vargas Castro

Corporación Universitaria Minuto de Dios  
Unidad de Ciencias empresarial  
Programa de Contaduría Pública

Neiva Huila

Noviembre 2020

Nota de Aceptación

---

---

---

### **Dedicatoria**

Este trabajo de emprendimiento lo dedico principalmente a DIOS, a mi padre Camilo Barrios Aragonés, mi madre Milena Cruz Cardozo y mi esposa Carolina Romero Zúñiga, quienes han sido un apoyo incondicional a lo largo de este proceso de aprendizaje contribuyendo en el alcance de este gran logro para mi vida personal, laboral y profesional.

**Andrés Camilo Barrios**

Este trabajo de emprendimiento lo dedico principalmente a DIOS, en memoria de mi padre Víctor Julio Castañeda, a mi esposa María Debbie Cumbe escobar, mis hijos Laura Melissa Castañeda Cumbe y Juan José Castañeda Cumbe, quienes han sido un apoyo incondicional a lo largo de este proceso de aprendizaje contribuyendo de una forma que alcanzáramos este gran logro para nuestra vida personal, laboral y profesional.

**Víctor Hernando Castañeda Bernal**

### **Agradecimientos**

Agradecemos a Dios principalmente por darnos la fuerza, perseverancia y sabiduría para finalizar este proceso de formación, siendo este el resultado del esfuerzo conjunto de quienes formamos este proyecto. De igual forma a nuestro asesor Héctor Julio Vargas Castro por guiarnos en el desarrollo de este proyecto, de igual forma a Centro Progresá y a la Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO, por proporcionarnos las instalaciones para el desarrollo de esta idea de negocio, al profesor Jaime Adolfo González Trujillo que de igual forma nos asesoró en el desarrollo del módulo financiero y al profesor Oscar Iván Leyva Bocanegra de la materia opción de grado.

Agradecemos a nuestras familias por su apoyo incondicional en pro del desarrollo y la culminación de este proyecto.

## **Resumen**

Unidad caprina de 35 cabras de raza alpina, ubicada en el municipio de Palermo, estará destinada a la producción de leche para su posterior transformación en productos como queso, arequipe, yogurt, entre otros; producidos de manera orgánica y amigable con el medio ambiente, mediante la no utilización de concentrados. Las cabras estarán en un sistema semiestabulado, generando el mayor confort y bienestar a las mismas con el propósito de maximizar su producción, las instalaciones estarán acordes con el ciclo productivo de las mismas. Para un mayor control, se llevarán registros diarios como nacimientos, mortalidad, producción láctea, inseminaciones, montas, entre otros con el fin de tener una trazabilidad de cada uno de los animales, este proyecto hace parte del sector caprino el cual ha venido presentando un crecimiento importante a nivel nacional. En este momento hemos realizado visitas a algunos productores del departamento, los cuales realizan la actividad de una forma muy artesanal, de igual forma hemos participado en un evento organizado por la corporación universitaria minuto de Dios, con una muestra de estos productos realizados por nosotros mismos.

### **Abstract**

Goat unit of 35 goats of the alpine breed, located in the municipality of Palermo, will be destined to the production of milk for its subsequent transformation into products such as cheese, arequipe, yogurt, among others; produced in an organic and environmentally friendly way, by not using concentrates.

The goats will be in a semi-stable system, generating the greatest comfort and well-being for them in order to maximize their production, the facilities will be in line with their production cycle. For greater control, daily records such as births, mortality, dairy production, inseminations, mounts, among others, will be kept in order to have a traceability of each of the animals, this Project is part of the goat sector which has been showing significant growth at the national level.

At this time we have made visits to some producers in the department, who carry out the activity in a very traditional way, in the same way we have participated in an event organized by the minute of god University Corporation, with a sample of these products made by ourselves.

**Tabla de contenido**

2. Introducción .....	1
3. Justificación .....	2
4. Objetivos .....	4
4.1 Objetivo general:.....	4
4.2 Objetivos específicos .....	5
5. Problema o necesidad a resolver .....	6
6. Concepto de negocio.....	7
7. Valor agregado.....	8
8. Antecedentes .....	9
9. Modulo de mercado .....	11
9.1 Análisis del sector.....	11
9.2 Análisis del mercado .....	13
9.3 Investigación de mercado.....	16
9.3.1 Tipo de investigación.....	16
9.3.2 Definición de la población.....	16.
9.3.3 Muestra.....	16
9.3.4 Instrumentos utilizados para recolectar la información.....	17.
9.3.5 Análisis y sistematización de resultados .....	18.
9.4 Clientes.....	29.
9.5 Competencia.....	29.
9.6 Estrategias de venta .....	28
9.6.1 Concepto de producto o servicio .....	32



9.6.2 Estrategia de distribución .....	32
9.6.3 Estrategias de precio .....	35
9.6.4 Estrategias de promoción .....	36
9.6.5 Estrategias de comunicación .....	37
9.6.6 Estrategias de servicio.....	37
9.6.7 Presupuesto mezcla de mercado .....	37
9.6.8 Estrategias de aprovisionamiento .....	38
9.7 Proyección de Venta .....	39
10. Módulo de operación .....	40
10.1 Ficha Técnica .....	40
10.2 Descripción del Proceso .....	42
10.3 Estado de desarrollo .....	47
10.4 Plan de producción.....	47
10.5 Requerimientos de inversión.....	48
10.5.1 Lugar de operación .....	48
10.5.2 Requerimiento de maquinaria, planta y equipo.....	51
10.6 Plan de compras .....	53
11. Módulo de Organización.....	53
11.1 Estrategia organizacional .....	53
11.1.1 Misión.....	53
11.1.2 Visión.....	53
11.1.3 Principios Corporativos.....	54
11.1.4 Logo de la Empresa .....	54
11.2 Matriz DOFA .....	55
11.3 Organismos de apoyo.....	56
11.4 Estructura organizacional.....	57

11.5 Aspectos legales.....	59
11.6 Costos Administrativos.....	63
12. Módulo Financiero.....	65
12.1 Proyección de ingresos.....	65
12.2 Proyección de egresos (costo y gasto).....	66
12.3 Capitalde Trabajo.....	67
12.4 Flujo de caja.....	68
12.5 Balance general.....	68
12.6 Estado deResultados.....	69
12.7 Conclusiones financieras y Evaluaciónde viabilidad.....	70
13. Impactos.....	71
13.1 Impacto económico.....	71
13.2 Impacto regional.....	71
13.3 Impacto social.....	71
13.4 Impacto ambiental.....	72
14 Resumen ejecutivo.....	72
14.1 Concepto Del Negocio.....	72
14.2 Potencial De Mercado En Cifras.....	73
14.3 Ventajas Competitivas y PropuestadeValor.....	74
14.4 Resumen de las Inversiones Requeridas.....	74
14.5 Resumen Financiero.....	76
15 Anexos.....	77
16 Referencias Bibliográficas.....	
.....	
...80.....	

### Lista de tablas

Tabla 1 Inventario de Caprinos por departamento en Colombia .....	13
Tabla 2 Conocimiento de estudios científicos sobre la leche de cabra .....	18
Tabla 3 Beneficio de la leche en pacientes oncológicos .....	19
Tabla 4 Suministro de productos en pacientes .....	19
Tabla 5 Recomendación de productos .....	20
Tabla 6 Encuesta a potenciales distribuidores .....	21
Tabla 7 Encuesta a potenciales consumidores .....	22
Tabla 8 Competencia .....	29
Tabla 9 Presupuesto mezcla de mercado .....	38
Tabla 10 Maquinaria y equipo .....	39
Tabla 11 Total ventas .....	40
Tabla 12 Unidades vendidas por producto.....	48
Tabla 13 Total ventas.....	48
Tabla 14 Requerimientos de maquinaria, planta y equipo .....	51
Tabla 15 plan de compras queso .....	49
Tabla 16 plan de compras yogurt.....	49
Tabla 17 Matriz dofa.....	55
Tabla 18 Costos Administrativos .....	63
Tabla 19 gasto de ventas .....	63
Tabla 20 Salarios, colaboradores, administración y ventas .....	64
Tabla 21 gasto de ventas .....	64
Tabla 22 Proyección de ingresos .....	62
Tabla 23 Proyección de egresos.....	63
Tabla 24 Nomina.....	66
Tabla 25 Mano de obra directa .....	66
Tabla 26 Capital de trabajo .....	67

Tabla 27 flujo de caja.....	68
Tabla 28 balance general .....	68
Tabla 29 Estado de resultados.....	69
Tabla 30 conclusiones financieras .....	70

### **Lista de figuras**

Figura 1 Conocimiento de estudios científicos sobre la leche de cabra.....	18
Figura 2 Beneficio de la leche en pacientes oncológicos.....	19
Figura 3 Suministro de productos en pacientes .....	20
Figura 4 Recomendación de productos .....	21

## 2. Introducción

En este trabajo se hablará de la implementación del aprisco CAPRILAC, en el campo de las empresas agropecuarias la cual traerá beneficios a diferentes personas, tanto a niños como adultos de la zona sur del departamento del Huila. La evolución de este proyecto ofrecerá distintas oportunidades para el mejoramiento de la calidad de vida de todos los que lo integren.

En la actualidad el estilo de vida de todas las personas es diferentes, estos hábitos alimenticios han traído consecuencias graves en la salud de algunas personas. En la realidad en el mercado del municipio de Palermo y Neiva no se encuentran sitios específicos para adquirir distintos productos derivados de la leche de cabra, por lo consiguiente hemos hecho distintas investigaciones para llevar a cabo este proyecto.

En el proceso de este proyecto de emprendimiento se desarrollaron distintas encuestas para tener claro cuales productos serán el fuerte de nuestro negocio, se realizó su misión, visión con sus principios corporativos y demostrando que es un proyecto muy interesante ya que aportara al buen desarrollo del medio ambiente, el estudio del mercado nos demostró el interés de las distintas personas por este producto, las diferentes metodologías en la investigación y así llegar a la viabilidad de este proyecto, todo dentro de lo requerido de la parte legal para su funcionamiento, todo esto soportado en un módulo financiero y sus indicadores que hace viable este proyecto.

### 3. Justificación

La importancia de este proyecto lechero caprino radica en los múltiples beneficios nutricionales que trae para la población el consumo de la leche de cabra, considerada indispensable en todas las etapas de la vida, desde la niñez debido a que su composición nutricional es la que más se asemeja a la leche materna hasta el adulto mayor, por cuanto la calidad de sus proteínas, vitaminas, minerales y sustancias esenciales que aporta, son fundamentales para el desarrollo y mantenimiento de nuestro cuerpo, si se tiene en cuenta que los músculos y los órganos, están formados por proteínas, de igual manera es muy importante para tratar problemas de salud como los problemas respiratorios, además se convierte en la solución para las personas no tolerantes a la lactosa.

Otro factor fundamental que justifica la realización de este proyecto es la escasa producción de leche en el departamento, y por lo tanto la deficiente transformación de la misma lo cual brinda una oportunidad de entrar al mercado como pioneros en este sector. Este proyecto estará enfocado además de brindar un producto alimenticio a la generación de empleo, además del compromiso con el medio ambiente, evitando la contaminación

Se justifica la realización de este proyecto para los realizadores teniendo en cuenta que es una oportunidad de retomar sus conocimientos en el tema e incorporarlos con los conocimientos académicos para construir un proyecto que beneficie la comunidad a la cual está dirigida.

El sector ovino caprino en el departamento del Huila ha tenido un crecimiento importante, en el mes de febrero del presente año, se realizó una reunión con la

viceministra de agricultura, el director de cadenas nacional y de la UPRA, con el fin de buscar el fortalecimiento de dicha cadena productiva. En varios municipios del departamento del Huila, se viene trabajando con el propósito que esta cadena productiva sea incluida en los planes de desarrollo municipal, este es el caso de Colombia, Rivera, Villavieja, Baraya, Tello, Aipe, Algeciras, Altamira, Tesalia, entre otros.

## 4. Objetivos

### 4.1 Objetivo general:

Establecer la empresa **APRISCO CAPRILAC S.A.S**, destinada a la producción y comercialización de productos derivados de la leche de cabra, realizando una suplementación vegetal a base de forraje verde hidropónico de maíz, buscando con ello una producción más limpia que genere calidad e inocuidad al consumidor.

### 4.2 Objetivos específicos

#### **Producción:**

- Implementar el pasto de corte Rodas, mediante la adecuación al terreno destinado para la siembra, estableciendo buenas prácticas de producción agrícola.
- Establecer un aprisco inicialmente con 35 cabras raza alpina en estado de gestación al momento de la compra.
- Producir a partir del 6 mes luego de la compra 2100 litros de leche por cada periodo de lactancia el cual es aproximadamente 7 meses.
- Determinar mediante análisis de laboratorio el contenido real de nutrientes de la leche de cabra.

#### **Financiero:**

- Construir un documento escrito donde se plasme el estudio de mercado con especial énfasis en la parte financiera.



- Obtener el VAN de 270.

**Social:**

- Generar empleo con responsabilidad social así: 3 empleos directos del nivel técnico asistencial y un empleo indirecto de nivel profesional en el sector agroindustria

**Ambiental:**

- Brindar alternativas amigables con el medio ambiente mediante el cultivo en media hectárea de banco forrajero para suplementación vegetal de las cabras y el 100% del compostaje de la caprinaza, destinarlo para un orgánico en la región.

## **5. Problema o necesidad a resolver**

Unas de las grandes problemáticas que encontramos con la investigación del proyecto de emprendimiento aprisco CAPRILAC es la no existencia en el municipio de Palermo y Neiva de apriscos que realicen una producción tecnificada para la obtención de leche de cabra y su transformación en derivados lácteos como el queso, yogurt, arequipe, dulces, productos que son de alto valor nutritivo. En el caso concreto del municipio de Palermo en la vereda Nilo no existe ningún aprisco establecido.

La necesidad de crear diferentes puntos de distribución de nuestros productos, incluyendo la distribución a domicilio para aquellas personas que no se puedan movilizar hasta el sitio original del aprisco. Se observa que unos de los grandes inconvenientes de la población es encontrar productos derivados de la leche de cabra que no contengan productos con conservantes y adictivos, solo orgánicos y frescos, se implementara una aplicación móvil para que los clientes puedan hacer sus pedidos y le lleguen a la puerta de su casa en el menor tiempo posible.

## 6. Descripción de la idea de negocio

Ante la situación descrita de la falta de apriscos que realicen una explotación tecnificada, se plantea crear la empresa **APRISCO CAPRILAC S.A.S** en el predio El Paraíso, de la vereda Nilo sector Bajo, del municipio de Palermo- Huila, ubicada a quince kilómetros del casco urbano, de los cuales hay trece kilómetros pavimentados y solo dos en vía carretable destapada en buen estado, la carretera llega hasta la finca y brinda acceso a todo tipo de vehículo.

La empresa estará constituida para la producción de leche y expendio así como la producción de derivados lácteos como queso y yogurt, entre otros mediante la utilización de forraje verde hidropónico de maíz para sustituirlo y además de esto se implementará un banco de proteína, con esto estamos abonando el suelo ya que las leguminosas incorporan el nitrógeno atmosférico en el mismo, como aporte de fibra se les suministrará pasto de corte Rodas ya que tiene algunas ventajas en la región a diferencia de otros pastos de corte.

Este proyecto busca suplir como aspecto innovador y amigable con el medio ambiente mediante la utilización de insumos orgánicos como el forraje verde hidropónico y bancos de proteína para la cría de las cabras y el posterior manejo de los desechos producidos en el aprisco para la elaboración de abonos.

## **7. Valor agregado**

La propuesta de valor está compuesta por las bondades y virtudes nutricionales de la leche y sus derivados, supliendo de esta forma los problemas de desnutrición en la población en general, de otra forma nuestra producción está dirigida a ser amigable con el medio ambiente, llevando una trazabilidad tanto en los animales como en los productos generados de una forma limpia e inocua al consumidor. Por otro lado, esta empresa tendrá un aplicativo móvil que agilizará el proceso de distribución de los productos.

## 8. Antecedentes

Esta idea de negocio nace durante el desarrollo de la clase de innovación abordada en el sexto semestre de contaduría pública, teniendo en cuenta los múltiples beneficios que genera al consumidor este producto lácteo y sus derivados, a raíz de varios estudios científicos realizados a esta leche.

Posteriormente teniendo en cuenta que como opción de grado estaba emprendimiento decidimos continuar trabajando en este proyecto de la mano de centro progesa, donde nos asignaron al asesor Héctor Julio, con quien hemos avanzado en la formulación del proyecto en aras de la posterior presentación a fondo emprender buscando la financiación del mismo, en este proceso con centro progesa tuvimos la posibilidad de presentarnos a la feria Expo-Uniminuto que se realizó en el parque de la música el día 23 de noviembre de 2019, allí presentamos algunos productos como queso y yogurt, los cuales tuvieron una acogida importante por los asistentes al evento, inclusive algunos de ellos nos solicitaron los números de contacto con el fin de realizar posteriormente posibles compras.

En el área técnica hemos realizado la visita a algunos productores del sector especialmente en Villavieja y Fortalecillas, con el fin de conocer más del manejo de las cabras y del procesamiento de los subproductos derivados de la leche, de esta forma pudimos realizar los productos que se presentaron en la feria Expo- Uniminuto, de la cual se obtuvieron resultados satisfactorios, además ya tenemos el logo del aprisco y un respectivo pendón para posteriores participación en eventos o ferias empresariales.

Por otro lado, nos hemos contactado con los criaderos especializados en venta de pie de cría de animales puros con el propósito de obtener mejores resultados en cuanto a producción, así como vendedores de material vegetal como es el pasto rodas y una empresa

especializada en forraje verde hidropónico, otro tema importante en el desarrollo de este proyecto.

Durante el desarrollo de este trabajo hemos realizado encuestas a personal de la comunidad del municipio de Palermo, supermercados como posibles distribuidores y personal de centros naturistas los cuales manifestaron interés en adquirir los productos con la única limitante de que estos tengan registro Invima.

## 9. Módulo de mercado

### 9.1 Análisis del sector

A nivel latinoamericano

Según Mafalda (2015), “Los sistemas productivos en Latinoamérica son los de pastoreo libre, dedicados a la producción de carne y cueros. La producción de leche utiliza sistemas semis extensivos. En el nivel intensivo se encuentra representado por pequeños establecimientos con reducido número de animales”. La misma autora indica que, en los países como Argentina y Venezuela su función más importante es la comercialización de carne, cueros y el estiércol como transformación de abonos orgánicos, la leche en especial en Argentina es aprovechada para alimentar los caninos, en tanto en Venezuela es utilizada para el consumo de los productores.

En los países como Uruguay, Brasil, Chile es de mayor importancia la producción de leche el cual es procesado como en yogurt, leche pasteurizada y otros derivados sin dejar atrás la producción de la carne. En Perú esta actividad caprina está catalogada como la segunda actividad socio económica ya que es manejada por la población de bajos recursos. (Mafalda, 2015).

A nivel nacional:

A nivel nacional la población caprina está conformada por 1.034.615 animales aproximadamente, ubicados en su gran mayoría en los departamentos de la guajira con un 78.84%, Boyacá 3,93%, Magdalena 3,45%, Cesar 3,16%, Santander 3,12%, Cundinamarca 1,94%, Antioquia 0,66%, Bolívar 0,62%, Huila 0,57 y Meta 0,55%. (ICA, 2020)

La comercialización de productos caprinos en la guajira es mas de sostenimiento familiar por el alto nivel de pobreza en ese departamento y persiste el canje de las cabras entre las diferentes familias, en los departamentos de Santander, Cundinamarca están más enfocados en la comercialización de la carne y el pie de cría y en los otros departamentos allí especificados procesan la leche en sus derivados. (Contexto Ganadero, 2013).

A nivel departamental en el Huila cuenta con un censo caprino de 5.709 animales en los cuales podemos destacar los municipios de Villavieja, Colombia, Yaguará, Rivera, Aipe, Altamira y Baraya respectivamente, el proceso de la leche y sus derivados son su mayor rentabilidad en este proceso, solo en el municipio de Villavieja su principal comercialización es la carne. (ICA, 2020).

Damos conclusión a nivel latinoamericano los diferentes apriscos se inclinan por la comercialización de la carne, el cuero y el estiércol dejando por debajo la comercialización de la leche y sus derivados.

A nivel nacional en la mayoría de los departamentos su principal actividad es la de comercializar la carne y el pie de cría, quedando muy por debajo la comercialización de la leche y sus derivados.



## 9.2 Análisis del mercado

En el país durante los últimos años se ha evidenciado que la actividad caprina ha tomado una gran fuerza, principalmente por la necesidad generada de consumir alimentos más sanos y ecológicos.

Según El Instituto Colombiano Agropecuario ICA, para el año 2020 determinó la población caprina en el país que está conformada por 1.034.615 animales aproximadamente, ubicados en su gran mayoría en los departamentos de La Guajira (78,84%), Boyacá (3,93%), Magdalena (3,45%), Cesar (3,16%), Santander (3,12%), Cundinamarca (1,94%), Antioquia (0,66%), Bolívar (0,62%), Huila (0,57%) y Meta (0,55%). (ICA, 2020).

*Tabla 1 Inventario de Caprinos por departamento en Colombia*

<b>Departamento</b>	<b>Total caprinos 2020</b>	<b>Departamento</b>	<b>Total caprinos 2020</b>
Antioquia	6.122	La guajira	821.200
Arauca	1.550	Magdalena	34.069
Atlántico	3.937	Meta	5.321
Bolívar	6.176	Nariño	917
Boyacá	40.059	Norte de Santander	5.984
Caldas	596	Putumayo	279
Caquetá	1.515	Quindío	579
Casanare	2.013	Risaralda	227
Cauca	3.261	S. Andrés/providencia	107
Cesar	36.089	Santander	29.716
Choco	51	Sucre	2.672
Córdoba	3.182	Tolima	1.961
Cundinamarca	19.273	Valle	1.596
Distrito capital	315	Vaupés	3
Guaviare	67	Vichada	163
Huila	5.615		
<b>Total general</b>			<b>1.034.615</b>

Fuente: ICA (2020)

En Colombia no se tienen estadísticas oficiales de producción de leche de cabra, ya que los sistemas de producción se encuentran atomizados en toda la extensión del país y los niveles de producción no alcanzan la comercialización en grandes superficies. Pero cabe resaltar que la mayor parte de la producción de leche de cabra, se consume en las mismas granjas productoras; y una proporción menor se comercializa fresca a nivel local.

A nivel nacional se está presentando una creciente, tanto de producción como de demanda de la leche y el queso de cabra, además de esto sus derivados como el yogurt, arequipe y dulces han desarrollado un impacto positivo y atrayente tanto para el consumidor como para el productor, ya que apunta principalmente a asegurar que el consumo de lácteos caprinos es seguro confiable y de este modo se está incrementando así el tamaño del mercado, incorporando a sectores que tradicionalmente no consumían este tipo de productos. (ICA, 2020).

En el departamento del Huila según datos censuales del ICA en el 2020 existe una población caprina de 5615, concentrados en su mayoría en los municipios Villavieja, Baraya, Colombia y Altamira, en el municipio de Palermo contamos con 200 cabras de esta población, pero no se determinan datos concluyentes acerca de la cantidad de apriscos en funcionamiento y certificados, pero según nuestra investigación podemos resaltar al productor caprino José Luis Aldana Perdomo, dueño del predio Vista Hermosa, ubicado en el municipio de Tesalia, el cual está certificado por el ICA y libre de Brucelosis, actualmente cuenta con 8 cabras en producción y está en el proyecto de iniciar la transformación de la leche.(ICA, 2020).

**Mercado objetivo:**

Para el proyecto **CAPRILAC**, se ha determinado que el mercado objetivo para la comercialización de los productos lácteos son los comerciantes de tiendas naturistas, supermercados y tiendas del municipio de Palermo y Neiva, así como consumidores finales, esto en cuanto a los volúmenes de producción proyectados, con precios acordes al periodo productivo en que se inicie la comercialización; por lo tanto, se utilizara los canales de mercado directo e indirecto.

**Estimación del segmento/ nicho del mercado**

Se ha definido como segmento de mercado inicialmente tienda naturistas, supermercados y tiendas en el municipio de Palermo y Neiva tales, tiendas naturistas como salud y vida, tienda naturista la esperanza, tienda naturista el marañón, supermercados como Servitienda Palermo, Supermercado Merkacentro, supermercado centro sur y tiendas como la catorce, la gran esquina y tienda Felipe.

**Consumo per cápita**

No se encuentran cifras de consumo per cápita de la leche, en cuanto al consumo de queso se determinó un aumento de 3 a 20 gramos a nivel nacional en los últimos años.

**9.3 Investigación de mercado****9.3.1 Tipo de investigación**

Se va a utilizar una investigación mixta, ya que se va a hacer un proceso descriptivo como de análisis de datos y estadísticas como el inventario caprino a nivel nacional,

regional y local, producciones de lácteos caprinos en Colombia, se aplicarán encuestas a potenciales clientes los cuales nos permitan conocer el mercado, la viabilidad financiera y la puesta en marcha de la empresa caprina CAPRILAC en el departamento del Huila.

Precisamente según Hernández Sampieri en la quinta edición de metodología de la investigación se determina que los proyectos de investigación inician con ideas que deben ser novedosas, cuyas fuentes pueden ser experiencias, materiales escritos, audiovisuales, teorías e internet, dichas ideas se acercan a las realidades intersubjetivas en el enfoque mixto, el cual utilizaremos en este proyecto.

### **9.3.2 Definición de la población**

Hemos emprendido nuestra acción a tres tipos de población: potenciales consumidores, potenciales distribuidores y tiendas naturistas.

### **9.3.3 Muestra**

Teniendo en cuenta los tres tipos de población a los cuales dirigimos nuestra investigación de mercado, se determinó la siguiente muestra para cada una de ellas:

- Tiendas naturistas: 6
- Potenciales distribuidores: 6
- Potenciales consumidores: 37

### **9.3.4 Instrumentos utilizados para recolectar la información**

Se realizaron encuestas con el propósito de recolectar la información necesaria en el mercado de estos productos lácteos. (Ver anexos)

### 9.3.5 Análisis y sistematización – Resultados

#### Entrevista dirigida a tiendas naturistas

Tabla 2 Conocimiento de estudios científicos sobre la leche de cabra

Respuestas	Personas	Porcentaje
No sabe	3	50,00%
Sube defensas	2	33,33%
Menor contenido de grasa	1	16,67%
	6	100%

Fuente: Elaboración propia

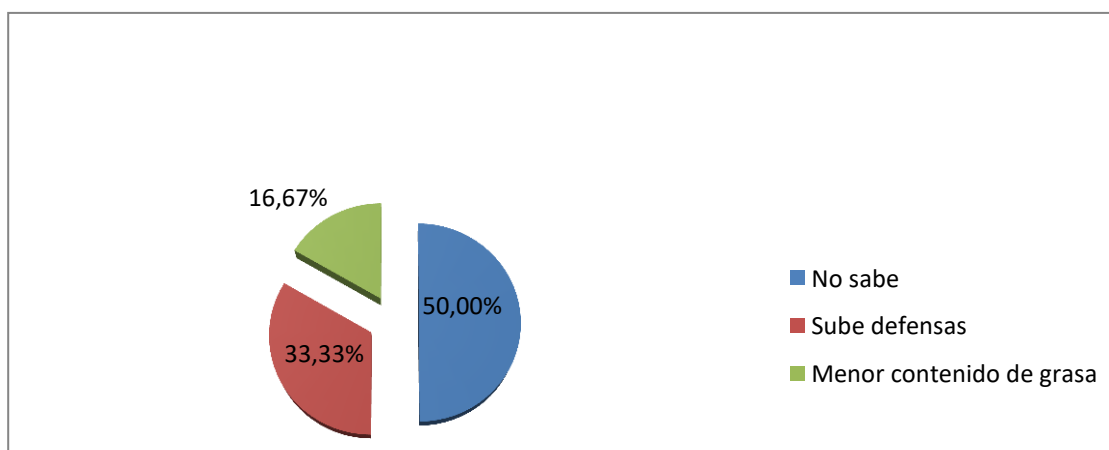


Figura 1 Conocimiento de estudios científicos sobre la leche de cabra

Fuente: Elaboración propia

El 50 % de los encuestados desconoce los beneficios de la leche de cabra.

Para el 33,33% la leche de cabra sube las defensas en el organismo.

Para el 16,67% la leche de cabra tiene menor contenido de grasa.

Al preguntarse a los encuestados si tenían conocimiento sobre el desarrollo de estudios científicos sobre los beneficios de la leche, el 50% de los encuestados desconoce los beneficios de la leche de cabra, mientras que el 33% afirmó que la leche de cabra sube las defensas. El 16,67% respondió que esta leche tiene un menor contenido de grasa.

Tabla 3 Beneficio de la leche en pacientes oncológicos

Respuestas	Personas	Porcentajes
No sabe	5	83,33%
Beneficio al sistema inmunológico	1	16,67%
	6	100,00%
Fuente: Elaboración propia	6	100,00%

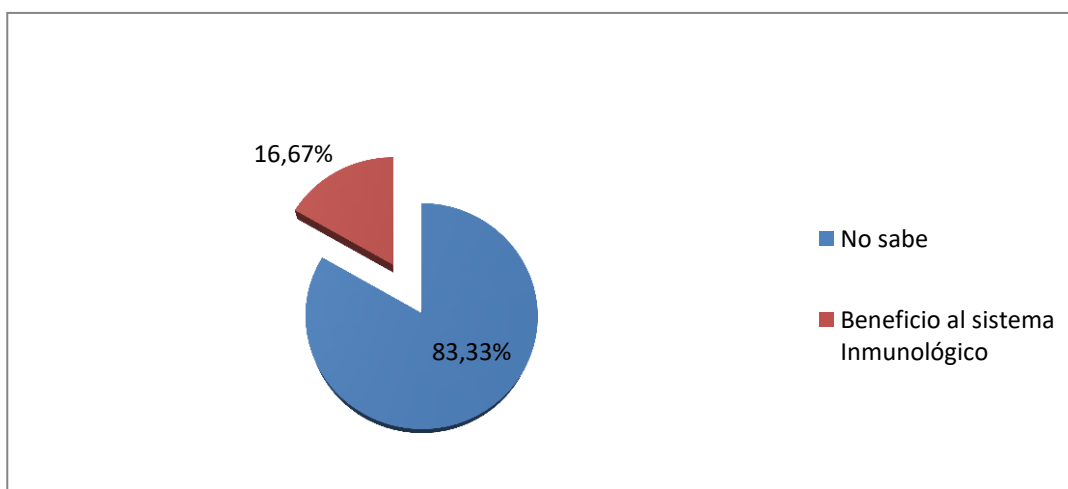


Figura 2 Beneficio de la leche en pacientes oncológicos

Fuente: Elaboración Propia

Al preguntarle a los encuestados sobre el beneficio de la leche en pacientes oncológicos el 83,33% de los encuestados desconoce dichos beneficios, para el 16,67% restante es beneficiosa para el sistema Inmunológico.

Tabla 4 Suministro de productos en pacientes

RESPUESTAS	PERSONAS	PORCENTAJES
Si	2	33,33%
Siempre y cuando tenga registro	3	50,00%
Invima		
Dependiendo el producto y su duración	1	16,67%
	6	100,00%

Fuente: Elaboración propia

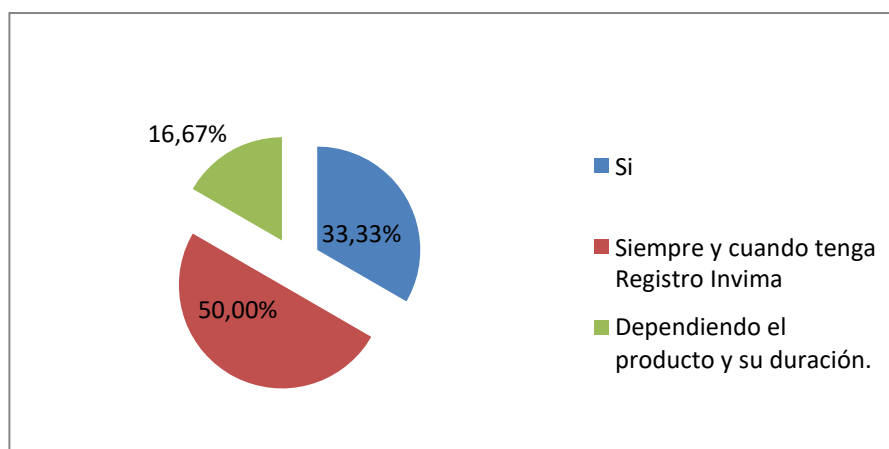


Figura 3 Suministro de productos en pacientes  
Fuente: Elaboración propia

Según los datos suministrados por los encuestados el 33,33% de los mismos les suministrarían estos productos a los pacientes. El 50% considera que lo suministran siempre y cuando los productos tengan registro Invima, y el 16,67% restante considera que este factor depende del producto y su duración.

Tabla 5 Recomendación de productos

RESPUESTAS	PERSONAS	PORCENTAJES
Si	6	100,00%
No	0	0,00%
	6	100,00%

Fuente: Elaboración Propia

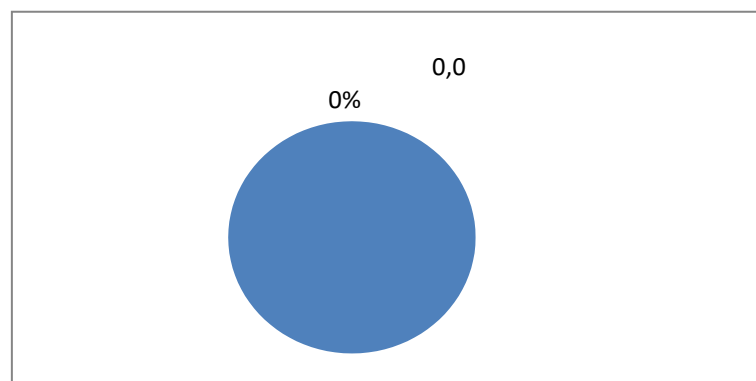


Figura 4 Recomendación de productos

Fuente: Elaboración propia

Según las personas encuestadas el 100% de los encuestados recomendarían el consumo de leche de cabra y sus derivados a los pacientes de diferentes patologías.

Tabla 5 Encuesta a tiendas naturistas

PREGUNTA	1. Tiene conocimiento de estudios científicos sobre los beneficios de la leche de cabra	2. Sabe que produce en pacientes con enfermedades terminales la coenzima Q que contiene la leche de Cabra	3. Conociendo los beneficios de la leche de cabra, le suministrarían ustedes este producto de origen animal a sus pacientes	4. Le recomendarían consumir leche de cabra y sus derivados a los pacientes
1	Menor contenido de Grasa	Subir defensas	Si	Si
2	Sube defensas	No sabe	Siempre y cuando tenga registro Invima	Si
3	No sabe	No sabe	Siempre y cuando tenga registro Invima	Si
4	No sabe	No sabe	Si	Si
5	Sube defensas	No sabe	Siempre y cuando tenga registro Invima	Si
6	No sabe	No sabe	Dependiendo del producto y la duración	Si

Fuente: Elaboración propia



En la implementación de esta encuesta a tienda naturistas, los resultados fueron bastante satisfactorios ya que en un 100% de estos establecimientos recomendarían el suministro de estos productos en sus pacientes, un limitante que encontramos tiene que ver con el registro Invima de los productos.

Tabla 6 Encuesta a potenciales distribuidores

PREGUNTA	1. Consumido alguna vez leche de cabra	2. Conoce productos derivados de la leche de cabra	3. Tiene conocimiento de los beneficios nutricionales al consumir leche de cabra o sus derivados	4. Comercializa productos derivados de leche de vaca	5. Los productos lácteos de vaca más frecuentes que comercializan	6. Que producto lácteos de cabra estaría en la disposición de comercializar	7. Considera que el precio de los productos varía entre:			
							1 libra de queso	1 litro de yogurt	1 libra de arequipe	1 litro de leche cruda
1	No	Si	No	Si	Yogurt y leche Pasteurizada	Yogurt	Menos de 8.000	Menos de 7.000	Entre 7.000 y 9.000	Entre 5.000 y 7.000
2	Si	No	Si	Si	Yogurt y leche Pasteurizada	Queso, yogurt y arequipe	Menos de 8.000	Entre 7.000 y 9.000	Menos de 7.000	Menos de 5.000
3	Si	No	No	Si	Queso, yogurt, y leche Pasteurizada	Queso, yogurt	Menos de 8.000	Menos de 7.000	Menos de 7.000	Entre 5.000 y 7.000
4	Si	Si	No	Si	Yogurt, arequipe y leche Pasteurizada	Queso, yogurt	Menos de 8.000	Menos de 7.000	Menos de 7.000	Menos de 5.000

5	No	No	No	Si	Yogurt, Arequipe y leche pasteuriza da	Queso, yogurt y arequipe	Menos de 8.000	Men os de 7.000	Menos de 7.000	Men os de 5.000
6	No	Si	Si	Si	Queso, yogurt  y leche Pasteurizada	Queso, yogurt	Menos de 8.000	Menos de 7.000	Menos de 7.000	Meno s de 5.000

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la aplicación de la encuesta a potenciales distribuidores del municipio de Palermo, se puede analizar que hay una expectativa positiva en cuanto a la comercialización de estos productos, una limitante que encontramos fue los bajos precios que ellos consideran de los productos.

Tabla 7 Encuesta a potenciales consumidores

PREGUNTA	1. Consumido alguna vez leche de cabra	A	2. Conoce productos derivados de la leche de cabra	3. Tiene conocimiento o de los beneficios nutricionales al consumir leche de cabra o sus derivados	4. Que productos lácteos de cabra estaría en la disposición de consumir	5. Considera que el precio de los anteriores productos varía entre:			
						1 libra de queso	1 litro de yogurt	1 libra de arequipe	1 litro de leche cruda
1	No		No	No	Queso y yogurt	Menos de 8.000	Menos de 7.000	Entre 7.000 y 9.000	Entre 5.000 y 7.000
2	Si		Si	Si	Queso y yogurt	Entre 8.000 y 12.000	Menos de 7.000	Menos de 7.000	Menos de 5.000
3	Si		No	No	Queso, yogurt y arequipe	Menos de 8.000	Entre 7.000 y 9.000	Menos de 7.000	Entre 5.000 y 7.000
4	Si		Si	Si	Queso	Menos de 8.000	Menos de 7.000	Menos de 7.000	Menos de 5.000
5	No		No	No	Queso, yogurt y arequipe	Menos de 8.000	Menos de 7.000	Menos de 7.000	Menos de 5.000
6	No		Si	No	Queso, yogurt y arequipe	Menos de 8.000	Menos de 7.000	Menos de 7.000	Menos de 5.000
7	Si		No	No	Queso	Menos de 8.000	Menos de 7.000	Menos de 7.000	Menos de 5.000
8	Si		No	Si	Queso y yogurt	Menos de 8.000	Menos de 7.000	Menos de 7.000	Menos de 5.000
9	No		Si	No	Queso y yogurt	Menos de 8.000	Entre 7.000 y 9.000	Entre 7.000 y 9.000	Menos de 5.000
10	Si		Si	Si	Queso y yogurt	Entre 8.000 y 12.000	Menos de 7.000	Menos de 7.000	Menos de 5.000
11	Si		No	Si	Queso	Menos de 8.000	Menos de 7.000	Menos de 7.000	Entre 5.000 y 7.000
12	Si		No	No	Queso y yogurt	Menos de 8.000	Entre 7.000 y 9.000	Entre 7.000 y 9.000	Menos de 5.000
13	No		Si	No	Queso, yogurt y arequipe	Entre 8.000 y 12.000	Menos de 7.000	Menos de 7.000	Menos de 5.000
14	No		No	No	Queso	Menos de 8.000	Entre 7.000 y 9.000	Menos de 7.000	Menos de 5.000

15	No	No	No	Queso	Menos de 8.000	Menos de 7.000	Menos de 7.000	Menos de 5.000
16	Si	Si	Si	Queso, yogurt y arequipe	Menos de 8.000	Menos de 7.000	Menos de 7.000	Menos de 5.000
17	Si	No	Si	Queso y yogurt	Entre 8.000 y 12.000	Menos de 7.000	Entre 7.000 y 9.000	Entre 5.000 y 7.000
18	No	No	No	Queso, yogurt y arequipe	Menos de 8.000	Menos de 7.000	Menos de 7.000	Entre 5.000 y 7.000
19	Si	No	Si	Queso	Menos de 8.000	Menos de 7.000	Menos de 7.000	Menos de 5.000
20	Si	No	Si	Queso y yogurt	Entre 8.000 y 12.000	Entre 7.000 y 9.000	Menos de 7.000	Menos de 5.000
21	No	Si	No	Queso y yogurt	Menos de 8.000	Entre 7.000 y 9.000	Menos de 7.000	Menos de 5.000
22	Si	No	Si	Queso y yogurt	Menos de 8.000	Menos de 7.000	Entre 7.000 y 9.000	Entre 5.000 y 7.000
23	No	No	No	Queso, yogurt y arequipe	Menos de 8.000	Menos de 7.000	Entre 7.000 y 9.000	Entre 5.000 y 7.000
24	Si	No	Si	Queso, yogurt y arequipe	Entre 8.000 y 12.000	Entre 7.000 y 9.000	Menos de 7.000	Menos de 5.000
25	No	No	No	Queso, yogurt y arequipe	Menos de 8.000	Menos de 7.000	Menos de 7.000	Menos de 5.000
26	No	Si	No	Queso	Menos de 8.000	Entre 7.000 y 9.000	Menos de 7.000	Menos de 5.000
27	Si	Si	Si	Queso y yogurt	Menos de 8.000	Entre 7.000 y 9.000	Menos de 7.000	Menos de 5.000
28	No	No	No	Queso, yogurt y arequipe	Menos de 8.000	Entre 7.000 y 9.000	Entre 7.000 y 9.000	Entre 5.000 y 7.000

29	Si	Si	Si	Queso y yogurt	Entre 8.000 y 12.000	Entre 7.000 y 9.000	Menos de 7.000	Entre 5.000 y 7.000
30	Si	No	No	Queso, yogurt y arequipe	Menos de 8.000	Menos de 7.000	Menos de 7.000	Menos de 5.000
31	No	No	No	Queso	Menos de 8.000	Entre 7.000 y 9.000	Entre 7.000 y 9.000	Entre 5.000 y 7.000
32	No	No	No	Queso	Menos de 8.000	Menos de 7.000	Menos de 7.000	Menos de 5.000
33	Si	Si	Si	Queso y yogurt	Menos de 8.000	Menos de 7.000	Menos de 7.000	Entre 5.000 y 7.000
34	No	No	No	Queso, yogurt y arequipe	Entre 8.000 y 12.000	Entre 7.000 y 9.000	Entre 7.000 y 9.000	Entre 5.000 y 7.000
35	Si	Si	Si	Queso, yogurt y arequipe	Menos de 8.000	Entre 7.000 y 9.000	Entre 7.000 y 9.000	Entre 5.000 y 7.000
36	Si	No	No	Queso, yogurt	Menos de 8.000	Entre 7.000 y 9.000	Entre 7.000 y 9.000	Entre 5.000 y 7.000
37	Si	No	No	Queso y yogurt	Entre 8.000 y 12.000	Entre 7.000 y 9.000	Entre 7.000 y 9.000	Entre 5.000 y 7.000

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la encuesta realizada a personal de la zona como consumidores directos se pudo determinar que hay aceptación por los productos, de igual forma una limitante es el bajo valor que ellos le dan a los productos.

## 9.4 Clientes

De acuerdo a los instrumentos aplicados se puede determinar que los potenciales clientes serán algunas tiendas naturistas ubicadas en Neiva, la principal condición que piden estas es que los productos tengan registro Invima con el propósito de no tener limitantes en su distribución. Otros potenciales clientes serán distribuidores del municipio de Palermo, las cantidades a comercializar depende del gusto o la aceptación que tengan los productos en el mercado. Por otra parte, en el sitio de producción se establecerá un punto de venta.

## 9.5 Competencia

Teniendo en cuenta el estudio realizado de los productores caprinos de la región que realizan un proceso de transformación de la leche, hemos encontrado que la mayoría no cuentan con un proceso productivo tecnificado, algunos productores son:

Tabla 7 Competencia

COMPETENCIA								
COMPETIDOR	DESCRIPCION			LOCALIZACION	PRODUCTOS Y SERVICIOS	PRECIOS	LOGISTICA DE DISTRIBUCION	OTROS ¿CUAL?
Aprisco	Vista	Predio certificado por el ICA,		Tesalia Huila	● Leche vasos	\$ 2.500	Punto de venta	
Hermosa	Como	libre de enfermedades	de como y			\$ 5.500	ubicado en el casco urbano	
	Brucelosis							
	Tuberculosis.							

El rincón del Cabrito	El Rincón del desierto Tatacoa Colombia, Venido desarrollando gracias a su experiencia innata de la cultura de los pueblos del desierto del departamento del Huila la transformación de la leche de cabra y sus derivados en productos de Consumo masivo.	del Villavieja	● Panelitas \$ 6.000 ● Cocadas \$ 7.000 ● arequipe \$ 6.000 ● Leche de cabra con combinaciones como vino, cola granulada, miel de abeja de la región y brandy.	\$ 6.000 \$ 7.000 \$ 6.000 \$ 2.000 \$ 3.000 \$ 5.000 \$ 6.000	Punto de venta En el hotel.
Aprisco	Cuenta con Fortalecillas		● Leche litro	\$ 8.000	Punto de venta
La delicia	aproximadamente 60 cabras en producción, en un sistema de pastoreo rotacional, las cabras son rodeadas todas las mañanas para su posterior ordeño.		● Leche en vasos	\$ 2.000 \$ 5.000	en la vía principal que va De Neiva a Tello.

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la competencia se pudo determinar que en el municipio de Palermo no hay apriscos establecidos que ofrezcan productos lácteos, la mayor producción de estos derivados se encuentra ubicada en Fortalecillas y Villavieja

## **9.6 Estrategias de venta**

- Ofrecer información sobre la composición nutricional de los productos derivados de la leche de cabra, con el fin de generar cultura en el consumo de estos productos
- Se darán degustaciones de los productos en los sitios donde se aplicó la encuesta, los cuales manifestaron la intención de compra del producto.
- Se creará una aplicación para la publicación de los productos.
- Se realizará servicio a domicilio a aquellas personas interesadas en los productos.
- Descuento para las personas que generen nuevos clientes.
- Brindar un producto que este un poco por debajo de los precios de la competencia.

### **9.6.1 Concepto de producto o servicio**

El proyecto consiste en un aprisco compuesto por 35 cabras inicialmente, el cual estará enfocado en la producción de leche, la cual se transformará en queso y yogur de alta calidad, debido a que será un producto sin conservantes ni saborizantes artificiales, esto con el propósito de ofrecer productos sanos e inocuos al consumidor final, productos que serán amigables con el medio ambiente ya que desde la misma producción todo ira encaminado a la parte ecológica, mediante la utilización de bancos de proteína y producción de forraje verde hidropónico.



## 9.6.2 Estrategia de distribución

Para determinar el canal de comercialización se realizó un completo análisis de los canales existente en el mercado, seleccionando el que mejor oportunidad ofrece.

En el mercado colombiano se identifican dos canales de distribución para llevar estos subproductos lácteos del productor al consumidor final:

### **Canales de comercialización:**

#### Mayoristas

Empresa o persona que compra y vende al por mayor, dadas las características de comercialización de huevo el termino se utiliza en la práctica a la persona o empresa que compra y vende más de 1.000 unidades por mes.

Algunos mayoristas tienen una estructura de distribución para atender el mercado tienda a tienda, supermercados, industrias y puntos de venta.

#### Minoristas

##### ➤ Supermercados

Los supermercados mantienen acuerdos verbales con sus proveedores. Es de esta manera que concertar productos, volúmenes, fechas de entrega y cantidades negociadas, entre otros.

##### ➤ Tiendas naturistas

Los vendedores de las tiendas naturistas le compran a quien mejor precio ofrezca, así mismo el pago por los productos se hace de contado y el nivel de formalidad que mantienen las partes se denomina Acuerdo Verbal.

➤ Tiendas

Atendidas generalmente por su propietario y expendiendo la mayor parte de productos de primera necesidad, expende cantidades por unidades, la relación comercial que se maneja es denominada acuerdo verbal ya sea con un proveedor en especial o con quién mejor calidad y precio ofrezcan. Algunos pagan de contado y otros lo hacen a crédito, según la disponibilidad de efectivo.

➤ Consumidor final

Por lo general compra pequeñas cantidades, con el fin de satisfacer las necesidades propias y de su familia, la forma de pago es de contado.

En la comercialización con el canal minorista encontramos algunos beneficios como:

- La posibilidad de vender el producto a mayor costo.
- Teniendo en cuenta que los volúmenes de compra que maneja este canal en su mayoría son al por menor, por lo tanto, se generarían menos descuentos y mayores utilidades que al trabajar con mayoristas.

Por estas razones se ha decidido que el canal de distribución más conveniente será ***productor-minorista*** puesto que es el mejor canal para obtener una mejor rentabilidad. Canal que apunta este proyecto y sigue la ruta desde el producto, pasando por el minorista el cual lo traslada al consumidor final. Su ventaja principal radica una mayor utilidad al momento de vender.

En este proceso de comercialización se programa con el minorista la cantidad, la hora, número de veces a la semana que de acuerdo al cliente la entrega será dos veces por

semana para los supermercados y hasta tres o cuatro veces por semana en las tiendas.

## **Canales de distribución**

### **Venta a minoristas**

Productor → Minoristas  
 → Consumidor final

**Puntos de entrega:** será entregado en las instalaciones de los minoristas ubicados en el municipio de Palermo y Neiva, las cual expresa su intención de compra, se realizarán dos entregas semanales.

### **Alternativas de penetración**

- Visitas a los supermercados y tiendas naturistas, así como población del sector para dar a conocer el producto, presentar material fotográfico que evidencie la alimentación natural de las cabras. Para esto se tiene contemplado proporcionar degustaciones de los productos.
- Presentar la opción de la aplicación para la solicitud de pedidos y entrega a domicilio de los productos.
- Cumplir con los pedidos a tiempo y con buena atención.

### **9.6.3 Estrategias de precio**

Para establecer el precio de los productos (queso y yogurt), se sacaron los costos de producción y gastos necesarios para el sostenimiento de la empresa por unidad, por ende, se estableció el precio del queso 500 gr en \$20.000 y el litro de yogurt a \$12.000, estos serán los precios de lanzamiento.

Para contrarrestar la posible guerra de precios que se genera en el mercado, por los altos índices de producción se tiene contemplado la implementación de estrategias de servicios que garantice la fidelización de nuestros clientes, a través de cumplimiento en cuanta calidad del producto y cantidades requeridas, periodicidad de los pedidos y sistema de embalaje.

Se tiene contemplado condiciones de pago pago a 8 días.

#### **9.6.4 Estrategias de promoción**

Una de las bondades de los productos lácteos es que son de consumo masivo además de sabrosos y nutritivos, es decir, son productos posicionados en amplios sectores de la población.

Estrategias de promoción.

- Calidad del producto
- Visitas de los compradores a las instalaciones de las plantas, realizando un recorrido por las diferentes áreas para mostrar las condiciones en los que se desarrolla los procesos de producción.
- Visitas a posibles compradores dejando muestra del producto y datos para el posible contacto (tarjetas de presentación).
- Participación en ferias y eventos empresariales con el fin de dar a conocer los productos.

### **9.6.5 Estrategias de comunicación**

Se contará con una valla publicitaria en el aprisco, donde se dará a conocer el nombre del proyecto, los productos, y sus beneficios.

Igualmente se utilizarán otras estrategias tales como: pendones, tarjetas de presentación y buzos de presentación para en la participación de eventos.

### **9.6.6 Estrategias de servicio**

Lo más importante es brindar un producto de calidad y esto se consigue por medio de la suplementación que se va a establecer a las cabras, además de proveer un producto fresco e inocuo al consumidor, sin defectos o daños, atender las sugerencias que puedan llegar a tener los clientes y darle solución, ser amable y cortés buscando con ello tener buenas relaciones lo cual dará a la empresa buena imagen, credibilidad y posicionamiento en el mercado.

Estrategias a realizar:

- Excelente calidad de los productos (yogurt, queso) al momento de la entrega.
- Entrega de la cantidad acordada con el cliente, y en la hora pactada cumpliendo con los estándares de calidad.
- Evaluar grado de satisfacción de los clientes.
- Realizar un manejo muy cuidadoso en cuanto al almacenamiento del producto, siendo muy cuidadosos con la cadena de frío.

### **9.6.7 Presupuesto mezcla de mercado**

En el presupuesto de mezcla de mercado se contemplaron los costos de sueldos a

empleados de ventas correspondientes a \$ 12.000.000 de pesos, también se estipulan los gastos de marketing digital equivalentes a \$1.200.000.

*Tabla 8 Presupuesto mezcla de mercado*

GASTOS DE VENTAS							
RUBROS	% VENT AS	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos a empleados de ventas			12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000
Gastos fijos de ventas							
Marketing Digital		1000.000	1.200.000	500.000	520.000	540.800	562.432
<b>Total</b>			<b>13.200.000</b>	<b>12.500.000</b>	<b>12.520.000</b>	<b>12.540.800</b>	<b>12.562.432</b>

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la mezcla de mercado se contempla los sueldos a ventas de empleados y el marketing digital que se pretende hacer con el propósito de dar a conocer el producto, ambos ítems están proyectados a 5 años.

### **9.6.8 Estrategias de aprovisionamiento**

Los insumos requeridos para la siembra del pasto de corte y la adecuación de los corrales se comprarán durante los tres primeros meses que dura el proceso de acondicionamiento de las áreas destinadas para la producción de leche y el establecimiento y sostenimiento del cultivo como banco de proteína.

#### **Adquisición de cabras**

##### **Proveedor: Aprisco Casaloma**

Ubicado en el municipio de El Rosal Cundinamarca, caracterizado por vender genética pura de la raza alpina francés, la cual será utilizada en este proyecto. Por un valor de \$ 52.500.000 correspondiente a 35 cabras.

### Maquinaria, equipos y herramientas

**Proveedor: Agrocotur**, ubicado en Neiva, por un valor de \$ 6.470.000

correspondiente a una Pica pasto, una bomba de fumigar, 2 canecas para almacenar leche, dos baldes para la recolección de leche, 10 bebederos para las cabras y 1 termo de inseminación.

**Proveedor: Hidroponía Industrial**, ubicado en Cota Cundinamarca, por un valor de \$ 1.440.000, correspondiente al equipo destinado a la producción de forraje verde hidropónico.

*Tabla 9 Maquinaria y equipo*

Picapasto	Unidad	1	2.400.000	2.400.000
Estructura forraje verde hidropónico	Unidad	1	1.440.000	1.440.000
Termo inseminación	Unidad	1	2.750.000	2.750.000
Bomba de fumigar	Unidad	1	250.000	250.000
Canecas para almacenar la leche	Unidad	2	350.000	700.000
Baldes para recolección de leche	Unidad	2	110.000	220.000
Bebederos	Unidad	10	15.000	150.000
Caprinos	Cabra	35	1.500.000	52.500.000

Fuente: Elaboración propia

### 9.7 Proyección de Ventas

Las ventas proyectadas están basadas en el ciclo productivo y en el comportamiento genético de la raza alpina francés.

Este proyecto constara de un periodo improductivo de 1 año, tiempo durante el cual se realizarán labores de legalización de la empresa, así como siembra y adecuaciones de los corrales, en este tiempo las cabras estarán en periodo de gestación.

Por lo tanto, el año 2 será el primer año productivo.

Para el año 1 de producción se esperan ingresos por \$ 143.050.000, para el año 2 \$ 148.772.000, el año 3 \$ 187.370.976, las proyecciones de venta para el cuarto año son de \$ 290.822.339 y el quinto año por \$302.455.232.

Tabla 10 Total ventas

Total ventas						
Precio promedio	\$	16.283.4	16.394.8	17.756.1	18.383.2	19.118.5
Ventas	Unid	8.785	8.784	10.553	15.820	15.820
Ventas	\$	143.050.000	148.772.000	187.370.976	290.822.339	302.455.232

Fuente: Elaboración Propia

## 10. Módulo de operación

### 10.1 Ficha Técnica

#### FICHA TECNICA PRODUCTO TERMINADO



<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Queso de leche de cabra
<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	Libra (500 gr)
<b>INGREDIENTES</b>	Leche de cabra, sal, cuajo, coagulante. Sin conservantes y sin aditivos.
<b>DESCRIPCION DEL PRODUCTO</b>	Producto elaborado a base de leche pasteurizada de cabra obtenido por coagulación, sin adición de fermentos.



<b>COMPOSICION NUTRICIONAL</b>	Valores medios por: 100 g Valor energético: 1241 kj / 296 kcal Agua (Humedad): 50,23 gr Grasas Total: 23,93 gr Proteínas: 19,8 gr Carbohidratos: 1,1 gr Colesterol: 0,06 gr Sal 0,09 g
<b>CARACTERISTICAS ORGANOLEPTICAS</b>	<b>Color:</b> Blanco nacarado <b>Olor:</b> característico de leche fresca de cabra <b>Sabor:</b> característico de queso fresco, suave y láctico <b>Pasta:</b> masa compacta al corte, textura gránulos <b>Corteza:</b> de color blanco, prácticamente inexistente.
<b>CONSERVACION Y ALMACENAMIENTO</b>	El producto debe mantenerse refrigerado a temperaturas menores de 10°C hasta entregar al consumidor.
<b>PRESENTACION Y EMPAQUES COMERCIALES</b>	Envase plástico de 500 ml
<b>VIDA UTIL ESTIMADA</b>	Según temperatura de almacenamiento: <ul style="list-style-type: none"> <li>● 16°C: 7-8 días</li> <li>● 4°C: 19-21 días</li> </ul>

### FICHA TECNICA PRODUCTO TERMINADO



<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Yogurt natural de cabra
<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	Litro
<b>INGREDIENTES</b>	Leche de cabra, fruta y fermento láctico. Sin conservantes y sin aditivos
<b>DESCRIPCION DEL PRODUCTO</b>	Producto obtenido a partir de la fermentación controlada, ácido láctico de la leche de cabra, por medio de dos microorganismos los cuales son: <i>Lactobacillus Bulgaricus</i> y <i>Streptococos Thermophilus</i> .
<b>COMPOSICION NUTRICIONAL</b>	Valores medios por: 100 g Valor energético: 328 kj / 79 kcal Grasas 5,1 g de las cuales saturadas 3 g Hidratos de carbono 4,7 g de los cuales azucares 3,9 g

	Proteínas	3,4 g
	Sal	0,09 g
<b>CARACTERISTICAS ORGANOLEPTICAS</b>	<b>Color:</b> Blanco nacarado <b>Olor:</b> característico del yogurt de cabra a temperatura ambiente. <b>Sabor:</b> Aterciopelado, ligero y con un punto de acidez. <b>Textura:</b> Más suave y ligera que el yogurt de leche de vaca.	
<b>CONSERVACION Y ALMACENAMIENTO</b>	Se debe almacenar sin interrumpir la cadena de frio. El producto debe mantenerse refrigerado a temperaturas entre 0 y 4°C hasta entregar al consumidor.	
<b>PRESENTACION Y EMPAQUES COMERCIALES</b>	Envase plástico por 1000 ml	
<b>VIDA UTIL ESTIMADA</b>	Según temperaturas de almacenamiento: <ul style="list-style-type: none"> <li>● 5°C : 9 días</li> <li>● 15°C: 3 días</li> <li>● 25°C: 1 día</li> </ul>	

Fuente: Elaboración propia

## 10.2 Descripción del proceso

Para determinar el proceso de producción se deben tener en cuenta parámetros como:

1. Determinar las actividades requeridas para la producción de alimento.
2. Adecuación de los corrales del aprisco
3. Compra de cabras
4. Proceso: alimentación, ordeño, transformación de la leche y distribución de productos.
5. Manejo de residuos orgánicos

## 1. DETERMINAR LAS ACTIVIDADES REQUERIDAS PARA LA PRODUCCIÓN DE ALIMENTO.

Teniendo en cuenta la dieta a utilizar en la alimentación de las cabras, como primera instancia se desarrollará la siembra del pasto rodas y matarratón como banco de proteína.

A continuación, se relaciona las actividades que se realizaran:

- **Muestra de suelo:**

Se sacará al azar una muestra de suelo del terreno donde se sembrará, para luego ser enviada al laboratorio y posteriormente analizada para efectuar las recomendaciones necesarias y así corregir las deficiencias, de macro y micro nutrientes que pueda tener el terreno.

Responsable de la actividad: Gerente.

Costo del proceso: \$170.000

Esta actividad demora: 3 a 4 días dependiendo el laboratorio.

- **Limpieza y cercada del lote:**

Se limpia el terreno quitando la totalidad de las malezas, y se cerca esta área para evitar el ingreso de animales.

Numero de jornales requeridos: 4 jornales

Responsable de la actividad: operario (jornaleros de la zona)

Costo del proceso (pago jornales): \$120.000

Modalidad de pago: Jornal.

- **Instalación del sistema de riego:**

Se realiza la instalación del sistema de riego con el fin de tener el recurso hídrico disponible y la infraestructura organizada según el área para proporcionar un riego uniforme desde el momento de la siembra.

Numero de jornales requeridos: 1 jornal

Responsable de la actividad: operario (jornaleros de la zona)

Costo del proceso (pago jornales): \$30.000

Modalidad de pago: Jornal.

- **Siembra del pasto y matarratón**

Se realizará el arado del terreno para la posterior siembra del forraje, el cual se sembrará por medio de material vegetal por surcos. En el caso del matarratón se sembrará por estacas de un tamaño de 30 cm y enterrándolas a una profundidad de 15 cm, las estacas deben recibir cortes en forma de bisel para que no se valla a acumular agua en el tallo y se deterioren.

Numero de jornales requeridos: 23 jornales

Responsable de la actividad: operario (jornaleros de la zona)

Costo del proceso (pago jornales): \$690.000

Modalidad de pago: Jornal.

Proceso de arado: \$ 350.000

- **Riego del cultivo:**

El sistema de riego es por aspersión, la cantidad de agua que se aplique a este

banco de forrajes dependerá de factores como: las condiciones climáticas del lugar (temperatura, humedad relativa, radiación y vientos), tipo de suelo, estado de desarrollo del cultivo y pendiente del terreno. El primer riego debe hacerse inmediatamente después de la siembra.

- **Corte:**

El corte se realiza diariamente comenzando desde un extremo del cultivo al otro para que al momento de terminar en este ya el primero que fue cortado esté listo para realizar el segundo corte, la cantidad a cortar estará determinada por la fase productiva en la que se encuentren las cabras, el suministro de este forraje será en material vegetal mediante el picado del mismo.

Responsable de la actividad: operario.

Costo del proceso: parte del salario del operario ya que este realizara también otras actividades.

Esta actividad demora: se realiza esta actividad diariamente.

Este proceso de siembra y adecuación del terreno será el aporte de los emprendedores.

## **2. CONSTRUCCIÓN DE CORRALES DEL APRISCO:**

En la actualidad el terreno que se tiene destinado para el desarrollo del proyecto no cuenta con las instalaciones necesarias para la operación del aprisco, pero cuenta con el material necesario como guadua y madera para la construcción de las instalaciones como corrales y demás. Además de esto adecuar el equipo necesario como comederos y bebederos los cuales serán automáticos.

Responsable de la actividad: Contratista

Esta actividad demora: 2 meses.

Modalidad de pago: por obra y labor.

Valor de adecuaciones: \$5.500.000

### **3. COMPRA DE CABRAS:**

Se realizará en el aprisco Casaloma, ubicado en el Rosal Cundinamarca, este aprisco se caracteriza por manejar líneas genéticas puras de la raza alpina, la cual será utilizada en el aprisco Caprilac, se eligió esta raza debido a su potencial lechero y a la rusticidad al trópico.

### **4. PROCESO: ALIMENTACIÓN, ORDEÑO, TRANSFORMACIÓN DE LA LECHE Y DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS.**

- **Alimentación:** se proporcionará a las cabras el pasto rodas, más un suplemento de proteína como el matarratón, además de esto se les suministrará forraje verde hidropónico de maíz y cebada.
- **Ordeño:** se realizará dos veces al día, en la mañana y tarde.
- **Transformación de la leche:** la producción recolectada se llevará al área de procesamiento de leche, para la producción de queso y yogurt.
- **Distribución de los productos:** al recibir los pedidos se procederá a realizar la entrega de los productos.

Responsable de la actividad: OPERARIO 1 Y OPERARIO 2

Costo del proceso M.O: salario de los operarios

Esta actividad demora: estas actividades se realizan diariamente.

Modalidad de pago: contrato laboral

### **10.3 Estado de desarrollo**

El sector caprino en el departamento del Huila se caracteriza por ser un sector cuyos productos se realizan a pequeña escala y de manera muy artesanal, por lo tanto no hay empresas legalmente constituidas que se dediquen a la caprino cultura, sin embargo es de destacar el avance que tiene este sector en departamentos como Santander, donde se encuentra el aprisco la peñita, empresa con amplia trayectoria en el sector, en el departamento de Antioquia se destaca el aprisco Tierra grata por tener una variada gama de productos de este sector como lo son: quesos saborizados ( pimienta, jalapeño, albahaca, finas hierbas ), queso ricota yogurt griego,) es una empresa legalmente constituida como sociedad por acciones simplificada, cuenta con página web y está ubicada en la vereda los salados del Retiro Antioquia.

### **10.4 Plan de producción**

El aprisco CAPRILAC contará con 35 cabras, con un promedio de producción por cabra de 2 litros lo cual se verá reflejado en 70 litros día y 2.100 litros mes.

Esto nos permitirá producir mensualmente 375 unidades de queso de 500 gr y 412 unidades de yogurt de 1000 ml, teniendo en cuenta que para producir 500 gramos de queso se necesitan 4.5 litros de leche, para las 375 unidades se requieren 1.688 litros y para producir las 412 unidades de yogurt serían 412 litros de leche para un total de 2.100 litros de leche que corresponden a la producción del mes.

Se proyectaron al año las ventas de las siguientes unidades

*Tabla 11 Unidades vendidas por producto*

Unidades vendidas por producto						
Unidades queso leche de cabra 500 gr	Unid.	4.100	4.100	4.920	7.380	7.380
Unidades yogurt leche de cabra 1000 gr	Unid.	4.650	4.650	5.580	8.370	8.370
Unidades venta pie de cría	Unid.	35	35	53	70	70

Fuente: Elaboración Propia

Se proyectó el precio del queso de 500 gr, en 20.000 y el litro de yogurt en 12.000, esperando los siguientes ingresos.

*Tabla 12 Total ventas*

Total ventas						
Precio promedio	\$	16.283.4	16.394.8	17.756.1	18.383.2	19.118.5
Ventas	Unid	8.785	8.784	10.553	15.820	15.820
Ventas	\$	143.050.000	148.772.000	187.370.976	290.822.339	302.455.232

Fuente: Elaboración Propia

Se estiman ventas por \$143.050.000 en el primer año productivo, \$148.772.000 para el segundo año, 187.370.976 para el tercer año, 290.822.339 para el cuarto año y 302.455.232 para el quinto año.

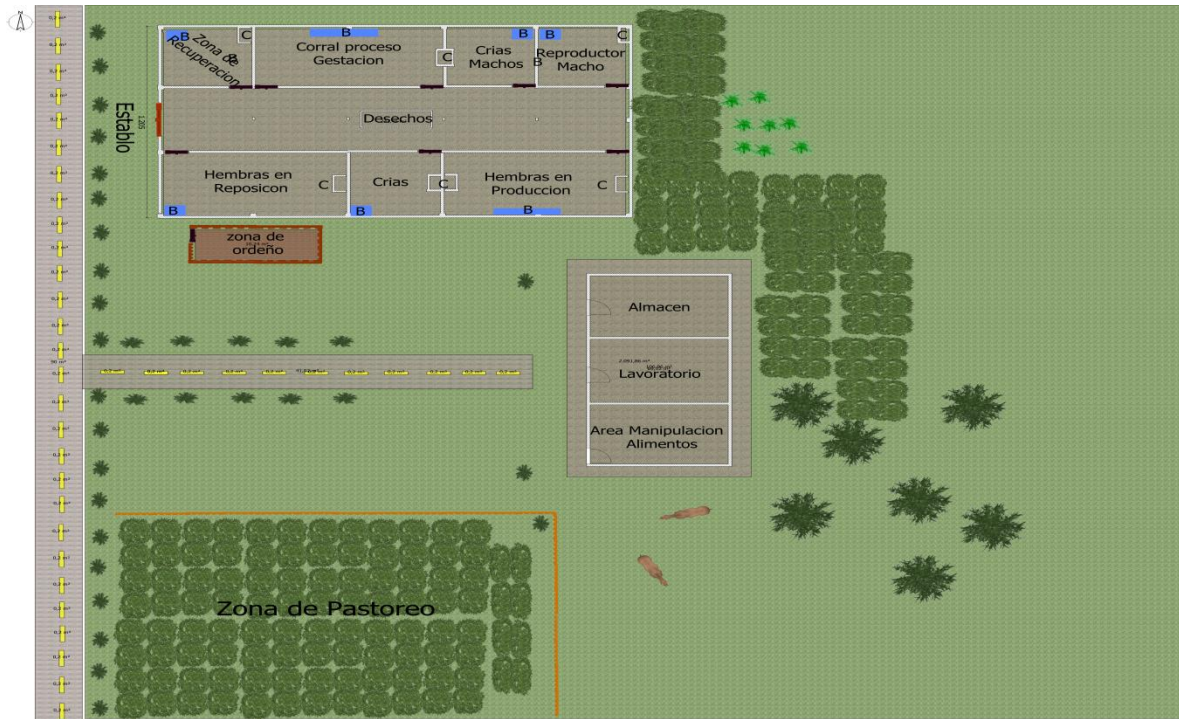
## **10.5 Requerimientos de inversión**

### **10.5.1 Lugar de operación**

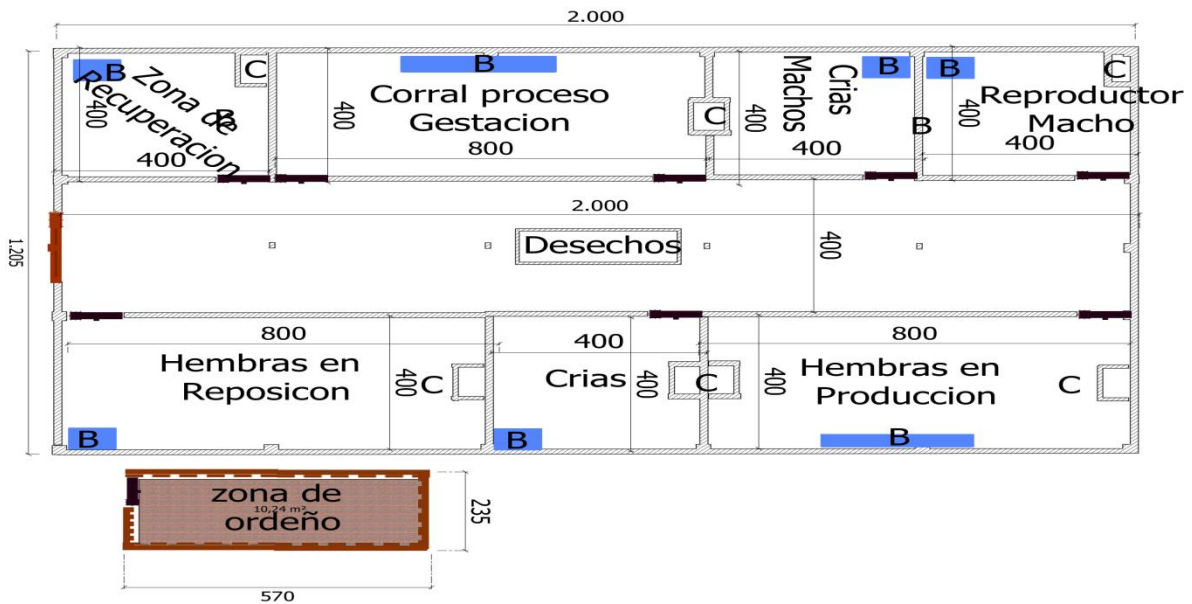


Para el funcionamiento del aprisco es indispensable un lugar físico, en donde estarán ubicadas las cabras y donde se puedan procesar los productos, por lo tanto el aprisco va a estar ubicado en el predio el Paraíso ubicado a quince (15) kilómetros del municipio de Palermo, de los cuales trece (13) son pavimentados y dos (2) se encuentran en vía destapada en buen estado, la carretera llega hasta la finca y con acceso a todo tipo de vehículo y del municipio de Palermo a Neiva se encuentra a 19 kilómetros por carretera pavimentada. Este predio cuenta con permiso para producción de actividades pecuarias ya que en el Plan de Ordenamiento Territorial emitido por la alcaldía municipal esta actividad aparece en los usos permitidos, a la vez este predio se encuentra en un lugar estratégico, ya que este sector donde está ubicado a tenido grandes avances en el área turística, lo que proporciona una oportunidad para la comercialización de los productos.

10.5.1.1 Plano

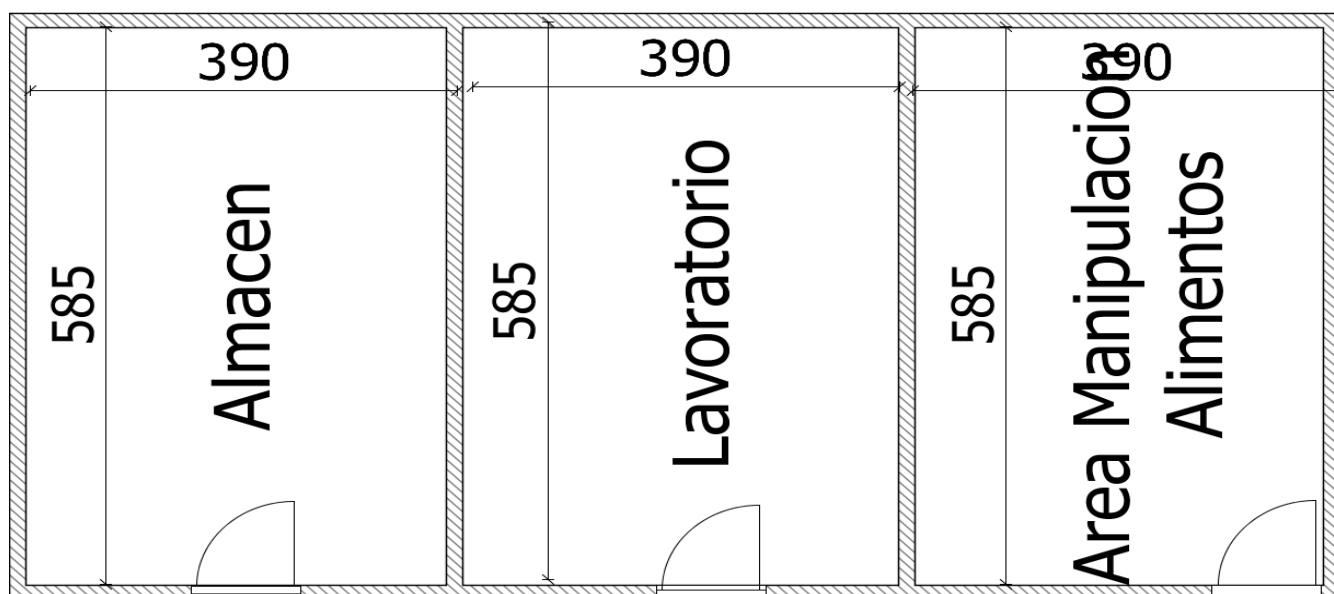


Se visualiza toda el área donde estará ubicado el proyecto, tanto como la parte de cultivos y logística.



Se visualiza toda la parte de estabulación, como zona de ordeño, hembras en producción, crías y la zona de desechos.

Se puede visualizar toda la parte logística como, el área de manipulación de alimentos, el laboratorio donde se hacen diferentes pruebas a los productos antes de salir al mercado y el almacenamiento de los productos.



### 10.5.2 Requerimientos de maquinaria, planta y equipo

Tabla 13 Requerimientos de maquinaria, planta y equipo

Tipo de activo	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Requisitos técnicos
Infraestructura y adecuaciones	Construcción de los corrales según el módulo y la etapa productiva de las cabras.	Módulos <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hembras en producción.</li> <li>• Crías</li> <li>• Hembras secas y en gestación</li> <li>• Ordeño</li> </ul>	\$ 22.000.000	Contar con el espacio suficiente para confort en las cabras. Proporcionar los bebederos y comederos suficientes.
Maquinaria y equipo	Pica pasto	1	\$ 2.400.000	Eléctrico.
	Equipo hidropónico	1	\$ 1.440.000	Estantes metálicos.
	Termo inseminación	1	\$ 2.750.000	Resistente

		Bomba de fumigar	1	\$ 250.000	Buena cobertura de aspersión
		Canecas	2	\$ 700.000	Material aluminio
		Baldes	2	\$ 220.000	Material aluminio
		Bebederos	10	\$ 150.000	Automáticos.
Equipo de comunicación y computación	de	Portátil	1	\$ 2.000.000	Intel core i5 Octava generación
		Impresora	1	\$ 500.000	Laser.
Muebles y enseres		Escritorio	1	\$ 550.000	Cómodo.
Equipo de transporte y carga		Motocicleta	1	\$ 4.500.000	Funcional para entrega de pedidos.

## 10.6 Plan de compras

A continuación, se relacionan los insumos necesarios para la elaboración de una unidad de cada producto, es de resaltar que estas cantidades han sido establecidas mediante la elaboración de los productos que se presentaron en la feria Expo- Uniminuto llevado a cabo y mediante la cual se dio a conocer el producto.

- **Queso 500 gr**

*Tabla 14 plan de compras queso*

<b>Materia Prima</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>
Leche	Litro	4.5
Cuajo	Pasta	0.10
Sal	Gramo	60
Empaque	Bolsa	1
Etiqueta	Unidad	2

Fuente: Elaboración propia

- **Yogurt 1000 ml**

*Tabla 15 plan de compras yogurt*

<b>Materia Prima</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>
Leche	Litro	1
Fruta	Gramo	166
Prebiótico	Mililitro	134
Empaque	Frasco	1
Etiqueta	Unidad	2

Fuente: Elaboración propia

## 11. Modulo organizacional

### 11.1 Estrategia organizacional

#### 11.1.1 misión

Aprisco **CAPRILAC** somos una empresa dedicada a la producción de leche de cabra y sus derivados y busca fortalecer el consumo de la leche de cabra, en esta época se ve opacada por los productos de la leche de vaca, motivando a las personas a consumir la leche de cabra y sus derivados con sus fuentes saludables de nutrientes siendo eficientes y competitivos para así contribuir con el desarrollo económico y humano de nuestra región.

### 11.1.2 Visión

En el 2025 ser pioneros en la producción y comercialización de leche de cabra y sus derivados con todos los estándares de calidad e inocuidad, con buenas prácticas de manejo en pastoreo y siembra de nutrientes hidropónicos produciendo productos de calidad para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

### 11.1.3 principios corporativos

- **Excelencia en el servicio:** Aprisco CAPRILAC se caracteriza por tener una excelente atención con sus clientes tanto internos como externos, y así se sientan satisfechos no solamente con nuestros productos.
- **Responsabilidad social y ambiental:** aprisco CAPRILAC está comprometido con el desarrollo y el mejoramiento del bienestar y su calidad de vida de sus colaboradores, sus familias y de la comunidad en general por eso está siempre del marco social aportando a cada uno de ellos.
- **Compromiso con la calidad:** En aprisco CAPRILAC está comprometida con los mejores resultados, durante los diferentes procesos productivos tiene como prioridad la calidad de los productos para que los clientes estén satisfechos.
- **Puntualidad:** En aprisco CAPRILAC se caracteriza por cumplir con sus responsabilidades con sus clientes entregando todo a su tiempo, además con sus obligaciones con su equipo de trabajo.

### 11.1.4 Logo Caprilac



Figura Logo Caprilac

Fuente: Elaboración propia- Diseño Trazos Publicidad

### 11.2 Matriz Dofa

Tabla 16 Matriz dofa

<b>MATRIZ DOFA</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	<b>F1.</b> Producto de excelente calidad. <b>F2.</b> Contratación de personal especializado en el procesamiento de productos lácteos. <b>F3.</b> Cercanía del aprisco al lugar de comercialización. <b>F4.</b> Trae beneficios nutricionales.	<b>D1.</b> El producto no lleva conservantes. <b>D2.</b> No se cuenta con tecnología de punta. <b>D3.</b> No se cuenta con carro propio para el transporte del producto. <b>D4.</b> Baja capacidad financiera.
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>ESTRATEGIAS FO</b>	<b>ESTRATEGIAS DO</b>
<b>O1.</b> Preferencia por los productos elaborados de forma natural (sin conservantes) <b>O2.</b> Mercado poco saturado. <b>O3.</b> Garantía de compra (cartas de intención de supermercados y tiendas de Palermo y Neiva.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Garantizar una producción 100% artesanal y de calidad para ganar espacios en el mercado.</li> <li>Suplir el mercado que tiene inconformidades con los comerciantes de los municipios aledaños que van a ofrecer este producto, por</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reducir el manejo del producto transportándose directamente al minorista ofreciendo así una mejor calidad del producto.</li> <li>Implementar una dieta alternativa para reducir el costo de insumos sin que la productividad se vea afectada.</li> </ul>

no haber la suficiente oferta del mismo en Palermo.

- Supervisar el proceso productivo para que se realice acorde a lo planteado con el fin de obtener excelentes resultados.
- Ofrecer un producto fresco en buenas condiciones y con una excelente atención.
- Realizar alianzas estratégicas con los proveedores para facilitar la comercialización del producto.
- Estar a la vanguardia en cuanto a avances tecnológicos y de las comunicaciones con el fin de implementarlos para el beneficio de la explotación.

<b>AMENAZAS</b>	<b>ESTRATEGIA FA</b>	<b>ESTRATEGIA DA</b>
<b>A1.</b> Incremento en el costo de los insumos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Siembra y establecimiento de bancos de proteína.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Realizar una planeación eficiente de los requerimientos.</li> </ul>
<b>A2</b> Propagación de un virus o infección en el lote.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Efectuar todas las acciones encaminadas a la estricta implementación de la bioseguridad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Realizar constantemente asesoría profesional, para el mejoramiento de la productividad.</li> </ul>
<b>A3</b> Desastre natural.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Capacitar el personal en primeros auxilios y desastres.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Destinar algunos recursos para la adquisición de un carro propio.</li> </ul>
<b>A6</b> Llegada de nuevos competidores.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Capacitación del personal en la implementación de buenas prácticas de producción caprina.</li> <li>● Realizar trazabilidad de la información para garantizar la calidad de los productos en cada proceso productivo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Control de plagas mediante la limpieza permanente de las instalaciones.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia



### 11.3 Organismo de apoyo

En el departamento del Huila se ha caracterizado por ser una comunidad próspera, con gran capacidad de emprender y trabajar honestamente y a su vez cuenta con instituciones que brindan el acompañamiento, asesoría e impulsan la creación de empresas, como lo es la **Corporación Universidad Minuto de Dios**, el aporte por medio de Centro Progresá Unidad de Emprendimiento, que apoyan los proyectos de vida de los emprendedores, para la puesta en marcha y el sostenimiento de este a través de la asesoría permanente en los diferentes procesos.

Esto a través del acompañamiento permanente del docente HÉCTOR JULIO VARGAS CASTRO quien nos ha asesorado en este proceso ha sido uno de los grandes aportes con sus conocimientos para este proyecto, El asesoramiento en la parte financiera ha sido muy importante para llegar a la viabilidad del proyecto por medio del docente JAIME ADOLFO GONZALES, quienes nos han apoyado en la formulación y ejecución de nuestro proyecto.

Para la fase de implementación y puesta en marcha se tiene la colaboración por medio de la Cooperativa de la Uniminuto y Fondo Emprender siendo esencial el apoyo económico para la implementación de nuestro negocio.

### 11.4 Estructura organizacional

**Área:** Administrativa

**Cargo:** Gerente

**Objetivo:** Representar, planear, organizar y controlar las actividades de la empresa.

**Perfil:** Persona responsable y cumplida, un líder emprendedor que tenga visión y la misión de dirigir la empresa.

**Funciones:**

1. Establecer los procedimientos técnicos según operación productiva, definiendo su propósito, alcance, las actividades, etapas, recursos y responsables de las operaciones de producción
2. Dirigir, controlar, administrar y ejecutar el proceso administrativo.
3. Aplicar procesos de investigación en la solución de problemas que afecten a la empresa
4. Coordinar eventos
5. Representar, dirigir y mantener relaciones, convenios o acuerdos con entidades públicas y privadas con fines y propósitos de mercadeo.
6. Realizar actividades de mercadeo

**Área:** Administrativa

**Cargo:** Auxiliar contable

**Jefe inmediato:** Gerente.

**Funciones:** llevar contabilidad, facturas de la empresa, elaborar y entregar balances y estados de resultados, llevar al día los libros y entregar informes durante los primeros 5 días de cada mes

**Perfil:** Persona honesta, responsable, y dedicado. Para conocer la situación financiera de la empresa.

**Tipo de contrato:** por prestación de servicios

**FUNCIONES:**

1. Recolectar información de movimientos de la empresa.
2. Realizar y analizar estados financieros
3. Realizar y controlar inventarios
4. Diligenciar los soportes contables según normas legales y políticas organizacionales
5. Determinar los objetivos financieros de acuerdo con las políticas organizacionales
6. Determinar los recursos financieros de acuerdo con el plan de acción de la organización
7. Dar entrada a las materias primas
8. Presentación de informes mensuales

9. Elaboración de costos de producción

10. Revisar movimientos de la cartera

**Área:** Operativa

**Cargo:** Operario

**Jefe inmediato:** Gerente.

**Perfil:** Conocimiento en todo el proceso productivo y del procesamiento de la leche

**Tipo de contratación:** jornales

**Funciones:**

1. Alimentar las cabras.
2. ordeñar las cabras.
3. limpiar y revisar el funcionamiento de los comederos y bebederos de las cabras.
4. Revisar la cama, sacar aquella que esté húmeda y reemplazarla por la seca,
5. llevar registros de producción, sanidad, alimentación, mortalidad entre otros.

**Cargo:** Ingeniero de alimentos y calidad

**Jefe inmediato:** Gerente

**Perfil:** Ingeniero manipulador de alimentos

**Tipo de contratación:** prestación de servicios

**Funciones:**

1. Realizar visitas periódicas al aprisco, generando recomendaciones para la buena producción, organización y seguimiento de la ejecución de todos los trabajos dentro del ciclo de producción de los alimentos.
2. Evaluar el proceso productivo para determinar posibles fallas y determinar las acciones dirigidas a enmendar esas fallas.

3. Controlar la parte sanitaria y de manejo de los productos, analiza todas las fallas o imprevistos durante el procesamiento.

### **11.5 Aspectos legales**

La Empresa se constituirá como una **Sociedad por Acciones Simplificada “SAS”**, por documento privado, no se requiere de escritura pública. Está integrada por dos personas natural.

Características:

- Se crea mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado.
- Se constituyen por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.
- Una vez inscrita en el registro mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.
- Es una sociedad de capitales.
- Su naturaleza siempre será comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social.
- Para efectos tributarios, se rige por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.
- Las acciones y demás valores que emita la S.A.S no podrán inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisores ni negociarse en bolsa.
- El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el registro mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación deberá hacerse directamente o a través de apoderado.
- Cuando lo activos aportados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la sociedad deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes.

## REQUISITOS PARA EL DOCUMENTO DE CONSTITUCIÓN

El documento mediante el cual se constituya la empresa “**ACTO CONSTITUTIVO**” **DEBE** contener la siguiente información:

- Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen).
- Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras "sociedad por acciones simplificada", o de las letras S.A.S.
- El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.
- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

**PASOS PARA TRAMITAR EL NIT:** Con el certificado de existencia y representación que solicitó en la Cámara de Comercio, diríjase a la DIAN y solicite el formulario de RUT (registro único tributario), por medio del cual se puede realizar los siguientes trámites, entre otros:

Asignación de NIT

Inscripción en el registro de vendedores si es responsable de IVA

Una vez adquirido y diligenciado el formulario, preséntese ante la DIAN, con los siguientes documentos:

Formulario del Registro Único Tributario (RUT) diligenciado en original y dos copias.

Copia del acta de constitución.

Certificado de existencia y representación, expedido por la Cámara de Comercio.

Fotocopia de la cédula del representante legal.

El registro de Impuestos sobre las ventas (IVA), se puede hacer en el momento de realizar la solicitud del NIT. Los responsables del régimen simplificado no tienen obligación de declarar el IVA, los responsables del régimen común deben hacerlo bimestralmente en las fechas que indique el calendario tributario, el cual puede adquirir directamente en la DIAN.

Simultáneamente con la solicitud del formulario RUT, se debe solicitar el formulario para que la DIAN le autorice la numeración para las facturas que usará en su negocio.

**MATRICULA DE LA EMPRESA:** Se realiza la matrícula mercantil en la cámara de comercio de Neiva, se deberá presentar copia y original de un servicio público, en donde este registrado el domicilio competo e la finca (finca – vereda- municipio), en caso de no cumplir con esto se deberá pedir un certificado castras tal al municipio de la finca, de igual forma anexar la fotocopia y original de la cedula ampliada a 150%, presentar una copia del **ACTO CONSTITUTIVO**, para posteriormente diligencia el formulario de cámara de comercio y el PreNit, se cancelan los derechos de inscripción e impuesto de registro por concepto de constitución y derechos de matrícula, y se debe pasar luego por la certificación de afiliación después de 24 horas, ya luego se deberá crear la cuenta bancaria de la empresa y posteriormente se deberá legalizar el Nit ante la DIAN de Neiva, llevando la certificación de la cuenta bancaria, certificado de cámara de comercio, fotocopia de la cedula, fotocopia del recibo público o certificado catastral y el preNit que genera la cámara de comercio, quedando inscrito en el Registro Único Tributario RUT **este proceso tarda aproximadamente de 3 a 4 días para la constitución de la misma, dependiendo de los inconvenientes o modificaciones que la cámara realice en el acto constitutivo.**

**RENOVACIÓN DE LA MATRÍCULA:** Cada año en los meses de enero a marzo de cada año debe renovarse la matrícula mercantil para obtener los beneficios que de ella se derivan y evitar las sanciones de ley, la información financiera debe corresponder al balance con corte a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior.

**REGISTRO DE LIBROS CONTABLES:** Una vez inscrita la empresa unipersonal en la Cámara, se deberán registrar los libros de contabilidad (son virtuales y no físicos).

**CAUSALES DE DISOLUCIÓN DE LA EMPRESA:** La empresa se disolverá por vencimiento de término previsto, si lo hubiere a menos que fuere prorrogado mediante documento inscrito en el registro mercantil antes de su expiración; por voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único; por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas; por orden de autoridad competente; por pérdidas que reduzcan el patrimonio de la empresa en más del cincuenta por ciento (50%); por iniciación del trámite de la liquidación obligatoria; por causales previstas en los estatutos.

**LIQUIDACIÓN DE LA EMPRESA:** la liquidación de su patrimonio se efectuará mediante el procedimiento señalado en la ley para las sociedades anónimas simple. Actuará como liquidador el o los empresarios o una persona designada por éste o por la Superintendencia de Sociedades, a solicitud de cualquier acreedor. En el evento en que no existan pasivos o acreencias de ninguna clase, se puede realizar la disolución y liquidación de la empresa en un solo documento, el cual debe ser reconocido ante juez o notario o presentado personalmente ante el secretario de la cámara de comercio.

**PASOS NECESARIOS PARA TRÁMITES SEGURIDAD SOCIAL:**

1. Inscribir o registrar la empresa en una EPS o en una entidad en donde se maneje el régimen de pensiones, y en una aseguradora de riesgos profesionales.
2. Inscribir a los trabajadores en estas entidades.

3. Inscribir a los trabajadores en el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, en el ICBF, en el Servicio Nacional de Aprendizaje y en la caja de compensación que elija el empleado (para el presente negocio no se realizará esta actividad por que el talento humano estará contratado bajo la modalidad de jornal).

El costo de la legalización es de \$150.000 y el tiempo estimado para todo el proceso de legalización de la Empresa según la experiencia de la Unidad de Emprendimiento es de 10 días porque a veces devuelven los documentos por algún tipo de error. Cuando todo se da sin devolución de los documentos puede durar hasta 4 días incluido el registro ante la DIAN.

## 11.6 Costos administrativos

Tabla 17 Costos Administrativos

Gastos de administración						
Rubros	Valor	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos a empleados de administración		12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000
Servicios públicos						
Auxilio de transporte						
Dotación	300.000	900.000	936.000	973.440	1.012.378	1.052.873
Seguros	1.000.000	1.000.000	1.040.000	1.081.600	1.124.864	1.169.859
Primas						
Papelería-cafetería	200.000	2.400.000	2.496.000	2.595.840	2.699.674	2.807.661
Contratista SSgt	100.000	1.200.000	1.248.000	1.297.920	1.349.837	1.403.830
Honorario contador	500.000	6.000.000	6.240.000	6.489.600	6.749.184	7.019.151
Gastos implementación sistema						
Gastos bancarios	107.000	1.284.000	1.335.360	1.388.774	1.444.325	1.502.098
Arriendo						
	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>		<b>24.784.000</b>	<b>25.295.360</b>	<b>25.827.174</b>	<b>26.380.261</b>	<b>26.955.472</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 18 gasto de ventas

Gastos de ventas							
RUBROS	% sobre ventas	Valor	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos a empleados de ventas			12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000
Gastos fijos de ventas							



Marketing Digital	1000.000	1.200.000	500.000	520.000	540.800	562.432
-------------------	----------	-----------	---------	---------	---------	---------

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 19 Salarios, colaboradores, administración y ventas

Salarios, Colaboradores, Administración y ventas								
Factor Prestacional								
Cargos primer año de operación	En el cargo primer año de operación	Número de ocupantes del cargo	Salario mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Administración</b>								
Gerente	12.0	1.0	1.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000
			0	0	0	0	0	0
Subtotal		1.0	1.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000
<b>Ventas</b>								
Operario de ventas	12.0	1.0	1.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000
			0	0	0	0	0	0
<b>Cargos Adicionales a partir del 2º Año de Ventas</b>								
			0	0	0	0	0	0
			0	0	0	0	0	0
Subtotal		1.0		12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000
<b>TOTAL</b>		<b>2.0</b>		<b>24.000.000</b>	<b>24.000.000</b>	<b>24.000.000</b>	<b>24.000.000</b>	<b>24.000.000</b>

Fuente: elaboración Propia

Tabla 20 gasto de ventas

GASTOS DE VENTAS							
RUBROS	% VENTAS	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos a empleados de ventas			12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000
<b>Gastos fijos de ventas</b>							
Marketing Digital		1000.000	1.200.000	500.000	520.000	540.800	562.432
<b>TOTAL</b>			13.200.000	12.500.000	12.520.000	12.540.800	12.560.432

Fuente: Elaboración propia

## 12. modulo financiero

### 12.1 Proyección de ingresos

Tabla 21 Proyección de ingresos

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>MARGENES POR PRODUCTOS</b>						
<b>Producto QUESO LECHE DE CABRA 500 GR</b>						
Ingresos QUESO LECHE DE CABRA 500 GR		82.000.000	85.280.000	106.429.440	166.029.926	172.671.123
Costo materia prima consumida QUESO LECHE DE CABRA 500 GR		31.379.350	32.634.524	40.727.886	63.535.502	66.076.922
Mano de Obra QUESO LECHE DE CABRA 500 GR		8.335.030	8.335.030	16.668.870	16.669.531	16.669.531
Margen \$ QUESO LECHE DE CABRA 500 GR		42.285.620	44.310.446	49.032.684	85.824.893	89.924.670
Margen % QUESO LECHE DE CABRA 500 GR		51.6%	52.0%	46.1%	51.7%	52.1%
<b>Producto YOGURT LECHE DE CABRA 1000 ML</b>						
Ingresos YOGURT LECHE DE CABRA 1000 ML		55.800.000	58.032.000	72.423.936	112.981.340	117.500.594
Costo materia prima consumida YOGURT LECHE DE CABRA 1000 ML		19.246.350	20.016.204	24.980.223	38.969.147	40.527.913
Mano de Obra YOGURT LECHE DE CABRA 1000 ML		6.024.376	6.024.376	12.047.893	12.048.370	12.048.370
Margen \$ YOGURT LECHE DE CABRA 1000 ML		30.529.274	31.991.420	35.395.821	61.963.823	64.924.310
Margen % YOGURT LECHE DE CABRA 1000 ML		54.7%	55.1%	48.9%	54.8%	55.3%
<b>Producto VENTA PIE DE CRIA</b>						
Ingresos VENTA PIE DE CRIA		5.250.000	5.460.000	8.517.600	11.811.072	12.283.515
Costo materia prima consumida VENTA PIE DE CRIA		784.000	815.360	1.271.962	1.763.787	1.834.338
Mano de Obra VENTA PIE DE CRIA		4.100	4.100	10.250	9.112	9.112
Margen \$ VENTA PIE DE CRIA		4.461.900	4.640.540	7.235.388	10.038.174	10.440.065
Margen % VENTA PIE DE CRIA		85.0%	85.0%	84.9%	85.0%	85.0%

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 22 la proyección de la empresa Aprisco CAPRILAC, se determina que durante el primer año tiene un margen de ingresos de \$ 143.050.000 de pesos, menos el costo de la mano de obra y la materia prima por un valor de \$65.773.206. esto nos indica un margen de utilidad por el primer año en porcentaje de 54,02% nos arroja una cifra muy significativa que nos indica un proyecto con viabilidad.

## 12.2 Proyección de egresos

Tabla 22 Proyección de egresos

Costo Mano de Obra Directa (MOD)						
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cargo	Numero Meses en el cargo primer año de operación	Numero Ocupantes del cargo	Numero Ocupantes del Cargo	Numero Ocupantes del cargo	Numero Ocupantes del cargo	Numero Ocupantes del Cargo
Operario	12,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 23 Nomina

				Vr Total	Vr Total	Vr Total	Vr Total	Vr Total
Salario Mensual	Salario Anual	Prestaciones	Costo Total	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
828.116	9.937.392	4.426.114	14.363.506	14.363.506	14.363.506	28.727.013	28.727.013	28.727.013
<b>Subtotal Nomina</b>				14.363.506	14.363.506	28.727.013	28.727.013	28.727.013

Fuente: Elaboración propia

Tabla 24 Mano de obra directa

<b>Total Costo de Mano de Obra Directa</b>							
Factor Prestacional-Componentes							
		Duración Producción	VrUnit	VrUnit	VrUnit	VrUnit	VrUnit
		Producción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salud			8,5%				
Pensión			12,0%				
ARL			2,4%				
Caja			4,0%				
Cesantías-Intereses			8,4%				
Vacaciones			4,2%				
ICBF-SENA			5,0%				
Factor Prestacional Total			44,5%				
<b>Costo Unitario de Mano de Obra Directa por Producto</b>							
Costo Unitario MOD QUESO LECHE DE CABRA 500 GR	59,00		2.032,93	2.032,93	3.387,98	2.258,74	2.258,74
Costo Unitario MOD YOGURT LECHE DE CABRA 1000 ML	37,60		1.295,56	1.295,56	2.159,12	1.439,47	1.439,47
Costo Unitario MOD VENTA PIE DE CRIA	3,40		117,15	117,15	195,24	130,16	130,16
<b>Costo Total Unitario Promedio</b>			<b>1.636,00</b>	<b>1.635,00</b>	<b>2.722,29</b>	<b>1.815,87</b>	<b>1.815,87</b>

	VrUnit Año 1	VrUnit Año 2	VrUnit Año 3	VrUnit Año 4	VrUnit Año 5	
Costo Total de Mano de Obra Directa por Producto						
Costo Total MOD QUESO LECHE DE CABRA 500 GR	8.335.029,82	8.335.029,82	16.668.870,04	16.669.530,91	16.669.530,91	
Costo Total MOD YOGURT LECHE DE CABRA 1000 ML	6.024.376,25	6.024.376,25	12.047.892,67	12.048.370,34	12.048.370,34	
Costo Total MOD VENTA PIE DE CRIA	4.100,32	4.100,32	10.250,08	9.111,54	9.111,54	
Duración del Proceso de Producción por Unidad						
Duración Procesos Producción QUESO LECHE DE CABRA 500 GR	59,00	241.900,00	241.900,00	290.280,00	435.420,00	435.420,00
Duración Procesos Producción YOGURT LECHE DE CABRA 1000 ML	37,60	174.840,00	174.840,00	209.808,00	314.712,00	314.712,00
Duración Procesos Producción VENTA PIE DE CRIA	3,40	119,00	119,00	178,50	238,00	238,00
<b>Total Proceso de Producción en Unidad</b>		<b>416.859,00</b>	<b>416.859,00</b>	<b>500.266,50</b>	<b>750.370,00</b>	<b>750,370,00</b>

Fuente: elaboración Propia

En las tablas 23,24 y 25 de la proyección de egresos del Aprisco CAPRILAC podemos evidenciar que para el primer año se utilizará un operario (tabla 23) que tendrá un costo en nómina por \$ 14.363.506 al primer año (tabla 24), y el costo promedio de la mano de obra sería de \$1.136 pesos en procesamiento de los lácteos y un total del proceso de producción por unidad por el primer año de \$416.589 pesos (tabla 25).

### 12.3 Capital de trabajo

Tabla 25 Capital de trabajo

		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inventarios	Descripción						
Invent. Materia Prima Rotación	Días costo MP consumida		365	30	30	30	30
Invent. Materia Prima	\$	1.691,167	1.691,167	297,794	318,997	341,709	366,039
Invent. Materia Prima Variación	\$		0	1.393,373	-21,203	-22,713	-24,330
<b>Total Inventario</b>	\$	<b>1.691,167</b>	<b>1.691,167</b>	<b>297,794</b>	<b>318,997</b>	<b>341,709</b>	<b>366,039</b>

Cuentas por Pagar							
Cuentas por Pagar Proveedores	Días		156				
Cuentas por Pagar Proveedores	\$	722.800	722.800	0	0	0	0
Cuentas por Pagar Proveedores (Variación)	\$		0	-722.800	0	0	0

Fuente: Elaboración Propia

## 12.4 Flujo de caja

Tabla 26 flujo de caja

FLUJO DE CAJA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Flujo de Caja Operativo</b>						
Utilidad Operacional		5.161,794	34.784,846	44.922,071	110.477,434	117.307,652
Depreciaciones		29.551,000	7.551,000	7.551,000	7.551,000	7.551,000
Amortización Diferidos		3.800,000	0	0	0	0
<b>Neto Flujo de Caja Operativa</b>		<b>38.512,794</b>	<b>42.335,846</b>	<b>52.473,071</b>	<b>118.028,434</b>	<b>124.858,652</b>
<b>Flujo de Caja Inversión</b>						
Inversión de Adecuaciones y mejoras	-22.000,000					
Inversión en Maquinaria y Equipo	-60.410,000					
Inversión en Muebles	-550.000					
Inversión en Equipo de Transporte	-4.500,000					
Inversión en Equipos de Oficina	-2.500,000					
Inversión Activos	-89.960,000					
Inversión Diferida	-3.800,000					
<b>Neto Flujo de Caja Inversión</b>	<b>-93.760,000</b>					
<b>Flujo de Caja Financiamiento</b>						
Desembolsos Fondo Emprender	92.760,000					
Dividendos Pagados		0	-516.179	-3.478,485	-4.492,207	-11.047,743
Capital	1.000.000	0	0	0	0	
<b>Neto Flujo de Caja Financiamiento</b>	<b>93.760,000</b>	<b>0</b>	<b>-516.179</b>	<b>-3.478,485</b>	<b>-4.492,207</b>	<b>-11.047,743</b>
<b>Neto Periodo</b>		<b>38.512.794</b>	<b>41.819.666</b>	<b>48.994.586</b>	<b>113.536.227</b>	<b>113.810.909</b>
<b>Saldo Anterior</b>		<b>0</b>	<b>38.512.794</b>	<b>80.332.460</b>	<b>129.327.046</b>	<b>242.863.273</b>
<b>Saldo Siguiente</b>		<b>38.512.794</b>	<b>80.332.460</b>	<b>129.327.046</b>	<b>242.873.273</b>	<b>356.674.182</b>

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 27 del aprisco CAPRILAC en su flujo de caja evidenciamos de saldo en el primer año neto flujo de caja por \$38.512.794 proyectado a cinco años el cual tendrá un crecimiento de \$113.810.909 el cual es muy representativo para sus accionistas de la empresa.

## 12.5 Balance general

Tabla 27 balance general

BALANCE GENERAL	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Activo</b>						
Efectivo	0	30.512.794	80.332.460	129.327.046	242.863.273	356.674.182
		0	0	0	0	0
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>0</b>	<b>30.512.794</b>	<b>80.332.460</b>	<b>129.327.046</b>	<b>242.863.273</b>	<b>356.674.182</b>
<b>Adecuaciones y Mejoras</b>						
Adecuaciones y Mejoras	22.000.000	0	0	0	0	0
<b>Maquinaria y Equipo de Operación</b>						
Maquinaria y Equipo de Operación	60.410.000	54.369.000	48.328.000	42.287.000	36.246.000	30.205.000
<b>Muebles y Enseres</b>						
Muebles y Enseres	550.000	440.000	330.000	220.000	110.000	
<b>Equipo de Transporte</b>						
Equipo de Transporte	4.500.000	3.600.000	2.700.000	1.800.000	900.000	
<b>Equipo de Oficina</b>						
Equipo de Oficina	2.500.000	2.000.000	1.500.000	1.000.000	500.000	
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>89.960.000</b>	<b>60.409.000</b>	<b>52.858.000</b>	<b>45.307.000</b>	<b>37.756.000</b>	<b>30.205.000</b>
<b>Total Activos Diferidos</b>	<b>3.800.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Total Otros Activos Fijos</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>ACTIVO</b>	<b>93.760.000</b>	<b>98.921.794</b>	<b>133.190.460</b>	<b>174.634.046</b>	<b>280.619.273</b>	<b>386.879.182</b>
<b>Pasivo</b>						
Obligación Fondo Emprender	92.760.000	92.760.000	92.760.000	92.760.000	92.760.000	92.760.000
<b>PASIVO</b>	<b>92.760.000</b>	<b>92.760.000</b>	<b>92.760.000</b>	<b>92.760.000</b>	<b>92.760.000</b>	<b>92.760.000</b>
<b>Patrimonio</b>						
Capital Social	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Reserva Legal Acumulada	0	0	500.000	500.000	5000.000	500.000
Utilidades Retenidas	0	0	4.145.614	35.451.975	75.881.839	175.311.530
Utilidades del Ejercicio	0	5.161.794	43.784.846	44.922.071	110.477.434	117.307.652
Revalorización Patrimonio	0	0	0	0	0	0
<b>PATRIMONIO</b>	<b>1.000.000</b>	<b>6.161.794</b>	<b>40.430.460</b>	<b>81.874.046</b>	<b>187.859.273</b>	<b>294.119.182</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>93.760.000</b>	<b>98.921.794</b>	<b>133.190.460</b>	<b>174.634.046</b>	<b>280.619.273</b>	<b>386.879.182</b>

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 28 del balance general del Aprisco CAPRILAC se evidencia que sus activos en el año (1) son de \$98.921.794 pesos, menos sus pasivos del primer año \$92.760.000 pesos, le dan un total de su patrimonio de \$6.161.794 pesos proyectado a (5) años da un incremento a \$294.119.182 pesos de patrimonio.

## 12.6 Estado de resultados

Tabla 28 Estado de resultados

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Ventas	143.050.000	148.772.000	187.370.976	290.822.339	302.455.232
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	65.773.206	67.829.594	95.707.083	132.995.449	137.166.186
Depreciación	29.551.000	7.551.000	7.551.000	7.551.000	7.551.000
Costos de Fabricación	780.000	811.200	843.648	877.394	912.490
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>46.945.794</b>	<b>72580.206</b>	<b>83.269.245</b>	<b>149.398.496</b>	<b>156.825.556</b>
Gastos de Administración	24.784.000	25.295.360	25.827.174	26.380.261	26.955.472
Gastos de Ventas	13.200.000	12.500.000	12.520.000	12.540.800	12.562.432
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Diferidos	3.800.000	0	0	0	0
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>5.161.794</b>	<b>34.784.846</b>	<b>44.922.071</b>	<b>110.477.434</b>	<b>117.307.652</b>
Otros Ingresos	0	0	0	0	0
Intereses	0	0	0	0	0
Otros Ingresos y Egresos	0	0	0	0	0
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>5.161.794</b>	<b>34.784.846</b>	<b>44.922.071</b>	<b>110.477.434</b>	<b>117.307.652</b>
Impuesto Renta	0	0	0	0	0
<b>Utilidad Neta Final</b>	<b>5.161.794</b>	<b>34.784.846</b>	<b>44.922.071</b>	<b>110.477.434</b>	<b>117.307.652</b>

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 29 el estado de resultado de la empresa Aprisco CAPRILAC para su primer año de utilidad neta final es de \$5.161.794 descontando todas sus obligaciones dando un incremento de más del 100% correspondientes al año anterior, para su quinto año tendrá una utilidad neta final de \$117.307.652 pesos un incremento importante para la empresa y sus socios.

## 12.7 Conclusiones financieras y evaluación de viabilidad

Tabla 29 conclusiones financieras

<b>Supuestos Macroeconómicos</b>	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Variación Anual IPC		3,47%	3,20%	4,09%	3,18%	3,21%
Devaluación		3,64%	4,72%	0,56%	8,91%	8,80%
Variación PIB		3,10%	2,00%	1,80%	2,10%	3,30%
DTF ATA		5,22%	6,86%	5,21%	4,54%	4,54%
<b>Supuestos Operativos</b>						
Variación Precios		N.A	4,0%	4,8%	3,5%	4,0%
Variación Cantidades Vendidas		N.A	0,0%	20,1%	49,9%	0,0%
Variación Costos de Producción		N.A	-20,2%	38,3%	36,4%	3,6%
Variación Gastos Administrativos		N.A	3,7%	3,6%	4,0%	3,6%
<b>Indicadores Financieros Proyectados</b>						
Nivel de Endeudamiento Total		93,8%	70,3%	54,6%	34,3%	25,1%
Rentabilidad Operacional		3,6%	22,5%	22,1%	36,0%	36,2%
Rentabilidad Neta		3,6%	22,5%	22,1%	36%	36,2%
Rentabilidad Patrimonio		83,8%	85,6%	53,6%	58,9%	39,6%
Rentabilidad del Activo		5,2%	25,4%	24,3%	38,7%	29,7%
<b>Flujo de Caja y Rentabilidad</b>						
Flujo de Operación		5.161.794	33.453.632	41.346.631	104.599.224	109.565.796
Impuestos		0	0	0	0	0
Utilidades después de Impuestos		5.161.794	33.453.632	41.346.631	104.599.224	109.565.796
Depreciación+		33.351.000	7.551.000	7.551.000	7.551.000	7.551.000
Amortización+Agotamiento+Provisiones						
Flujo de Inversión	-93.760.000	0	0	0	0	30.205.000
Flujo de Financiación	93.760.000	0	-516.179	-3.345.363	-4.134.663	-10.459.922
<b>Flujo de Caja para Evaluación</b>	<b>-93.760.000</b>	<b>38.512.794</b>	<b>41.004.632</b>	<b>48.897.631</b>	<b>112.150.224</b>	<b>147.321.796</b>
Tasa de Descuento Utilizada		3%	3%	3%	3%	3%
Factor	1,00%	1,03%	1,06%	1,09%	1,13%	1,16%
<b>Flujo de Caja Descontado</b>	<b>-93.760.000</b>	<b>37.391.062</b>	<b>38.650.798</b>	<b>44.748.259</b>	<b>99.644.022</b>	<b>127.081.075</b>
<b>Criterios de decisión</b>						
Tasa Mínima de Rendimiento a la que aspira el	3%					
TIR (Tasa Interna de Retorno)	53,35%					
VAN (Valor Actual Neto)	253.755.216					

En la tabla 30 de las conclusiones financieras y evaluación de viabilidad del proyecto Aprisco CAPRILAC según la TIR (tasa interna de retorno) es de 53,35% siendo muy significativa para la empresa y sus socios, demostrando la viabilidad del proyecto.



## 13. Impactos

### 13.1 Impacto económico

- Empresa productiva que mejora la calidad de vida, teniendo en cuenta la **generación de empleo** por medio del pago de jornales justos para la comunidad, lo que contribuirá a la disminución de la tasa de desempleo, mejorando el desarrollo socio-económico de la región.
- Con la realización del proyecto **APRISCO CAPRILAC** poder contribuir a mejorar el nivel de vida de mi familia y ser generador de empleo y de ingresos en la región.

### 13.2 Impacto regional

- Contribuir a mejorar las condiciones económicas de las familias de la región, buscando con ello un desarrollo de vida más favorable.
- Contribuir con el desarrollo regional en la implementación de nuevos negocios especialmente en la cría y producción de caprinos.

### 13.3 Impacto social

- Con este proyecto **se pretende ser promotor en la zona** en la implementación de nuevos métodos en el desarrollo de la actividad caprina favorables para el medio ambiente y que esto se vea reflejado en la satisfacción de los clientes al consumir un producto sano, obtenido de una producción limpia.
- Producción de leche y sus derivados con altos estándares de calidad para el consumo de las familias colombianas ya que es un alimento de primera necesidad y con altos índices de productividad.

- Ser ejemplo para los demás productores de la región de la importancia de producir alimentos sanos e inocuos al consumidor.

### **13.4 Impacto ambiental**

- Implementación de un banco de proteína con maíz hidropónico y pasto de corte rodas, es de resaltar la importancia que tienen estas especies en el ámbito ambiental ya que por medio de ellas el nitrógeno es incorporado al suelo, el cual puede ser aprovechado por otras plantas, por lo tanto, la implementación de este cultivo enriquece las condiciones del suelo y favorece la productividad de la empresa.
- El desarrollo de las buenas prácticas de producción caprina, garantizaran el óptimo cuidado y protección del medio ambiente por medio del manejo de residuos sólidos y orgánicos el compostaje es un claro ejemplo de ello.
- La utilización de bebederos con flotadores automáticos permitirá evitar desperdicios de agua.

## **14. Resumen ejecutivo**

### **14.1 Concepto del negocio**

Aprisco caprilac es un negocio que se constituirá como sociedad por acciones simplificadas, con la compra inicial de 35 cabras raza alpina destinada a la producción y comercialización de productos derivados de la leche de cabra con la misión de promover y fortalecer el consumo de la leche de cabra siendo competitivos en el desarrollo de la economía de la región y ser pioneros para el año 2025 en la producción de leche.

La importancia de este proyecto radica en los múltiples beneficios nutricionales para las personas de nuestra región, siendo una población donde no hay esa cultura de consumir leche caprina, no hay un lugar especificado para el consumo de los productos.

### **14.2 Potencial de mercado en cifras**

Según el estudio de mercado realizado en la ciudad de Neiva Huila y el municipio de Palermo, según cifras proporcionadas por el Instituto Colombiano Agropecuario ICA, el departamento del Huila cuenta con un inventario caprino de 5.615, de los cuales la mayoría de productores utilizan la leche para consumo propio. Los productores más representativos en Huila son Aprisco Vista Hermosa del municipio de Tesalia, el cual cuenta con predio certificado por el ICA como libre de Brucelosis y Tuberculosis; en el municipio de Villavieja se encuentran dos productores muy representativos los cuales son el Rincón del Cabrito y Aprisco la Delicia la cual cuenta con aproximadamente 60 cabras en producción en sistema de pastoreo rotacional, en este sector se produce principalmente panelitas, cocadas, arequipe, y leche de cabra. Las cifras en unidades producidas y posteriormente vendidas están proyectadas para el primer año de la siguiente forma: 4100 unidades de queso de 500 gr a un valor de \$20.000, 4650 unidades de yogurt de 1000 ml a un

valor de \$12.000 y 35 crías que se venderán a \$150.000 cada uno, por consiguiente, al finalizar el año fiscal, se habrá percibido ingresos por un valor \$143.050.000 millones de pesos en el desarrollo de esta actividad económica.

El crecimiento para los siguientes años dependerá del incremento de la inflación.

### 14.3 Ventajas Competitivas y Propuesta de Valor

Caprilac S.A.S es una empresa que tiene un compromiso de producción limpia, y orgánica, por medio de la siembra de leguminosas las cuales incorporan el nitrógeno atmosférico en la tierra, la no utilización de concentrados para la alimentación animal, en su lugar se producirá forraje verde hidropónico; los productos serán libres de conservantes y saborizantes artificiales, ya que el propósito es suplir la necesidad de clientes que buscan una

alimentación sana y natural, de igual manera aprovechando la composición nutricional y las bondades de este tipo de leche para la salud humana y lo provechoso que es para tratar algunas enfermedades, como la bronquitis, la anemia, problemas digestivos, además que contiene la coenzima Q que posee propiedades anticancerígenas. Se brindará servicio a domicilio gratuito, para facilitar al cliente el acceso a nuestros productos.

### 14.4 Resumen de las Inversiones Requeridas

Tabla 30. Inversiones Requeridas

PLAN DE INVERSION Y FINANCIACION PROYECTO	PROVEEDORES	DEUDAS	FONDO EMPRENDER	CAPITAL EMPRENDEDOR	TOTAL
Inversiones Fijas	0	0	53.000.000	7.500.000	60.500.000
Adecuaciones y Mejoras			20.000.000		20.000.000
Maquinaria y Equipo			30.000.000	5.000.000	35.000.000
Muebles y Enseres			3.000.000		3.000.000
Equipo de Comunicaciones,				2.500.000	2.500.000

Computación y Herramientas					
<b>Inversión Corriente (Capital de Trabajo)</b>	722.800	1.691.167	0	0	2.413.967
Efectivo	722.800				722.800
Inventarios de Materias Primas			1.691.167		1.691.167
<b>Inversión Diferida (Total Gastos durante Periodo Preoperativo)</b>			51.587.452	320.000	51.907.452
Gastos Notariales				50.000	50.000
Matricula Mercantil				150.000	150.000
Gastos de Constitución				120.000	120.000
Arrendamientos			18.000.000		18.000.000
Nominas Empleados (No incluye Gerente)			1.562.484		1.562.484
Nomina Operarios			5.924.968		5.924.968
Nomina Gerente Emprendedor			12.000.000		12.000.000
Horarios Contador			2.100.000		2.100.000
Servicios Públicos			900.000		900.000
Dotaciones			750.000		750.000
Sistema de Seguridad Industrial / Plan de Emergencia			2.000.000		2.000.000
Seguro Todo Riesgo			600.000		600.000
Publicidad y Mercadeo			700.000		700.000
Evento Lanzamiento			3.000.000		3.000.000
Otros Diferidos Financiables No Específicos			4.000.000		4.000.000
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	<b>722.800</b>		<b>106.278.619</b>	<b>7.820.000</b>	<b>114.821.419</b>
Salario Mínimo Mensual Legal Vigente (1)	781.242				
Monto Solicitado (2)	106.278.619				
<b>Índice Numero de Salarios Solicitud (2/1)</b>	138.04				

Fuente: Elaboración Propia

Caprilac SAS cuenta con capital por parte de los emprendedores por \$ 7.820.000 para iniciar labores; requiere del fondo Emprender una suma de \$106.278.619 para una suma total de inversiones correspondiente a \$ 114.821.419.

### **14.5 Resumen Financiero**

La empresa Caprilac S.A.S establece en su proyección de venta durante su periodo de ejecución un total de 27.880 unidades de queso de 500 gr, 31.620 unidades de yogurt de 1000 ml y 263 crías, correspondientes a los cinco (5) años de ejercicio o actividad económica, para un total de \$1.072.470.547 pesos durante los primeros cinco (5) de funcionamiento de la empresa. Se estima una utilidad neta final para el primer año de \$ 5.161.794, para el año 2 \$ 34.784.846, para el año 3 \$ 44.922.071, para el año 4 \$ 110.477.434 y para el año 5 \$ 117.307.652. La tasa interna de retorno (TIR) para la empresa Caprino S.A.S es de 53,35% representa una cifra positiva y altamente rentable para la proyección de la empresa.

## 15. Anexos

Formatos encuestas

### **Corporación universitaria minuto de Dios facultad de ciencias económicas y empresariales programa de contaduría pública**

#### **Encuesta a potenciales distribuidores**

**Con el objetivo exclusivamente académico de recolectar información para un proyecto universitario, comedidamente le solicitamos su amable atención, dando respuesta a los siguientes interrogantes.**

1. ¿A consumido alguna vez leche de cabra? Sí---No---
2. ¿Conoce productos derivados de la leche de cabra? Si--- No---
3. ¿Tiene conocimiento de los beneficios nutricionales al consumir leche de cabra o sus derivados? Si--- No---
4. ¿Comercializa productos derivados de la leche de vaca? Si---No---
5. Los productos lácteos de vaca más frecuentes que comercializa son Queso---lbs---yogurt---lts---Dulces---Leche cruda---lts---  
--
6. ¿Estaría en la disposición de comercializar productos lácteos de cabra, como leche cruda---lts---queso---lbs---, yogurt--- lts--- arequipe---lbs--- otros-----  
-  
----? frecuencia: día—semana--- quincena—mes -----No comercializa-----
7. considera que el precio de los anteriores productos varía entre:
 

1 libra de queso	Menos de 8.000---	Entre 8.000 y 12.000	Entre 12.000 y 15.000--
---			
1 litro de yogurt	Menos de 7.000---	Entre 7.000 y 9.000	Entre 9.000 y 12.000---
1 libra de dulce	Menos de 7.000	Entre 7.000 y 9.000	Entre 9.000 y 12.000--
---			
1 litro de leche cruda	Menos de 5.000-----	Entre 5.000 y 7.000---	Entre 7.000y 9.000-----

**Gracias por su colaboración**

**Corporación universitaria minuto de dios facultad de ciencias económicas y empresariales programa de contaduría pública**

**Entrevista dirigida a tiendas naturistas**

**Con el objetivo exclusivamente académico de recolectar información para un proyecto universitario, comedidamente le solicitamos su amable atención, dando respuesta a los siguientes interrogantes.**

1. ¿Tiene conocimiento de estudios científicos sobre los beneficios de la leche de cabra? coméntelos-----

--

-----

-----

-----

-

2. Sabe usted de las propiedades de la coenzima Q que contiene la leche de cabra ¿qué beneficio produce a pacientes con enfermedades terminales?-----

--

-----

-----

3. Conociendo de los beneficios de la leche de cabra, ¿Le suministrarían ustedes este producto de origen animal, a sus pacientes? Si-----No---- ¿Porque?-----

-

-----

-----

4. ¿Le recomendarían consumir leche de cabra y sus derivados a los pacientes? Si--  
No----- ¿Porque?-----

-----

**Gracias por su colaboración**



**Corporación universitaria minuto de dios facultad de ciencias económicas y empresariales  
programa de contaduría pública**

**Encuesta a potenciales consumidores**

**Con el objetivo exclusivamente académico de recolectar información para un proyecto universitario, comedidamente le solicitamos su amable atención, dando respuesta a los siguientes interrogantes.**

1. ¿Ha consumido alguna vez leche de cabra? Sí---No---
2. ¿Conoce productos derivados de la leche de cabra? Si--- No---
3. ¿Tiene conocimiento de los beneficios nutricionales al consumir leche de cabra o sus derivados? Si--- No---
4. ¿Estaría en la disposición de consumir productos lácteos de cabra, como leche cruda-  
----lts-----queso-----lbs-----, yogurt--- lts----- arequipe-----lbs----- otros ?  
Frecuencia: día—semana--- quincena—mes -----No consume-----
5. Compraría los anteriores productos, si su precio es:
 

1 libra de queso	Menos de 8.000----	Entre 8.000 y 12.000	Entre 12.000 y 15.000--
---			
1 litro de yogurt	Menos de 7.000----	Entre 7.000 y 9.000	Entre 9.000 y
12.000----			
1 libra de dulce	Menos de 7.000	Entre 7.000 y 9.000	Entre 9.000 y 12.000--
---			
1 litro de leche cruda	Menos de 5.000-----	Entre 5.000 y 7.000---	Entre 7.000y 9.000-----

**Gracias por su colaboración**

## 16. Referencia bibliográficas

- Agronet MinAgricultura. (29 de Octubre de 2018). *Agronet MinAgricultura*. Recuperado el 5 de Noviembre de 2020, de Agronet MinAgricultura:  
<https://www.agronet.gov.co/Noticias/Paginas/El-ICA-particip%C3%B3-en-congreso-internacional-para-fortalecer-el-sector-ovino-caprino-nacional.aspx>
- Agropecuario, I. I. (22 de Febrero de 2018). *ICA Instituto Colombiano Agropecuario* . Recuperado el 5 de Noviembre de 2020, de ICA Instituto Colombiano Agropecuario :  
<https://www.ica.gov.co/noticias/ica-productores-ovinos-caprinos-huila>
- Cardona, A. O. (12 de Septiembre de 2018). *AGRONEGOCIOS*. Recuperado el 5 de Noviembre de 2020, de AGRONEGOCIOS: <https://www.agronegocios.co/ganaderia/la-produccion-de-ovinos-y-caprinos-busca-crecimiento-de-20-a-30-durante-el-ano-2769328>
- CONtextoganadero. (26 de Marzo de 2016). *CONtextoganadero*. Recuperado el 5 de Noviembre de 2020, de CONtextoganadero: <https://www.contextoganadero.com/agricultura/aumenta-comercializacion-de-ovinos-y-caprinos-en-colombia>
- ICA Instituto Colombiano Agropecuario . (n/a de n/a de 2018). *ICA Instituto Colombiano Agropecuario* . Recuperado el 5 de Octubre de 2020, de ICA Instituto Colombiano Agropecuario :  
<https://www.ica.gov.co/areas/pecuaria/servicios/epidemiologia-veterinaria/censos-2016/censo-2018>
- Mafalda. (18 de Marzo de 2015). *MAFALDA IMPASTATO PLANELLES*. Recuperado el 5 de noviembre de 2020, de MAFALDA IMPASTATO PLANELLES: <https://www.capraispana.com/la-produccion-caprina-en-uruguay-y-latinoamerica/>
- Molotla, J. G. (n/a de n/a de n/a). *Congreso Internacional de Ciencias Veterinarias FMVZ-UNAM*. Recuperado el 5 de Noviembre de 2020, de Congreso Internacional de Ciencias Veterinarias FMVZ-UNAM:  
<http://congreso.fmvz.unam.mx/pdf/memorias/Peque%C3%B1os%20rumiantes/JAVIER%20GUTIERREZ.pdf>
- Ortiz, C. R. (1 de Julio de 2019). *Mundo Agropecuario* . Recuperado el 5 de Noviembre de 2020, de Mundo Agropecuario : <https://mundoagropecuario.com/produccion-caprina/>
- Semana. (26 de Abril de 2020). *Semana*. Recuperado el 5 de Noviembre de 2020, de Semana:  
<https://www.semana.com/contenidos-editoriales/el-campo-nos-fortalece/articulo/la-produccion->

de-ganado-ovino-y-caprino-se-abre-paso-en-el-mercado-colombiano/665697/

Unipymes. (3 de Julio de 2019). *Unipymes*. Recuperado el 5 de Noviembre de 2020, de Unipymes:

<https://www.unipymes.com/sector-ovino-caprino-ya-tiene-mas-de-dos-millones-ejemplares-en-colombia/>