

**ESTUDIO DE LA FACTIBILIDAD Y PUESTA EN MARCHA DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA DE ALIMENTOS PRECOCIDOS Y CÁRNICOS
“PRECARSAN”**

SANDRA CAROLINA JIMÉNEZ FONSECA

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN E INGENIERÍAS
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
PIEDRECUESTA**

2012

**ESTUDIO DE LA FACTIBILIDAD Y PUESTA EN MARCHA DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA DE ALIMENTOS PRECOCIDOS Y CÁRNICOS
“PRECARSAN”**

SANDRA CAROLINA JIMÉNEZ FONSECA

ID: 84145

**Trabajo de grado presentado como requisito para obtener el título de:
INGENIERA INDUSTRIAL**

Director(a):

Ing. MARTHA LUCIA REY VILLAMIZAR

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN E INGENIERÍAS
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
PIEDECUESTA**

2012

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Bucaramanga, septiembre de 2012

DEDICATORIA

Infinitas gracias doy a Dios, por el camino recorrido. A mis padres (María Efilia y Mario) por su amor, apoyo incondicional y por ser ejemplo de unión y fortaleza, a mis amigos por compartir trabajo, sacrificio y triunfo obtenido en la carrera y ser parte fundamental de mi crecimiento personal.

Sandra Carolina Jiménez Fonseca

AGRADECIMIENTOS

La autora del proyecto expresa su gratitud a:

La directora del proyecto Ingeniera Martha Lucia Rey Villamizar, por el tiempo dedicado y sus valiosos aportes que finalmente permitieron la realización del estudio de factibilidad, y a todos los docentes que durante el transcurso de la carrera me brindaron sus conocimientos y experiencia para la formación como ingeniera Industrial. Es de saber que su orientación fue valiosa para mi desarrollo personal, académico y porque no decirlo para mi desempeño laboral. Gracias Ingeniera Martha lucia rey, gracias profesores, estén seguros que siempre llevare en mi corazón sus enseñanzas, y que el todo poderoso los ayude a seguir orientando con tolerancia y responsabilidad a aquellos compañeros que continúan.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	20
1. OBJETIVOS	21
1.1 OBJETIVO GENERAL	21
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	21
2. CONCEPTO DE NEGOCIO	22
2.1 DESCRIPCIÓN DEL CONCEPTO DE NEGOCIO	22
2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	22
2.2.1 Ficha técnica del producto	22
2.3 ANTECEDENTES	25
2.4 JUSTIFICACIÓN	26
2.5 PROBLEMA	27
2.6 PERTINENCIA REGIONAL DE LA IDEA DE NEGOCIO	28
3. ESTUDIO DE LA FACTIBILIDAD DEL MERCADO	30
3.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	30
3.1.1 Diseño de la investigación de mercados	30
3.1.2 Instrumento	31
3.1.3 Diseño muestral	31
3.1.4 Análisis e interpretación de datos	32
3.1.5 Estudio de mercados consumidores finales	40
3.2 ANÁLISIS DEL MERCADO	52
3.2.1 Definición del mercado relevante	52
3.2.2 Análisis de la demanda	53

3.2.3	Análisis de la demanda selectiva	53
3.2.4	Segmentación	53
3.2.5	Análisis competitivo	53
3.2.6	Definición del mercado objetivo	55
3.3	MEDICIÓN DEL MERCADO	55
3.3.1	Estimación del potencial mercado	55
3.3.2	Estimación de las ventas de la industria	55
3.3.3	Pronóstico de ventas para la idea de negocio	56
3.4	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO	56
4.	ESTUDIO TÉCNICO	58
4.1	TAMAÑO DEL PROYECTO	58
4.1.1	Factores que determinan el tamaño del proyecto	58
4.1.2	Capacidad del proyecto.	58
4.2	LOCALIZACIÓN	60
4.2.1	Macro localización	60
4.2.2	Micro localización	60
4.3	ESTÁNDARES DE CALIDAD	61
4.4	DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PROCESO Y DIAGRAMA DE OPERACIÓN	64
4.5	PLAN DE PRODUCCIÓN	67
4.6	RECURSOS	68
4.6.1	Maquinaria y herramientas	68
4.6.2	Muebles y enseres	69
4.6.3	Equipos de oficina	69
4.6.4	Vehículos	69
4.6.5	Total recursos	70
4.6.6	Recurso humano	70
4.7	ESTUDIO DE PROVEEDORES	71
4.8	DISTRIBUCIÓN DE PLANTA	73
4.9	CONDICIONES DE ALMACENAMIENTO Y TRANSPORTE	74

4.10 CONCLUSIONES TÉCNICAS	74
5. PLAN DE MARKETING	76
5.1 PROGRAMA DE DESARROLLO DE LOS PRODUCTOS	76
5.2 PROGRAMA DE DISTRIBUCIÓN Y VENTAS	76
5.3 PROMOCIÓN	76
5.4 PROGRAMA DE FIJACIÓN DE PRECIOS	77
5.5 PROGRAMA DE COMUNICACIÓN	78
5.6 PROGRAMA DE SERVICIO AL CLIENTE	78
5.7 CONCLUSIONES PLAN DE MARKETING	79
6. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL	80
6.1 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA	80
6.1.1 Misión	80
6.1.2 Visión	80
6.1.3 Objetivos y estrategias	80
6.1.4 Equipo emprendedor	83
6.1.5 Manual de funciones	84
6.1.6 Escala salarial	84
6.2 PROCEDIMIENTO Y COSTOS DE CONSTITUCIÓN	85
6.2.1 Estudio de homonimia	85
6.2.2 Tipo de Sociedad y minuta	85
6.2.3 Trámites Cámara de Comercio	86
6.2.4 Trámite ante la DIAN	86
6.2.5 Trámite Industria y comercio	87
6.2.6 Trámites INVIMA	88
6.2.7 Gastos de constitución	89
6.3 GESTIONES DE LEGALIZACIÓN TRIBUTARIA Y LABORAL	90
6.3.1 Compromisos tributarios	90
6.3.2 Compromisos laborales	90

6.4 CONCLUSIONES ADMINISTRATIVAS Y LEGALES	91
7. ESTUDIO FINANCIERO	92
7.1 INVERSIONES	92
7.1.1 Inversión fija	92
7.1.2 Inversión diferida	94
7.1.3 Inversión de capital de trabajo	95
7.1.4 Inversión total	96
7.2 FUENTES DE FINANCIACIÓN	97
7.2.1 Liquidación del crédito	97
7.2.2 Tabla de amortización	98
7.3 COSTOS	99
7.3.1 Costos fijos	99
7.3.2 Costos variables	99
7.3.3 Costos totales	101
7.4 PRECIO DE VENTA	102
7.5 PUNTO DE EQUILIBRIO	102
7.6 PRESUPUESTO DE INGRESO Y EGRESOS	103
7.6.1 Ingresos proyectados	104
7.6.2 Egresos proyectados	104
7.7 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS	105
7.8 FLUJO DE CAJA PROYECTADO	106
7.9 BALANCE GENERAL PROYECTADO	107
7.10 ANÁLISIS RAZONES FINANCIERAS	108
7.11 CONCLUSIONES ESTUDIO FINANCIERO	110
8. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	111
8.1 IMPACTO SOCIAL	111
8.2 IMPACTO AMBIENTAL	111
8.3 EVALUACIÓN FINANCIERA	112

8.3.1 Valor presente neto	112
8.3.2 Tasa interna de retorno	112
8.3.3 Periodo de recuperación de la inversión	112
8.3.4 Análisis costo – beneficio	113
8.3.5 Costo anual uniforme equivalente (CAUE)	114
8.4 ESCENARIOS DE RIESGOS Y PLANES DE CONTINGENCIA	114
8.5 CONCLUSIONES DE LA EVALUACIÓN DEL PROYECTO	115
9. PLAN DE PUESTA EN MARCHA	116
CONCLUSIONES	117
RECOMENDACIONES	118
BIBLIOGRAFÍA	119
ANEXOS	121

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Ficha técnica del producto	22
Tabla 2. Ficha Técnica Estudio distribuidores	32
Tabla 3. comercializa productos pre cocidos y cárnicos	32
Tabla 4. Productos que comercializa quincenalmente	33
Tabla 5. cantidades promedio que comercializa quincenalmente en libras	34
Tabla 6. Establecimientos que comercializan los productos	35
Tabla 7. Consumo mensual de cada uno de los productos	36
Tabla 8. Marcas que adquiere en la actualidad	36
Tabla 9. Inconvenientes encontrado con los productos	37
Tabla 10. Comercializa productos cárnicos ahumados	38
Tabla 11. Productos ahumados que compra	39
Tabla 12. Le comercializaría productos ahumados a una nueva empresa	40
Tabla 13. Ficha Técnica consumidores	41
Tabla 14. Consume productos cárnicos	41
Tabla 15. Productos de mayor consumo quincenal	42
Tabla 16. Consumo quincenal de cada uno de los productos	43
Tabla 17. Total de población que consume cada producto	44
Tabla 18. Total de productos que se consumen en el mercado	45
Tabla 19. Precio promedio de compra	45
Tabla 20. Qué marca es la de mayor consumo	46
Tabla 21. Qué inconvenientes tiene con los productos que compra	47
Tabla 22. Donde adquiere los productos	48
Tabla 23. Productos novedosos que le gustaría encontrar	49
Tabla 24. Conoce las bondades de los productos cárnicos ahumados	50
Tabla 25. Productos cárnicos ahumados que le agradaría adquirir	50

Tabla 26. Compraría productos pre cocidos y cárnicos a una nueva empresa Santandereana.	51
Tabla 27. Tabla de análisis competitivo	54
Tabla 27. Microlocalización de la empresa	61
Tabla 28. PLAN HACCP	62
Tabla 29. Maquinaria y herramientas	68
Tabla 30. Muebles y enseres	69
Tabla 31. Equipos de oficina	69
Tabla 32. Descripción general	70
Tabla 33. Recurso Humano	70
Tabla 34. Evaluación de proveedores	72
Tabla 35. Información de proveedores de materias primas	73
Tabla 36. Maquinaria y herramientas	93
Tabla 37. Muebles y enseres	93
Tabla 38. Equipos de oficina	94
Tabla 39. Registro Cámara de Comercio	94
Tabla 40. Adecuación de la planta física	94
Tabla 41. Total capital de trabajo	96
Tabla 42. Total de inversión	97
Tabla 43. Cuota del crédito	97
Tabla 44. Tabla de amortización del crédito	98
Tabla 45. Salchichas Ahumadas	100
Tabla 46. Arepa de Maíz Pelao	100
Tabla 47. Mortadela	100
Tabla 48. Arepa de Maíz Blanco	101
Tabla 49. Chorizo Ahumado	101
Tabla 50. Punto de equilibrio	103
Tabla 51. Proyección de ventas	104
Tabla 52. Proyección de costos y gastos	104
Tabla 53. Proyección Estado de Resultados	105

Tabla 54. Proyección flujo de caja	106
Tabla 55. Proyección de balance general	107
Tabla 56. Proyección de razones financieras	108
Tabla 57. Valor presente neto	112
Tabla 58. Periodo de recuperación	112
Tabla 59. Valor presente de los ingresos	113
Tabla 60. Valor presente de los egresos	113
Tabla 61. Escenario de riesgos	114
Tabla 62. Plan de puesta en marcha	116

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Comercializa pre cocidos y cárnicos	33
Figura 2. Productos que comercializa	34
Figura 3. Cantidad promedio que compra por establecimiento	35
Figura 4. Proveedores	37
Figura 5. Inconveniente con las compras de los productos	38
Figura 6. Comercializa productos ahumados	38
Figura 7. Producto ahumado que compra	39
Figura 8. Le compraría a una nueva empresa	40
Figura 9. Consume pre cocidos y cárnicos	42
Figura 10. Productos que consume más	43
Figura 11. Cantidades que consume quincenalmente	44
Figura 12. Precio promedio que cancela por producto	46
Figura 13. Marca que adquiere	47
Figura 14. Inconveniente con las compras de los productos	48
Figura 15. Lugar donde adquiere los productos	48
Figura 16. Novedad en los productos	49
Figura 17. Conoce las bondades de los productos ahumados	50
Figura 18. Productos que le agradaría adquirir	51
Figura 19. Le compraría a una nueva empresa	52
Figura 20. Macro localización de empresa	60
Figura 21. Flujo del proceso de Salchichas y mortadela	65
Figura 22. Flujo del proceso del chorizo	66
Figura 23. Flujo del proceso de la arepa	67
Figura 24. Organigrama de la empresa	84

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Formato encuesta comercializadoras	121
Anexo B. Formato encuesta consumidores finales	123
Anexo C. Maquinaria y equipos	125
Anexo D. Muebles y enseres	128
Anexo E. distribución de planta	129
Anexo F. Recetario	130
Anexo G. Manual de funciones	135
Anexo H. Escala salarial	144
Anexo I. Escritura de Constitución	156
Anexo J. Tarifa de inscripción de cámara de comercio	173

GLOSARIO

AHUMADO:“El ahumado es una técnica culinaria que consiste en someter alimentos a humo proveniente de fuegos realizados de maderas de poco nivel de resina”¹

ARMARIO DE AHUMADO: Escaparate utilizado para ahumar los alimentos

AUTOCLAVE:Recipiente metálico de paredes gruesas con un cierre hermético que permite trabajar a alta presión para realizar una reacción industrial

MAÍZ PELADO:Donde hierve el maíz desgranado con cal, para despojarlo de su cáscara.

MESA DE TROCEADO: Mesa donde se cortan las carnes y demás materias primas

MOHO:Hongo que se encuentra tanto al aire libre como en lugares húmedos y con baja luminosidad

PRE COCIDO:Es una especie de alimento precocinado que se envasa en un recipiente. Requiere poca preparación y contiene todos los elementos para ser servidos.

RECETARIO: Libro con formulas para preparar diversos productos alimenticios.

¹http://www.minambiente.gov.co/documentos/ntc_5720_tableros_electricos.pdf

THERMOKING: Medio de transporte industrial que controla la temperatura para trasladar los alimentos de una empresa al intermediario o consumidor final.

RESUMEN GENERAL DEL TRABAJO DE GRADO

TITULO: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y PUESTA EN MARCHA DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE ALIMENTOS PRECOCIDOS Y CÁRNICOS, EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA Y SU ÁREA METROPOLITANA
AUTORES: SANDRA CAROLINA JIMÉNEZ FONSECA
FACULTAD: Facultad de ingeniería industrial
DIRECTOR: Martha Lucia Rey Villamizar

RESUMEN

El presente estudio para obtener el título de Ingeniera Industrial, se desarrollo un investigación de factibilidad y puesta en marcha de una empresa productora de alimentos pre cocidos y cárnicos en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana.

Se hizo necesario analizar el entorno bajo el cual se va a desarrollar la investigación, en donde se encontró que si bien es cierto que existe gran competencia, el sector de alimentos está en plan de expansión y que las personas por sus actividades diarias adquieren más este tipo de productos.

Se efectuó un estudio de mercado para determinar y evaluar la creación de PRECARSAN (empresa de alimentos), la cual arrojó datos alentadores que sugieren la creación de esta nueva entidad, de igual forma se efectuó un análisis técnico, en donde se determinó las necesidades esenciales para el montaje de la planta de producción y los requisitos que exige las autoridades para estas empresas. Desde el punto de vista legal, salubridad y técnico, de igual manera se trataron temas esenciales hoy en día como es la planeación y organización de una empresa, la cual conlleve a perdurar en el tiempo. Y por último se trataron los aspectos financieros que concluyeron la viabilidad desde el punto de vista económico. De igual forma se inició la etapa de penetración en el mercado, para ello se ha venido produciendo en baja escala, debido a la falta de recursos, motivo por el cual se está buscando capital para la legalización y compra de los bienes que hacen falta.

El proyecto dentro de la fase de viabilidad económica y financiera, tiene una tasa interna de retorno del 30,78%, y la inversión se recupera al termino de tres años, lo que indica que la creación de la empresa es factible.,

PALABRAS CLAVES: FACTIBILIDAD, IMPLEMENTACIÓN, LEGALIZACIÓN

ABSTRACT

TITLE: FEASIBILITY STUDY, COMMISSIONING OF A PRODUCTION COMPANY OF MEAT AND COOKED FOOD IN BUCARAMANGA AND THE METRO AREA.
AUTHOR: SANDRA CAROLINA JIMENEZ FONSECA
FACULTY: INDUSTRIAL ENGINEERING
DIRECTOR: MARTHA LUCIA REY VILLAMIZAR

ABSTRACT

Through this document presents the results of a project feasibility study, commissioning of a production company of meat and cooked food in Bucaramanga.

It became necessary to analyze the environment under which it will develop research, which found that although there is great competition, the food sector is in expansion plan and people for their daily activities become more this products.

We conducted a market study to determine and evaluate the creation of PRECARSAN (food company), which I throw encouraging data that suggest the creation of this new entity, just as technical analysis was performed, where basic needs are determined for mounting the production plant and the conditions required by the authorities to these companies. From a legal standpoint, health and technical, were treated equally essential issues today as is the planning and organization of a company, which lead to last over time. And finally addressed the financial aspects that concluded the feasibility from the economic point of view. Similarly phase began to penetrate the market, for it has been produced in small scale due to lack of resources, why is looking to legalize capital and purchase of goods that are needed.

The project phase within the economic and financial viability, has an internal rate of return of 30.78%, and the investment is recovered at the end of three years, indicating that the creation of the company is feasible.,

KEY WORDS:. FEASIBILITY, IMPLEMENTATION, LEGALIZATION.

INTRODUCCIÓN

Dada la situación económica que sufre el país y a su vez la región, así como su afán por desarrollar cada vez más y mejores ideas de negocio, vistos como la creación de un proyecto escrito que evalúa todos los aspectos de la factibilidad económica de su iniciativa comercial con una descripción y análisis de sus perspectivas empresariales, de igual manera desde el punto de vista de la ingeniería industrial se hace necesario aplicar los conocimientos para el mejoramiento de los procesos productivos, los cuales conlleven a elevar la productividad y competitividad del sector de alimentos, en el departamento de Santander.

Este proceso de generación de ideas, surge de analizar las necesidades que diariamente se deben suplir, bien sea por nuevos desarrollos empresariales, o por que las ideas creadas hasta el día de hoy van quedando obsoletas y se requiere de una nueva inyección de energía para satisfacer cada vez más los requerimientos de una sociedad que diariamente es más exigente.

La idea de pre cocidos y cárnico, nace con el deseo de brindar a todas las personas de Bucaramanga y su área metropolitana, una oportunidad de consumir un producto de calidad gourmet que se ajusten a las exigencias del mercado actual.

Como propósito principal de este proyecto se llevará a cabo la puesta en marcha de la idea de negocio enfocándola inicialmente en mercados locales, ofreciendo el producto diferenciador y de calidad.

1. OBJETIVOS

1.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar el estudio de factibilidad y viabilidad para la creación, montaje y comercialización de productos alimenticios pre- cocidos y cárnico en el Área Metropolitana de Bucaramanga.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Efectuar un estudio de mercado en el Área Metropolitana de Bucaramanga, para determinar las necesidades de la demanda, con sus especificaciones esenciales; respecto a precios, cantidades promedio de consumo y aceptación de una nueva empresa; de igual forma analizar la competencia con sus pro y contra.
- Determinar las necesidades para el montaje de la empresa, los costos de producción y demás variables que hacen que una empresa sea más competitiva, y permita conocer el total de inversión que se requiere.
- Estructurar la organización de la empresa a crear, con el fin de desarrollar la planeación, organización, dirección, ejecución y control.
- Especificar las normas y requisitos que exige el estado para la creación de este tipo de empresas, en cuanto a aspectos ambientales, impuestos y salubridad.
- Elaborar el estudio financiero y la evaluación del proyecto, a través de la proyección de los ingresos y egresos, con el fin de conocer si es rentable o no su inversión.

2. CONCEPTO DE NEGOCIO

2.1 DESCRIPCIÓN DEL CONCEPTO DE NEGOCIO

La empresa estará dedicada a la producción de bienes para el consumo humano (alimentos) inicialmente en el Área Metropolitana de Bucaramanga, estos productos son derivados de carnes y maíz, la idea surge después de hacer un curso de alimentos en el SENA, y estudiar las necesidades de las personas de todos los estratos sociales, por lo cual surge la idea de elaborar alimentos que colaboren en la conservación de la salud, fácil de preparar y que los expendios se encuentren cerca de los hogares. Y de esta forma aprovechar la oportunidad que brinda el mercado.

2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

2.2.1 Ficha técnica del producto

Tabla 1. Ficha técnica del producto

MORTADELA			
NORMA TÉCNICA	NTC 5720		
TIPO	PERECEDERO		
CRITERIOS DE ACEPTACIÓN			
Características Físicas	Productos cárnicos procesados, escaldados con la adición de sustancias de uso permitido. Producto homogéneo libre de moho, insectos, materiales extraños visibles y viscosidades, sin signos de deterioro ni deshidratación.		
Características organolépticas	COLOR	OLOR	TEXTURA
	Rosado	Característico	Firme

MORTADELA			
Temperatura	4 ^o C		
Empaque y rotulado	El producto debe ser empacado en material sanitario apropiado, El empaque debe tener una etiqueta de producción con mínimo el nombre del producto, fecha de producción, fecha de vencimiento y número de lote. Se requiere que las fechas de vencimiento aclaren el tiempo máximo de duración refrigerado, el rotulo debe cumplir con los requisitos de la resolución 005109 del ministerio de protección Social. El rotulo debe cumplir con los requisitos de la NTC 512-1		
Presentación	500 gramos		
Requisitos específicos	El proveedor debe estar certificado en HACCP. El producto se requiere con una vida útil mínimo de 8 días liberación inmediata.		

Fuente: ICONTEC

SALCHICHA			
NORMA TÉCNICA	NTC 5720		
TIPO	PERECEDERO		
CRITERIOS DE ACEPTACIÓN			
Características Físicas	Productos cárnicos procesados, escaldados con la adición de sustancias de uso permitido. Producto homogéneo libre de moho, insectos, materiales extraños visibles y viscosidades, sin signos de deterioro ni deshidratación.		
Características organolépticas	COLOR	OLOR	TEXTURA
	Rosado	Característico	Firme
Temperatura	4 ^o C		
Empaque y rotulado	El producto debe ser empacado en material sanitario apropiado, El empaque debe tener una etiqueta de producción con mínimo el nombre del producto, fecha de producción, fecha de vencimiento y número de lote. Se requiere que las fechas de vencimiento aclaren el tiempo máximo de duración refrigerado, el rotulo debe cumplir con los requisitos de la resolución 005109 del ministerio de protección Social.		

SALCHICHA			
	El rotulo debe cumplir con los requisitos de la NTC 512-1		
Presentación	500 gramos		
Requisitos específicos	El proveedor debe estar certificado en HACCP. El producto se requiere con una vida útil mínimo de 8 días liberación inmediata.		

Fuente: ICONTEC

CHORIZO			
NORMA TECNICA	NTC 5720		
TIPO	PERECEDERO		
CRITERIOS DE ACEPTACIÓN			
Características Físicas	Productos cárnicos procesados, escaldados con la adición de sustancias de uso permitido. Producto homogéneo libre de moho, insectos, materiales extraños visibles y viscosidades, sin signos de deterioro ni deshidratación.		
Características organolépticas	COLOR Rosado	OLOR Característico	TEXTURA Firme
Temperatura	4 ^o C		
Empaque y rotulado	El producto debe ser empacado en material sanitario apropiado, El empaque debe tener una etiqueta de producción con mínimo el nombre del producto, fecha de producción, fecha de vencimiento y número de lote. Se requiere que las fechas de vencimiento aclaren el tiempo máximo de duración refrigerado, el rotulo debe cumplir con los requisitos de la resolución 005109 del ministerio de protección Social. El rotulo debe cumplir con los requisitos de la NTC 512-1		
Presentación	500 gramos		
Requisitos específicos	El proveedor debe estar certificado en HACCP. El producto se requiere con una vida útil mínimo de 8 días liberación inmediata.		

Fuente: ICONTEC

AREPAS DE MAÍZ BLANCO Y AMARILLO			
NORMA TÉCNICA	NTC 1643		
TIPO	PERECEDERO		
CRITERIOS DE ACEPTACIÓN			
Características Físicas	Las arepas deben presentar unas consistencias y texturas propias del producto, deben estar libres de materiales extraños, olores fuertes y texturas defectuosas.		
Características organolépticas	COLOR	OLOR	TEXTURA
	Blanco o amarillo	Característico	Rugosa
Temperatura	4 ^{oC}		
Empaque y rotulado	Empaque limpio, bolsa plástica transparente, asegurar la conservación durante el transporte y almacenamiento, el recipiente debe estar en buen estado y sellado, con registro sanitario y fecha de vencimiento; cumplir con la resolución 005109.		
Presentación	Paquetes de 6 unidades de 70 gramos c/u.		
Requisitos específicos	El producto se requiere con una vida útil de tres días, después de abierto el producto		

Fuente: ICONTEC

2.3 ANTECEDENTES

A nivel nacional en Colombia se encuentra productos cárnicos y pre-cocidos de pleno gusto y asequibles.

En Santander cuenta con diversos competidores directos llamados **Comercializadora de carnes Kike's**, ofreciendo productos embutidos y carnes frías empacadas al vacío al igual que salsamentarías como:

Delichikcks, Salsamentaría Colombo Alemana, Salsan, Zenu, Carnes Manzanares de Distraves, entre otras, las cuales cuentan con varios puntos de venta distribuidos en toda el área metropolitana.

Es importante resaltar que estas empresas tienen en promedio de dos a tres puntos de venta en la ciudad, mientras que Carnes Manzanares de Distraves cuenta con varios puntos de venta distribuidos en toda el área metropolitana.

- Cra 24 No. 51-40 Barrio Nuevo Sotomayor.
- Calle 43 No. 26-28 Barrio el poblado de Girón.
- Calle 33 No. 16-22 Centro.
- Plaza satélite del S L1019 – 1025 – 1028.
- Cra 25 No 29-87 L 19 C.C, Cañaveral Barrio Cañaveral Oriental.
- Calle 105 No 22 – 115 Barrio Provenza.
- Cra 21 No 48 – 32 Barrio la Concordia Centro.
- Cra 8 No. 6 – 50 Floridablanca Casco Antiguo.
- Calle 11 No. 5 – 80 Piedecuesta.

Dentro de los precocidos se encuentran las siguientes:

Arepa de queso el Maná, Arepa de huevo y empanadas la 48, Arepalista. Arepa santandereana la Chucureña, Arepiz, Practiarepa, Precocidos la Puerta del Sol, Procesander, productos alimenticios Jerusha, entre otras.

2.4 JUSTIFICACIÓN

Con lo cambiante y congestionado del mundo actual, el proceso de globalización que avanza a pasos agigantados, los volúmenes de información que actualmente se manejan, el ingreso de un sinnúmero de productos empacados al vacío, la falta

de tiempo para la preparación en casa de alimentos naturales, nutritivos, saludables y con bajo contenido químico, hacen que la consecución de este tipo de alimentos se convierta en una buena alternativa en mejora de la calidad de vida y hábitos alimenticios de la población de Bucaramanga y su área metropolitana.

El diseño y montaje de una empresa de alimentos naturales preparados con recetas de tradición sería una respuesta alternativa a esta necesidad.

Por otra parte se estaría generando un valor agregado al entorno y a la economía santandereana, ya que se cuenta con diversas empresas locales proveedoras de los insumos necesarios para la elaboración de este tipo de producto.

En la medida que se desarrolle positivamente, el proyecto redundará en la obtención de una mayor solidez a los inversionistas con una excelente rentabilidad lo que permite la expansión organizacional y la generación de empleo.

2.5 PROBLEMA

Hoy en día se cuenta con una serie de productos de consumo masivo dentro de los hogares, como lo son las comidas rápidas, productos pre cocidos, embutidos, carnes frías, entre otros; los cuales se vienen adquiriendo con el fin de disminuir los tiempos de alimentarnos; ello debido al cambio de estilo de vida que se tienen en los hogares, en donde las dos personas laboran durante todo el día y no se cuenta con tiempo para la preparación de los alimentos.

Pues bien, debido a la cantidad de productos existentes y a otro cambio que se viene presentando, como lo es la conservación de la salud; las personas buscan productos que se encuentren bajos en grasas, para la conservación de la línea,

disminuir los riesgos cardiovasculares, colesterol, glicemia, entre otros; hacen que cada vez se busquen productos aptos para cada dieta.

Dentro del mercado existen empresas que se especializan en la producción masiva, sin interesarle la conservación de la salud; ello esta, de acuerdo para los segmentos de mercado para el cual va dirigidos los productos; se puede apreciar que las comidas para los estratos bajos son grasoso, con grandes cantidades de azucares, y en grandes volúmenes; ello porque las materias primas no son seleccionadas; caso contrario ocurre con los productos para los estratos sociales altos, en donde lo productos cuentas con mejores materias primas, pero, no existen muchas empresas especializadas en este segmento de mercado, lo cual hace posible la penetración de nuevas entidades.

De igual forma, se espera en un futuro próximo habrá cambios generacionales, en donde cada día se tenga menos tiempo para vivir en familia, lo cual hace que las personas solo se encuentren al momento de consumir un alimento o los fines de semana, los cuales dedicados para el esparcimiento o de salidas a sitios de recreación, generando con ello el consumo en estos lugares de comidas tradicionales como chorizos, arepas, rellenas (morcillas), cabro, mute, entre otros; pero de igual forma buscaran conservar aspectos esenciales como la salud, y de acuerdo a ello cada sitio deberá especializarse en los productos que debe ofrecer a cada cliente.

2.6 PERTINENCIA REGIONAL DE LA IDEA DE NEGOCIO

A medida que avanza el tiempo, las personas se van concientizando que deben adquirir productos de óptima calidad, que estén acordes con la salud, el paladar y poder adquisitivo de cada una de las familias, es por ello que estos productos con

un sabor diferente, que cumpla con todos los requerimientos de las personas, se hace necesario implementar y comercializar.

De otra parte las costumbres de la comunidad en el consumo de productos cárnicos y arepas, es tradicional, lo cual hace que estos, sean deleitados en reuniones sociales, familiares, al desayuno, o al momento de tomar las medias nueve.

Dentro de la región se cuenta con grandes cantidades de productos cárnicos, las cuales son de la más inmejorable calidad, se tiene mano de obra calificada en los procesos productivos, así como se cuenta con los conocimientos teóricos para la implementación de la empresa.

Existe un gran incremento del volumen de compra por parte de los consumidores finales, lo cual lleva a un incremento anual del 12,1%, en donde se registra un volumen de ventas de 3,69 billones de pesos a nivel nacional en el año 2011, esperando con ello un incremento de aproximadamente para el presente año de \$442.800'000.000, ello de acuerdo con el estudio de mercados que hace año tras año la empresa Don Maíz.

En el ámbito regional, de igual forma se viene incrementando el volumen de consumidores de pre cocidos, muestra de ello son la gran cantidad de marcas que se observan en lo supermercados de cadena, así como en plazas de mercados, supermercado y hasta en las tiendas de los barrios.

3. ESTUDIO DE LA FACTIBILIDAD DEL MERCADO

3.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

3.1.1 Diseño de la investigación de mercados

Dentro del mercado se busca satisfacer las necesidades en alimentación de todos los estratos sociales, en donde se requiere de productos para el consumo humano bajos en grasas, rápidos de cocinar y nutritivos.

El objetivo de la presente investigación es efectuar un estudio de mercado en los puntos de distribución de productos cárnicos y pre cocidos. En donde se determine las necesidades de la demanda, con sus especificaciones esenciales; de igual forma analizar la competencia con sus pro y contra; en el que se indique los productos que se requieren, precios promedios, cantidades mensuales de consumo y nivel de aceptación de una nueva empresa

Para alcanzar este objetivo se utilizará fuentes primarias “encuestas”, observación directa, como fuentes secundarias internet, base de datos DANE, Cámara de Comercio, y otros más.

De igual forma se viene adelantando una investigación exploratoria, dentro del mercado, como lo es la de observar el comportamiento de la población que adquiere los productos en los supermercados, las preferencias de los consumidores en la compra de alimentos pre cocido y cárnicos, lista de competencia con sus respectivos precios, así como el de identificar otros segmentos como los de los estratos sociales bajos, para lo cual se viene visitando

las plazas de mercado, expendios de carnes en los sectores, personas que comercializan en los diferentes barrios, entre otros.

3.1.2 Instrumento

El instrumento utilizado para la recolección de información fue un cuestionario implementado y el método utilizado fue el de entrevista personal.

3.1.3 Diseño muestral

Dentro del Área Metropolitana de Bucaramanga se cuenta con 5.968 establecimientos comerciales distribuidos de la siguiente forma: tiendas 4.856, Cafeterías 657 y Restaurantes 455, ello de acuerdo con los datos suministrados por INFOCOMERCIO a diciembre del 2012.

De acuerdo a lo anterior se aplica la siguiente formula estadística para determinar la muestra,

$$n. = \frac{N * 4 * p * q}{(N- 1) e^2 + 4 * P * Q}$$

N: Mercado objetivo

p: probabilidad de éxito

q: probabilidad de fracaso

e : desviación estándar

Luego se tiene:

N : 5.968

P = 50% = 0.5

Q= 50 % = 0.5

e. = 8% = 0.08

$n. = 5.968 * 4 * 0.5 * 0.5 / (5.967) (0.08)^2 * 0,5 * 0,5 * 4 = 151$ encuestas.

Ver formato de encuesta anexo A.

Tabla 2. Ficha Técnica Estudio distribuidores

Diseño y realización
La encuesta ha sido desarrollada por la autora del proyecto
Universo
Tiendas del Área Metropolitana de Bucaramanga
Tamaño de la muestra
151 personas
Muestreo
Probabilístico para poblaciones menores de 100.000
Margen de error
Margen de error $\pm 8\%$ para el análisis global
Tipo de encuesta
Entrevista personal y por correo electrónico.
Supervisión, procesamiento e informe
Sandra Carolina Jiménez

Fuente: Autora del proyecto

3.1.4 Análisis e interpretación de datos

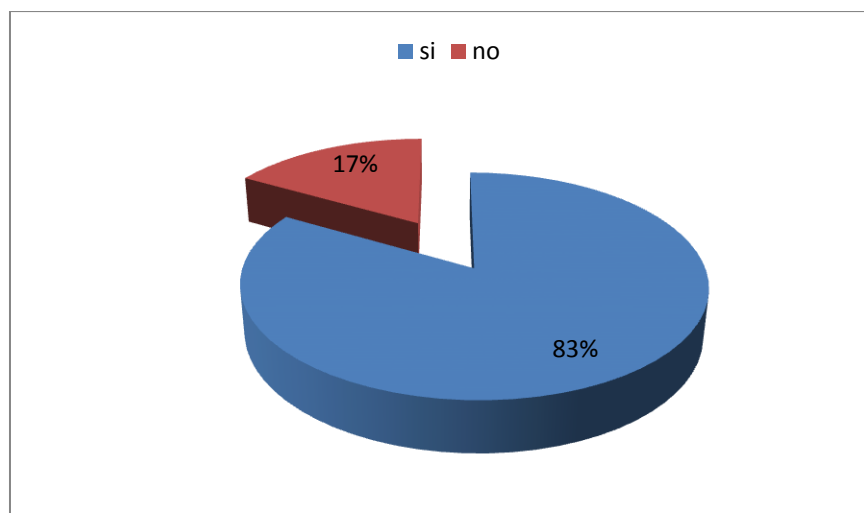
Datos obtenidos después de la tabulación:

Tabla 3. comercializa productos pre cocidos y cárnicos

DESCRIPCIÓN	CANTIDADES	PORCENTAJE
SI	125	83
NO	26	17%
TOTAL	151	100%

Fuente: Autora del proyecto

Figura 1. Comercializa pre cocidos y cárnicos



Fuente: Autora del proyecto

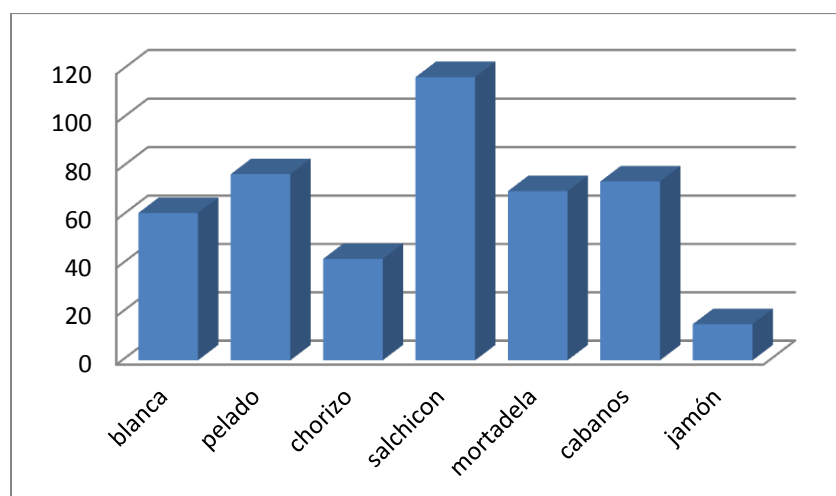
El 83% de las entidades comercializan los pre cocidos o cárnicos, esto representa un promedio de 4.973 distribuidoras del segmento estudiado dentro del Área Metropolitana de Bucaramanga.

Tabla 4. Productos que comercializa quincenalmente

DESCRIPCIÓN	CANTIDADES	PORCENTAJE
Arepa de maíz blanco	89 Paquetes	57%
Arepa de maíz pelado	38 Paquetes	24,6%
Chorizos	39 libras	25%
Salchicha	59 libras	37,82%
Mortadela	87 libras	55,77%
Jamón	41 libras	26,28%
Salchichón	8 libras	5,13%

Fuente: Autora del proyecto

Figura 2. Productos que comercializa



Fuente: Autora del proyecto

De acuerdo con el estudio realizado se puede afirmar que los productos de mayor demanda dentro del Área Metropolitana de Bucaramanga, son las arepas de maíz blanco y la mortadela, seguido de las salchichas, el jamón, y posteriormente se comercializan los chorizos y las arepas de maíz pelado. Las arepas son comercializadas en paquetes que oscilan entre los 400 y 500 gramos.

Tabla 5. cantidades promedio que comercializa quincenalmente en libras

DESCRIPCIÓN	TOTALES Libras	TOTAL DE RESPUESTAS	PROMEDIO
Arepa de maíz blanco	503	64	7.86
Arepa de maíz pelado	647	70	9.24
Chorizos	400	38	10.53
Salchichón	745	122	6.11
Mortadela	540	94	5.74
Jamón	33	13	2.06

Fuente: Autora del proyecto

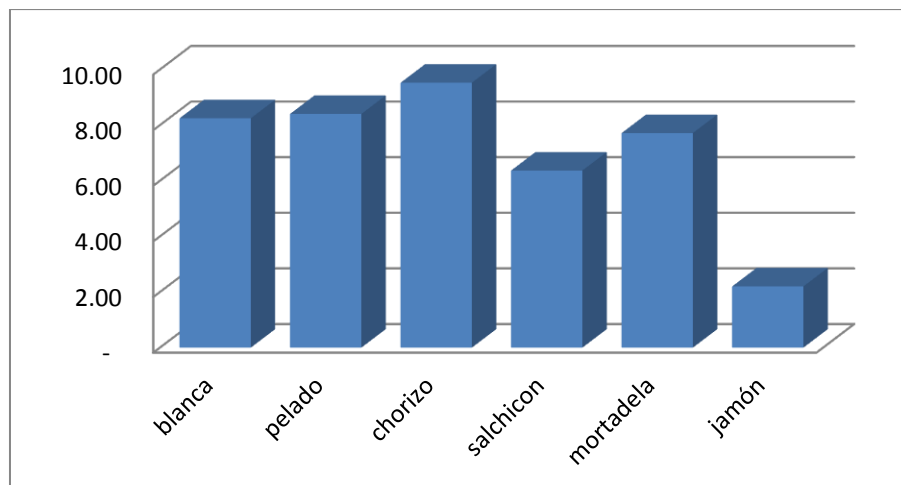
Tabla 6. Establecimientos que comercializan los productos

DESCRIPCIÓN	TOTALES RESPUESTAS	PORCENTAJE	TOTAL ESTABLECIMIENTO (4.973)
Arepa de maíz blanco	64	42.38%	2.107
Arepa de maíz pelado	70	46.36%	2.305
Chorizos	38	25.16%	1.251
Salchichón	122	80.79%	4.018
Mortadela	94	62.25%	3.096
Jamón	13	8.61%	428

Fuente: Autora del proyecto

Nota: el porcentaje de la columna se determina al dividir el total de respuestas en cada uno de los productos por la cantidad de encuestas (151) y este resultado se multiplica por las cantidades promedios de entidades que comercializan los productos de la pregunta 1, este resultado es el que se indica en la columna total establecimientos.

Figura 3. Cantidad promedio que compra por establecimiento



Fuente: Autora del proyecto

De acuerdo con la información obtenida se puede afirmar que los productos se consumen como se indica en la siguiente tabla:

Tabla 7. Consumo mensual de cada uno de los productos

DESCRIPCIÓN	PROMEDIO EN LIBRAS	TOTAL ESTABLECIMIENTO	VENTA QUINCENAL	VENTA MENSUAL
Arepa de maíz blanco	7.86	2.107	16.561	33.122
Arepa de maíz pelado	9.24	2.305	21.298	42.596
Chorizos	10.53	1.251	13.173	26.346
Salchichón	6.11	4.018	24.550	49.100
Mortadela	5.74	3.096	17.771	35.542
Jamón	2.06	428	882	1.764

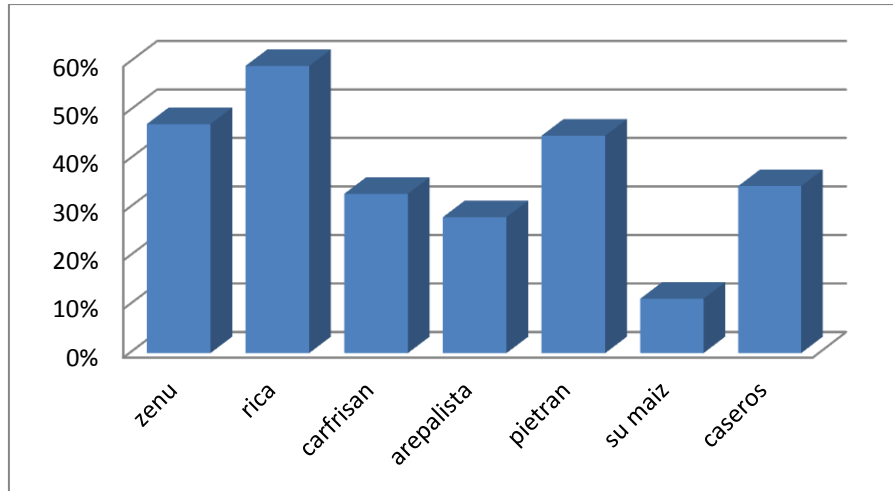
Fuente: Autora del proyecto

Tabla 8. Marcas que adquiere en la actualidad

DESCRIPCIÓN	TOTALES	PORCENTAJES
Zenú	59	47%
Rica	74	59%
Carfrisan	41	33%
Árepa lista	35	28%
Pietran	56	45%
Caseros	43	34%
Sumaíz	14	11%

Fuente: Autora del proyecto

Figura 4. Proveedores



Fuente: Autora del proyecto

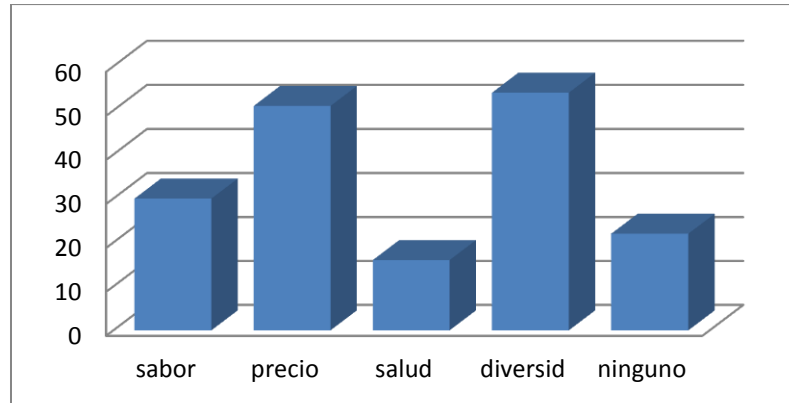
Dentro de los productos cárnicos la marca de mayor venta es Rica con el 59%, que equivale a un promedio de 2.934 establecimientos, seguido por Zenú con un 47%, Pietran con un 45% y Carfrisan con el 33% y rica con el 59%; en los precocidos las marcas más adquiridas son Arepalista con el 28.1% que representa un promedio de 1.392 distribuidores, seguido de Sumaiz con el 11% y los productos caseros que tienen un 34%, es decir que distribuye en aproximadamente 1.691 establecimientos.

Tabla 9. Inconvenientes encontrado con los productos

DESCRIPCIÓN	TOTALES	PORCENTAJES
Sabor	29	33%
Diversidad de productos	28	22%
Forma de pago	55	44%
Puntualidad	60	48%
Ninguno	7	6%

Fuente: Autora del proyecto

Figura 5. Inconveniente con las compras de los productos



Fuente: Autora del proyecto

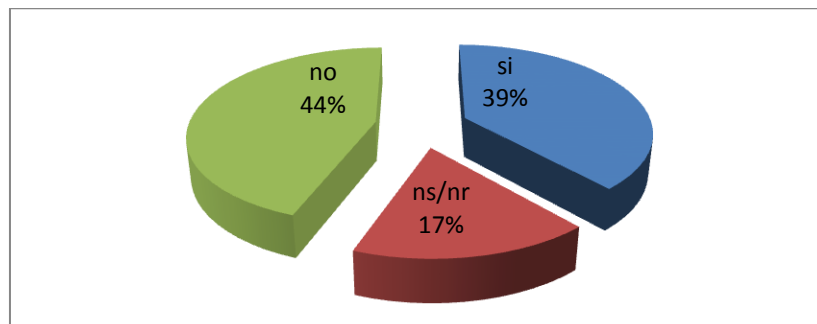
Las principales falencias encontradas con los productos son la puntualidad con el 48%, forma de pago 44%, sabor el 33%, diversidad de productos el 22% y no cuentan con ningún inconveniente el 6%. Como se puede apreciar se debe realizar una estrategia para no dejar a los clientes sin los productos.

Tabla 10. Comercializa productos cárnicos ahumados

DESCRIPCIÓN	TOTALES	PORCENTAJES
SI	59	38%
NO	68	44%
NS/NR	26	18%

Fuente: Autora del proyecto

Figura 6. Comercializa productos ahumados



Fuente: Autora del proyecto

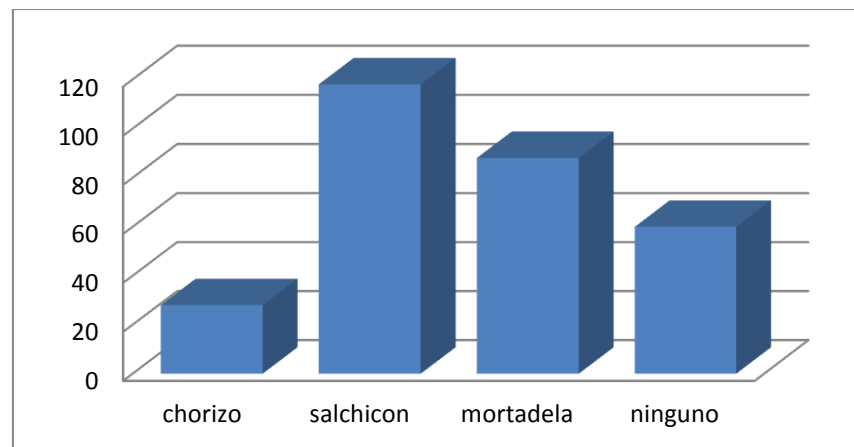
Se puede apreciar que solo el 39% de los establecimientos encuestados comercializan productos ahumados, esto representa del total de población un promedio de 1.939 establecimientos.

Tabla 11. Productos ahumados que compra

DESCRIPCIÓN	TOTALES	PORCENTAJES
Chorizo	28	22%
Salchichón	118	94%
Mortadela	88	70%
Ninguno	60	48%

Fuente: Autora del proyecto

Figura 7. Producto ahumado que compra



Fuente: Autora del proyecto

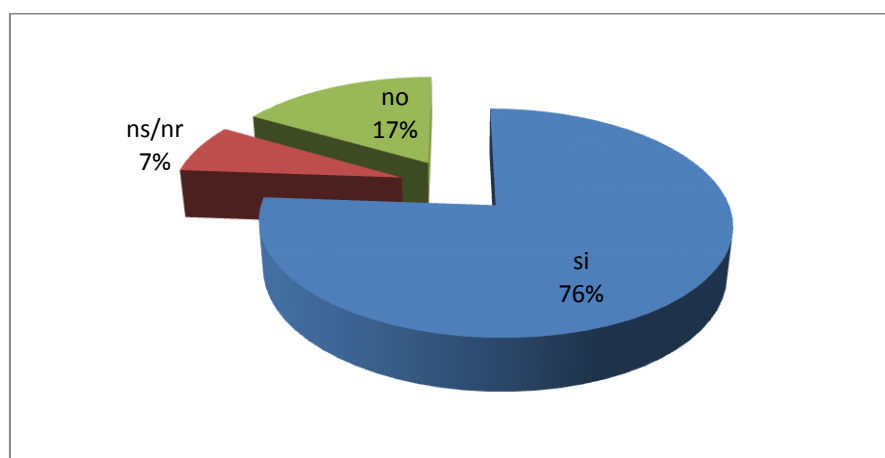
Del estudio de mercados se puede apreciar que los salchichones ahumados son los de mayor demanda entre los establecimientos que comprarían con un 94% de los encuestados, lo cual equivale a un promedio del total de mercado de 4.675 de entidades, seguido por la mortadela con el 70% y los chorizos con el 22%.

Tabla 12. Le comercializaría productos ahumados a una nueva empresa

DESCRIPCIÓN	TOTALES	PORCENTAJES
SI	115	76%
NO	25	17%
NS/NR	11	7%

Fuente: Autora del proyecto

Figura 8. Le compraría a una nueva empresa



Fuente: Autora del proyecto

Del total de encuestados se puede apreciar que sí respondieron el 76%, lo cual significa de un promedio del mercado objetivo sería de 3.779 establecimientos, no el 17% y no contestaron la pregunta el 7%.

3.1.5 Estudio de mercados consumidores finales

Dentro del Área Metropolitana de Bucaramanga se cuenta con aproximadamente 386.935 familias, de acuerdo con las proyecciones que tiene el DANE para el año 2012, para lo cual se aplica la fórmula estadística para determinar la muestra en poblaciones superiores a 100.000.

$$n. = 4 * P * Q / (e)^2$$

de donde:

P = es la probabilidad de éxito = 50% = 0.5

Q = Probabilidad de fracaso = 50% = 0.5

e. = Desviación del 8% = 0.08

n. = $4 * 0.8 * 0.5 / (0.08)^2 = 156$

Ver formato de encuesta anexo B.

Tabla 13. Ficha Técnica consumidores

Diseño y realización
La encuesta ha sido desarrollada por la autora del proyecto
Universo
Tiendas del Área Metropolitana de Bucaramanga
Tamaño de la muestra
156 personas
Muestreo
Probabilístico para poblaciones mayores de 100.000
Margen de error
Margen de error \pm 8% para el análisis global
Tipo de encuesta
Entrevista personal y por correo electrónico.
Supervisión, procesamiento e informe
Sandra Carolina Jimenez

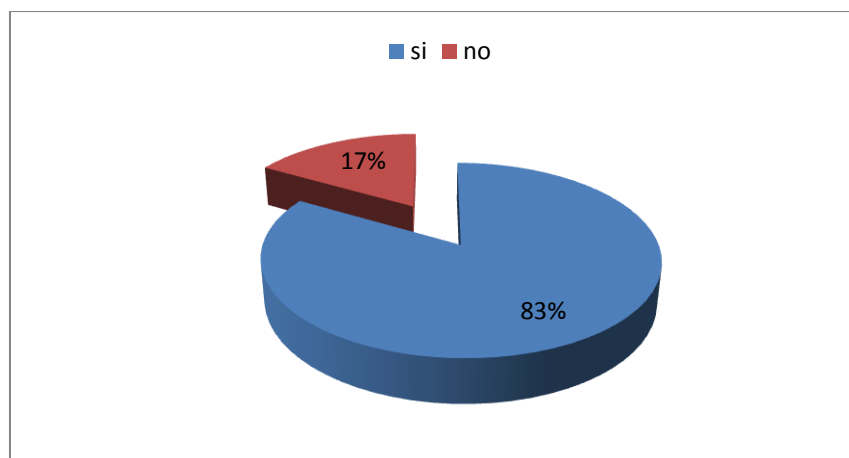
Fuente: Autora del proyecto

Tabla 14. Consume productos cárnicos

Descripción	Cantidad	Porcentaje
SI	130	83%
NO	26	17%

Fuente: Autora del proyecto

Figura 9. Consume pre cocidos y cárnicos



Fuente: Autora del proyecto

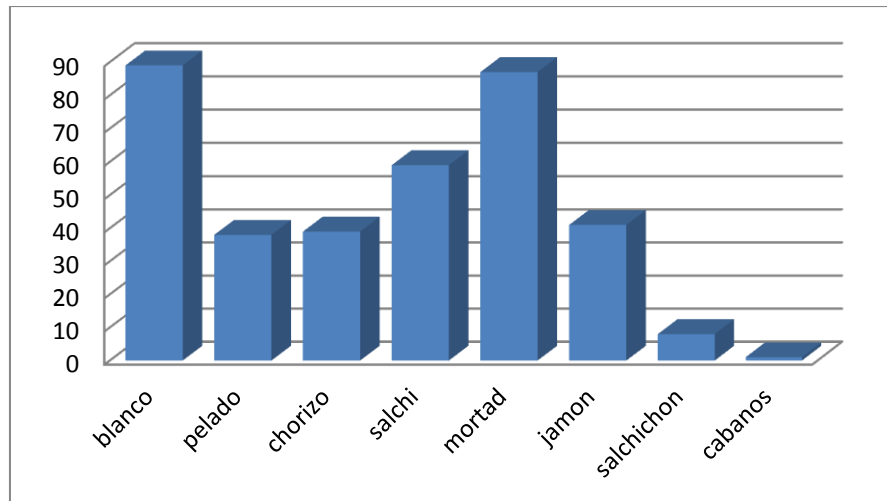
Se encontró dentro del estudio que el 83% de las personas consumen los productos, esto representa un promedio dentro del mercado de consumidores de 321.156 personas, las otras no consumen.

Tabla 15. Productos de mayor consumo quincenal

DESCRIPCIÓN	CANTIDADES	PORCENTAJE
Arepa de maíz blanco	89	57.05%
Arepa de maíz pelado	38	24.36%
Chorizos	39	25%
Salchicha	59	37.82%
Mortadela	87	55.77%
Jamón	41	26.28%
Salchichón	8	5.13%
Cávanos	1	0.6%

Fuente: Autora del proyecto

Figura 10. Productos que consume más



Fuente: Autora del proyecto

Del total de personas que respondieron que si consumen los productos, el de mayor consumo es la arepa de maíz blanco con el 57.05%, que equivale a aproximadamente 183.219 personas lo consumen, seguido de la mortadela con el 55.77%, salchichas con el 37.82%, jamón el 26.28%, chorizos el 25%, arepas de maíz pelado con el 24.36%, como se puede apreciar existe un buen mercado para los productos.

Tabla 16. Consumo quincenal de cada uno de los productos

DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN	PORCENTAJE	
Arepa de maíz blanco	405	89	4.55
Arepa de maíz pelado	135	38	3.55
Chorizos	147	39	3.76
Salchicha	182	59	3.08
Mortadela	355	87	4.08
Jamón	154	41	3.75
Salchichón	19	8	2.37

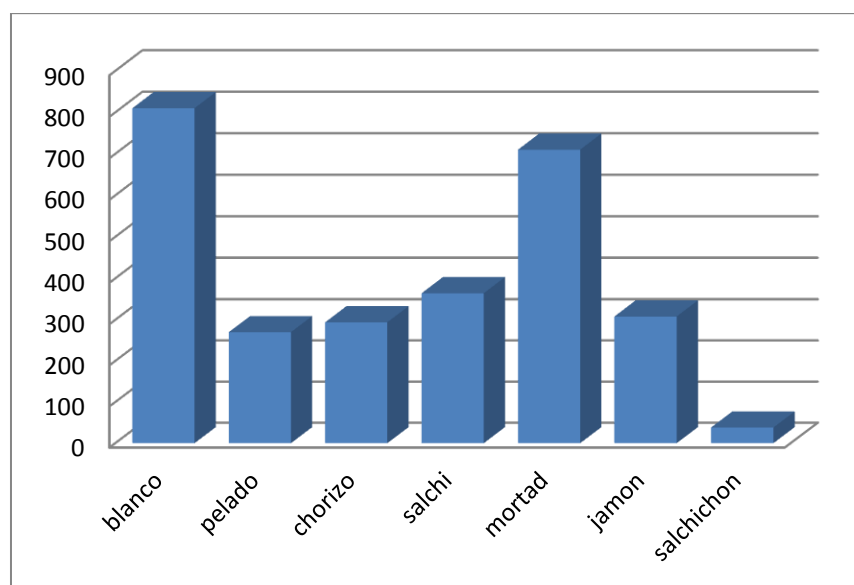
Fuente: Autora del proyecto

Tabla 17. Total de población que consume cada producto

DESCRIPCIÓN	TOTAL POBLACIÓN	PORCENTAJES	POBLACIÓN
Arepa de maíz blanco	321.156	57.05%	183.219
Arepa de maíz pelado	321.156	24.36%	79.518
Chorizos	321.156	25%	80.289
Salchicha	321.156	37.82%	121.461
Mortadela	321.156	55.77%	179.109
Jamón	321.156	26.28%	84.400
Salchichón	321.156	5.17%	16.604

Fuente: Autora del proyecto

Figura 11. Cantidades que consume quincenalmente



Fuente: Autora del proyecto

Tabla 18. Total de productos que se consumen en el mercado

DESCRIPCIÓN	PROMEDIO	POBLACIÓN	CONSUMO QUINCENA	MENSUAL
Arepa de maíz blanco	4.55	183.219	833.648	1'667.297
Arepa de maíz pelado	3.55	79.518	282.290	564.580
Chorizos	3.76	80.289	301.886	603.772
Salchicha	3.08	121.461	374.100	748.200
Mortadela	4.08	179.109	730.863	1'461.526
Jamón	3.75	84.400	316.500	633.000
Salchichón	2.37	16.604	39.351	78.702

Fuente: Autora del proyecto

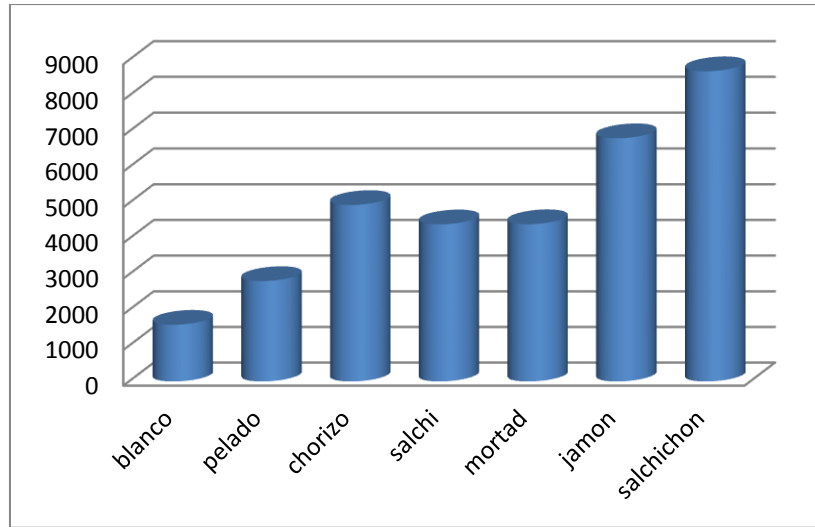
Nota: el porcentaje de la columna se determina al dividir el total de respuestas en cada uno de los productos por la cantidad de encuestas (156) y este resultado se multiplica por las cantidades promedios de las personas que consumen los productos de la pregunta 10, este resultado es el que se indica en la columna total establecimientos.

Tabla 19. Precio promedio de compra

DESCRIPCIÓN	SUMATORIA	CANTIDAD DE RESPUESTAS	PRECIO PROMEDIO
Arepa de maíz blanco	141.700	89	1.592
Arepa de maíz pelado	107.050	38	2.817
Chorizos	193.000	39	4.948
Salchicha	260.000	59	4.406
Mortadela	383.900	87	4.412
Jamón	279.400	41	6.814
Salchichón	69.500	8	8.687

Fuente: Autora del proyecto

Figura 12. Precio promedio que cancela por producto



Fuente: Autora del proyecto

De acuerdo con el estudio los precios encontrados en promedio fueron los siguientes.

- Arepa de maíz blanco \$1.592 por libra
- Arepa de maíz pelado \$2.817 por libra
- Chorizos \$4.948 por libra
- Salchicha \$4.406 por libra
- Mortadela \$4.412 por libra
- Jamón \$6.814 por libra
- Salchichón \$8.687 por libra

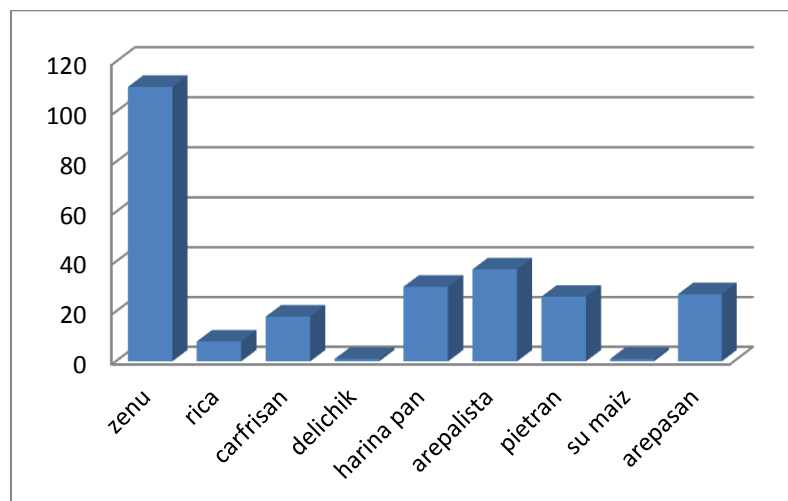
Tabla 20. Qué marca es la de mayor consumo

DESCRIPCIÓN	TOTALES	PORCENTAJES
Zenú	110	70.51%
Rica	8	5.12%
Carfrisan	18	11.53%
Pietran	26	16.66%
Árepa lista	37	23.71%
Harina pan	30	19.23%

DESCRIPCIÓN	TOTALES	PORCENTAJES
Arepasan	27	17.30%
Sumaíz	1	0.6%
Delichik	1	0.6%

Fuente: Autora del proyecto

Figura 13. Marca que adquiere



Fuente: Autora del proyecto

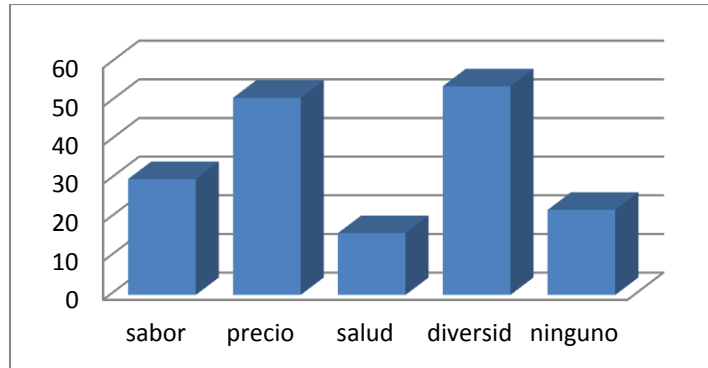
Se puede apreciar que dentro de los productos cárnicos los de mayor demanda son los de la empresa Zenú con el 70.51%, seguidos por Pietran con el 16.66% y Carfrisan que tiene el 11.53%; en las demanda por las arepas se tiene que la mayor demanda son las de Arepalista con el 23.71%, su maíz, Arepasan, Harina pan, los demás son productos que se elaboran dentro de los hogares.

Tabla 21. Qué inconvenientes tiene con los productos que compra

DESCRIPCIÓN	TOTALES	PORCENTAJES
Sabor	30	23.07%
Precio	51	39.23%
Salud	16	12.31%
Diversidad	54	41.54%
Ninguno	22	14.10%

Fuente: Autora del proyecto

Figura 14. Inconveniente con las compras de los productos



Fuente: Autora del proyecto

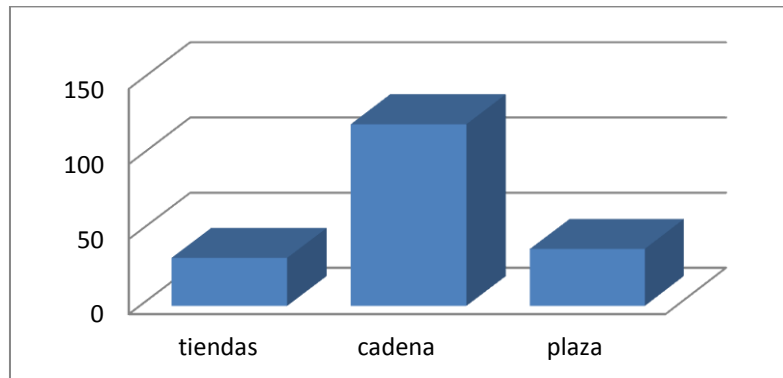
Como se puede apreciar la falta de diversidad de productos es la principal queja que tiene los consumidores finales, muestra de ello es que el 41.54% de los personas opinan esto, lo sigue los precios elevados con el 39.23% y sabores deficientes con el 23.07%.

Tabla 22. Donde adquiere los productos

DESCRIPCIÓN	TOTALES	PORCENTAJES
Tiendas	32	20,51%
Almacenes de cadena	121	77,56%
Plazas de mercado	38	24,36%

Fuente: Autora del proyecto

Figura 15. Lugar donde adquiere los productos



Fuente: Autora del proyecto

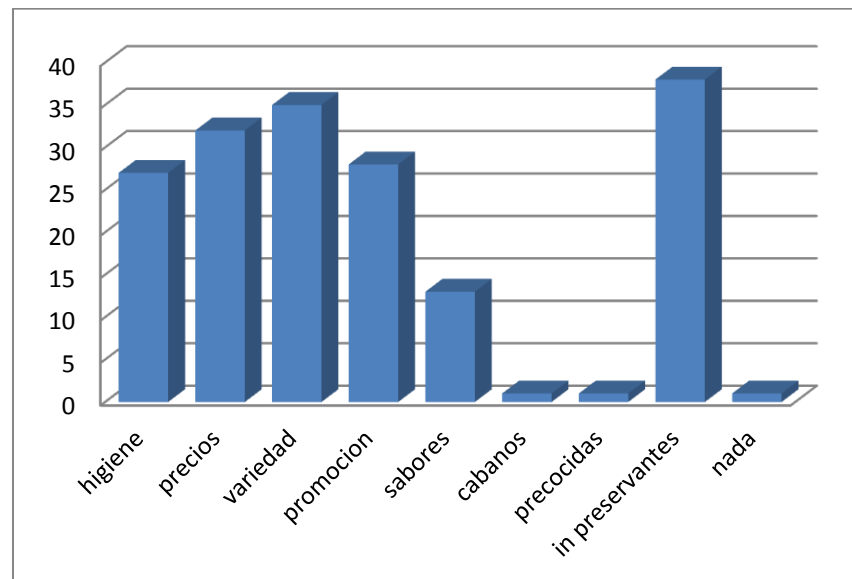
Las personas adquieren los productos en los almacenes de cadena, tal como lo muestra el estudio de mercados en un 77.56%, seguido por las plazas de mercado con el 24.36% y las tiendas el 20.51%.

Tabla 23. Productos novedosos que le gustaría encontrar

DESCRIPCIÓN	TOTALES	PORCENTAJES
Sin preservantes	38	24,35%
Variedad	35	22,43%
Precios	32	20,51%
Promoción	28	17,95%
Higiene	27	17,31%
Cabanos	1	0,64%
Precocidos	1	0,640%
Nada	1	0,64%

Fuente: Autora del proyecto

Figura 16. Novedad en los productos



Fuente: Autora del proyecto

Al momento de adquirir los productos las personas lo que mas exigen es que sean sin preservantes, que haya variedad para poder escoger los productos, de igual

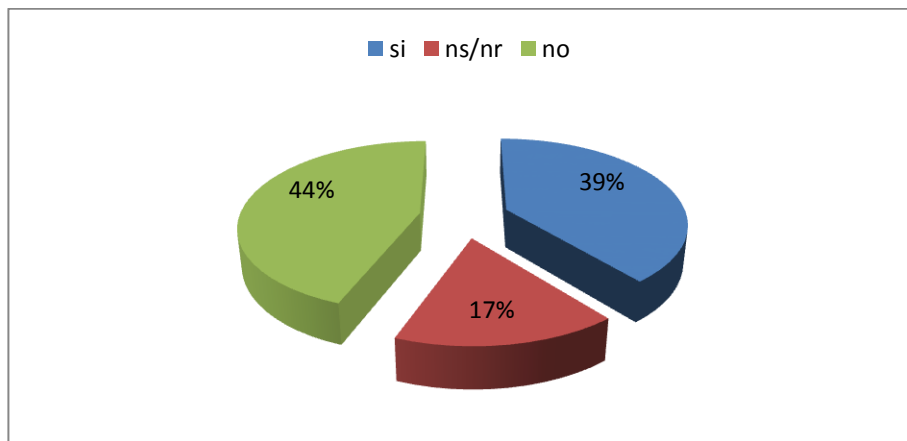
forma que los precios estén acordes, que se vean y sean manipulados con normas de higiene, así como variedad en los sabores, entre otros.

Tabla 24. Conoce las bondades de los productos cárnicos ahumados

DESCRIPCIÓN	TOTALES	PORCENTAJES
Si	61	39.10%
No	69	44.23%
Ns/nr	26	16.66%

Fuente: Autora del proyecto

Figura 17. Conoce las bondades de los productos ahumados



Fuente: Autora del proyectos

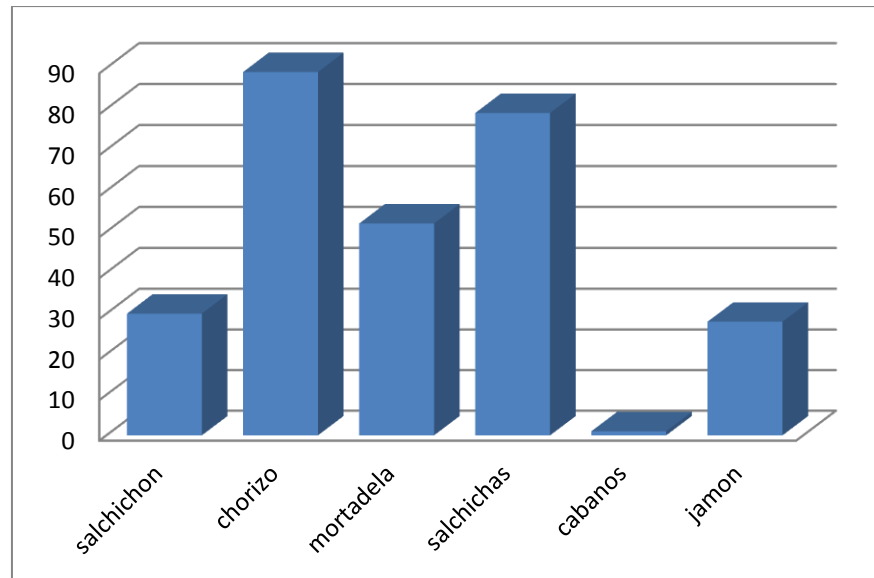
El 44% de la población no conoce las bondades de los productos ahumados, en cuanto a su sabor, mayor durabilidad y que los precios no son elevados.

Tabla 25. Productos cárnicos ahumados que le agradaría adquirir

DESCRIPCIÓN	TOTALES	PORCENTAJES
Salchichón	30	19,23%
Chorizo	89	57,05%
Mortadelas	52	33,33%
Salchichas	79	50,64%
Jamón	28	17,95%
Cabanos	1	0,6%

Fuente: Autora del proyecto

Figura 18. Productos que le agradaría adquirir



Fuente: Autora del proyecto

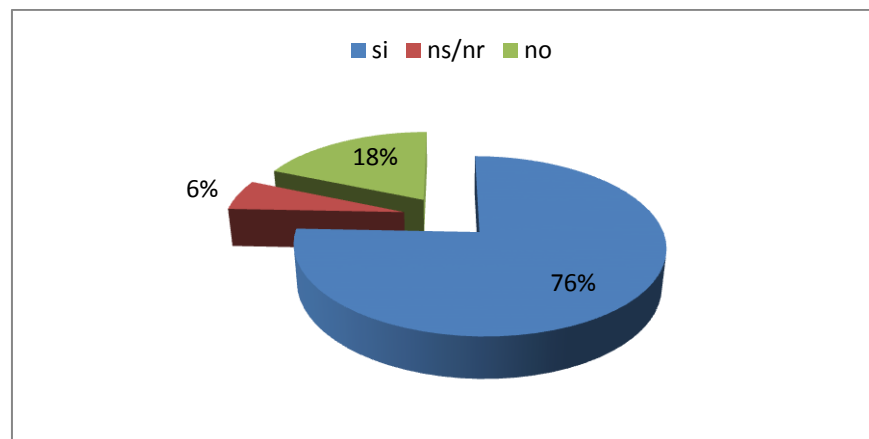
Se puede apreciar una vez estudiada las respuestas de productos ahumados que les gustaría adquirir, los bienes de mayor aceptación es el chorizo con el 57,05%, seguido de las salchichas con un 50,64%, mortadela con el 33,33%, salchichón el 19,23% lo cual indica que el mercado desde el punto de vista de productos ahumados, contará con una buena demanda y aceptación dentro del segmento estudiado.

Tabla 26. Compraría productos pre cocidos y cárnicos a una nueva empresa Santandereana.

DESCRIPCIÓN	TOTALES	PORCENTAJES
Si	118	75.64%
No	29	18.59%
Ns/nr	9	5.77%

Fuente: Autora del proyecto

Figura 19. Le compraría a una nueva empresa



Fuente: Autora del proyecto

De acuerdo con el estudio de mercado el 75.64% de los encuestados está dispuesto a adquirir los productos de una nueva empresa, es decir que aproximadamente del total del mercado se estaría hablando de 242.922 familias.

3.2 ANÁLISIS DEL MERCADO

3.2.1 Definición del mercado relevante

El mercado de los precocidos y cárnicos es bastante amplio a nivel mundial, dando como resultado el desarrollo del sector y por ende la capacidad que tiene el consumidor de escoger el que más le convenga, dependiendo de la apreciación que tiene este, en cuanto a calidad y gusto.

Todas las personas sin excepción se encuentran en un mercado potencial para la empresa, dado que todos ellos conservan la necesidad de adquirir estos productos, puesto que la razón de alimento es una necesidad para el hombre.

3.2.2 Análisis de la demanda

La demanda primaria son las personas, las cuales utilizan estos productos para disminuir el tiempo de cocción, ello debido a las actividades cotidianas que impiden preparar los alimentos tradicionales. Es decir que va encaminada a suplir las necesidades de todas las familias del Área Metropolitana de Bucaramanga. Las cuales ascienden a 386.935 familias y a los 5.968 establecimientos distribuidos en tiendas, cafeterías y restaurantes.

3.2.3 Análisis de la demanda selectiva

Para el presente estudio se toma como demanda a los establecimientos de comercio que comercializan los productos cárnicos y pre cocidos, como lo son las tiendas, restaurantes, loncherías y demás establecimientos de venta de comidas, las cuales ascienden a 5.968.

3.2.4 Segmentación

El segmento de mercado que se tomará dentro del proyecto, son los establecimientos comerciales del Área Metropolitana de Bucaramanga.

3.2.5 Análisis competitivo

Se puede afirmar que las empresas con las cuales la nueva entidad tiene que competir son las de Zenú, la cual llega a un promedio de 2.805 establecimientos, Pietran con 2.686, Carfrisan con 1.969, y Rica a 3.521; dentro de los pre cocidos, están Arepalista llega a 1.671, Caseros 2.029, entre otras.

Tabla 27. Tabla de análisis competitivo

EMPRESA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Zenú	Reconocida a nivel nacional, altos volúmenes de producción, amplia cobertura, óptima participación en el mercado	Precios altos para el consumidor final, no cuenta con variedad en productos ahumados
Pietrán	Cuenta con buen nombre a nivel nacional, tiene buena participación en el mercado	No llega a todos los sectores del Área Metropolitana de Bucaramanga, los precios son altos.
Carfrisán	Tiene un nombre a nivel regional, tienen buena cobertura de mercado	Los productos no tienen la aceptación de tanto tiempo de servicio, no cuenta con productos ahumados.
Rica Rondo	Son productos reconocidos a nivel nacional, con productos de óptima calidad, variedad en los productos	Solo cuenta con salchichón ahumado, los precios son altos y no tiene toda la variedad de productos cárnicos
Arepa lista	Son productos de óptima calidad, tienen gran demanda en los supermercados de cadena y micromercados	No tiene distribución en las tiendas y cafeterías de la ciudad.
Su maíz	Distribuye en los almacenes de cadena	No distribuyen en las tiendas cafeterías
Caseros	Tiene sabores agradables al paladar, cuentan con nichos de mercado pequeños, los precios son bajos.	No cuentan con registros sanitarios e invima en la mayoría, el mercado es difícil de ampliar por la falta de infraestructura.

Fuente: Autora del proyecto

3.2.6 Definición del mercado objetivo

Se busca contar con un promedio de 500 establecimientos comerciales, los cuales estarán ubicados a partir de los estratos sociales III, y las ventas de comidas como restaurantes y loncherías con aproximadamente 100 establecimientos.

3.3 MEDICIÓN DEL MERCADO

3.3.1 Estimación del potencial mercado

En el Área Metropolitana de Bucaramanga se cuenta con 5.968 establecimientos comerciales, los cuales en promedio distribuyen mensualmente:

- Arepa de maíz blanco 33.122 paquetes
- Arepa maíz pelado 42.596 paquetes
- Mortadela 35.542 paquetes de libra
- Chorizos 26.346 paquetes de libra
- Salchichas 49.100 paquetes de libra

El total de ventas con otros productos de este sector asciende a 186.706 paquetes mensuales.

3.3.2 Estimación de las ventas de la industria

Las principales empresas que tienen participación dentro del mercado son las siguientes:

- Zenú con 2.805 establecimientos
- Carfrisan 1.969 establecimientos
- Pietran 2.686 establecimientos

- Arepalista 1.671 Establecimientos
- Rica 3.521 establecimientos
- Caseros 2.029 establecimientos

Entre otras empresas que tienen una menor participación.

3.3.3 Pronóstico de ventas para la idea de negocio

De acuerdo con la experiencia en producción se estima que se puede llegar a elaborar y comercializar la siguiente cantidad de productos mensuales.

- Salchichas 961 paquetes mensuales
- Mortadela 1.165 paquetes
- Chorizos 1.438 paquetes
- Arepa de maíz pelado 1.269 paquetes
- Arepa de maíz blanco 1.245 paquetes

3.4 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

De acuerdo con la investigación desarrollada, se llega a deducir que en cuanto al grupo de comercializadores está dispuesto a ofrecer al público los productos de la empresa son del 75%, y en el análisis de los consumidores está en la disponibilidad de consumirlos en igual porcentaje, que las exigencias que hacen son referente a los precios y diversidad.

Se aprecia que los productos de mayor demanda son los cárnicos, especialmente el chorizo y la mortadela; y con referencia al comercialización de pre cocidos, tienen una porcentaje similar, tal como lo registran las tablas de consumo de productos con los establecimientos que distribuyen y las personas que adquieren finalmente los alimentos.

La competencia existente, son empresas formadas y que cuentan con experiencia en el mercado como lo son el cárnicos Zenú, Carfrisan, Pietran, entre otras, en pre cocidos, se cuenta con Arepalista, Harinapan, Sumaíz; las cuales tienen reconocimiento no solo a nivel regional, de igual forma cuentan con variedad de productos; pero ello no significa que no tengan deficiencias en donde prima los altos precios, los cuales no dejan alto margen de utilidad a los distribuidores.

Los productos cárnicos ahumado no tiene gran demanda, ello debido a que los precios que se manejan en el mercado están por encima de los costos estimados por el consumidor final, lo cual motiva a llevar los alimentos tradicionales.

Se puede llegar a concluir que existe un mercado suficiente para penetrar, además se cuenta con la experiencia de comercializar los productos en los eventos sociales, así como se tiene varios contactos para contratar el personal con las competencias acordes para la distribución de los productos.

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

4.1.1 Factores que determinan el tamaño del proyecto

El tamaño de la empresa depende principalmente de:

- **Capacidad instalada:** teniendo en cuenta las necesidades de materia prima (especificadas en el estudio financiero), de acuerdo a la demanda estimada de los productos, la capacidad instalada de la unidad productora es de un promedio de 12.000 unidades de libras mensuales, en donde se utiliza inicialmente el 84,48%, ello partiendo de los estimados de ventas que se tienen.
- **Disponibilidad de materias primas:** para la operación de la planta se cuenta con una buena disponibilidad de materias primas en la zona.

4.1.2 Capacidad del proyecto.

La empresa tendrá una capacidad instalada para la producción mensual de:

Salchichas y mortadela: estos productos tienen un tiempo de demora en producción de 4 horas para elaborar un promedio de 170 kilos, es de 4 horas, por lo cual se tendrá un promedio de 961 salchichas de 500 gramos y 1.165 mortadelas de 500 gramos, se requiere de 11 jornadas de producción, es decir de aproximadamente 44 horas al mes.

Arepas de maíz blanco y de maíz pelado, se requiere de una total de 3,5 horas para producir 80 kilos de cada uno, por lo cual para producir inicialmente 2.514 arepas mensuales de libra, se necesita un total de 16 producciones, es decir 56 horas.

En la producción de chorizo se invierte un promedio de 4 horas para producir 45 kilos, si inicialmente se tiene estimado comercializar 10.066 unidades de 70 gramos, lo cual indica que en cada producción se podrá desarrollar un total de 643 chorizos, es decir que se requiere un promedio de 16 producciones, para un total de 63 horas.

De acuerdo a lo anterior se tiene un total de tiempo para producir de:

- Salchichas y mortadela 44 horas
- Arepas 56 horas
- Chorizos 63 horas

Total de tiempo invertido inicialmente 163 horas mensuales.

Si la cantidad de horas que se labora mensualmente son de 192 horas por mes, se tiene que la capacidad de producción es de $(163/192) * 100 = 85\%$, del total de capacidad instalada..

Nota. Se ha tomado un promedio del 10% de tiempo ocioso en cada producción, ello para evitar errores en la entrega de pedidos. De igual forma se ha tenido en cuenta que se utilizan los mismo elementos para la producción; el porcentaje de utilización se toma partiendo de la cocción de los alimentos, puesto que solo existe una cocina industrial.

4.2 LOCALIZACIÓN

4.2.1 Macro localización

En el montaje de la planta procesadora de pre cocidos y cárnicos “PRECARSAN”, se realizará en el Área Metropolitana de Bucaramanga, teniendo en cuenta que ésta es una región nodal a la que confluyen todos los agentes económicos, tales como: proveedores, productores, distribuidores, consumidores.

Figura 20. Macro localización de empresa



4.2.2 Micro localización

Para el estudio de la ubicación de la empresa dentro del Área Metropolitana de Bucaramanga, se aplica el método de puntos de Idalberto Chiavenato, en donde se tienen en cuenta a los municipios de Girón, Piedecuesta y Bucaramanga; y factores esenciales como el plan de ordenamiento territorial para el funcionamiento de la empresa, los servicios público, que exista local para la colocación de la empresa, que se cuente con vías de acceso tanto para los clientes, proveedores y personal, entre otros. A continuación se efectúa la tabla de estudio.

Los grados en cada factor son evaluados de 1 a 3, siendo 3 esenciales para el presente estudio, cada grado se dividen de 1 a 100 puntos, en donde en cada sector de análisis y se califican de acuerdo a la existencia o no de ellos; posteriormente se multiplican los grados por los puntos, se realiza la sumatoria en cada sector y el que dé mayor, tiene la opción para ser ubicada la empresa.

Tabla 27. Microlocalización de la empresa

FACTORES	GIRON			PIEDECUESTA			BUCARAMANGA		
	Grados	Puntos	Total	Grados	Puntos	Total	Grados	Puntos	Total
POT	3	70	210	3	70	210	3	70	210
Servicios públicos	2	100	200	2	100	200	2	100	200
Vías de acceso	2	80	160	2	60	120	2	90	180
Seguridad	3	70	210	3	70	210	3	80	240
Parqueaderos	2	60	120	2	60	120	2	70	140
Dispersión clientes	3	60	180	3	60	180	3	80	240
Dispersión proveedores	3	70	210	3	70	210	3	90	270
Disponibilidad de local	3	60	180	3	60	180	3	70	210
Transporte	3	80	240	3	80	240	3	80	240
Disponibilidad de mano de obra	2	70	140	2	90	180	2	70	140
TOTAL			1850			1850			2070

Fuente: Autora del proyecto

De acuerdo a la tabla anterior la empresa se debe ubicar en la ciudad de Bucaramanga, ello debido a que se cuenta con mejores condiciones en factores como vías de acceso, disponibilidad de local, dispersión de proveedores, dispersión de clientes, entre otros.

4.3 ESTÁNDARES DE CALIDAD

Los productos que la empresa comercializará, se encuentran dentro de la categoría (vii) totalmente cocidos; perecederos. La persona que ejecute las funciones de calidad, deberá haber cumplido con los requisitos exigidos por los 7 principios del sistema HACCP; el programa de tener lo siguiente:

Tabla 28. PLAN HACCP

Categorías de procesos: Productos perecederos, tratados térmicamente y cocinados total o parcialmente					
No. De puntos críticos de control y ubicación	Límites críticos	procedimiento de vigilancia y frecuencia de los mismos	Registros HACCP	Procedimientos de verificación y frecuencias de los mismos	Acciones correctivas
RECEPCIÓN DE CARNES	Certificación del proveedor	El personal de recepción verificará la certificación	y registro de acciones correctivas	Cada dos meses el personal encargado solicitará el certificado	No se recibirán productos que no vengán acompañados por la certificación
ALMACENAMIENTO	El cuarto de almacenamiento debe tener temperatura de 4 grados centígrados	El personal revisará constantemente la temperatura del cuarto de almacenamiento	Se llevarán registros de temperatura ambiente, calibración de termómetros y acciones correctivas	El supervisor verificará los registros. El personal de calidad verificará diariamente los registros.	El personal de calidad podrá rechazar los productos si no cumplen con los requisitos, de igual forma identificará las causas y emitirá los correctivos necesarios
PROCESOS MECÁNICOS	Ninguna partícula de metal podrá ser mayor a 0,0079 cm en tamaño	El personal de mantenimiento verificará el funcionamiento del detector de metales	Registro de detector de metales, registro de acciones correctivas	El supervisor y el personal de calidad verifican si el detector de metales se encuentra funcionando en óptimas condiciones	El supervisor de la cadena separa los productos afectados, se corregirá los defectos del detector de metales, se implementa un programa de mantenimiento, y los productos afectados serán verificados visualmente.
EMPAQUETADOS	El producto debe estar etiquetado, debe contener las condiciones para	El supervisor seleccionará dos paquetes al principio y final de cada lote, para comprobar los límites	Registro de etiquetado y registro de acciones	El personal de calidad observará una vez por turno la cadena de etiquetado, seleccionará	Se separan todos los productos que no cumplan con las normas, el personal de

Categorías de procesos: Productos perecederos, tratados térmicamente y cocinados total o parcialmente					
No. De puntos críticos de control y ubicación	Límites críticos	procedimiento de vigilancia y frecuencia de los mismos	Registros HACCP	Procedimientos de verificación y frecuencias de los mismos	Acciones correctivas
	cocinar y la declaración de manejo seguro		correctivas	tres etiquetas diarias para asegurar la calidad	calidad se asegura de que los productos defectuosos serán etiquetados con garantía y se ajustará el equipo de etiquetado.
ENFRIAMIENTO	Temperatura promedio del producto por debajo de 21 grados centígrados, hasta alcanzar los 5 grados centígrados	La persona encargada verifica que los procesos de enfriamiento se alcanza, el personal de calidad selecciona 5 muestras	Registros de enfriamiento, gráficos de control, registro de calibración del termómetro y registro de acciones correctivas	El supervisor verifica los registros, las gráficas de control y el personal de calidad verificar diariamente los termómetros.	El personal de calidad podrá rechazar los productos si no cumplen con los requisitos, de igual forma identificará las causas y emitirá los correctivos necesarios
ALMACENAMIENTO PRODUCTOS TERMINADOS	La temperatura no podrá ser superior a los 4,4 grados centígrados	El personal de mantenimiento verificará cada dos horas la temperatura	Se llevarán registros de temperatura ambiente, calibración de termómetros y acciones correctivas	El supervisor verificará los registros. El personal de calidad verificará diariamente los registros.	El personal de calidad podrá rechazar los productos si no cumplen con los requisitos, de igual forma identificará las causas y emitirá los correctivos necesarios

Fuente: Manual para la preparación de planes HACCP

4.4 DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PROCESO Y DIAGRAMA DE OPERACIÓN

Las figuras que se aplican dentro de los flujos del proceso son las convencionales, las cuales tienen un significado:









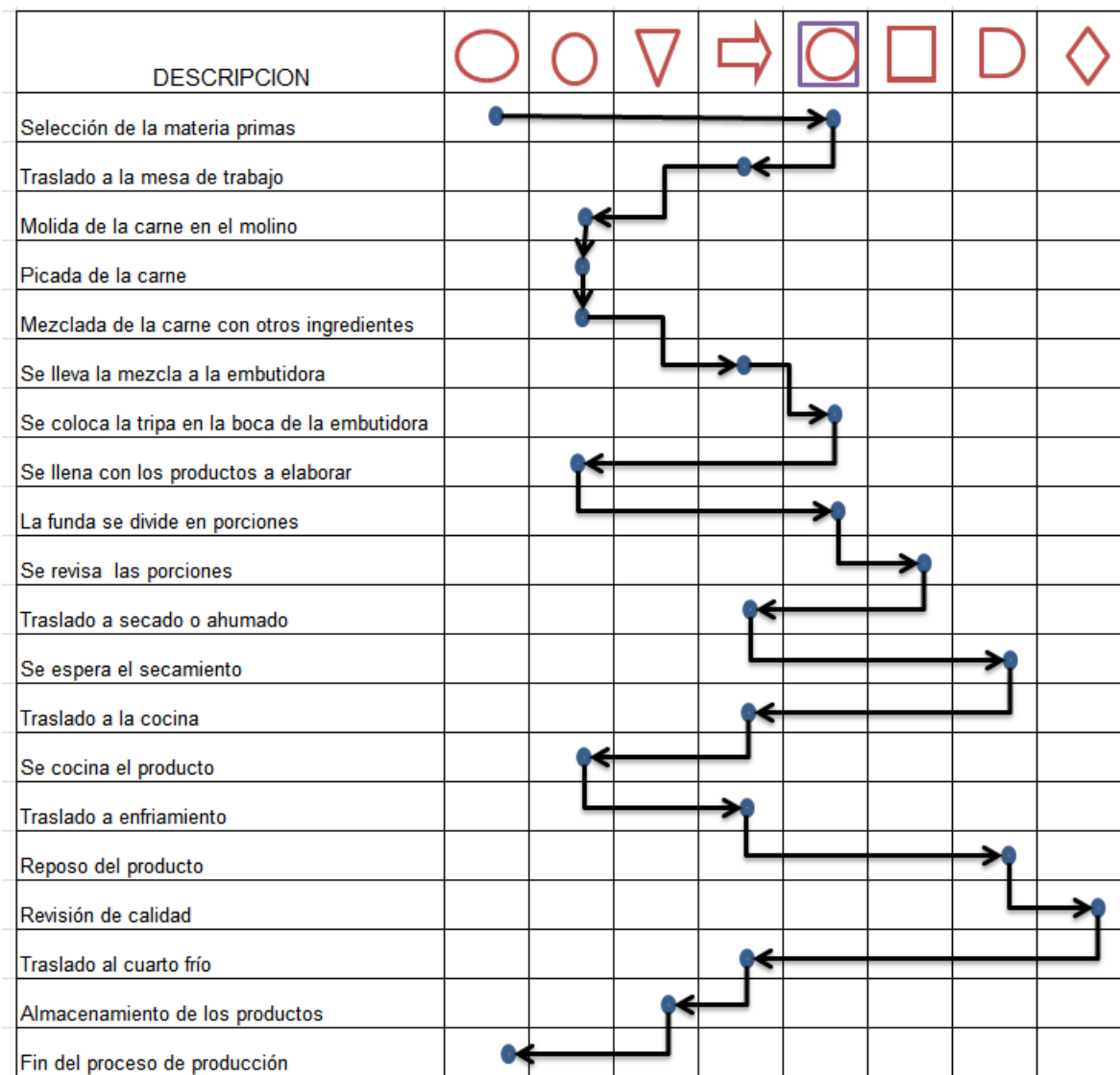
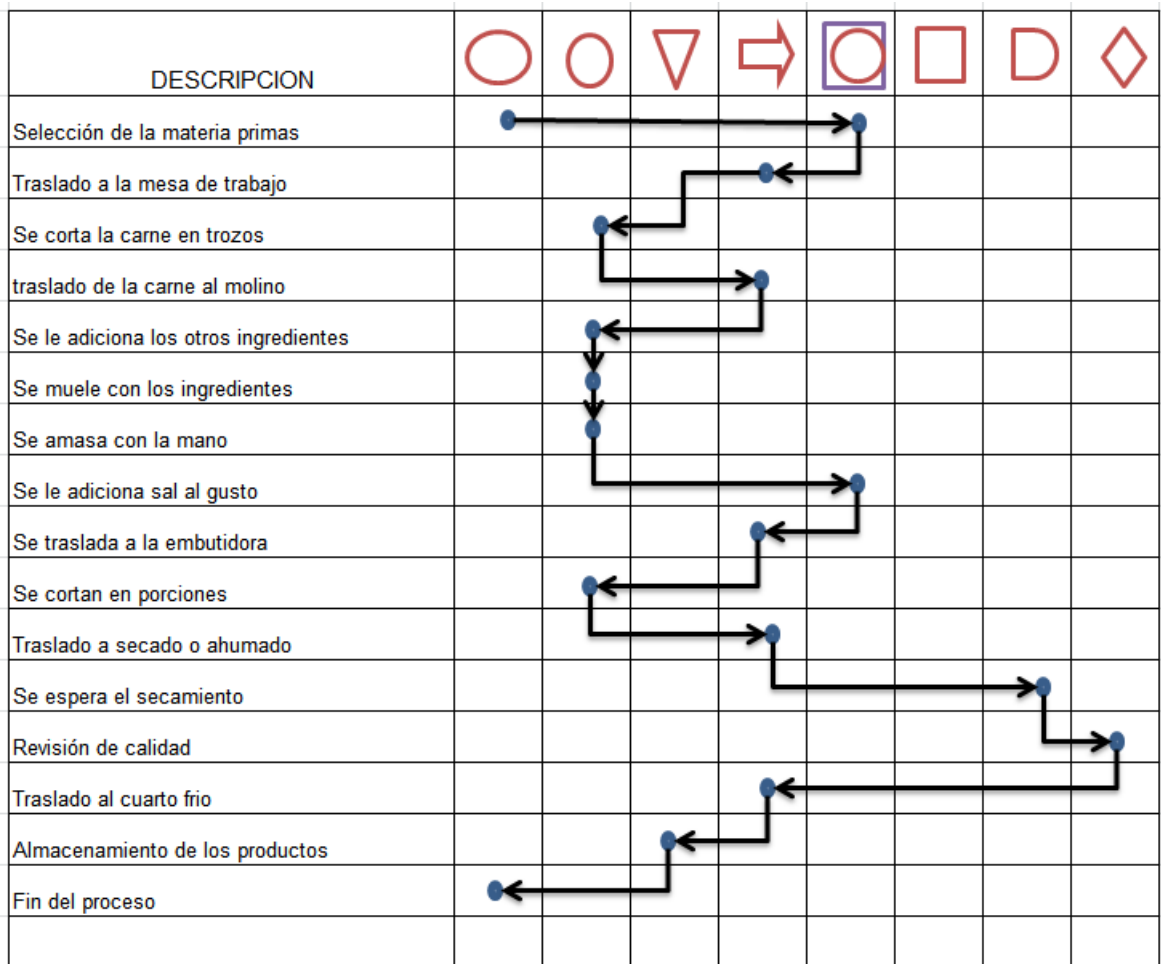
inicio – fin	
Producción	
Traslado	
Revisión	
Almacenamiento	
Decisión	
Espera – Demora	
Revisión/operación	

Figura 21. Flujo del proceso de Salchichas y mortadela



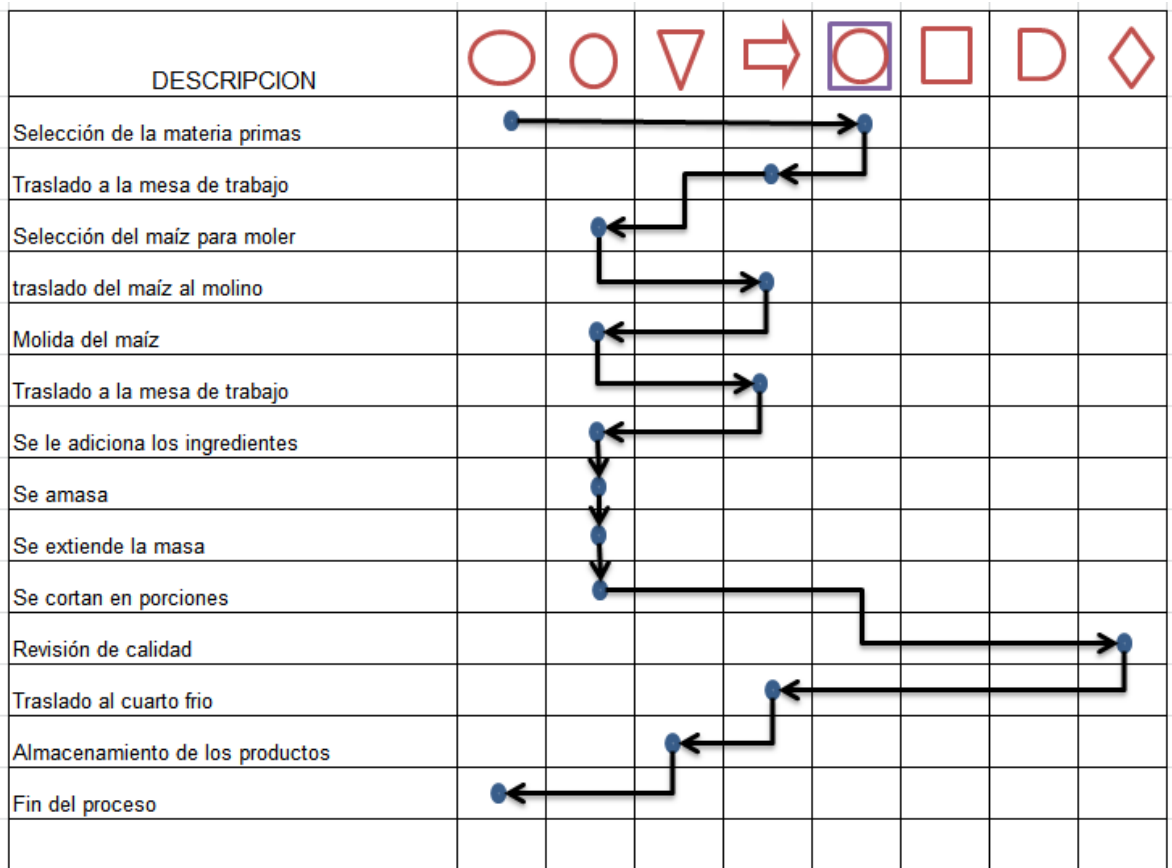
Fuente: Autora del proyecto

Figura 22. Flujo del proceso del chorizo



Fuente: Autora del proyecto

Figura 23. Flujo del proceso de la arepa



Fuente: Autora del proyecto

4.5 PLAN DE PRODUCCIÓN

Una vez culminada la etapa de mercados, se estima que se puede llegar a satisfacer a un 3%, del total de población que está dispuesta a adquirir los productos, y de la inversión en la infraestructura que se tiene estimado realizar, por lo cual se aspira a tener una producción inicial de 961 libras de salchichas, 1.165 de mortadela, 1.438 de chorizos, 1.269 de arepas de maíz pelado y 1.245 arepas de maíz blanco, lo que señala que el total es de 6.078 unidades mensuales, para lo cual se labora en promedio 26 días al mes, equivalente a

producir diariamente 234 unidades, los cuales deben de igual forma ser comercializados.

4.6 RECURSOS

4.6.1 Maquinaria y herramientas

Son todos los equipos y herramientas necesarias para ayudar a transformar la materia prima en producto final.

Tabla 29. Maquinaria y herramientas

MAQUINARIA Y EQUIPOS			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	TOTAL
molino para carnes	1	\$ 750.000	\$ 750.000
embutidora manual	1	\$ 750.000	\$ 750.000
cuarto frio	1	\$ 9.000.000	\$ 9.000.000
juego de cuchillos y guantes	3	\$ 120.000	\$ 360.000
Carro de ruedas para transporte	1	\$ 700.000	\$ 700.000
báscula de piso	1	\$ 550.000	\$ 550.000
maquina mezcladora	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
prensa para la extracción de manteca	1	\$ 450.000	\$ 450.000
cerradora de envases	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
estufa con tinas	1	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000
tina para enfriar envases	1	\$ 600.000	\$ 600.000
autoclave para la esterilización	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Armario de ahumado	1	\$ 900.000	\$ 900.000
Mesa de secado	3	\$ 300.000	\$ 900.000
Canastillas de transporte	24	\$ 50.000	\$ 1.200.000
Mesa para tapar envases	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Mesa para llevar envase y pesar	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Mesa de preparaciones	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Mesa de troceado	1	\$ 300.000	\$ 300.000
TOTAL	46		\$ 23.260.000

Fuente: Autora del proyecto

Ver anexo C. Maquinaria y equipos

4.6.2 Muebles y enseres

Tabla 30. Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	TOTAL
Escritorios ejecutivos	1	\$ 600.000	\$ 600.000
sillas ejecutivas	2	\$ 120.000	\$ 240.000
escritorio convencionales	3	\$ 300.000	\$ 900.000
sillas giratorias	2	\$ 95.000	\$ 190.000
sillas de espera	8	\$ 75.000	\$ 600.000
Archivadores	2	\$ 250.000	\$ 500.000
TOTAL	18		\$ 3.030.000

Fuente: Autora del proyecto

Ver anexo D, Muebles y enseres

4.6.3 Equipos de oficina

Estos son los elementos esenciales para el normal funcionamiento de la gestión administrativa.

Tabla 31. Equipos de oficina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT	TOTAL
Computadores	4	\$ 1.200.000	\$ 4.800.000
aires acondicionados	2	\$ 1.250.000	\$ 2.500.000
útiles de oficina	1	\$ 200.000	\$ 200.000
TOTAL	7		\$ 7.500.000

Fuente: Autora del proyecto

4.6.4 Vehículos

Camioneta de 1 tonelada con cuarto frío \$20'000.000, (Consignataria boulevard) de segunda pero en óptimas condiciones, se estima que es mejor adquirir el bien debido a que por la modalidad por leasing, se debe conseguir un vehículo nuevo,

el cual representa el doble de inversión, que generan unos costos por arrendamientos superiores que comprar el vehículo de segunda.

4.6.5 Total recursos

Tabla 32. Descripción general

DESCRIPCIÓN GENERAL	
DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 23.260.000
MUEBLES Y ENSERES	\$ 3.030.000
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 7.500.000
VEHÍCULOS	\$ 20.000.000
TOTAL	\$ 53.790.000

Fuente: Autora del proyecto

4.6.6 Recurso humano

Para el normal funcionamiento de la empresa se debe contar con dos tipos de mano de obra; directa e indirecta.

Mano de obra directa: Son las personas que intervienen en el proceso productivo.

Mano de obra indirecta: son las personas que intervienen en la gestión de la entidad.

Tabla 33. Recurso Humano

PERSONAL	CANTIDAD
Administrador	1
Contador	1
Asesor de ventas	1
Secretaria	1
Tecnólogo en alimentos	1
Auxiliar de producción	1
Mensajero	1
Total	7

Fuente Autora del proyecto.

4.7 ESTUDIO DE PROVEEDORES

A continuación se hace un listado de los posibles proveedores de materias primas, los cuales comercializan al por mayor, manejan precios más bajos que los que da la compra al detal, cuentan con las suficientes cantidades para la comercialización, una de las grandes ventajas es la disponibilidad durante todo el año y la calidad de los productos que comercializan.

Dentro de los factores que se tienen en cuenta para seleccionar los proveedores se encuentran:

- Disponibilidad de materias primas 25%
- Calidad de los productos 35%
- Precios 20%
- Distancia a la empresa 10%
- Créditos 10%

Cada uno de los factores se califican de 1 a 5, siendo 1 pésimo y 5 excelente, tal como se registra en la siguiente tabla. Una vez calificado, se multiplican los porcentajes por la calificación y se realiza la sumatoria, las empresas que cuenten con mayor calificación es la seleccionada.

Tabla 34. Evaluación de proveedores

PROVEEDORES FACTORES		25%	35%	20%	10%	10%	TOTAL
		Disponibil	Calidad	Precios	Distancia	Crédito	
Condimentos San Isidro	Calificacion	4	5	4	5	1	
	total	1	1,75	0,8	0,5	0,1	4,15
Condimento el Chino	Calificacion	5	5	4	3	1	
	total	1,25	1,75	0,8	0,3	0,1	4,2
Condimentos Trezabor	Calificacion	5	5	5	4	1	
	total	1,25	1,75	1	0,4	0,1	4,5
Granero el Carmen	Calificacion	4	4	4	5	1	
	total	1	1,4	0,8	0,5	0,1	3,8
Granero del norte	Calificacion	4	5	5	2	1	
	total	1	1,75	1	0,2	0,1	4,05
Molino Hogareña	Calificacion	4	5	5	4	1	
	total	1	1,75	1	0,4	0,1	4,25
Multicarnes Guarin	Calificacion	5	5	5	3	1	
	total	1,25	1,75	1	0,3	0,1	4,4
Carnes Villa	Calificacion	5	5	3	2	1	
	total	1,25	1,75	0,6	0,2	0,1	3,9
Carnes Novillones	Calificacion	5	5	5	4	1	
	total	1,25	1,75	1	0,4	0,1	4,5

Fuente: Autora del proyecto

De acuerdo con la tabla anterior se puede afirmar que las empresas que se seleccionan para la compra de materia prima son:

- En compra de condimentos, se selección condimentos Trezabor que obtuvo 4,5 de calificación.
- En carnes se selecciona a Carnes Novillones, que obtuvo 4,5 de calificación.
- En la compra de maíz se selecciona a Molino Hogareña, que fue evaluado con calificación de 4,25.

Tabla 35. Información de proveedores de materias primas

Proveedor	Materias primas	Dirección	Teléfono
Condimentos San Isidro	Condimentos	Cra 16 33/46	6330807
Condimentos el Chino	Condimentos	Cra 18 13708	6717745
Condimentos Trezabor	Condimentos	Cra 6 23732	6338863
Granero del norte	Maíz	Centroabastos	6760831
Granero el Carmen	Maíz	Calle 23 12 ^a /13	6342923
Granero los Andes	Maíz	Calle 31 16/14	6337167
Molinos el Aguila	Maíz	Cra 15 8/05	6712248
Molino Hogareña	Maíz	Calle 6 12/42	6717855
Multicarnes Guarín	Carne	Cra 33 ^a 32/109	6341396
Fama de carnes novillones	Carnes (canal)	Calle 12 23/13	6340636
Carnes Villa	Carnes (mayor)	Calle 33 33/10	6322885

Fuente: Autora del proyecto

4.8 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

Para determinar la planta física se hace necesario contar con unos parámetros mínimos que se exigen en el montaje de este tipo de empresas, como lo son la existencia de un cuarto frío, cocina amplia para ubicar la maquinaria y elementos esenciales en la producción, el cuarto de ahumado de los cárnicos y un cuarto para almacenar los utensilios de trabajo.

Además se hace necesario una visita previa de las personas del INVIMA a la planta, ello con el fin de que se verifique el cumplimiento de las normas o que se den sugerencias para alcanzarlos, estas visitas se programa con esta entidad con 15 anticipación.

La distribución de planta que se tiene estudiada cumple con los requisitos que se exigen por parte de Invima para este tipo de productos, es por ello que se hace mediante procesos.

Ver anexo E.

4.9 CONDICIONES DE ALMACENAMIENTO Y TRANSPORTE

Para el manejo adecuado de las materias primas y productos terminados, es necesario contar con un cuarto frío, el cual debe tener unas dimensiones de 3 metros de largo por tres metros de ancho y 2 metros de alto; en donde se deben almacenar carnes de res, de cerdo, grasas, quesos y granos, en un promedio semanal de 1500 kilos. De igual forma dentro de la cocina deben existir unos estantes para el almacenamiento de los demás ingredientes. El cuarto frío puede ser diseñado y construido por FRIOCOL, FRIOSUR, donde el factor que predomina para la elección es la experiencia en la elaboración de estos implementos, el costo es de \$8'500.000.

Para el transporte de se hace contar con un vehículo de alimentos, es decir con thermoking, el cual mantenga una temperatura constante de los productos, el precio dentro del mercado para 1 tonelada en promedio es de \$20'000.000, de segunda pero en óptimas condiciones.

4.10 CONCLUSIONES TÉCNICAS

Como se puede apreciar para el desarrollo del montaje y puesta en marcha del presente proyecto, se cuenta con proveedores de materias primas al por mayor, y los equipos son elaborados dentro de la región, lo cual hace que se disminuya los precios de adquisición e instalación, generando con ello un punto favorable en el presente estudio; de otro lado existe mano de obra calificada, como lo son los tecnólogos en alimentos de viene arrojando el SENA constantemente.

Se cuenta con una casa que cumple con los requisitos exigidos por el INVIMA y la Secretaria de Salud, para el montaje de este tipo de empresa, en cuanto a las instalaciones del cuarto frío hay empresas como Friocol, que hacen los montajes respectivos; pero se cuenta con el señor Luis Ernesto Ortiz, instructor del SENA en refrigeración y manejo de recursos sostenibles, todo lo anterior hace que el estudio técnico sea favorable.

5. PLAN DE MARKETING

5.1 PROGRAMA DE DESARROLLO DE LOS PRODUCTOS

Los productos se han venido desarrollando en forma artesanal, los cuales se comercializan a través de eventos y reuniones sociales, establecimientos de comercio como tiendas en varios sectores de Bucaramanga.

5.2 PROGRAMA DE DISTRIBUCIÓN Y VENTAS

La distribución de los productos cuenta con dos personas encargadas de esta labor, para ello se tiene estimado unos gastos de \$1'080.000, inicialmente, los cuales se incrementaran de acuerdo al crecimiento del volumen de ventas, estos recurso estarán destinados para hacer los recorridos diarios,

5.3 PROMOCIÓN

Dentro de la estrategia promocional se ha determinado la necesidad de contratar a una impulsadora por prestación de servicios, quién se encargara de efectuar degustaciones por sectores, durante la etapa de penetración en el mercado se ha estimado una inversión de \$1'800.000, en donde se incluyen el salario de la impulsadora y los costos de los productos, transporte y demás elementos de logística, una vez culminado este proceso inicial, se harán recorridos periódicos, y cuyos gastos mensuales oscilaran en \$900.000; ello debido a que no se hará de forma intensa y se realiza con el fin de que la comunidad recuerde el producto

5.4 PROGRAMA DE FIJACIÓN DE PRECIOS

Dentro de la política de fijación de precios es necesario tener en cuenta varios aspectos esenciales como los son:

Precio promedio que se maneja dentro del mercado, los cuales oscilan de la siguiente forma:

- Arepas de maíz pelado (5 unidades – 400 gramos) \$2.500 a \$3.000
- Arepa de maíz blanco (5 unidades – 400 gramos) \$2.500 a \$3.000
- Chorizo(500 gramos): Zenú \$9.700, Antioqueño \$8.170, Paisa \$7.790, Suizo \$7.070, Ternera \$8.150, Éxito \$7.150.
- Salchicha ahumada \$14.950 kilo
- Salchicha tradicional \$7.500 libra
- Mortadela tradicional \$7.200 libra

Los precios anteriores fueron tomados partiendo de visitar los almacenes de cadena, plazas de mercados y distribuidores de productos en las esquinas.

Cabe anotar que dentro del mercado se encuentra gran variedad de productos caseros, especialmente en los cárnicos, los cuales se ofrecen sin la mínimas normas de higiene y salubridad, de igual forma son comercializadas en las plazas de mercados (chorizos), los precocidos(arepas) se producen especialmente de forma tradicional, y se comercializan en las cafeterías y existen varias ventas en los semáforos de la ciudad, es por ello que se trabajó con un precio promedio en varios de estos productos.

Para determinar el precio de venta, se ha tomado un margen de utilidad del 15%, ello partiendo de los costos de producción y los precios que existen en el mercado (competencia), para de esta manera dar la imagen de productos de calidad, asequibles al consumidor y competitivos.

Las anteriores estrategias se dan con el fin de ofrecer un producto acorde con los precios del mercado, pero que no genere una imagen de mala calidad, de igual forma se tendrá en cuenta los volúmenes de ventas que se adquieran y se otorga un tres por ciento (3%) de descuento, lo cual se refleja en los estados financieros, con un promedio de aproximadamente \$7'039.207 al año.

5.5 PROGRAMA DE COMUNICACIÓN

Dentro del programa de comunicación la empresa tiene estimado una inversión de \$1'800.000 para dar a conocer los productos en los diferentes estratos, en donde se utilizara como estrategia el recetario dentro de los establecimientos (tiendas y micromercados) de los barrios, de igual forma en las cafeterías y restaurantes donde se vayan a comercializar el producto.

El costo de acuerdo con la tipografía del señor Alberto Villanueva, ubicada en la carrera 13 No. 37 / 75 de Bucaramanga, el costo de 10.000 unidades a tres colores es de \$900.00, y se requiere un mínimo de 40 formatos por establecimiento, lo cual da un total de 20.000 unidades.

Ver anexo F. El recetario

5.6 PROGRAMA DE SERVICIO AL CLIENTE

Para garantizarle a los clientes un óptimo servicio, se tiene estimado un promedio de recambio mensual de \$900.000, los cuales se efectúan por parte del repartidor, ello se hará cada 15 días, partiendo que los productos tiene una vida útil promedio de 20 días, los productos que sean devueltos serán entregados un

20% a los empleados para el consumo en sus hogares y el restante a las fundaciones; ello para hacer labores sociales.

5.7 CONCLUSIONES PLAN DE MARKETING

El plan de marketing estimado para dar inicio a las labores es de \$7'560.000, Estos recurso serán invertidos principalmente en comunicación y degustaciones, ello para dar a conocer el producto y lograr la penetración del mercado durante dos meses, partiendo en comunicación un mes antes y las degustaciones en el primer mes de producción. Esta inversión será aplicada de la siguiente forma:

Comunicación \$3'600.000

Promoción \$1'800.000

Distribución \$2'160.000

Una vez culmine el primer mes se estarán destinando la suma de \$3'780.000 mensuales para comunicación, servicio a los clientes, precios y promociones.

Una vez se obtenga el registro INVIMA, la empresa inicia el proceso para registrar una marca, para ello se estima que se debe hacer después del primer año de vida, contando para ello con los dividendos que se reinviertan, puesto que es un proceso extenso y que puede llegar a durar hasta un año.

6. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

6.1 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

6.1.1 Misión

PRECARSAN, busca satisfacer la necesidades alimenticias de la población, con productos nutritivos, de fácil consumo, cumpliendo con las normas de salubridad y acorde a los requerimientos de cada segmento; para lo cual labora con materias primas de la más alta calidad, contando con herramientas y maquinaria acorde a los procesos productivos, personal altamente capacitado; que genere beneficios para los inversionistas, bienestar para los empleados y retribuya a la comunidad en aspectos sociales.

6.1.2 Visión

PRECARSAN al término de 5 años busca comercializar en el ámbito regional productos cárnicos y pre cocidos, Satisfaciendo al cliente, desarrollando políticas de mejoramiento continuo, comprometidos con la excelencia y cumplimiento de las normas de salubridad y calidad de los mismos.

6.1.3 Objetivos y estrategias

OBJETIVO A CORTO PLAZO

Penetrar los mercados de los establecimientos comerciales de los estratos medio y alto del Área Metropolitana de Bucaramanga, así como las tiendas y loncherías de la ciudad.

ESTRATEGIAS

1. Desarrollar programas de comercialización con el grupo de ventas de la empresa.
2. Generar publicidad para dar a conocer los productos entre los clientes finales, de tal forma que se animen a adquirirlos.

PROCEDIMIENTOS

- 1.1 Contratar personal con experiencia en ventas.
- 1.2 Desarrollar recorridos de acuerdo con el segmento de mercados
- 1.3 Promocionar los productos a través de impulsadoras, contratadas por temporadas
- 2.1 Desarrollar afiches para colocar en los establecimientos comerciales
- 2.2 Crear recetarios para colocar en las tiendas y que estos sean distribuidos en forma gratuita entre las personas que adquieran los productos

PROGRAMAS

- 1.1.1 Se hace necesario realizar una selección de personal en donde se cumpla con los requisitos que se exigen para el vendedor.
- 1.1.2 Capacitar en el conocimiento exacto de los productos con las características, usos, recomendaciones de almacenamiento, preparación, entre otros.
- 1.2.1 Dividir el segmento de mercado de acuerdo a la ubicación geográfica, de tal forma que se puedan hacer recorridos que sean factibles.
- 1.2.2 Diseñar tablas de controles en cada recorrido, de tal forma que se pueda verificar las visitas que realiza el personal de ventas.
- 1.3.1 Contratar y capacitar personal en la promoción de los productos en preparación de estos y hacer degustaciones en sitios estratégicos.
- 1.3.2 diseñar el programa y hacer un seguimiento de las ventas en las fechas posteriores.

2.1.1 Hacer los afiches y colocarlos en sitios estratégicos dentro de las tiendas, para que los clientes finales adquieran los productos, esta labor será realizada por parte del personal de ventas.

2.1.2 Los afiches deben actualizarse periódicamente, por lo menos una vez al año, ello con el fin de no convertir esta publicidad en rutina, y que sea activa, dinámica y que genere resultados.

2.2.1 Los recetarios serán entregados al momento que las impulsadoras den degustaciones en cada uno de los sectores.

2.2.2 Estos recetarios se podrán renovar cada año, ello para que las personas conozcan más platos que se puedan preparar e incentivar la compra de los productos.

A MEDIANO PLAZO

Distribuir los productos en el orden departamental, especialmente en las poblaciones capitales de provincia.

ESTRATEGIAS

1. Dar a conocer los productos por medio de las emisoras locales desde antes de comercializar en los establecimientos.
2. Promocionar los productos por medio de impulsadoras

PROCEDIMIENTOS

1.1 Se emitirán cuñas radiales durante los horarios de la mañana, que es el tiempo en donde las personas adquieren los productos del día.

1.2 Contratar a una persona con una voz que impacte para que genera mayor atención acerca de los productos.

2.1 Buscar dentro de la región personal y capacitarlo en las bondades de los productos y que conozca la preparación de los mismos para hacer degustaciones.

2.2 Establecer sitios estratégicos dentro de los municipios para dar a conocer los productos.

PROGRAMAS

1.1.1 se debe contactar con los anunciantes en cada municipio, y establecer tiempo de la cuña, valor de la misma, periodicidad de repeticiones y los horarios adecuados.

1.1.2 De no contar con una emisora, se hace necesario contratar el perifoneo, para que durante un tiempo determinado promocionen los productos.

2.1.1 Establecer uno requisitos mínimos para contratar a las personas que vayan a promocionar los productos, de igual forma enseñarles cómo se preparan los productos y la forma como deben ser entregados a los clientes para que ellos los degusten.

2.1.2 Capacitar a las personas en las diferentes recetas que se puedan desarrollar, y que conozcan bien los productos, con sus respectivas ventajas.

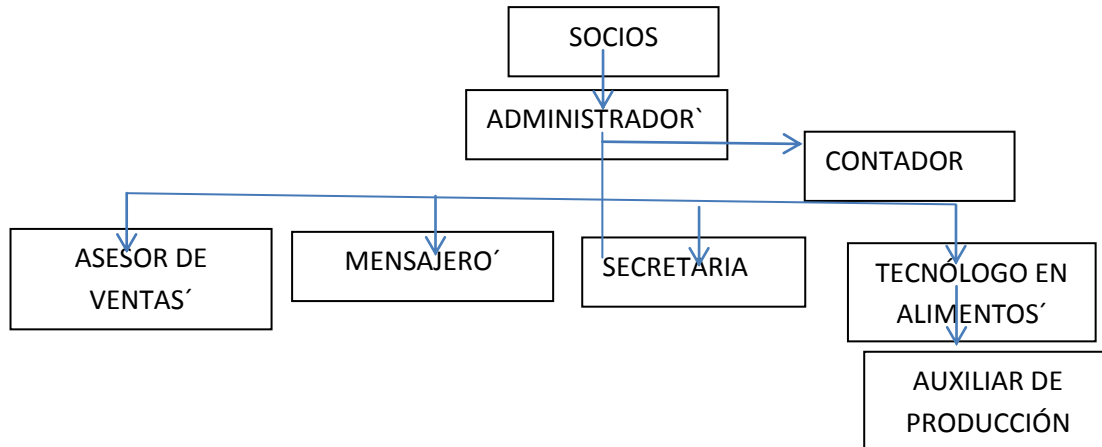
6.1.4 Equipo emprendedor

El equipo de emprendedores se encuentra integrado por una persona

Sandra Carolina Jiménez Fonseca

6.1.5 Estructura organizacional

Figura 24. Organigrama de la empresa



Fuente: Autora del proyecto

6.1.5 Manual de funciones

Para el desarrollo del manual de funciones se tuvieron en cuenta tres aspectos esenciales como lo son:

- Identificación del cargo: en donde se determinan nombre del cargo, departamento al que pertenece, superior y el objeto para el cual fue contratado.
- Funciones: Cada una de las labores para las cuales ha sido contratado.
- Requisitos: en ello se debe estipular los requisitos de conocimientos y habilidades, responsabilidad en dinero, maquinaria y otros; así como los esfuerzos que ha de desarrollar en cada uno de los cargos.

Ver anexo. G

6.1.6 Escala salarial

En la escala salarial se determinan los salarios que se han de implantar dentro de la empresa, ello con el fin de ser justos con cada uno de los empleados, en donde se tiene en cuenta factores esenciales como lo son el nivel de escolaridad,

experiencia, esfuerzos que se tienen en cada uno de los cargos y la responsabilidad, entre otros, Ver anexo H.

6.2 PROCEDIMIENTO Y COSTOS DE CONSTITUCIÓN

6.2.1 Estudio de homonimia

Se indago por el nombre de PRECARSAN S.A.S, en la Cámara de comercio de Bucaramanga, en donde no existe el nombre, tal como lo indica el siguiente cuadro.

The screenshot shows the RUE (Registro Único Empresarial) website interface. The header includes the RUE logo and the text "Registro Único Empresarial Cámaras de Comercio". Below the header, there are navigation links: "Inicio", "Registro Mercantil Expand", "Registro Mercantil", and "Registro de Proponentes Expand". The main content area is titled "Consultas de Homonimia". It contains a section for "Instrucciones para realizar las consultas" with several bullet points providing guidance on how to perform searches. Below the instructions, there are two search input fields. The first field is labeled "Consulta por nombre" and contains the text "PRECARSAN". The second field is labeled "Consulta por palabra clave" and is empty. Both fields have a "Consultar" button next to them. Below the search fields, a red message states "La consulta no ha devuelto resultados".

Fuente: Cámara de comercio de Bucaramanga

6.2.2 Tipo de Sociedad y minuta

El tipo de sociedad que se va a crear es una Sociedad Anónima Simplificada, ver anexo I.

6.2.3 Trámites Cámara de Comercio

La Cámara de Comercio de Bucaramanga tiene su radio de acción en toda el área metropolitana de Bucaramanga, en consecuencia e independientemente al resultado de la localización del proyecto los pasos a seguir para efectuar el registro de la empresa son los siguientes.

- a. Consulta del nombre en los módulos de la auto consulta cd los centros de atención empresarial CAE.
- b. Dirección del establecimiento de comercio.
- c. Consulta de uso de suelo para la apertura del establecimiento.
- d. Consulta de marca en los módulos de auto consulta de los centros de atención empresarial CAE.
- e. Consulta de la actividad económica, código de clasificación industrial internacional uniforme CIIU.
- f. Constitución de la escritura constitución de la sociedad
- g. Diligenciamiento del formulario ante la Cámara de Comercio
- h. Pago de registro
- i. Entrega del registro para iniciar los trámites posteriores a la Cámara de Comercio

6.2.4 Trámite ante la DIAN

Para obtener el Registro Único Tributario (RUT), el cual se realiza ante la Dirección de Impuestos y Aduana Nacional (DIAN), se hace necesario llevar el registro de la Cámara de Comercio y un recibo de pago de servicio público para constatar el domicilio del establecimiento.

Una vez presentado estos documento, la DIAN entrega un RUT provisional para que la empresa abra la cuenta en una entidad financieras, una vez abierta la cuenta, se lleva el certificado de apertura de cuenta nuevamente a la DÍAN, para

que ella expida el RUT con el que la empresa se va a identificar de por vida; este se lleva a la Cámara de comercio para que sea colocada dentro de los documentos que se llevan allí.

Cuando la Cámara expide el nuevo certificado este se lleva a la entidad financiera para terminar la legalización financiera.

Dentro del CIU que otorga la DIAN para la producción, procesamiento y conservación de carnes y productos cárnicos, le corresponde el código D151100; y para la elaboración de arepas el código D155103.

6.2.5 Trámite Industria y comercio

Los trámites de registro de Industria y Comercio se hace directamente en la alcaldía Municipal, en la oficina de Planeación Municipal, para ello de acuerdo con los datos obtenidos en la cámara de comercio dice lo siguiente:

“Las personas naturales o jurídicas que ejerzan actividades (industriales, comerciales, de servicios o financieras) gravadas, deberán efectuar la matrícula de industria y comercio, quedando sujetos a tributar al Municipio, de acuerdo con la actividad económica y los ingresos brutos obtenidos de forma permanente u ocasional, con establecimientos o sin ellos.

El trámite de esta matrícula se efectuará en el momento en que la Cámara de Comercio informe a través del CAE a INDUSTRIA Y COMERCIO del municipio, la existencia de un nuevo comerciante. Posterior a la obtención de la Matrícula de INDUSTRIA Y COMERCIO, el comerciante deberá anualmente declarar y pagar el impuesto de Industria y Comercio correspondiente, dentro del plazo comprendido entre el 1 de enero y el último día hábil del mes de marzo de cada año, ante la entidad bancaria acreditada para recibir esta obligación.

IMPORTANTE: Si el contribuyente deja de ejercer su actividad gravada deberá acercarse a la Alcaldía para realizar la solicitud de cancelación de su matrícula en INDUSTRIA Y COMERCIO, a través del diligenciamiento de un formato especial al cual deberá adjuntar copia del certificado de cancelación de la matrícula mercantil efectuada en la Cámara de Comercio, y copia de la última declaración de Industria y Comercio con corte a la fecha de cancelación de la matrícula mercantil ya referida. Lo anterior le evitara costos mayores”.

6.2.6 Trámites INVIMA

Para obtener el registro sanitario del INVIMA, se hace necesario cumplir con las especificaciones que da el decreto 3075 de 1997, el cual regula todas las actividades que pueden generar factores de riesgo por el consumo de alimento. En donde se reglamenta las buenas prácticas de manufacturas, se siguen los siguientes pasos:

- Realizar la ficha técnica de los productos
- Entregar la fotocopia de la cédula de ciudadanía
- Entregar los documentos en el INVIMA (Bucaramanga carrera 35 54/98)
- Visita del INVIMA a la empresa para verificar el cumplimiento de las normas de higiene y salubridad.

Existen dentro de este registro otras series de normas y decretos como los siguientes:

- Norma 5109 del 2005, el cual habla del rotulado de los productos
- Decreto 2162 de 1983, que habla de los cárnicos
- Decreto 2115 de 1007 habla de la utilización del agua potable

Al cumplir con las normas anteriores de igual forma se le está dando cabal cumplimiento a los requisitos se exigen las Secretarías de Salud municipal, puesto que estas se rigen bajo esta normatividad.

Los costos promedios para cada producto es de \$1'500.000

6.2.7 Gastos de constitución

Dentro de los gastos de constitución se tiene en cuenta el pago que se hace en la Cámara de Comercio, el cual para el año 2012 se encuentran actualizados a la fecha de realizar la presente investigación se encontró que para el capital de \$10'000.000 se debe cancelar la suma de \$127.000.

Ver anexo J. Pago de legalización

Otros gastos que se tiene son el registro de los libros contables los cuales tienen un valor de \$9.900 por cada libro, si los libros que se deben inscribir son el de actas, balance general, resultados, se deba pagar la Suma de \$29.700.

Otro de los gastos que se tiene son la elaboración de la minuta de constitución, en donde se cancela la suma de \$50.000.

El total de pago es de \$206.700 para la constitución legal de la empresa

6.3 GESTIONES DE LEGALIZACIÓN TRIBUTARIA Y LABORAL

6.3.1 Compromisos tributarios

La empresa queda comprometida ante la DIAN, en el pago de los impuestos del valor agregado por el 10% en la comercialización de los productos, de igual forma debe efectuar la declaración periódica de la Retención en la Fuentes; así como el pago de los impuestos sobre las ventas del 33,5%, la cual se hace al finalizar el periodo contable.

6.3.2 Compromisos laborales

Una vez constituida la empresa legalmente, debe proceder a registrar a los empleados para garantizar la seguridad social en las siguientes entidades:

- Riesgos profesionales con una entidad privado. Registrar a los empleados en una caja de compensación familiar, Instituto Colombiano de Bienestar familiar y SENA, cancelando el 4%, 3% y 2% respectivamente. De acuerdo con la ley 590 artículo 43
- Afiliar a los trabajadores al Sistema de Seguridad y de Pensiones ante las entidades promotoras de Salud (eps) y Fondo de pensiones., la empresa paga el 8,5% y 12,5% respectivamente, y al empleado se le descuenta el 4% para cada una de las entidades.
- Vincular a los trabajadores a los Fondos de Cesantías, paga el 12% anual del salario.
- Inscribirse a un programa de seguridad industrial
- Elaboración del reglamento interno de trabajo y aprobación del Ministerio ante la Oficina de Trabajo.

6.4 CONCLUSIONES ADMINISTRATIVAS Y LEGALES

Se puede afirmar que desde el punto de vista administrativo y legal, la empresa es viable crearla y legalizarla, ello debido a que se puede cumplir con todos los requisitos que exige el estado para este tipo de entidades que producen y comercializan alimentos.

Dentro de la organización administrativa se hace necesario realizar los controles necesarios para evitar el desvío de los planes estipulados, así como el de ejercer un examen periódico de la gestión de la empresa, con el fin de determinar si se requiere modificar las estrategias o aplicar correctivos en cada uno de los procesos objeto de estudio.

En los aspectos legales se debe programar una visita previa de INVIMA, ello con el fin de obtener las sugerencias para el montaje de la empresa, esta visita inicialmente no tiene cobro, este se realiza cuando se inicia el proceso de certificación.

7. ESTUDIO FINANCIERO

La finalidad de este estudio es verificar el flujo de dinero en el tiempo para el estudio de factibilidad de la empresa productora y comercializadora de productos pre cocidos y cárnicos, por tanto los datos analizados en este capítulo sirven de base para la elaboración de informes contables proyectados tales como: Estado de Pérdidas y ganancias, flujo de caja o efectivo, Balance General, cuya finalidad es el control y planificación de la empresa.

7.1 INVERSIONES

Las inversiones del proyecto comprende la adquisición de todos los activos necesarios para iniciar las operaciones de la empresa.

Estas inversiones se clasifican de acuerdo a su naturaleza en:

- Inversión fija o tangible
- Inversión diferida
- Capital de trabajo o inversión corriente

7.1.1 Inversión fija

Se realiza el cálculo de la inversión inicial, que cubija la adquisición de todos los activos fijos necesarios para el inicio de las operaciones del proyecto, como lo son los muebles y enseres, la maquinaria de equipo y herramientas, compra de vehículo entre otros

Tabla 36. Maquinaria y herramientas

MAQUINARIA Y EQUIPOS			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	TOTAL
molino para carnes	1	\$ 750.000	\$ 750.000
embudidora manual	1	\$ 750.000	\$ 750.000
cuarto frio	1	\$ 9.000.000	\$ 9.000.000
juego de cuchillos y guantes	3	\$ 120.000	\$ 360.000
Carro de ruedas para transporte	1	\$ 700.000	\$ 700.000
báscula de piso	1	\$ 550.000	\$ 550.000
maquina mezcladora	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
prensa para la extracción de manteca	1	\$ 450.000	\$ 450.000
cerradora de envases	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
estufa con tinas	1	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000
tina para enfriar envases	1	\$ 600.000	\$ 600.000
autoclave para la esterilización	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Armario de ahumado	1	\$ 900.000	\$ 900.000
Mesa de secado	3	\$ 300.000	\$ 900.000
Canastillas de transporte	24	\$ 50.000	\$ 1.200.000
Mesa para tapar envases	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Mesa para llevar envase y pesar	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Mesa de preparaciones	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Mesa de troceado	1	\$ 300.000	\$ 300.000
TOTAL	46		\$ 23.260.000

Fuente: Autora del proyecto

Tabla 37. Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	TOTAL
Escritorios ejecutivos	1	\$ 600.000	\$ 600.000
sillas ejecutivas	2	\$ 120.000	\$ 240.000
escritorio convencionales	3	\$ 300.000	\$ 900.000
sillas giratorias	2	\$ 95.000	\$ 190.000
sillas de espera	8	\$ 75.000	\$ 600.000
archivadores	2	\$ 250.000	\$ 500.000
TOTAL	18		\$ 3.030.000

Fuente: Autora del proyecto

Tabla 38. Equipos de oficina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	TOTAL
Computadores	4	\$1.200.000	\$ 4.800.000
aires acondicionados	2	\$1.250.000	\$ 2.500.000
útiles de oficina	1	\$200.000	\$ 200.000
TOTAL	7		\$ 7.500.000

Fuente: Autora del proyecto

Vehículo thermokin con capacidad para 1.000 kilos de segunda \$20'000.000

Total de inversión fija \$44'790.000

7.1.2 Inversión diferida

Son los gastos que se efectuarán antes de la puesta en marcha de la empresa, correspondientes a la compra de servicios y derechos que son necesarios para el inicio del funcionamiento de la entidad.

Tabla 39. Registro Cámara de Comercio

Inscripción	\$ 127.000
Libros	\$ 79.700
TOTAL	\$ 206.700

Registro de INVIMA, por cada una de las referencias se invierte la suma de \$1'200.000, para un total de \$6'000.000

Tabla 40. Adecuación de la planta física

N°	Construcciones, Bodegas y Locales	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
1	cuarto frío	9.000.000	1	9.000.000
2	Adecuación de la casa	10.000.000	1	10.000.000
SUBTOTAL				19.000.000

Fuente: Autora del proyecto

A continuación se hace la relación de los costos de adecuación del local, de acuerdo con los datos suministrados por el maestro de construcción José María Vásquez.

- Enchape para la cocina y cuarto de ahumado 98 m² a \$30.000 cada metro a todo costo \$2'940.000
- Elaboración del cuarto de ahumado \$3'800.000 con todos los parámetros para alimentos y tubo para expulsar el humo.
- Conexiones eléctricas 15 puntos a \$80.000 cada uno \$1'200.000
- Piso y enchape del mismo 50 m² a \$30.000 cada metro \$1'500.000
- Imprevistos \$560.000

Con respecto al cuarto frío el profesor del SENA Luis Ernesto Ortiz, instructor en el área de refrigeración y energías alternativas, en su empresa Tecnofrío, cobra la suma de \$3'000.000 por m², para un total de 3 m² para un total de \$9'000.000.

Total de inversión diferida \$25'206.700

7.1.3 Inversión de capital de trabajo

Es aquel valor correspondiente a los recursos requeridos para el proceso productivo, el cual parte de la compra de materia prima hasta la elaboración de los productos.

Los siguientes valores para determinar el capital de trabajo depende de los cálculos realizados en el estudio técnico, en donde se calcula el tiempo en para que la empresa inicie la gestión con la solvencia necesaria para su funcionamiento.

- **Costos de producción:** corresponde a la sumatoria de las materias primas, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación.

El capital que se requiere para la compra de materias primas para 30 días, ello debido a que se comercializa de contado, es de \$4'142.903, para la compra de las siguientes materias primas.

Costo de mano de obra directa asciende durante el primer mes a la suma \$2'355.087.

Mezcla de mercadeo para dos meses de trabajo, la cual asciende a la suma de \$9'360.000.

Gastos administrativos para un meses de labores, 8'599.796.

El total de capital de trabajo que se requiere para el normal desarrollo de las actividades hasta que la empresa se pueda desenvolver con las ventas es de; \$33'057.576.

Tabla 41. Total capital de trabajo

DESCRIPCIÓN	VALOR
Compra materias primas	4'141.903
Mano de obra directa	2'355.087
Mezcla de mercadeo	9'360.000
Gastos administrativos	8'599.796
TOTAL	24'057.576

Fuente: Autora del proyecto

7.1.4 Inversión total

La inversión total que requiere el proyecto está reflejada en el total de la inversión fija más el total de la inversión diferida y el total de capital de trabajo. Partiendo de los aspectos anteriores, el total de inversión es de \$94'054.276,

Tabla 42. Total de inversión

DESCRIPCIÓN	TOTAL
inversion fija	44.790.000,00
inversión diferida	25.206.700,00
capital de trabajo	24.057.576,00
total	94.054.276,00

Fuente: Autora del proyecto

7.2 FUENTES DE FINANCIACIÓN

En el presente estudio se requiere de la suma de \$94'054.276. de los cuales la inversionista cuenta con la suma de \$35'000.000, el saldo de \$59'054.6, los cuales son solicitados al Banco de Colombia, para ser cancelados en 5 años a una tasa de interés del 1,3%. Y el valor de la cuota que se paga es de \$1'423-564

7.2.1 Liquidación del crédito

Tabla 43. Cuota del crédito

CRÉDITO	\$ 59.054.276
INTERESES MENSUAL	1,30%
CUOTAS MESES	60
PAGO MENSUAL	\$-1.423.564,51

Fuente: Autora del proyecto

A continuación se indica la forma como se ha de amortizar el crédito durante los cinco años que está indicado para el préstamo.

7.2.2 Tabla de amortización

Tabla 44. Tabla de amortización del crédito

PERIODOS	PRESTAMO	INTERESES	AMORTIZACION	CUOTA	SALDO
0	\$ 59.054.276				\$ 59.054.276
1	\$ 59.054.276	767705,588	655.858,92	1.423.564,51	\$ 53.393.417
2	\$ 58.398.417	759179,422	664.385,09	1.423.564,51	\$ 57.734.032
3	\$ 57.734.032	750542,4159	673.022,09	1.423.564,51	\$ 57.061.010
4	\$ 57.061.010	741793,1287	681.771,38	1.423.564,51	\$ 55.379.239
5	\$ 56.379.239	732930,1007	690.634,41	1.423.564,51	\$ 55.688.604
6	\$ 55.688.604	723951,8534	699.612,66	1.423.564,51	\$ 54.988.991
7	\$ 54.988.991	714856,8889	708.707,62	1.423.564,51	\$ 54.280.284
8	\$ 54.280.284	705643,6898	717.920,82	1.423.564,51	\$ 53.562.363
9	\$ 53.562.363	696310,7191	727.253,79	1.423.564,51	\$ 52.835.109
10	\$ 52.835.109	686856,4199	736.708,09	1.423.564,51	\$ 52.098.401
11	\$ 52.098.401	677279,2147	746.205,29	1.423.564,51	\$ 51.352.116
12	\$ 51.352.116	667577,5059	755.987,00	1.423.564,51	\$ 50.595.129
13	\$ 50.596.129	657719,6748	766.814,83	1.423.564,51	\$ 49.830.311
14	\$ 49.830.311	647794,082	777.770,43	1.423.564,51	\$ 49.054.544
15	\$ 49.054.544	637709,0664	788.855,44	1.423.564,51	\$ 48.268.688
16	\$ 48.268.688	627492,9456	799.071,56	1.423.564,51	\$ 47.472.617
17	\$ 47.472.617	617144,0153	809.420,49	1.423.564,51	\$ 46.666.196
18	\$ 46.666.196	606660,5489	819.903,96	1.423.564,51	\$ 45.849.292
19	\$ 45.849.292	596040,7974	827.523,71	1.423.564,51	\$ 45.021.768
20	\$ 45.021.768	585282,9891	838.281,52	1.423.564,51	\$ 44.183.487
21	\$ 44.183.487	574385,3294	849.179,18	1.423.564,51	\$ 43.334.308
22	\$ 43.334.308	563346	860.218,51	1.423.564,51	\$ 42.474.089
23	\$ 42.474.009	552163,1594	871.401,35	1.423.564,51	\$ 41.602.600
24	\$ 41.602.688	540834,9418	882.729,57	1.423.564,51	\$ 40.719.958
25	\$ 40.719.968	529369,4575	894.205,05	1.423.564,51	\$ 39.825.753
26	\$ 39.825.753	517734,7918	905.829,72	1.423.564,51	\$ 38.919.923
27	\$ 38.919.923	505959,0054	917.605,50	1.423.564,51	\$ 38.002.318
28	\$ 38.002.318	494030,1339	929.534,38	1.423.564,51	\$ 37.072.784
29	\$ 37.072.784	481946,187	941.618,32	1.423.564,51	\$ 36.131.165
30	\$ 36.131.165	469705,1488	953.859,36	1.423.564,51	\$ 35.177.306
31	\$ 35.177.306	457304,9771	966.259,53	1.423.564,51	\$ 34.211.045
32	\$ 34.211.046	444743,6032	978.820,91	1.423.564,51	\$ 33.232.225
33	\$ 33.232.225	432018,9314	991.545,58	1.423.564,51	\$ 32.240.680
34	\$ 32.240.680	419128,8389	1.004.435,67	1.423.564,51	\$ 31.236.244
35	\$ 31.236.244	406071,1752	1.017.493,33	1.423.564,51	\$ 30.219.751
36	\$ 30.218.751	392843,7618	1.030.720,75	1.423.564,51	\$ 29.188.030
37	\$ 29.188.030	379444,3921	1.044.120,12	1.423.564,51	\$ 28.143.910
38	\$ 28.143.910	365870,8306	1.057.693,68	1.423.564,51	\$ 27.086.216
39	\$ 27.086.216	352120,8128	1.071.443,70	1.423.564,51	\$ 25.014.773
40	\$ 26.014.773	338192,0447	1.085.372,46	1.423.564,51	\$ 24.929.400
41	\$ 24.929.400	324082,2027	1.099.482,31	1.423.564,51	\$ 23.829.918
42	\$ 23.829.918	309788,9327	1.113.775,58	1.423.564,51	\$ 22.716.142
43	\$ 22.716.142	295309,8502	1.128.254,66	1.423.564,51	\$ 21.587.888
44	\$ 21.587.888	280642,5396	1.142.921,97	1.423.564,51	\$ 20.444.966
45	\$ 20.444.966	265784,554	1.157.779,96	1.423.564,51	\$ 19.287.186
46	\$ 19.287.186	250733,4146	1.172.831,10	1.423.564,51	\$ 18.114.355
47	\$ 18.114.355	235486,6103	1.188.077,90	1.423.564,51	\$ 16.926.277
48	\$ 16.926.277	220041,5976	1.203.522,91	1.423.564,51	\$ 15.722.754
49	\$ 15.722.754	204396,7998	1.219.168,71	1.423.564,51	\$ 14.503.685
50	\$ 14.503.685	188546,6065	1.235.017,90	1.423.564,51	\$ 13.268.567
51	\$ 13.268.567	172491,3738	1.251.073,14	1.423.564,51	\$ 12.017.494
52	\$ 12.017.494	156227,423	1.267.337,09	1.423.564,51	\$ 10.750.157
53	\$ 10.750.157	139752,0409	1.283.812,47	1.423.564,51	\$ 9.466.345
54	\$ 9.466.345	123062,4788	1.300.502,03	1.423.564,51	\$ 8.165.842
55	\$ 8.165.842	106155,9524	1.317.408,56	1.423.564,51	\$ 6.848.434
56	\$ 6.848.434	89029,64118	1.334.534,87	1.423.564,51	\$ 5.513.899
57	\$ 5.513.899	71680,68/89	1.351.883,82	1.423.564,51	\$ 4.162.015
58	\$ 4.162.015	54106,19821	1.369.458,31	1.423.564,51	\$ 2.792.557
59	\$ 2.792.557	36303,24016	1.387.261,27	1.423.564,51	\$ 1.405.296
60	\$ 1.405.296	10260,04366	1.405.296,67	1.423.564,51	\$ 0

7.3 COSTOS

En el presente estudio se adelanta el método de costeo por absorción, que incluye los costos de los elementos (materiales, mano de obra y costos indirectos) incorporados a los productos, tanto sean fijos o variables. Es decir, los productos absorben los costos de los mismos, independientemente de su comportamiento con relación al volumen de actividad.

7.3.1 Costos fijos

Los costos fijos son aquellas erogaciones que tiene que hacer toda entidad produzca o no, dentro de los costos fijos se tienen los gastos administrativos \$8'599.792, de ventas que ascienden a \$4'680.000, nómina operativa por \$2'355.087 y los gastos financieros por \$797.233, los cuales ascienden a la suma de \$16'432.112 mensuales.

7.3.2 Costos variables

Los costos variables hacen referencia a los materiales que se invierten en cada uno de los productos, los cuales están determinados a continuación por producto.

Tabla 45. Salchichas Ahumadas

MATERIAS PRIMAS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
carne res magra	0,13	3500	455
fundas	0,05	1000	50
pimienta	0,000008	4000	0,032
harina de trigo	0,004	600	2,4
tocino de cerdo	0,04	7000	280
hielo	0,2	500	100
bolsa	0,8	30	24
marca	0,8	50	40
grasa de cerdo	0,03	2500	75
sal	0,00008	400	0,032
nuez moscada	0,000196	30000	5,88
ajo en polvo	0,0004	2000	0,8
fosfato plasmal	0,0012	10000	12
color	0,0012	2000	2,4
TOTAL			1047,544

Fuente: Autora del proyecto

Tabla 46. Arepa de Maíz Pelao

MATERIAS PRIMAS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
maiz	0,60	700	420
manteca de res	0,03	1500	37,5
bolsas	2	30	60
marca	1	50	50
colorantes	0,01	2000	20
TOTAL			235

Fuente: Autora del proyecto

Tabla 47. Mortadela

MATERIAS PRIMAS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
carne res magra	0,13	3500	455
fundas	0,05	1000	50
pimienta	0,000008	4000	0,032
harina de trigo	0,004	600	2,4
tocino de cerdo	0,04	7000	280
hielo	0,2	500	100
bolsa	0,8	30	24
marca	0,8	50	40
grasa de cerdo	0,03	2500	75
sal	0,00008	400	0,032
nuez moscada	0,000196	30000	5,88
ajo en polvo	0,0004	2000	0,8
fosfato plasmal	0,0012	10000	12
color	0,0012	2000	2,4
TOTAL			1047,544

Fuente: Autora del proyecto

Tabla 48. Arepa de Maíz Blanco

MATERIAS PRIMAS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
harina	0,50	700	350
colorantes	0,01	1500	7,5
marca	1	50	50
grasa	0,005	2000	10
bolsa	1	30	30
queso	0,05	3500	175
TOTAL			249

Fuente: Autora del proyecto

Tabla 49. Chorizo Ahumado

MATERIAS PRIMAS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Carne de res	0,03	3500	110,00
Carne de cerdo	0,02	7000	120
Grasa de cerdo	0,008571429	2500	21,42857143
ajo en polvo	0,000056	2000	0,112
sal	0,003428571	400	1,371428571
cebolla polvo	0,002857143	4000	11,42857143
azúcar	5,71429E-05	1300	0,074285714
pimienta dulce	0,002285714	4000	9,142857143
clavo	3,42857E-06	23500	0,080571429
nuez moscada	5,71429E-06	30000	0,171428571
oregano	0,000114286	10000	1,142857143
TOTAL			274,95

Fuente: Autora del proyecto

Promedio de costo variable es de \$531.15 por unidad

7.3.3 Costos totales

Los costos totales mensuales ascienden a la suma de \$17'989.967, los cuales están representados de la siguiente forma:

- Mano de obra directa \$2'355.087
- Gastos administrativos \$8'599.793
- Gastos de mercadeo \$4'680.000
- Materia prima \$ 2.355.087

7.4 PRECIO DE VENTA

Para determinar los precios de venta se tuvieron en cuenta los precios estudiados del mercado, así como los costos de producción de la empresa, en donde se arrojaron los siguientes costos:

- Salchicha \$5.691
- Arepa de maíz pelado \$2.873
- Mortadela \$3.442
- Maíz blanco \$1.959
- Chorizo \$3.235

De acuerdo con el estudio realizado, las entidades que comercializan los productos obtienen un promedio del 12% de rentabilidad en cada uno de los bienes que distribuyen entre los consumidores finales, Los precios de venta estipulados para las distribuidoras son los siguientes:

Salchicha ahumada por libra a \$6.850

Mortadela ahumada por libra a \$4.900

Chorizo ahumado libra a \$3.500

Arepa de maíz pelado a \$2.950 por las 6 unidades

Arepa de maíz blanco a \$2.200 por las 6 unidades

El precio promedio es de \$3.917 por unidad

7.5 PUNTO DE EQUILIBRIO

Para determinar el punto de equilibrio se aplica la siguiente formula:

P:E: = $\text{costos fijos} / (\text{precio de venta} - \text{costo variable})$, esta se muestra en la siguiente tabla, para lo cual los costos fijos se discriminan por cada uno de los productos, de acuerdo con el volumen de ventas.

Tabla 50. Punto de equilibrio

PRODUCTO	COSTO FIJO	PRECIO DE VENTA	COSTO VARIABLE	PUNTO DE EQUILIBRIO
SALCHICHAS AHUMADAS	4.240.545	6.850	1.048	731
AREPA DE MAIZ PELAO	3.180.409	2.950	235	1.171
MORTADELA	2.650.341	4.900	1.048	688
AREPA DE MAIZ BLANCO	2.120.273	2.200	249	1.087
CHORIZO AHUMADO	4.240.545	3.500	275	1.315
TOTAL PRODUCCIÓN				4.992

Fuente: Autora del proyecto

De la tabla anterior se deduce que es necesario para mantener un punto de equilibrio la producción mínima de 731 salchichas, 1.171 arepa de maíz pelao, 688 de mortadela, 1.087 arepas de maíz blanco y 1.315 chorizos, para un total de producción de 4.992 productos mensuales.

7.6 PRESUPUESTO DE INGRESO Y EGRESOS

Para determinar la proyección de los ingresos y egresos se hizo necesario tener en cuenta dos factores

- El crecimiento de productividad de la empresa, la cual fue estimada en el 5%, ello partiendo de factores como el crecimiento poblacional y la expansión que se debe tener en el mercado.
- El crecimiento de la inflación, se consideró la inflación partiendo del hecho de que los últimos tres años ha mantenido un crecimiento promedio del 4% anual.

Las proyecciones se realizaron a 5 años.

7.6.1 Ingresos proyectados

Tabla 51. Proyección de ventas

Precio Por Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SALCHICHAS AHUMADAS	6.850	7.124	7.409	7.705	8.014
AREPA DE MAIZ PELAO	2.950	3.068	3.191	3.318	3.451
MORTADELA	4.900	5.096	5.300	5.512	5.732
MAIZ BLANCO	2.200	2.288	2.380	2.475	2.574
CHORIZO AHUMADO	3.500	3.640	3.786	3.937	4.095
Unidades Vendidas por Producto					
SALCHICHAS AHUMADAS	9.610	12.109	12.109	12.109	12.109
AREPA DE MAIZ PELAO	12.690	15.989	15.989	15.989	15.989
MORTADELA	11.650	11.743	11.743	11.743	11.743
AREPA DE MAIZ BLANCO	12.450	15.687	15.687	15.687	15.687
CHORIZO AHUMADO	14.380	18.119	18.119	18.119	18.119
Total Ventas					
Precio Promedio	3.916,9	4.032,8	4.194,1	4.361,9	4.536,4
Ventas	60.780	73.647	77.329	81.196	85.256
Ventas	238.069.000	297.006.112	324.330.674	354.169.096	386.752.653

Fuente: Autora del proyecto

7.6.2 Egresos proyectados

Tabla 52. Proyección de costos y gastos

Costos Producción Inventariables	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia Prima	22.239.822	28.126.920	30.494.417	33.140.504	36.018.460
Mano de Obra	31.738.424	40.858.928	44.298.102	48.141.975	52.322.674
Materia Prima y M.O.	53.978.246	68.985.848	74.792.519	81.282.479	88.341.135
Depreciación	7.432.000	7.432.000	7.432.000	7.432.000	7.432.000
Total	61.410.246	76.417.848	82.224.519	88.714.479	95.773.135
Margen Bruto	74,20%	74,27%	74,65%	75,07%	75,47%
Gastos Operacionales					
Gastos de Ventas	56.160.000	58.406.400	60.742.656	63.172.362	65.699.257
Gastos Administración	103.197.516	107.325.726	111.618.433	116.083.170	120.726.497
Total Gastos	159.357.516	165.732.126	172.361.089	179.255.532	186.425.754
TOTAL COSTOS Y GASTOS	220.767.761	242.149.974	254.585.608	267.970.011	282.198.889

Fuente: Autora del proyecto

7.7 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS

Tabla 53. Proyección Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	238.069.000	297.006.968	324.353.373	355.852.049	390.461.845
Devoluciones y rebajas en ventas	7.142.070	8.910.209	9.730.601	10.675.561	11.713.855
Materia Prima, Mano de Obra	53.978.246	68.985.848	74.792.519	81.282.479	88.341.135
Depreciación	7.432.000	7.432.000	7.432.000	7.432.000	7.432.000
Utilidad Bruta	169.516.684	211.678.910	232.398.253	256.462.009	282.974.855
Gasto de Ventas	56.160.000	58.406.400	60.742.656	63.172.362	65.699.257
Gastos de Administracion	103.197.516	107.325.726	111.618.433	116.083.170	120.726.497
Provisiones	105.808	26.195	12.154	13.999	15.382
Amortización Gastos	3.341.340	3.461.340	3.605.340	3.778.140	744.160
Utilidad Operativa	6.712.020	42.459.250	56.419.670	73.414.337	95.789.559
Otros ingresos					
Intereses	12.415.120	9.518.108	6.759.638	4.286.107	2.035.607
Otros ingresos y egresos	-12.415.120	-9.518.108	-6.759.638	-4.286.107	-2.035.607
Utilidad antes de impuestos	-5.703.100	32.941.142	49.660.031	69.128.231	93.753.952
Impuestos (35%)	346.500	10.870.577	16.387.810	22.812.316	30.938.804
Utilidad Neta Final	-6.049.600	22.070.565	33.272.221	46.315.914	62.815.148

Fuente: Autora del proyecto

Se puede apreciar que durante el primer año de actividades, el resultado de la utilidad neta arroja un saldo negativo, ello es debido a que se labora durante 10 meses y se inicia una penetración en el mercado, lo cual siempre conlleva a dificultades desde el punto de vista administrativas, comerciales y financieras.

De igual forma se puede apreciar que a partir del segundo año, cuando se desarrollan actividades de 12 meses, el incremento en el volumen de ventas, hace que las utilidades sean viables para el normal desarrollo de la gestión empresarial.

7.8 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Tabla 54. Proyección flujo de caja

FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de Caja Operativo						
Utilidad Operacional		6.712.020	42.459.250	56.419.670	73.414.337	95.789.559
Depreciaciones		7.432.000	7.432.000	7.432.000	7.432.000	7.432.000
Amortización Gastos		3.341.340	3.461.340	3.605.340	3.778.140	744.160
Provisiones		105.808	26.195	12.154	13.999	15.382
Impuestos		0	-346.500	-10.870.577	-16.387.810	-22.812.316
Neto Flujo de Caja Operativo		17.591.169	53.032.285	56.598.587	68.250.666	81.168.785
Flujo de Caja Inversión						
Variación Cuentas por Cobrar		-5.290.422	-1.309.733	-607.698	-699.971	-769.107
Variación Inv. Materias Primas e insumos ³		-926.659	-245.296	-98.646	-110.254	-119.915
Variación Inv. Prod. En Proceso		-1.194.088	-291.814	-112.907	-126.194	-137.252
Variación Inv. Prod. Terminados		-1.194.088	-291.814	-112.907	-126.194	-137.252
Otros Activos		-500.000	-600.000	-720.000	-864.000	-1.036.800
Variación del Capital de Trabajo	0	-9.105.258	-2.738.657	-1.652.159	-1.926.612	-2.200.325
Inversión en Maquinaria y Equipo	-13.260.000	0	0	0	0	0
Inversión en Muebles	-3.030.000	0	0	0	0	0
Inversión en Equipo de Transporte	-20.000.000	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	-7.500.000	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-43.790.000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	-43.790.000	-9.105.258	-2.738.657	-1.652.159	-1.926.612	-2.200.325
Flujo de Caja Financiamiento						
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	59.054.276	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		-11.810.855	-11.810.855	-11.810.855	-11.810.855	-11.810.855
Intereses Pagados		-12.415.120	-9.518.108	-6.759.638	-4.286.107	-2.035.607
Dividendos Pagados		0	1.512.400	-5.517.641	-8.318.055	-11.578.979
Capital	35.000.000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	94.054.276	-24.225.975	-19.816.563	-24.088.135	-24.415.017	-25.425.441
Neto Periodo	50.264.276	-15.740.064	30.477.064	30.858.293	41.909.038	53.543.020
Saldo anterior		37.298.916	21.558.852	52.035.916	82.894.209	124.803.247
Saldo siguiente	50.264.276	21.558.852	52.035.916	82.894.209	124.803.247	178.346.266

Fuente: Autora del proyecto

En el flujo de caja se puede apreciar más claramente lo enunciado en el estado de resultados, en donde el neto del periodo arroja un saldo negativo de \$15'704.064, los cuales pasan a partir del segundo año a \$30'477.064, y va creciendo periodo tras periodo, haciendo del proyecto rentable al finalizar el estudio.

7.9 BALANCE GENERAL PROYECTADO

Tabla 55. Proyección de balance general

BALANCE GENERAL	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo						
Efectivo	37.298.916	21.558.852	52.035.916	82.894.209	124.803.247	178.346.266
Cuentas X Cobrar	0	5.290.422	6.600.155	7.207.853	7.907.823	8.676.930
Provisión Cuentas por Cobrar		-105.808	-132.003	-144.157	-158.156	-173.539
Inventarios Materias Primas e Insumos	0	926.659	1.171.955	1.270.601	1.380.854	1.500.769
Inventarios de Producto en Proceso	0	1.194.088	1.485.903	1.598.810	1.725.004	1.862.255
Inventarios Producto Terminado	0	1.194.088	1.485.903	1.598.810	1.725.004	1.862.255
Gastos Anticipados	16.206.700	16.706.700	17.306.700	18.026.700	18.890.700	19.927.500
Amortización Acumulada	-3.241.340	-6.582.680	-10.044.020	-13.649.360	-17.427.500	-18.171.660
Gastos Anticipados	12.965.360	10.124.020	7.262.680	4.377.340	1.463.200	1.755.840
Total Activo Corriente:	50.264.276	40.182.321	69.910.508	98.803.466	138.846.976	193.830.778
Maquinaria y Equipo de Operación	13.260.000	13.260.000	13.260.000	13.260.000	13.260.000	13.260.000
Depreciación Acumulada		-1.326.000	-2.652.000	-3.978.000	-5.304.000	-6.630.000
Maquinaria y Equipo de Operación	13.260.000	11.934.000	10.608.000	9.282.000	7.956.000	6.630.000
Muebles y Enseres	3.030.000	3.030.000	3.030.000	3.030.000	3.030.000	3.030.000
Depreciación Acumulada		-606.000	-1.212.000	-1.818.000	-2.424.000	-3.030.000
Muebles y Enseres	3.030.000	2.424.000	1.818.000	1.212.000	606.000	0
Equipo de Transporte	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000
Depreciación Acumulada		-4.000.000	-8.000.000	-12.000.000	-16.000.000	-20.000.000
Equipo de Transporte	20.000.000	16.000.000	12.000.000	8.000.000	4.000.000	0
Equipo de Oficina	7.500.000	7.500.000	7.500.000	7.500.000	7.500.000	7.500.000
Depreciación Acumulada		-1.500.000	-3.000.000	-4.500.000	-6.000.000	-7.500.000
Equipo de Oficina	7.500.000	6.000.000	4.500.000	3.000.000	1.500.000	0
Total Activos Fijos:	43.790.000	36.358.000	28.926.000	21.494.000	14.062.000	6.630.000
Total Otros Activos Fijos	0	0	0	0	0	0
ACTIVO	94.054.276	76.540.321	98.836.508	120.297.466	152.908.976	200.460.778
Pasivo						
Impuestos X Pagar	0	346.500	10.870.577	16.387.810	22.812.316	30.938.804
Obligaciones Financieras	59.054.276	47.243.421	35.432.566	23.621.710	11.810.855	0
PASIVO	59.054.276	47.589.921	46.303.142	40.009.521	34.623.171	30.938.804
Patrimonio						
Capital Social	35.000.000	35.000.000	35.000.000	35.000.000	35.000.000	35.000.000
Reserva Legal Acumulada	0	0	0	2.207.057	5.534.279	10.165.870
Utilidades Retenidas	0	0	-4.537.200	9.808.668	31.435.611	61.540.956
Utilidades del Ejercicio	0	-6.049.600	22.070.565	33.272.221	46.315.914	62.815.148
PATRIMONIO	35.000.000	28.950.400	52.533.365	80.287.945	118.285.804	169.521.974
PASIVO + PATRIMONIO	94.054.276	76.540.321	98.836.508	120.297.466	152.908.976	200.460.778

Fuente: Autora del proyecto

La empresa inicia actividades con un alto porcentaje de propiedad de terceras personas, tal como lo registra el total de pasivos, pero este a medida que avanza

el tiempo nos deja que la empresa es de la empresaria casi en su totalidad al finalizar el quinto año; otra de las apreciaciones es que se hace necesario cuando llegue el momento de buscar alternativas para no tener mucho dinero circulante.

7.10 ANÁLISIS RAZONES FINANCIERAS

Tabla 56. Proyección de razones financieras

Indicadores Financieros Proyectados	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Liquidez - Razón Corriente	115,97	6,43	6,03	6,09	6,26
Prueba Acida	106	6	6	6	6
Rotacion cartera (días),	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
Rotación Inventarios (días)	5,0	5,0	5,0	4,9	4,8
Rotacion Proveedores (días)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Nivel de Endeudamiento Total	62,2%	46,8%	33,3%	22,6%	15,4%
Concentración Corto Plazo	0	0	0	1	1
Ebitda / Gastos Financieros	141,7%	560,8%	998,1%	1974,7%	5108,1%
Ebitda / Servicio de Deuda	72,6%	250,3%	363,3%	525,8%	751,0%
Rentabilidad Operacional	2,8%	14,3%	17,4%	20,6%	24,5%
Rentabilidad Neta	-2,5%	7,4%	10,3%	13,0%	16,1%
Rentabilidad Patrimonio	-20,9%	42,0%	41,4%	39,2%	37,1%
Rentabilidad del Activo	-7,9%	22,3%	27,7%	30,3%	31,3%

Fuente: Autora del proyecto

LIQUIDEZ: Por cada peso que la empresa debe, tiene en el primer año 115,97 veces para cancelar y este se ajusta a partir del segundo año a la realidad, ello debido a los altos volúmenes de capital de trabajo que se requiere al iniciar las actividades y pasa a 6.43 en el segundo año y termina el quinto año con el 6.26 veces, lo cual indica que tiene como responder las deudas a corto plazo.

PRUEBA ACIDA: una vez restado los inventarios, la empresa tiene para el primer año 106 veces para cancelar las deudas a corto plazo, y a partir del segunda año 6 veces.

ROTACIÓN DE CARTERA: se toma en promedio una recuperación de la cartera de 5 días, es decir que los clientes estarán cancelando en este tiempo las deudas que contraigan con la empresa por la venta de mercancía.

NIVEL DE ENDEUDAMIENTO: Debido al préstamo que se requiere se inicia con un nivel de endeudamiento del 62,2%, y esta se va disminuyendo hasta llegar al quinto año al 15.4%, lo cual indica que es bueno desde este punto de vista, puesto que la empresa solo tendrá deudas con el estado por el concepto de impuestos.

EBITDA: La utilidad operacional antes de intereses, impuestos, amortizaciones y depreciaciones, indican que la gestión está generando un 141,7% y se va incrementando año tras año.

EBITDA AL SERVICIO DE LA DEUDA: Una vez cancelado los intereses de la deuda, se puede apreciar que la gestión arroja unos óptimos porcentajes iniciando con el 72,6% y llegando en el quinto año a 751%, lo cual es positivo. Porque se cuenta con los suficientes recursos para el normal desarrollo de las funciones de la empresa.

RENTABILIDAD OPERACIONAL: Una vez cancelado todos los costos y gastos en que incurre la empresa, las operaciones están dejan unas utilidades del 2,8% para el primer año, la cual es muy baja; pero pasa para el segundo año a 14,3% y llega al quinto año a 24,5%, lo cual es positivo en la gestión, para el pago de impuestos y demás erogaciones institucionales posteriores.

RENTABILIDAD NETA: Una vez cancelado hasta los impuestos, la empresa deja unas utilidades del -2,5% en el primer año, si bien es negativa, por los factores que se han mencionado, se puede apreciar que a partir del segundo año se inicia el incremento ya llega a 7,4% y en el quinto año a 16,1%, lo cual es significativo.

Nota: Las rentabilidades a partir del segundo año se incrementan debido a que la empresa desarrolla actividades durante los doce meses, lo cual genera mayores volúmenes de ventas.

7.11 CONCLUSIONES ESTUDIO FINANCIERO

Se puede afirmar que al invertir en la creación de la empresa productora de cárnicos y pre cocidos, estos recursos se recuperan en el segundo año, de igual forma generan una alta rentabilidad, genera óptimos dividendos y trabajo para un grupo de personas de forma permanente, en donde solo se requiere de producir y comercializar el 64% de lo estimado en las proyecciones para obtener un punto de equilibrio, a partir de esta producción se generan utilidades para la inversionista.

8. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

8.1 IMPACTO SOCIAL

La empresa genera un beneficio social desde varios puntos de vista, dentro de los cuales se tiene:

- Generará varios puestos de trabajo fijos (7)
- De igual forma genera empleos indirectos con los proveedores y distribuidores de los productos.
- Desde el punto de vista social de igual forma genera beneficio para los consumidores finales, en donde se facilita la alimentación de las familias Santandereanas.
- Para el estado se generan impuestos, los cuales se podrán reinvertir en beneficio de toda la comunidad.

8.2 IMPACTO AMBIENTAL

La empresa generará una serie de desperdicios por los residuos de carnes, tripas, grasas, las cuales deben ser manejadas óptimamente con el fin de evitar malos olores y la aparición de roedores, cucarachas; al momento de limpieza de estos materiales, se debe evitar que estos se desplacen hasta las cañerías, por lo cual se recomienda colocar recipientes plásticos y de esta forma se evita la contaminación de aguas y ambientales.

Si no se mantiene un manejo acorde con los desechos, pueden generar un impacto negativo de la empresa, lo cual puede llegar a generar no solo pérdidas económicas, sino multas y pérdidas de los mercados.

8.3 EVALUACIÓN FINANCIERA

8.3.1 Valor presente neto

En el estudio del valor presente neto se tuvo en cuenta el 18% de la tasa de oportunidad.

Tabla 57. Valor presente neto

INVERSIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	VALOR PRESENTE NETO
-94.054.276	7.191.450	36.120.100	33.442.093	34.209.210	34.517.842	51.426.418

Fuente: Autora del proyecto

Si la empresa realiza la inversión de \$94'054.276, después de 5 años se ha recuperado la inversión y deja \$51'426.418, lo cual indica que el proyecto es viable desde este punto de vista

8.3.2 Tasa interna de retorno

La tasa de oportunidad que se espera es del 18%, y el proyecto después del estudio arroja una rentabilidad del 34,88%, confirmando que el proyecto es viable.

8.3.3 Periodo de recuperación de la inversión

Tabla 58. Periodo de recuperación

PERIODO	INVERSIÓN	RECUPERACIÓN	SALDO
1	\$ -94.054.276,00	\$ 7.191.449,85	\$ -86.862.826,15
2	\$ -86.862.826,15	\$ 36.120.100,14	\$ -50.742.726,01
3	\$ -50.742.726,01	\$ 33.442.092,62	\$ -17.300.633,39
4	\$ -17.300.633,39	\$ 34.209.209,53	\$ 16.908.576,14
5	\$ 16.908.576,14	\$ 34.517.841,88	\$ 51.426.418,03

Fuente: Autora del proyecto

La inversión será recuperada en el tercer año, lo cual indica que el proyecto es altamente rentable y óptimo para la inversión.

8.3.4 Análisis costo – beneficio

Para determinar el beneficio/costo se traen todos los ingresos a valor presente, de igual forma se hace con los egresos, se realiza la sumatoria de estos datos y posteriormente se divide el total de ingresos sobre el total de egresos.

Tabla 59. Valor presente de los ingresos

PERIODO	INGRESO	VALOR PRESENTE
1	\$238.069.000,00	\$ 201.753.389,00
2	\$297.006.967,53	\$ 213.305.779,00
3	\$324.353.372,70	\$ 197.411.476,00
4	\$355.852.049,18	\$ 183.544.528,00
5	\$390.461.845,35	\$ 170.674.471,00
TOTAL		\$ 966.689.643,00

Fuente: Autora del proyecto

Tabla 60. Valor presente de los egresos

PERIODO	EGRESO	VALOR PRESENTE
0	\$ 94.054.276,00	\$ 94.054.276,00
1	\$ 243.772.100,00	\$ 206.586.525,00
2	\$ 264.065.828,00	\$ 189.647.966,00
3	\$ 274.693.342,00	\$ 167.186.848,00
4	\$ 286.723.818,00	\$ 147.888.955,00
5	\$ 296.707.893,00	\$ 129.693.754,00
TOTAL		\$ 935.058.324,00

Fuente: Autora del proyecto

$B / C = \text{valor presente total ingresos} / \text{valor presente total egresos}$

$B/C = 966.689.643,00 / 935.058.324,00 = 1,034 \text{ veces.}$

8.3.5 Costo anual uniforme equivalente (CAUE)

Al transformar los ingresos y egresos en una cantidad uniforme equivalente, arroja un valor positivo de \$16'450.028, lo cual indica que en promedio anual los recursos son positivos,

8.4 ESCENARIOS DE RIESGOS Y PLANES DE CONTINGENCIA

Al crear la empresa, es necesario estudiar una serie de factores que pueden llegar en un momento determinado perjudicar la empresa naciente, entre ellos se pueden mencionar:

- Tratados de libre comercio
- Estrategias de mercadotecnia de la competencia
- Nuevos entrantes en el mercado

Tabla 61. Escenario de riesgos

Escenarios de riesgo	Planes de contingencia
Tratado de libre comercio	Se hace necesario realizar una cadena productiva, en donde se incluyan a los proveedores que mantengan los precios de las materias primas, la empresa que garantice la calidad de los productos y los distribuidores que ubiquen los productos en un lugar visibles, además garantizando la promoción de los productos para que se roten constantemente.
Estrategias de mercadotecnia de la competencia	Como se mencionó en el punto anterior, con la cadena productiva, es posible competir, además con una buena publicidad y promoción de los productos, en donde los precios sean constantes o se incremente de acuerdo con la inflación, se genere fidelidad entre los distribuidores y consumidores finales.
Nuevos entrantes	En una región como la nuestra, en donde la

Escenarios de riesgo	Planes de contingencia
	economía gira entorno a la famiempresa y microempresa, es necesario estar pendientes de todas aquellas personas que se vienen capacitando y están pensando en montar su empresa. Pero de igual forma se pueden llegar a disminuir este riesgo con los convenios y estudios de mercados constantes, ello para conocer las necesidades de los consumidores finales y distribuidores de los productos

8.5 CONCLUSIONES DE LA EVALUACIÓN DEL PROYECTO

El proyecto desde todos los puntos vista es viable, si se analiza el estudio de mercado arroja buenos resultados, que hacen estipular que se necesita una nueva empresa que elabore productos de acuerdo a los requisitos que exigen los clientes, a pesar que hay empresas dedicadas a la producción de bienes; en el estudio técnico los parámetros que se exigen para este tipo de empresas son de fácil adquisición y el cumplimiento de normas exigidas por el estado para este tipo de industria son de igual forma asequibles,; no se cuenta con los suficientes recursos, pero existen entidades que pueden llegar a patrocinar el proyecto, o en su defecto se puede obtener un crédito financiero, en donde las proyecciones arrojan una viabilidad para la cancelación del mismo.

De acuerdo a todo lo anterior y al estudio financiero se puede afirmar que el proyecto es factible de crear.

9. PLAN DE PUESTA EN MARCHA

Para el presente proyecto es necesario estimar un tiempo de 4 meses para el montaje de la empresa, como a continuación se indica.

Tabla 62. Plan de puesta en marcha

ACTIVIDAD	sep-12				oct-12				nov-12				dic-12			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
LEGALIZACION DE LA EMPRESA	■	■														
ADECUACIÓN DE LA EMPRESA	■	■	■	■	■											
COMPRA MAQUINARIA Y EQUIPOS			■	■	■	■	■									
REGISTRO INVIMA						■	■	■	■							
PENETRACIÓN MERCADO									■	■	■	■	■	■	■	■

Fuente: Autora del proyecto

CONCLUSIONES

Una vez culminado el estudio del presente proyecto, se puede llegar a concluir lo siguiente:

- En el mercado se cuenta con empresas productoras de alimentos y cárnicos, las cuales tienen reconocimiento a nivel local y nacional; pero de igual forma existe un gran porcentaje de comercializadores y consumidores que están en disponibilidad de adquirir los productos de la región, siempre y cuando cumplan con los requisitos que ellos exigen.
- En el estudio técnico se logró comprobar que la maquinaria y demás requisitos que se necesitan para el montaje de la empresa se consiguen a nivel local, y con respecto a los costos y precios de ventas es posible competir en el mercado.
- En la legalización de la empresa si bien es cierto que se exigen una serie de aspectos primordiales como los de INVIMA, en donde se encuentran incluidos los de la Secretaria de Salud, son de fácil cumplimiento para la empresa naciente.
- El análisis financiero y económico representa una viabilidad favorable para la inversión, es tanto así como genera una tasa interna de retorno de 36,25% y la inversión se recupera al tercer año.

Por todo lo anterior se afirma que el proyecto es óptimo para el montaje y penetración en el mercado.

RECOMENDACIONES

Para llevar a cabo el presente estudio se recomienda:

- La empresa debe contactar una visita previa de INVIMA, ello con el fin de recibir las sugerencias y recomendaciones para obtener el certificado que lo faculta para la producción.
- La maquinaria y equipos deben ser adquiridos acordes con la producción, estas deben ser elaboradas dentro de la región, con el fin de disminuir los costos y que estén dentro de los parámetros del tamaño de la empresa.
- Se sugiere que una vez la empresa esté en funcionamiento, se adelante periódicamente estudios de mercados, ello con el fin de conocer los cambios que tiene el mercado constantemente.
- Los trámites legales se deben realizar de acuerdo con las exigencias del estado, ello para evitar sanciones, así como para que se facilite la penetración en el mercado.
- Se debe contar con personal capacitado, con el fin de disminuir los riesgos en pérdida de materias primas o devolución de productos terminados.

Precarsan propone incursionar en otros sectores diferentes de alimentos de la ciudad de Bucaramanga, expandiendo los productos a otra empresas en general que requieran los alimentos, con el fin de reducir sus costos y gastos.

De igual forma se recomienda ampliar las herramientas administrativas de este proyecto, es decir, Balance Score Card, Realizar un análisis de productividad y competitividad de la empresa y un estudio de calidad del proceso y de los productos.

BIBLIOGRAFÍA

BANCO GANADERO. La calidad de la carne bovina. En: Carta Ganadera. Vol. 20, N°. 12. Santa Fe de Bogotá 1998. pp. 39-40

GARCÍA SALAZAR, Jorge. Los mataderos frigoríficos y la explotación industrial de la carne bovina. Ministerio de Agricultura. Instituto colombiano agropecuario, subgerencia de protección a la producción agropecuaria. Santa Fe de Bogotá 1991. 131 p.

MÉNDEZ, Rafael. Formulación y evaluación de proyectos. Enfoque para emprendedores. Editorial: Quebecor World. Bogotá 2004. 304 p.

PIÑEROS GONEZ, Gregorio. “Comercialización de la carne en Colombia”. Universidad Nacional, conferencias. 20 p

PRICE, James y SCHWEIGERT, Bernard. Ciencia de la carne y de los productos cárnicos. Editorial ACRIBIA S.A. Zaragoza. España 1994. 581p.

SENA. “Proceso de preparación de salchicha, mortadela, chorizo, salchichón, jamón, y cortes de carne”. Folletos de 1 al 15..

SCHIFFNER, Eberhard. Elaboración casera de carne y embutidos. Editorial ACRIBIA S.A. Zaragoza. España 1996. 291 p.

http://www.t-businessplan.com/Descarga/ejemplo_plan_empresa.pdf

<http://www.portafolio.co/busquedas/home/resultadoBuscador.php?tipodebusqueda=EMPRESA&q=carnicos&pagActual=10>

http://www.minambiente.gov.co/documentos/ntc_5720_tableros_electricos.pdf

http://www.delbuencomer.com.ar/index_archivos/diccionariogastronomicoespfrangla.htm

ANEXOS

Anexo A. Formato encuesta comercializadoras

ESTUDIO PARA DETERMINAR LA VIABILIDAD DE CREAR UNA EMPRESA DE PRE COCIDOS Y CÁRNICOS EN EL ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA

NOMBRE Y APELLIDOS _____

DIRECCIÓN _____ TELÉFONO _____

1. ¿Dentro de su establecimiento comercializa alimentos pre cocidos y cárnicos?
SI ____ No ____ ¿Por qué? _____

2. ¿Cuáles de los siguientes productos cuales compra con mayor frecuencia?

Arepa de harina ____ Arepas de maíz pelado ____

Chorizos ____ Salchichón ____

Mortadela ____ Otras ____ ¿Cuáles? _____

3. ¿Qué cantidades promedio compra por libras quincenalmente?

Arepa de harina ____ Arepas de maíz pelado ____

Chorizos ____ Salchichón ____

Mortadela ____ Otras ____

4. ¿Cuáles son las marcas que adquiere en la actualidad?

5. ¿Qué características exige el cliente al momento de adquirir el producto?

- Sabor ____ Precio ____ - Salud ____

- Diversidad de producto ____ Otros ____ ¿Cuál? _____

6. ¿Qué le agradecería encontrar de novedoso en los productos pre cocidos y cárnicos?

7. ¿Comercializa productos cárnicos ahumados?

Sí ____ No ____

8. ¿Estaría dispuesto(a) a adquirir los productos pre cocidos y cárnicos a una nueva empresa Santandereana, que le ofrezca productos de la más alta calidad y a precios acordes al mercado?

Sí ____ No ____

¿Por qué? _____

¡GRACIAS POR SU VALIOSA COLABORACIÓN!

Anexo B. Formato encuesta consumidores finales

**ESTUDIO PARA DETERMINAR LA VIABILIDAD DE CREAR UNA EMPRESA
DE PRE COCIDOS Y CÁRNICOS EN EL ÁREA METROPOLITANA DE
BUCARAMANGA**

NOMBRE Y APELLIDOS _____

DIRECCIÓN _____ TELÉFONO _____

1. ¿Dentro de su alimentación compra productos pre cocidos y cárnicos?

SI ____ No ____ ¿Por qué? _____

2. ¿Cuáles de los siguientes productos cuales compra con mayor frecuencia?

Arepa de harina ____ Arepas de maíz pelado ____

Chorizos ____ Salchichón ____

Mortadela ____ Otras ____ ¿Cuáles? _____

3. ¿Qué cantidades promedio compra por libras quincenalmente?

Arepa de harina ____ Arepas de maíz pelado ____

Chorizos ____ Salchichón ____

Mortadela ____ Otras ____

4. ¿Cuál es el precio promedio que cancela por libra?

Arepa de harina \$____ Arepas de maíz pelado \$____

Chorizos \$____ Salchichón \$____

Mortadela \$____ Otras \$____

5. ¿Cuáles son las marcas que adquiere en la actualidad?

6. ¿Qué inconvenientes tiene al momento de adquirir el producto?

Sabor ____

Precio ____ Salud ____

Diversidad de producto ____ Otros ____ ¿Cuál? _____

7. ¿En dónde adquiere los productos?

Almacenes de cadena _____)

Plazas de mercado ____ - Domicilio _____

Otros ____ ¿Cuál? _____

8. ¿Qué le agradecería encontrar de novedoso en los productos pre cocidos y cárnicos?

9. ¿Conoce las bondades de los productos cárnicos ahumados?

Sí ____ No ____

10. ¿De los siguientes productos cárnicos cuales les agradecería adquirir ahumados?

- Salchichón ____ - Chorizos ____

- Mortadela ____ - Salchichas ____

- Otras ____ ¿Cuál? _____

11. ¿Estaría dispuesto(a) a adquirir los productos pre cocidos y cárnicos a una nueva empresa Santandereana, que le ofrezca productos de la más alta calidad y a precios acordes al mercado?

Sí ____ No ____

¿Por qué? _____

¡GRACIAS POR SU VALIOSA COLABORACIÓN!

Anexo C. Maquinaria y equipos






Bucaramanga, 02 de junio de 2012

COTIZACION C-RM_2070

Señor
PRECARSAN
SANDRA CAROLINA JIMNEZ
 Ciudad

Atendiendo su solicitud le enviamos los precios y las características de la maquinaria por usted solicitada:



Maquinaria	Características	capacidad	potencia	Dimensiones	Valor
	Molino de carnes tc-12 torrey * El cabezal, el gusano y la tuerca están contruidos en hierro vaciado con recubrimiento en estaño por inmersión, evitando la corrosión y asegurando la mayor higiene del producto. *incluye un disco una cuchilla y un embudidor en acero inoxidable	80 KG /HORA	*3/4 HP monofásico	Ancho: 21.cm Fondo: 57.cm Alto: 43 cm	\$2.200.000
	Estufa industrial REYMORA * con 4 puestos Dobles de Q -50 y Q25 *cubierta y mueble en acero opaco 304 calibre 18 Patas en acero inoxidable 304 * rejilla superior en HR en varilla cuadrada *bandeja recolectora en lamina acero satinado *quemadores en fundición de aluminio			Fronte*fondo*alto 170 x 50 x 90 cm	\$2.800.000
	Carro bandejero de 2 bandejas REYMORA *de 2 bandejas en acero opaco 304 calibre 18 Patas en acero inoxidable 304 y rodachinas	2 bandejas		Largo 70 cm Ancho 52 cm Alto 90 cm Incluida llanta	\$1.400.000

PRODUCCION Y MANTENIMIENTO DE EQUIPOS INDUSTRIALES PARA LA LINEA DE ALIMENTOS
 MONTAJE DE PLANTAS PARA EL PROCESAMIENTO DE ALIMENTOS
 CRA 18 # 30 - 05 TEL : 6708119 - BUCARAMANGA MOVIL : 315-3090040
 e-mail industrialreymora@hotmail.com nit 63.491.052-8



INDUSTRIAL
REYMORA

LA SOLUCION PARA LO QUE USTED NECESITA


	<p>AUTOCLAVE ELECTRICA Tipo Automática, Capacidad De 30 Litros , Pantalla Lcd Indica Estado De Trabajo, Temperatura: 50°C-126°C, Tiempo De Alcance: 0-99 H</p>				\$14.000.000
	<p>Bascula electrónica *Fabricada en plástico *parte superior en acero inoxidable *garantía un año</p>	Capacidad de 300 kg			\$600.000
	<p>EMPACADORA AL VACIO La tapa superior transparente proporciona la visibilidad clara para las operaciones de empaquetado, 10 memorias programables que fijan el sistema, la exhibición individual proporciona la lectura y el funcionamiento fácil. Ideal para los usos en producción, departamentos de investigación y laboratorios. Funciones: Mantener la frescura y el sabor original del alimento, prolongar la vida útil del producto, prevenir las piezas electrónicas y del hardware de la oxidación, disponible para los productos sólidos, polvorientos y líquidos.</p>	Cap. De bomba: 20 Mts3 de vacío		Dimensión de la máquina: 490 x 540 x 510 milímetros Dimensión del compartimiento : 435 x 420 x 170 milímetros	\$9.500.000
	<p>Cuchillo en acero inoxidable Marca Tramontina Para carnicería cacha blanca</p>			12"	unitario \$50.000 Cantidad 2 Total \$100.000

PRODUCCION Y MANTENIMIENTO DE EQUIPOS INDUSTRIALES PARA LA LINEA DE ALIMENTOS
 MONTAJE DE PLANTAS PARA EL PROCESAMIENTO DE ALIMENTOS
 CRA 18 # 30 – 05 TEL : 6708119 – BUCARAMANGA MOVIL : 315-3090040
 e-mail industrialreymora@hotmail.com nit 63.491.052-8



INDUSTRIAL
REYMORA

LA SOLUCION PARA LO QUE USTED NECESITA

	Mesón de Trabajo REYMORA *Cubierta en lámina inoxidable 304 calibre 18 *patas en acero inoxidable *con entrepaño en acero inoxidable *con niveladores en aluminio			Largo* ancho* alto 150cm x 70 cm x 90cm	Valor unitario: 1.500.000 CANTIDAD 3 TOTAL \$4.500.000
---	--	--	--	--	--

Forma de pago	contado
IVA	incluido
Tiempo de entrega	20 días hábiles
Tiempo de oferta	15 días

NOTA: Los fletes de los equipos deberán ser cancelados por el vendedor

Garantía un año

Comienza a contarse a partir de la entrega de la mercancía, incluye todos los repuestos y mano de obra necesarios para reparar los equipos durante el tiempo de vigencia de los mismos. Para los equipos fuera de Bucaramanga se cobran los viáticos por el desplazamiento del técnico.

La garantía no aplicara por desarmados o reparados por personal no autorizados por nuestra empresa. Haber Sido utilizados en trabajos para los cuales no han sido diseñados, por operación inadecuada sin seguir las Instrucciones. Falta de mantenimiento o el uso de accesorios no recomendados.

Los FLETES de los equipos que se traigan para garantía a la empresa serán asumidos por el comprador.

Industrial Reymora agradece a ustedes la invitación a comenzar una relación comercial donde se intercambiara servicios y beneficios.

Cordialmente,

JHON JAIRO MORALES GAVIRIA

Ingeniero Industrial
TP. 6822809847

PRODUCCION Y MANTENIMIENTO DE EQUIPOS INDUSTRIALES PARA LA LINEA DE ALIMENTOS
MONTAJE DE PLANTAS PARA EL PROCESAMIENTO DE ALIMENTOS
CRA 18 # 30 - 05 TEL : 6708119 - BUCARAMANGA MOVIL : 315-3090040
e-mail industrialreymora@hotmail.com nit 63.491.052-8

Anexo D. Muebles y enseres



Fabricamos e Importamos
Hogar, Comercio y Jardín.

www.muñozgaleria.ltada.com

RES. DIAN No. 40000137605
FECHA: 2010/11/30 - AUT. DEL 101 -1500

FACTURA DE VENTA Nº 0962
COTIZACIÓN.

NIT. 900.314.410-1 - REG. COMUN
Calle 33 No. 28-07 - Tel. 6808321 - Cel. 300 6267129
JORNADA CONTINUA DE 8:00 a.m. a 7:00 p.m.

FECHA FACTURA 02 06 12	FECHA VENCIMIENTO	FORMA DE PAGO
---------------------------	-------------------	---------------

SEÑOR(ES): Precarsan. NIT.

DIRECCION:

TELÉFONO: 3165311141 CEL.

CÓDIGO	ESPECIFICACIONES	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
	Escritorio Importado Cromado de 1,50 mt.	1		700.000.
	Silla giratoria Secretarial	1		140.000
	Silla 100 con tapizado asiento	1		750.000.

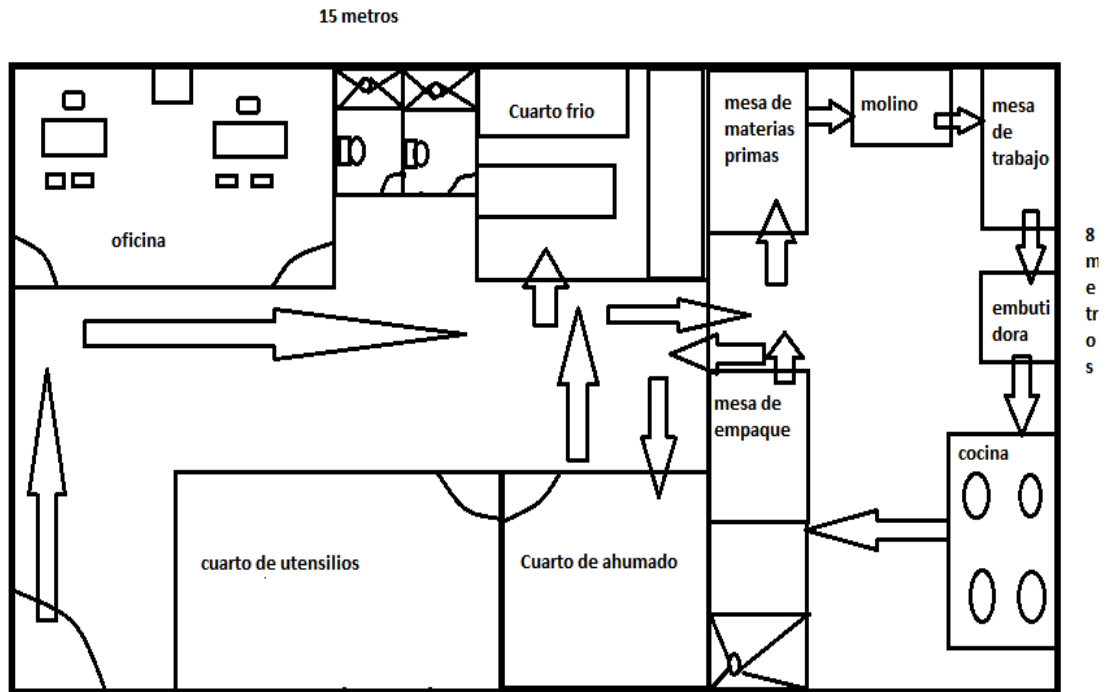
DESPUES DE RECIBIDA LA MERCANCIA NO SE ACEPTAN DEVOLUCIONES
 1. LA PRESENTE FACTURA DE VENTA SE ASIMILA EN TODOS SUS EFECTOS LEGALES A UNA LETRA DE CAMBIO SEGUN ART. 774 DEL C.C.
 2. EN CASO DE MORA EN EL PAGO SE CAUSARA INTERES DE MORA A LA TASA AUTORIZADA POR LA LEY.
 3. POR MEDIO DE LA PRESENTE FACTURA EL COMPRADOR DECLARA HABER RECIBIDO REAL Y MATERIALMENTE LAS MERCANCIAS OBJETO DE LA MISMA Y SE OBLIGA A PAGAR EL PRECIO EN LA FORMA PACTADA EN ESTE DOCUMENTO

SUBTOTAL	
DESCUENTO	
I.V.A.	
RETENCION %	
TOTAL →	

FACTURADO POR: _____ REVISADO: _____ VENDIDO POR: *Liliana*

E-mail: galeriamunoz@hotmail.com - google - muñoz galeria ltda. - www.amarillasinternet.com / muñozgaleria.ltada.

Anexo E. distribución de planta



Anexo F. Recetario

QUESADILLAS CON SALCHICHAS

INGREDIENTES (5 porciones)

5 tortillas de trigo (las hace o las compra hechas)

5 tajadas de queso

1 cucharada de aceite

3 chorizos PRECARSAN

1/4 de cebolla cabezona

2 huevos

Pizca de sal

Preparación

Caliente el aceite en el sartén, corte el chorizo en tajaditas y dórelo a fuego lento. Pele y corte la cebolla en tiritas, añádala al sartén y sofría unos 10 minutos hasta que esté dorada y tierna. En una taza, bata los huevos con una pizca de sal y agréguelos al sartén. Revuelva hasta que el huevo no esté muy duro. Ponga una cucharada de relleno en cada una de las quesadillas, dóblelas y póngalas sobre la plancha previamente caliente para que se doren por ambos caras.

Sírvalas calientes, adorne con cilantro o acompañarlas con ensalada de aguacate

AREPA DE MAÍZ BLANCO CON HUEVOS REVUELTOS

INGREDIENTES

Arepa (Blanco o pelado) PRECARSAN

Huevos revueltos

Mortadela PRECARSAN

Preparación

Freír la arepa PRECARSAN, hacer los huevos revueltos y colocarlos encima de la arepa y agregue la mortadela PRECARSAN. Fácil de preparar y rápida.

ENSALADA DE PAPA CON SALCHICHA PRECARSAN (4 porciones)

Ingredientes

6 Salchichas PRECARSAN

3 libras de papa

1/2 libra de arveja

1/2 libra de maíz tierno

1 pimentón rojo

2 cebollas cabezonas

Mayonesa al gusto

Sal

Perejil

Preparación

Cocine las papas, zanahorias y las arvejas por separado. Pele bien las papas y cocínelas y picar en cuadritos las zanahorias, corte en rodajas las salchichas

PRECARSAN y las cebollas; el pimentón córtelo en cuadritos pequeños; mezcle los ingredientes cocinados, el maíz tierno y agregue la mayonesa

PASTA CON CHORIZO PRECARSAN (4 porciones)

INGREDIENTES

6 Chorizos PRECARSAN, freírlo previamente
250 gramos de pasta (preparada tradicionalmente)
1/2 taza de pimentón rojo picado
1/2 taza de pimentón verde picado
1 libra de tomate picado
1 diente de ajo machacado
2 cucharada de salsa de tomate
2 cucharadas de aceite
1/2 cubo de caldo de gallina, sal, tomillo y laurel al gusto

Preparación

Sofría la cebolla, los tomates picados, el pimentón, el ajo y medio cubo de caldo de gallina durante 5 minutos. Luego añada el chorizo PRECARSAN cortado en rodajas y saltee a fuego lento durante 1 minuto.

Cocine la pasta hasta que esté al dente. Escúrrala e incorpore a la sartén mezcle bien.

CHORIZO PRECARSAN CON PATACÓN (4 porciones)

INGREDIENTES

4 Chorizos PRECARSAN
2 plátanos verdes
1/2 libra de papa criolla

Aceite para freír

Limón

Ají casero

Preparación

Ase el chorizo PRECARSAN en una sartén por 10 minutos aproximadamente. Aparte, prepare los patacones (para darles un mejor sabor, báñelos en caldo de ajo) y la papa criolla.

En una tabla de madera o en una bandeja de barro, ponga los chorizos, los patacones y la papa. Por último decore con rodajas de limón y acompañe con ají casero.

CAZUELA CON ARVEJAS Y SALCHICHAS PRECARSAN

INGREDIENTES (4 porciones)

1 Libra de salchicha PRECARSAN cortada en trozos

1 libra de arvejas

1 cebolla cabezona finamente cortada

4 cucharadas de mantequilla

1 taza de leche

1 cucharada de salsa de tomate

1 taza de champiñones pequeños

1/4 de taza de harina de trigo cernida

Sal y pimienta al gusto

Preparación

Sofría la cebolla en la mantequilla hasta que dore; incorpore la harina y la leche, mezclando sin producir grumos; condimente con sal, pimienta y salsa de tomate;

luego, agregue salchicha PRECARSAN, las arvejas previamente cocidas, los champiñones y deje cocinar a fuego medio de 5 a 10 minutos revolviendo constantemente. Baje del fuego y añada la crema de leche.

Anexo G. Manual de funciones

I. IDENTIFICACIÓN

Día	Mes	Año	Nombre del Cargo: Administrador
Departamento: Administración			Sección:
Cargo Jefe Inmediato: Junta de Socios		Supervisa a: Todos los Empleados	
Naturaleza del cargo: Administrar, Coordinar y Ejecutar labores de desarrollo y buen funcionamiento de la empresa			

II. FUNCIONES.

<p>Usar la firma o razón social.</p> <p>Realizar las actividades necesarias para el cumplimiento del objeto social.</p> <p>Cumplir las funciones de Jefe de personal.</p> <p>Ejercer funciones de compras y mercadeo.</p> <p>Presentar los informes que la Junta de Socios le exija.</p> <p>Cumplir las funciones de tesorero.</p> <p>Designar a la secretaria y demás empleados.</p> <p>Convocar a la junta general de socios a reuniones ordinarias y extraordinarias.</p> <p>Nombrar los árbitros que correspondan a la sociedad en virtud de los compromisos, cuando así lo autorice la junta general de socios.</p> <p>Fijar los objetivos de la empresa</p> <p>Establecer canales y mecanismos de comunicación</p> <p>Realizar programas de evaluación y mejoramiento institucional.</p> <p>Las demás que sean indispensables para el normal funcionamiento de la empresa .</p>

III. REQUISITOS.

Factores		Especificaciones
1 Conocimiento y Habilidades	Educación	Profesional en ciencias económicas o ingeniería industrial.
	Experiencia	2 años de experiencia en cargos similares.

Factores		Especificaciones
	Complejidad	Se desarrollan nuevas ideas. Se siguen normas y procedimientos. Se solucionan problemas.
2 Responsabilidad	Por Supervisión	Coordinar actividades variadas de todo el personal a su cargo.
	Por Manejo Varios	Tiene responsabilidad por manejo de dinero y valores.
	Por relaciones con el Público	Frecuentemente maneja público como clientes externos y proveedores.
3 Esfuerzo	Mental	Alto.
	Visual	Mediano
	Físico	Bajo
	Medio ambiente	Óptimo .

I. IDENTIFICACIÓN

Día	Mes	Año	Nombre del Cargo: Secretaria
Departamento: Administración			Sección:
Cargo Jefe Inmediato: Administrador			Supervisa a: Ninguno
Naturaleza del cargo: Colaborar en la funciones administrativas de la empresa			

II. FUNCIONES.

<ul style="list-style-type: none"> - Archivar correspondencia - Digitar documentos - Ser la recepcionista de la empresa - Atender clientes y proveedores - Llevar la agenda del administrador - Tomar notas en las reuniones - Organizar y sistematizar la información de la empresa - Servir de contacto con los demás departamentos de la empresa - Organizar la asamblea general
--

- Llevar el registro de compromisos de la empresa
Las demás que sean indispensables para el normal funcionamiento de la empresa .

III. REQUISITOS.

Factores		Especificaciones
1 Conocimiento y Habilidades	Educación	Tecnóloga en Administración de empresa.
	Experiencia	2 años de experiencia similar.
	Complejidad	Tener conocimiento en el manejo de Timax Conocimientos y experiencia en ofimática Relaciones humanas.
2 Responsabilidad	Por Supervisión	Coordina actividades variadas de toda la empresa.
	Por Manejo Varios	Tiene responsabilidad por manejo de caja menor y equipos de oficina bajo su responsabilidad
	Por relaciones con el Público	Frecuentemente maneja público que solicita información y atiende clientes internos, externos y proveedores
3 Esfuerzo	Mental	Medio.
	Visual	Normal
	Físico	Normal
	Medio ambiente	Óptimo .

I. IDENTIFICACIÓN

Día	Mes	Año	Nombre del Cargo: Mensajero
Departamento: Administración			Sección:
Cargo Jefe Inmediato: Administrador			Supervisa a: Ninguno
Naturaleza del cargo: Coordinar entrega de mercancía			

II. FUNCIONES.

<ul style="list-style-type: none"> - Diseñar los recorridos de entrega de mercancía - Desarrollar estrategias y programas de mejoramiento - Colaborar en el empaque de acuerdo con los pedidos - Velar por la entrega oportuna de los pedidos - Cuidar el vehículo de transporte - Recibir los productos devueltos por los clientes <p>Las demás que sean indispensables para el normal funcionamiento de la empresa .</p>
--

III. REQUISITOS.

Factores		Especificaciones
1 Conocimiento y Habilidades	Educación	Técnico .
	Experiencia	1 año de experiencia similar.
	Complejidad	Generar estrategias constantemente.
2 Responsabilidad	Por Supervisión	Coordina actividades Entrega de pedidos
	Por Manejo Varios	Tiene responsabilidad por manejo de productos, vehículo de la empresa y elementos de transporte
	Por relaciones con el Público	Frecuentemente maneja público como los clientes y compañeros de trabajo.
3 Esfuerzo	Mental	Normal.
	Visual	Normal
	Físico	Alto
	Medio ambiente	Normal.

I. IDENTIFICACIÓN

Día	Mes	Año	Nombre del Cargo: Asesor de Ventas
Departamento: Administración			Sección:
Cargo Jefe Inmediato: Administrador			Supervisa a: Ninguno
Naturaleza del cargo: Impulsar las ventas de los productos de la empresa			

II. FUNCIONES.

<p>Elaborar y controlar la ejecución del presupuesto del departamento</p> <ul style="list-style-type: none"> -Coordinar la distribución de los productos elaborados por la empresa -Supervisar al personal de ventas -Promover y adelantar campañas de publicidad y promoción - Establecer informes periódicos a la gerencia sobre el comportamiento de las ventas - Atender los pedidos realizados a la empresa - Atender los puntos de distribución de la empresa - Manejar las relaciones de ventas directamente con los clientes finales - Realizar actividades de promoción de los productos de la empresa - Velar por la buena imagen de los productos - Promocionar los productos con los diferentes agentes de comercialización (mayoristas, minoristas y puntos de ventas) - Buscar nuevos mercados para la distribución de los productos - y demás funciones correspondientes a su cargo.

III. REQUISITOS.

Factores		Especificaciones
1 Conocimiento y Habilidades	Educación	Tecnólogo en mercadeo
	Experiencia	2 años de experiencia similar.
	Complejidad	Generar estrategias de mercadeo Estudio constante de clientes Conocimientos de ofimática

<i>2 Responsabilidad</i>	Por Supervisión	Coordina actividades variadas de comercialización
	Por Manejo Varios	Tiene responsabilidad por manejo de productos y cobro de cartera.
	Por relaciones con el Público	Frecuentemente maneja público externo (clientes) e internos de la empresa.
3 Esfuerzo	Mental	Normal.
	Visual	Normal
	Físico	Normal
	Medio ambiente	Normal.

I. IDENTIFICACIÓN

Día	Mes	Año	Nombre del Cargo: Contador
Departamento: Administración			Sección:
Cargo Jefe Inmediato: Administrador			Supervisa a: Ninguno
Naturaleza del cargo: Llevar al día los datos financieros de la empresa			

II. FUNCIONES.

Llevar la contabilidad de la empresa Las demás que sean indispensables para el normal funcionamiento de la empresa.
--

III. REQUISITOS.

Factores		Especificaciones
1 Conocimiento y Habilidades	Educación	Carrera Universitaria relacionada con el cargo.
	Experiencia	1 a 2 años de experiencia similar.

	Complejidad	Se desarrollan nuevas ideas. Se siguen normas y procedimientos. Se solucionan problemas.
<i>2 Responsabilidad</i>	Por Supervisión	Coordina actividades variadas de todo el personal a su cargo.
	Por Manejo Varios	Tiene responsabilidad por manejo de dinero y valores.
	Por relaciones con el Público	Frecuentemente maneja público que solicita información.
3 Esfuerzo	Mental	Se requiere esfuerzo mental alto.
	Visual	
	Físico	
	Medio ambiente	Un requerimiento normal.

I. IDENTIFICACIÓN

Día	Mes	Año	Nombre del Cargo: Tecnólogo en alimentos
Departamento: Administración			Sección:
Cargo Jefe Inmediato: Administrador			Supervisa a: Auxiliares de producción
Naturaleza del cargo: Desarrollar la producción de acuerdo a los pedidos			

II. FUNCIONES.

<ul style="list-style-type: none"> - Programar y ejecutar los programas de producción de la empresa - Ejercer control de calidad sobre los productos elaborados en la planta - Rendir informes periódicos - Generar el listado de pedido de acuerdo a los pedidos y almacén de materias primas - Desarrollar nuevos procesos productivos - Elaborar nuevos productos de acuerdo al mercado - Supervisar a los auxiliares de cocina - Llevar el inventarios de materias primas - Llevar el inventario de productos terminados

- Desarrollar controles sobre los bienes de la empresa bajo su mando
- Demás funciones propias de su cargo

III. REQUISITOS.

Factores		Especificaciones
1 Conocimiento y Habilidades	Educación	Tecnólogo en cocina
	Experiencia	2 años de experiencia similar.
	Complejidad	Se desarrollan nuevas ideas. Se siguen normas y procedimientos. Se solucionan problemas.
2 Responsabilidad	Por Supervisión	Coordina actividades variadas de todo el personal a su cargo.
	Por Manejo Varios	Tiene responsabilidad por manejo de maquinaria y herramientas de producción.
	Por relaciones con el Público	Frecuentemente maneja comunicación directa con el vendedor y mensajero de la empresa
3 Esfuerzo	Mental	Normal.
	Visual	Normal
	Físico	Normal
	Medio ambiente	Normal.

I. IDENTIFICACIÓN

Día	Mes	Año	Nombre del Cargo: Auxiliares de producción.
Departamento: Administración			Sección:
Cargo Jefe Inmediato: Cheff			Supervisa a: Ninguno
Naturaleza del cargo: Colaborar en las labores de producción			

II. FUNCIONES.

<ul style="list-style-type: none"> - Llevar a cabo las funciones de producción asignadas por el cheff - Recepcionar y almacenar las materias primas dentro de la planta - Selección y clasificación de las materias primas - Realizar el proceso de curación de la carne - Preparar la pasta para los cárnicos - Embutir la pasta - Empacar los cárnicos - Almacenar los productos terminados - Preparar los ingredientes para las arepas - Preparar las pasta para las arepas - Producir los pedidos - Almacenar los productos terminados - Velar por el buen cuidado de los elementos de producción - Entrega de pedidos - Demás funciones propias de su cargo

III. REQUISITOS.

Factores		Especificaciones
1 Conocimiento y Habilidades	Educación	Técnico en cocina
	Experiencia	1 año de experiencia similar.
	Complejidad	Se siguen normas y procedimientos. Se solucionan problemas.
2 Responsabilidad	Por Supervisión	Coordina actividades variadas de toda la producción.
	Por Manejo Varios	Tiene responsabilidad por manejo de elementos de trabajo
	Por relaciones con el Público	Tiene relación con clientes internos.
3 Esfuerzo	Mental	Normal.
	Visual	Normal
	Físico	Normal
	Medio ambiente	Regular.

Anexo H. Escala salarial

NOMBRE DEL PUESTO AUXILIAR DE PRODUCCIÓN

DIVISIÓN / DEPARTAMENTO PRODUCCIÓN

I. REQUISITOS MENTALES

A. INSTRUCCIÓN O ESCOLARIDAD

- () = a. instrucción primaria
- () = b. Instrucción secundaria
- (X) = c. Instrucción preparatoria
- () = b. Instrucción superior

B. EXPERIENCIA PROFESIONAL ANTERIOR

- (X) = a. Experiencia previa de 6 meses
- () = b. Experiencia previa de 1 año
- () = c. Experiencia previa de 2 años
- () = d. Experiencia previa de 3 años o más.

II. REQUISITOS FÍSICOS

C. ESFUERZO FÍSICO NECESARIO PARA EL CARGO

- () = a. Trabajo liviano sin ningún esfuerzo físico
- () = b. Trabajo liviano con poco esfuerzo físico
- (X) = c. Trabajo regular con algún esfuerzo físico
- () = d. Trabajo pesado con mucho esfuerzo físico

D. CONCENTRACIÓN NECESARIA

- () = a. Trabajo simple y sin ninguna concentración
- (X) = b. Trabajo regular y con poca concentración
- () = c. Trabajo cansador con alguna concentración

= d. Trabajo desgastante con excesiva concentración

III. RESPONSABILIDAD DEL CARGO

E. RESPONSABILIDAD POR MAQUINARIA Y EQUIPOS

= a. El ocupante no trabaja con maquinaria y equipos

= b. Muy poca responsabilidad con los bienes de la empresa

= c. Alguna responsabilidad con los bienes de la empresa

= d. Mucha responsabilidad con los bienes de la empresa

F. RESPONSABILIDAD POR DINERO

= a. El ocupante no trabaja con dinero de la empresa

= b. El ocupante trabajo con poco dinero de la empresa

= c. El ocupante trabaja con algún dinero de la empresa

= d. El ocupante trabaja con mucho dinero de la empresa

NOMBRE DEL PUESTO TECNÓLOGO DE ALIMENTOS_____

DIVISIÓN / DEPARTAMENTO PRODUCCIÓN_____

I. REQUISITOS MENTALES

A. INSTRUCCIÓN O ESCOLARIDAD

= a. instrucción primaria

= b. Instrucción secundaria

= c. Instrucción preparatoria

= b. Instrucción superior

B. EXPERIENCIA PROFESIONAL ANTERIOR

= a. Experiencia previa de 6 meses

= b. Experiencia previa de 1 año

- () = c. Experiencia previa de 2 años
- () = d. Experiencia previa de 3 años o más.

II. REQUISITOS FÍSICOS

C. ESFUERZO FÍSICO NECESARIO PARA EL CARGO

- () = a. Trabajo liviano sin ningún esfuerzo físico
- () = b. Trabajo liviano con poco esfuerzo físico
- (X) = c. Trabajo regular con algún esfuerzo físico
- () = d. Trabajo pesado con mucho esfuerzo físico

D. CONCENTRACIÓN NECESARIA

- () = a. Trabajo simple y sin ninguna concentración
- () = b. Trabajo regular y con poca concentración
- (X) = c. Trabajo cansador con alguna concentración
- () = d. Trabajo desgastante con excesiva concentración

III. RESPONSABILIDAD DEL CARGO

E. RESPONSABILIDAD POR MAQUINARIA Y EQUIPOS

- () = a. El ocupante no trabaja con maquinaria y equipos
- () = b. Muy poca responsabilidad con los bienes de la empresa
- (X) = c. Alguna responsabilidad con los bienes de la empresa
- () = d. Mucha responsabilidad con los bienes de la empresa

F. RESPONSABILIDAD POR DINERO

- (X) = a. El ocupante no trabaja con dinero de la empresa
- () = b. El ocupante trabajo con poco dinero de la empresa
- () = c. El ocupante trabaja con algún dinero de la empresa
- () = d. El ocupante trabaja con mucho dinero de la empresa

NOMBRE DEL PUESTO SECRETARIA

DIVISIÓN / DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO

I. REQUISITOS MENTALES

A. INSTRUCCIÓN O ESCOLARIDAD

- () = a. instrucción primaria
- () = b. Instrucción secundaria
- (X) = c. Instrucción preparatoria
- () = b. Instrucción superior

B. EXPERIENCIA PROFESIONAL ANTERIOR

- (X) = a. Experiencia previa de 6 meses
- () = b. Experiencia previa de 1 año
- () = c. Experiencia previa de 2 años
- () = d. Experiencia previa de 3 años o más.

II. REQUISITOS FÍSICOS

C. ESFUERZO FÍSICO NECESARIO PARA EL CARGO

- () = a. Trabajo liviano sin ningún esfuerzo físico
- (X) = b. Trabajo liviano con poco esfuerzo físico
- () = c. Trabajo regular con algún esfuerzo físico
- () = d. Trabajo pesado con mucho esfuerzo físico

D. CONCENTRACIÓN NECESARIA

- () = a. Trabajo simple y sin ninguna concentración
- (X) = b. Trabajo regular y con poca concentración
- () = c. Trabajo cansador con alguna concentración
- () = d. Trabajo desgastante con excesiva concentración

III. RESPONSABILIDAD DEL CARGO

E. RESPONSABILIDAD POR MAQUINARIA Y EQUIPOS

- () = a. El ocupante no trabaja con maquinaria y equipos
- (X) = b. Muy poca responsabilidad con los bienes de la empresa
- () = c. Alguna responsabilidad con los bienes de la empresa
- () = d. Mucha responsabilidad con los bienes de la empresa

F. RESPONSABILIDAD POR DINERO

- () = a. El ocupante no trabaja con dinero de la empresa
- (X) = b. El ocupante trabajo con poco dinero de la empresa
- () = c. El ocupante trabaja con algún dinero de la empresa
- () = d. El ocupante trabaja con mucho dinero de la empresa

NOMBRE DEL PUESTO MENSAJERO

DIVISION / DEPARTAMENTO COMERCIALIZACIÓN

I. REQUISITOS MENTALES

A. INSTRUCCIÓN O ESCOLARIDAD

- () = a. instrucción primaria
- () = b. Instrucción secundaria
- (X) = c. Instrucción preparatoria
- () = b. Instrucción superior

B. EXPERIENCIA PROFESIONAL ANTERIOR

- (X) = a. Experiencia previa de 6 meses
- () = b. Experiencia previa de 1 año
- () = c. Experiencia previa de 2 años

() = d. Experiencia previa de 3 años o más.

II. REQUISITOS FÍSICOS

C. ESFUERZO FÍSICO NECESARIO PARA EL CARGO

() = a. Trabajo liviano sin ningún esfuerzo físico

() = b. Trabajo liviano con poco esfuerzo físico

(X) = c. Trabajo regular con algún esfuerzo físico

() = d. Trabajo pesado con mucho esfuerzo físico

D. CONCENTRACIÓN NECESARIA

() = a. Trabajo simple y sin ninguna concentración

(X) = b. Trabajo regular y con poca concentración

() = c. Trabajo cansador con alguna concentración

() = d. Trabajo desgastante con excesiva concentración

III. RESPONSABILIDAD DEL CARGO

E. RESPONSABILIDAD POR MAQUINARIA Y EQUIPOS

() = a. El ocupante no trabaja con maquinaria y equipos

() = b. Muy poca responsabilidad con los bienes de la empresa

(X) = c. Alguna responsabilidad con los bienes de la empresa

() = d. Mucha responsabilidad con los bienes de la empresa

F. RESPONSABILIDAD POR DINERO

(X) = a. El ocupante no trabaja con dinero de la empresa

() = b. El ocupante trabajo con poco dinero de la empresa

() = c. El ocupante trabaja con algún dinero de la empresa

() = d. El ocupante trabaja con mucho dinero de la empresa

NOMBRE DEL PUESTO ASESOR DE VENTAS

DIVISIÓN / DEPARTAMENTO COMERCIALIZACIÓN

I. REQUISITOS MENTALES

A. INSTRUCCIÓN O ESCOLARIDAD

() = a. instrucción primaria

() = b. Instrucción secundaria

(X) = c. Instrucción preparatoria

() = b. Instrucción superior

B. EXPERIENCIA PROFESIONAL ANTERIOR

() = a. Experiencia previa de 6 meses

(X) = b. Experiencia previa de 1 año

() = c. Experiencia previa de 2 años

() = d. Experiencia previa de 3 años o más.

II. REQUISITOS FÍSICOS

C. ESFUERZO FÍSICO NECESARIO PARA EL CARGO

() = a. Trabajo liviano sin ningún esfuerzo físico

(X) = b. Trabajo liviano con poco esfuerzo físico

(X) = c. Trabajo regular con algún esfuerzo físico

() = d. Trabajo pesado con mucho esfuerzo físico

D. CONCENTRACIÓN NECESARIA

() = a. Trabajo simple y sin ninguna concentración

() = b. Trabajo regular y con poca concentración

(X) = c. Trabajo cansador con alguna concentración

() = d. Trabajo desgastante con excesiva concentración

III. RESPONSABILIDAD DEL CARGO

E. RESPONSABILIDAD POR MAQUINARIA Y EQUIPOS

- () = a. El ocupante no trabaja con maquinaria y equipos
- (X) = b. Muy poca responsabilidad con los bienes de la empresa
- () = c. Alguna responsabilidad con los bienes de la empresa
- () = d. Mucha responsabilidad con los bienes de la empresa

F. RESPONSABILIDAD POR DINERO

- () = a. El ocupante no trabaja con dinero de la empresa
- (X) = b. El ocupante trabajo con poco dinero de la empresa
- () = c. El ocupante trabaja con algún dinero de la empresa
- () = d. El ocupante trabaja con mucho dinero de la empresa

NOMBRE DEL PUESTO ADMINISTRADOR

DIVISION / DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO

I. REQUISITOS MENTALES

A. INSTRUCCIÓN O ESCOLARIDAD

- () = a. instrucción primaria
- () = b. Instrucción secundaria
- () = c. Instrucción preparatoria
- (X) = b. Instrucción superior

B. EXPERIENCIA PROFESIONAL ANTERIOR

- () = a. Experiencia previa de 6 meses
- () = b. Experiencia previa de 1 año
- (X) = c. Experiencia previa de 2 años
- () = d. Experiencia previa de 3 años o más.

II. REQUISITOS FÍSICOS

C. ESFUERZO FÍSICO NECESARIO PARA EL CARGO

- = a. Trabajo liviano sin ningún esfuerzo físico
- = b. Trabajo liviano con poco esfuerzo físico
- = c. Trabajo regular con algún esfuerzo físico
- = d. Trabajo pesado con mucho esfuerzo físico

D. CONCENTRACIÓN NECESARIA

- = a. Trabajo simple y sin ninguna concentración
- = b. Trabajo regular y con poca concentración
- = c. Trabajo cansador con alguna concentración
- = d. Trabajo desgastante con excesiva concentración

III. RESPONSABILIDAD DEL CARGO

E. RESPONSABILIDAD POR MAQUINARIA Y EQUIPOS

- = a. El ocupante no trabaja con maquinaria y equipos
- = b. Muy poca responsabilidad con los bienes de la empresa
- = c. Alguna responsabilidad con los bienes de la empresa
- = d. Mucha responsabilidad con los bienes de la empresa

F. RESPONSABILIDAD POR DINERO

- = a. El ocupante no trabaja con dinero de la empresa
- = b. El ocupante trabajo con poco dinero de la empresa
- = c. El ocupante trabaja con algún dinero de la empresa
- = d. El ocupante trabaja con mucho dinero de la empresa

La ponderación se estima de acuerdo a las necesidades que tiene la empresa en forma general para todos los empleados, estos se evalúan partiendo de los

factores anteriormente estudiados, al factor a se multiplica por 2 para determinar el b, por 3 para el c y por 4 para el d.

Tabla 1. Asignación de grados

FACTORES DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN	GRADOS			
		A	b	c	D
Instrucción escolar	20	20	40	60	80
Experiencia profesional	20	20	40	60	80
Esfuerzo físico	10	10	20	30	40
Concentración necesaria	15	15	30	45	60
Responsabilidad por maquinaria y equipos	15	15	30	45	60
Responsabilidad por dinero	20	20	40	60	80
TOTAL	100%				

Fuente: Autora del proyecto

Tabla. 2. Puntuación por puesto

PUESTOS A SE EVALUADOS		Instrucción Escolar	Experiencia	Esfuerzo Físico	Concentración	Maquinaria	Dinero	Total de Puntos
AUXILIAR DE PRODUCCIÓN	grados	C	A	C	B	B	A	
	puntos	60	20	30	30	30	20	190
TECNÓLOGO EN ALIMENTOS	grados	C	B	C	C	C	A	
	puntos	60	40	30	45	45	20	240
SECRETARIA	grados	C	A	B	B	B	B	
	puntos	60	20	20	30	30	40	200
MENSAJERO	grados	C	A	C	B	C	A	
	puntos	60	20	30	30	45	20	205
ASESOR DE VENTAS	Grados	C	B	B	C	B	B	
	Puntos	60	40	20	45	30	40	235
ADMINISTRADOR	grados	D	C	B	D	D	D	
	puntos	80	60	20	60	60	80	380

Fuente: Autora del proyecto

Se resta el puntaje máximo (380) y el mínimo (190), este se divide entre las clases de puestos (4), lo cual da 47,5 (amplitud del intervalo), se parte del límite inferior y

se le adiciona la amplitud del intervalo encontrado hasta llegar al límite superior, de igual forma se realiza con los salarios.

Con respecto a los salario al puntaje mínimo le corresponde el salario mínimo legal vigente (\$566.700) y el máximo es colocado por la autora del proyecto (\$1'500.000), se realiza la diferencia entre los salarios y esta diferencia se divide en las clases, lo cual arroja \$233.3235, amplitud del intervalo de salarios.

Tabla 3. Escalas salariales

CLASES DE PUESTOS	VALORES EN PUNTOS	TABULACIÓN SALARIAL
I	DE 190 A 237,5	DE \$566.700 A \$800.025
II	DE 237,6 A 285	DE \$800.026 A \$1'033.350
II	DE 285,1 A 332,5	DE \$1'033.350 A \$1'266.675
IV	DE 332,6 A 380	DE \$1'266.675 A \$1'500.000

Fuente: Autora del proyecto

Para adelantar la presente escala salarial se toma el puntaje máximo y el mínimo, y a ellos se les asigna de igual forma el máximo salario y el salario mínimo legal vigente; los demás cargos deben estar dentro de los respectivos rangos de acuerdo a los puntos obtenidos, para ello se aplica una interpolación.

Auxiliar de producción = 190 puntos Salario Mínimo \$566.700

TECNÓLOGO EN ALIMENTOS = 240 puntos

El puntaje del cheff se encuentra dentro del rango II en valores de puntos (237,6 a 285), al puntaje del cargo se le resta el límite inferior del rango (240).

$240 - 237,5 = 2,5$ puntos

Una vez determinada la diferencia se realiza una regla de tres, siendo la amplitud del intervalo equivalente a la amplitud del intervalo de salario, a este resultado se le adiciona el salario mínimo del rango (\$800.026).

47,5 ----- \$233.325

2,5 ----- X \$12.280 + 800.026 = \$812.306 Salario Básico

Secretaria = 200 puntos

200 - 190 = 10 puntos

47,5 ----- \$233.325

10 ----- x \$49.121 + 566.700 \$ 615.821 Salario Básico

Mensajero = 205 puntos

205 - 15 = 35 puntos

47,5 ----- \$233.325

15 ----- x \$73.61 + \$566.700 \$640.381 Salario Básico

Asesor de ventas = 235 puntos

235 - 190 = 45

47,5 ----- \$233.325

45 ----- x \$221.045 + 566.700 = \$787.745 Salario Básico

Administrador = 380 puntos Salario Básico \$\$1'500.000

Anexo I. Escritura de Constitución

En la ciudad de Bucaramanga (Santander), a los diez días del mes de enero del año dos mil doce, la Señora: **SANDRA CAROLINA JIMÉNEZ FONSECA**, de nacionalidad Colombiana, identificada con la cédula de Ciudadanía No: **1098664986** de Bucaramanga Santander, domiciliado en la ciudad de Bucaramanga, declara previamente al establecimiento y a la firma de los presentes estatutos-, haber decidido constituir una sociedad por acciones simplificada denominada **PRECOCIDOS Y CÁRNICOS DE SANTANDER S.A.S (PRECARSAN S.A.S)** . Para realizar cualquier actividad civil o comercial lícita, por término indefinido de duración, con un capital suscrito de **(\$35.000.000,00)**, dividido en (1) acciones ordinarias de valor nominal de **(\$35.000.000,00)** cada una, que ha sido liberada en su totalidad.

Una vez formulada la declaración que antecede, la suscrita ha establecido, así mismo, los estatutos de la sociedad por acciones simplificada que por el presente acto se crea.

ESTATUTOS

Capítulo I Disposiciones generales

Artículo 1º. Forma.- La compañía que por este documento se constituye es una sociedad por acciones simplificada, de naturaleza comercial, que se denominará **PRECOCIDOS Y CÁRNICOS DE SANTANDER S.A.S (PRECARSAN S.A.S)** Regida por las cláusulas contenidas en estos estatutos, en la Ley 1258 de 2008 y en las demás disposiciones legales relevantes.

En todos los actos y documentos que emanen de la sociedad, destinados a terceros, la denominación estará siempre seguida de las palabras: “**sociedad por acciones simplificada**” o de las iniciales “**SAS**”.

Artículo 2º. Objeto social.- La sociedad tendrá como objeto principal A) Elaboración de arepas y demás productos derivados de maíz blanco y amarillo, B) Elaboración de productos a base de carnes C) Producción de demás productos para el consumo humano D) y demás actividades propias del área de alimentos, como compra – venta de materias primas, producción de equipos, la adquisición de acciones, de cuotas y de intereses en sociedades de cualquier índole y a cualquier título, los que puede conservar en su patrimonio el tiempo que estime conveniente. incluyendo valores de cualquier naturaleza, contraer obligaciones, contribuir como accionista en conformación de otras compañías y asociarse en cualquier ente para negocios accidentales o permanentes aun cuando no tenga relación alguna con las actividades. E) relación actividades de importación o exportación y en general realizar actividades de lícito comercio que le permita de modo cabal cumplir con sus finalidades. F) en desarrollo del objeto social la sociedad podrá ejercer todos los actos y contratos que tenga relación con el objeto social artículo 4.

La sociedad podrá llevar a cabo, en general, todas las operaciones, de cualquier naturaleza que ellas fueren, relacionadas con el objeto mencionado, así como cualesquiera actividades similares, conexas o complementarias o que permitan facilitar o desarrollar el comercio o la industria de la sociedad.

Artículo 3º. Domicilio.- El domicilio principal de la sociedad será la ciudad de Bucaramanga - Santander, La sociedad podrá crear sucursales, agencias o dependencias en otros lugares del país o del exterior, por disposición de la asamblea general de accionistas.

Artículo 4º. Término de duración.- El término de duración será indefinido.

Capítulo II Reglas sobre capital y acciones

Artículo 5º. Capital Autorizado.- El capital autorizado de la sociedad es de **\$35.000.000.00** dividido en **1** acciones de valor nominal de **TREINTA Y CINCO MILLONES DE PESOS M/CTE (\$ 35 .000.000.00)** cada una.

Artículo 6º. Capital Suscrito.- El capital suscrito inicial de la sociedad es de **\$35.000.000.00** dividido en **UNA** acciones de valor nominal de **TREINTA Y CINCO MILLONES DE PESOS M/CTE (\$35.000.000.00)** cada una.

Artículo 7º. Capital Pagado.- El capital pagado de la sociedad es de **35.000.000.00** dividido en **una** acción de valor nominal de **TREINTA Y CINCO MILLONES DE PESOS M/CTE (\$ 35.000.000.00)** cada una.

Parágrafo. Forma y Términos en que se pagará el capital.- El monto de capital suscrito se ha pagado, en dinero efectivo, en el momento antes de llevarlo a registrar el presente documento.

Artículo 8º. Derechos que confieren las acciones.- En el momento de la constitución de la sociedad, todos los títulos de capital emitidos pertenecen a la misma clase de acciones ordinarias. A cada acción le corresponde un voto en las decisiones de la asamblea general de accionistas.

Los derechos y obligaciones que le confiere cada acción a su titular les serán transferidos a quien las adquiere, luego de efectuarse su cesión a cualquier título.

La propiedad de una acción implica la adhesión a los estatutos y a las decisiones colectivas de los accionistas.

Artículo 9º. Naturaleza de las acciones.- Las acciones serán nominativas y deberán ser inscritas en el libro que la sociedad lleve conforme a la ley. Mientras que subsista el derecho de preferencia y las demás restricciones para su enajenación, las acciones no podrán negociarse sino con arreglo a lo previsto sobre el particular en los presentes estatutos.

Artículo 10º. Aumento del capital suscrito.- El capital suscrito podrá ser aumentado sucesivamente por todos los medios y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. Las acciones ordinarias no suscritas en el acto de constitución podrán ser emitidas mediante decisión del representante legal, quien aprobará el reglamento respectivo y formulará la oferta en los términos que se prevean reglamento.

Artículo 11º. Derecho de preferencia.- Salvo decisión de la asamblea general de accionistas, aprobada mediante votación de uno o varios accionistas que representen cuando menos el setenta por ciento de las acciones presentes en la respectiva reunión, el reglamento de colocación preverá que las acciones se coloquen con sujeción al derecho de preferencia, de manera que cada accionista pueda suscribir un número de acciones proporcional a las que tenga en la fecha del aviso de oferta. El derecho de preferencia también será aplicable respecto de la emisión de cualquier otra clase títulos, incluidos los bonos, los bonos obligatoriamente convertibles en acciones, las acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, las acciones con dividendo fijo anual y las acciones privilegiadas.

Parágrafo Primero.- El derecho de preferencia a que se refiere este artículo, se aplicará también en hipótesis de transferencia universal de patrimonio, tales como liquidación, fusión y escisión en cualquiera de sus modalidades. Así mismo, existirá derecho de preferencia para la cesión de fracciones en el momento de la suscripción y para la cesión del derecho de suscripción preferente.

Parágrafo Segundo.- No existirá derecho de retracto a favor de la sociedad.

Artículo 12º. Clases y Series de Acciones.- Por decisión de la asamblea general de accionistas, adoptada por uno o varios accionistas que representen la totalidad de las acciones suscritas, podrá ordenarse la emisión de acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, con dividendo fijo anual, de pago o cualesquiera otras que los accionistas decidieren, siempre que fueren compatibles con las normas legales vigentes. Una vez autorizada la emisión por la asamblea general de accionistas, el representante legal aprobará el reglamento correspondiente, en el que se establezcan los derechos que confieren las acciones emitidas, los términos y condiciones en que podrán ser suscritas y si los accionistas dispondrán del derecho de preferencia para su suscripción.

Parágrafo.- Para emitir acciones privilegiadas, será necesario que los privilegios respectivos sean aprobados en la asamblea general con el voto favorable de un número de accionistas que represente por lo menos el 75% de las acciones suscritas. En el reglamento de colocación de acciones privilegiadas, que será aprobado por la asamblea general de accionistas, se regulará el derecho de preferencia a favor de todos los accionistas, con el fin de que puedan suscribirlas en proporción al número de acciones que cada uno posea en la fecha del aviso de oferta.

Artículo 13º. Voto múltiple.- Salvo decisión de la asamblea general de accionistas aprobada por el 100% de las acciones suscritas, no se emitirán acciones con voto múltiple. En caso de emitirse acciones con voto múltiple, la asamblea aprobará, además de su emisión, la reforma a las disposiciones sobre *quórum* y mayorías decisorias que sean necesarias para darle efectividad al voto múltiple que se establezca.

Artículo 14º. Acciones de pago.- En caso de emitirse acciones de pago, el valor que representen las acciones emitidas respecto de los empleados de la sociedad, no podrá exceder de los porcentajes previstos en las normas laborales vigentes.

Las acciones de pago podrán emitirse sin sujeción al derecho de preferencia, siempre que así lo determine la asamblea general de accionistas.

Artículo 15º. Transferencia de acciones a una fiducia mercantil.- Los accionistas podrán transferir sus acciones a favor de una fiducia mercantil, siempre que en el libro de registro de accionistas se identifique a la compañía fiduciaria, así como a los beneficiarios del patrimonio autónomo junto con sus correspondientes porcentajes en la fiducia.

Artículo 16º. Restricciones a la negociación de acciones.- Durante un término de cinco años, contado a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil de este documento, las acciones no podrán ser transferidas a terceros, salvo que medie autorización expresa, adoptada en la asamblea general por accionistas representantes del 100% de las acciones suscritas. Esta restricción quedará sin efecto en caso de realizarse una transformación, fusión, escisión o cualquier otra operación por virtud de la cual la sociedad se transforme o, de cualquier manera, migre hacia otra especie asociativa.

La transferencia de acciones podrá efectuarse con sujeción a las restricciones que en estos estatutos se prevén, cuya estipulación obedeció al deseo de los fundadores de mantener la cohesión entre los accionistas de la sociedad.

Artículo 17º. Cambio de control.- Respecto de todos aquellos accionistas que en el momento de la constitución de la sociedad o con posterioridad fueren o llegaren a ser una sociedad, se aplicarán las normas relativas a cambio de control previstas en el artículo 16 de la Ley 1258 de 2008.

Capítulo III Órganos sociales

Artículo 18º. Órganos de la sociedad.- La sociedad tendrá un órgano de dirección, denominado asamblea general de accionistas y un representante legal. La revisoría fiscal solo será provista en la medida en que lo exijan las normas legales vigentes.

Artículo 19º. Sociedad devenida unipersonal.- La sociedad podrá ser pluripersonal o unipersonal. Mientras que la sociedad sea unipersonal, el accionista único ejercerá todas las atribuciones que en la ley y los estatutos se le confieren a los diversos órganos sociales, incluidos las de representación legal, a menos que designe para el efecto a una persona que ejerza este último cargo.

Las determinaciones correspondientes al órgano de dirección que fueren adoptadas por el accionista único, deberán constar en actas debidamente asentadas en el libro correspondiente de la sociedad.

Artículo 20º. Asamblea general de accionistas.- La asamblea general de accionistas la integran el o los accionistas de la sociedad, reunidos con arreglo a las disposiciones sobre convocatoria, quórum, mayorías y demás condiciones previstas en estos estatutos y en la ley.

Cada año, dentro de los tres meses siguientes a la clausura del ejercicio, el 31 de diciembre del respectivo año calendario, el representante legal convocará a la reunión ordinaria de la asamblea general de accionistas, con el propósito de someter a su consideración las cuentas de fin de ejercicio, así como el informe de gestión y demás documentos exigidos por la ley.

La asamblea general de accionistas tendrá, además de las funciones previstas en el artículo 420 del Código de Comercio, las contenidas en los presentes estatutos y en cualquier otra norma legal vigente.

La asamblea será presidida por el representante legal y en caso de ausencia de éste, por la persona designada por el o los accionistas que asistan.

Los accionistas podrán participar en las reuniones de la asamblea, directamente o por medio de un poder conferido a favor de cualquier persona natural o jurídica, incluido el representante legal o cualquier otro individuo, aunque ostente la calidad de empleado o administrador de la sociedad.

Los accionistas deliberarán con arreglo al orden del día previsto en la convocatoria. Con todo, los accionistas podrán proponer modificaciones a las resoluciones sometidas a su aprobación y, en cualquier momento, proponer la revocatoria del representante legal.

Artículo 21º. Convocatoria a la asamblea general de accionistas.- La asamblea general de accionistas podrá ser convocada a cualquier reunión por ella misma o por el representante legal de la sociedad, mediante comunicación escrita dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles.

En la primera convocatoria podrá incluirse igualmente la fecha en que habrá de realizarse una reunión de segunda convocatoria, en caso de no poderse llevar a cabo la primera reunión por falta de quórum.

Uno o varios accionistas que representen por lo menos el 20% de las acciones suscritas podrán solicitarle al representante legal que convoque a una reunión de la asamblea general de accionistas, cuando lo estimen conveniente.

Artículo 22º. Renuncia a la convocatoria.- Los accionistas podrán renunciar a su derecho a ser convocados a una reunión determinada de la asamblea, mediante comunicación escrita enviada al representante legal de la sociedad antes, durante o después de la sesión correspondiente. Los accionistas también podrán renunciar a su derecho de inspección por medio del mismo procedimiento indicado.

Aunque no hubieren sido convocados a la asamblea, se entenderá que los accionistas que asistan a la reunión correspondiente han renunciado al derecho a ser convocados, a menos que manifiesten su inconformidad con la falta de convocatoria antes que la reunión se lleve a cabo.

Artículo 23º. Derecho de inspección.- El derecho de inspección podrá ser ejercido por los accionistas durante todo el año. En particular, los accionistas tendrán acceso a la totalidad de la información de naturaleza financiera, contable, legal y comercial relacionada con el funcionamiento de la sociedad, así como a las cifras correspondientes a la remuneración de los administradores sociales. En desarrollo de esta prerrogativa, los accionistas podrán solicitar toda la información que consideren relevante para pronunciarse, con conocimiento de causa, acerca de las determinaciones sometidas a consideración del máximo órgano social, así como para el adecuado ejercicio de los derechos inherentes a las acciones de que son titulares.

Los administradores deberán suministrarles a los accionistas, en forma inmediata, la totalidad de la información solicitada para el ejercicio de su derecho de inspección.

La asamblea podrá reglamentar los términos, condiciones y horarios en que dicho derecho podrá ser ejercido.

Artículo 24º. Reuniones no presenciales.- Se podrán realizar reuniones por

comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito, en los términos previstos en la ley. En ningún caso se requerirá de delegado de la Superintendencia de Sociedades para este efecto.

Artículo 25º. Régimen de quórum y mayorías decisorias: La asamblea deliberará con un número singular o plural de accionistas que representen cuando menos la mitad más uno de las acciones suscritas con derecho a voto. Las decisiones se adoptarán con los votos favorables de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más uno de las acciones con derecho a voto presentes en la respectiva reunión.

Cualquier reforma de los estatutos sociales requerirá el voto favorable del 100% de las acciones suscritas, incluidas las siguientes modificaciones estatutarias:

La modificación de lo previsto en el artículo 16 de los estatutos sociales, respecto de las restricciones en la enajenación de acciones. La realización de procesos de transformación, fusión o escisión. La inserción en los estatutos sociales de causales de exclusión de los accionistas o la modificación de lo previsto en ellos sobre el particular; La modificación de la cláusula compromisoria; La inclusión o exclusión de la posibilidad de emitir acciones con voto múltiple; y La inclusión o exclusión de nuevas restricciones a la negociación de acciones.

Parágrafo.- Así mismo, requerirá determinación unánime del 100% de las acciones suscritas, la determinación relativa a la cesión global de activos en los términos del artículo 32 de la Ley 1258 de 2008

Artículo 26º. Fraccionamiento del voto: Cuando se trate de la elección de comités u otros cuerpos colegiados, los accionistas podrán fraccionar su voto. En caso de crearse junta directiva, la totalidad de sus miembros serán designados por mayoría simple de los votos emitidos en la correspondiente elección. Para el

efecto, quienes tengan intención de postularse confeccionarán planchas completas que contengan el número total de miembros de la junta directiva. Aquella plancha que obtenga el mayor número de votos será elegida en su totalidad.

Artículo 27º. Actas.- Las decisiones de la asamblea general de accionistas se harán constar en actas aprobadas por ella misma, por las personas individualmente delegadas para el efecto o por una comisión designada por la asamblea general de accionistas. En caso de delegarse la aprobación de las actas en una comisión, los accionistas podrán fijar libremente las condiciones de funcionamiento de este órgano colegiado.

En las actas deberá incluirse información acerca de la fecha, hora y lugar de la reunión, el orden del día, las personas designadas como presidente y secretario de la asamblea, la identidad de los accionistas presentes o de sus representantes o apoderados, los documentos e informes sometidos a consideración de los accionistas, la síntesis de las deliberaciones llevadas a cabo, la transcripción de las propuestas presentadas ante la asamblea y el número de votos emitidos a favor, en contra y en blanco respecto de cada una de tales propuestas.

Las actas deberán ser firmadas por el presidente y el secretario de la asamblea. La copia de estas actas, autorizada por el secretario o por algún representante de la sociedad, será prueba suficiente de los hechos que consten en ellas, mientras no se demuestre la falsedad de la copia o de las actas.

Artículo 28º. Representación Legal.- La representación legal de la sociedad por acciones simplificada estará a cargo de una persona natural o jurídica, accionista o no, quien no tendrá suplentes, designado para un término de un año por la asamblea general de accionistas.

Las funciones del representante legal terminarán en caso de dimisión o revocación por parte de la asamblea general de accionistas, de deceso o de incapacidad en aquellos casos en que el representante legal sea una persona natural y en caso de liquidación privada o judicial, cuando el representante legal sea una persona jurídica.

La cesación de las funciones del representante legal, por cualquier causa, no da lugar a ninguna indemnización de cualquier naturaleza, diferente de aquellas que le correspondieren conforme a la ley laboral, si fuere el caso.

La revocación por parte de la asamblea general de accionistas no tendrá que estar motivada y podrá realizarse en cualquier tiempo.

En aquellos casos en que el representante legal sea una persona jurídica, las funciones quedarán a cargo del representante legal de ésta.

Toda remuneración a que tuviere derecho el representante legal de la sociedad, deberá ser aprobada por la asamblea general de accionistas.

Artículo 29º. Facultades del representante legal.- La sociedad será gerenciada, administrada y representada legalmente ante terceros por el representante legal, quien no tendrá restricciones de contratación por razón de la naturaleza ni de la cuantía de los actos que celebre. Por lo tanto, se entenderá que el representante legal podrá celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y el funcionamiento de la sociedad.

El representante legal se entenderá investido de los más amplios poderes para actuar en todas las circunstancias en nombre de la sociedad, con excepción de aquellas facultades que, de acuerdo con los estatutos, se hubieren reservado los

accionistas. En las relaciones frente a terceros, la sociedad quedará obligada por los actos y contratos celebrados por el representante legal.

Le está prohibido al representante legal y a los demás administradores de la sociedad, por sí o por interpuesta persona, obtener bajo cualquier forma o modalidad jurídica préstamos por parte de la sociedad u obtener de parte de la sociedad aval, fianza o cualquier otro tipo de garantía de sus obligaciones personales.

Capítulo IV Disposiciones Varias

Artículo 30º. Enajenación global de activos.- Se entenderá que existe enajenación global de activos cuando la sociedad se proponga enajenar activos y pasivos que representen el cincuenta por ciento o más del patrimonio líquido de la compañía en la fecha de enajenación. La enajenación global requerirá aprobación de la asamblea, impartida con el voto favorable de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones presentes en la respectiva reunión. Esta operación dará lugar al derecho de retiro a favor de los accionistas ausentes y disidentes en caso de desmejora patrimonial.

Artículo 31º. Ejercicio social.- Cada ejercicio social tiene una duración de un año, que comienza el 1º de enero y termina el 31 de diciembre. En todo caso, el primer ejercicio social se contará a partir de la fecha en la cual se produzca el registro mercantil de la escritura de constitución de la sociedad.

Artículo 32º. Cuentas anuales.- Luego del corte de cuentas del fin de año calendario, el representante legal de la sociedad someterá a consideración de la asamblea general de accionistas los estados financieros de fin de ejercicio, debidamente dictaminados por un contador independiente, en los términos del artículo 28 de la Ley 1258 de 2008. En caso de proveerse el cargo de revisor

fiscal, el dictamen será realizado por quien ocupe el cargo.

Artículo 33º. Reserva Legal.- la sociedad constituirá una reserva legal que ascenderá por lo menos al cincuenta por ciento del capital suscrito, formado con el diez por ciento de las utilidades líquidas de cada ejercicio. Cuando esta reserva llegue al cincuenta por ciento mencionado, la sociedad no tendrá obligación de continuar llevando a esta cuenta el diez por ciento de las utilidades líquidas. Pero si disminuyere, volverá a apropiarse el mismo diez por ciento de tales utilidades, hasta cuando la reserva llegue nuevamente al límite fijado.

Artículo 34º. Utilidades.- Las utilidades se repartirán con base en los estados financieros de fin de ejercicio, previa determinación adoptada por la asamblea general de accionistas. Las utilidades se repartirán en proporción al número de acciones suscritas de que cada uno de los accionistas sea titular.

Artículo 35º. Resolución de conflictos.- Todos los conflictos que surjan entre los accionistas por razón del contrato social, salvo las excepciones legales, serán dirimidos por la Superintendencia de Sociedades, con excepción de las acciones de impugnación de decisiones de la asamblea general de accionistas, cuya resolución será sometida a arbitraje, en los términos previstos en la Cláusula 35 de estos estatutos.

Artículo 36º. Cláusula Compromisoria.- La impugnación de las determinaciones adoptadas por la asamblea general de accionistas deberá adelantarse ante un Tribunal de Arbitramento conformado por un árbitro, el cual será designado por acuerdo de las partes, o en su defecto, por el Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil de Pamplona. El árbitro designado será abogado inscrito, fallará en derecho y se sujetará a las tarifas previstas por el Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil de Pamplona.. El Tribunal de Arbitramento tendrá como sede el Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil de Pamplona. se regirá por las

leyes colombianas y de acuerdo con el reglamento del aludido Centro de Conciliación y Arbitraje.

Artículo 37º. Ley aplicable.- La interpretación y aplicación de estos estatutos está sujeta a las disposiciones contenidas en la Ley 1258 de 2008 y a las demás normas que resulten aplicables.

Capítulo V Disolución y Liquidación

Artículo 38º. Disolución.- La sociedad se disolverá: 1º Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuere prorrogado mediante documento inscrito en el Registro mercantil antes de su expiración; 2º Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social; 3º Por la iniciación del trámite de liquidación judicial; 4º Por voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único; 5º Por orden de autoridad competente, y 6º Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo del cincuenta por ciento del capital suscrito.

Parágrafo primero.- En el caso previsto en el ordinal primero anterior, la disolución se producirá de pleno derecho a partir de la fecha de expiración del término de duración, sin necesidad de formalidades especiales. En los demás casos, la disolución ocurrirá a partir de la fecha de registro del documento privado concerniente o de la ejecutoria del acto que contenga la decisión de autoridad competente.

Artículo 39º. Enervamiento de las causales de disolución.- Podrá evitarse la disolución de la sociedad mediante la adopción de las medidas a que hubiere lugar, según la causal ocurrida, siempre que el enervamiento de la causal ocurra durante los seis meses siguientes a la fecha en que la asamblea reconozca su acaecimiento. Sin embargo, este plazo será de dieciocho meses en el caso de la

causal prevista en el ordinal 6° del artículo anterior.

Artículo 40°. Liquidación.- La liquidación del patrimonio se realizará conforme al procedimiento señalado para la liquidación de las sociedades de responsabilidad limitada. Actuará como liquidador el representante legal o la persona que designe la asamblea de accionistas.

Durante el período de liquidación, los accionistas serán convocados a la asamblea general de accionistas en los términos y condiciones previstos en los estatutos y en la ley. Los accionistas tomarán todas las decisiones que le corresponden a la asamblea general de accionistas, en las condiciones de quórum y mayorías decisorias vigentes antes de producirse la disolución.

DETERMINACIONES RELATIVAS A LA CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD

2. Representación legal.- Los accionistas constituyentes de la sociedad han designado en este acto constitutivo, a **SANDRA CAROLINA JIMÉNEZ FONSECA**, identificado con la cédula de ciudadanía No. **1098664986** De Bucaramanga como representante legal de la **PRECOCIDOS Y CÁRNICOS DE SANTANDER S.A.S (PRECARSAN S.A.S)**. por un término indefinido.

participa en el presente acto constitutivo a fin de dejar constancia acerca de su aceptación del cargo para el cual ha sido designado, así como para manifestar que no existen incompatibilidades ni restricciones que pudieran afectar su designación como representante legal de **PRECOCIDOS Y CÁRNICOS DE SANTANDER S.A.S (PRECARSAN S.A.S)**

3. Actos realizados por cuenta de la sociedad en formación.- A partir de la inscripción del presente documento en el Registro Mercantil, **PRECOCIDOS Y CÁRNICOS DE SANTANDER S.A.S (PRECARSAN S.A.S)** asume su totalidad

de los derechos y obligaciones derivados de los siguientes actos y negocios jurídicos, realizados por cuenta de la sociedad durante su proceso de formación:

- A.** Legalización, y formalización ante la cámara de comercio de Bucaramanga
- B.** Pago de los diferentes Impuestos que tengan lugar en relación con el registro mercantil, tanto en la cámara de Comercio, como en Rentas Departamentales.
- C.** Lo pertinente ante la legalización de las diferentes responsabilidades ante la DIAN.

3 .Personificación jurídica de la sociedad.- Luego de la inscripción del presente documento en el Registro Mercantil, **PRECOCIDOS Y CÁRNICOS DE SANTANDER S.A.S (PRECARSAN S.A.S)** formará una persona jurídica distinta de sus accionistas, conforme se dispone en el artículo 2º de la Ley 1258 de 2008.

Para constancia de lo aquí expuesto, firmamos en el Municipio de Bucaramanga - Santander a los **DIEZ** días del mes de **ENERO** del año **DOS MIL DOCE**.

SANDRA CAROLINA JIMÉNEZ FONSECA
C.C. de Bucaramanga

Anexo J. Tarifa de inscripción de cámara de comercio

Teniendo en cuenta que el salario mínimo fijado por el Gobierno Nacional para el año 2012 es de \$566,700, la matrícula de los comerciantes o su renovación en el registro público mercantil, causará anualmente los siguientes derechos liquidados de acuerdo al monto de sus activos:

Mayor a	Menor o igual	Tarifa
\$0	\$1,133,400	\$30,000
\$1,133,401	\$2,266,800	\$42,000
\$2,266,801	\$2,833,500	\$55,000
\$2,833,501	\$3,966,900	\$61,000
\$3,966,901	\$5,100,300	\$73,000
\$5,100,301	\$6,233,700	\$83,000
\$6,233,701	\$6,800,400	\$91,000
\$6,800,401	\$7,933,800	\$101,000
\$7,933,801	\$9,067,200	\$115,000
\$9,067,201	\$10,200,600	\$127,000
\$10,200,601	\$10,767,300	\$135,000
\$10,767,301	\$11,900,700	\$145,000
\$11,900,701	\$13,034,100	\$153,000
\$13,034,101	\$14,167,500	\$162,000
\$14,167,501	\$14,734,200	\$174,000
\$14,734,201	\$15,867,600	\$180,000
\$15,867,601	\$17,001,000	\$190,000
\$17,001,001	\$17,567,700	\$202,000
\$17,567,701	\$18,701,100	\$212,000
\$18,701,101	\$19,834,500	\$220,000

Mayor a	Menor o igual	Tarifa
\$19,834,501	\$29,468,400	\$258,000
\$29,468,401	\$39,669,000	\$309,000
\$39,669,001	\$49,302,900	\$363,000
\$49,302,901	\$59,503,500	\$416,000
\$59,503,501	\$69,704,100	\$474,000
\$69,704,101	\$79,338,000	\$527,000
\$79,338,001	\$89,538,600	\$585,000
\$89,538,601	\$99,172,500	\$642,000
\$99,172,501	\$108,806,400	\$745,000
\$108,806,401	\$119,007,000	\$759,000
\$119,007,001	\$129,207,600	\$773,000
\$129,207,601	\$138,841,500	\$787,000
\$138,841,501	\$148,475,400	\$803,000
\$148,475,401	\$158,676,000	\$814,000
\$158,676,001	\$168,309,900	\$830,000
\$168,309,901	\$179,077,200	\$844,000
\$179,077,201	\$188,144,400	\$856,000
\$188,144,401	\$198,345,000	\$874,000
\$198,345,001	\$296,950,800	\$904,000
\$296,950,801	\$396,690,000	\$941,000
\$396,690,001	\$495,862,500	\$971,000
\$495,862,501	\$595,035,000	\$995,000
\$595,035,001	\$693,640,800	\$1,015,000
\$693,640,801	\$792,813,300	\$1,030,000
\$792,813,301	\$891,985,800	\$1,042,000
\$891,985,801	\$990,591,600	\$1,054,000
\$990,591,601	\$1,188,936,600	\$1,068,000
\$1,188,936,601	\$1,387,281,600	\$1,084,000
\$1,387,281,601	\$1,585,059,900	\$1,096,000

Mayor a	Menor o igual	Tarifa
\$1,585,059,901	\$1,783,404,900	\$1,104,000
\$1,783,404,901	\$1,981,749,900	\$1,116,000
\$1,981,749,901	\$2,972,341,500	\$1,135,000
\$2,972,341,501	\$3,962,933,100	\$1,167,000
\$3,962,933,101	\$4,953,524,700	\$1,207,000
\$4,953,524,701	\$5,944,683,000	\$1,240,000
\$5,944,683,001	\$6,935,274,600	\$1,252,000
\$6,935,274,601	\$7,925,866,200	\$1,268,000
\$7,925,866,201	\$8,916,457,800	\$1,286,000
\$8,916,457,801	\$9,907,616,100	\$1,312,000
\$9,907,616,101	\$19,814,665,500	\$1,383,000
\$19,814,665,501	\$39,629,331,000	\$1,389,000
\$39,629,331,001	\$59,443,996,500	\$1,395,000
\$59,443,996,501	\$79,258,662,000	\$1,399,000
\$79,258,662,001	\$99,073,327,500	\$1,403,000
\$99,073,327,501	\$198,146,655,000	\$1,407,000
\$198,146,655,001	\$396,293,310,000	\$1,423,000
\$396,293,310,001	\$495,366,637,500	\$1,456,000
\$495,366,637,501	En adelante	\$1,472,000