

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA EMPRESA CARNES LA LLANERITA PARA
PREPARAR CARNE DE CHIGÜIRO EMPACADA AL VACÍO PARA
HAMBURGUESAS, EN EL MUNICIPIO DE YOPAL, DEPARTAMENTO DE
CASANARE**

MARÍA EUGENIA TORRES PÉREZ
WILFREDO BOHÓRQUEZ PÁEZ

**UNIVERSIDAD SANTO TOMAS
FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS-DUAD
PROGRAMA ESPECIALIZACIÓN EN GESTIÓN PARA EL DESARROLLO
EMPRESARIAL, YOPAL JULIO 2021**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA EMPRESA CARNES LA LLANERITA PARA
PREPARAR CARNE DE CHIGÜIRO EMPACADA AL VACÍO PARA
HAMBURGUESAS, EN EL MUNICIPIO DE YOPAL, DEPARTAMENTO DE
CASANARE**

María Eugenia Torres Pérez

Wilfredo Bohórquez Páez

Trabajo Profesional Integrado presentado como
requisito para optar el título de Especialista en Gestión
para el Desarrollo Empresarial.

Director

Carlos Andrés Rubio Cárdenas

Docente TPI. Esp. Programa de Administración de Empresas

Especialización en Gestión para el Desarrollo Empresarial

**UNIVERSIDAD SANTO TOMAS
ESPECIALIZACIÓN EN GESTIÓN PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL
FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS-DUAD
YOPAL JULIO 2021**

NOTA DE ACEPTACIÓN

PRESIDENTE DEL

JURADO

FIRMA DEL

JURADO

FIRMA DEL

JURADO

FIRMA DEL

JURADO

Agradecimientos

A mi madre querida por su apoyo incondicional por su perseverancia para la formación de buenos hijos y profesionales; mi fortaleza mis hermosas hijas y hermanas Dalia Roció y Olga Lucia mis amigas y confidentes de toda mi vida.

Wilfredo Bohórquez Páez

A mis hijas que cada día son la razón de mi lucha por el futuro de ellas, por el apoyo en el proceso de mi carrera profesional y por su incondicional amor y cariño, todo gracias a la voluntad de DIOS y las metas alcanzadas en mi vida.

María Eugenia Torres Pérez

Los autores agradecen a las siguientes personas que apoyaron este proyecto de carne de chigüiro empacada al vacío:

A nuestro señor Jesucristo de Nazareth, por vivir, cuidar de mi hogar y familia, y por regalarme misericordia cada día y sabiduría por medio del Espíritu Santo, A mi mamá, esposa e hijos por su amor, apoyo y entusiasmo en todo momento, el aprendizaje de vida como persona y profesional.

A mis hijas por el apoyo incondicional, que me han brindado durante todo este tiempo de mi especialización.

A cada uno de los profesores de la especialización por el gran aporte al proyecto en cada módulo finalizado.

Contenido

	Pag
Resumen	13
1.Introducción	155
2. Análisis Entornos Sector.....	199
2.1. Análisis del macro entorno	199
2.2 Marco político legal.....	20
2.2.1 Ambiente Tecnológico	21
2.2.3. Marco Social.....	21
2.4 Factor ambiental o ecologico	22
2.5 Analisis del microentorno	22
3. Estudio de Mercados.....	244
3.1.Investigación, desarrollo e innovación	244
3.2. Análisis del sector económico	25
3.3.Análisis del mercado.....	266
3.3.1 Descripción y Análisis del Producto.....	299
3.3.2.Análisis de la demanda, consumidor o cliente	33
3.3.3. Segmento objetivo del proyecto	34
3.4 Análisis de la oferta y de la competencia.....	45
3.4.1.Análisis de los precios	477
3.5 Proyecciones de venta	566

4. Estudio técnico/operacional.....	62
4.1. Ficha técnica	63
4.2 Análisis de Procesos de Producción.....	65
4.3 Plan de producción	71
4.4 Plan de Compras	72
4.5 Análisis de Costos	74
4.6 Análisis de la Infraestructura	77
5.Estudio organizacional y legal	84
5.1 Estructura Organizacional	88
5.2. Analisis de los Cargos	89
5.3 Costos Administrativos	94
5.4. Tipos de Sociedades	96
5.5.Permisos y Licencias	96
5.6 Impuestos y Tasas.....	9897
6.Pensamiento Estrategico.....	100
6.1 Estrategias de Mercado.....	100
6.2 Estrategia Organizacional.....	107
6.3.Analisis de procesos Organizacionales	111
7.Formulacion y Evaluacion Financiera	116
7.1 Estudio Economico.....	116
7.2.Pensamiento Estrategico.....	120

7.3 Punto de Equilibrio.....	121
7.4 Presupuesto	127
7.5.Flujo de Caja	132
7.6 Estados Financieros	133
7.7 T.I.R.,V.N.P.,T.I.O.....	136
8.Conclusiones y Recomendaciones.....	138
9.Bibliografias	¡Error! Marcador no definido. 39

LISTA DE TABLAS

p(pp.)

Tabla 1. Análisis de la carne de chigüiro.	29
Tabla 2. Descripción y análisis del producto	30
Tabla 3. Descripción y Análisis del Producto	31
Tabla 4. Características del chigüiro y del ganado bovino	31
Tabla 5 Composición química de la carne	32
Tabla.6: Aplicación de la Encuesta	37
Tabla 7. Pregunta 2 Encuesta Aplicada	38
Tabla 8. Pregunta 3 encuesta aplicada	39
Tabla 9. Pregunta 4 de la encuesta	41
Tabla 10. Análisis de la Encuesta	42
Tabla 11. Costo Unitario	48
Tabla 12. Costo Total	48
Tabla 13. Precio Producto	49
Tabla 14. Competencia Directa	50
Tabla 15. Precios de producción	53
Tabla16. Valor de unidad de materia prima mensual y anual	54
Tabla17. Costos Fijos	52
Tabla 18. Datos históricos del consumo de carne de chigüiro ilegal	56

Tabla 19. Datos históricos del consumo de carne de chigüiro ilegal	57
Tabla 20. Formula	57
Tabla 21. Ecuación Lineal, ventas de carne de chigüiro.	58
Tabla 22. Producción Mensual y Anual	59
Tabla 23. Proyecciones del IPC en Colombia	59
Tabla 24. Producción Diaria, mensual y anual	60
Tabla .25. Ficha Técnica	63
Tabla. 26. Producción mensual y anual incrementando el IPC	72
Tabla 27. Equipos de producción	73
Tabla .28. Costo de adecuación	73
Tabla .29 Equipos administrativos	74
Tabla .30 Precios de producción	76
Tabla 31. Valor Unitario	77
Tabla. 32. Costos de Legalización	87
Tabla 33. Cargos de la Empresa Gerente	89
Tabla 34. Cargo Chef	90
Tabla 35. Cargo de Vendedor	92
Tabla 36. Cargo de Auxiliar	92
Tabla .37. Nómina de la Empresa	93
Tabla. 38. Gasto Fijos	96

Tabla. 39. Normatividad producción y comercialización.	102
Tabla. 40. Gasto Fijos de producción	120
Tabla .41. Producción de la unidad de la carne de Hamburguesa	121
Tabla. 42. Costo Valor Unitario	122
Tabla 43. Costo Unitario Total	122
Tabla 44. Precio Producto	123
Tabla 45. Formula Punto de Equilibrio	124
Tabla 46. Calculo Punto de Equilibrio	124
Tabla 47. Cálculo del Punto de Equilibrio	124
Tabla. 48 costos fijos y gastos de producción	128
Tabla 49 Costos Fijos sin Inversión Inicial	129
Tabla .50 Costos de materia prima mensual y anual	129
Tabla. 51. Gastos de fijos de publicidad y arriendo	130
Tabla 52. Costos de maquinaria de oficina, permisos legales	130
Tabla .53 Costos Administrativos	131
Tabla. 54. Proyecciones de ventas	131
Tabla 55. Flujo de Caja	132
Tabla .56. Estado de Resultado	133
Tabla. 57. Balance General	135
Tabla 58. Inversión Inicial, TIR, VNP.TIO	136

LISTA DE FIGURAS

p (pp.)

Figura 1. Distribución ganadera en el departamento de Casanare	28
Figura 2. Análisis de la ganadería en el municipio de Yopal	28
Figura 3. Etiqueta de Presentación	29
Figura 4. Formula aleatoria simple, para encuestar la población de Yopal	36
Figura 5. Distribución del consumo de la carne municipio de Yopal	38
Figura 6. Distribución del consumo de la carne municipio de Yopal	39
Figura 7. Que marcas de hamburguesas empacadas al vacío consume	40
Figura 8. Población del municipio del Yopal, precio al consumidor	41
Figura 9. Consumo de carne por kilo habitante	44
Figura 10. Inventario por municipio de carne bovina	45
Figura 11. Precios de la Competencia	51
Figura 12. Empaque de la carne de hamburguesa	62
Figura 13. Flujograma de procesos	67
Figura 14. Diagrama de flujo de producción	67
Figura 15 Flujo grama de procesos de producción	70
Figura 16. Empaque al vacío	71
Figura 17. Maquina Automática	78
Figura 18. Carro Transportador	79

Figura 19. Balanza	79
Figura 20. Maquina Empacadora	80
Figura 21. Refrigerador de Carnes	81
Figura 22. Mesa para proceso de Carnes	83
Figura 23. Estructura Organizacional	88
Figura 24. Estrategia de Mercadeo	101
Figura 25. Análisis Dofa	108
Figura 26. Procesos Organizacionales	112
Figura 27. Área de Ventas	114
Figura 28. Área de producción	114
Figura 29. Localización	116
Figura 30. Figura Punto de Equilibrio	126

Resumen

El estudio de factibilidad nace con el objetivo de la puesta en marcha de una empresa llamada Carnes la Llanerita, comercializadora de hamburguesa de carne de chigüiro, procesada y empacada al vacío.

La materia prima es la carne y comprará en frigoríficos que cumplan con la normatividad sanitaria donde se inspecciona para que este en buenas condiciones en el momento de almacenarla en el cuarto frío de bodega de la empresa.

Revisada la información existen otros proyectos de embutidos, este estudio es único ya que no hay investigaciones para hacer carne de hamburguesa de chigüiro.

Realizar un producto innovador único en el mercado, ya que no existe un proyecto de carne de hamburguesa empacada al vacío, esto es una comida exótica de la región que tendrá rico sabor con la sazón casera que se distingue de las demás carnes.

En el estudio de la investigación descriptiva y exploratoria, realizada es buena dado que las personas entrevistadas como las encuestadas aceptan comprar un producto la información analizada mediante las estrategias de mercadeo como la evaluación técnica y financiera del sector social establecen la viabilidad de establecer la empresa Carnes La Llanerita en el municipio de Yopal Casanare.

La empresa nace con una proyección de 5 años, una empresa anónima con registro mercantil y bajo la figura natural, en los cuales se establecen las metas a corto, mediano y largo plazo, como las estrategias a implementar en cada uno de los periodos, teniendo en cuenta la eficiencia, eficacia de innovar en el producto.

Summary

The study of the feasibility was born with the aim of launching a marketing company hamburger Chigüiro meat, processed and packaged under vacuum.

Our meat will be bought in magnets that meet health regulations where it is inspected for this in good condition at the time of storage in the cellar room of the company.

Revised the information, there are other sausages projects, but ours is unique since there is no research to make meat chigüiro hamburger.

Make a one innovative product on the market as there is a draft hamburger meat vacuum packed; this is an exotic food in the region that will have rich flavor with homemade seasoning distinguished from other meats.

In the study of descriptive and exploratory research performed is good because the people interviewed respondents also agree to purchase a product. The information analyzed by the marketing strategies such as technical and financial evaluation of social sector establishes the feasibility to constitute the company "Carnes La Llanerita" in the town of Yopal /Casanare.

The company will be born with a projection of 10 years, an anonymous company with Mercantile Registry and under natural figure, in which Establishing goals to short, medium and long term, as the strategies to implement in each of the periods, considering the efficiency, effectiveness to innovate in the product.

1. Introducción

La Empresa Carnes la Llanerita será constituida por una S.A.S, es decir una sociedad por acciones simplificada, Según la Ley 1258 del 5 de diciembre de 2008 es una sociedad de capitales que siempre tendrá naturaleza comercial, sin importar las actividades que se prevean en su objeto social y se regirá por las disposiciones contenidas en los estatutos sociales de la empresa, donde representa excelentes beneficios, para la actividad económica y social.

La empresa se establece como una procesadora y comercializadora de carne chigüiro o también llamada capybara para hacer hamburguesas empacadas al vacío con sazón casero, ubicada en la ciudad de Yopal Departamento de Casanare, buscando satisfacer al consumidor, de manera que prefieran los productos y poder ganarle a la competencia y obtener un resultado de aceptación de este producto en la población regional y nacional.

En la propuesta realizada se evidencian las herramientas aplicadas a cada producto y servicio, en el cual se describe el proceso, con numeración para cada uno de las áreas de producción, asimismo se diseñó la distribución de cada una de las zonas de producción, ventas y la parte administrativas de la planta de manera que el área destinada se ha la más adecuada, por lo cual se analizó la cadena productiva pertenece la idea innovadora y el sector al que pertenece.

Para la operación de la empresa, se analizó la cantidad de personas que se van a necesitar en la parte administrativa, donde se contara con el recurso humano de 1 gerente, y 4 coordinadores para las áreas de finanzas, producción, mercadeo, y jefe de personal. Cada área contara con auxiliares administrativos y vendedores, quienes serán las personas encargas en la operación y funcionamiento de la empresa.

En el estudio de mercado, los principales clientes son la población Yopaleña que conoce el sabor exquisito de la carne de chigüiro, con innovación de presentación de carne empacada al vacío para hacer hamburguesas, donde será comercializada a través de unos estánd puestos en diferente lugares de la ciudad, con promociones,

regalos y publicidad de También, se identificó los factores que determinan el estilo del consumidor, con el fin de buscar estrategias para que el producto cárnico deleite o guste el paladar de los consumidores. Para posesionar el producto en el mercado se diseñó un portafolio de servicios que incluye un slogan, marca, empaque, etiqueta, logotipo y la calidad de los trabajos, buscando estrategias de precio y canales de comercialización.

Para la legalización de la empresa se debe registrar en la Cámara de Comercio y se debe tener en cuenta las normas ambientales y sanitarias de acuerdo a la resolución 0562 del 25 de febrero del 2016 que determina la viabilidad de la empresa en la venta de comercialización de hamburguesas de chigüiro.

Planteamiento del Problema

Debido a la variedad que existe en el consumo de alimentos en la actualidad, se identificó que en el mercado actual no existe hamburguesa de chigüiro empacada al vacío motivo por el cual ha surgido la necesidad de crear un producto que sea innovador para los consumidores con respecto al consumo de productos cárnicos que dejen un beneficio nutritivo, que satisfagan sus necesidades y que sea de fácil acceso. Actualmente se ha visto que ha aumentado el consumo de hamburguesa en la población colombiana de diferentes tipos de carnes como son de búfalo, cerdo y pollo, como lo establece la Revista Diners (2018), por lo cual identificamos que existía la necesidad de crear un producto diferente a los que los consumidores estaban acostumbrados a consumir y poderlo comercializar el producto en el mercado. Por esta razón surgió la problemática de elaborar y comercializar un producto que es muy común en la población colombiana que es el Hamburguesa y aparte de esto crear una hamburguesa de carne de chigüiro empacada al vacío la cual le proporcionara a los consumidores las propiedades nutricionales no tienen las demás carnes.

JUSTIFICACION

El desarrollar un producto que no se encuentra en el mercado como es hamburguesa de carne de chigüiro empacada al vacío, es el motivo más importante para la creación del proyecto de comercialización y distribución del producto, en la actualidad la mayoría de la población consume solamente carnes rojas como res, cerdo, cordero y carnes blancas como el pollo. Debido a eso surgió la idea de crear un producto que sea innovador que sea de gusto nutritivo para la población estudios de mercado nos han demostrado que las personas consumen solo carnes blancas por ello queremos brindarle a estas personas la oportunidad de consumir este producto sin que tengan ningún problema ya que es con carne natural que se consume en la cultura llanera y así puedan degustar este delicioso alimento teniendo en cuenta los factores nutricionales que ofrece la carne de chigüiro, El proyecto pretende desarrollar la producción en masa de este producto permitiendo así que se consuma habitualmente y respondiendo a una alta demanda del mercado. Responder a las necesidades de algunos consumidores que por sus creencias ideológicas no consumen carnes rojas y no se atreven a consumir un este tipo de producto ya que habitualmente la hamburguesa es hecha con carne de cerdo o carne de res, pollo, el producto de carne de hamburguesa de chigüiro empacada al vacío, es nuevo en el mercado, así mismo la venta de carne de res principalmente va en aumento en Colombia. Según Portafolio (2019).

OBJETIVO GENERAL

Formular y evaluar la factibilidad de desarrollar la empresa Carnes la Llanerita S.A.S comercializadora y productora de carne de hamburguesa de chigüiro empacada al vacío. un producto económico, nutritivo y agradable de muy buena calidad. que cumpla con todas las exigencias de la legislación con un valor agregado que conquiste el buen gusto de los clientes en las familias en el municipio de Yopal y en el departamento de Casanare.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar el mercado objetivo para así identificar clientes potenciales, precios, productos, competencia, canales de comercialización, que permitan incursionar en el mercado.
- Contar con maquinaria tecnológica para producir y comercializar el producto de carne de hamburguesa de chigüiro empacada al vacío para desarrollar buenas prácticas de manufactura en nuestra planta de producción y ofrecer un producto de calidad.
- Desarrollar un direccionamiento estratégico eficiente de adentro hacia fuera liderado por la gerencia, promoviendo la innovación y desarrollo en todos los procesos productivos permitiéndonos alcanzar efectividad.
- Formular una estrategia financiera que permita crear valor por medio de la producción y distribución del producto, generando una rentabilidad para la empresa.

2. Análisis Entornos Sector

2.1. Análisis del macro entorno

Económico: En cuanto a las actividades económicas en la ciudad de Yopal, ganadería, silvicultura y pesca, explotación de minas y canteras, sector de comercio, actividades financieras, inmobiliarias, actividades profesionales, científicas, técnicas administrativas, administración pública, educación y salud, como lo establece el Dane (2019) diapositiva 9. Los precios de los productos se fijan por las leyes de la oferta y la demanda, por las percepciones que tienen los consumidores del valor de los productos, por los costos de producción, por los niveles de competencia en el mercado.

Para el año 2018 el municipio de Yopal presentó un valor agregado de 5.065 miles de millones de pesos, en donde las actividades terciarias (servicios) representan el 49,3% del valor agregado total del municipio, seguido de las actividades primarias (agropecuaria y minería) con una participación de 43,8% y finalmente las actividades secundarias (industria y construcción) con una participación de 6,9%. Dane (2019) diapositiva 21.

El desempleo en Colombia para el mes de mayo fue de 15.6 del 2021, la tasa de desempleo para los hombres 7.1%, para las mujeres 19.1%, según Dane (2021) diapositiva 8, la inflación es de 0.51% para el tercer mes de marzo, de acuerdo a Portafolio (2021), párrafo 1, el Diario la Republica(2021)(parr 1), Corficolombiana comunicó sus proyecciones para el PIB colombiano de 2021 que apuntan a que el crecimiento económico sería de 5,3%, una estimación que es superior a lo que proyecta el Banco de la República (4,5%).

El producto en el municipio de Yopal va dirigido a los estratos 1,2,3 y 4, que son población con ingresos entre uno y cuatro salarios mínimos, que pueden acceder a la compra de la carne de hamburguesa de chigüiro, beneficiando a la población por el precio del producto, una parte de la economía de la región casanareña está en la industria ganadera, con un creciendo del 7.5%, para el año 2021 el censo del ICA en el

municipio de Yopal produce 204.920 cabezas de ganado. ICA (2021) (Boletín censo nacional Bovino 2021).

Una de nuestras afectaciones de forma negativa sería que el gobierno Nacional prohíba mediante decretos o ley la comercialización de carne de chigüiro mediante zoo criaderos, donde la empresa carnes la Llanerita quedaría sin materia prima para poder continuar con la producción de carne de hamburguesas empacada la vacío.

2.2 Marco político legal

Todo producto que se comercialice debe estar legalizado para evitar que las autoridades competentes los decomisen, es por ello que mediante la Resolución 0562 del 25 de febrero del 2016, por el Ministerio de Salud y Protección Social, por medio del cual se establece sobre los requisitos sanitarios y de inocuidad de la carne de chigüiro (*hydrochueros hydrochaeris*), destinada para el consumo humano y las disposiciones para su beneficio, almacenamiento, comercialización, expendio, transporte, importación o explotación (Resolución 562, 2016, párr. 1). Red jurista (2021).

De acuerdo, a la Resolución anteriormente mencionada, la empresa Carnes la Llanerita cumplirá con los requisitos estipulados en las normas ambientales y sanitarias, para comercializar los productos. Así mismo, será registrada ante la cámara de comercio como una empresa de sociedad anónima para poder ser completa a nivel comercial y turístico en el mercado local regional, haciendo alianzas estratégicas con las entidades del estado y empresas privadas para fomentar el consumo del producto.

Por otra parte, las afectaciones de forma negativa sería que el gobierno Nacional prohíba mediante decretos o ley la comercialización de carne de chigüiro, si las empresas comercializadoras no cumplan con la normatividad legal mediante zoo criaderos.

2.2.1 Ambiente Tecnológico

La empresa invertirá en equipos tecnológicos como CE-652 maquina Formadora automática y la maquina empacadora Mini Jumbo que estén a la vanguardia del mercado tecnológico con el fin de crear estrategias y programas de alta calidad y rendimiento con un portafolio donde se establecen videos promocionales, a través de redes sociales, puntos estratégicos de comercialización del producto, degustaciones, folletos. Entre otros.

El municipio Yopal, se llevó a cabo la reunión para la construcción de un frigorífico para desarrollo del sector empresarial ganadero de la región, con recursos de la empresa Serpet el cual se proyecta para el año en curso. Presa Libre (2021) (pag.1).

2.2.3. Marco Social

La cultura de Yopal (Casanare) combina, en un mismo escenario, el pasado y presente de sus generaciones. Desde los espacios dedicados a la práctica de fútbol y baloncesto, por ejemplo, se observan algunas mangas de coleo que reviven el legado de los campesinos llaneros. Por su parte, la música autóctona de la región oriental colombiana todavía convive con las nuevas tendencias que amplifican las discotecas Yopaleños. En la capital se le canta al llano y a sus mujeres; con un toque de arpa, cuatro y maracas, las historias de los ancestros. Los ritmos y cantos que resuenan a través de la capital expresan la idiosincrasia, mentalidad, costumbres, leyendas, mitos y creencias del casanareño. según el Turismo en Colombia (2013), (párrafo 1)

Los procesos de colonización han diversificado también la fiesta popular hasta el punto de convertir el territorio en escenario de pasajes, joropos, zapateos, corridos, galerones, fandangos, bambucos y torbellinos. Mestizos, negros, blancos, indios y campesinos, todos son, en esencia, la imagen del folclor casanareño. Fiestas patronales, jornadas de arreo, vaquerías, faenas, hatos y fundos se convierten en

aspectos constitutivos de la identidad local. El Yopaleño es ganadero, agricultor, poeta y amante de su entorno natural. según el Turismo en Colombia (2013), (párrafo 2)

La gastronomía llanera tiene varios platos típicos de la región llanera, como son la mamona, arepa de maíz, tungos llaneros, arroz llanero, cachama asada llanera, palo apique, changua cerrera, caldo de cuchas y chigüiro a la brasa: este roedor es uno de los mas gran del del mundo y ha sido de amplio consumo desde tiempos inmemoriales, entre las poblaciones indígenas y su imagen aparece en cualquier estampa del folclor llanero. Este roedor se adapta a la cría en cautiverio que es el que se consume en la actualidad, porque se encuentra prohibida la caza de estos animales que se encuentran en estado salvaje. Hablemos de Culturas, Gastronomía (2018) (párrafo 5).

2.2.4 Factor ambiental o Ecológico

El factor ecológico y ambiental es muy importante dado que depende del desarrollo cultural de cada población aportando al desarrollo sostenible del medio ambiente preservando y conservando los recursos naturales en cada nación, por lo cual en la empresa Carnes la Lanerita, se creará un programa de gestión ambiental de ahorro y uso eficiente de energía, recurso hídrico, educación y recuperación de residuos sólidos. implementado el sistema de gestión ambiental Iso 14000. Para el mejoramiento de los programa internos y externos de la compañía, buscando satisfacer la necesidad del cliente. Asimismo, estará atento a los cambios climáticos que afecten la productividad de los zoos criaderos y las políticas implementados por el gobierno para el cuidado y protección del medio ambiente para la comercialización del producto.

2.5. Análisis del micro entorno

La empresa Carnes la Llanerita tiene en cuenta las competencias indirectas de otras empresas distribuidoras de carnes empacadas al vacío, que están posesionadas y legalizadas en el mercado del municipio de Yopal, a través de las principales supermercado y tiendas como son: Rica, Zenú, pollos el dorado, Campollo y ranchera. son competencia para la empresa porque son marcas reconocidas por su trayectoria,

precios y publicidad, además están posesionadas en el mercado regional desde hace más de 10 años. Con las políticas de la empresa, se determina el mejoramiento continuo de la calidad del producto y el desarrollo de la organización, estableciendo la competitividad de las demás empresas que ofrecen un producto similar.

Los principales clientes de la Empresa están conformados por el mercado regional, con algunas características que se han venido desarrollando de acuerdo a las exigencias del consumidor se realizaran en puntos estratégicos del municipio de Yopal, de venta tradicionales que atienden el sector gastronómico y de servicios de alojamiento. Entre el mercado de los consumidores se tiene identificado a las personas de 15 a 60 años que son las que están en capacidad de decisión de compra.

Para llenar las expectativas de los clientes potenciales, implementará canales de comunicación mediante el marketing, es decir mercado directo, relaciones públicas, promoción de ventas, degustaciones, publicidad, ferias, estrategias comerciales con el sector público y privado fomentado el consumo del producto, como también entre otras estrategias.

A los clientes se entrega un producto de calidad e innovación de carne de hamburguesa de chigüiro empacada al vacío 250gr con un valor de 4000 pesos, para posesionarse en el mercado, la mayor ventaja es la cultura llanera que consume esta carne por su sabor exquisito en los 19 municipios entre los estratos del 1 al 4.

Los proveedores de la empresa carnes la Llanerita son las empresas de zoo criaderos de chigüiros relacionados con el cumplimiento de la normatividad sanitaria, ambiental y local que establecen la legislación colombiana.

Una de las empresas legalmente constituida es ASOCHIPA, que empezó sus labores con cuatro (4) núcleos de reubicación en el 2000 localizados en los municipios de Paz de Ariporo y Hatocorozal, en donde se dedicó fundamentalmente a conocer el comportamiento de las poblaciones naturales de chigüiros, que se encontraban diezmadas por la cacería furtiva, practicada tanto por importantes grupos

de ganaderos, como por particulares que buscaban lucrarse con la venta de las canales saladas. Suarez, J, Silva, L. (2009) (pag.15).

Se estima que en el departamento de Casanare hay criaderos de Chigüiros ya autorizados por las autoridades competentes para ser comercializados. Suarez, J, Silva, L. (2009) (pag.16).

Actualmente esta asociación tiene criaderos autorizados por Corporinoquia en los municipios de Hato Corozal, Paz de Ariporo y San Luís de Palenque, con una población estimada de 65.500 chigüiros distribuidos en seis (6) núcleos de reubicación localizados en los tres municipios ya mencionados del Departamento del Casanare. Suarez, J, Silva, L. (2009) (pág. 16)

Casanare ha venido creciendo en asociaciones dedicadas a Zoo criaderos de Chigüiros, para ser comercializados en la región. Suarez, J, Silva, L. (2009).

Otras asociaciones similares son: Asochico (en Hato Corozal), Asochitri (en Trinidad), Asochisa (en San Luis de Palenque), Chigüirripa (en Orocué), Asocriyo (en Yopal), Aschimena (en Tauramena), Achinare (en Chámeza), Asochima (en Maní), Achipore (en Pore), Aschire (en Recetor). Entre otros. Con miras a legalizar las actividades de explotación de chigüiro en dichos municipios, Suarez, J, Silva, L. (pág.17)

A estos proveedores se les compra la carne en canal siempre y cuando tengan legalizado sus plantas de sacrificio animal, para su respectiva comercialización. Según las especificaciones técnicas de sacrificio y salud emitidas por el ministerio de medio ambiente y desarrollo sostenible mediante la resolución 0562 del 25 de febrero del 2016.

3. Estudio de Mercados

3.1. Investigación, desarrollo e innovación

De acuerdo a la investigación de mercado de carne de chigüiro no existen hamburguesas de esta carne, tiene mejores beneficios nutricionales que las carnes de

res, cerdo y pollo para su comercialización, ya que es una comida exótica de la región, tendrá exquisito sabor con la sazón casero con secretos de las abuelas esto hará la diferencia de las demás carnes.

Por otra parte, se hará un diseño innovador del empaque que genere la atención y satisfacción de del cliente para que compre el producto, y lo siga adquiriendo, esto se llevara a cabo mediante las diferentes estrategias de marketing, para tener una mayor atracción del producto al consumidor, que sea amigable con el medio ambiente y sea rentable para la empresa.

3.2. Análisis del sector económico

La población de Casanare, es importante en el consumo de la carne de chigüiro, por su economía y facilidad de adquirirla, de acuerdo al sector económico la carne de chigüiro es consumida por los estratos 1, 2 ,3 y 4 de la población del municipio de Yopal, ya que la cultura llanera caza de manera habitual animales silvestres para consumo humano, en este caso el chigüiro que es un animal roedor que se encuentra en las llanuras orientales. Corporinoquia (2016).

El chigüiro es importante por el valor nutritivo de su carne, debido a que contiene nutrientes en proporciones muy ventajosas, frente a otros productores similares, constituyéndose en una de las especies más promisorias dentro de la diversificación de los medios de producción rural, lo cual permitirá integrar varias zonas marginales a la economía nacional. Corporinoquia (p. 5)

Por otro lado, el departamento de Casanare es una región ganadera donde por costumbre o tradición la población consume constantemente carne y sus derivados y una de sus principales falencias es la falta de una planta de beneficio animal que este a la altura de las necesidades del departamento y por ende no se puede realizar la comercialización de las carnes a otras ciudades del país.

Los chigüiros se encuentran más asociados en la tierra agua y su hábitad principal son las sabanas inundables. Según Contexto Ganadero (2015):

Desde hace mucho tiempo se le ve al chigüiro como una alternativa económica para el uso sostenible de la sabana inundable. Primero porque es una especie nativa y segundo porque la sabana inundable tiene altas calidades de hábitat para la reproducción y desarrollo de la especie. Incluso muchos ganaderos lo ven compatible por 2 razones: puede complementar la actividad ganadera que se lleva en el departamento y sería una alternativa económica interesante para los productores. Contexto Ganadero (2015) (párr. 5)

3.3 Análisis del mercado

Una de las problemáticas más grandes de la ganadería en el Departamento de Casanare es la falta de un frigorífico que cumpla con las normas de los mercados internacionales. Si bien es cierto que en la actualidad operan catorce plantas de beneficio animal de categoría de autoconsumo, la mayoría del ganado se lleva a otros lugares para ser procesado y comercializado, como, por ejemplo, Bogotá y Villavicencio. Las plantas existentes están en la obligación de cumplir al 2016 con los compromisos de los planes graduales de cumplimiento, un documento técnico con la autoevaluación sanitaria y las acciones para el cumplimiento de la normatividad sanitaria que debieron haber presentado ante el INVIMA (Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos) en concordancia con el Decreto 1500 de 200714.

De todas formas, se expresa una sentida necesidad en cuanto a la construcción de un frigorífico de categoría nacional. En la actualidad hay un proyecto para ubicarlo en donde se encuentra la planta de Yopal. Fedegán- FNG entregó el estudio de prefactibilidad en agosto de 2013 con un diseño básico, el cual es un insumo para el estudio de factibilidad y plan de negocios que realiza la Gobernación, de acuerdo con el secretario de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente, según el informe de fedegan ganadería regional 2014-2018:

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural El MADR, dio a conocer a los Ganaderos del Casanare, la hoja de ruta del Plan de Internacionalización del Sector Cárnico Bovino, el cual comprende cuatro estrategias (Tabla 11) 16:

- Generación y priorización de la oferta exportable: evaluar y rediseñar la política de desarrollo ganadero, priorizar y consolidar mercados, y adecuar las plantas para el cumplimiento de las altas exigencias sanitarias.
- Mejora del estatus sanitario: continuar con el sistema de trazabilidad Identifica, implementar el SIGMA a nivel nacional y ejecutar el plan piloto de exportación a mercados especializados.
- Producción competitiva: desarrollar un clúster productivo en una zona de excelencia sanitaria para la exportación de carne bovina, consolidar una política integral de la lucha contra el contrabando de bovinos de Venezuela, garantizar el cumplimiento de la normatividad sanitaria vigente y de inocuidad en las plantas de beneficio y en los lugares de comercialización de carne, y diseñar una política de productividad y competitividad.
- Temas sensibles: implementar el Decreto 1500 de 2007 en los términos definidos y el Sistema de inspección oficial. Entre las acciones que se han venido realizando el coordinador de la cadena cárnica bovina reporta que se nombrará un secretario técnico regional financiado por Fedegán FNG, que facilitará la comunicación directa con los gobiernos municipales y Departamental y hará el enlace permanentemente con el Consejo Nacional de la Cadena Cárnica Bovina; ya que el Casanare, junto con Meta y Córdoba, se considera un departamento prioritario para esta cadena.

La Secretaría de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente del Casanare Tomando como referencia la distribución por municipio del hato bovino departamental (Figura 4), la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente del Casanare realizó un análisis DOFA (debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas) de la ganadería casanareña, el señor secretario hace un llamado para que la tecnología y los

instrumentos de política sean pertinentes para la Región, según lo establece Fedegan en su informe 2014-2018, (página pp. 37-41)

Figura 1

Distribución ganadera en el departamento de Casanare

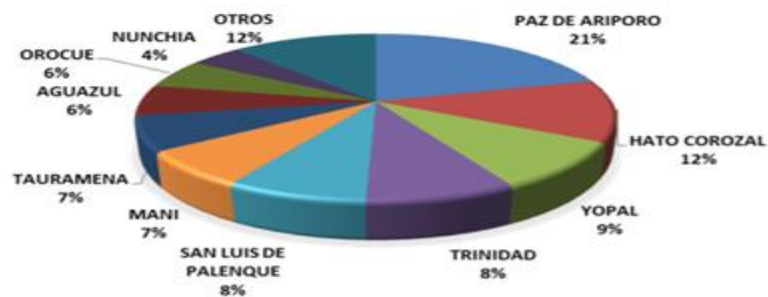


Figura 6. Distribución por municipios del hato del Casanare. Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente del Casanare Foro Visión 2014-2018, Fedegan – FNG.

Nota: Esta imagen representa el 9% de ganadería en el municipio de Yopal.

Figura 2:

Análisis de la ganadería en el municipio de Yopal.

Debilidades	Fortalezas	Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Alta dispersión de la producción - Baja especialización - Escasas economías de escalas - Insuficiente formación técnica - Bajos índices de productividad - Baja eficiencia reproductiva - Altos costos de producción - Baja rentabilidad - Deficiente manejo de praderas - Baja disponibilidad de modelos propios - Insuficiente transferencia de tecnología - Baja disponibilidad de paquetes tecnológicos apropiados - Insuficiente cultura de la información y pobre utilización de TLCs. 	<ul style="list-style-type: none"> - Buena oferta ambiental -Arraigada cultura ganadera - Base genética competitiva - Avances en campañas sanitarias - Ubicación geográfica favorable para la conquista de nuevos mercados. - Posibilidad de industrialización - Buena oferta de mano de obra calificada y no calificada. - Ganado Criollo Casanare, altamente resistente a las condiciones climáticas y sanitarias de la región. 	<ul style="list-style-type: none"> -Formulación e implementación del Plan Estratégico de la ganadería - Proyecto Apoyo a Alianzas Productivas - Capitalización del sector agropecuario - Incentivos a la Capitalización Rural Departamental y Nacional -Implementación de Buenas Prácticas Ganaderas - Consolidación de la política de seguridad democrática - Implementación de TLCs. -Enorme oportunidad de elevar la productividad laboral 	<ul style="list-style-type: none"> -Diseño e implementación de instrumentos de políticas NO focalizadas regionalmente - Pobre infraestructura - Poco conocimiento de nuevos nichos de mercado para bienes potencialmente exportables. - Resistencia al cambio - Desarticulación institucional - Liquidación de hembras - Pobre reingeniería - Conflicto interno - Cobertura de la educación básica y técnica - Abigeato - Contrabando

Nota: Estudio de matriz Dofa, donde nos muestra las amenazas, oportunidades y debilidades de la ganadería, establecidas por la secretaria de Agricultura y Ganadería de la Gobernación de Casanare. fedegan 2014-2018, (página 37-41)

3.3.1 Descripción y Análisis del Producto

Tabla 1

Análisis de la carne de chigüiro

Nombre del producto	Descripción del producto	Lugar de Elaboración	Composición Nutricional	Características
Hamburguesa de chigüiro	Es un producto cárnico color rojo, la carne tendrá un diámetro de 11cm de circunferencia.	El producto se elaborará en la cra 23# 20-54 ubicada en el barrio el Gavan del municipio de Yopal con una temperatura promedio de 30°C teléfonos 3124819026	Carbohidratos 135 Proteínas 22.1 Grasas 4.5 Minerales. Hierro 2.7 y agua. 63.7	Organolépticas, color rojo oscuro con algunos tonos blancos, olor característico, textura consistente en forma redonda

Nota: esta tabla muestra el Análisis del producto de la carne de chigüiro y sus principales características.

Figura 3

Etiqueta de Presentación



Nota: Esta imagen es la etiqueta de presentación de la carne de hamburguesa empacada al vacío.

Tabla 2

Descripción y Análisis del Producto

Requisitos Mínimos	Tipo de conservación	Almacenamiento	Formulación y Porcentaje conservación
Mediante la Resolución 0562 del 25 de febrero del 2016, en los artículos 71, 72,73 y 74	Congelación Temperatura entre -10 y -18 °c	Se deben conservarse bajo congelación de -18 y 10°	Insumos materia prima Carne de chigüiro 80% Hielo/agua 4% Sazón 16% Adictivo/insumo Sal marina 1.5%

Pimienta en polvo	2.3%
Ajo en polvo	3.5%
Cebolla cabezona	2.7%
Perejil	2.4%
Comino	3.6%

Nota: Ingrediente que se utilizaran para la preparación de una unidad de hamburguesa de chigüiro.

Tabla 3

Descripción y Análisis del Producto

Seguridad Alimentaria	Atributos Organolépticos	Valor Nutritivo	Calidad Tecnología	Calidad Social	Medición de Calidad
Higiene microbiológica (ausencia de salmonella)	Color, olor, sabor	Cantidad de grasa	PH capacidad de retención de agua	Bienestar animal	Rendimiento de canal
Ausencia de residuos (antibióticos metales y pesticidas)		Composición en ácidos grasos	Consistencia de la grasa, separación de los tejidos, estabilidad oxidativa	Medio ambiente	
		Valor Proteico			

Nota: Higiene, residuos, composición y Rendimiento y beneficios de la carne de chigüiro.

Tabla 4

Características del chigüiro y del ganado bovino

Características	Chigüiro	Ganado bovino
-----------------	----------	---------------

Periodo de gestación	150	275
Tamaño de la camada	6	1
Partos por año	1,5	0,5
Peso de las madres (kg)	40	350
Peso del recién nacido (kg)	1,5	28
Eficiencia reproductiva (2*3*5/4	0,34	0,04
Índice individual de crecimiento (g/día	62	203
Peso del cuerpo al sacrificio kg	40	363
Peso diario crecimiento/sacrificio (%) ((1/2)*100)	0,16	0,056
Res muerta rendimiento	0,52	0,45
Edad al momento del sacrificio (años)	2	4,5
Producción de carne, eficiencia por individuo (kg res muerta/animal/año) (2*4/5	10,4	36,3
Producción de carne, eficiencia por kilo (6/2)	0,26	0,1

Nota: Comparación de algunas características ecológicas, reproductivas y de producción de carne entre el chigüiro y el ganado.

Tabla 5

Composición química de la carne

Componente	Chigüiro	Carne de Res	Cerdo
Calorías	135	150	186
Agua	6,7	71	68,5
Proteína	22,1	21,5	18,5
Grasa	4,5	6,5	11,9
Ca		6	5
P (mg)	186	215	220

Nota La tabla contiene la Composición química de la carne de chigüiro comparada con la de res y cerdo.

3.3.2 Análisis de la demanda, consumidor o cliente

El estudio de mercado que se realizó para el funcionamiento la Empresa Carnes La Llanerita como Procesadora y Comercializadora de carne de hamburguesa de chigüiro empacada al vacío en el municipio de Yopal, Departamento de Casanare, la forma para determinar la viabilidad de un proyecto y la selección de alternativas para dar respuestas eficientes al estudio de factibilidad, conociendo el comportamiento mediante la oferta y demanda de nuestros consumidores, sus preferencias sus lugares de esparcimiento y con qué frecuencia sale a comer entre semana o los fines de semana, conque frecuencia viene los turistas a nuestra región y los sitios más visitados por ellos, esto permite saber más e implementar nuevas técnicas de mercado, obteniendo la información adecuada y tomar decisiones que logren satisfacer la necesidad a nuestros consumidores.

Identificar la demanda potencial del mercado, se tendrá en cuenta la reducción de costos procesamiento y empaque, el producto tendrá un logotipo, el nombre de la empresa y las características de la calidad y beneficios de consumir la carne, los posibles ingresos y rentabilidad para la empresa, así como los posibles gastos de inversión necesaria para satisfacer dicha demanda.

Según el diario el Tiempo (párrafo 3), en el año 2014, fue el año donde más duro se sintió la sequía donde murieron 20000 chigüiros, 3000 reses, venados y tortugas, en el municipio de Paz de Ariporo. Trinidad y san Luis de Palenque, esto genero un sentido más de pertenencia por las instituciones públicas y privadas como los habitantes de esta región, para proteger y preservar esta especie. Corporinoquia adelanto para el 2015, programas de investigación para determinar los orígenes de esta sequía, la corporación realizo visitas de campo junto con el sistema de gestión de riesgo a través de las alcaldías determinando las zonas más vulnerables de la sequía identificando lugares donde se pueda construir pozos profundo o abrevaderos con el fin de proteger, conservar y preservar los ecosistemas presentes en los municipios más vulnerables de esta región, esto permite mirar la sostenibilidad del chigüiro para poder

comercializar la carne, minimizando las afectaciones ambientales, flora y fauna que a la fecha enfrenta cada año por este fenómeno natural.

Esto permitió que se adelantaran reuniones para que la corporación junto con el ministerio este adelantando la comercialización legal de esta carne junto con la reglamentación por parte del INVIMA, en algunos sectores se está comenzando a mirar el chigüiro como una especie rentabilidad y sostenibilidad para la región de Casanare. Según el periódico el Tiempo (2014).

3.3.3 Segmentación objetivo del proyecto.

Tamaño del mercado

La población de Yopal según el Dane (2019), (diapositiva 56 la proyección de población en el municipio de Yopal es de 177688 para el años 2021, pero la población con ingresos niveles de educación que está en la (diapositiva 9 y 10), población ocupada es de 70.447 para el año 2019, en educación básica primaria y secundaria con 17572, educación media 23283, educación técnica, tecnología y profesional con 11796 y educación universitaria y posgrados 13168, la tasa de desempleo para hombres y mujeres es del 19% y las ocupaciones informales para hombres del 46,8 y mujeres del 56.1.teniendo una tasa de desempleo del 19% para el año 2019 del municipio de Yopal según el Dane (diapositiva 11 y 12).

Participación en el Mercado

Los datos estadísticos del Dane para el año 2018, establecen que la población del municipio de Yopal es de 177688 para el año 2021. Determinando que la población entre 15 y 59 años tiene una participación del 67.7% de la población total de acuerdo a los indicadores de las Figuras del municipio de Yopal, Dane (2018) (diapositiva 52-56), estableciendo que estas personas son la que tienen empleo y/ o están ocupadas según el Dane, es de 70447. Que son quiénes finalmente son las que tiene el poder adquisitivo de compra de nuestra hamburguesa de chigüiro empacada al vacío.

Dado que la carne de chigüiro se consume de manera ilegal desde los años 2014 al 2019, por ser un producto apetecido por la población casanareña y por los turistas, en el 2014 se incautaron 2394 kilos de carne de chigüiro avaluada en 173 millones de pesos según Prensa Libre (2014) (párrafo 1), para el 2015 se incautaron 2156 kilos según Prensa Libre (2015) (párrafo 1), en el 2016 197 kilos avaluados 1770000, según Prensa Libre (2017) (párrafo 1), en el 2017 se incautaron 250 libras y el 2019 Corporinoquia incauto 360 kilo de esta especie avaluada en el mercado ilegal en 324000 según Corporinoquia (2019) Párrafo 1, esto permite observar que una vez comience a venderse legalmente se incrementara la demanda de la carne de chigüiro, en el municipio de Yopal y en el departamento de Casanare.

Proceso metodológico

La presente investigación es de tipo descriptiva, debido a que se busca recaudar información que determine las preferencias en consumo y servicio tanto para consumidores como para comerciantes de la carne bovina; permitiendo la medición de situaciones relacionadas con variables de mercadeo, conveniencia técnica o viabilidad financiera.

Método.

Para esta investigación se utilizará el método cualitativo debido a que está orientada a la recolección, interpretación y análisis de información externa y mediante este método se pretende conceptualizar la realidad de los consumidores Yopaleños por adquirir carne de hamburguesa de chigüiro.

Hipótesis.

La necesidad de los consumidores en adquirir carne de excelente calidad; permitiría evaluar la posibilidad de crear una empresa comercializadora de carne de hamburguesas de chigüiro, procesada y empacada al vacío en el municipio de Yopal

Población.

Los sujetos de investigación para este estudio de mercado se establecen que la población proyectada para el año 2021, es de 177688, asimismo la población ocupada

del municipio de Yopal es de 70447, con una participación del 67.7% entre 15 y 59 años, obteniendo un mercado objetivo de 47692, según Dane 2018. (diapositiva 52)

Muestra.

Se obtendrá la información relacionada al problema de esta investigación a través 47692 personas siendo el mercado objetivo de la población del municipio de Yopal, según el Dane. (2018), como el tamaño de la muestra es finito el sistema de muestreo será probabilístico aleatorio simple.

Figura 4

Formula aleatoria simple, para encuestar la población del municipio de Yopal.

Si se conoce N:

$$n \cong \frac{S^2}{\frac{\epsilon^2}{Z^2} + \frac{S^2}{N}}$$

Fórmula:

Datos entrada:

Desviación estándar (S): 0.7

Nivel de confianza α : 96%

Error máximo permitido ϵ : 0.05

Tamaño de la población (N): 47692

Margen de confiabilidad ($Z \alpha/2$): 1.96

Tamaño necesario de la muestra (n): 292 personas de la población de Yopal.

De acuerdo al muestreo aleatorio simple se realizaron las encuestas a 292 personas en los sitios más populares de la ciudad de Yopal, para poder establecer los gustos de las personas en la compra de carne de hamburguesa empacada al vacío y

conque frecuencia compra los diferentes tipos de carnes, como el valor del precio del producto para la satisfacción del cliente.

Resultado de las encuestas.

Tabla 6

En la siguiente tabla y graficas se evidencian los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta.

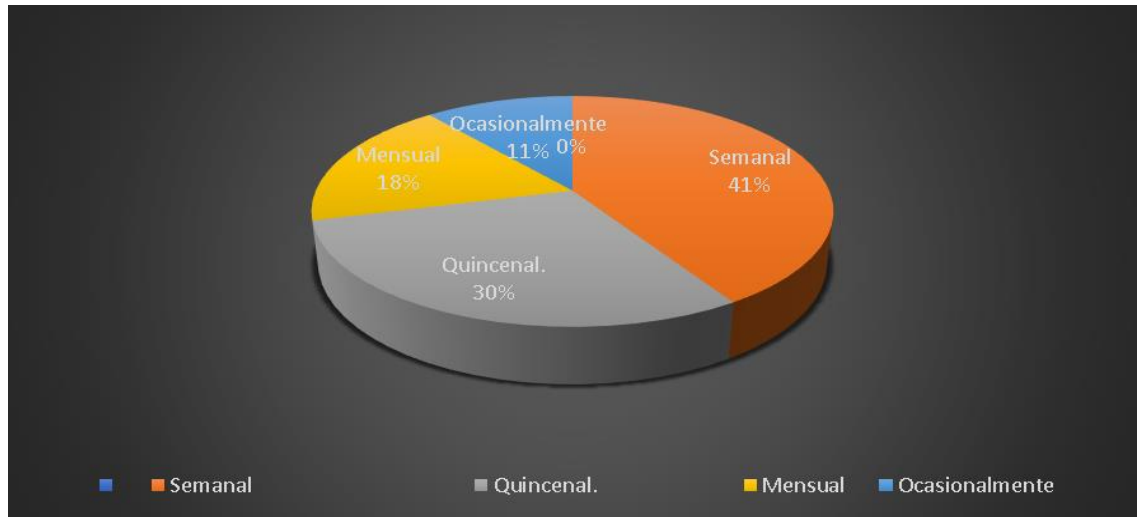
Pregunta 1 de la encuesta aplicada.

Producto	personas	porcentaje
¿Cada cuanto consume carne al vacío?		
Semanal	120	41%
Quincenal.	87	30%
Mensual	53	18%
Ocasionalmente	32	11%
	292	100%

Nota: de las personas encuestadas que corresponden a 292, de los cuales 120 consumen este producto obteniendo un 41%, quincenalmente 87 con un 30%, mensualmente 53 con un 18% y ocasionalmente 32 para un 11% la población Yopaleña consume de carne empacada al vacío.

Figura 5

Distribución del consumo de carne en el mes municipio de Yopal.



Nota: la gráfica nos representa el 100% de consumo de carne de los habitantes del municipio de Yopal, mediante un muestreo simple de 292 personas, semanalmente 142 personas para un porcentaje de 41%, quincenal que equivalen a 80 personal representa un 30%, mensual con 53 personas con un porcentaje de 18% y ocasionalmente un 11% de 32 personas.

Tabla 7.

Pregunta 2 de la encuesta aplicada.

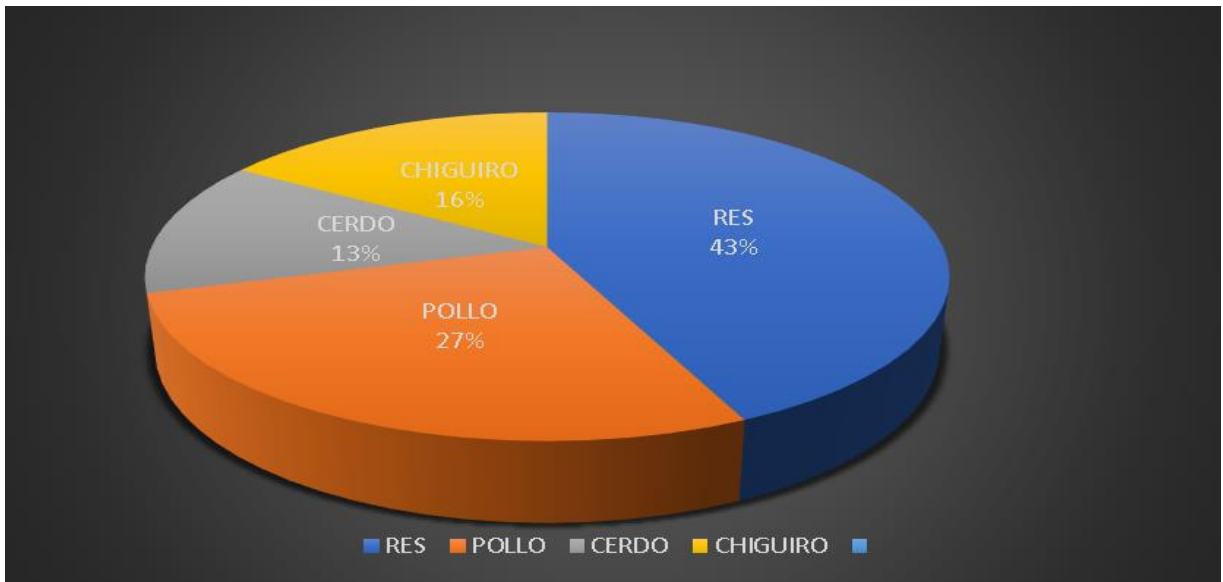
¿Cuál en la carne que más le gusta?	Cantidad de Persona	Porcentaje
RES	126	43.0%
POLLO	80	27.0%
CERDO	39	14.0%
CHIGUIRO	47	16.0%
	292	100.0%

Nota: La carne de res es la que más consume la población aceptada con 126

personas que es el 43% de las 292, la segunda es la carne de pollo con 80 y un porcentaje de 27%, la de cerdo con 39 equivalente a un 14% y la carne de chigüiro 47 correspondiente a un 16%.

Figura 6.

Distribución del consumo de carne en el municipio de Yopal



Nota: consumo de carnes por la población de Yopal, la carne de res tiene un porcentaje de 43% de 126 personas, el pollo con un 27% de 80 personas, el cerdo con un 14% de 39 personas y la carne de chigüiro con un 16% de 47 personas, para un total de 292 personas encuestadas.

Tabla 8.

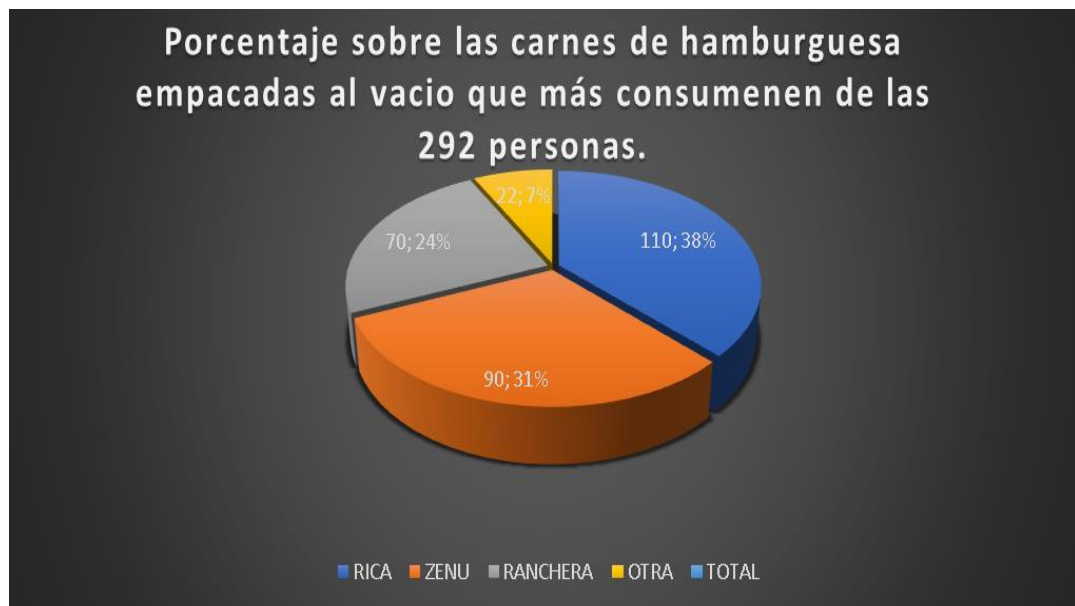
Pregunta 3 de la encuesta aplicada Que marcas de carne empacadas al vacío para hamburguesas consumen con más frecuencia.

Marca	Cantidad de personas	Porcentaje
RICA	110	38%
ZENU	90	31%
RANCHERA	70	24%
OTRAS	22	7%
TOTAL	292	100%

Fuente: Autor del Proyecto

Figura 7.

Marcas de hamburguesas empacadas al vacío.



Nota. Esta tabla muestra el porcentaje de acuerdo a las marcas de carne empacada al vacío para hacer hamburguesas que más consumen. La marca Zenú con

31% de 90 personas, producto Rica de 110 personas con el 38%, marca Ranchera de 70 personas con el 24% y otras marcas con el 7% de 22 personas.

Tabla 9

Pregunta 4 de la encuesta aplicada

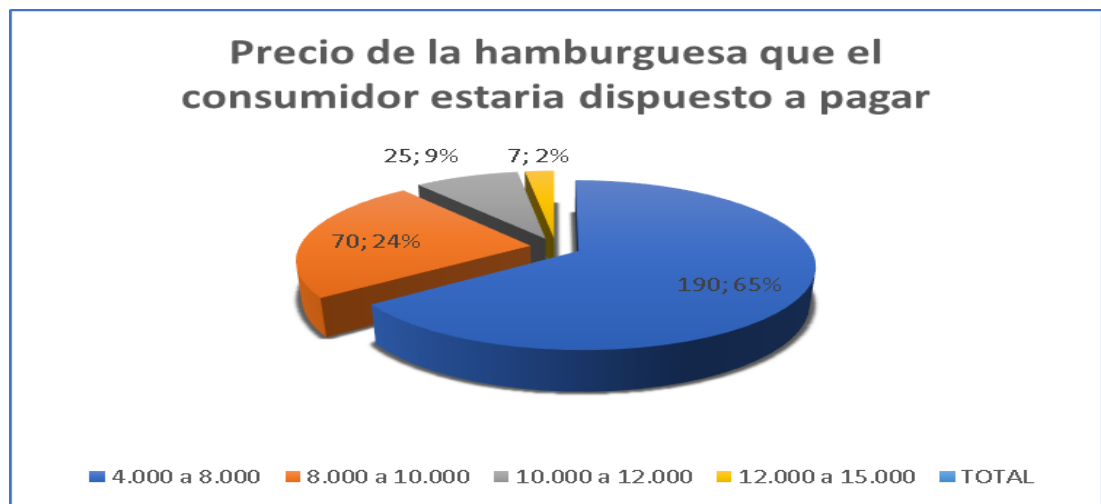
¿Qué precio pagarías por una hamburguesa de 250 gramos de carne de chigüiro empacada al vacío?

Valor	Cantidad de personas	Porcentaje
4.000 a 8.000	190	65%
8.000 a 10.000	70	24%
10.000 a 12.000	25	9%
12.000 a 15.000	7	2%
TOTAL	292	100%

Fuente: Autor del Proyecto

Figura 8.

Población del municipio de Yopal, precio al consumidor.



Nota. Esta tabla muestra los precios que los consumidores están dispuestos a pagar por la hamburguesa y el porcentaje del valor que más comprarían, entre 4000-8000, 195 personas con un 65% comprarían el producto de carne de hamburguesa empacada al vacío, entre 8000 y 10000, 70 personas comprarían este producto con un 24%, entre 1000 y 12000, 25 personas pagarían con este valor con una participación del 9% y entre 12000 y 15000, solo 7 personas comprarían el producto con este valor con un 2% de participación, para un total de 292 personas encuestadas.

Tabla 10

Análisis de la Encuesta

Ítem	Pregunta	Parámetros a Medir	Análisis
1	Cada cuanto consume carne al vacío	Compra de carne de la población en un mes	El 89% de las personas consumen carne durante un mes que corresponden a 260 personas del muestreo aleatorio de la población del municipio de Yopal.
2	Cuál es la carne que más le gusta	Consumo de carne de res, pollo, cerdo y carne de chigüiro de la población del municipio de Yopal	El consume de carne res, es la que mayor consumen la población de Yopal, seguido de carne de pollo y cerdo, la carne de chigüiro es aceptada con un 16% de la población encuestada. Por lo cual se crearán más estrategias para implementar este consumo en la ciudad.

- | | | | |
|---|--|---|--|
| 3 | Que marcas de Preferencia de la carne empacadas al vacío para elegir hamburguesas consumen con más frecuencia. | población a la hora de elegir carne de hamburguesa | La carne de hamburguesa que prefieren es la carne de rica, seguido de Zenu y ranchera, teniendo un 93% alrededor entre las tres marcas, solo el 7% prefieren otras carnes. |
| 4 | Qué precio pagarías por una hamburguesa de 250 gramos de carne de chigüiro empacada al vacío | Capacidad de pago por la compra de 250 gramos de hamburguesas | La población de Yopal, compraría entre 4000 y 8000, aceptando según la encuesta un 65% que equivalen a 190 personas de 292 encuestadas. |
-

Demanda Potencial

Por lo cual se determina que en Yopal se comercializa de manera ilegal la venta de esta carne de acuerdo al párrafo anterior, el segmento de mercado va dirigido a 70447 personas de la población ocupada con una participación del 67%, que sería 47692 personas entre edades de 15 a 59 años, según Dane 2018. (diapositiva 52), determinando que la población que compraría la carne de hamburguesa de chigüiro es del 16% aceptando un precio ente 4000 y 8000 pesos, la población consumidora del producto o población objetivo es de 7630 persona. Ver formula

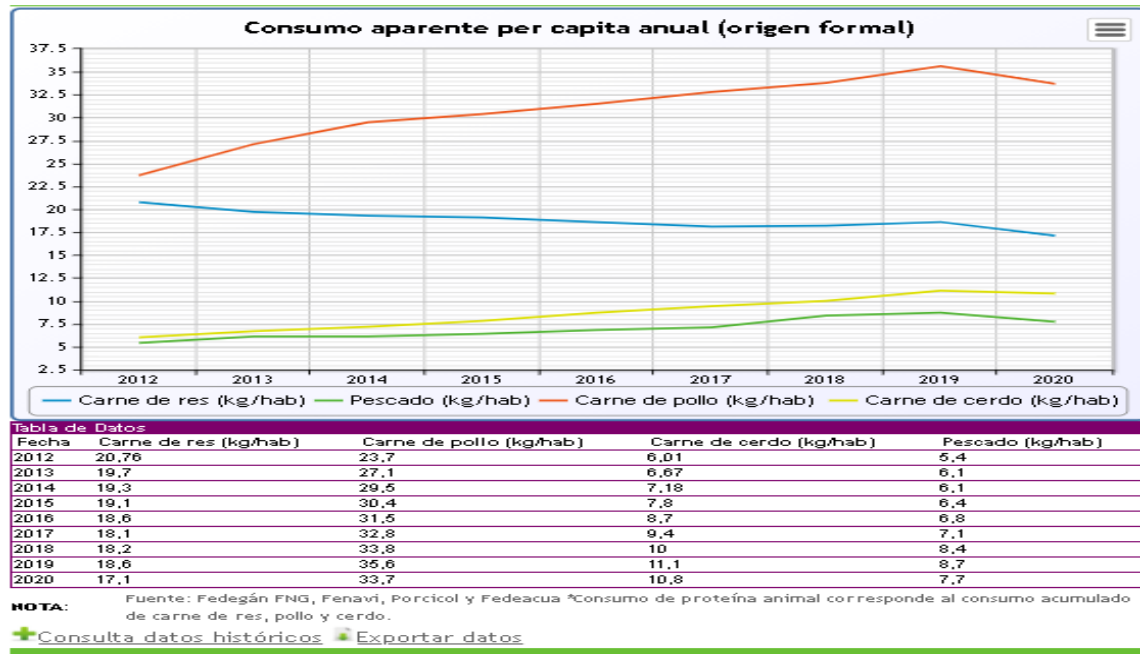
$$P_{cp} = 47692 \times \text{el } 16\% \text{ de la población esquivéle a } 7630 \text{ persona.}$$

Según, las estadísticas del Fedegan las carnes de pollo es la que más consumen los colombianos, en segundo lugar está la carne de res, en tercer lugar la carne de cerdo y el pescado en cuarto lugar, la carne de pollo disminuyo un 0.3% entre el 2019 y 2020, y la carne de res bajo un 1.5% ya que paso de 18.6 a 17,1% entre el 2019 y 2020, esto permite identificar el consumo de las diferentes carnes por (kg/hab)

anual en Colombia, datos obtenidos entre los años 2012 al 2020, se ilustran en la siguiente Figura.

Figura 9.

Consumo de carnes en Colombia por kg habitante.



Nota. La Figura 9 habla sobre las estadísticas del Fedegan de las carnes de pollo es la que más consumen los colombianos, en segundo lugar, está la carne de res, en tercer lugar, la carne de cerdo y el pescado en cuarto lugar. Tomado de Fedegan, 2020.

De acuerdo al inventario bovino por municipio Yopal tiene 204.836 cabezas de ganado para el año 2020, por lo cual, bien creciendo del sector, dado que el consumo de carne por kg/habitante es del 17,1% según Fedegan.

Figura 10. Inventario por municipio carne bovina.



Nota. La Figura 10, en esta figura determina el inventario de cabezas de ganado en el municipio de Yopal.

Para el 2020 se genera buen clima para la comercialización de carne de ganado tipo exportación y nuevos mercados que están llegando al país, aunque llego la pandemia del Covid 19, se buscaron nuevos mercados globales como la venta y compra de semovientes de forma virtual y semi presencial, Contexto Ganadero (2020) (parr 1).

3.4 Análisis de la oferta y de la competencia

En municipio de Yopal va a comercializar este producto teniendo en cuenta que es un producto innovador que nos lleva a formar nuevas estrategias de marketing como promociones, degustaciones y campañas de mercadeo en el mercado local, puntos estratégicos en centros comerciales, sitios turísticos, plazas de mercado, aeropuerto, ferias comerciales de la alcaldía y Gobernación, entregando un producto de calidad cumpliendo con las normas de sanidad y permisos ambientales para la distribución y

comercialización de la carne en mención, dado que la empresa “Carnes la Llanerita” tiene una presentación de 250 grs con un valor de 4000 pesos, esta carne de chigüiro esta posesionada en nuestra cultura llanera, por ser un alimento delicioso y nutritivo para la región.

El Ministerio del medio ambiente aprobó de la distribución y la comercialización de las carnes mediante la resolución 0562 del 25 de febrero del 2016, por el Ministerio de Salud y Protección Social, donde establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios y de inocuidad de la carne de chigüiro, pero solo le hacen falta algunos conceptos de las autoridades ambientales y sanitarias, que definan la cuota de animales que se pueden aprovechar en el año, que el Invima emita las normas y las condiciones especiales de manejo para garantizar la inocuidad en las plantas y que el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) establezca las acciones de control durante la caza y la producción primaria y así quedaría legalizada el consumo de carne de chigüiro para poder comercializarla.

La competencia que se presenta en el mercado es indirecta y las marcas de embutidos de hamburguesas empacadas al vacío son las de Zenú, Rica y Ranchera que tiene un segmento definido en la población colombiana, entre ellos el municipio de Yopal con diferentes estrategias de marketing, además de tener sitios estratégicos en la ciudad para promocionar el producto a toda la población de Yopal.

Otras competencias indirectas de empresas son Montefrio, Angus Azul y Camaguey, poco conocidas en el mercado local y nacional, tienen un segmento de mercado poco definido ya que no se han visto lanzamientos de sus productos a nivel nacional, estas empresa son locales como Camaguey que es de la región de Barrnquilla, Montefrio que pertenece a la empresa Colanta del departamento de Antioquia, estos productos se encuentra en lugares poco visibles en los supermercados de cadena, generando disminución de ventas por los clientes potenciales que adquieren el producto de la carne de Hamburguesa, sin contar con promociones, degustaciones ni mercaderías que ofrezcan el producto.

3.4.1. Análisis de los precios

Se realizó el análisis de los costos de producción y los costos de ventas, teniendo en cuenta legalización del producto y e impuestos. También se tuvo en cuenta los precios de otros productos sustitutos que se encuentran en el mercado, el costo y gastos que nos generan producir una hamburguesa se relacionan a continuación.

Durante la encuesta realizada en los sitios más frecuentados por la población del municipio de Yopal, comunicaron que conocen el sabor de la carne de chigüiro teniendo una muy buena preparación, que pagaría entre 4000 y 8000 pesos valor aceptado con un 65% de 192 personas encuestadas, que el 16% consume esta carne que se vende de manera ilegal, por otra parte durante el desarrollo la inspección ejecutada, el sitio donde se comercializa es en la central de abastos, con un precio promedio de 9000 pesos, teniendo este producto guardado entre otras carnes para no ser multados por la autoridades, al indagar a los señores sobre quienes eran sus clientes informaron que las personas adquieren esta carne son las de estratos 1,2,3 y 4, que sería 47692 personas entre edades de 15 a 59 años.

Para determinar el precio de la carne de hamburguesa de chigüiro se toma el valor establecido durante la visita realizada en los diferentes lugares de la ciudad de Yopal, con un valor de 9000, sumando los costos y gastos que se realizan de manera directa con la producción, teniendo un valor de 9400, los costos de preparación de la carne, la etiqueta y el valor del empaque por unidad.

Costos Variables: son los insumos o gastos que varía en el precio del producto de manera directa, en la siguiente tabla se muestra el valor unitario.

Tabla 11.

Costo valor Unitario

PRODUCTOS E INSUMOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR UNITARIO
CARNE DE CHIGUIRO	1 KILO	9.000	9.000
CONDIMENTOS-SAZON	0,12 GRAMOS	60	60
SAL	0,12 GRAMOS	60	60
EMAPQUE	1 UNIDAD	140	140
ETIQUETA	1 UNIDAD	140	140
TOTAL		9000	9.400

Fuente: Autor del proyecto.

Costo Unitario del Producto: para determinar este valor se realiza con el costo variable unitario y el costo fijo variable, reflejado en la producción anual es de 91440, y los costos fijos anuales con un valor de 327.911.401. Determinando en la siguiente formula es costo fijo unitario.

$$\text{CFu: costos fijos anuales} = \frac{\text{costos fijos anual} \quad 327.911.401}{\text{Producción anual} \quad 91440} = 3586$$

Tabla 12

Costos Total

Costo Unitario	
Costo Unitario variable	9400
Costo fijo unitario	3586
Costo total	12986

Fuente autor del proyecto.

Precio Producto

La empresa Carne la llanerita espera tener una rentabilidad del 25% valor kilo de hamburguesa empacada al vacío es de 17134 se aplicó determinando la siguiente formula:

$$\text{Precio} = \frac{\text{Costo total Unitario}}{1 - \text{utilidad esperada}} = \frac{12896}{1 - 0.25} = \frac{12896}{0,75} = 17314$$

Tabla 13

Precio Producto

Costo total Unitario	12986
Utilidad	4328
Precio	17314

Nota: El precio del producto de la carne de chigüiro vale 17314 valor kilo de carne de hamburguesa empacada al vacío.

Clientes: los clientes de la carne de hamburguesa de chigüiro empacada al vacío es la población ocupada de la ciudad de Yopal, que es de \$70447 personas y con una participación del 67.7% entre hombres y mujeres entre 15 y 59 años, que equivalen a 47692 persona, población que pertenece a los estratos 1,2,3 y 4. Implementado la calidad del producto y estrategias de Marketin para crear confianza en los consumidores a la hora de elegir el producto, asimismo la parte cultural de los Yopaleños consume esta carne de manera ilegal de acuerdo a la encuesta en un 16% que equivalen a 7630 personas el mercado objetivo, se determina la cantidad de producción diaria seria de 254 hamburguesas diarias para suplir esta necesidad.

Competencia: dado que en el municipio de Yopal hay almacenes de cadena como Jumbo, Olímpica y el Éxito, estos grandes almacenes y supermercados comercializan las marcas Zenu, Rica y Ranchera, marcas muy conocidas, que manejan diferentes estrategias de mercadeo para el consumidor final, teniendo calidad en el producto y buen servicio por parte de los vendedores de cada área y de cada empresa, por otra parte las marcas Montefrío, Angus Azul y Camaguey, que se encuentran en Jumbo y el Éxito no tienen un buen sitio de exhibición ni publicidad que genere venta de estos productos que también venden hamburguesa de res empacada al vacío a continuación, se relaciona el precio de la venta de hamburguesas empacadas al vacío:

Tabla 14.

Competencia Indirecta

TIPO DE EMPRESA O NEGOCIO	UBICACIÓN	PRODUCTO/SERVICIO QUE ELABORA O COMERCIALIZA	TECNOLOGIA QUE USA	PRECIOS	GRAMOS	UNIDADES	VALOR AGREGADO	DEBILIDADES
Empresa Zenú	Yopal	Hamburguesas empacadas al vacío	Industrial	\$14.100	575	4	Precocida	No cuenta con atención directa al cliente.
Empresa Zenú	Yopal	Hamburguesas empacadas al vacío	Industrial	\$10.350	400	4	Precocida	Confianza en el mercado
Empresa Zenú	Yopal	Hamburguesas empacadas al vacío en caja	Industrial	\$42.900	100	300	Precocida	son mas caros
Empresa Rica	Yopal	Rollo de Carne con verduras empacadas al vacío	Industrial	\$9.600	450	5	Precocida	Pocos la consumen.
Empresa Ranchera	Yopal	Hamburguesas empacadas al vacío	Industrial	\$3.310	130	2	Precocida	El precio en el mercado
Empresa Ranchera	Yopal	Hamburguesas empacadas al vacío	Industrial	\$12.400	400	4	Precocida	El precio en el mercado

TIPO DE EMPRESA O NEGOCIO	UBICACIÓN	PRODUCTO/SERVICIO QUE ELABORA O COMERCIALIZA	TECNOLOGIA QUE USA	PRECIOS	GRAMOS	UNIDADES	VALOR AGREGADO	DEBILIDADES
Empresa Angus Azul	Yopal	Hamburguesas empacadas al vacío	Industrial	\$9.100	125	4	preasada	Les falta publicidad a nivel nacional no tiene un segmento definido
Empresa Camagüey	Yopal	Hamburguesas empacadas al vacío	Industrial	\$21.990	200	10	preasada	muy poco conocida, promociones y de gustaciones
Empresa Montefrío	Yopal	Hamburguesas empacadas al vacío	Industrial	\$10.200	250	2	precocida, y recetas en la página	falta de publicidad con el consumidor, degustaciones

Nota: Las marcas Zenu, Rica y Ranchera, no cuentan con una atención directa al cliente dado que, por tener un producto ya conocido, no genera ninguna expectativa hacia los clientes, lo que puede generar confianza excesiva y disminuyan las ventas, teniendo unos precios altos de la venta de carne de hamburguesa de res, por otra parte las empresas Angus Azul, Camagüey y Monte frío, en el municipio de Yopal, son muy poco conocidas, no tiene publicidad en ninguno de los sitios de almacenamiento, lo que es muy beneficioso para el proyecto dado que la población de Yopal, no conoce estas marcas.

Figura 11

Precios de la competencia.



Nota: La grafica representa los precios de la competencia indirecta de la carne de hamburguesa de res.

Costos

Para calcular el valor de la materia prima de la carne de chigüiro se realizó una investigación con los comerciantes de la central de abastos de la plaza de mercado del área de cárnicos donde nos informaron que el precio de un kilo de carne de chigüiro está a la venta con un valor de \$9000 mil pesos.

$$1 \text{ k} = 1000/4 = 250 \text{ gramos}$$

$$9000/4 = 2250 \text{ pesos}$$

- Para la elaboración de una Hamburguesa de carne de chigüiro se necesitan 250 gramos, que corresponde a un valor de 2250.
- Para la elaboración de una Hamburguesa de carne de chigüiro se necesitan 10 gramos, que corresponde a un valor de \$120 pesos. El precio de un kg de sal está en el mercado \$1200

- Para la elaboración de una Hamburguesa de carne de chigüiro se necesitan 0.12 gramos, de condimentos que corresponde a un valor de \$120 pesos. El precio de un kg de condimentos está en el mercado \$600.
- Para la elaboración de una Hamburguesa de carne de chigüiro se necesitan un empaque que corresponde a un valor de \$140 pesos.
- Para la elaboración de una Hamburguesa de carne de chigüiro se necesita una etiqueta que corresponde a un valor de \$140 pesos.
- Para la elaboración de una Hamburguesa de carne de chigüiro se necesita el recurso humano donde se cancelarán sueldos mensuales de un mínimo de \$908526, según (El Ministerio de Trabajo, 2021, Párr. 1).
- Para saber el tiempo que se requiere para la elaboración de una hamburguesa de chigüiro se realizó la práctica de comprar la materia prima molida y prepararla en casa con un tiempo aproximado de 10, buscando mejorar el rendimiento se encontró la maquina CE-653 Formadora automática; Hasta 30 hamburguesas/Minuto Tolva de 23 Litros, motor 1hp a 220V.

Para calcular la mano de obra por minutos se realizó el siguiente proceso del valor del costo de personal mensual que equivale \$ 5.622.192, este valor se divide por los 30 días, que equivalen a un mes, que serían 187 el minuto, multiplicado por 4 trabajadores corresponden a \$750 pesos el valor de estos empleados. Asimismo, se calcula los Cif (servicios públicos) y arriendo y publicidad y obtener el precio unitario de la carne de hamburguesa empacada al vacío.

Tabla 15

Precios de producción para la elaboración unidad de Hamburguesa

COSTOS Y GASTOS DE PRODUCCIÓN PARA UNA (1) UNIDAD DE CARNE			
	UNIDAD	VALOR	
PRODUCTO	CANTIDAD DE	UNITARIO	VALOR DIA

		MEDIDA		
CARNE DE CHIGUIRO	275	250GR	2.250	618.750
CONDIMENTOS-SAZON	275	250GR	60	16.500
SAL	275	250GR	60	16.500
EMAPQUE	275	250GR	140	38.500
MANO DE OBRA	275	250GR	750	206.147
CIF (SERVICIOS)	275	250GR		17.360
ARRIENDO Y PUBLICIDAD	275	250GR		30.000
ETIQUETA	275	250GR	140	38.500
TOTAL, DE PRODUCCION EN UN DIA				982.257
TOTAL, DE PRODUCCION DIVIDIDO EN LA CANTIDAD DE PRODUCCION VALOR UNITARIO DIVIDIVO EN EL COSTO UNITARIO POR UN DIA				3571,84
			4000	428

Nota Precios del valor unitario para la producción de una hamburguesa de carne de chigüiro, es de \$3571 pesos y el valor en el mercado es de \$4000, obteniendo una ganancia de \$428 pesos. por unidad.

TABLA 16, valor unitario de la materia prima mensual y anual.

COSTOS DE PRODUCCION DE MATERIA PRIMA							
PRODUCTO	CANTIDAD	CANTIDAD	VALOR R KILO	VALOR UNITA RIO	VALOR DIA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
	DE PRODUCCI ON KILO						
CARNE DE CHIGUIRO	68,75	275	9.000	2.250	618.750	18.562.500	222.750.000
CONDIMENTOS -SAZON	68,75	275		60	16.500	495.000	5.940.000
SAL	68,75	275		60	16.500	495.000	5.940.000
EMAPQUE	68,75	275		140	38.500	1.155.000	13.860.000
MANO DE OBRA	68,75	275		749	205.975	6.179.250	74.151.000
CIF(SERVICIOS)	68,75	275			17.360	520.800	6.249.600
ARRIENDO Y PUBLICIDAD	68,75	275			30.000	900.000	10.800.000
ETIQUETA	68,75	275		140	38.500	1.155.000	13.860.000
TOTAL					982.085	29.462.550	353.550.600

Nota: Costos de producción de la hamburguesa de chigüiro totales calculando la mano de obra, los cif, el empaque, la etiqueta, los servicios públicos, la sazón y los condimentos equivalen a \$29462.550. y anual es de \$353.550.600

Tabla 17.

Costos Fijos.

COSTOS Y GASTOS FIJOS		
DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
COSTOS DE MATERIA PRIMA	21.862.500	262.350.000
GASTOS FIJOS	900.000	10.800.000
GASTOS ADMINISTRATIVOS	520.800	6.249.600
GASTOS DE PERSONAL	6.179.250	74.151.000
TOTAL	29.462.550	353.550.600

Nota: se establecen los gastos fijos mensuales de \$29.462.550 y anuales de \$353.550.600 que tendrá la empresa a la hora de producir carne de hamburguesa de chigüiro, teniendo en cuenta los costos de materia prima, gastos fijos, gastos administrativos, gastos de personal.

3.5 Proyecciones de venta

En las proyecciones de ventas son una perspectiva de las ventas a futuro, analizando la demanda y la oferta potencia, por lo cual se realiza una proyección de las cantidades producidas de hamburguesa de carne de chigüiro empacada al vacío.

Tabla 18

Datos históricos del consumo de carne de chigüiro por (kg) ilegal.

AÑO	CONSUMO DE MANERA ILEGAL CARNE DE CHIGUIRO	TOTAL
2014	2394	7000
2015	2156	7000
2016	197	7000
2017	125	9000
2019	360	9000
2020	971	9000
2021	938	9000

Nota: información sobre el precio de la carne de chigüiro a través de los años.

Tabla 19

Consumo de carne ilegal de chigüiro en la ciudad de Yopal.

AÑO(n)	No(N)	Y	XY	X (2)
2014	1	2394	2394	1
2015	2	2156	4312	4
2016	3	197	591	9
2017	4	125	500	16
2019	5	360	1800	25
2020	6	971	5826	36
2021	7	938	6566	49
$\Sigma=7$	$\Sigma=28$	$\Sigma=7186$	$\Sigma=21989$	$\Sigma=140$

Aplicando la ecuación lineal, mediante mínimos cuadrados se tiene lo siguiente:

Tabla 20

Formula

$$Y=a+bx$$

$$\text{Donde } a = \frac{\Sigma Y}{N} \quad b = \frac{\Sigma XY}{\Sigma X^2} \quad X = \frac{\Sigma X}{N}$$

Sustituyendo las variables resulta:

$$a = \frac{7141}{7} = 1020 \quad b = \frac{21989}{140} = 157 \quad x = \frac{28}{7} = 4$$

Ahora la tendencia y/o proyección de ventas:

$$Y_{2022} = 1020 + 157(4) = 1648 \text{ kg}$$

$$Y_{2023} = 1020 + 157(5) = 1805 \text{ kg}$$

$$Y_{2024} = 1020 + 157(6) = 1962 \text{ kg}$$

$$Y_{2025} = 1020 + 157(7) = 2119 \text{ kg}$$

$$Y_{2026} = 1020 + 157(8) = 2276 \text{ kg}$$

Nota: proyecciones de kilos de carne de chigüiro anual.

Por lo anteriormente establecido en las proyecciones de ventas por kilo de hamburguesas para el año 2022 es de 1648 kilos anual, para el 2023 es de 1805 kilos, el 2024 es de 1962 kilos, el año 2025, 2119 kilos y el 2026 con una producción de 2276 kilos al año, de acuerdo la Dane (2018) la población objetivo es de 47692 que son personas entre los 15 y 59 años, que tienen una ocupación de empleo para comprar el producto, por lo cual se realizó una encuesta aleatoriamente estableciendo un 16% de la población, que equivale a 7630 personas, para suplir esta necesidad se divide por los 30 días generando una producción diaria de carne de hamburguesa de chigüiro de 254 unidades día. Teniendo en cuenta los valores anteriores de la tabla 18, se realiza el siguiente cuadro:

Tabla 21

Ecuación lineal, ventas de carne de hamburguesas de chigüiro para el año 2022.

$$Y_{2022} = 7630 + 157(4) = 8250$$

$$Y_{2023} = 7630 + 157(5) = 8415$$

$$Y_{2024} = 7630 + 157(6) = 8572$$

$$Y_{2025} = 7630 + 157(7) = 8729$$

$$Y_{2026} = 7630 + 157(8) = 8886$$

Nota: las ventas para el año 2022 es de 8250, para el 2023 es de 8415, el 2024 es de 8572 el 2025 es de 8729 y el 2026 es de 8886 hamburguesas por año

Para determinar el plan de producción se tiene en cuenta las proyecciones de ventas por kilos para el 2022 es de 1648 kilos al año, que corresponde a 137.3 kilos mensual y la población objetivo es de mensual dividido por 30 días de un mes son 254 hamburguesas diaria y utilizando el método de ecuación lineal produciría 275 que equivalen a 8250, supliendo la necesidad de los consumidores de la ciudad de Yopal, (ver proyecciones de ventas, costo unitario tablas 15 a la 20.

En las siguientes tablas se establece las proyecciones de ventas diarias, mensuales y anuales, teniendo en cuenta el IPC del Dane, para los años del 2016 al 2020, y promediar el índice de precio al consumidor para los años del 2022 al 2026 en el desarrollo del proyecto.

Tabla 22

Producción mensual y anual incrementado con el método de ecuación lineal.

Producción de Hamburguesas de Chigüiro			
Año	Diarias	Mensual	Anual
2022	275	8250	99000
2023	281	8430	101160
2024	286	8580	102960
2025	291	8730	104760
2026	296	8880	106560

Nota: Objetivo de producción diario, mensual y anual, aumentando cada año que debe producir la empresa para recuperar la inversión que realiza en el primer año.

Tabla 23

Proyección del IPC en Colombia Dane.

IPC. Variación mensual, año corrido y anual

Total IPC (2010 - 2019)

2010 - 2019 (Diciembre)

Años	Variación %		
	Mensual	Año corrido	Anual*
2010	0,65	3,17	3,17
2011	0,42	3,73	3,73
2012	0,09	2,44	2,44
2013	0,26	1,94	1,94
2014	0,27	3,66	3,66
2015	0,62	6,77	6,77
2016	0,42	5,75	5,75
2017	0,38	4,09	4,09
2018	0,30	3,18	3,18
2019	0,26	3,80	3,80

Nota: para las proyecciones del índice de precio al consumidor en las ventas para los años 2022 al 2026, se tomaron los años del 2016 al 2020 anual, y se promedió obteniendo un valor de 3.68 y se estableció un 4% calculando las ventas de los años anteriormente mencionados. (DANE) (2021).

Tabla 24

Producción diaria, mensual y anual, con el precio de venta y unidades vendidas en los años del 2022 al 2026 teniendo en cuenta el índice de precio al consumidor en Colombia (IPC).

Produccion de Hamburgiuesas de Chiguiro									
Año	Precio	Precio IPC	Diarias	Mensual	Valor mensual en ventas	Anual	valor anual en ventas	Ventas	incremento IPC
2022	4000	4160	275	8250	\$ 34.320.000	99000	\$ 411.840.000		\$ 411.840.000
2023	4000	4160	281	8430	\$ 35.068.800	101160	\$ 420.825.600	\$ 16.473.600	\$ 428.313.600
2024	4000	4160	286	8580	\$ 35.692.800	102960	\$ 428.313.600	\$ 17.132.544	\$ 445.446.144
2025	4000	4160	291	8730	\$ 36.316.800	104760	\$ 435.801.600	\$ 17.817.846	\$ 463.263.990
2026	4000	4160	296	8888	\$ 36.974.080	106656	\$ 443.688.960	\$ 18.530.560	\$ 481.794.549

Nota: Proyección de ventas a 5 años calculado con el índice de precio al consumidor

Nota: Realizado las proyecciones de ventas a 5 años incrementando el IPC en un 4%, para el año 2022, no se incrementa este valor, dado que es el año 0 de la empresa, para este año las unidades a vender son 99000 con valor anual de \$411.840.000, y para el año dos que es en el 2023, las unidades son 101160 y las ventas \$420. aplicando el IPC, incrementando \$ 16.473.600 para un total de \$ 428.313.600.

En el año tres que es en el 2024, las unidades a vender son 102960 con valor anual de \$428.313.600, aplicando el IPC del 4%, incrementando \$ 17.132.544 para un total de \$445.446.144.

El año cuatro que es en el 2025, las unidades a vender son 104760 con valor anual de \$435.751.680, aplicando el IPC del 4%, incrementando \$ 17.817.846 para un total de \$463.263.990.

En el año cinco que es en el 2026, las unidades a vender son 106656 con valor anual de \$443.589.120. aplicando el IPC del 4%, incrementando \$ 18.530.560 para un total de 481.794.549.

4. Estudio técnico operacional

Figura 12

Ficha Técnica.

Empaque de la carne de hamburguesa empacada al vacío



Nota: De acuerdo a esta imagen representativa trae la información nutricional del producto.

En este estudio deja ver la magnitud del proyecto, la infraestructura, la ubicación y los servicios que se desarrollara en la empresa, para su comercialización.

Para la ejecución del proyecto, se iniciará en un local en arriendo de propiedad de uno de los socios, ubicado en la carrera 23 No 20-54, barrio el Gabán, municipio de Yopal, Departamento de Casanare y cuenta con instalaciones adecuadas para el proceso de producción de alimentos, en un área aproximada de 100 mts². Se escogió este lugar ya que cuenta con factores que benefician al proyecto como es: Ubicación, vías de acceso y servicios públicos (Luz, agua, alcantarillado y aseo), otros servicios con que cuenta la empresa es redes sociales y de comunicación, asimismo cuenta con la materia prima disponible en la región.

En el municipio de Yopal, cuenta con una gran oferta laboral, de manera que la empresa contara con el personal calificado necesario para el normal funcionamiento. La empresa contará con 1 carro transportador de alimentos, donde cuenta con, características de refrigeración, para transportar y mantener en ópticas condiciones los productos.

La empresa cumplirá con la resolución 562 del 2016 donde se establece los requisitos legales. y será registrada en la Cámara de Comercio también estará atenta a todas las políticas municipales, Departamentales y Nacionales y en cuanto a la protección del medio ambiente trabaja con materia prima de zoo criaderos, con el fin de evitar acabar con la fauna silvestres como él chigüiro o también llamado capibara.

El uso del suelo es un factor muy importante, que hay que tener en cuenta para implementar cualquier proyecto y la empresa Carnes la Llanerita está ubicada en una zona mixta que es residencial y comercial.

4.1. Ficha técnica

Tabla 25.

Ficha técnica del producto.

Nombre del producto	Hamburguesa de chigüiro
Descripción del producto	Es un producto a base de carne de chigüiro, sazonado con ingredientes naturales, con alto contenido de proteínas, con características organolépticas, color rojo y empacado al vacío para la comercialización del producto, con un peso de 125

	gms.
Lugar de la elaboración	El producto se elaborará en la cra 23# 20-54 ubicada en el barrio el Gavan en el casco urbano del municipio de Yopal con una temperatura promedio de 27°C teléfonos de contactos 3124819026
Composición Nutricional	Carbohidratos 135
	Proteínas 22,1
	Grasas 4,5
	Minerales hierro 2,7, fósforo 186, calcio 1
	Agua 63,7
Características organolépticas, color rojo oscuro con algunos tonos blancos, olor característico, textura consistente en forma redonda	
Requisitos mínimos y normatividad	norma técnica colombiana sobre (NTC) 1325, sobre % de masa cruda procesados cárnico no enlatados Resolución 2905 de 2007
Tipo de conservación	Congelación Temperatura entre -10 y -18 °C



Consideraciones para el almacenamiento	Se deben conservarse bajo congelación de -18 y -10
Formulación	materia prima /insumo porcentaje carne de chigüiro 80% hielo/agua 4% sazón 16% adictivo/insumo porcentaje sal marina 1,5 pimienta en polvo 2,3 ajo natural 3,5 cebolla cabezona 1,7 perejil 1,4 Comino 1,8

Nota ficha técnica de la descripción de los nutrientes de la carne de chigüiro y sitio de venta para su comercialización.

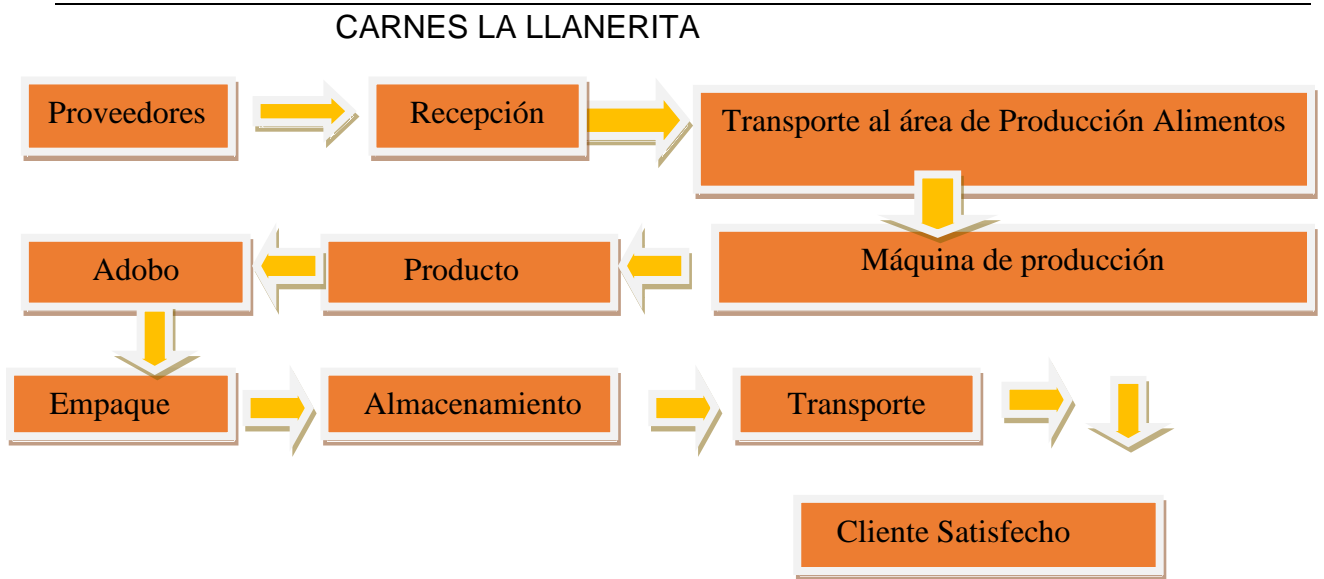
4.2 Análisis de Procesos de Producción

- Para el proceso de la producción de la carne de chigüiro empacada al vacío para hacer hamburguesas, se realizan los siguientes pasos:
- Proveedores: Se inspecciona la materia prima (Carne de Chigüiro o también llamada capybara), con el fin de observar las características físicas y químicas de la calidad de la carne. 2 minutos.
- Recepción: Conjunto de actividades realizadas por personas y manejo de máquinas para realizar un producto. 5 minutos.

- Transporte al área de alimentos: La carne de chigüiro se lleva mediante un carro transportador de alimentos cárnico al área donde está la máquina de producción. 2 minutos.
- Maquinaria y producción de hamburguesas de Chigüiro: este equipo tiene como referencia -CE-652 Formadora automática; Hasta 15 hamburguesas/Minuto Tolva de 18 Litros, motor 0.3hp a 220V.
- Producto: Resultado del proceso de transformación de la materia prima, en carne procesada empacada al vacío para hacer hamburguesas. 2 minutos.
- Adobo: Se mezcla la carne de chigüiro con los ingredientes: Sal, al gusto, pimienta, ajos, cebolla cabezona picada, perejil, y el secreto de la sazón casero, revolver hasta que la carne quede bien condimentada. 2 minutos.
- Empaque: se realiza para proteger los productos de las bacterias, y de esta forma prolongan su vida útil. 3 minutos.
- Almacenamiento: Se almacenarán los productos en cuartos fríos, porque son productos perecederos y no pueden estar dispuestos a altas temperaturas. 4 minutos.
- Transporte: cargar y transportar el producto para el consumidor final 15 minutos
- Cliente satisfecho: llevar el producto en el menor tiempo posible. El tiempo en proceso para la elaboración de la carne de hamburguesa de chigüiro hasta el consumidor final.

Figura 13

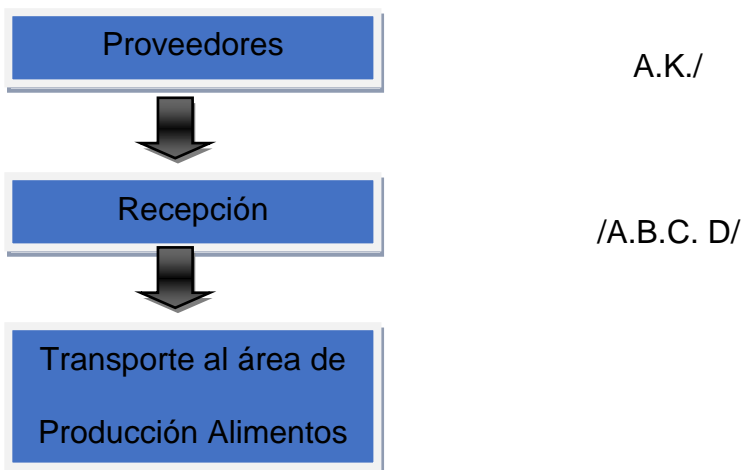
Flujograma de Proceso

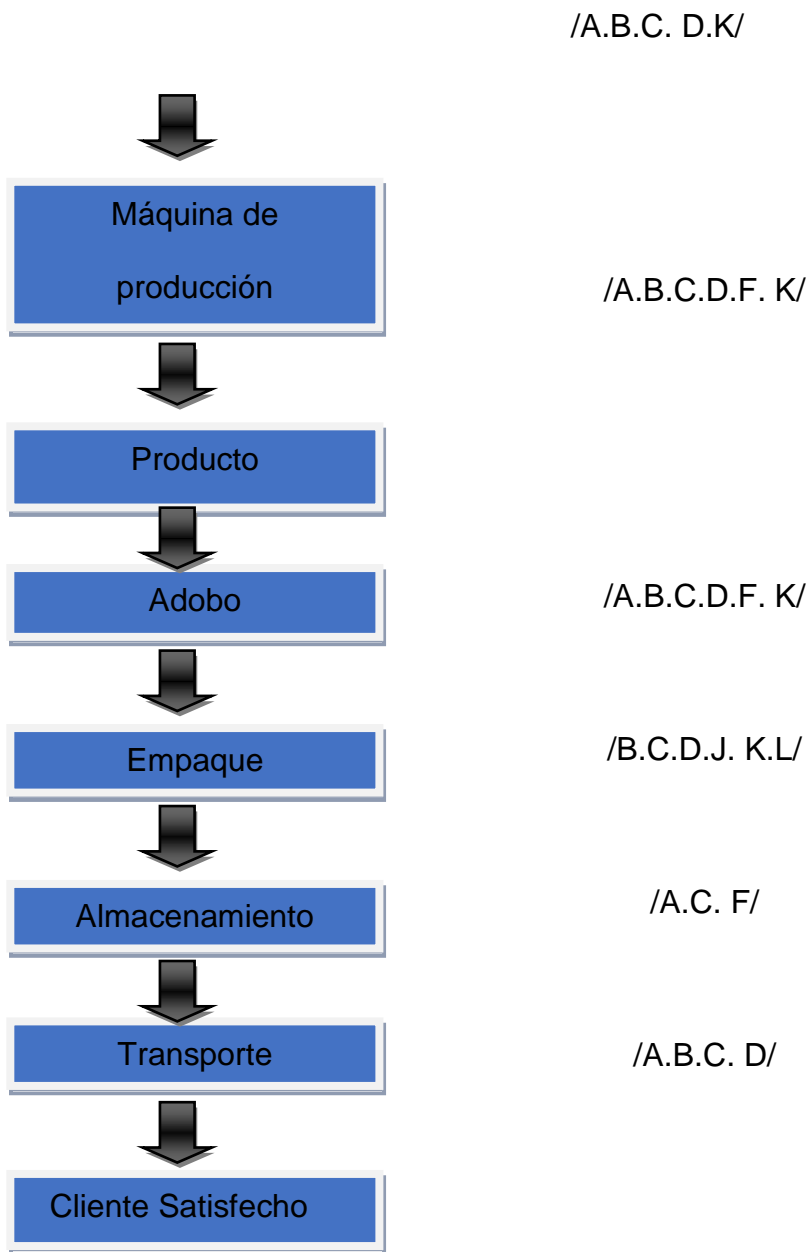


Nota Descripción del Diagrama de Flujo mediante Símbolos, para identificar los diferentes procesos.

Figura 14

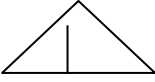
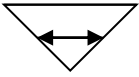

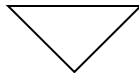
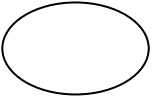
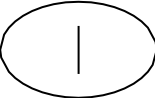

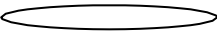
Diagrama de Flujo de producción de análisis de puntos críticos





Convenciones de símbolos del diagrama puntos de peligro en el desarrollo de la elaboración de una hamburguesa de chigüiro.

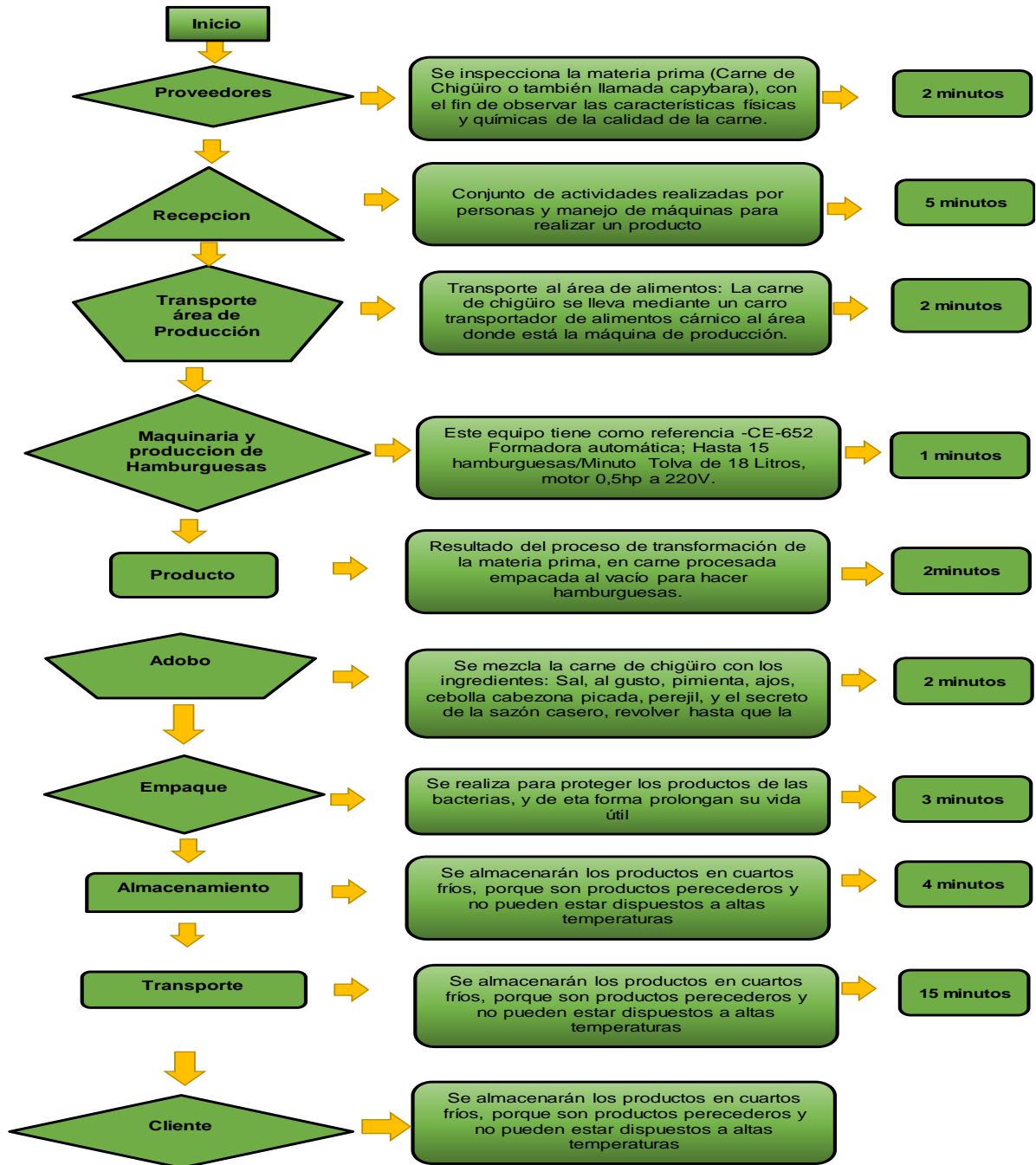
Letra	Símbolo	Significado
-------	---------	-------------

A		Posible contaminación deMP.
B		Posible contaminación por equipo y utensilio.
C		Posible contaminación por personas
D		Posible contaminación por ambiente.
F		Posible contaminación por microorganismos.
I		Destrucción por desinfectantes.
J		Posible migración de contaminación desde el empaque.
K	PCC	Punto crítico de control.
L		Posible alteración del empaque.

Nota: símbolos que generan un riesgo en las diferentes áreas de la empresa en la producción por una inadecuada manipulación del producto.

Figura 15

Flujo Grama de procesos en las diferentes áreas de la empresa para la producción de hamburguesas de chigüiro.



Nota: para la producción de una hamburguesa carne de e chigüiro se realiza el análisis en cada una de las áreas de producción de la empresa hasta llevarla al consumidor final tiene un tiempo estimado de 36 minutos día.

Figura 16

Figura demostrativa de empaque al vacío



Nota: empaque sellado de hamburguesa, según Freepik (2021).

4.3 Plan de Producción

Esta área ubicada en el departamento de producción de alimentos teniendo las siguientes funciones:

- Controlar el proceso de producción para obtener un producto con calidad que satisfaga las necesidades del cliente.
- Inspeccionar el mantenimiento de la planta y el funcionamiento adecuado de los equipos.
- Aplicar la normatividad vigente, en sanidad e higiene para obtener un producto con características inocuas que garantice el bienestar del consumidor.
- Estandarizar los procesos mediante el sistema de gestión de calidad, para evitar la pérdida del producto en el momento de la elaboración de la materia prima.

- Garantizar el cumplimiento de la entrega de los pedidos.

Para determinar el plan de producción se tiene en cuenta las proyecciones de ventas por kilos para el 2022 es de 1648 kilos al año, que corresponde a 137.3 kilos mensual y la población objetivo es de 7620 mensual dividido por 30 días de un mes son 254 hamburguesas diaria y utilizando el método de ecuación lineal produciría 275 que equivalen a 8254, supliendo la necesidad de los consumidores de la ciudad de Yopal, (ver proyecciones de ventas tablas 15 a la 19).

Tabla 26

Producción mensual y anual incrementado con el método de ecuación lineal.

Producción de Hamburguesas de Chigüiro			
Año	Diarias	Mensual	Anual
2022	275	8250	99000
2023	281	8430	101160
2024	286	8580	102960
2025	291	8730	104760
2026	296	8880	106560

Nota: Objetivo de producción diario, mensual y anual, aumentando cada año.

4.4 Plan de Compras

El costo de inversión inicial, se determina por la compra de equipos para oficina, dotación del personal, adecuaciones de las instalaciones, cumpliendo con los requisitos sanitarios para poder comercializar la carne. Teniendo una inversión general de cincuenta y siete millones ciento sesenta y nueve mil trecientos diez pesos (57.169.310), para llegar este valor se realizaron cotizaciones individuales de cada uno de los ítems descritos a continuación

Tabla 27

Equipos del área de producción

	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Balanza	1	\$ 186000	\$ 186000
Congelador	1	\$ 7249000	\$ 7249000
Mesa de trabajo	1	\$ 1.690000	\$ 1.690000
Juego de Cuchillos	1	\$ 3.60000	\$ 4.80000
Espátulas	2	\$ 30.000	\$ 60.000
Empacadora al vacio	1	\$13.063900	\$13.063900
Raspe	2	\$ 30.000	\$ 60.000
Carro Transportador	1	\$9.90000	\$ 9.90000
Formadora de Hamburguesas	1	\$32.190700	\$32.190700
Termómetro	2	\$ 30.000	\$ 30.000
TOTAL			\$57.169.310

Nota: Esta tabla representa el valor unitario de los elementos requeridos para el funcionamiento de la empresa de carnes la Llanerita empacada al vacío.

Tabla 28

Costos de la adecuación de las instalaciones para funcionamiento de la empresa

	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Baldosa de 45*45	65m ²	\$22000	1.430.000
Pegacor (10kilos)	12	\$18200	218.400
Mano de obra	1	\$1.500.000	1.500.000
Lamina Drywall	30	\$21000	630000

Total	\$ 3.778.400
--------------	---------------------

Nota Esta tabla representa el valor unitario de los elementos requeridos para el funcionamiento de la empresa de carnes la Llanerita empacada al vacío.

Tabla 29

Equipos del área administrativa

	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
COMPUTADOR	1	1.700.000	1.700.000
IMPRESORA	1	400.000	400.000
DOTACION DE PERSONAL	1	600.000	600.000
SILLAS	6	37.500	225.000
PANCARTAS	1	1.200.000	1.200.000
AVISO	1	1.500.000	1.500.000
Total			5.625.000

Nota: Esta tabla representa el valor unitario de los elementos requeridos para el funcionamiento de la empresa de carnes la Llanerita empacada al vacío.

4.5 Análisis de Costos

Para calcular el valor de la materia prima de la carne de chigüiro se realizó una investigación con los comerciantes de la central de abastos de la plaza de mercado del

área de cárnicos donde nos informaron que el precio de un kilo de carne de chigüiro está a la venta con un valor de \$9000 mil pesos.

$$1 \text{ k}=1000/4=250 \text{ gramos}$$

$$9000/4=2250 \text{ pesos}$$

- Para la elaboración de una Hamburguesa de carne de chigüiro se necesitan 250 gramos, que corresponde a un valor de 2250.
- Para la elaboración de una Hamburguesa de carne de chigüiro se necesitan 10 gramos de sal, que corresponde a un valor de \$120 pesos. El precio de un kg de sal está en el mercado \$1200
- Para la elaboración de una Hamburguesa de carne de chigüiro se necesitan 0.12 gramos, de condimentos que corresponde a un valor de \$120 pesos. El precio de un kg de condimentos está en el mercado \$600.
- Para la elaboración de una Hamburguesa de carne de chigüiro se necesitan un empaque que corresponde a un valor de \$140 pesos.
- Para la elaboración de una Hamburguesa de carne de chigüiro se necesita una etiqueta que corresponde a un valor de \$140 pesos.
- Para la elaboración de una Hamburguesa de carne de chigüiro se necesita el recurso humano donde se cancelarán sueldos mensuales de un mínimo de \$908526, según (El Ministerio de Trabajo, 2021, Párr. 1).
- Para saber el tiempo que se requiere para la elaboración de una hamburguesa de chigüiro se realizó la práctica de comprar la materia prima molida y prepararla en casa con un tiempo aproximado de 10, buscando mejorar el rendimiento se encontró la maquina CE-652 Formadora automática; hasta 15 hamburguesas/Minuto Tolva de 18 Litros, motor 0.5hp a 220V.

Para calcular la mano de obra por minutos se realizó el siguiente proceso del valor del costo de personal mensual que equivale \$ 5.622.192, este valor se divide por los 30 días, que equivalen a un mes, que serían 187 el minuto, multiplicado por 4

trabajadores corresponden a \$750 pesos el valor de estos empleados. Así mismo, se calcula los Cif (servicios públicos) y arriendo y publicidad y obtener el precio unitario de la carne de hamburguesa empacada al vacío.

Tabla 30

Precios de producción para la elaboración de una Hamburguesa

COSTOS Y GASTOS DE PRODUCCIÓN PARA UNA (1) UNIDAD DE CARNE				
PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	VALOR DIA
CARNE DE CHIGUIRO	275	250GR	2.250	618.750
CONDIMENTOS-SAZON	275	250GR	60	16.500
SAL	275	250GR	60	16.500
EMAPQUE	275	250GR	140	38.500
MANO DE OBRA	275	250GR	750	206.147
CIF (SERVICIOS)	275	250GR		17.360
ARRIENDO Y PUBLICIDAD	275	250GR		30.000
ETIQUETA	275	250GR	140	38.500
TOTAL, DE PRODUCCION EN UN DIA				982.257
TOTAL, DE PRODUCCION DIVIDIDO EN LA CANTIDAD DE PRODUCCION				3571,84
VALOR UNITARIO DIVIDIVO EN EL COSTO UNITARIO POR UN DIA			4000	428

Nota: Precios del valor unitario para la producción de una hamburguesa de carne de chigüiro, es de \$3571 pesos y el valor en el mercado es de \$4000, obteniendo una ganancia de \$428 pesos. por unidad.

Tabla 31

Valor unitario de la materia prima mensual y anual.

PRODUCTO	COSTOS DE PRODUCCION DE MATERIA PRIMA						
	CANTIDAD	CANTIDAD	VALOR KILO	VALOR UNITARIO	VALOR DIA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
CARNE DE CHIGUIRO	68,75	275	9.000	2.250	618.750	18.562.500	222.750.000
CONDIMENTOS-SAZON	68,75	275		60	16.500	495.000	5.940.000
SAL	68,75	275		60	16.500	495.000	5.940.000
EMAPQUE	68,75	275		140	38.500	1.155.000	13.860.000
MANO DE OBRA	68,75	275		749	205.975	6.179.250	74.151.000
CIF(SERVICIOS)	68,75	275			17.360	520.800	6.249.600
ARRIENDO Y PUBLICIDAD	68,75	275			30.000	900.000	10.800.000
ETIQUETA	68,75	275		140	38.500	1.155.000	13.860.000
TOTAL					982.085	29.462.550	353.550.600

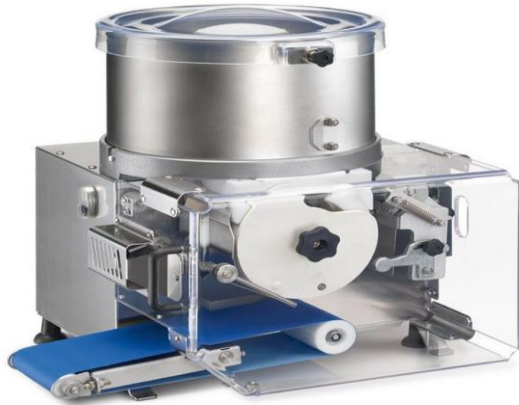
Nota: Costos de producción de la hamburguesa de chigüiro totales calculando la mano de obra, los cif, el empaque, la etiqueta, los servicios públicos, la sazón y los condimentos equivalen a \$353.550.600 pesos. anual

4.6 Análisis de la Infraestructura

La infraestructura de la planta cuenta con grandes espacios para el recorrido que hace el carro almacenando las hamburguesas, el área de producción tendrá unas medidas de 15m ancho por 40m largo un lugar cómodo con espacios entre las maquinas tecnológicas a emplear, el área de ventas va a tener una espacio de 10 mts de largo por 8 mts de ancho y el área de gerencia y administrativa va a ser en un mismo lugar, cada espacio para los funcionarios es de 1,50 mts de ancho encada cubículo asignado para desempeñar las actividades del objeto contractual, los baños de 4x4m, un área de cafetería para uno pequeños momento de esparcimiento del personal.

Figura 17

Maquina automatica para preparar Hamburguesas.



Nota: Imagen maquina formadora de Hamburguesas automatica. Esta maquina puede hacer 1000 hamburguesas en una hora. Exhibir (2021)

- Formadora de hamburguesas o albóndigas, AUTOMATICA
 - Fácil regulación del espesor para obtener el peso requerido
 - Fácil de desmontar para la limpieza de todas las piezas que entran en contacto con la carne
 - Tolva, aspas, rodillo formador, con finales de carrera de seguridad magnéticos
 - Componentes eléctricos en caja con protección a humedad IP-55
 - Incluye molde redondo de 12cm de diámetro. (Otras medidas o formas bajo pedido)
- CE-652 Formadora automática; Hasta 15 hamburguesas/Minuto Tolva de 18 Litros, motor 1hp a 220V
- Banda transportadora
 - Pedal para control de velocidad
 - Sistema colocador de papel
 - Limpiador automático

Figura 18

Carro Transportador de carne



Nota: Carro transportador de hamburguesas utilizado para mejorar el rendimiento de producción. Zingal (2021)

Figura 19

Balance Liquidadora



Nota Balanza para pesar los gramos de carne de hamburguesas utilizado en la planta de fabricación. Permitiendo controlar las pérdidas que se puedan presentar en el desarrollo de la producción.

Figura 20

Maquina empacadora



Nota Maquina para empacar la carne de hamburguesas empacada al vacío Empacadora, permite tener una mejor calidad del producto, mejora la producción y aumenta el rendimiento del operador. Exhibir (2021)

Especificaciones técnicas

Especificaciones técnicas

REF

PACK 4-2

Espacio útil

41X31X13cm

Voltaje

110V/60Hz

Barras de sellado

2 barras de 40cm

Bombas

Bomba de vacío de 20m³/hora

Característica

Panel digital más 6 memorias

Dimensiones

54X50X56cm

Empacadora al vacío con una bomba de capacidad 20m³/hora. Empacadora industrial de piso para alimentos con estructura en acero inoxidable 304. Espacio útil en cámara de 41X31X13cm con dos barras de sellado de 40cm. Empacadora mediana de mesa con sistema de pistón (sin cables).

Figura 21

Refrigerador de carnes



Nota: este refrigerador permite la conservación y almacenar el producto y mantiene la calidad de la carne. Exhibir (2021)

Especificaciones técnicas:

Sistema: No-frost

Potencia: 550W – 3/8 Hp

corriente: 5,5 amperios

Voltaje: 220v

capacidad: 600L

Rango de temperatura: (° C) -18 y -22 ° C

Máxima Temperatura ambiente: 32 ° C / 60% (° C / HR)

Estructura: Acero inoxidable

Puerta: 1 sólida

Control de Temperatura digital: Full-gauge con doble termocupla

Refrigerante: R404a
Estantes: 6 Ajustables
Descongelamiento: Automático
Marca: Exhibir Equipo

Figura 22

Mesa para procesar carnes



Nota: Esta mesa en acero inoxidable es el área donde se dejará la materia prima para su posterior producción cumpliendo con los requisitos sanitarios.

Especificaciones técnicas:

Mesa de trabajo en acero inoxidable con un entrepaño

Especificaciones técnicas

Medidas: 90 cms de ancho x 180 cms de alto (Esta medida se puede ampliar hasta 100 x 200 cms por el mismo precio)

Altura: 90 cms

Tapa: En acero inoxidable referencia 304 anti-acido, calibre 18.

Entrepaño: En acero inoxidable 430 brillante

Patatas: En tubo redondo inoxidable de 2 pulgadas con niveladores o protectores plásticos.

5. Estudio Organizacional y Legal

Las S.A.S. se constituyen por medio de un documento privado debidamente autenticado, sin embargo, en los casos en que los aportes de los socios requieran de escritura pública para poder ser transferidos, la constitución de la compañía también deberá realizarse por medio de escritura pública. (artículo 5º de la Ley 1258 de 2008), la sociedad por Acciones Simplificadas S.A.S, Actualícese (2014) (parra 6).

La empresa que se va a implementar es de sociedad S.A.S y tendrá establecidos unos estatutos que se deben cumplir a cabalidad respetando lo establecido conforme a normas que implemente la empresa, y cada socio aportara la suma de \$47.500.000 millones de pesos para un total de \$95.000.000, para obtener un patrimonio y poder sostener la empresa mientras que se estabiliza en el sector empresarial.

La empresa se registra en la cámara de comercio para obtener el registro mercantil y ante la Dian, para establecer la empresa como natural o jurídica, estas entidades públicas encargadas de velar por la evasión impuestos.

Por lo cual se describen los requisitos legales de la cámara de comercio de Yopal, a continuación:

Documentos para registrar una empresa

- Requisitos para construir una S.A.S: Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen). Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S.
- El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.

- El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.
- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal. Cámara de comercio de Cali (2018-2019) (parr 2).

2. Solicitud de estudio de nombre comercial. Copia del documento privado o escritura pública de constitución (ley 1014/2006) \$120000, debidamente firmada con reconocimiento de firmas ante Juez o notario o presentación personal ante Cámara de Comercio de los socios, accionistas o empresario constituyente. 3. Cartas de aceptación de los cargos nombrados o constancia de aceptación en el documento con indicación del número de identificación y fecha de expedición. 4. Fotocopia PRE-RUT expedido por la DIAN o solicitar tramite en caja. 5. Presentar formulario único empresarial y social (RUES) expedido por la Cámara de Comercio debidamente firmado por el representante legal, sin tachones ni enmendaduras. 6. Pago de derechos de inscripción, matrícula e impuesto de registro ante la Cámara de Comercio de Casanare con un valor de \$217000,7. La persona que realiza el trámite deberá presentarse con el documento de identidad original. Cámara de Comercio de Casanare (2017) (parr 1 al 7)

Se realizo la investigación de los requisitos del uso del suelo para el sector de cárnicos en el municipio de Yopal, Las Chivas (2021) la cual se reacciona a continuación:

Las personas que necesiten realizar este trámite lo pueden hacer únicamente de forma presencial, y deben tener en cuenta los siguientes requisitos:

Paso 1. Solicitar el concepto de uso de suelo: Diligenciar el formato de la solicitud expuesto en la página y/o correspondencia de la Oficina Asesora de Planeación. Tiene un costo de \$1.500.000

Paso 2. Anexar documentos requeridos en el formato: Pago al Banco Caja Social a la cuenta No. 2650414533-7 a nombre de la Alcaldía de Yopal, Cambio del Boucher de pago en Hacienda Municipal. Al presentar la consignación realizada, se entregará el comprobante de ingreso que se anexa con los demás requisitos; Fotocopia de la cédula de ciudadanía del solicitante o propietario; predios en zona rural deben anexar coordenadas cartesianas de los vértices del perímetro del predio (magna Sirgas-Origen Este); Recibo del impuesto predial.

Paso 3. Radicar en correspondencia de la Oficina Asesora de Planeación: Primer piso entrada dos de la Alcaldía Municipal.

Paso 4. 15 días hábiles para expedir el concepto: Sin radicado no se entregará concepto.

Para más información, pueden acercarse a la Alcaldía Municipal de Yopal, de lunes a viernes en horarios de 7:30 a.m. a 12:00 del mediodía, y de 2:00 a 5:30 p.m. con los respectivos protocolos de bioseguridad.

Solicitud de trámite ante la Autoridad ambiental, descrita a continuación:

Solicitud de la Licencia Ambiental

En los casos en que no se requiera pronunciamiento sobre la exigibilidad del Diagnóstico Ambiental de Alternativas –DAA– o una vez realizado el procedimiento, el interesado iniciará los trámites para la solicitud de licencia ambiental radicando ante la autoridad un estudio de impacto ambiental del proyecto, acompañado de:

- Formulario único de licencia ambiental.
 - Planos que soporten el estudio de impacto ambiental.
 - Costo estimado de inversión y operación del proyecto.
 - Poder debidamente otorgado cuando se actúe en representación de otra persona (natural o jurídica).
-
- Constancia de pago para la prestación del servicio de evaluación de la licencia ambiental.
-
- Documento de identificación o certificado de existencia y representación legal, en caso de personas jurídicas.
-
- Certificado del Ministerio del Interior sobre presencia o no de comunidades étnicas y de existencia de territorios colectivos en el área del proyecto, Actualícese (2017) (parr 3).

Para el registro Invima se debe consultar ocho pasos para poder registrar el producto, con un valor de \$4406446 pesos (2021) (parr 1), para el certificado de bomberos se paga \$40.000 Bombero (2021) (parra 1).

Tabla 32.

Costos de legalización de la empresa.

Tramite comercial	Costo
Minuta de constitución de Escritura pública	\$ 120.000
Registro mercantil, certificados y libros de contabilidad -Cámara de Comercio	\$ 2.17000
Licencia Ambiental	\$1.200.000
Certificado de seguridad – Bomberos	\$40.000

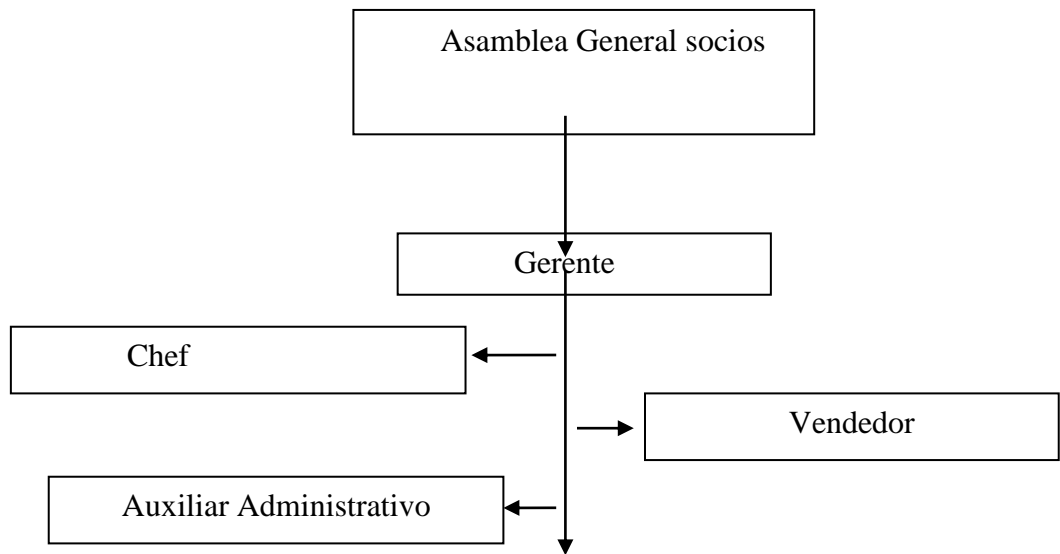
Permiso del departamento administrativo de planeación distrital	\$1.500.000
– Uso de Suelo	
Registro sanitario – INVIMA	\$4.406.446
Total, costos	\$ 7.483.446

Nota: el valor del trámite de los permisos legales para la constitución de la empresa es de **\$ 7.483.446**

5.1 Estructura Organizacional

Figura 23.

Estructura Organizacional de la Empresa



Nota: Grafica de representación de las diferentes áreas administrativas de la empresa.

5.2 Análisis de cargo

Tabla 33

Nombre de los cargos de la Empresa, Gerencia.

Identificación del cargo

Nombre del cargo:	Gerencia
Dependencia:	Asamblea General de socios
Número de Cargos:	Uno (1)
Requisitos de Formación:	Título profesional en administración de empresas
Requisitos de Experiencia:	1 año de experiencia profesional relacionada.

Objetivo principal

Formular las funciones de los empleados fijando las políticas y objetivos de operación administrativas establecidas por la entidad, basados en los principios de eficiencia, eficacia, efectividad y transparencia.

Funciones esenciales

- Dirigir el modelo de la organización en la ejecución y control de planes, programas y proyectos de cada una de las dependencias y velar por que se cumplan las normas y procedimientos establecidos en la misión y visión de la empresa cumpliendo con los objetivos de la asamblea general.

Manual de funciones:

1. Planear, dirigir y supervisar la gestión administrativa, Técnica y financiera de la

empresa.

2. Emitir las directrices necesarias para la conducción y coordinación de las actividades técnicas y administrativas de la empresa.
3. Representar legalmente la empresa.
4. Realizar el direccionamiento estratégico de la organización
5. Cumplir y hacer cumplir las políticas y reglamentos internos de la empresa.
6. Contratar, ascender, promocionar, suspender, trasladar y despedir al personal.
7. Evaluar periódicamente el cumplimiento y avance de la producción y adoptar las medidas necesarias para su correcto desarrollo
8. Elaborar acta de revisión por la Dirección donde se hace seguimiento del desempeño del personal.
9. Liderar y apoyar todas las acciones concernientes a los sistemas de gestión de la empresa.
10. Definir planes de acción a seguir para el logro de los objetivos y las políticas

Tabla 34

Cargo Chef.

Identificación del cargo

Nombre del cargo:

Chef

Dependencia:

Área de Administrativa

Número de Cargos

Uno (1)

Requisitos Mínimos Jefe de cocina acreditados de Dos (2) años.

Requisitos de Formación Se solicitan ingeniero de alimentos, ingeniero en la planificación de producción de calidad, ingeniero en manejo de productos cárnicos.

Objetivo principal

Realizar la producción diaria del área y inspeccionar la calidad del producto durante el proceso productivo e inventario de las unidades.

Funciones esenciales

- Cumplir con los objetivos de producción y verificar la calidad del producto, estar pendiente de la manipulación, almacenamiento y distribución del producto.

Manual de funciones

1. Elaborar, dirigir los planes de producción de la empresa y mantenimiento de la maquinaria.
2. Control de calidad de la producción.
3. Manejo del personal.
4. Estado de conservación de los alimentos.
5. Entregar información oportuna del alimento almacenado y faltante.

Tabla 35

Cargo Vendedor

 Identificación del cargo

Nombre del cargo:	Vendedor
Dependencia:	Área de Marketing
Número de Cargos	
Uno (1)	
	Requisitos Mínimos: técnico o tecnólogo en administración comercial o en ventas promoción y publicidad, en mercadotecnia o administrador de finanzas,
	<hr/> Requisitos de Formación: función que acredite por lo menos tres (3) años de experiencia específica en el cargo o afines.

 Funciones:

- Supervisar y hacer cumplir el presupuesto otorgados por la empresa a cada equipo de trabajo.
- Diseñar cronogramas y actividades en la zona urbana y rural.
- Asegurar que cubre todo el mercado.
- Desarrollar estrategias de proyección de nuevos clientes.
- Generar informe sobre las metas al equipo de trabajo.
- Asignar zonas de la ciudad a cada vendedor.
- Apoyar al personal en las ventas que tiene a cargo y capacitarlos antes de iniciar labores.

Tabla 36.

Cargo Auxiliar Administrativo.

Identificación del cargo	
Nombre del cargo:	Auxiliar Administrativa
Dependencia:	Área de Administrativa
Número de Cargos:	Uno (1)
Requisitos Mínimos:	Auxiliar administrativa con manejo de Word, Excel y programas específicos en gestión administrativa, permita dar soporte a diferentes áreas de la empresa con experiencia mínima de un (1) año, o relacionada con el cargo.
	Requisitos de Formación: Técnico o tecnóloga en administración con Manejo de Word, Excel y programas específicos en gestión administrativa, permita dar soporte a diferentes áreas de la empresa con experiencia mínima de un (1) año, o relacionada con el cargo.

Funciones:

1. Responder ante el gerente general sobre las funciones designadas en el contrato.
2. Mantenimiento de archivo, clasificar, registrar y distribuir envíos de correspondencia y documentos.
3. Colaborar en la organización de reuniones.
4. Atención telefónica.

5. Registrar la documentación en la base de datos.
6. Organizar y planificar los envíos de los productos a las diferentes partes de la ciudad.

Responsabilidades tributarias de las SAS

Las compañías SAS a la hora de las **responsabilidades** tributarias, son similares que las que tienen las Sociedades Anónimas. En su momento y como beneficio al ser los primeros años de la ley creadora de las SAS, se aplicaban ciertos beneficios tributarios asociados a la creación de empleo, actualmente no se aplican dichos beneficios. Rankia (2020) (parr 6).

Impuestos pagan las SAS

Las SAS son responsables del impuesto sobre la renta y sus complementarios (se paga anualmente y pagan el 33 % de renta).

Paga el IVA (así lo establece el artículo 420 del Estatuto Tributario. Y se cancela bimestralmente en caso de los grandes contribuyentes; mientras que los que no lo sean cancelan el IVA cada 4 meses).

Paga el impuesto de Industria y Comercio (siempre que se realicen actividades industriales, comerciales o de servicios no excluidas o exentas. Añadida menté son agentes retenedores de renta, IVA e ICA). Rankia (2020) (parr 10)

5.3 Costos Administrativos

El personal contratado en la empresa es por prestación de servicios profesionales (OPS) en un término de seis (6) meses y cumplirá con las actividades

establecidas en el contrato y para poder ser contratado se debe contar con los pagos de seguridad social, ARL y se verificará que o presente inhabilidades ante los organismos judiciales.

Tabla 37

Nómina de la Empresa de Carnes la Llanerita

Gastos de personal					
Cargo	Salario	Cantidad	Prestaciones	Valor Unitario	
				mensual	Total
ADMINISTRADOR	1.500.000	1		1.500.000	1.500.000
CHEF	1.000.000	1	463.300	1.463.300	1.463.300
VENDEDOR	908.526	1	420.920	1.329.446	1.329.446
AUXILIAR	908.526	1	420.920	1.329.446	1.329.446
Total, Mensual					
Gastos de Personal	4.317.052	3	1.305.140	5.622.192	5.622.192

Nota: el valor del gasto del personal mensual es de \$5622192.

Tabla 38.

Gastos fijos.

Dentro de los gastos fijos, se tiene la publicidad y el arriendo del bien inmueble donde se ubica la empresa, los cuales, al realizar la proyección se tendrá un incremento del 4% anual, con un valor de \$900000 mensual y anual es de \$10.800.000, descrito en la siguiente tabla.

GASTOS FIJOS					
	UNIDAD DE MEDIDAD	CANTIDAD VARIABLE	COSTO UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
PUBLICIDAD	CANTIDAD		200.000	200.000	2.400.000
ARRIENDO DE LA EMPRESA			700.000	700.000	8.400.000
Total				900.000	10.800.000

Nota: Gastos fijos de la empresa la Llanerita.

5.4. Tipos de Sociedades

“SAS”

La Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS) es una modalidad que tiene beneficios tributarios y que permite que el emprendedor simplifique sus trámites y comience con un bajo presupuesto. Esta modalidad de empresas permite a los emprendedores simplificar trámites y comenzar su proyecto con un bajo presupuesto. Por ejemplo, las SAS no necesitan revisor fiscal y pueden ser personas naturales o jurídicas, No necesita de junta directiva solo la representación legal designado por la asamblea y tiene mayor flexibilidad en la regulación de los derechos y los empresarios pueden fijar las reglas que van a regir el funcionamiento de la sociedad.

5.5 Permisos y Licencias.

Tabla 39

Normatividad para producción y distribución de la Hamburguesas de chigüiro empacada al vacío.

NORMATIVIDAD DE SALUD, AMBIENTAL Y NACIONAL

*Modificación al Decreto 1500 de 2007 y Decreto 2270 de 2012 a través del 2270 de 2012 a través del Decreto 1975 de 2019. En consecuencia, a esta disposición y dadas las facultades que le han sido otorgadas al Invima, se expidió la resolución N° 2019049081 del 31 de octubre de 2019. Invima (2019).

*Licencia para transportar por parte de Corporinoquia. (2021)

* Norma técnica colombiana sobre (NTC) 1325, sobre % de masa cruda procesados cárnicos no en latados Resolución 2905 de 2007.

* Resolución 00070 de fecha 18 de marzo del 2015, permiso ICA-

Se fijan requisitos sanitarios y de inocuidad para predios dedicados a la zootecnia, la resolución cubre zootecniarios de babillas, caimanes, chigüiros, tapir, venado de cola blanca, tortugas y zainos, entre otras.

Decreto 1282 del 2016, emanada del Ministerio de Salud y Protección Social, por medio del cual se establece sobre los requisitos sanitarios y de inocuidad de la carne de chigüiro (hydrochueros hydrochaeris), destinada para el consumo humano y las disposiciones para su beneficio, desquite almacenamiento, comercialización, expendio, transporte, importancia o explotación. ICA(2015)

Resolución N°777 del 2 de junio del 2021 por medio del cual se adoptan los protocolos de bio seguridad para el manejo y control del riesgo del Coronavirus Covid 19. Ministerio de Salud (2021)

Nota: Tramite de licencias, permiso y autorizaciones sanitarias, de transportes y permisos ambientales.

5.6. Impuestos y Tasas

Impuesto de industria y comercio

La Empresa Carnes la Llanerita, como está constituida como S.A.S, solo pagara anualmente el 33%, (siempre que se realicen actividades industriales, comerciales o de servicios no excluidas o exentas. Añadida menté son agentes retenedores de renta, IVA e ICA cuando son grandes contribuyentes), “por lo cual Las **sociedades SAS** creadas por la ley 1258 de 2008 con la finalidad de permitir y facilitar la apertura de este tipo de compañías en Colombia, eliminando los procesos y trámites. La **Sociedad por Acciones simplificada S.A.S** tienen reglas similares a las Sociedades Anónimas, como en el caso de la responsabilidad de la sociedad y respecto a los socios de la misma. Rankia (2020) (parr 1)”.

Así mismo la empresa Carnes la Llanerita debe dar cumplimiento a la resolución N°0089 del 11 de marzo del 2021. calendario tributario para el pago de impuestos y contribuyentes administrados de la alcaldía municipal de Yopal.

Registros marcas y patentes

Para poder registrar la marca de la empresa Carnes la Llanerita debe cumplir con los siguientes requisitos como lo determina el registro de marcas en Colombia (2021):

1. Realizar una consulta de antecedentes marcarios, con el fin de verificar que la marca de su interés no esté registrada.

Antes de iniciar el trámite de registro de una marca en Colombia se recomienda realizar una búsqueda de antecedentes fonéticos y/o Figuras, con el fin de conocer si existen obstáculos que impidan su registro.

Para realizar una búsqueda de antecedentes marcarios, de forma segura y confiable, a través de una firma de abogados expertos en registro de marcas, exfuncionarios de la SIC, ingrese [aquí](#).

2. Pagar las tasas oficiales establecidas por la SIC.

Para acceder al trámite de registro de marca, la SIC establece anualmente una tasa oficial.

Para el año 2021 las tasas oficiales de la SIC para el procedimiento de registro de marca en línea son las siguientes:

Solicitud de registro de marca (primera o única clase) \$977.500 (pesos colombianos).

Solicitud de registro de marca (clase adicional en una misma solicitud) \$488.500 (pesos colombianos).

3. Diligenciar el formulario de solicitud de registro de marca.

Para efectos de iniciar el trámite de registro de una marca en Colombia se debe tramitar un formulario que contiene la siguiente información:

Datos del solicitante de la marca, que puede ser cualquier persona natural o jurídica.

La denominación de la marca a registrar.

La clase de la Clasificación Internacional de Niza a la que pertenecen los productos o servicios a identificar.

La descripción de los productos o servicios a identificar con la marca, en forma detallada.

4. Adjuntar los documentos requeridos por la SIC.

Por último, se hace necesario adjuntar los siguientes documentos.

Recibo de pago de las tasas oficiales.

Arte o logo de la marca a registrar.

Poder de abogado.

6. Pensamiento Estratégico

6.1. Estrategias De Mercadeo

La empresa Carnes la Llanerita vende un producto innovador que por primera vez va a salir al mercado una hamburguesa de carne de chigüiro empacada al vacío, resultado del proceso de transformación de la materia prima, en carne procesada con los ingredientes: Sal, al gusto, pimienta, ajos, cebolla cabezona picada, perejil, y el secreto de la sazón casero, este producto es almacenado en cuartos fríos, porque son productos perecederos y no pueden estar dispuestos a altas temperaturas.

La empresa La Carne la Llanerita va a estar alerta a los cambios de mercado, alerta a las competencia directa e indirecta para poder generar cambios estratégicos dentro de la empresa. Lo primero será el cliente para saber que busca, que quiere, que opina.

El segmento de nuestros clientes está ubicado geográficamente en el municipio de Yopal, Departamento de Casanare y va dirigido a clientes de edades de 15 a 59 años, de género femenino y masculino, donde nos van a preferir por calidad del producto, precio, promociones y ofertas.

La empresa Carnes la llanería, contara con varias estrategias para poder surgir en el mercado. Descritas a continuación:

Figura 24.

Estrategias de mercado

PROYECTOS Y ACCIONES			AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
ESTRATEGIAS DE MERCADEO	Producto	Se elaborarán hamburguesas de carne de chigüiro.																
		Serán envasadas al vacío.																
		La presentación se realizará a través de bolsas plásticas contramarcadas.																
		El producto comercializado será de 250 gramos																
		En un plazo de un (01) año se																

PROYECTOS Y ACCIONES		AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
	contará con otra clase de presentación del producto, con el fin de incursionar en varias presentaciones (carnes).																
Precio	El valor de la presentación por unidad será de \$4.000,																
	El producto va dirigido a población de entre 15 a 59 años de edad.																
	El margen de utilidad del producto que se tiene como objetivo a alcanzar será del 25%.																
	Para almacenes																

PROYECTOS Y ACCIONES		AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
	de cadena se realizará descuento del 3%, con el fin de dar a conocer el producto a la comunidad.																
	Se establecerá descuentos especiales para compras superiores a 10 unidades.																
Plaza	Se ofertarán los productos mediante un convenio con los diferentes almacenes de la ciudad y restaurantes tradicionalista (llaneros), como son Restaurante La campirana, La mamona,																

PROYECTOS Y ACCIONES		AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
	Doña Bárbara, Pueblito llanero, etc. Mediante un stand de publicidad del producto para dar a conocer a la comunidad																
	Se buscará participar en ferias empresariales, para realizar la demostración del producto.																
	Se prestará el servicio de entrega a domicilios.																
	Se mostrará el producto a las principales carnicerías de la ciudad, con el fin de que sean aliados para la exhibición.																

PROYECTOS Y ACCIONES		AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
	En el punto de venta, se tendrá disponible el producto para su comercialización a público en general.																
	Se promocionará el producto a través de medios comunicativos radiales y por redes sociales.																
Promoción	Los primeros cinco días de cada mes se entregarán volantes de publicidad en los centros comerciales y principales calles del Municipio.																

PROYECTOS Y ACCIONES		AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
	Se buscará aliados estratégicos para impulsar el producto, como la Cámara de Comercio de Casanare, Caja de compensación Familiar, y entidades gubernamentales, etc.																
	Se creará un cartón de cliente preferencial que tendrá un valor de \$25.000 para aprovechar ofertas especiales que se estarán socializando por redes sociales.																
	Se comprarán avisos																

PROYECTOS Y ACCIONES		AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
	publicitarios para el punto de venta.																
	Se creará una página web y redes sociales, donde se manejará publicidad e información de contacto del negocio.																

6.2 Estrategia Organizacional

El objetivo general de la Empresa Carnes la Llanerita es vender un producto de excelente calidad, para crear clientes, generar rentabilidad y posicionamiento en el mercado.

Misión

Carnes la Llanerita es una empresa casanareña que busca satisfacer las necesidades de sus clientes, el bienestar de sus colaboradores y la comunidad, comercializando carne de chigüiro para la preparación de hamburguesas, ofreciendo productos de excelente sabor y calidad, enfocados en el mejoramiento continuo y un claro sentido de

responsabilidad social y ambiental.

Visión

Para el 2030 Carnes la Llanerita será reconocida como una empresa líder en el sector gastronómico llanero a nivel municipal y Departamental por su calidad, atención al cliente y competitividad, como ejemplo de innovación, emprendimiento y liderazgo en la comercialización de productos cárnicos llaneros.

Principios

Integridad

Compromiso

Excelencia

Trabajo en equipo

Responsabilidad social y ambiental

Valores corporativos

Responsabilidad

Honestidad

Confiabilidad

Calidad

Lealtad

Transparencia

Puntualidad

Figura 25

Análisis DOFA

		Fortalezas	Debilidades
Dofa carnes la llanerita		Amplio conocimiento del mercado y la competencia.	Limitación de recursos para capital de trabajo.
		Producto que se diferencia de los demás por la sazón casera.	Falta aumentar el portafolio de productos.
		Alianzas estrategias con empresas del sector.	Es un producto nuevo en el mercado.
		Reconocimiento del sector para la distribución.	La materia prima proviene de zoo criaderos.
OPORTUNIDADES	Adquisición de préstamos con los bancos.	<u>1. FORTALECER LA IMAGEN CORPORATIVA EN EL MERCADO</u>	<u>2. CREAR NUEVOS PRODUCTOS A BASE DE CARNE DE CHIGUIRO.</u>
	Alianzas con establecimientos comerciales para venta de los productos cárnicos.		
	Aumento en el consumo del producto.		
	Expansión a otros municipios del departamento.		
AMENAZAS	Rechazo del producto por ser innovador.	<u>3. CONSOLIDAR Y/O CONCRETAR ALIANZAS ESTRATÉGICAS</u>	<u>4. INTENSIFICAR LA DIFERENCIACIÓN DEL PRODUCTO.</u>
	Competencia por otras marcas de carnes empacadas al vacío - productos sustitutos.		
	Problemas de abastecimiento de materias primas en la		

	ciudad.		
	Variación de los precios de compra de Materia Prima.		
	Prohibición de los zoos criaderos de chigüiros.		

Crecimiento

La empresa ampliará la venta de los productos en todo el territorio local y será posesionada como una organización con capacidad de ventas y distribución mayoritaria en el mercado.

Renovación

Se estarán revisando todos los procesos que se llevan a cabo en la operación de la empresa Carnes la Llanerita, con el fin de cambiar o renovar algún producto para que no afecte el buen funcionamiento de la empresa. También se tendrán en cuenta todas las sugerencias, quejas o reclamos hechas por los clientes para mejorar nuestra producción y ventas.

Estabilidad

Para sostener el rendimiento de ventas la empresa Carnes la Llanerita debe conservar sus clientes y estrategias de mercado de manera constante y competitivo para poder lograr su objetivo.

Demanda

Nuestros potenciales consumidores de la carne de hamburguesa de chigüiro en pacada al vacío es la población ocupada de la ciudad de Yopal es de 70.447 personas y con una participación del 67.7% entre hombres y mujeres entre 15 y 59 años, que equivalen a 47.692 persona, población que pertenece a los estratos 1,2,3 y 4.

Oferta

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que una empresa ofrece o pone a disposición del mercado a un precio determinado. Carnes la Llanerita empacada al vacío para hacer hamburguesas, tiene competencia indirecta con las empresas que se encuentran posesionadas en el mercado local como son Zenú, Ranchera y Rica.

6.3. Análisis de Procesos Organizacionales.

En esta fase del proyecto se realiza mediante flujograma organizacional los procesos mediante la empresa Carnes la Llanerita hace la descripción de cada uno de puestos, forma de recepción de personal y sus funciones a realizar.

Los procesos organizacionales que se tomaron para este proyecto son los relacionados con la gestión del talento humano: Reclutamiento, selección, contratación, inducción, área de ventas y área de producción.

Proceso de reclutamiento: el proceso de reclutamiento se hará a través de LAS páginas de empleo como Comfacasanare, cámara de comercio de Yopal, empleo.com. y el Sena de la ciudad de Yopal, por el servicio de anunciador de los avisos clasificados en el periódico de la ciudad, cumpliendo con los requisitos del perfil.

Evaluación inicial: el solicitante completa un formulario de solicitud y envía un currículum y una carta de presentación. Luego, recursos humanos revisarán esta información y realizarán una breve entrevista de selección de 30 minutos o menos por teléfono.

Pruebas de empleo: Después de una evaluación inicial, se le puede pedir al solicitante que realice una o más pruebas. En ellas se evalúa sus conocimientos, habilidades, personalidad, capacidad cognitiva y motivación.

Proceso de selección: este proceso se hará de acuerdo al estudio de la hoja de vida, que es el primer filtro que arrojará como resultado un número de personas a

quienes se les hará una entrevista inicial con el propósito de hacer una preselección. Una vez terminada esta etapa se citará el personal para presentar las pruebas de habilidades y de conocimientos para el cargo.

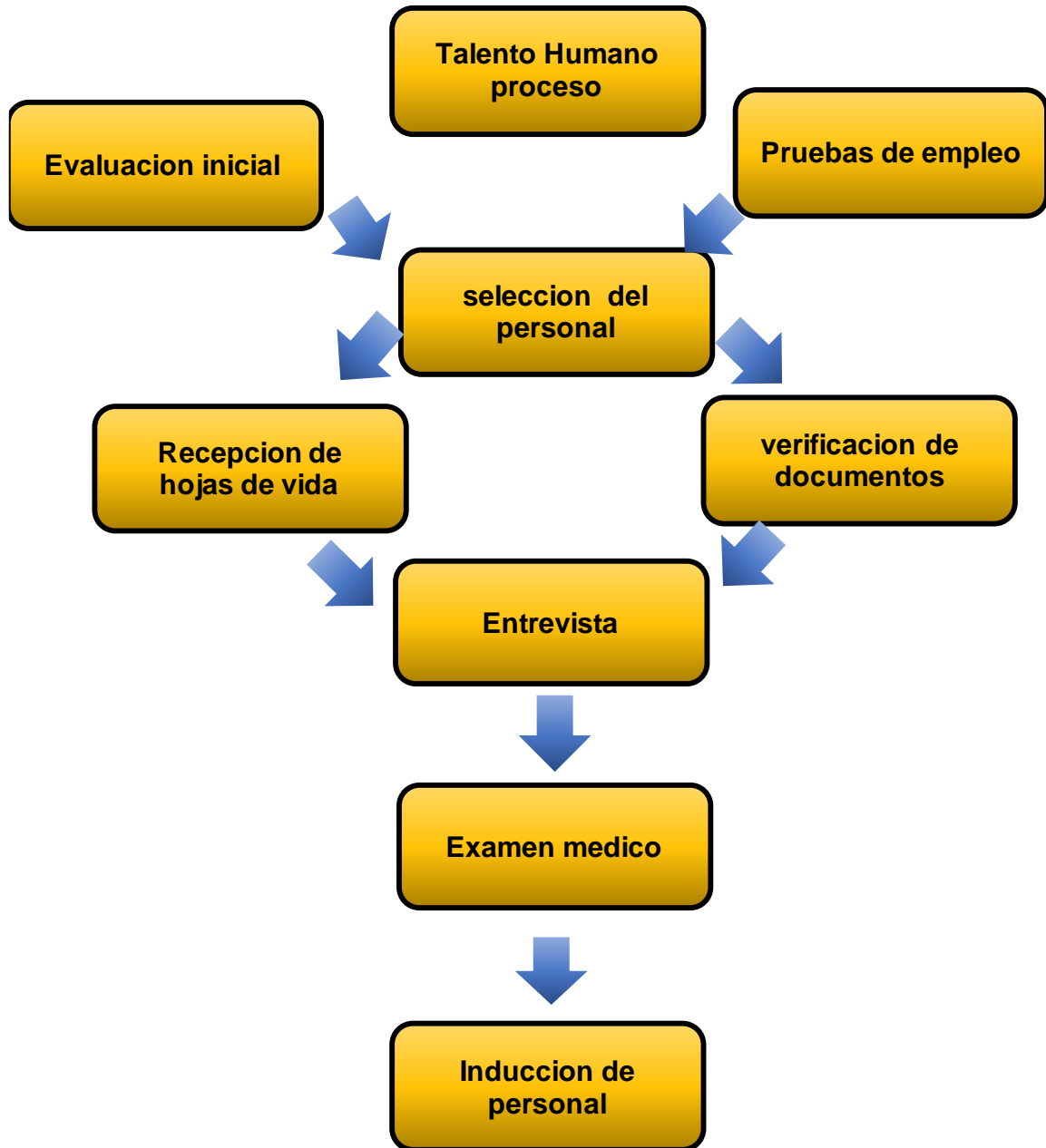
Proceso de contratación de personal: el proceso de contratación será mediante contrato a término que va desde 6 meses a un año, con período de prueba de tres meses.

Proceso de inducción a la empresa y al cargo: el proceso de inducción estará a cargo del jefe de ventas y mercadeo, en donde dicho proceso se dará a conocer, la misión, visión, objetivos, reglamento y demás aspectos de la empresa, se hará un reconocimiento por las instalaciones de la empresa y se hará una presentación ante los demás empleados con el fin de que el nuevo empleado se involucre con la empresa.

Para el cargo específico de inducción al cargo el gerente dará a conocer procedimientos y manual de funciones para que el empleado tenga claro lo que va a realizar en la empresa, este proceso organizacional se describe a continuación:

Figura 26

Proceso organizacional de la empresa área de Talento Humano.



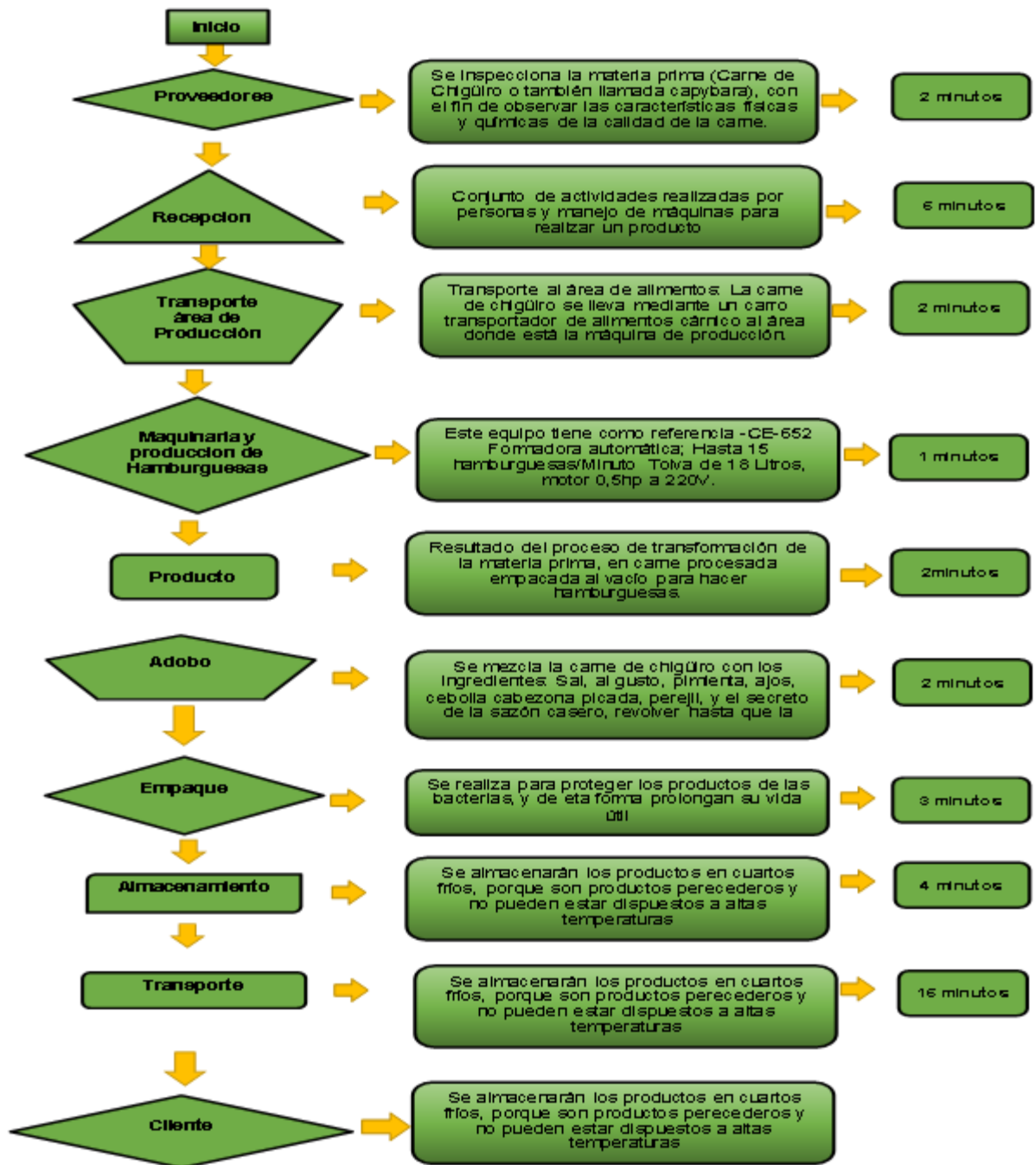
Proceso organizacional Área de Ventas. Descritos a continuación:

Figura 27

Área de ventas.

**Figura 28**

Área de producción de carne de Hamburguesa Empacada al vacío.



Nota: estos procesos organizacionales permiten mejorar el rendimiento y conocer cada una de las áreas e implementar el mejoramiento continuo de la empresa.

7. Formulación y Evaluación Financiera.

7.1. Estudio Económico

Ubicación Geográfica

Figura 29. Localización.



El estudio se encuentra ubicado en el departamento de Casanare, situado en el oriente del país y de los Llanos Orientales, y tiene una superficie de 44.940 km²; limita por el Norte con el río Casanare, que lo separa del departamento de Arauca; por el Este con el río Meta que lo separa del departamento de Vichada; por el Sur con los ríos Upía y Meta, el último de los cuales lo separa del departamento del Meta, y por el Oeste con los departamentos de Boyacá y Cundinamarca

El territorio casanareño está constituido por tres vertiente oriental de la cordillera piedemonte y llanura aluvial. La parte montañosa en el occidente comprende áreas desde el piedemonte y llanura aluvial. La parte montañosa en el occidente comprende áreas desde el límite con el piedemonte hasta los 4.000 mts sobre el nivel del mar, se

caracteriza por sus cumbres montañosas, con pajonales y frailejones y vertientes abruptas fuertemente disecadas, cubiertos por bosque húmedo tropical.

El departamento cuenta con una red hidrográfica integrada por los grandes ríos, quebradas, caños y lagunas, que desembocan en el río Orinoco por intermedio del río Meta, el cual recibe las aguas de la totalidad del Departamento y tiene como principales afluentes como son los ríos, Cravo sur, Upia, Cusiana, Tocaría, Pauto, Casanare y el río Ariporo.

El Departamento de Casanare, cuenta con vías de comunicación tanto aérea y terrestre.

LA ECONOMIA DEL DEPARTAMENTO DE CASANARE

“La economía del Departamento de Casanare se basa principalmente en la ganadera y agricultura y una parte en el sector de hidrocarburos. La ganadería vacuna es la principal actividad de la población; la cría de levante se realiza en forma extensiva en toda la llanura, la agricultura los principales cultivos son arroz riego, arroz seco mecanizado, palma africana, plátano, maíz tradicional, café y yuca”.

En el departamento de Casanare, los establecimientos industriales están dedicados a la transformación de la materia prima agropecuaria, en las cuales se cuenta con las agroindustrias molineras, palmeras y de alimentos, ubicadas en Yopal, Aguazul y Villanueva.

El petróleo ha sido la actividad de mayor generación de ingresos y de empleo en los últimos 30 años, aunque ha disminuido el sector de Casanare sigue aportando crudo, además de ser petrolíferos y gasífero de las refinerías de Cusiana y Cupiagua, a los cuales se agregaron las de Volcanera y Floreña. El yacimiento del Cusiana es el más grande descubierto del país donde cuenta con una gran reserva de barriles.

El sector del comercio ha venido mejorando debido a los almacenes de cadena que han llegado al municipio de Yopal, como lo son Unicentro, Gran Plaza Alcaraván,

Paraíso y Olímpica. Estos almacenes han generado gran cantidad de empleos, turismo y comercialización de productos a otros municipios del Departamento.

En el municipio de Yopal, departamento de Casanare se está adelantando un estudio de pre factibilidad propuesto, para la creación de la empresa Procesadora y Comercializadora de carne de chigüiro o también llamada capybara con sazón casero para hacer hamburguesas empacadas al vacío. La economía del departamento de Casanare por la actividad industrial ha bajado los ingresos por el precio del petróleo, se notó mucho en los años 2015 y 2016, el despido de personal y cierre de algunas locaciones petroleras, pero el precio se mantiene al alza logrando recuperar un poco este sector. La región casanareña consume en la actualidad carne de chigüiro de manera ilegal, pero como empresa legalizada con los permisos ambientales y sanitarios vamos a lograr un mercado excelente para poder comercializarla, generar empleo y satisfacer a la población con nuestro producto.

El proyecto carne de hamburguesa empacada al vacío, tiene unas metas y objetivos trazados, en 5 años tenga un reconocimiento local y en 5 a nivel departamental, en las estrategias del Marketin está la creación de una página web que permita mirar las ventajas y desventajas que podemos tener en el mercado local, departamental y nacional y las estrategias que se pueden tener para poder exportar los productos.

Una salida económica del Departamento es fomentar el turismo, para que otras ciudades visiten el departamento y así lograr que la economía se establezca nuevamente y los proyectos puedan surgir. La industria es otro sector que se debería fortalecer ya que cuenta con una participación muy baja; de tan solo 0,4% es la de este sector en Casanare.

“De acuerdo a una reunión de la junta del banco de la Republica de Colombia, en su sesión de noviembre de 2017, la Junta Directiva del Banco de la República aprobó un nuevo esquema para la toma de las decisiones de política monetaria. De acuerdo con dicho esquema, ordinariamente, en los meses de febrero, mayo, agosto y

noviembre de cada año no se toman decisiones de política monetaria. Banco De la Republica (2020)

En virtud de las circunstancias excepcionales que vive la economía colombiana como consecuencia de la pandemia del COVID-19, la Junta evaluará las condiciones de la economía y de la política monetaria en los meses de mayo, agosto y noviembre de 2020 o mientras las condiciones económicas atípicas así lo ameriten. Las minutas correspondientes se publicarán el día hábil siguiente al de la reunión”.

Por lo cual causará angustia entre la población nacional, por el desempleo generado y el costo de vida aumenta y caerá la economía del país entre un 2,7% y 7,9% será mucho baja que la del año anterior por la pandemia del COVID-19. “Dado el necesario confinamiento para contener la propagación de la covid-19, la actividad productiva se ha estancado principalmente en las actividades asociadas al comercio, transporte, turismo, servicios de comida, entretenimiento y construcción. La pérdida de empleos asociada se traduce en un choque de demanda, en donde los hogares reducen sus niveles de consumo. Estimamos entonces que la economía colombiana se contraería en un rango entre -2,7% y -7,9% en 2020”.

Las estrategias a nivel nacional se fomentara mediante alianzas con las cadenas hotelera, se buscara que este producto tenga aval del registro sanitario del Invima para poderlo comercializar en los almacenes de cadena y el sector público como privado nacional, fortalecer más el márketing y contar con el personal idóneo para poder negociar con las demás empresas, formar un grupo empresarial que permita agilizar el producto, se crearan nuevas expectativas mejorando el producto con tecnologías nuevas agilizando el proceso de preparación, generando una confianza entre los consumidores.

7.2. Costos de producción.

Durante el desarrollo del proyecto se analizaron los costos para producir carne de chigüiro empacada al vacío de 250grs, teniendo en cuenta el empaque, la etiqueta, la mano de obra, los Cif,(servicios, publicidad y arriendo) y la sal, la cantidad de kilos a comprar, la cantidad que se va producir, el valor del kilo en el mercado local, el valor unitario de 250gr, el valor día cuesta \$982,085 mensual \$29462.550 y anual \$353.550.600, esto es el valor que tiene la producción de hamburguesas de chigüiro.

Tabla 40

Costos y gastos de producción para una (1) unidad de hamburguesa de carne de chigüiro.

PRODUCTO	COSTOS DE PRODUCCION DE MATERIA PRIMA						
	CANTIDAD	CANTIDAD	VALOR KILO	VALOR UNITARIO	VALOR DIA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
CARNE DE CHIGUIRO	68,75	275	9.000	2.250	618.750	18.562.500	222.750.000
CONDIMENTOS-SAZON	68,75	275		60	16.500	495.000	5.940.000
SAL	68,75	275		60	16.500	495.000	5.940.000
EMAPQUE	68,75	275		140	38.500	1.155.000	13.860.000
MANO DE OBRA	68,75	275		749	205.975	6.179.250	74.151.000
CIF(SERVICIOS)	68,75	275			17.360	520.800	6.249.600
ARRIENDO Y PUBLICIDAD	68,75	275			30.000	900.000	10.800.000
ETIQUETA	68,75	275		140	38.500	1.155.000	13.860.000
TOTAL					982.085	29.462.550	353.550.600

Nota: Costo anual de la producción es de \$353.550.600 millones de pesos.

Tabla 41

Produccion de la unidad de carne de hamburguesa de chiguiro.

COSTOS Y GASTOS DE PRODUCCIÓN PARA UNA(1) UNIDAD DE CARNE					
PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	VALOR DIA	
CARNE DE CHIGUIRO	275	250GR	2.250	618.750	
CONDIMENTOS-SAZON	275	250GR	60	16.500	
SAL	275	250GR	60	16.500	
EMAPQUE	275	250GR	140	38.500	
MANO DE OBRA	275	250GR	750	206.147	
CIF(SERVICIOS)	275	250GR		17.360	
ARRIENDO Y PUBLICIDAD	275	250GR		30.000	
ETIQUETA	275	250GR	140	38.500	
TOTAL DE PRODUCCION EN UN				982.257	
TOTAL DE PRODUCCION					
DIVIDIDO EN LA CANTIDAD DE					
PRODUCCION				3571,84	
VALOR UNITARIO DIVIDIVO EN					
EL COSTO UNITARIO POR UN					
DIA			4000	428	

Nota: teniendo en cuenta los costos de producción de una carne de hamburguesa de chiguiro de 250gr, se divide el valor día \$982.257, con las unidades de producción teniendo un costo de \$3571 pesos, teniendo un margen de ganancia de \$428 pesos y una utilidad del 12.1% día.

7.3 Punto de Equilibrio.

Para determinar el punto de Equilibrio se toma precio de la carne de hamburguesa de chiguiro se toma el valor establecido durante la visita realizada en los diferentes lugares de la ciudad de Yopal, con un valor de 9000, sumando los costos y

gastos que se realizan de manera directa con la producción, teniendo un valor de 9400, los costos de preparación de la carne, la etiqueta y el valor del empaque por unidad.

Costos Variables: son los insumos o gastos que varía en el precio del producto de manera directa, en la siguiente tabla se muestra el valor unitario.

Tabla 42.

Costo valor Unitario

PRODUCTOS E INSUMOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR UNITARIO
CARNE DE CHIGUIRO	1 KILO	9.000	9.000
CONDIMENTOS-SAZON	0,12 GRAMOS	60	60
SAL	0,12 GRAMOS	60	60
EMAPQUE	1 UNIDAD	140	140
ETIQUETA	1 UNIDAD	140	140
TOTAL		9000	9.400

Fuente: Autor del proyecto.

Costo Unitario del Producto: para determinar este valor se realiza con el costo variable unitario y el costo fijo variable, reflejado en la producción anual es de 99000, y los costos fijos anuales con un valor de 353.550.600 Determinando en la siguiente formula es costo fijo unitario.

$$\text{CFu: costos fijos anuales} = \frac{\text{costos fijos anual}}{\text{Producción anual}} = \frac{353.550.600}{99000} = 3571$$

Tabla 43

Costo Unitario Total	
Costo Unitario variable	9400
Costo fijo unitario	3571
Costo total	12971

Fuente autor del proyecto.

Precio Producto

La empresa Carne la Llanerita espera tener una rentabilidad del 25% valor kilo de hamburguesa empacada al vacío es de 17295 se aplicó determinando la siguiente formula:

$$\text{Precio} = \frac{\text{Costo total Unitario}}{1 - \text{utilidad esperada}} = \frac{12971}{1 - 0,25} = \frac{12971}{0,75} = 17295$$

Tabla 44

Precio Producto

Costo total Unitario	12971
Utilidad	4324
Precio	17295

El precio del producto se determina la empresa Carne la Llanerita es de 17295 valor kilo de carne de hamburguesa empacada al vacío.

Punto de equilibrio:

Para hallar el punto de equilibrio se aplican los costos fijos anuales, el margen de contribución unitario, por el precio unitario del producto para poder obtener, las

ventas de unidades al año, que varía de acuerdo al desarrollo del mercado actual y cambio que se deben tener en cuenta para establecer la producción anual.

Se obtiene el punto de equilibrio a través de la fórmula empleada para conocer la venta anual descrita a continuación:

Tabla 45

Formula punto de Equilibrio.

$$\text{Punto de Equilibrio (P.E.Q)} = \frac{\text{Costos Fijos Totales (C.F.)}}{\text{Margen de Contribución Unitaria (M.C.U)}}$$

M.C.U = Precio de venta Unitario (P.V)- Costo Variable Unitario (C.V.U)

$$\text{CF} = \frac{\text{P.E.Q}}{\text{P.V-C.V. U}}$$

$$\text{P.E} = \frac{353.550.600}{17295-12971}$$

$$\text{P.E} = \frac{353.550.600}{4324} = 81765 \text{ Unidades al año}$$

Nota: obteniendo el costo total de un año se divide por el costo variable unitario y el precio de venta unitario para obtener el punto de equilibrio determinando la producción de \$81765 hamburguesas de carne de chigüiro al año y mensual serian \$6814 unidades a vender.

Tabla 46 y 47

Cálculo del punto de equilibrio.

COSTOS FIJOS	\$ 353.550.600
PRECIO DE VENTA KILO	12971
COSTO VARIABLE UNITARIO	17295
PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES PRODUCIDAS	81765
COSTO VARIABLE FINAL	4324
PRECIO DE VENTA UNIDAD	4000

Nota: costos anuales, precio de venta kilo, costo variable unitario, punto de equilibrio unidades producidas, costo variable final y precio de venta unidad.

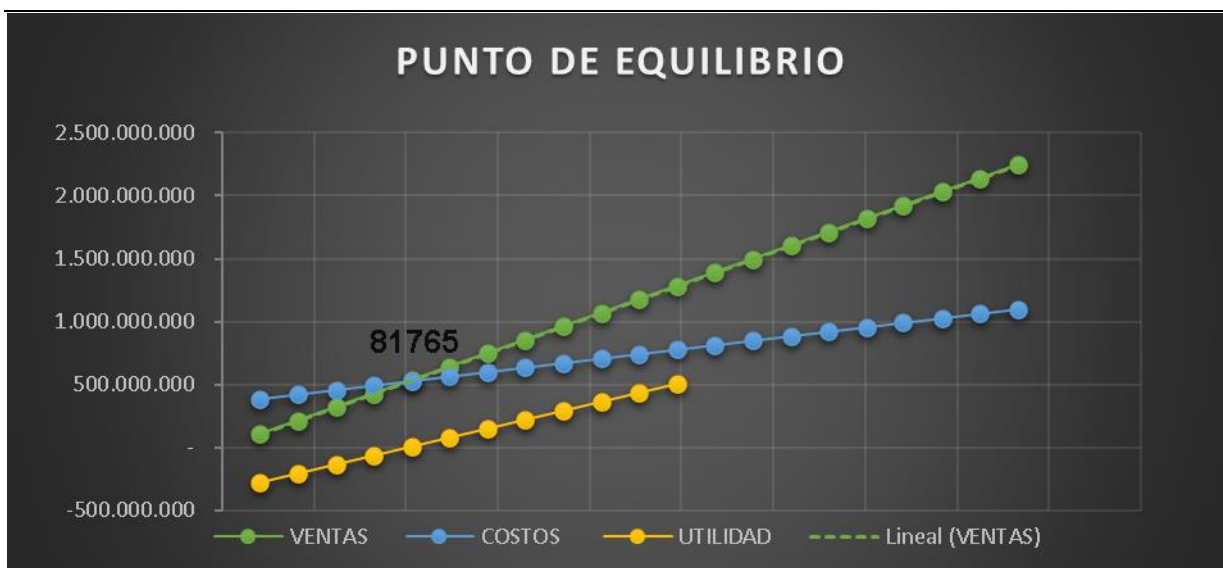
CANTIDAD	VENTAS	COSTOS	UTILIDAD
8250	107.010.750	389223600	- 282.212.850
16500	214.021.500	424896600	- 210.875.100
24750	321.032.250	460569600	- 139.537.350
33000	428.043.000	496242600	- 68.199.600
41250	535.053.750	531915600	3.138.150
49500	642.064.500	567588600	74.475.900
57750	749.075.250	603261600	145.813.650
66000	856.086.000	638934600	217.151.400
74250	963.096.750	674607600	288.489.150
82500	1.070.107.500	710280600	359.826.900
90750	1.177.118.250	745953600	431.164.650

99000	1.284.129.000	781626600	502.502.400
107250	1.391.139.750	817299600	573.840.150
115500	1.498.150.500	852972600	645.177.900
123750	1.605.161.250	888645600	716.515.650
132000	1.712.172.000	924318600	787.853.400
140250	1.819.182.750	959991600	859.191.150
148250	1.922.950.750	994583600	928.367.150
156750	2.033.204.250	1031337600	1.001.866.650
165000	2.140.215.000	1067010600	1.073.204.400
173250	2.247.225.750	1102683600	1.144.542.150

Nota: Para establecer el cálculo se estableció las ventas mensuales, con el precio de venta, los costos anuales con el costo variable por las unidades de ventas a vender, para determinar la utilidad de la empresa se establece las ventas menos los costos con una utilidad negativa para el primer mes, así mismo se va avanzando con utilidad negativa llegando al punto de equilibrio vendiendo \$81765 unidades de hamburguesas de chigüiro.

Figura 30

Punto de Equilibrio.



Nota: Para establecer el punto de equilibrio se tomaron los costos fijos que equivalen a \$ 353.550.600 que tiene la empresa anualmente, las proyecciones de ventas mensualmente son de 8250 unidades de hamburguesa de chigüiro, con el precio de venta 12971 y el costo variable de \$ 4324 de la unidad de hamburguesa anualmente. Por lo cual la empresa debe vender 81765 unidades de hamburguesas donde no se generan perdidas ni ganancias para la empresa.

7.4 Presupuestos.

El plan de inversión comprende el dinero necesario para poner en marcha y garantizar el funcionamiento de la empresa Carnes la Llanerita – S.A.S, el cual se cuantifica en \$94.115.306, establecido en tres rubros que son: la inversión inicial, costos de materia prima, costos fijos, costos de personal y los costos administrativos que serán financiados con recursos propios, el costo Anual de producción es de \$418.203.356 en el segundo mes cambia este valor dado que la inversión inicial de \$64.652.756 es la adecuación, equipos de oficina, maquinaria para el funcionamiento y permisos legales de la empresa. De acuerdo al análisis de los ingresos de ventas y los egresos anuales la inversión se recupera en el segundo año dado que la rentabilidad mensual es de \$4.857450 y anual es de \$58.289.400. este año en mención.

Para comenzar a producir, el capital de trabajo se compone de tres elementos que son:

Efectivo: constituido por los costos indirectos, gastos de administración, financieros y venta para un tiempo determinado.

Cartera: comprende los recursos en poder de los clientes en la venta de contado.

Inventario: para Carnes la Llanerita– SAS poder desarrollar el objeto social debe contar con \$94.115.306. que son los costos de materia prima, costos fijos, costos de personal y los costos administrativos, con la inversión inicial, describiendo en las siguientes tablas el valor total de cada uno.

Tabla 48 Costos y Gastos Fijos

A continuación, se relacionan el total de los costos y gastos del proyecto.

COSTOS Y GASTOS FIJOS		
DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
COSTOS DE MATERIA PRIMA	21.862.500	262.350.000
GASTOS FIJOS	900.000	10.800.000
COSTOS INVERSION INICIAL	64.652.756	64.652.756
GASTOS ADMINISTRATIVOS	520.800	6.249.600
GASTOS DE PERSONAL	6.179.250	74.151.000
TOTAL	94.115.306	418.203.356

NOTA: para el funcionamiento de la empresa la inversión inicial del primer mes es de \$ 94.115.306, y anual es de \$ 418.203.356.

Tabla 49.

Costos fijos sin la inversión Inicial.

COSTOS Y GASTOS FIJOS		
DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
COSTOS DE MATERIA PRIMA	21.862.500	262.350.000
GASTOS FIJOS	900.000	10.800.000
GASTOS ADMINISTRATIVOS	520.800	6.249.600
GASTOS DE PERSONAL	6.179.250	74.151.000
TOTAL	29.462.550	353.550.600

Nota: Los costos de materia prima, costos fijos, administrativos y de personal son de \$29.462.550, disminuyendo significativa mente el valor con el primer mes de inversión total del proyecto que es de \$353.550.600.

Tabla 50

Costos de la materia prima mensual y anual.

COSTOS DE PRODUCCION DE MATERIA PRIMA							
PRODUCTO	CANTIDAD	CANTIDAD	VALOR	VALOR	VALOR DIA	VALOR	VALOR
	AD DE	IDAD	KILO	UNITARIO		MENSUAL	ANUAL
CARNE DE CHIGUIRO	68,75	275	9.000	2.250	618.750	18.562.500	222.750.000
CONDIMENTOS-SAZON	68,75	275		60	16.500	495.000	5.940.000
SAL	68,75	275		60	16.500	495.000	5.940.000
EMAPQUE	68,75	275		140	38.500	1.155.000	13.860.000
MANO DE OBRA	68,75	275		749	205.975	6.179.250	74.151.000
CIF(SERVICIOS)	68,75	275			17.360	520.800	6.249.600
ARRIENDO Y PUBLICIDAD	68,75	275			30.000	900.000	10.800.000
ETIQUETA	68,75	275		140	38.500	1.155.000	13.860.000
TOTAL					982.085	29.462.550	353.550.600

Nota: Teniendo en cuenta los costos de producción de materia prima de un a carne de hamburguesa de chigüiro es valor mensual es de \$29.462.550 y anual es de \$353.550.600.

Tabla 51

Gastos fijos de publicidad y arriendo.

GASTOS FIJOS					
	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD VARIABLE	COSTO UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
PUBLICIDAD	CANTIDAD		200.000	200.000	2.400.000
ARRIENDO DE LA EMPRESA			700.000	700.000	8.400.000
TOTAL				900.000	10.800.000

Nota: El valor mensual de promocionar los puntos estratégicos de la empresa y arriendo es de \$900.000 y el valor anual es de \$10.800.000.

Tabla 52

Costo de maquinaria equipos de oficina y permiso legales de la empresa la Llanerita.

COSTO DE MAQUINARIA				
	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO		VALOR TOTAL
Computador	1	\$ 1.700.000,00	\$	1.700.000,00
Impresora	1	\$ 400.000,00	\$	400.000,00
Dotacion	1	\$ 600.000,00	\$	600.000,00
Sillas	6	\$ 37.500,00	\$	225.000,00
Adecuacion de Materiales	Bolsa, mano de obra, Drywall	\$ 3.778.400,00	\$	3.778.400,00
Pancartas	1	\$ 1.200.000,00	\$	1.200.000,00
Balanza	1	\$ 186.000,00	\$	186.000,00
Congelador	1	\$ 7.249.000,00	\$	7.249.000,00
Mesa de trabajo	1	\$ 1.690.000,00	\$	1.690.000,00
Juego de Cuchillos	1	\$ 480.000,00	\$	480.000,00
Espátulas	2	\$ 30.000,00	\$	60.000,00
Empacadora al vacio	1	\$ 4.830.210,00	\$	4.830.210,00
Termometro	1	\$ 30.000,00	\$	30.000,00
Carro transportador	1	\$ 990.000,00	\$	990.000,00
Raspe	2	\$ 30.000,00	\$	60.000,00
Formadora de Hamburguesas	1	\$ 32.190.700,00	\$	32.190.700,00
Permisos Legales	varios	\$ 7.483.446,00	\$	7.483.446,00
Aviso	1	\$ 1.500.000,00	\$	1.500.000,00
Total			\$	64.652.756,00

Nota: En la inversión inicial se establecen los costos unitarios de los equipos de

producción de oficina, permisos legales, asimismo la adecuación de la instalación por un valor de \$64.625.756.

Tabla 53

Costos administrativos del personal

Cargo	GASTOS DE PERSONAL					GASTO DE PERSONAL AÑO	
	Salario	Cantida d	Prestacion es	Valor Unitario mensual	Total	año 1	año 2
ADMINISTRADOR	1.500.000	1		1.500.000	1.500.000	18.000.000	18.720.000
CHEF	1.000.000	1	463.300	1.463.300	1.463.300	17.559.600	18.261.984
VENDEDOR	908.526	1	420.920	1.329.446	1.329.446	15.953.353	16.591.487
AUXILIAR	908.526	1	420.920	1.329.446	1.329.446	15.953.353	16.591.487
TOTAL	4.317.052	3	1.305.140	5.622.192	5.622.192	67.466.306	70.164.959

Nota: El costo del personal para laborara en la empresa mensual es de \$5.622.192 y anual es de \$67.466.306.

Tabla 54

Teniendo en cuenta la demanda del segmento de mercado, la capacidad de la empresa Carnes la Llanerita– SAS y la tendencia de proyección de ventas (véase proyección de ventas pág. 61), tiene un valor de \$411.840.000 mil pesos, es decir que mensualmente tendrá que vender \$34.320.000 mil pesos.

Producción de Hamburguesas de Chigüiro									4%
Año	Precio	Precio IPC	Diarias	Mensual	Valor mensual en ventas	Anual	valor anual en ventas	Ventas	incremento IPC
2022	4000	4160	275	8250	34.320.000	99000	411.840.000		411.840.000
2023	4000	4160	281	8415	35.006.400	100980	420.076.800	16.473.600	428.313.600
2024	4000	4160	286	8572	35.659.520	102864	427.914.240	17.132.544	445.446.144
2025	4000	4160	291	8729	36.312.640	104748	435.751.680	17.817.846	463.263.990
2026	4000	4160	296	8886	36.965.760	106632	443.589.120	18.530.560	481.794.549

Nota: Proyecciones de ventas de carne de chigüiro, mensual y anual durante 5 años de la empresa carnes la Llanerita.

7.5 Flujo de caja.

El flujo de caja constituye una herramienta valiosa en el análisis financiero donde se establece en una forma organizada la fuente los fondos o recursos y su aplicación para determinar cuáles son los saldos de efectivo que pueden tener al final del período.

Por lo cual se establece las proyecciones de ventas, los costos operacionales para el funcionamiento de la empresa aun año corresponden a \$ 411.840.000, dos años es de \$ 428.313.600, año tres las ventas son de \$445.446.144, el año cuatro las ventas son de \$463.263.990 y cinco años es \$481.794.549, los costos de ventas, la utilidad bruta donde se determinan el arriendo, sueldos administrativos, depreciaciones, gastos generales, obteniendo la utilidad operacional, activos fijos por \$64.652.756 y una inversión inicial de \$95.000.000, se obtiene un saldo de flujo de caja de \$30.347.244, descritos a continuación:

Tabla 55

Ingreso y egresos de los costos y gastos del proyecto para funcionamiento de la empresa Carnes La Llanerita.

FLUJO DE CAJA						
INGRESOS		1	2	3	4	5
VENTAS		411.840.000	428.313.600	445.446.144	463.263.990	481.794.549
TOTAL DE INGRESOS	-	411.840.000	428.313.600	445.446.144	463.263.990	481.794.549
EGRESOS:	0	1	2	3	4	5
COSTOS DE MATERIA PRIMA		288.287.998	299.819.518	311.812.299	324.284.791	337.256.183
ARRENDAMIENTOS:		8.400.000	8.736.000	9.085.440	9.448.858	9.826.812
SUELDOS DE ADM:		65.557.893	67.581.886	69.666.598	71.813.852	74.025.523
GASTOS GENERALES DE ADM		4.594.800	4.778.592	4.969.736	5.168.525	5.375.266
SUELDOS DE VENTAS		-	-	-	-	-
PROP Y PUBLICIDAD		2.400.000	2.496.000	2.595.840	2.699.674	2.807.661
GASTOS FINANCIEROS		-	-	-	-	-
COMPRA DE ACTIVOS FIJOS	64.652.756					
INVERSIÓN ARREGLOS Y DOTACIÓN						
PAGO DE IMPUESTOS			13.001.250	13.761.008	14.557.835	15.393.414
						16.269.503,02
PAGO DE CESANTIAS			1.908.526	1.908.526	1.908.526	1.908.526
						1.908.526
TOTAL EGRESOS:	64.652.756	369.240.691	398.321.772	413.799.446	429.882.059	446.593.384
FLUJO NETO: ING - EGRESOS	- 64.652.756	42.599.309	29.991.828	31.646.698	33.381.930	35.201.165
INVERSION INICIAL DE CAJA:	95.000.000	30.347.244	72.946.553	102.938.381	134.585.079	167.967.009
SALDO DE CAJA FINAL:	30.347.244	72.946.553	102.938.381	134.585.079	167.967.009	203.168.174

Nota: este flujo de caja es un indicador de liquidez del proyecto para el primer año tiene un saldo de caja de \$ 30.347.244 para el año 0, en el año 1 tiene un saldo de flujo de caja de \$79.946.553 en el año 2 es de \$102.938.381, en el año tres es de \$134585079. en el año cuatro es de \$167.967009 y el saldo en el año quinto es de \$203.168.174.

7.6 Estados financieros

El estado de resultados como un nombre lo indica como la empresa ha logrado los objetivos en temas financieros, lo cual permite ver si es de ganancia o pérdida, para este caso según el estado de resultados proyectados, nos evidencia que se obtienen ganancias desde el primer año, lo cual es un tema a favor.

En el estado de resultado se establece las ventas para el primer año que son \$ 411.840.000, los costos de ventas son de \$288.287.998, con una utilidad bruta de \$123.552.002, esta utilidad se le restan los costos en el año obteniendo una utilidad operacional de \$39.397.728, como se pagan los impuestos de la empresa que equivalen a \$13.001.250, ganando una utilidad neta de \$26.396.478. para el año dos es de \$25.076.654, el año tres es de \$51.618.719. la utilidad neta para el año cuatro es

de \$79.697.694 y para el año quinto la utilidad neta es de 109.388.325, descritos a continuación:

Tabla 56

Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
VENTAS BRUTAS	411.840.000	428.313.600	445.446.144	463.263.990	481.794.549	
.-DESCUENTOS	-	-	-	-	-	
.-DEVOLUCIONES	-	-	-	-	-	
VENTAS NETAS	411.840.000	428.313.600	445.446.144	463.263.990	481.794.549	446.131.656,62
.-COSTO DE VENTAS	288.287.998	299.819.518	311.812.299	324.284.791	337.256.183	
UTILIDAD BRUTA	123.552.002	128.494.082	133.633.845	138.979.199	144.538.367	0,30
.-ARRIENDOS	8.400.000	8.736.000	9.085.440	9.448.858	9.826.812	
.-SUELDOS DE ADM	67.466.419	69.490.412	71.575.124	73.722.378	75.934.049	
.-DEPRECIACIONES	1293055	1.293.055	1.293.055	1.293.055	1.293.055	
.-GASTOS GENERALES ADM	4.594.800	4.778.592	4.969.736	5.168.525	5.375.266	
.-SUELDOS DE VTAS	-	0	-	-	-	
.-PRO Y PUBLICIDAD	2.400.000	2.496.000	2.595.840	2.699.674	2.807.661	
TOTAL GASTOS	84.154.274	86.794.059	89.519.195	92.332.489	95.236.843	
UTIL OPERACIONAL	39.397.728	41.700.023	44.114.651	46.646.710	49.301.524	0,15
.-OTROS INGRESOS	-	-	-	-	-	
.-GASTOS FINANCIEROS	-	-	-	-	-	
UTIL ANTES DE IMPUESTOS	39.397.728	41.700.023	44.114.651	46.646.710	49.301.524	0,10
.-IMPUESTOS	13.001.250	13.761.008	14.557.835	15.393.414	16.269.503	
UTIL NETA	26.396.478	27.939.016	29.556.816	31.253.296	33.032.021	0,07 29.635.525
RESERVA LEGAL		1.319.824	2.716.775	4.194.615	5.757.280	7.408.881
UTIL RETENIDAS		25.076.654	51.618.719	79.697.694	109.388.325	140.768.745

Nota: el estado de resultados, deja ver las utilidades que se obtendrán si logra cumplir con los objetivos propuestos en el proyecto.

El balance general y el estado de resultados hacen parte de la planeación financiera de le empresa Carnes La Llanerita, donde se proyectan sistemáticamente los acontecimientos según las tendencias de ventas, las expectativas del mercado, las tendencias históricas de ventas, los costos y gastos del proyecto que se presentarán en el desarrollo del funcionamiento de la empresa, donde es necesario evaluar la rentabilidad de la empresa a 5 años, para tener un referente sobre los efectos financieros que se pueden presentar.

En el balance general se establece los activos fijos de \$95.000.000, para el año 0 y para el año 1 se tiene \$136.306.254, para el año dos es de \$165.005.027, el año

tres \$195.358.670, el año cuatro \$227.447.545 y el año cinco es de \$261.355.655, en los pasivos para el año 1 se tiene \$14.909.776, para el año dos es de \$15.669.534, el año tres \$16.466.361, el año cuatro \$17.301.940 y el año cinco es de \$18.178.029, en el patrimonio se tiene un valor de \$95.000.000 para el año cero y el primer año \$136.306.254, en el año dos es de \$165.005.027, en el año tres es de \$195.358.670, el año cuatro de \$224.447.545 y el quinto año el patrimonio es de \$261.355.655 millones de pesos.

Tabla 57

Balance General.

BALANCE GENERAL							
	0	1	2	3	4	5	PROMEDIOS
ACTIVOS:							
CAJA Y BANCOS	30.347.244	72.946.553	102.938.381	134.585.079	167.967.009	203.168.174	
SUB TOTAL ACT CTES	30.347.244	72.946.553	102.938.381	134.585.079	167.967.009	203.168.174	136.321.039
ACTIVOS FIJOS	64.652.756	64.652.756	64.652.756	64.652.756	64.652.756	64.652.756	
DEPRECIACION ACUM		1.293.055	2.586.110	3.879.165	5.172.220	6.465.275	
SUB TOTAL ACT FIJOS	64.652.756	63.359.701	62.066.646	60.773.591	59.480.536	58.187.481	60.773.591
TOTAL DE ACTIVOS	95.000.000	136.306.254	165.005.027	195.358.670	227.447.545	261.355.655	197.094.630
PASIVOS							
IMPUESTOS X PAGAR		13.001.250	13.761.008	14.557.835	15.393.414	16.269.503	
CESANTIAS X PAGAR		1.908.526	1.908.526	1.908.526	1.908.526	1.908.526	
TOTAL PASIVOS CP		14.909.776	15.669.534	16.466.361	17.301.940	18.178.029	16.505.128
TOTAL PASIVOS		14.909.776	15.669.534	16.466.361	17.301.940	18.178.029	16.505.128
PATRIMONIO:							
CAPITAL:	95.000.000	95.000.000	95.000.000	95.000.000	95.000.000	95.000.000	
RESERVA LEGAL			1.319.824	2.716.775	4.194.615	5.757.280	
UTILIDADES RETENIDAS			25.076.654	51.618.719	79.697.694	109.388.325	
UTILIDAD DEL EJERCICIO		26.396.478	27.939.016	29.556.816	31.253.296	33.032.021	
TOTAL PATRIMONIO:	95.000.000	121.396.478	149.335.493	178.892.309	210.145.605	243.177.626	180.589.502
TOTAL PASIVOS + PATRIM	95.000.000	136.306.254	165.005.027	195.358.670	227.447.545	261.355.655	197.094.630

Nota: en el Balance general se proyecta a 5 años, estableciendo los costos de la empresa, las ganancias anualmente y los pasivos que tiene la empresa, como también el patrimonio que tiene la empresa.

7.7. T.I.R., V.P.N., T.I.O.

El VPN de un proyecto expresa el dinero actual; este valor monetario se obtiene de la diferencia entre el valor presente de los ingresos y el valor presente de los egresos calculados a partir del flujo de fondos del proyecto y teniendo la tasa de oportunidad del inversionista.

Tasa interna de rentabilidad. Es la tasa de interés que hace que un valor presente neto sea igual a cero e indica la rentabilidad que producen los dineros que permanecen invertidos en el proyecto,

Por lo anteriormente expuesto se describen el valor presente neto, la tasa interna de retorno y el índice de rentabilidad costo beneficio.

Tabla 58

Inversión inicial, gasto y egresos totales del proyecto, la tasa interna de retorno, el valor presente neto y la rentabilidad.

HERRAMIENTAS FINANCIERAS PARA SELECCIÓN DEL PROYECTO				
	DATOS	INVERSION INICIAL	\$ 95.000.000,00	
		TASA DE INTERES	10%	
			5%	
PERIODO	INGRESO	EGRESO	FLUJO EFECTIVO NETO	VALOR PRESENTE
0			-\$ 95.000.000,00	-\$ 95.000.000,00
1	411.840.000	369.240.691	42.599.309	38.726.645
2	432.432.000	398.321.772	34.110.228	28.190.271
3	454.053.600	413.799.446	40.254.154	30.243.542
4	476.756.280	429.882.059	46.874.221	32.015.723
5	500.594.094	446.593.384	54.000.710	33.530.192
			FORMULA FINANCIERA	FORMULA ARITMETICA
VALOR PRESENTE DE LA SUMA DE FLUJOS ACTUALIZADOS				\$ 162.706.372,84
VALOR PRESENTE NETO (VPN)			\$ 67.706.372,84	\$ 67.706.372,84
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)			34%	
INDICE DE RENTABILIDAD O RAZON DE BENEFICIO/COSTO			\$ 1,71	1,71

Nota: El **valor presente neto permite** evaluar a los inversionistas la rentabilidad de las inversiones y proyectos propuestos, en este caso el valor VPN es de \$67.706.372 es determinante para ver la viabilidad de la inversión.

La **tasa Interna de retorno (TIR)** es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece el proyecto, en este caso es de 34% lo cual indica que es un proyecto que se debe considerar dentro de las inversiones a realizar, ya que su rentabilidad promete ser viable y factible.

El **Índice de rentabilidad o razón de beneficio/costo** representa una viabilidad del 1.71% por lo tanto, se puede determinar que el proyecto debe ser considerado como viable, ya que los beneficios son mayores a los costos.

8. Conclusiones

En la propuesta realizada se evidencian las herramientas aplicadas a cada producto y servicio, en el cual se describe el proceso, con numeración para cada uno de las áreas de producción, asimismo se diseñó la distribución de cada una de las zonas de producción, ventas y la parte administrativas de la planta de manera que el área destinada se ha la más adecuada, por lo cual se analizó la cadena productiva pertenece la idea innovadora y el sector al que pertenece.

La carne de chigüiro para hacer hamburguesas empacada al vacío, va dirigido a los estratos 1,2,3 y 4, que son población con ingresos entre uno y cuatro salarios mínimos, que pueden acceder a la compra, beneficiando a la población por el precio del producto.

La Empresa Carnes la Llanerita cumplirá con los requisitos estipulados en las normas ambientales y sanitarias, para poder comercializar los productos. Así mismo, será registrada ante la cámara de comercio como una empresa de sociedad anónima para poder ser completa a nivel comercial y turístico en el mercado local regional.

El factor ecológico y ambiental es muy importante dado que depende del desarrollo cultural de cada población aportando al desarrollo sostenible del medio ambiente preservando y conservando los recursos naturales en cada nación, por lo cual en la empresa Carnes la Lanerita, se creará un el programa de gestión ambiental de ahorro y uso eficiente de energía, recurso hídrico, educación y recuperación de residuos sólidos. Implementado el sistema de gestión ambiental.

El chigüiro es importante por el valor nutritivo de su carne, debido a que contiene nutrientes en proporciones muy ventajosas, frente a otros productores similares, constituyéndose en una de las especies más promisorias dentro de la diversificación de los medios de producción rural.

Según, las estadísticas del FEDEGAN las carnes de pollo es la que más consumen los colombianos, en segundo lugar, está la carne de res, en tercer lugar, la carne de cerdo y el pescado en cuarto lugar. La carne de chigüiro solo se conoce en

los llanos orientales y al posesionar la empresa en el mercado va hacer apetecida por otros otras ciudades del país.

De acuerdo al análisis del presupuesto para la empresa Carnes la Llanerita, sus socios realizarán una inversión de noventa y cinco millones de pesos\$95.000.000, cubriendo el costo de inversión inicial que equivalen a las adecuaciones de las instalaciones para el proceso de producción de la empresa del primer mes.

Según el análisis de la TIR la empresa tendrá una tasa interna de retorno del 34% y un índice de rentabilidad del costo beneficio de 1.71%, lo que indica que la inversión de los socios se recuperaran a partir del tercer año del funcionamiento de la empresa.

Recomendaciones

Las autoridades ambientales junto con la policía ambiental controlen el tráfico ilegal de la carne de chigüiro y que cada zoo criadero cumpla con los requisitos legales y sanitarios una vez se establezcan los parámetros para su comercialización.

Se recomienda que a nivel nacional se legalice la comercialización de la carne de carne de chigüiro mediante zoo criaderos ya que es una carne de excelente calidad nutricional, la cual presenta una gran demanda en el mercado y la están consumiendo ilegalmente.

Para el desarrollo del proyecto se debe tener en cuenta la normatividad ambiental requisitos sanitarios y de inocuidad, como también adoptar los protocolos de bio seguridad para el manejo y control del riesgo del Coronavirus Covid 19.

9. Bibliografía

Revista Diners (2018)., las mejores hamburguesas de Colombia. Recuperado de:https://revistadiners.com.co/gastronomia/56331_estas-son-las-mejores-hamburguesas-de-colombia/.

Portafolio. (2019).Con sumo de hamburguesas en Colombia, recuperado de <https://www.portafolio.co/negocios/el-consumo-de-hamburguesa-en-colombia-alcanzo-los-3-8-billones-530066#:~:text=Consumo%20de%20hamburguesas%20en%20Colombia,los%20usuarios%20de%20la%20plataforma.>

Dane (2019) diapositiva 9, Población Ocupada, de la capital de Yopal <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/planes-departamentos-ciudades/201106-InfoDane-Yopal-Casanare.pdf>

Dane (2019) diapositiva 21, Actividades primarias, secundarias y terciarias del municipio de Yopal, del capital de Yopal <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/planes-departamentos-ciudades/201106-InfoDane-Yopal-Casanare.pdf>

Dane (2021) diapositiva 8, boletín Técnico de empleo y desempleo de la capital de Yopal.Diario Portafolio (2021) (parr 1) Inflación de los precios al consumidor del.<https://www.portafolio.co/economia/inflacion-en-colombia-marzo-de-2021-550656>.

Diario la Republica(2021)(parr 1), Producto interno bruto de Colombia 2021.[https://www.larepublica.co/economia/corficolumbiana-proyecta-que-el-producto-interno-bruto-del-pais-crecera-53-en-2021-3126918#:~:text=El%20PIB%20colombiano%20se%20contrajo,Rep%C3%BAblica%20\(4%2C5%25\).](https://www.larepublica.co/economia/corficolumbiana-proyecta-que-el-producto-interno-bruto-del-pais-crecera-53-en-2021-3126918#:~:text=El%20PIB%20colombiano%20se%20contrajo,Rep%C3%BAblica%20(4%2C5%25).)

ICA. (2021). Crecimiento de Ganadería Casanareña. Recuperado de. <https://www.ica.gov.co/areas/pecuaria/servicios/epidemiologia-veterinaria/censos-2016/censo-2018>.

Red jurista (2021), por medio del cual se establece sobre los requisitos sanitarios y de inocuidad de la carne de chigüiro (hydrochueros hydrochaeris) https://www.redjurista.com/Documents/resolucion_562_de_2016_ministerio_de_salud_y_proteccion_social.aspx#/

Diario Prensa Libre (2021) (parra 1), construcción de un frigorífico. <https://prensalibrecasanare.com/yopal/35943-en-2021-estarb-listo-el-frigorifico-frontino.html>

Colombia travel y vacaciones. Cultura y tradiciones de Yopal [.https://elturismoencolombia.com/a-donde-ir/yopal-casanare-travel/cultura-yopal-tradiciones-casanare-colombia/#:~:text=Yopal%20es%20tierra%20de%20celebraciones,y%20productos%20de%20la%20tierra](https://elturismoencolombia.com/a-donde-ir/yopal-casanare-travel/cultura-yopal-tradiciones-casanare-colombia/#:~:text=Yopal%20es%20tierra%20de%20celebraciones,y%20productos%20de%20la%20tierra).

Hablemos de Cultura. (2018), tradiciones de la cultura llanera. Recuperado. <https://hablemosdeculturas.com/region-orinoquia/>

Suarez, J, Silva, L. (2009). Manual de capacitación de operario para zoo criaderos de chigüiro. recuperado. <http://bibliotecadigital.agronet.gov.co/bitstream/11348/6548/1/064.pdf>

Corporinoquia (2016). Hábitat y características generales del chigüiro. http://www.corporinoquia.gov.co/files/Educaci%C3%B3n%20y%20cultura%20ambiental/chiguero_cartilla_ok.pdf.

Contexto Ganadero. (2021). Comercialización legal del chigüiro está cerca de ser realidad. Recuperado de: <https://www.contextoganadero.com/regiones/comercializacion-legal-del-chiguiro-esta-cerca-de-ser-realidad>.

Fedegan (FNG). Foro regional de visión de ganadería regional 2014-2018. Plan Casanare FINAL%20(16).pdf.

Diario el tiempo (2014). Tragedia ambiental por muerte de animales silvestres recuperado de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-13751264>.

Dane (2018). Información del Dane en la toma de decisiones regionales Yopal Casanare. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/planes-departamentos-ciudades/201106-infodane-yopal-casanare.pdf>.

Corporinoquia (2014) (Parr 1). Incautación de carne de chigüiro de manera ilegal. recuperado. <https://prensalibrecasanare.com/casanare/13892-autoridades-incautaron-2394-kilogramos-de-carne-de-chigiro.html>

Corporinoquia (2015)(Parr 1). Incautación de carne de chigüiro de manera ilegal. recuperado. <https://prensalibrecasanare.com/casanare/14880-corporinoquia-y-la-policna-nacional-incautaron-2156-kilogramos-de-carne-de-chigiro.html>

Corporinoquia (2016) (Parr 1). Incautación de carne de chigüiro de manera ilegal. recuperado <https://prensalibrecasanare.com/judicial/22249-en-tbmara-ejrcito-nacional-incautu-carne-de-chigiro.html>

Corporinoquia (2019) (Parr 1). Incautación de carne de chigüiro de manera ilegal. Recuperado. <https://www.corporinoquia.gov.co/index.php/pages/2015-02-02-15-01-12/1175-nuevo-golpe-al-trafico-de-carne-de-chigueiro-en-casanare.html>

Federación Colombiana de Ganaderos Fedegan (2020)
<https://www.fedegan.org.co/estadisticas/consumo-0>

Contexto Ganadero (2021). Exportaciones de carne de ganado. Recuperado.<https://www.contextoganadero.com/economia/asi-fue-como-el-2020-se-convirtio-en-el-mejor-ano-para-exportaciones-de-carne-y-ganado>.

Dane (2021). Boletín técnico del índice de precios al consumidor (IPC) del año 2019, anexos. Recuperado. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc/ipc-historico>.

Freepik (2021), imagen de carne de hamburguesa empacada al vacío. https://www.freepik.es/fotos-premium/hamburguesa-carne-ensasada-plastico-sobre-mesa-madera-vista-superior_6059108.htm.

Exhibir (2021) (parr 1). Formadora de hamburguesas, recuperado. <https://exhibirequipos.com/producto/formadora-industrial-automatca-hamburguesas-omega-652/>

Zingal (2021). Carro transportador de alimentos recuperado de. https://www.grupozingal.co/?s=carro+transportador&post_type=product&product_cat=0

El Amigo Carnicero (2021). Balanza digital recuperado de <https://www.elamigodelcarnicero.com/tienda/maquinaria-carniceria-restaurantes/>

Exhibir (2021) (parr 1). Maquina Empacadora al vacío. recuperado de <https://exhibirequipos.com/producto/empacadora-al-vacio-industrial-4-2/>

Exhibir (2021) (parr 1), congelador de preservación de alimentos recuperado de <https://exhibirequipos.com/producto/congelador-vertical-1-puerta/>

Exhibir (2021) (parr 1), Mesa para procesar carnes. recuperado de. <https://exhibirequipos.com/producto/mesa-de-trabajo-en-acero-inoxidable/>

Actualícese (2014). Constitución de una SAS. recuperado DE <https://actualicese.com/sociedad-por-acciones-simplificada-s-s/>

Cámara DE Comercio de Cali(2018-2019),Constitución de una S.A.S .Recuperado de <https://www.ccc.org.co/tramites-de-registros-publicos/como-crear-empresa/sociedad-acciones-simplificada-2/>

Cámara de Comercio de Bogota. Requisitos para registro mercantil, <https://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Matricula-Mercantil/Inscriba-su-empresa-libros-actas-y-documentos>.

Diario Las Chivas del Llano (2021). Trámite para el permiso de uso del suelo de la alcaldía municipal de Yopal. Recuperado de. <https://laschivasdelllano.com/en-yopal-certificado-de-uso-del-suelo-se-puede-solicitar-en-linea-o-de-forma-presencial/>.

Actualícese (2017). Trámite de permisos ambientales. Recuperado de <https://actualicese.com/solicitud-de-licencia-ambiental-esto-es-lo-que-debe-hacer-para-realizar-el-tramite/>

Invima (2020). trámite para registro sanitario de Alimentos recuperado de.<https://www.invima.gov.co/8-pasos-para-obtener-su-registro-sanitario-de-alimentos>

Bombero Voluntarios de Yopal (2021), tramite para solicitar el permiso. Recuperado de. <https://www.bomberosyopal.com/inicio/>.

Instituto Colombiano agropecuario ICA (2015), se fijan requisitos sanitarios y de inocuidad para predios dedicados a la zootecnia, <https://www.ica.gov.co/noticias/pecuaria/2015/se-fijan-requisitos-sanitarios-y-de-inocuidad-para.p.1>.

Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos Invima. (2019), plantas de beneficio, desposte y desprese por parte del Invima <https://www.invima.gov.co/el-invima-hace-precision-sobre-las-modificaciones-del-decreto-1500-de-2007.p.1>.

Ministerio de Salud y Protección Social (2021). Protocolos de bio seguridad. Recuperado de <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/resolucion-777-de-2021.pdf>

Rankia (2020). Impuestos a pagar de una SAS. Recuperado de <https://www.rankia.co/blog/dian/4715040-que-impuestos-debe-pagar-empresa-sas-colombia>

Alcaldía Municipal de Yopal (2021). Pagos de impuestos tributarios establecidos para el año 2021. Recuperado de <https://impuestos.alcaldia-yopal.com.co/ica/calendario-tributario-7>.

Organización de las Naciones Unidas (2021). Desempeño organizacional que se debe tener en una empresa. Recuperado de <http://www.fao.org/capacity-development/resources/practical-tools/analyse-organizational-performance/es/>

Banco de la república de Colombia (2020), condiciones de la política Monetaria. En <https://www.banrep.gov.co/es/junta-del-banco-tambien-evaluara-las-condiciones-politica-monetaria-meses-mayo-agosto-y-noviembre>

Revista Semana (2020). Crisis económica en Colombia. Recuperado de [.https://www.semana.com/economia/articulo/crecimiento-economico-colombia-2020/284486/](https://www.semana.com/economia/articulo/crecimiento-economico-colombia-2020/284486/).