

**SISTEMATIZACIÓN DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL EN LA
ESTRUCTURACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA
ASADERO DE POLLOS RICAURTEÑO**



LUIS ALBERTO SUÁREZ GUZMÁN

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
RECTORÍA CUNDINAMARCA
GIRARDOT (CUNDINAMARCA)
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
GIRARDOT
FEBRERO DE 2021**

**SISTEMATIZACIÓN DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL EN LA
ESTRUCTURACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA
ASADERO DE POLLOS RICAURTEÑO**

LUIS ALBERTO SUÁREZ GUZMÁN

Trabajo realizado para optar al Título de Administrador de Empresas

Asesora:

MARLEN DEYANIRA MELO ZAMORA

Administradora de Empresas

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

RECTORÍA CUNDINAMARCA

GIRARDOT (CUNDINAMARCA)

PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

GIRARDOT

FEBRERO DE 2021

Nota de aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Jurado

Girardot, 03 de diciembre de 2021

Dedicatoria

En primer lugar, se lo dedico a Dios por haberme iluminado, protegido y bendecido cada paso que he dado en la fase educativa; agradecer a mis padres su amor, confianza y bendiciones en este proceso; a mis maestros por brindarme su conocimiento y la enseñanza brindada en mi carrera, todos los compañeros que enriquecieron mis conocimientos y me acompañaron, así como cada persona especial que conformaba mi vida, que sin importar las adversidades siguen conmigo en todo momento.

Luis Alberto Suarez Guzmán

Agradecimientos

Principalmente a Dios por llenarme de sabiduría y permitirme llegar a esta instancia de darme el amor y compromiso por esta profesión, este estilo de vida ha fortalecido mi vida.

Para mi madre, ella siempre ha hecho lo posible por mí y ha sido un ejemplo para mí por su lucha inalcanzables para brindarme siempre lo mejor y por su ejemplo.

A mi compañera de vida por el apoyo y fortaleza que me da día a día y a mi hijo por enseñarme el valor de la palabra, compañía y lucha.

CONTENIDO

	Pág.
Dedicatoria	IV
Agradecimientos	V
Resumen	XIII
Abstract	XIV
Introducción	15
1. Objetivos	17
1.1 Objetivo general de la sistematización	17
1.2 Objetivos específicos	17
2. Antecedentes y marco referencial.	18
2.1 Marco Contextual	18
2.2 Marco teórico.	26
2.2.1 Teorías de la administración.	26
2.3 Marco legal	33
3. Planeación y metodología	36
3.1 Formulación del problema de aprendizaje	37
3.2 Identificación de actores involucrados y participantes	38
3.3 Estructura del modelo de reconstrucción de la experiencia.	40
3.3.1 Matriz de planeación.	42
3.3.2 Modelo de divulgación de la experiencia.	44
3.3.3 Matriz DOFA.	45
3.3.4 Perfiles.	46

3.3.5	Módulo organizacional.	62
4.	Reconstrucción de la experiencia.	63
4.1	Momentos históricos y experiencias.	63
4.1.1	Análisis PESTEL.	63
4.1.2	Primera práctica profesional.	66
4.1.3	Segunda práctica profesional.	66
4.1.4	Tercera práctica profesional.	67
5.	Aprendizajes	68
5.1	Aportes significativos de la experiencia en lo humano	68
5.2	Aportes significativos en lo social	69
5.3	Aportes significativos en lo económico o técnico	70
5.4	Principales aprendizajes en para el perfil profesional	71
6.	Conclusiones y Recomendaciones	72
	Referencias Bibliográficas	74

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Producto Interno bruto avícola 2019	19
Cuadro 2. Encasetamiento unidades de aves	21
Cuadro 3. Empresas según Categorías.	23
Cuadro 4. Metas de inversión Per-Cápita 2019.	24
Cuadro 5. Meta oficina física 2019.	24
Cuadro 6. Subprograma, desarrollo del emprendimiento y el empresarismo	25
Cuadro 7. Identificación de actores involucrados.	39
Cuadro 8. Matriz de planeación.	43
Cuadro 9. Matriz DOFA	45
Cuadro 10. Perfil del cliente.	46
Cuadro 11. Perfil del consumidor.	46
Cuadro 12. Necesidades a satisfacer (Clientes y consumidores).	46
Cuadro 13. Análisis de la competencia.	47
Cuadro 14. Estrategia de promoción: Ven y disfruta.	48
Cuadro 15. Estrategia de comunicación: SPECIAL STRATEGIES.	49
Cuadro 16. Estrategia de distribución: Happy Day.	50
Cuadro 17. Compras de suministros semanalmente.	50
Cuadro 18. Inversión.++	51
Cuadro 19. Gastos de inversión Asadero de Pollos Ricaurteño.	53
Cuadro 20. Balance inicial Asadero de Pollos Ricaurteño.	54
Cuadro 21. Estimación de Ventas Diarias.	56

Cuadro 22. Compras diarias de materia prima.	57
Cuadro 23. Nómina.	58
Cuadro 24. Proyección gastos a los 4 años.	59
Cuadro 25. Calculo VAN y TIR. Asadero De Pollos Ricaurteño.	60
Cuadro 26. Modelo CANVAS	65

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Funciones Administrativas	27
Figura 2. Determinantes de la ventaja competitiva.	28
Figura 3. Investigación de mercados	30
Figura 4. Ciclo motivacional	31
Figura 5. La innovación comienza aquí	32
Figura 6. Módulo organizacional	62

LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Crecimiento del sector Avícola (2018-2019)	20
Gráfica 2. Distribución Establecimientos y Negocios Comerciales por Actividad Económica (2015)	22
Gráfica 3. VAN y TIR	61
Gráfica 4. ROE vs ROA.	62
Gráfica 5. Aceptación del proyecto	83
Gráfica 6. Frecuencia de compra	84
Gráfica 7. Motivo de compra	85
Gráfica 8. Capacidad de pago	86
Gráfica 9. Medios de comunicación	87
Gráfica 10. Atributos del producto	88
Gráfica 11. Productos sustitutos	89
Gráfica 12. Canales de comercialización	90
Gráfica 13. Atributos del servicio	91

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexos A. Encuesta para asadero de pollos Ricaurte.	81
Anexo B. Gráfico de los encuestados.	83

Resumen

Este trabajo se fundamenta en relatar las experiencias vividas a lo largo de la formulación de la idea de negocio elaborado durante las tres prácticas profesionales en el área centro progreso EPE, las cuales se fundamentaron durante las prácticas profesionales desarrolladas para la creación de un plan de negocios para la plasmar en el municipio de Ricaurte un asadero de pollos-orgánicos el trabajo se centró en la viabilidad financiera, para ello se integraron datos sobre la cantidad de asaderos y las necesidades de los clientes a la hora obtener este servicio. Se llevo una comparación y un análisis de datos exhaustivos para llegar a condicionar las insuficiencias y determinarlas con diferentes funciones.

El enfoque de las prácticas profesionales es sistematizar y emprender el trabajo con colaboración del CEP, percibiendo las fortalezas y debilidades del mercado, e identificar los problemas más comunes, como precios, tiempos de espera en pedidos, domicilios, canales digitales para su publicidad, mala calidad, etc. Por ello, la investigación como emprender, quien acobija los emprendimientos y la forma en que la ley acobija a ellos. Por tal motivo, a raíz de los problemas más comunes mediante un modelo CANVAS y PESTEL se demuestran tales falencias. Para solucionar este problema se utilizaron métodos de investigación cualitativos y descriptivos, diseñados por dos herramientas de recolección de datos (encuestas). Los resultados de la encuesta muestran que el proyecto es económicamente viable y es un producto que trae muchos beneficios a la comunidad de Ricaurte.

Palabras clave: CEP, Plan de negocios, sistematizar, emprender, investigación, economía

Abstract

This work is based on relating the experiences lived throughout the formulation of the business idea elaborated during the three professional practices in the EPE center progress area, which were based during the professional practices developed for the creation of a business plan. The work focused on financial viability in the municipality of Ricaurte to create an organic chicken broiler. For this purpose, data was integrated on the number of broilers and the needs of customers when obtaining this service. An exhaustive data analysis and comparison was carried out to determine the deficiencies and determine them with different functions.

The focus of the professional practices is to systematize and undertake the work in collaboration with the CEP, perceiving the strengths and weaknesses of the market, and identifying the most common problems, such as prices, waiting times for orders, addresses, digital channels for advertising, bad quality, etc. Therefore, research how to undertake, who shelters the ventures and the way in which the law shelters them. For this reason, as a result of the most common problems using a CANVAS and PESTEL model, such shortcomings are demonstrated. To solve this problem, qualitative and descriptive research methods were used, designed by two data collection tools (surveys). The results of the survey show that the project is economically viable and is a product that brings many benefits to the Ricaurte community.

Keywords: CEP, Business Plan, systematize, undertake, research, economic

Introducción

El documento se presenta la experiencia adquirida en el ejercicio profesional durante la etapa educativa del programa administración de empresas en la corporación universitaria minuto de Dios, realizadas en el séptimo, octavo y noveno semestre. Evidenciando la forma en que los estudiantes de las universidades al culminar sus etapas académicas resaltan falencias para poder emprender su propio negocio y así, sigan bajo mandos de una empresa. Sin importar, si tienen los conocimientos o experiencia para poder ejercer un cargo.

En el marco de las prácticas en reuniones con los involucradas en el Colegio Militar Técnico Industrial Club de Leones, es necesario aprobar una comunicación entre la junta directiva de la entidad profesores y estudiantes, dando a conocer los errores, opiniones acerca de conformidad e inconformidad acerca de la contratación de los colaboradores de la entidad según sus conocimientos, experiencia y habilidades pedagógicas para la enseñanza.

Durante las prácticas profesionales II y III evidencia que el emprendimiento de jóvenes con colaboración del CEP crea la necesidad del administrador de empresas por emprender su propio negocio, por tal motivo, el presente proyecto ante la falta de asaderos de pollo que cuenten con un calidad en sus producto principal como lo es el pollo, así mismo, el consumo del pollo en Colombia está en manos de pequeños establecimientos según (Barajas Maldonado, 2015) en Colombia existen 1,565 asaderos de pollos, 57.4 por ciento de los cuales corresponde a pequeños negocios independientes. Y lo confirma (Surtidoradeaves, 2019) indicando que Colombia está en la 5 posición de Latinoamérica como uno de los países más importantes en el consumo de pollo esto se debe al precio, cantidad de vitaminas y proteínas que aporta al cuerpo humano, sin embargo, es rico la evolución en forma de preparación encontrada ya que, se come Asado, Broaster y frito.

(UNWTO, 2017) indica que, durante décadas, la industria turística de Colombia ha experimentado un crecimiento continuo una profunda diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de más rápido crecimiento. Por lo tanto, la población de Ricaurte, Girardot y Flandes, municipios próximos, generan un impacto directo en el municipio de Ricaurte. Al mismo tiempo que, la población flotante del país que cada fin de semana pasa por las carreteras de los límites de su jurisdicción, no solo pasando, sino que también quedándose a saciar una necesidad básica de todo individuo como es el comer. Haciendo que esta necesidad genere una importante dinámica comercial, inversión empleos directos e indirectos y puede contribuir al crecimiento monetario y al progreso social del país.

La siguiente etapa de las prácticas profesionales es poner en marcha lo premeditado acerca de la empresa de pollos por lo que, según (Ollé, y otros, 1997) no solo es poner en el mercado un producto innovador, sino que también una nueva idea empresarial para crear oportunidades en una empresa. Por lo tanto, a lo largo del trabajo se iba trabajando en la parte financiera, social y empresaria del alumno entorno de las prácticas profesionales. Por tal motivo, con ello busca la factibilidad y viabilidad del proyecto.

1. Objetivos

1.1 Objetivo general de la sistematización

Realizar la sistematización de la práctica profesional en emprendimiento, teniendo en cuenta los procesos de creación de empresas que gestiona Centro Progres a y que sirvieron de base en el desarrollo del plan de negocio “Pollos Ricaurteño”, implementando los conocimientos adquiridos durante los estudios profesionales en administración de empresa.

1.2 Objetivos específicos

- ❖ Identificar las etapas de desarrollo e hitos históricos más significativos de la práctica profesional por emprendimiento.
- ❖ Presentar la estructuración de un plan de negocios a partir de los conocimientos adquiridos en la práctica profesional.
- ❖ Organizar la parte financiera y acciones importantes a corto plazo para la empresa “Pollo Ricaurteño.

2. Antecedentes y marco referencial.

2.1 Marco Contextual

Según el reporte mundial de los periódicos y revistas globales de (AviNews, 2021), en donde confirma que el sector avícola está más consciente de la importancia de la bioseguridad, ya que es fundamental para prevenir la entrada y circulación de patógenos que pueden poner en riesgo la salud de nuestras aves y la rentabilidad de las explotaciones avícolas.

Entre las medidas de bioseguridad disponibles, de acorde a la gestión de su estado final contando los patógenos este se posiciona ya como una opción rentable, eficiente y efectiva.

El presidente de la Federación Nacional de Avicultores afirma según (Rodríguez, 2019), que los pollos y los huevos están cada vez más consolidados como parte de la dieta colombiana, gracias a su calidad, sus precios cómodos, pero, sobre todo, a su alto valor nutricional.

En entrevista con Al Campo, de Caracol Radio, (Rodríguez L. E., 2019) da a conocer que el dirigente del gremio avicultor presentó un balance positivo de esta actividad y declaro que Colombia es autosuficiente en su consumo, ocupando el puesto 26 en todo el mundo en el consumo de pollo y el lugar 11 en consumo de huevos.

(Rompela todos los días, 2019) indica que, en el 2018, el consumo de pollo per cápita alcanzo los 35,5 kilogramos y el pronóstico del 2019 indica que se llegó a los 36 kilos. Señalo que en Brasil se consumen en promedio por persona, 48 kilos de pollo; en Perú, 46 kilos; en Argentina, 44; en Bolivia, 43; en Panamá, 42 kilos y Colombia, con 36 según (Rodríguez, 2019).

(Molfese, 2020) indica que, en temas de huevos, en el año 2018 el consumo promedio de cada colombiano fue de 303 huevos diarios y hubo una leve baja, estimada en 1,6% en 2019, dando relevancia que el país está en el puesto 11 como una de las naciones de mayor consumo a nivel mundial. El mayor consumidor es el Reino de los Países Bajos, con 600 huevos per cápita, en

contraste de América Latina los países consumidores aparecen México, con 400 huevos, Guatemala, con 323 y en el puesto 11 Colombia como lo informa en su revista (Rodríguez, 2019).

Según (Ferro Veiga, 2020) el huevo es el alimento más completo, más saludable y nutritivo, tanto para los niños como para los adultos, que proporciona una forma más balanceada de nutrientes, la proteína de alta calidad, ya que todos los aminoácidos son esenciales para la vida y salud física. El huevo contiene una grasa de óptima calidad principalmente la yema, es un excelente proveedor de fósforo, hierro y minerales. Estableciéndose tres categorías en función de sus características A, B y C. El presidente de Fenavi, Gonzalo Moreno, recomienda en Caracol Radio la importancia de consumir dos huevos diarios, sobre las nuevas presentaciones de huevo en polvo o huevo líquido. (FENAVI, 2020).

El sector avícola fue uno de los cuales tuvieron mejor rendimiento en comparación con el año pasado. Dentro del sector, el presidente de Fenavi Gonzalo Moreno, espera que el sector avícola en 2020 haya presentado un crecimiento del 1,8% y en 2021 el crecimiento esté entre el 1% y el 2% entre pollo y huevos como se presume (Rodríguez L. E., 2019)

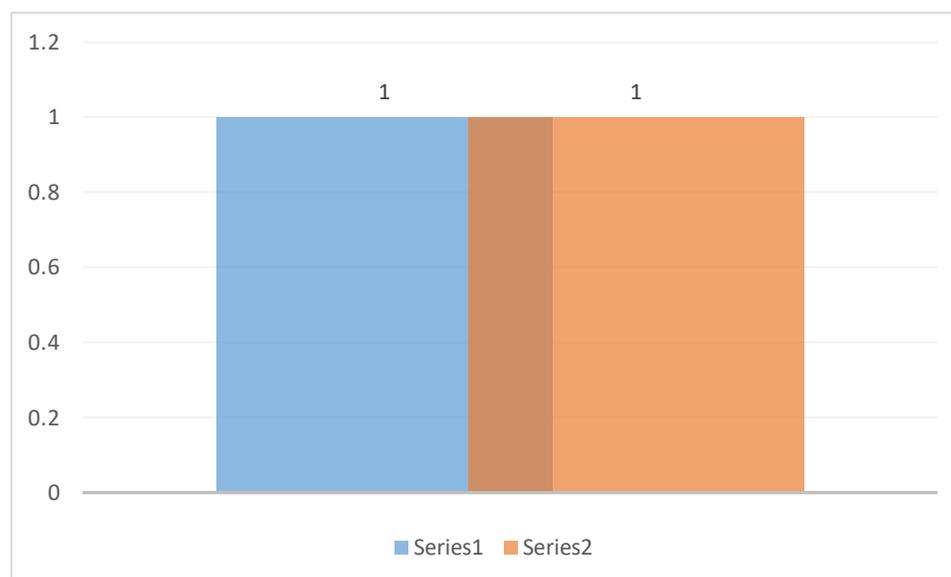
En el 2019, el PIB del estado fue de US\$323.885 millones, para un crecimiento en términos reales (descontando el efecto inflacionario) de 3.3%. Por su parte, el Valor Agregado total llegó a US\$293.070 millones. Referentes claves para ubicar al sector avícola. (FENAVI, 2020).

Cuadro 1. Producto Interno bruto avícola 2019

Variable	\$(miles de millones)	VA avícola/Nal, agropecuario y pecuario	US\$(millones)
Producción	21.640		6.594
(-) Consumo intermedio	16.290		4.964
(=) Valor agregado	5.350		1.630
(-) Remuneración a los asalariados	1.423		434

Variable	\$(miles de millones)	VA avícola/Nal, agropecuario y pecuario	US\$(millones)
(-) Impuestos	87		27
(=) PIB Avícola	3.839		1.170
Valor agregado (VA) nacional	961.808	0,6%	293.074
VA Sector agropecuario	71.635	7,5%	21.828
VA Sector pecuario	16.288	32,8%	4.963

Fuente: Boletín FenaviQuin.



Gráfica 1. Crecimiento del sector Avícola (2018-2019)

Fuente: Boletín FenaviQuin

De acuerdo con el (Boletín FenaviQuin, 2020) la cual estima, que el valor de la producción del sector avícola totalizo \$21.6 billones, y su valor agregado sobre el total representa 0.6%, mientras que, en comparación con las líneas agropecuarias y pecuarias, fue de 7.5% y 32.8%, respectivamente.

En temas de crecimiento para el año 2019, la producción fue de 4.0%. El total de la demanda para la obtención de pollos llegó a 842 millones de unidades, con un promedio mensual de 70.1 millones. En la dinámica del mercado se encontraron niveles de producción mínimos de 62 y máximos de 78.5 millones de aves, respectivamente.

Cuadro 2. Encasamiento unidades de aves

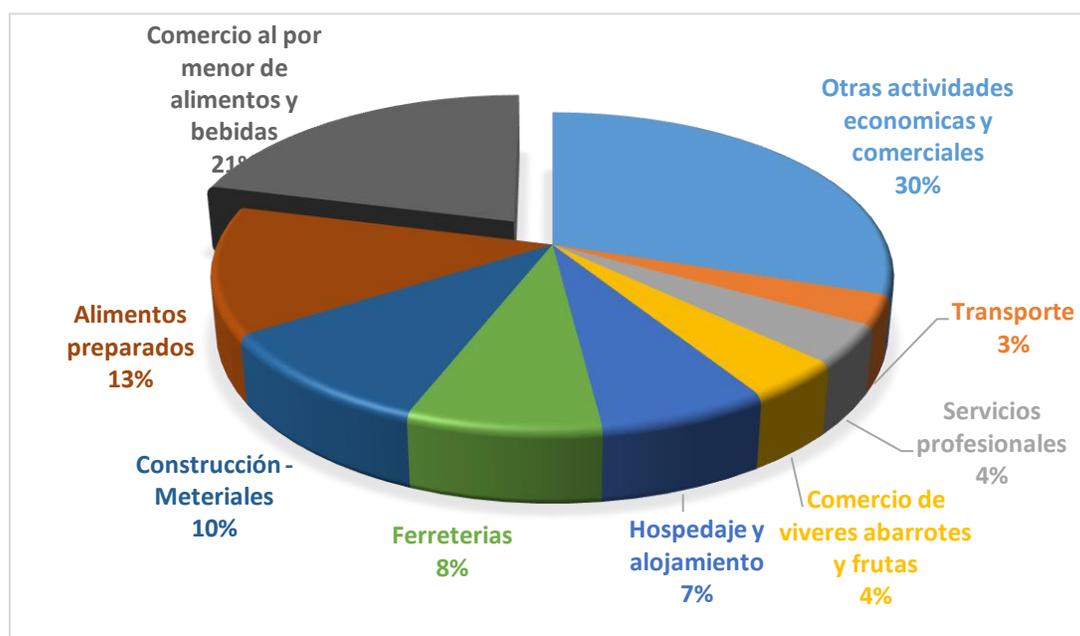
Mes/año	2017	2018	2019	2020
Ene	64.602.065	65.257.767	68.121.050	70.572.407
Feb	57.949.218	60.397.470	61.992.479	70.751.922
Mar	62.763.049	68.793.201	66.455.040	70.931.437
Abr	59.529.411	67.277.106	70.829.809	71.110.952
May	64.032.640	71.280.757	73.371.394	71.290.467
Jun	64.309.809	66.249.960	66.336.808	71.469.981
Jul	62.857.572	69.519.380	70.356.595	71.649.496
Ago.	69.764.645	71.637.441	75.120.121	71.829.011
Sep.	64.728.174	63.693.133	68.859.641	72.008.526
Oct	70.500.956	71.838.535	78.510.166	72.188.041
Nov	66.182.632	68.674.397	71.386.199	72.367.555
Dic	60.222.164	64.913.250	70.664.206	72.547.070
Total	767.442.335	809.532.397	842.003.509	858.716.865
Var (%)	1,4%	5,5%	4,0%	2,0%
Mínimo	57.949.218	60.397.470	61.992.479	70.572.407
Promedio	63.953.528	67.461.033	70.166.959	71.559.739
Máximo	70.500.956	71.838.535	78.510.166	72.547.070

Fuente: Fenavi-PEE.

El correcto registro de la producción tendría como variante tácita que los escenarios internos fueron favorables en precios, costos y rentabilidad.

Según el (Plan de desarrollo territorial , 2016) indica que según el marco legal y constitucional en Ricaurte en sus artículos expresa de manera explícita en el Diagnóstico del empleo y emprendimiento en Ricaurte y con datos suministrados de la Cámara y comercio de Girardot, en sus artículos explícitamente en el 14.2 de emprendimiento en el municipio de Ricaurte dan a conocer que actualmente se cuenta con 475 registros de establecimientos comerciales, , de los cuales 132 cuentan con una antigüedad de más de 4 años. Dentro de los sectores que más crecieron fueron la construcción y el comercio al por menor de alimentos, bebidas y productos de tabaco.

Como resultado en la siguiente grafica se puede observar la distribución de acuerdo con la actividad económica a la cual representa cada sector:



Gráfica 2. Distribución Establecimientos y Negocios Comerciales por Actividad Económica (2015)

Fuente: Cámara de Comercio Girardot

Como se puede observar, las bebidas comerciales minoristas y productos de tabaco, tiene la mayor concentración de establecimientos con el 21%, dentro de este grupo se encuentran las tiendas de barrio legalmente constituidas, minimercados, distribuidoras entre otros; seguidamente con un 10% de representatividad está el sector de la construcción, el cual incluye constructoras, ladrilleras, material de extracción, concretos entre otros; las ferreterías por su parte ocupan un 8%, sector que ha crecido gracias al aumento en la construcción; los hospedajes y alojamientos ocupan 7%, el comercio de viveres, abarrotes y frutas el 4%, los servicios profesionales el 4% y por último el transporte de personas como de carga con el 3%. El 30% restante está diversificado entre diferentes negocios que se dedican a otras actividades según indicaciones de (Plan de desarrollo territorial , 2016).

Analizando el tamaño según la constitución patrimonial de estos establecimientos, podemos ver que más del 98.11% de estos negocios se clasifican como microempresas, ya que su patrimonio es inferior \$344 millones de pesos aproximadamente y que tan solo, una empresa (Corporación Club puerto Peñalisa) como lo aclara en su documento (Plan de desarrollo territorial , 2016) la cual se le se clasifica como grande, ya que posee un patrimonio superior a los \$26.834 millones de pesos:

Cuadro 3. Empresas según Categorías.

Categoría	Cantidad	%
Micro	466	98,11%
Pequeña	6	1,26%
Mediana	2	0,42%
Grande	1	0,21%
Negocios Matriculados	475	100%

Fuente: Cámara de Comercio de Girardot

Los programas de capacitación se dividirá en habilidades laborales específicas de acuerdo con la vocación productiva del municipio en acuerdo con entidades estatales como el Sena, sector empresarial que prioricen poblaciones especiales. Para poder fortalecer las Micro que conllevan un 98.11% de las empresas en la jurisdicción, es decir la mayoría, 1.26% pequeñas, 0.42% medianas empresas presentes en el municipio de Ricaurte y tan solo 0.21% de empresas presentes.

Analogía con los Objetivos de Desarrollo Sostenible según el (Plan de desarrollo territorial , 2016) dando a promover que se tenga un crecimiento económico en el municipio así como un empleo digno y decente para todos los pobladores, es importante que en el territorio municipal pueda industrializarse para fomentar la innovación y desarrollo sostenible garantizando diferentes modalidades de consumo y producción para que el municipio pueda desarrollar un ambiente sostenible y único.

Cuadro 4. Metas de inversión Per-Cápita 2019.

Metas de Resultado	Indicadores	línea de base	Meta 2019
Aumentar la inversión territorial per cápita en el sector (miles de pesos)	Inversión realizada	\$ 32,51	\$ 36,59

Fuente: Cámara de Comercio Girardot

La importancia de implementar metas hacia el 2019 realizar inversiones para aumentar y sector económico per cápita en el sector será en un aumento de 4.08 miles de millones de pesos.

Cuadro 5. Meta oficina física 2019.

Metas de Producto	Indicadores	línea de base	Meta 2019
Crear la oficina con el personal que lidere y asesores los temas de empleo y emprendimiento	Unidad de creada	0	1

Fuente: Cámara de Comercio Girardot

Es de suma importancia que se creen una oficina para que se tenga un personal con gente que pueda asesorar a las personas del municipio la creación de una empresa en temas de ofertas de empleo y del como emprender en la jurisdicción.

Cuadro 6. Subprograma, desarrollo del emprendimiento y el empresarismo

Metas de Producto	Indicadores	línea de base	Meta 2019
Apoyar la realización de 3 eventos y ferias microempresariales	Eventos realizados	0	1
Capacitar a 100 personas en emprendimiento y empresarismo, durante el periodo de gobierno	Personas capacitadas	0	100
Capacitar a 40 personas VCA en emprendimiento y empresarismo, durante el periodo de gobierno	Personas VCA capacitadas	0	40
Participar en 4 ferias de emprendimiento, y ruedas de negocio, durante el periodo de gobierno	Ferias participadas	0	4
Apoyar el desarrollo de 2 proyectos productivos, durante el cuatrienio	Proyectos apoyados	0	2
Apoyar la implementación de 1 proyecto de emprendimiento durante el cuatrienio	Proyecto implementado	0	1
Crear el Fondo de Emprendedores Ricaurteños	Fondo Creado	0	1

Fuente: Cámara de Comercio Girardot

Las metas expuestas será la realización de eventos y ferias empresariales para que se puedan capacitar en foros de 40 a 100 personas correspondientemente para apoya todos los proyectos productivos que generen empleo en el municipio como apoyar a los proyectos que ya estén implementados, al mismo tiempo crear un fondo para los emprendedores Ricaurteños.

La asesoría para los que deseen emprender en el departamento será una realidad nuevamente con un apoyo de 10 Centros de integración y Productividad a través de este podrán

recibir toda la información correspondiente, así como el respaldo técnico para poder emprender en cualquier municipio de la demarcación de Cundinamarca según (La Gobernación de Cundinamarca , 2018).

Con el objeto de promover los centros de la secretaria de competitividad y desarrollo Económico de Cundinamarca, para facilitar el trabajo hacia los emprendedores del departamento las cuales hagan que todas las personas que tomen la iniciativa de crear una empresa, empresarios, asociaciones, personas naturales y jurídica, las cuales en la jurisdicción puedan poner en marcha sus ideas y fortalecer sus procesos.

El departamento tiene un equipo interdisciplinario con la capacidad de resolver preocupaciones y fortalecer el espíritu empresarial mediante la búsqueda de fuentes de financiamiento, capacitación y orientación, así como los procesos de negocios que acompañan al desarrollo económico, social y cultural de las provincias del departamento.

2.2 Marco teórico.

2.2.1 Teorías de la administración.

Teoría Clásica de Fayol

Esta teoría clásica fue realizada por Henri Fayol quien tiene el pensamiento que su teoría es el producto para crear una necesidad de una adecuada gestión científica para construir conocimiento, una ciencia sólida que se enseñara a todos los niveles en educación. También llamada corriente fayolista, enfatiza que los trabajadores son personas necesarias para una empresa y con ellos, crear una sola energía, un solo equipo. Así mismo, la empresa necesita un jefe, pero el verdadero dirigente absorbe la responsabilidad de sus colaboradores, saben guiar y planificar sus actividades. En el contexto, en la medida en que comprenda su región y las prácticas administrativas, tendrán juicios y acciones dignas de autoridad (Fayol, 1987). El desempeño de un

grupo de trabajadores depende de un jefe que sepa guiar y planificar sus actividades, que tenga un gran conocimiento en su práctica de campo y administrativa, y comportamientos dignos de autoridad. En últimas, el plan de creación de Fayol favorece la eficiencia administrativa, contribuyendo así a contribuir beneficios a la empresa.



Figura 1. Funciones Administrativas

Fuente: Fayol, 1987

El principal interés de la teoría científica, cuyo fundador fue Frederick Taylor es ayudar a reducir los tiempos para realizar los tareas más rápidas y completas, cada operario debería ejecutar una sola función para llevar una mejor productividad, es muy importante la ubicación del ambiente debido a que entre el operario pueda tener menos movimiento en para realizar su labor, gasta menos tiempo y producir más, considerando al hombre como una persona que le guste desempeñar su cargo.

Teoría el diamante de Porter

Esta teoría es esencialmente un modelo para la gestión empresarial y la gestión económica, que se centra en la rivalidad entre empresas de un mercado en particular. Como la determinación de la cadena de valor y el análisis FODA, este modelo se aplica a la planificación estratégica de la

compañía. En su libro *La ventaja competitiva de las naciones*, Porter examina y sistematiza los principales factores que afectan a una empresa (Porter, 2014).

El sector industrial de una nación es muy importante ya que genera el éxito económico que tiene un país, incluyendo los avances tecnológicos que pueden llegar a incidir a cualquier cambio significativo que pueda tener, el autor afirma que la prosperidad de un país viene del poder innovar y mejorar el sector productivo. De ahí, indican (Rivoir & Morales, 2019), las tecnologías implementadas en la educación se enfoque en que las competencias que generen economía y que priorice un vínculo social humano.

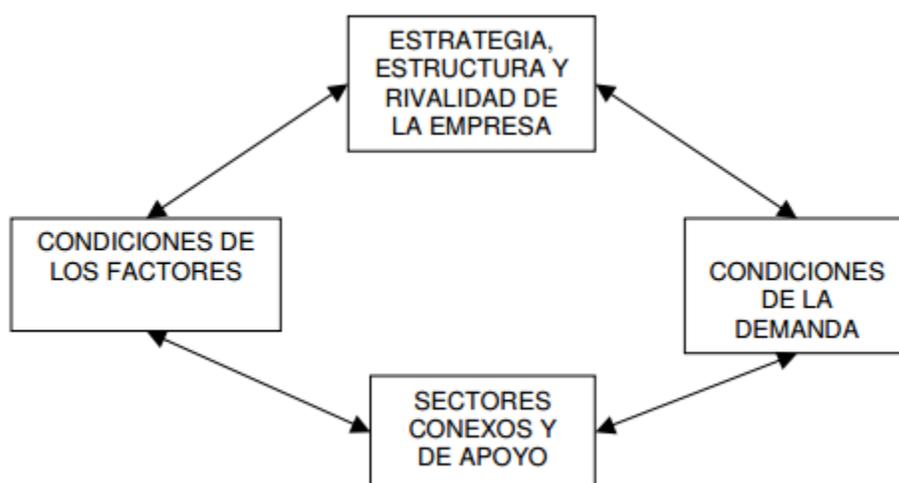


Figura 2. Determinantes de la ventaja competitiva.

Fuente: Porter, 2014

La producción en masa con alta capacidad productiva, se ve reflejada de una manera eficaz cuando la búsqueda de la eficiencia, la racionalidad, la organización, la productividad y la ganancia de las plantas industriales se reflejan en el correcto manejo del desarrollo eficiente de los obreros y su maquinismo según (Taylor, 1973), señala Porter, la importancia de crear estrategias

competitivas para crear una rivalidad en el mercado, pues, así, los que finalmente obtienen el beneficio son los consumidores o usuarios

Teoría de la investigación de mercados “Marketing” de Philip Kotler

Frente a alguna situación que pueda presentar una empresa es importante tener los datos pertinentes a los cuales pueda presentar para beneficio de la compañía, en su libro (Kloter & Armstrong, 2013) define el marketing en una frase “satisfacer necesidades de una manera rentable”.

Según (Kloter & Armstrong, 2013) las empresas tienen un conocimiento del poder del cual puede tener el internet ante la sociedad, por ende, se sobre entiende que, al no tener control total de este, las empresas tienen que empezar a hacer que los consumidores perfilen la imagen de sus marcas, el marketing hace que cada producto sea conocido el cual hace que diferentes personas puedan obtener lo que necesitan.



Figura 3. Investigación de mercados

Fuente: Philip Kotler, 2013

Philip Kotler explica la importancia de las 4P's como una combinación real de tácticas y estrategias que una empresa tiene para poder llegar al mercado propuesto con diferentes ideas e innovación, segmentando mercado y respetando a los competidores.

Teoría de la administración de recursos humanos de Chiavenato

Se reflexiona que los principales obstáculos de los procesos de gestión humana se centran en la inadecuada asignación que se le da al tiempo ya que, las personas pasan la mayor parte de su vida en sus trabajos, por eso se dice que las persona nacen, crecen, se educan, trabajan y divierten dentro de las organizaciones. En la administración de personal en el siglo XX, según (Chiavenato, 2009), se introdujeron grandes cambios y transformaciones que influyeron elocuentemente en las empresas, en su administración y en su actuación.



Figura 4. Ciclo motivacional

Fuente: Chiavenato, 2009

En su modelo Chiavenato plantea, la importancia de distribuir de manera adecuada los deberes entre las personas y llevar a cabo una partición de salarios. Así mismo, señala que para que se tanga un trabajo con fácil adaptación es necesario realizar una inducción completa y sistemática a fin de que el trabajador tenga conocimiento de la empresa y contribuya a que la organización alcance sus objetivos.

Sin embargo, (Barba Alvarez, 2010), indica que Estados Unidos es la nación que mas ha crecido aportando una gran cuota positiva en la administración y estudio de las organizaciones, a partir de sus particularidades económicas, sociales, políticas y geográficas.

Teoría de la innovación de Peter Drucker

Según (Druker, 2013) los conceptos básicos y principios fundamentales de toda organización en dar valor a todos los bienes que conlleva a que la empresa de una satisfacción a los consumidores, por ende, es necesario que toda empresa pueda orientar, dirigir y controlar los

esfuerzos de un grupo de individuos para lograr un fin común escatimando con un mínimo de recursos y esfuerzos definiéndola como una técnica social básica.

Para esto es necesario establecer normas sobre el comportamiento administrativo basados en principios generales como el planear, organizar, dirigir y controlar. Por lo tanto, una empresa existe para poder tener sus ganancias, pero para esto es necesario que toda compañía cumpla sus metas y objetivos planteados, dando una eficiente estructuración y clasificación de su material humano para que este ayude a que la empresa pueda cumplirlos de una manera inmediata.

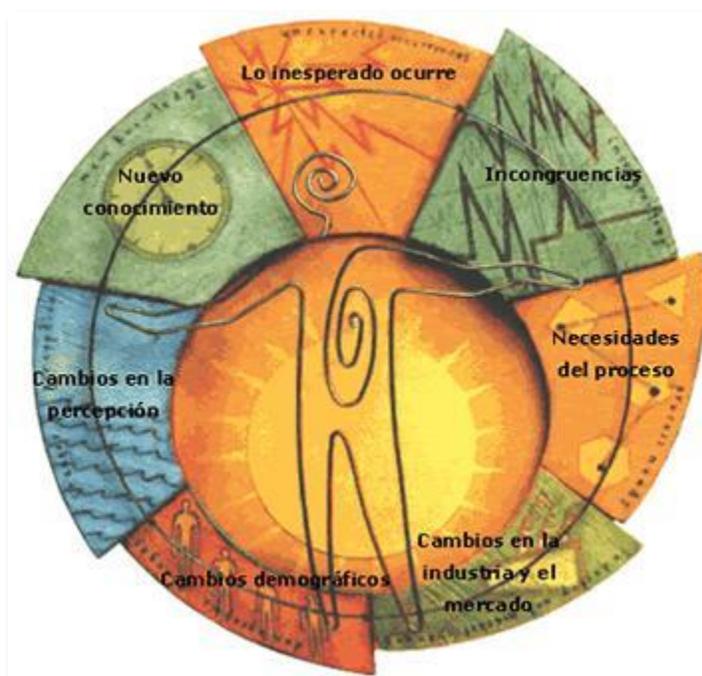


Figura 5. La innovación comienza aquí

Fuente: Peter Drucker, 2013

Por ende, Peter, enfatiza que es necesario que toda empresa defina sus metas y cuente con un equipo que sea capaz de tomar decisiones y descentralizar una compañía, es decir que se cuente

con una persona idóneo de poder tomar una decisión efectiva a favor de los objetivos con los que cuente la compañía y sean los mejores para no pasar por diferentes niveles.

Así como lo explica en su libro que los trabajadores son con un activo de la empresa no un pasivo, ya que lo considera que cuenta con el conocimiento necesario para poder cumplir con cualquier meta y así contribuir con la compañía

2.3 Marco legal

El marco legal está fundamentado en estatutos legales que el gobierno exige a la hora de la creación de una empresa en Colombia. En donde el congreso de Colombia admite la Ley 590 del 10 julio del 2000, como lo indica en el artículo 1, la importancia de generar empleo ya que esto llevara a el desarrollo regional y productivo del pueblo para ello es necesario promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas, estimulando la impulso y formación de mercados de una forma permanente. Sin embargo, promover la creación de empresas debe ir a la par del empleo y emprendimiento juvenil, por lo tanto, es de suma importancia superar las barreras juntos.

El artículo 3 de la ley en su marco constitucional resalta que las pequeñas y medianas empresas deben estar integradas a diversos ministerios con los cuales puedan coordinar actividades, y en su artículo 4 da a conocer las funciones para la política y fortalecimiento de los programas ya establecidos por el gobierno colombiano.

Por otra parte, la ley del 2 de mayo de 2016. Promueve el empleo y emprendimiento juvenil, teniendo como propósito el impulsar el empleo a los jóvenes que cursan un rango de edad que va desde los 18 a 28 años de edad , como lo indica en sus artículo 1, 2, 3 y 4, cambia las políticas de empleo con bases institucionales para que vinculen a más jóvenes y así impacten de una manera positiva a este grupo poblacional, obteniendo beneficios económicos y exención de pagos en

matricula mercantil y renovación del primer año y así sus obligaciones para el segundo año reduzcan. sin embargo, no los eximen de pagar con sus obligaciones tributarias previstas al código de comercio

La ley de fomento a la cultura de emprendimiento, indica que sin importar el nivel educativo o estrato económico de una o grupo de personas se deberá promover su espíritu emprendedor, enfatizado en impulsar a los jóvenes estudiantes, egresados que tengan el nivel educativo para innovar y desarrollar los bienes para consolidarlos.

El ministerio de salud y protección social en la Ley 019 de 1979 decreta mediante la resolución 2674 del 2013 establece que los alimentos que se fabriquen o se comercializa en el territorio nacional requerirán todo tipo de permiso sanitario ante las entidades correctas, ya que, cubre riesgo para la salud pública de los colombianos, por ende, el decreto da a conocer los permisos y condiciones que un emprendedor deberá obtener para llevar a cabo. Por lo tanto, al ser la salud un bien de interés público es necesario que los colaboradores de la empresa tengan el curso de manipulación de alimentos que los atribuya para trabajar con lo establecido con las leyes colombianas. En el artículo primero establecen los requerimientos que deben cumplir los comerciantes para poder tener los permisos para no poner en riesgo la salud de las personas, así como proteger la vida de estas. Por consiguiente, los artículos 2 y 3, consideran que toda persona natural o jurídica que presente actividades con la cual tengan que manipular alimentos tengan conocimiento de cada una de las definiciones acerca del concepto sanitario. Es de suma importancia, como lo indica en el artículo 6 la localización e instalaciones de la empresa cuál será su construcción, abastecimiento de agua y como saldrán de los residuos líquidos y sólidos que obtendrán en sus instalaciones, por ende, no pueda tener fuentes de contaminación en el alimento. Según los artículos 8 y 9 de la presente resolución indica que todo lo que pueda tocar la comida

debe estar desinfectado para su debido uso, al mismo tiempo, cumplir con las condiciones de los utensilios y equipos y en ningún caso pueden llegar a corroerse.

3. Planeación y metodología

La planeación y metodología fueron guiadas por Centro Progresá quienes a través de su modelo y lineamientos en emprendimiento en el desarrollo de las prácticas profesionales uno, dos y tres que permitieron la elaboración del plan de negocios con la siguiente estructura:

Módulo de introducción

Se empieza a crear el documento que está regido por Centro Progresá, primero se desarrolla el módulo introductorio, este módulo tiene como objetivo e identificar el perfil del emprendedor, perfil del consumidor, el concepto de negocio, justificación, objetivos generales y específicos, también se realiza el CANVAS con base del emprendimiento y complementando con la herramienta PESTEL (Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal). Después se expone el proyecto junto con unos jurados dirigido por los docentes de Centro Progresá, el cual se empieza a analizar y a calificar un porcentaje de viabilidad sobre proyecto, para así seguir el proceso académico en emprendimiento y firmando unas actas de inicio y de compromiso.

Módulo de mercado

Se realizó un estudio de mercado que esta investigación se tomó de la cámara de comercio de Ricaurte el cual nos demuestra una caída de proyectos en el sector de alimentos preparados y validamos este proyecto con estudios de mercado que nos muestran los porcentajes mediante las encuestas. En donde la encuesta cualitativa nos ayudó a demostrar que si hay una oportunidad del mercado ya que no existe un asadero o un restaurante agradable con un diseño diferente en el ámbito del establecimiento. Por otra parte, la competencia se analizó detalladamente en precios, calidad, atención al cliente, etc.

Módulo de operación

El módulo operacional es la ficha técnica se realiza para saber cuánto es el tiempo adecuado para preparar un pollo asado y calcular cuánto se puede asar en una hora. También se identificó los requerimientos de inversión que se necesita para iniciar el emprendimiento.

Módulo de organización

Se define una estructura organizacional que permita trabajar a los empleados de forma sistematizada sin confusiones, retrasos y demás sucesos que puedan afectar el servicio otorgado al cliente, también se identificó las estrategias de promoción, comunicación y distribución, identificando la ubicación optima en el municipio de Ricaurte según las necesidades propias y de los pobladores. Diseñando un organigrama de la jerarquización de la empresa para así, complementarlo con su capacidad productiva. Sin embargo, es de suma importancia que la empresa tenga en cuenta los aspectos legales que regulen el municipio y determinación ambiental.

Módulo financiero

Se realizó el cuadro de la inversión inicial, Amortización del prestamos que se va a adquirir en el banco para iniciar el proyecto, la tabla de presupuestos, el balance inicial, Flujo de caja, el G-P es el resultado proyectado de pérdidas y ganancias, tabla de nómina del personal del Asadero de pollos Ricaurteño, Se realiza el punto equilibrio junto con los indicadores financieros que son VAN-TIR, ROA y ROE.

Por último, se revisó el documento completo y se realizó un pitch final para presentar la práctica profesional con tres jurados que evaluaron todos los proyectos.

3.1 Formulación del problema de aprendizaje

El emprender es una de las necesidades básicas y para la cual todos los estudiantes de deben formar, ya que el estado da oportunidades para que los jóvenes mayores de edad puedan comenzar

con su propio negocio. La falta de oportunidades para los jóvenes hace que tengan que trabajar en lugares, oficios que son distintos a lo que se formaron durante su etapa educativa. El municipio de Ricaurte conforma una conurbación juntos con Girardot y Flandes que suman 144.248 habitantes según (DANE, 2019). Es una ciudad turística que en temporadas altas alberga un gran número de turistas que, una gran porción compran apartamentos en la jurisdicción.

La necesidad de aprovechar los recursos físicos e intelectuales del estado colombiano, en este aspecto de las facultades de la universidad para resaltar la viabilidad de un proyecto y su plan de negocios. No obstante, los factores internos y externos que nos contribuyen con un centro especializado en que el joven colombiano pueda emprender. Así como, a la hora de concretar la idea de negocio la pueda desarrollar dándole empleo a personas propias o cercanas al municipio.

Dada el desaprovechamiento que los jóvenes le ven a una idea como es el comercio del consumo del pollo para proteger la salud y prevenir enfermedades en el municipio de Ricaurte, el cual beneficia en salud como de una manera económica al emprendedor como al progreso de la jurisdicción.

¿Como crear una empresa dedicada a la venta de pollo asado en Ricaurte emprendiendo un proyecto productivo y viable en el municipio de Ricaurte?

3.2 Identificación de actores involucrados y participantes

Ricaurte posee una población de 10.274 habitantes según (DANE, 2019) contando con una cantidad limitada de asaderos de pollos que presenten innovación y mayormente prestando sus servicios en fines de semana.

Es importante señalar que para efectos de la presente investigación y de la metodología empleada, la primera practica fue realizada en el colegio y las restantes dos en el Centro Progresista “CEP” de la Universidad Minuto de Dios presentando una profesionalidad, comunicación fluida y

asertiva. Con una importante ayuda de docentes y personal administrativo brindando información correcta y beneficiosa de los puntos administrativos y financieros

Cuadro 7. Identificación de actores involucrados.

Actores involucrados	Participación
Luis Suarez Estudiante	Estudiante que vio la necesidad de generar una empresa Asadero de pollos Ricaurteño, ya que, el municipio de Ricaurte se observan asaderos con adulteración de crecimientos en los pollos, esto hace que se altere las enfermedades de los seres humanos.
Martha García Docente	Docente que participo activamente en el trabajo de emprendimiento para asesoramiento y guía para presentar un trabajo de calidad.
Jorge Patiño Docente	Docente encargado de Centro progresas, que ha brindado la información necesaria para el seguimiento del proceso formativo de las prácticas profesionales.
Leidy Suarez	Persona encargada en asesoramiento en todos los puntos financieros que rige el lineamiento de Centro progresas de la Universidad Corporación Minuto de Dios.
Luis Bernal	Persona participativa en tutorías de como generar ingresos adicionales y mencionar unos productos innovadores en la gastronomía, porque es una persona que conoce del tema ya que, su profesión es Chef lo que hace que conozca diferentes formas culinarias.
Marlen Melo Docente	Docente encargada del asesoramiento directo en el trabajo de grado.

Fuente: Elaboración Propia

3.3 Estructura del modelo de reconstrucción de la experiencia.

Tipo de investigación

El presente estudio, que busca determinar las características del mercado potencial y la competencia del estudio de la creación de una empresa en el municipio de para la elaboración de un plan de negocios, se desarrolló a partir de un enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo) investigación y es de tipo descriptivo-propositivo ya que se busca establecer los detalles las especificidades del problema de la falta de asaderos de pollos en el municipio de Girardot. De acuerdo con (Sampieri, 2014), para obtener una investigación consiste en la sistematización de los métodos cuantitativo y cualitativo más completa del tema a tratar en un solo estudio, lo que se puede decir que se debe a la complejidad de ciertos fenómenos.

Este tipo de enfoque metodológico mixto permite determinar las características, los perfiles, comportamiento y preferencias de las personas con procesos sistemáticos. Igualmente, viabiliza la toma y recolección de datos representativos del mercado, de manera que se identifique la competencia, el tamaño del mercado y aspectos relevantes para la identificación de futuros clientes. Con base en estos objetivos se utilizaron instrumentos como entrevistas y encuestas con mira a obtener una información más completa y precisa sobre un contexto de la vida real, estableciendo prioridades verificables.

Fuentes primarias

La población seleccionada para aplicar las encuestas fueron los 10.274 habitantes que viven en el municipio de Ricaurte, y fueron la fuente primaria. De ellos se procedió a realizar dos encuestas diferentes tanto a taxistas como a pobladores del municipio.

Fuentes Secundarias

Los repositorios institucionales, enciclopedias, libros, páginas web, artículos, el DANE y la alcaldía municipal sirvieron como fuentes secundarias para la investigación, ya que contienen información organizada y con fuente original, que son de gran importancia en la información que brindan.

VARIABLES, INDICADORES, INSTRUMENTOS Y HERRAMIENTAS.

Indicador: Se creó un plan de negocios para la creación de una empresa de asadero de pollos de excelente calidad en el municipio de Ricaurte.

Muestra

La muestra hace referencia a una porción representativa de una población. Para efectos del presente estudio se estableció como universo toda la población del municipio de Ricaurte, que comprende la jurisdicción de la población rural y urbana, que, de acuerdo con los datos suministrados por la alcaldía de Ricaurte, se trata de una población de 10.274. La población de análisis, en este caso fue la población urbana ciudadanos directos del municipio. En lo concerniente a la muestra, esta se estableció a partir de la fórmula, lo cual arrojó que se debería realizar 265 encuestas a la población de usuarios. (Ver anexo 1)

Los instrumentos de recolección de información estuvieron conformados por una encuesta, conformada por 7 preguntas. En cuanto al nivel de confianza, se tomó un menor nivel de confianza para esta investigación de 90 %, en donde K equivale a 1,65. Habitualmente la probabilidad de éxito y fracaso que se implementa es 0,5 por lo tanto se dejará ese valor.

La fórmula que se utilizó para la muestra finita fue la siguiente:

$$n = \frac{k^2 \times p \times q \times N}{(e^2(N - 1)) + k^2 \times p \times q}$$

$$N = 10.274$$

$$q = 0,5$$

$$e = 0,05$$

$$p = 0,5$$

$$K = 1,65$$

Se empleó el tipo de muestreo probabilístico aleatorio ya que cualquier ciudadano común se le podía aplicar la encuesta.

Resultado cálculo de la muestra

$$N = \frac{2,7225 \times 10.274 \times 0,5 \times 0,5}{0,0025 (10.274 - 1) + 2,7225 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n=265$$

Para la creación de un nuevo proyecto de una empresa debe estar alineados por unas herramientas, indicadores e instrumentos en donde se recolectan información necesaria para realizar un estudio de mercado interno y externo, presupuesto e inversión todo esto es con el fin de identificar las fallas negativas o falencias que tiene el proyecto, para así mismo darle una solución con una creación de un nuevo producto o servicio que tenga un valor agregado y cubra la necesidad o el gusto de generar un impacto alto en el mercado.

3.3.1 Matriz de planeación.

Una vez adelantados los procesos de vinculación y firma de contrato con el colegio Militar y ayuda del Centro Progresista “CEP”, donde se realizaron las prácticas I, II y III, se procedió a la asignación de las tareas relacionadas y pertinentes con la carrera de Administración de Empresas y de acuerdo con las necesidades de la compañía. De esta manera se acordó que durante la práctica I se llevaría formatos de evaluación para los docentes y administrativos. Durante la práctica II, se

hizo un Plan de negocios con el fin de establecer cómo sería la creación de una empresa, documentos financieros los cuales amparan la viabilidad del proyecto.

Se efectuó la siguiente matriz de planeación para la realización del trabajo de opción de grado para el año 2021.

Cuadro 8. Matriz de planeación.

	25/02/2021	11/03/2021	25/03/2021	08/04/2021	15/04/2021	29/04/2021
Antecedentes y marco referencial						
Planeación y metodología						
Reconstrucción de la experiencia						
Aprendizajes						
Conclusiones y referencias						
Bibliografía						
Anexos						
Organización y verificación del trabajo final						

Fuente: Elaboración propia.

3.3.2 Modelo de divulgación de la experiencia.

3.3.2.1 Objetivo SMART.

General Smart.

Formular un plan de negocios fundamentado en objetivos accesibles y viables para su realización en corto, mediano y largo plazo para evaluar todas las condiciones posibles en los cuales la empresa va a incursionar.

Específicos Smart.

Mercado:

- ❖ Realizar un estudio de mercado mediante observaciones directas en el municipio de Ricaurte, el cual conlleve a distinguir que tipo de pollos es la que más consumen y qué líneas pollos se puede traer al mercado regional.

Módulo de operación:

- ❖ Definir cuáles serán los canales de distribución más acordes que disminuya costos y logre la mayor cantidad de rutas con eficiencia.

Módulo de organización:

- ❖ Establecer una estructura organizacional el cual cree la mayor cantidad de empleos a mediano y largo plazo, cumpliendo con los compromisos legales, medioambientales y las diferentes normatividades que nos rigen como empresa comercializadora.

Módulo financiero:

- ❖ Estimar los costos totales mensuales que requiere la empresa para su pleno funcionamiento, utilizando indicadores financieros precisos que permitan evaluar diferentes aspectos desde el punto de equilibrio hasta el retorno sobre la inversión.

3.3.3 Matriz DOFA.

Cuadro 9. Matriz DOFA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>OPORTUNIDADES</p> <p>Ampliación de la cobertura. Podemos desarrollar nuevos productos o mejorar los actuales para satisfacer las necesidades de los clientes.</p>	<p>FO</p> <p>El cliente estará satisfecho y traerá más clientes. Mejor nuestro servicio al cliente. Mayor crecimiento y variedad a la hora de ofrecer los productos.</p>	<p>DO</p> <p>Incrementar más publicidad para obtener más clientes. Mejorar la comunicación tanto con los empleados y los clientes.</p>
<p>AMENAZAS</p> <p>No se cuenta con las instalaciones propias. La competencia saca sus pequeños puntos de ventas. Competencia indirecta, muchos negocios de fritanga, arepa con todo y restaurantes de almuerzos económicos.</p>	<p>FA</p> <p>Actualizar cada vez sean necesarios las capacitaciones tecnológicas. Así sea alta la competencia no estaremos afectados porque contamos con una buena atención, calidad y variedad de productos</p>	<p>DA</p> <p>Incentivar a los clientes con descuentos y promociones para evitar que se valla para la competencia. Mejorar la estructura organizacional de acuerdo con el desempeño laboral de los trabajadores. Incentivar a los empleados para mayor rendimiento a la hora de prestar sus servicios.</p>

Fuente: Elaboración Propia

3.3.4 *Perfiles.*

Cuadro 10. Perfil del cliente.

CLIENTE
El Asadero de pollos Ricaurteño, nuestra segmentación son para las personas que tenga la edad de 18 años a los 70 años que visitan el municipio de Ricaurte y los habitantes que residen en el municipio y aledaños, también nos dirigimos a las familias de bajos recursos como el estrato cero hasta el sexto y que le guste la alimentación sana para cuidar su salud y su estética. Las características nuestros clientes son los gustos, información, interés y presupuesto.

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 11. Perfil del consumidor.

CONSUMIDOR
El Asadero de pollos Ricaurteño, nuestra segmentación son para las personas que tenga la edad de 18 años a los 70 años que visitan el municipio de Ricaurte y los habitantes que residen en el municipio y aledaños, también nos dirigimos a las familias de bajos recursos como el estrato cero hasta el sexto y que le guste la alimentación sana para cuidar su salud y su estética. Las características nuestros clientes son los gustos, información, interés y presupuesto.

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 12. Necesidades a satisfacer (Clientes y consumidores).

CLIENTES:
Una de las necesidades principales que quiero satisfacer a nuestros clientes, es brindarle un producto semiorgánico y no contendrá nada de químicos que le alteren la evolución del engorde del pollo, este producto será alimentado con vegetales como; cebolla larga y cabezona, tomate, pimienta, al agua con sal, purina lechuga, cilantro, etc.
CONSUMIDORES:
También con un excelente servicio al cliente diferente a la demás competencia; la infraestructura va a hacer campestre con sillas de estibas ya que este material puede ser reutilizable y no dañaremos el medio ambiente, también tendremos en las máquinas de operación una tendencia

mejor de tecnología, la presentación de nuestros productos va a hacer en bandejas de barro con hojas de plátano. Esto le da la diferencia de ser nuestra única marca de asadero de pollos.

Fuente: Elaboración propia

3.3.4.1 Análisis de la competencia.

Cuadro 13. Análisis de la competencia.

Descripcion	Competidor 1	Competidor 2
Productos y servicios (atributos)	Venta de pollo asado y platos a la carta	Venta de pollo asado y platos a la carta
Precios	\$ 16.000	\$ 15.000
Logística de distribución	Domicilios	Domicilios
NOMBRE	Brasas de oro	Pollos Ricaurte

Fuente: Elaboración propia

3.3.4.2 Concepto del negocio.

Esta idea de negocio tiene como propósito ser el mejor asadero de pollos que exista en Ricaurte y sus alrededores, el cual darle a la empresa una innovación diferente hacia los productos y servicios, el establecimiento en donde va a estar a campo abierto, con procesos de producción distintas al mercado.

Mediante estos procesos es importante, bajar el alto estándar de personas con complicaciones al ingerir por sus derivados químicos para adulterar el crecimiento esforzado de estos animales, nada como la cocina del campo, es el nuevo proyecto el cual piensa en el beneficio y calidad que pueda ofrecer para satisfacer sus necesidades con un producto natural, perfecto para cada canasta familiar.

3.3.4.3 Planteamiento de estrategias.

EL ASADERO DE POLLOS RICAURTEÑO, utilizara unas estrategias de mercado para impactar al mercado y así proporcionar un enfoque y dirección clara permitiendo identificar nuevas oportunidades. Estas estrategias serian:

Cuadro 14. Estrategia de promoción: Ven y disfruta.

Propósito: Adaptación con clientes				
Actividad	Recursos requeridos	Mes de ejecución	Costo	Responsable (Nombre del cargo líder del proceso)
Fechas especiales cumpleaños para los clientes (Postre)	Postre + Bomba de Cumpleaños	Cualquier mes	\$ 8.000	Representante Legal
Perifoneo	Carro, Bafle.	Cualquier mes	\$ 120,000	Representante Legal
Costo Total			\$ 128,000	Propio y El asadero

Fuente: Elaboración propia

La estrategia para implementar en un principio con los pobladores del municipio se dirigirá es tomar una idea diferente, ya que estos sientan que el asadero tiene en cuenta en espacio – tiempo para que puedan reunirse con la familia y amigos en una fecha especial como lo es el cumpleaños.

Es de suma importancia adaptarse a las necesidades de los clientes por tal motivo, pollos Ricaurteño implementara eventos todas las fechas especiales de celebración lo que hará que la ventas de dichas celebraciones aumenten considerablemente y haga que las personas del municipio tengan un lugar de esparcimiento donde pasar con su familia y comer al mismo tiempo.

Cuadro 15. Estrategia de comunicación: SPECIAL STRATEGIES.

Propósito: adaptación con clientes				
Actividad	Recursos requeridos	Mes de ejecución	Costo	Responsable
Juego Inflable para niños	Payasos, inflable, bafles.	Enero	\$ 200.000	Representante Legal
Evento para el día de las madres.	Serenata y flores	Mayo	\$ 350.000	Representante Legal
Evento Dia del niño Halloween	Entrega dulces eventos payasos.	Octubre	\$ 200.000	Representante Legal
Eventos deportivos	Balones, Costales, Cancha de futbol, petos.	Marzo	\$ 500.000	Representante Legal
Eventos de Reinas de las veredas y barrios del municipio de Ricaurte	Carrosas, Bafles, Dj, Eventos musicales	Noviembre	\$ 1.000.000	Representante Legal
Descuentos del 10%	Inscrito en la plataforma	Todo el año	\$200,000	Representante Legal

Fuente: Elaboración propia

Una gran parte de los compradores del municipio y flotantes, desean comer desde la comodidad de sus hogares, por ende, la empresa ve necesaria la implementación de domicilios en el municipio, así mismo, los clientes fidelizados y estén registrados en la plataforma puedan referir el asadero a su familia y amigos para obtener un beneficio de un descuento.

Cuadro 16. Estrategia de distribución: Happy Day.

Propósito: Adaptación con clientes				
Actividad	Recursos requeridos	Mes de ejecución	Costo	Responsable
Domicilios	Cuando un cliente ya está registrado en la base de datos del asadero puede realizar un referido que no sea cliente del asadero y puede obtener un descuento.	Todo el año	Descuento del 5%	Representante Legal
Costo Total			\$200.000	Propio y El asadero

Fuente: Elaboración propia

3.3.4.4 Estrategias de aprovisionamiento.

El aprovisionamiento de una empresa es de suma importancia ya que, no siempre hará u los clientes obtengan su producto, por ende, siempre es vital que Pollos Ricaurteño obtenga una materia prima calidad necesaria para que nunca se quede sin stock. Obteniendo información diaria y real de como esta mercado para así, garantizar la satisfacción del cliente, al mismo tiempo que nuestro personal siempre cuente con su trabajo.

Cuadro 17. Compras de suministros semanalmente.

Productos	Cantidad	Proveedor	Total
Papa	100 libras	Plaza de mercado mayorista	\$35,000
Yuca	20 libras	Plaza de mercado mayorista	\$30,000
Plátano	1 bulto	Plaza de mercado mayorista	\$20,000

Productos	Cantidad	Proveedor	Total
Arroz	25 libras	Plaza de mercado mayorista	\$45,000
Arveja	25 libras	Plaza de mercado mayorista	\$25,000
Habichuela	25 libras	Plaza de mercado mayorista	\$10,000
Sal	15 libras	Plaza de mercado mayorista	\$10,000
Gaseosas	60 Unidades	Postobón y Coca-Cola	\$140,000
Total			\$315,000

Fuente: Elaboración propia

3.3.4.5 Cuadros de inversión.

Un emprendimiento para poder implementarse es necesario que se cuente con una inversión tangible de los implementos con los cuales se hará el manejo propio de la conversión de la producción. Es por tal motivo, que el asadero para poder entrar en funcionamiento en equipos administrativos y utensilios de cocina necesita de una inversión de \$ 30.810.000 Pesos.

Cuadro 18. Inversión.++

Cuadro de inversión			
Inicial - Piatta industria alimenticia	Cantidad	Precio	Total
Activo			
Inventario Pollo 6 Libras/Uni. 750 - \$5250000	750	\$ 5.250.000	\$ 7.000
Maquinaria y equipo	Cantidad	precio unitario	Precio total
Kit de cubiertos	2	\$ 140.000	\$ 280.000
Estufa industrial	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Microondas	1	\$ 160.000	\$ 160.000
Congelador	2	\$ 1.000.000	\$ 2.000.000
Pinzas y tijeras	2	\$ 40.000	\$ 80.000
Bandejas de barro	30	\$ 20.000	\$ 600.000
Horno	1	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000

Kit de platos	15	\$ 100.000	\$ 1.500.000
Ollas y sartén	8	\$ 60.000	\$ 480.000
Vehículo	1	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000
Plancha Imusa para asar	2	\$ 130.000	\$ 260.000
TOTAL			\$ 16.860.000
Muebles y enseres	Cantidad	precio unitario	Precio total
Mesa de trabajo acero inoxidable	3	\$ 600.000	\$ 1.800.000
Olla -caldero	2	\$ 300.000	\$ 600.000
Cuadros	5	\$ 50.000	\$ 250.000
Kit de mesas	20	\$ 600.000	\$ 600.000
TOTAL			\$ 3.250.000
Equipos de computo	Cantidad	precio unitario	Precio total
Impresoras fotocopiadora	1	\$ 350.000	\$ 350.000
Equipos de computo	2	\$ 1.500.000	\$ 3.000.000
Equipo móvil	1	\$ 600.000	\$ 600.000
Software	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
TOTAL			\$ 5.450.000
Totales			\$ 30.810.000

Fuente: Elaboración propia

3.3.4.6 Cuadros de gastos en inversión.

Para que el asadero pueda regir en base a las normas colombianas es necesario su inscripción en las plataformas físicas en cuanto a los aspectos legales lo que hará que se tenga una inversión de \$760.000 pesos, al mismo tiempo, se prevé que en su primer mes gastos de servicios y publicidad para el asadero sea de \$ 6.440.000 millones de pesos,

Cuadro 19. Gastos de inversión Asadero de Pollos Ricaurteño.

Aspectos legales	Cantidad	Precio Total
Cámara de comercio	1	\$ 70.000
Industria y Comercio	1	
Bomberos	1	\$ 120.000
Sayco y Acinpro	1	\$ 120.000
Registro Invima	1	\$ -
Minuta de Constitución	1	\$ 450.000
Total, Gastos		\$ 760.000
Gastos operacionales	Cantidad	Precio Total
Arriendo	12	\$ 700.000
Total, Gastos		\$ 700.000
Servicios	Cantidad	Precio Total
Agua	12	\$ 100.000
Luz	12	\$ 150.000
Gas Natural	12	\$ 30.000
Internet	12	\$ 90.000
Plan móvil	12	\$ 100.000
Total, Gastos		\$ 470.000
Publicidad y tecnología	Cantidad	Precio Total
Volantes	1000	\$ 350.000
Pendón	3	\$ 150.000
Promociones		
Tarjetas de Presentación	1000	\$ 150.000
Publicidad		\$ 3.600.000
Redes Sociales	1	\$ 100.000
Aplicativo	1	\$ 1.500.000
Perifoneo	1	\$ 120.000

Total, Publicidad	\$ 5.970.000
Total, Gastos	\$ 7.900.000
Adecuación de Locales	\$ 1.000.000,00
Total	\$ 39.710.000

Fuente: Elaboración propia

3.3.4.7 Balance inicial.

Para presentar de una manera esquemática y resumida la situación la empresa es necesario dar a conocer que con que cuenta la empresa para iniciar el emprendimiento.

Cuadro 20. Balance inicial Asadero de Pollos Ricaurteño.

ACTIVOS		PASIVOS	
Disponibles			
Caja	\$ 5.000.000	Largo Plazo	
Inventario	\$ 5.250.000	Obligaciones Financieras	\$ 10.000.000
TOTAL, ACT. DISPONIBLE			
	\$ 10.250.000	TOTAL, PASIVO	\$ 10.000.000
Activos Fijos			
Muebles y enseres	\$ 3.250.000	CAPITAL	
Maquinaria y equipo	\$ 16.860.000	Aportes de los Socios	
Equipos de computo	\$ 5.450.000	Luis Suarez	\$ 26.810.000
Equipos de transporte	\$ -	TOTAL, PATRIMONIO	\$ 26.810.000
Adecuación de Locales	\$ 1.000.000		
Total, Activos Fijos	\$ 26.560.000		
TOTAL, ACTIVOS			
	\$ 36.810.000	TOTAL, PASIVO + PATRIMONIO	\$ 36.810.000

Fuente: Elaboración propia

3.3.4.8 Ventas Diarias Estimadas.

Se estima que el pollo en su costo total al público será de \$ 24.900, proyectando que se venderán un total de 25 unidades diarias en total, sin embargo, el pollo no será lo único que se venderá, es importante resaltar que dará al conocimiento a la clientela que se venderán alitas a la BBQ por un costo de \$ 16.900, según la proyección realizada por los emprendedores en el primer año se venderá 12 unidades diarias en total, siendo 750 y 360 unidades vendidas en el meses respectivamente, generando un total de venta estimada anual de \$ 297.108.000.

Cuadro 21. Estimación de Ventas Diarias.

Artículos	Cantidad	Precio Unid	Total, Ventas Diarias	Total, Ventas Mensuales	Total, Ventas Primer Año	Segundo Año	Tercer Año
						1,03	1,035
Pollos criollo- orgánicos 7 libras	25	\$ 24.900	\$ 622.500	\$ 18.675.000	\$ 224.100.000		\$ 231.943.500
Alitas de BBQ	12	\$ 16.900	\$ 202.800	\$ 6.084.000	\$ 73.008.000	\$ 75.198.240	\$ 75.563.280
++			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total, Ventas			\$ 825.300	\$ 24.759.000	\$ 297.108.000	\$ 75.198.240	\$ 307.506.780

Fuente: Elaboración propia

3.3.4.1 Compras diarias de materia prima.

Para vender, es necesario comprar productos de buena calidad y al mejor precio es por lo que, a la hora de comprar los productos completos para poder satisfacer a los clientes es de \$376.600 pesos diarios.

Cuadro 22. Compras diarias de materia prima.

Artículos	Unidad	Precio	Total, Compras Diarias	Total, Compras Mensuales	Total, Compras Anuales	2	3
						1,03	1,035
Pollo orgánico 6 libras	25	\$ 7.000	\$ 175.000	\$ 5.250.000	\$ 63.000.000	\$ 64.890.000	\$ 65.205.000
Arroz	25	\$ 1.400	\$ 35.000	\$ 1.050.000	\$ 12.600.000	\$ 12.978.000	\$ 13.041.000
Cebolla Larga	18	\$ 500	\$ 9.000	\$ 270.000	\$ 3.240.000	\$ 3.337.200	\$ 3.353.400
Ajo	10	\$ 500	\$ 5.000	\$ 150.000	\$ 1.800.000	\$ 1.854.000	\$ 1.863.000
Aceite	7	\$ 5.800	\$ 40.600	\$ 1.218.000	\$ 14.616.000	\$ 15.054.480	\$ 15.127.560
Sal	5	\$ 1.200	\$ 6.000	\$ 180.000	\$ 2.160.000	\$ 2.224.800	\$ 2.235.600
Tomate	25	\$ 500	\$ 12.500	\$ 375.000	\$ 4.500.000	\$ 4.635.000	\$ 4.657.500
Lechuga	5	\$ 1.500	\$ 7.500	\$ 225.000	\$ 2.700.000	\$ 2.781.000	\$ 2.794.500
Cebolla Cabezona	25	\$ 400	\$ 10.000	\$ 300.000	\$ 3.600.000	\$ 3.708.000	\$ 3.726.000
Plátano Amarrillo	25	\$ 500	\$ 12.500	\$ 375.000	\$ 4.500.000	\$ 4.635.000	\$ 4.657.500
Yuca	5	\$ 7.000	\$ 35.000	\$ 1.050.000	\$ 12.600.000	\$ 12.978.000	\$ 13.041.000
Papa a la Francesa	2	\$ 8.000	\$ 16.000	\$ 480.000	\$ 5.760.000	\$ 5.932.800	\$ 5.961.600
Arepas	25	\$ 500	\$ 12.500	\$ 375.000	\$ 4.500.000	\$ 4.635.000	\$ 4.657.500
Total, Ventas			\$ 376.600	\$ 11.298.000	\$ 135.576.000	\$ 139.643.280	\$ 140.321.160

Fuente: Elaboración propia

3.3.4.2 Nómina.

En el registro financiero de una empresa está dada por sus empleados estos son pueden ser el éxito de una empresa, ya que, para no afectar el ingreso neto. En muchas ocasiones el salario es uno de los métodos más efectivos para motivar un trabajador. De una manera completa, el gasto de la nómina mensual en trabajadores y prestaciones sociales \$ 9.362.340 y costo anual de \$ 35.274.407.

Cuadro 23. Nómina.

Cargo	Nº. Trabajadores	Remuneracion Mensual	Costo Nomina Mensual	Costo Nomina Anual
Administrador cajero	1	\$ 1.600.000	\$ 1.600.000	\$ 19.200.000
Cocinero	1	\$ 877.803	\$ 877.803	\$ 10.533.636
Auxilio De Cocina	2	\$ 877.803	\$ 1.755.606	\$ 21.067.272
Hornero	1	\$ 877.803	\$ 877.803	\$ 10.533.636
Mesero	1	\$ 877.803	\$ 877.803	\$ 10.533.636
Auxilio de Transporte	6	\$ 102.854	\$ 617.124	\$ 7.405.488
Subtotal		\$ 5.214.066	\$ 6.606.139	\$ 79.273.668
	CONCEPTO	%		
	Prima	8,33%	\$ 550.291	\$ 6.603.497
	Cesantías	8,33%	\$ 550.291	\$ 6.603.497
Carga	Intereses	1,00%	\$ 66.061	\$ 792.737
	Vacaciones	4,17%	\$ 202.267	\$ 2.427.207
PRESTACIONAL	EPS, AFP, Arl.	21,00%	\$ 1.387.289	\$ 16.647.470
			\$ -	\$ -
TOTAL, CARGA PRESTACIONAL		42,83%	\$ 2.756.201	\$ 33.074.407

Cargo	Nº. Trabajadores	Remuneracion Mensual	Costo Nomina Mensual	Costo Nomina Anual
DOTACIONES				\$ 1.200.000
Contrato contador por prestación de Servicios				\$ 1.000.000
TOTAL, GASTO			\$ 9.362.340	\$ 35.274.407
Total, gastos de Nomina				\$ 114.548.075

Fuente: Elaboración propia.

3.3.4.3 Proyección gastos.

La proyección de gastos te permite calcular cual será el desenvolvimiento de la empresa en un futuro, por tal motivo, la importancia de dar una visión de cómo se empleará la empresa desde el ámbito financiero para llegar al triunfo. Pollos Ricaurteño, en su primer año destinara \$ 137.118.075 millones de pesos.

Cuadro 24. Proyección gastos a los 4 años.

	Proyección Gastos a los 4 años de Estudio			
		6,00%	1,06	
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Salarios y prestaciones	\$ 114.548.075	\$ 121.420.959	\$ 128.706.217	\$ 136.428.590
Servicios Públicos	\$ 5.640.000	\$ 5.978.400	\$ 6.337.104	\$ 6.717.330
Arriendos	\$ 8.400.000	\$ 8.904.000	\$ 9.438.240	\$ 10.004.534
Gastos Legales	\$ 760.000	\$ 328.600	\$ 348.316	\$ 369.215
Gastos Iniciales				
Publicidad	\$ 5.970.000	\$ 1.800.000	\$ 1.908.000	\$ 2.022.480

Gastos de elementos de Aseo y cafetería	\$ 1.800.000	\$ 1.908.000	\$ 2.022.480	\$ 2.143.829
---	--------------	--------------	--------------	--------------

Fuente: Elaboración propia

3.3.4.4 Van y TIR.

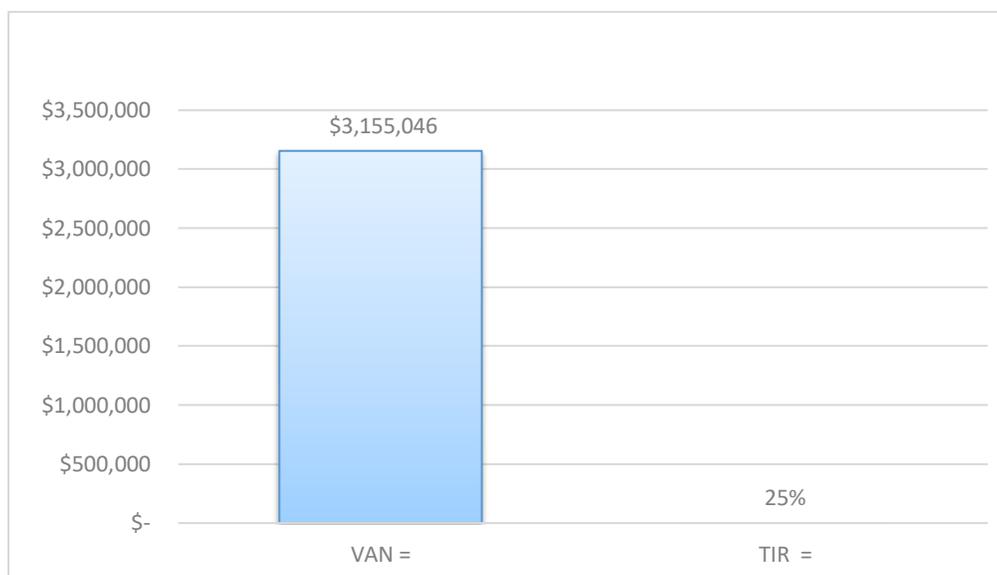
A la hora de iniciar el proyecto de pollos Ricaurteño es importante revisar su viabilidad como su rentabilidad financiera, analizando que tan oportuno en temas económicos llegará a ser la empresa en un lapso de 5 años para que este sea más preciso, el Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno indica que la versión inicial será devuelta en un menor tiempo ya que la TIR nos indica que el proyecto será rentable hasta en un 250%.

Cuadro 25. Calculo VAN y TIR. Asadero De Pollos Ricaurteño.

Flujo de Fondos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		270.221.000	302.106.268	325.464.834	350.500.516	379.784.849
Pagos		-268.512.412	-301.070.928	-325.348.171	-349.130.229	-372.622.125
Flujo de caja del proyecto	-5.000.000	1.708.588	1.035.339	116.662	1.370.287	7.162.724

VAN=	\$ 3.155.046
TIR=	25%

Fuente: Elaboración propia

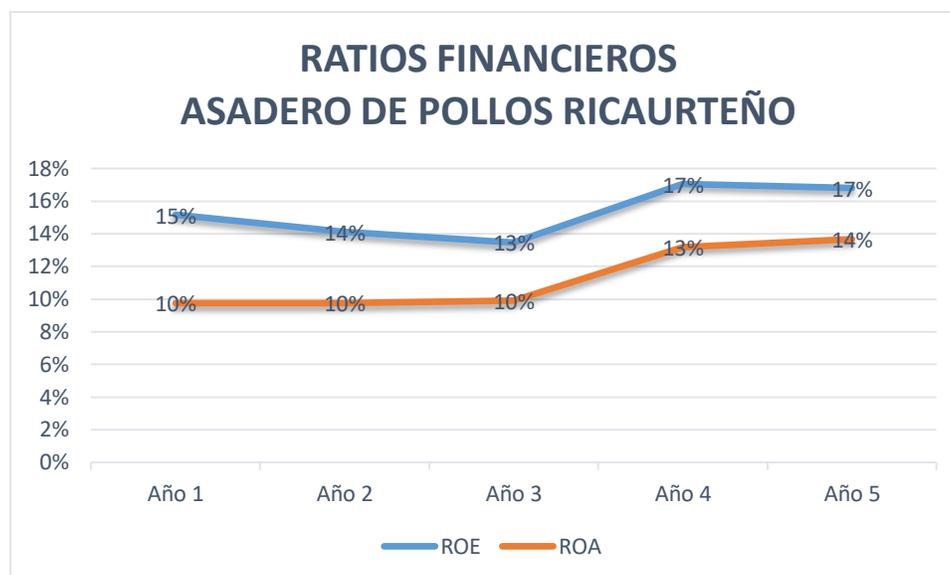


Gráfica 3. VAN y TIR

Fuente: Elaboración propia

3.3.4.5 Roe VS ROA.

La realización de indicadores financieros como el ROE y ROA son de suma importancia para ver la rentabilidad y eficiencia que tendrá Pollos Ricaurteño según las proyecciones, obtenido de los diferentes parámetros para ver la situación real de la empresa, esto debido a que en los 5 años proyectado la deuda es inferior a la rentabilidad económica en todos los años. Por ende, la empresa no entraría en crisis.



Gráfica 4. ROE vs ROA.

Fuente: Elaboración propia

3.3.5 Módulo organizacional.

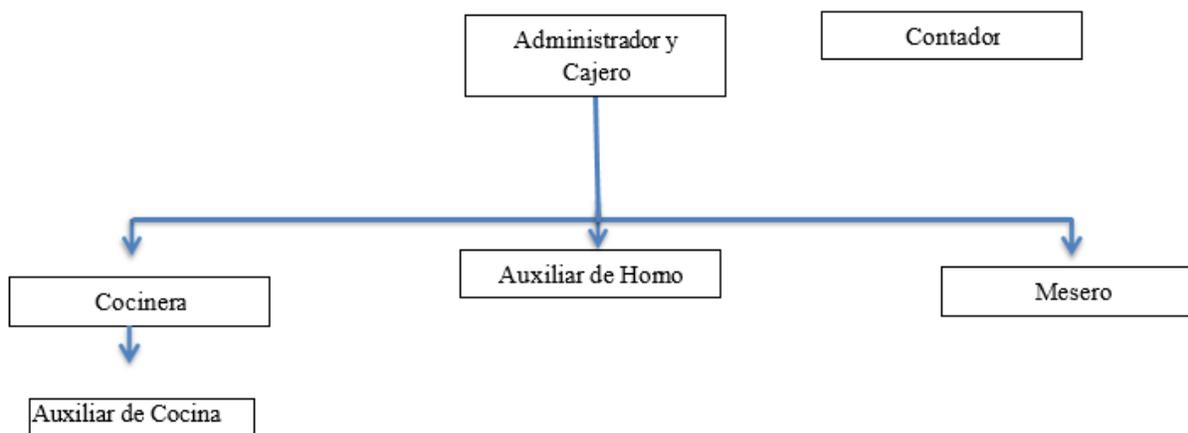


Figura 6. Módulo organizacional

Fuente: Elaboración propia

4. Reconstrucción de la experiencia.

4.1 Momentos históricos y experiencias.

4.1.1 *Análisis PESTEL.*

Político

Beneficios tributarios:

❖ Son 30 días hábiles, este es el tiempo que debes de esperar para que se notifique la exención del impuesto de renta.

❖ No se pagará impuesto de renta si yo genero mínimo tres empleos con vinculación directa relacionados con la industria creativa.

❖ Hacer pública la existencia de su empresa.

❖ Proteger el nombre de su empresa a nivel nacional.

❖ Participar en licitaciones públicas de acuerdo con la oferta de su empresa.

❖ Acceder a créditos bancarios de acuerdo con la antigüedad de su empresa legalmente formalizada.

Economico

❖ Los asaderos de pollos representan en el sector una gran oportunidad de mercado, dado que la carne de pollo es más económica que la carne de res.

❖ Crecimiento del PIB en el municipio de Ricaurte.

❖ Participación en el PIB de Ricaurte.

Social

❖ En el municipio de Ricaurte realiza muestras artísticas y culturales que evidencia una mayor población, que son personas que visitan a este bello municipio.

❖ Creciente preocupación en comer de forma saludable.

- ❖ Aumento de preferencia por restaurantes y asaderos de pollo.
- ❖ Generación de empleo para este municipio.

Tecnologico

- ❖ Manejo de plataformas, redes sociales, tv, radio, etc.
- ❖ Asador automático y avanzado en la tecnología
- ❖ Base de datos único de la empresa para los beneficios de los clientes.

Ecologico

- ❖ Ayuda al cuidado del medio ambiente.
- ❖ Reciclaje de materiales innecesarios

Legal

- ❖ Nuevas leyes y normativas sobre la alimentación de personas adultas y de niños (FAHEY, 1968).

Esta herramienta viene del origen del análisis PEST, el cual identificara los elementos que conforman el entorno en el cual se desarrollan las organizaciones, también se estudió aquellos sectores que no dependen directamente de la empresa, sino de los contextos a los que pertenece a esta, ya sea económico, político, o social.

Esta herramienta nos muestra una mejora como cuando se conocen las características del entorno se puede planificar una estrategia más adecuada y eficaz, esta también es una herramienta muy sencilla y fácil de manejar y evalúa los riesgos externos que se pueden originar en el mercado a la hora de introducir los servicios o productos de una empresa.

Modelo CANVAS.**Cuadro 26. Modelo CANVAS**

PROBLEMA	SOLUCIÓN	PROPUESTA DE VALOR	VENTAJA COMPETITIVA	SEGMENTACIÓN
La calidad del pollo en cadenas de valor distintos que asaderos que son a base de químicos para el crecimiento del polo, esto puede afectar la salud para los seres humanos.	Garantizar la cadena de valor (proveedor). Acompañamiento saludable a los usuarios. Ambientación en el establecimiento con temática única.	la Crianza de pollos de mayor calidad a base de alimentos orgánicos. Acompañamiento diferente a la competencia, como el arroz verde con verduras.	Fórmula secreta y procesamiento de productos orgánicos (pollos) Creación de un establecimiento con una temática diferente a la competencia. CANALES Redes sociales "Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp. Eventos recreacionales, contratación de inflables. Radio	Personas con un rango de edad entre los 18 a 70 años que residan y visiten el municipio de Ricaurte. Familias de bajos recursos desde el estrato 0 hasta el estrato 6 y toda aquella persona que le guste la alimentación sana para cuidar la salud y estética.
El cliente se merece opciones diferentes en el menú de los demás asaderos, higiene personal y producto final.	MÉTRICAS Ratios financieros Punto de equilibrio Nivel de solvencia Estudio financiero	Presentación del final del plato.		
ESTRUCTURA DE COSTES Infraestructura Muebles e insumos Materia Prima Talento humano			Estructura de Ingresos Prestamos de inversión Ahorros personales Utilización de datafonos Pagos de contado	

Fuente: Elaboración propia

4.1.2 Primera práctica profesional.

Durante la práctica profesional se desarrolló un formato de evaluación en el que es preciso considerar si los docentes o administrativos cumplen con los requisitos necesarios para que puedan desempeñarse en los cargos de los cuales se han postulado, revisando el cumplimiento de las exigencias y necesidades para el desempeño de los correspondientes a cada puesto. Por lo tanto, cada trabajo necesita postulantes que califiquen las necesidades mínimas del Colegio Militar Técnico Industrial Club de Leones que mediante un formato evaluativo asignara puntajes a cada uno de los colaboradores del ente, revisando la hoja de vida y experiencia de cada uno de ellos, así mismo, los estudiantes del colegio calificarán a cada docente para el cumplimiento de las necesidades propias de cada alumno. Por último, se efectuó una exposición ante la directiva del colegio para dar a conocer los resultados de la indagación.

4.1.3 Segunda práctica profesional.

Mientras se tenga una necesidad por parte de los clientes en comestibles, ay una inspiración de una persona para atraer a consumidores y así crear su propio negocio. Por lo que, el Centro Progreso inspiro la realización de un estudio para empezar de una manera administrativa y revisando las características la idea, la viabilidad en la creación de una empresa encargada de asar pollos en el mercado Ricaurteño, es por esto y por necesidad crear y fomentar una empresa empezando desde cero.

“El futuro existe en nosotros, porque todo lo que hacemos apunta a metas, y nace de metas, deseos y necesidades.” Según (Hellinger, 2013) en su libro de auto ayuda, por ende, la importancia de la creación de una empresa al culminar una etapa universitaria, sin importar que sea a corto, mediano o largo plazo.

4.1.4 Tercera práctica profesional.

Según (Laurance J. & Hull, 2019) “las personas incompetentes son fácil de deducir, aun si ay que reclutarlos y ayudarlos a salir para encontrar la excelencia” es por esto por lo que, no solo que el emprender un negocio se debe a que se coloque un local y vendan, es la importancia de estudiar, el dónde, porque, cuando y con quienes se emprenderá el negocio. Sin embargo, es de suma importancia y obligación para un emprendedor saber de cuales colaboradores se rodeará y cuál será su jerarquización. En conclusión, al final de la práctica profesional poder presentar un documento del emprendimiento, su viabilidad y aspiraciones económicas.

5. Aprendizajes

Como parte de los cursos propuestos por UNIMINUTO para el plan de administración de empresas, cada una de las actividades que se desarrollan en las tres prácticas profesionales que realiza el Colegio Militar Técnico Industrial Club de Leones y el Centro Progresía EPE de UNIMINUTO apoya el desarrollo profesional y el aprendizaje académico, incluido el social y las humanidades, la cual, hace parte de una formación integral.

5.1 Aportes significativos de la experiencia en lo humano

En el pensamiento gerencial, es muy útil aprender a relacionarse con capital humano de una empresa es de gran utilidad, los profesionales pueden enseñar y tratar a los practicantes como un colega más (Vallejo Chávez , 2016) Para que eso ocurra es indispensable que los valores se apliquen en todo lugar sin importar el tiempo en que se maneje. Un trato amable por parte de las directivas de una compañía es importante para crear un clima de confianza, respeto y apoyo, necesarios para el bienestar emocional del trabajador y hace que una persona trabaje con más entusiasmo, genera compromiso con la empresa. Estos fueron algunos de los aportes más significativos de la experiencia de las prácticas profesionales en el Colegio Militar Técnico Industrial Club de Leones y el Centro Progresía EPE de UNIMINUTO.

Del mismo modo, durante la práctica profesional las habilidades gerenciales son muy importantes. Todo el tiempo y actitud solidaria, promoviendo, orientando el apoyo a todos los colaboradores de la empresa, agregando los valores personales y compenetrándolo con el liderazgo, asegurando el cumplimiento de las metas que se propongan durante el inicio de la etapa educativa y de las prácticas profesionales. Las actitudes se centran en ganar y potenciar las habilidades de los administradores, como la confianza, la perseverancia, el uso eficaz del tiempo, la comunicación y

toma de decisiones cuidadosas y decididas, etc. Esto se ha convertido en la base fundamental de la vida de las personas.

Por otro lado, en cuanto al aporte del proceso académico, se puede decir que la investigación ha producido distintos conocimientos útiles para la resolución de problemas y la búsqueda de respuestas efectivas a partir del trabajo y la dedicación. Esta experiencia crea nuevas oportunidades. Así mismo, dejó una profunda introspección, hizo que los docentes que acompañaban el proceso se sintieran agradecidos y admirados, y ayudó a los estudiantes a superar el miedo a enfrentar la etapa laboral.

Sin embargo, es importante recordar que la tecnología ha cambiado enormemente la forma en que las personas viven, trabajan y se comunican, lo que ha afectado a sus círculos sociales.

5.2 Aportes significativos en lo social

Desde el punto de vista social el proyecto de emprendimiento favorece positivamente a los Ricaurteños que tendrán un pollo de excelente calidad que llegue a deleitar el paladar. No obstante, la creación de una empresa en el municipio traería un impacto positivo en la parte financiera. Es decir, aporta con el empleo de los pobladores y personas, mejorando las condiciones financieras de personas cabezas de familia que trabajen en la compañía, mejorando sus ingresos.

El mercado de la jurisdicción se ve beneficiado en la bolsa, ya que, con la pandemia del COVID 19 el bolsillo de los pobladores se ve disminuido, reflejándolo en el consumo de las personas, sin embargo, por su precio bajo tendrían una comida para una familia completa y de alto valor nutricional.

5.3 Aportes significativos en lo económico o técnico

Habitualmente, las conductas administrativas y técnicas realizadas en la práctica prestan más atención en el aprendizaje durante la etapa educativa, sin dejar de buscar la investigación para realizar las tareas de manera ideal (Osterwalder & Pigneur, 2011).

De esta forma, de acuerdo con el modelo de negocio de creación de empresas de personas emprendedoras y con ayuda del gobierno nacional, se planea formular un plan de negocios para aprobar, poner en marcha y posicionamiento de la empresa de pollos asados en el municipio de Ricaurte, Cundinamarca. Con ello, es posible realizar actividades comerciales, económicas y planificadas en el mercado de Ricaurte, considerando siempre los factores humanos de la entidad, los consumidores y todos los involucrados en la propuesta. Además, como practicante, busca la eficiencia de enfatizar el desarrollo administrativo y la estructura del trabajo. También, se ha observado la importancia de enfatizar el desarrollo administrativo en la profesión de dirección empresarial con el fin de obtener liderazgo y poder de decisión.

Para finalizar el proceso del trabajo, es importante destacar la implementación de un plan de negocios integro guiado por las necesidades de los vecinos de municipio. Y así, los colaboradores se beneficien contribuyendo al desarrollo del municipio.

Durante la práctica profesional I, se elaboró un formato de evaluación para mostrar las fortalezas y debilidades de los docentes y administrativos del Colegio, reconociendo cada virtud y método de enseñanza de este.

En la Práctica profesional II y III se desarrolla un plan de negocios completo para determinar una propuesta de la creación de una empresa dedicada a la venta de pollos asados en el municipio, teniendo en cuenta lo aprendido en la UNIMINUTO.

5.4 Principales aprendizajes en para el perfil profesional

Es muy significativo que para el administrador de empresas pueda aprender las competencias con integridad, perseverancia, uso efectivo del tiempo, comunicación, toma de decisiones y la capacidad negociadora. El líder, según Jhon Maxwell, “es una persona que otros querrán seguir”. Esta frase se pudo corroborar con la actitud de profesional coordinadora al empezar con el trabajo, pues dio el poder para tomar decisiones acerca del estudio, cambios y demás, por lo tanto, se puede efectuar más hacia un administrador.

Por lo tanto, cuando a una persona se le permite empezar a desenvolverse con libertad, pero con apoyo y respaldo, su formación será más completa. Hay que tener en cuenta que las empresas, a partir de las prácticas profesionales, abren las puertas para que los pasantes puedan vincularse con la empresa.

El mayor aprendizaje es entender que el mundo promueve el desarrollo económico de un país a través del desarrollo empresarial. Consecuentemente, se debe estudiar el correcto uso y adquisición de los recursos monetarios para lograr metas y otros beneficios.

Los principales aprendizajes dentro del perfil profesional se pueden destacar en la recolección de información por medio de un formato para destacar las virtudes y defectos en la contratación de los docentes y administrativos del colegio.

En la segunda práctica profesional se trabajó en campo para así poder revisar la percepción de las personas en el municipio, cuáles son sus gustos y características que les gustaría que tuviera el consumo de un pollo no tradicional.

Durante la tercera práctica profesional se desarrolló un modelo administrativo y financiero para la creación de la empresa en el marco representativo del municipio, tomando en cuenta los requerimientos de los pobladores.

6. Conclusiones y Recomendaciones

De acuerdo con las prácticas profesionales como requisito de la UNIMINUTO, se puede decir que pueden mejorar las habilidades y conocimientos adquiridos en el aula de la universidad, pues al utilizar todos los conocimientos de gestión en un entorno real, producirán responsabilidad y un mejor desempeño de los resultados de aprendizaje.

Después de la finalización del proyecto, a través del acometimiento del asadero de pollos Ricaurteño en el municipio de Ricaurte, se evidencia que el emprendimiento en Colombia esta acogido por ley colombiana, mostrando una primicia por los jóvenes entre 18 a 28 años volviendo más claros los objetivos propuestos por un joven. Articulado con los conocimientos adquiridos por un joven en nivel educativo para corregir los factores en funcionamiento y comportamiento de una empresa.

Para comprender las dinámicas y comportamiento de las empresas competidoras haciendo comparaciones detalladas en funcionamiento físico y rentable de una empresa. Esto se debe, en el proceso de investigación se encuentra que uno de los mayores obstáculos para un emprendedor a la hora de iniciar una empresa es el factor económico.

Al final, luego de comprender todos los pros y contras de la propuesta, se puede concluir que el negocio en el municipio de Ricaurte tiene muchas ventajas. En primer lugar, debido a la estructura organizativa que soporta la competencia y la solidez financiera de Pollos Ricaurteño, tiene una ventaja absoluta en términos de competencia y posibles entrantes. Dado que el mundo atraviesa una nueva fase de inclusión diferencial, necesaria en Ricaurte. Se compromete a brindar a los usuarios satisfacer las necesidades del mercado.

Finalmente, es importante señalar que la práctica profesional aporta una gran experiencia a los pasantes, que implica cómo emprender en la un país que tiene problemas económicos y

adversidades como la del COVID 19, especialmente cómo enfrentar la adversidad en el lugar de trabajo, formulando así las estrategias enseñadas a lo largo de los años en la Universidad y ponerlas en marcha durante las pasantías. Los pasantes experimentarán la mejora de las habilidades y los conocimientos adquiridos en el aula. Se recomienda presentar a los pasantes la empresa, la historia, la misión, la visión, el servicio, el personal, los objetivos y los requisitos antes de comenzar la pasantía.

Referencias Bibliográficas

- Llamas Fernández, F. J., & Fernández Rodríguez, J. C. (2018). La metodología Lean Startup:.
Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n84/0120-8160-ean-84-00079.pdf>
- Longa, A., Montiel, Z., & Abasali, E. (2015). Introducción a la administración . Caracas : Registro de Publicaciones de la universidad nacional abierta.
- ALCALDIA DE GIRARDOT . (2018). ALCALDIA DE GIRARDOT . Obtenido de <http://www.girardot-cundinamarca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Economia.aspx>
- Amaya Ortiz, D., & Benavides Vergara, W. D. (2019).
- Analitics, F. (Septiembre de 15 de 2017). La importancia de las apps móviles. Obtenido de <https://economyatic.com/importancia-apps-moviles-empresas/>
- Asoleche . (2017). Asoleche. Obtenido de <https://asoleche.org/2017/06/12/consumo-de-lacteos-en-colombia/>
- AviNews. (4 de Marzo de 2021). Obtenido de <https://avicultura.info/el-sector-avicola-esta-mas-concienciado-que-nunca-de-la-importancia-de-la-bioseguridad/>
- Barajas Maldonado, A. (9 de Julio de 2015). WATTPoultry.com. Obtenido de <https://www.wattagnet.com/articles/23143-consumo-de-pollos-preparados-crece-en-colombia>
- Barba Alvarez, A. (2010). Frederick Winslow Taylor y La Administración Científica: Contexto, Realidad y Mitos. Obtenido de <http://administracion.azc.uam.mx/descargas/revistaye/rv38/rv38art01.pdf>
- Benavides, L. M. (2017). La República. Obtenido de <https://www.larepublica.co/empresas/la-cooperativa-colanta-y-alpina-concentran-60-del-nicho-de-quesos-2553650>

- Bitar, D. (2016). P&M. Obtenido de <https://www.revistapym.com.co/destacados/10-mandamientos-marketing-segun-philip-kotler>
- Boletín Fenaviquín. (15 de Marzo de 2020). Obtenido de https://fenavi.org/wp-content/uploads/2020/03/Fenaviquin_ed3042020_2.pdf
- Cámara de comercio de Bogotá. (2017). Cámara de comercio de Bogotá. Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Sala-de-prensa/Noticias-sector-Agricola-y-Agroindustrial/Noticias-2017/Maquilar-o-producir>
- CEPYMENEWS. (2019). CEPYMENEWS. Obtenido de <https://cepymenews.es/las-3-estrategias-competitivas-genericas-de-michael-porter>
- Chiavenato, I. (2009). Gestión del Talento Humano. Ciudad de Mexico, Mexico: MC Graw Hill. Obtenido de <https://cucjonline.com/biblioteca/files/original/338def00df60b66a032da556f56c28c6.pdf>
- Clauster lácteo Bogotá región. (Julio de 2018). Cámara de comercio de Bogotá. Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-Lacteo-de-Bogota-Region/Noticias/2018/Julio-2018/Como-va-el-sector-Lacteo>
- Código de comercio de Colombia. (s.f.). Código de comercio de Colombia. Obtenido de <file:///C:/Users/fabia/Downloads/Codigo+de+Comercio.pdf>
- Contac, M. (25 de Junio de 2015). El aporte de las apps al crecimiento de las pymes. Obtenido de <https://mundocontact.com/el-aporte-de-las-apps-al-crecimiento-de-las-pymes/>
- DANE. (2018). MUNICIPIO GIRARDOT. Obtenido de [file:///C:/Users/fabia/Downloads/girardot_ficha_25307%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/fabia/Downloads/girardot_ficha_25307%20(2).pdf)
- DANE. (2019 de Agosto de 2019). DANE. Obtenido de <https://sitios.dane.gov.co/cnpv/#!/>

- Delgado, A. (2017). Emprendedores . Obtenido de <https://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/a63652/competencias-emprendedor-motivacion-unctad/>
- Díaz, E. (2019). Portafolio. Obtenido de <https://www.portafolio.co/negocios/consumo-de-queso-sigue-creciendo-en-colombia-530645>
- Dinero. (2018). Revista Dinero. Obtenido de <https://www.dinero.com/economia/articulo/preferencias-de-compra-de-los-colombianos-en-2018/255626>
- Druker, P. F. (2013). La gerencia de empresas. Argentina: Penguin House S.A.S.
- Éxito. (2017). ¿cuánto queso consumen los colombianos? Recuperado el Marzo de 2019, de ¿cuánto queso consumen los colombianos?: <https://www.grupoexito.com.co/es/sala-de-prensa/noticias/cuanto-queso-consumen-los-colombianos>
- Fayol, H. (1987). Administración Industrial y General. En H. Fayol, Administración Industrial y General (Decimocuarta ed.). Argentina: El Ateneo. Obtenido de https://isabelportoperez.files.wordpress.com/2011/11/admc3b3n_ind_y_general001.pdf
- FENAVI. (2020). Boletín Fenavi Quin - Programa de estudios económicos. FENAVI "FEDERACION NACIONAL DE AVICULTORES DE COLOMBIA, 1-2.
- Ferro Veiga, J. M. (2020). Iniciación a la comercialización de huevos. En J. M. Veiga, Iniciación a la comercialización de huevos (págs. 42-43).
- Formichella, M. M. (2004). EL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO Y SU RELACION CON LA EDUCACION, EL EMPLEO Y EL DESARROLLO LOCAL. Obtenido de <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>
- Gestión legal colombiana colsultores. (s.f.). Revista Mprende. Obtenido de <http://mprende.co/legal/10-pasos-para-crear-una-empresa-en-colombia>

- Grupo Éxito. (2017). ÉXITO. Obtenido de <https://www.grupoexito.com.co/es/sala-de-prensa/noticias/cuanto-queso-consumen-los-colombianos>
- Grupo éxito. (11 de junio de 2019). Éxito. Obtenido de <https://www.grupoexito.com.co/es/sala-de-prensa/noticias/consumo-de-queso-en-colombia-con-potencial-para-seguir-creciendo>
- Hellinger, B. (2013). La práctica del asesoramiento empresarial. Barcelona : Rigden-Institut Gestalt .
- Javier Megias . (2017). Obtenido de <https://javiermegias.com/blog/2012/10/lean-canvas-lienzo-de-modelos-de-negocio-para-startups-emprendedores/>
- Kloter, P., & Armstrong, G. (2013). Fundamentos de Marketing. Mexico: Pearson.
- La Gobernación de Cundinamarca . (6 de Febrero de 2018). Obtenido de http://www.cundinamarca.gov.co/Home/Prensa.gc!/ut/p/z0/fcwxD4IwEAXgv8LifDUYZSWa1ODACreYC72Q09JCW4w_3zKwut1778sBQgfo6CMjJfGObM49np9IVSndqmOjdHNTtX7cL22plbqeoAH8D_IHeS0L1oCDd4m_Cbo5sIt0UBRHshyEDDufZBCKW7nfO7M-FoPMKxftkM06Z8PFVvO0IZOXwBmtzoijicKycuQI8xv7H1Pd
- La nota económica . (2019). la nota económica . Obtenido de <http://lanotaeconomica.com.co/economia/como-esta-el-sector-lacteo-en-colombia.html>
- Laurance J., P., & Hull, R. (2019). El principio de Peter . California: Debolsillo.
- LEADER SUMMARIES. (2017). Obtenido de <https://www.leadersummaries.com/ver-resumen/el-metodo-lean-startup>
- LINARES, H. P. (2010). MONOGRAFÍA DE EMPRENDIMIENTO. Obtenido de <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/3157/T11.10%20P836m.pdf?se%20quence=1>

- MIRANDA, J. G. (2014). Estudio de logística y cadena de suministro basada en arquetipos. Obtenido de http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/31123/Tesina_estudio_de_la_logistica_y_cadena%20de%20suministro_basada_en_arquetipos.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Molfese, I. (23 de Enero de 2020). LASPLUMASALA. Obtenido de <https://las-plumas-ala.com/2020/01/23/cada-colombiano-ha-consumido-en-2019-36-kilos-de-pollo-y-303-huevos/>
- Ollé, M., Planellas, M., Alfonso, J. M., Husenman, S., Sepúlveda, P., & Mur, I. (1997). El Plan de Empresa: Cómo planificar la creación de una empresa. Barcelona: MARCOMBO S.A.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). Generación de Modelos de Negocio. DEUSTO.
- Plan de desarrollo territorial . (15 de Abril de 2016). Obtenido de http://ricaurtecundinamarca.micolombiadigital.gov.co/sites/ricaurtecundinamarca/content/files/000102/5068_acuerdo-010-2016-plan-de-desarrollo-ricaurte-nuestro-compromiso.pdf
- Portafolio. (2018). Portafolio. Obtenido de <https://www.portafolio.co/negocios/el-consumo-de-queso-esta-en-ascenso-521667>
- Porter, M. (2014). Strategy and Competition. Harvard Business Review.
- Restrepo, F. (2005). Revista Dinero. Obtenido de <https://www.dinero.com/edicion-impresa/management/articulo/maestro-maestros-peter-drucker/31131>
- Rivoir, A. L., & Morales, M. J. (2019). Tecnologías Digitales: miradas críticas de la apropiación en América Latina. Buenos Aires, Argentina: CLASCO. Obtenido de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20191128031455/Tecnologias-digitales.pdf>

Rodríguez, L. E. (2019). Cada Colombiano consume 36 Kilos de pollo y 303 huevos por año. Avicultura.

Rodríguez, L. E. (12 de Diciembre de 2019). Caracol Radio. Obtenido de https://caracol.com.co/programa/2019/12/28/al_campo/1577568668_560385.html

Rodríguez, S. J. (2011). Introducción a la administración. Obtenido de [http://bida.uclv.edu.cu/bitstream/handle/123456789/10625/S.%20Hern%C3%A1ndez%20y%20Rodr%C3%ADguez%20-%20Introducci%C3%B3n%20a%20la%20Administraci%C3%B3n%20\(2010,%20McGraw-Hill\).pdf?sequence=1](http://bida.uclv.edu.cu/bitstream/handle/123456789/10625/S.%20Hern%C3%A1ndez%20y%20Rodr%C3%ADguez%20-%20Introducci%C3%B3n%20a%20la%20Administraci%C3%B3n%20(2010,%20McGraw-Hill).pdf?sequence=1)

Rompela todos los días. (2019). Avicultores, 4-5.

Ruiz, S. A. (2016). TRANSFORMACION DEL ESPACIO URBANO EN EL MUNICIPIO DE . Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/2415/Beltransergio2016.pdf?sequence=1>

Sampieri, R. (2014). Metodologías de la investigación. Cartagena : Interamericana Editores.

Surtidoradeaves. (11 de Abril de 2019). SurtidoradeAves. Obtenido de <https://surtidoradeaves.com/consumo-de-pollo/#:~:text=Seg%C3%BAn%20las%20estad%C3%ADsticas%2C%20cada%20colombiano,importantes%20de%20la%20canasta%20familiar.>

Taylor, F. W. (1973). Principios de la Administración Científica . Buenos Aires.

UNWTO. (2017). El turismo: un fenómeno económico y social.

Vallejo Chávez , L. M. (2016). Gestión del talento humano. Riobamba, Ecuador: ESPOCH.

VÉLAZ, I. (2013). Assentire. Obtenido de <https://s3a2.me/2013/01/07/el-legado-de-peter-drucker/>

Zambon, H. (2012). INNEUQUEN. Obtenido de <https://www.lmneuquen.com/joseph-schumpeter-y-el-futuro-del-capitalismo-n134616>

Anexos A. Encuesta para asadero de pollos Ricaurte.

Nombre del encuestador: _____	N.º de encuestador: _____
Nombre del encuestado: _____	N.º de encuesta: _____
Hora de comienzo: _____	Hora de finalización: _____

Perfil del encuestado

Edad			Sexo		Hombre		Mujer
------	--	--	------	--	--------	--	-------

Producto

1.- ¿Te gustaría comer un pollo orgánico natural en la ciudad de Ricaurte?

Si ___ b. No ___

2.- En caso de haber respondido si, ¿Con que frecuencia?

- a. 1 vez al mes _____
 b. 2 veces al mes _____
 c. 4 veces al mes _____
 d. más de 4 veces al mes _____

3.- ¿Cuándo adquiere pollo en un asadero, que lo motiva a decidir su compra en las distintas opciones del mercado?

a. Calidad ___ b. Sabor ___ c. Precio ___ d. Tamaño ___

4.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en un asadero por un pollo?

- a. \$ 5.000 a \$10.000 _____ b. \$ 10.100 - 17.000 _____
 c. \$17.100 - 24.000 _____ d. más de 24.000 pesos _____

5.- ¿Por qué medio captaría usted más la publicidad de un asadero de pollos?

a. Redes Sociales ___ b. Volantes ___ c. Radio ___ d. Voz a Voz ___

6.- ¿Estarías dispuesto a utilizar envoltorios y utensilios amigables con el ambiente para consumir tu pollo?

a. Si ___ b. No ___

7.- ¿Con que alimentos le gusta acompañar el pollo asado?

- a. Papas a la francesa _____
- b. Verduras _____
- c. Ensalada _____
- d. Plátano _____
- e. Yuca _____

8.- Cuando consume pollo asado, ¿de qué forma prefiere adquirirlo?

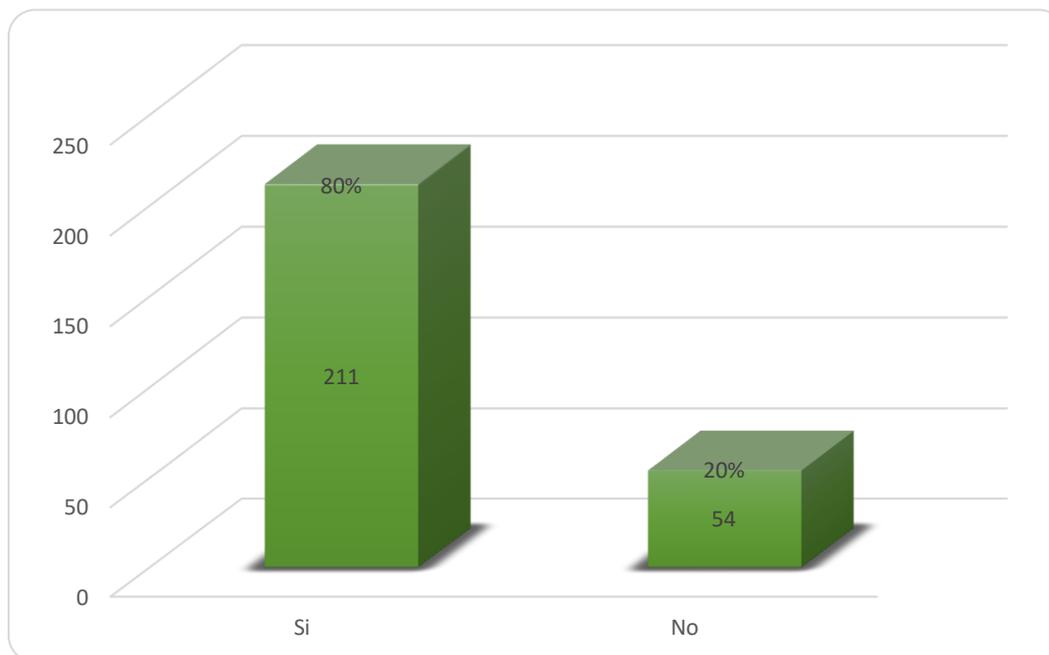
- a. Domicilios _____
- b. Presencial _____
- c. Aplicación móvil _____

9.- ¿Considera importante la infraestructura con la que cuenta un asadero de pollos? (instalaciones, temática, etc.)

- a. Si _____ b. No _____

10.- En caso de haber respondido si, ¿Qué tipo de infraestructura prefieres en un asadero de pollos?

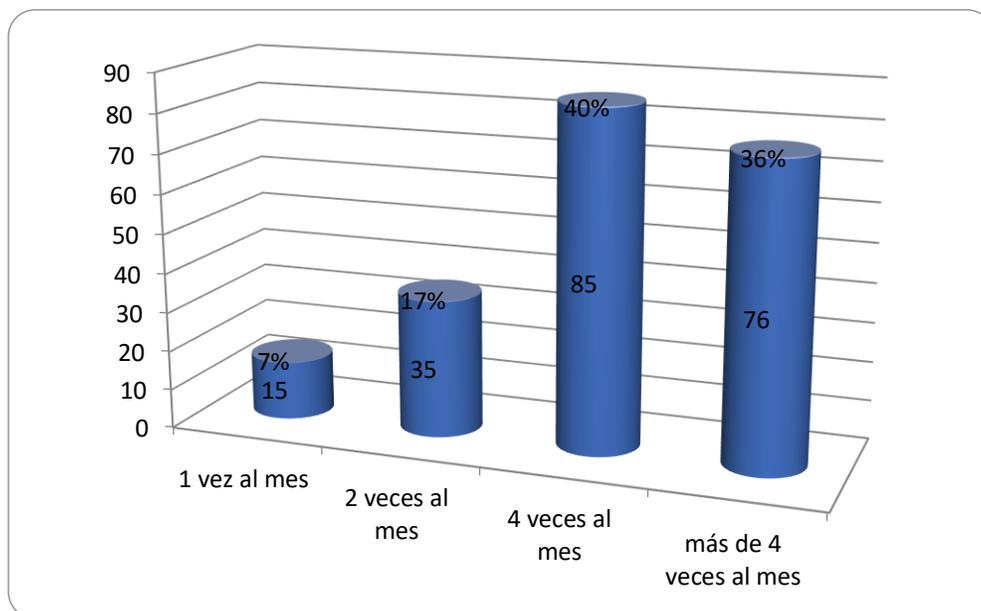
- a. Tipo campestre _____
- b. Urbano _____
- c. Inteligente (Autoservicio) _____

Anexo B. Gráfico de los encuestados.

Gráfica 5. Aceptación del proyecto

Fuente: Elaboración propia

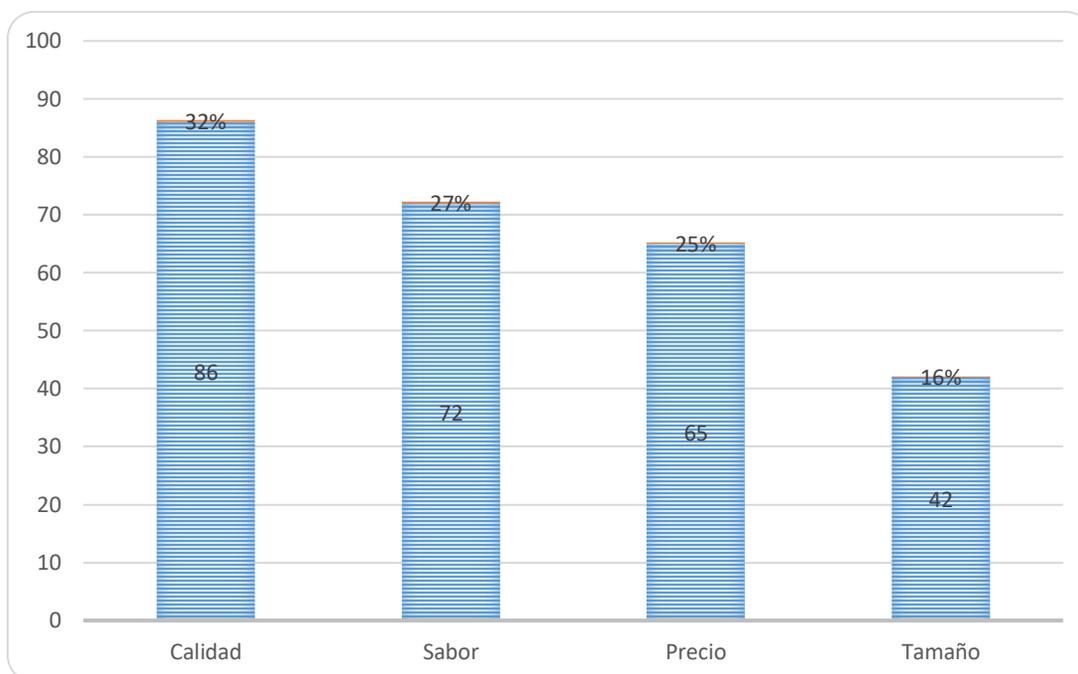
De acuerdo con la muestra obtenida dentro del proyecto se puede constatar que el 80% se encuentran inclinados por comer pollo orgánico dentro de la ciudad de Ricaurte, así mismo se puede evidenciar que el 20% no le gustaría probar el pollo. Lo que demuestra que la mayoría de la muestra le gustaría comer pollo orgánico en Ricaurte.



Gráfica 6. Frecuencia de compra

Fuente: Elaboración propia

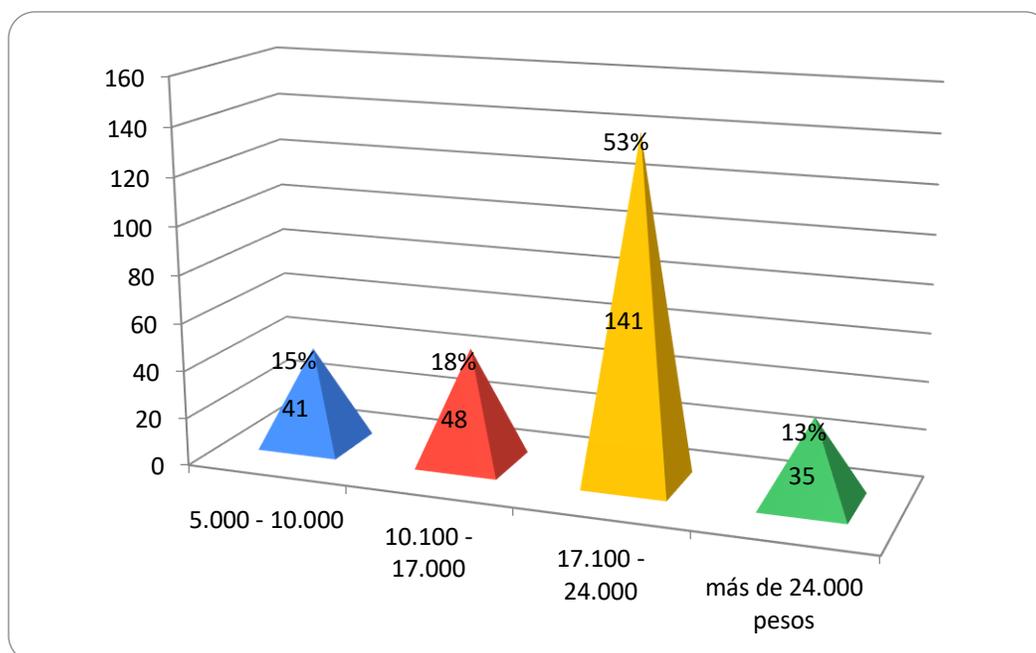
De acuerdo con la muestra obtenida dentro del proyecto se puede constatar que el 36% consume pollo en asaderos al menos 1 vez a la semana, caso contrario únicamente el 7% consume pollo 1 vez al mes, usuarios con un 40% consumen 4 veces a al mes, lo que concluye que la frecuencia de compra del producto es adecuada.



Gráfica 7. Motivo de compra

Fuente: Elaboración propia

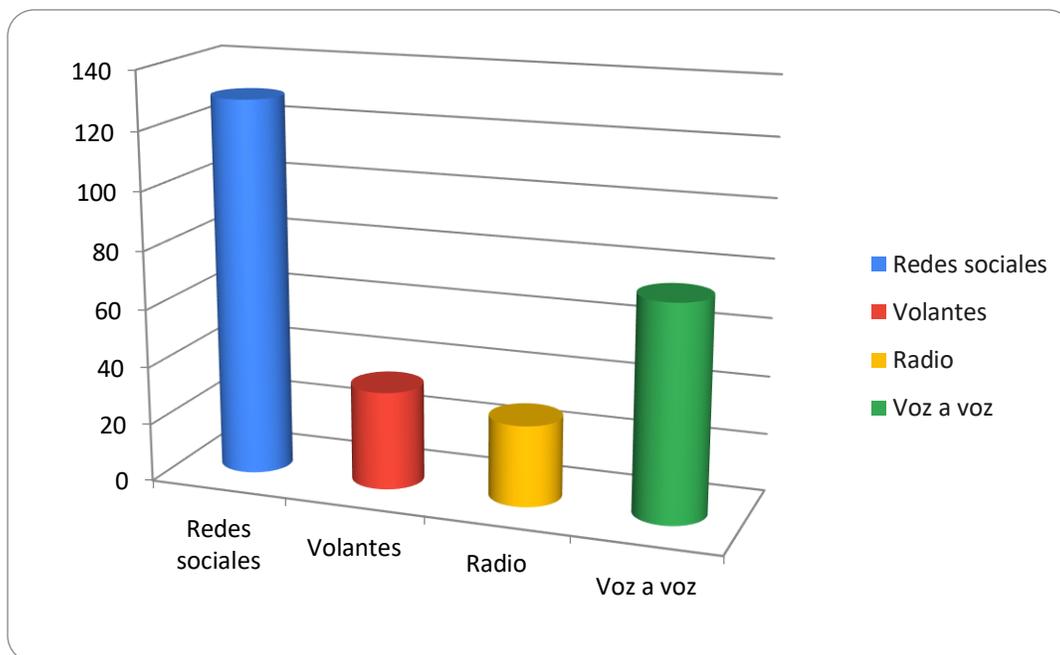
De acuerdo con la muestra obtenida para la aplicación del instrumento, el 32% se ve más influenciado por la calidad del pollo al adquirirlo en un asadero, seguido del 27% que se enfoca más en el sabor, un 25% más en el precio, y en menor proporción un 16% con mayor atención al tamaño del pollo.



Gráfica 8. Capacidad de pago

Fuente: Elaboración propia

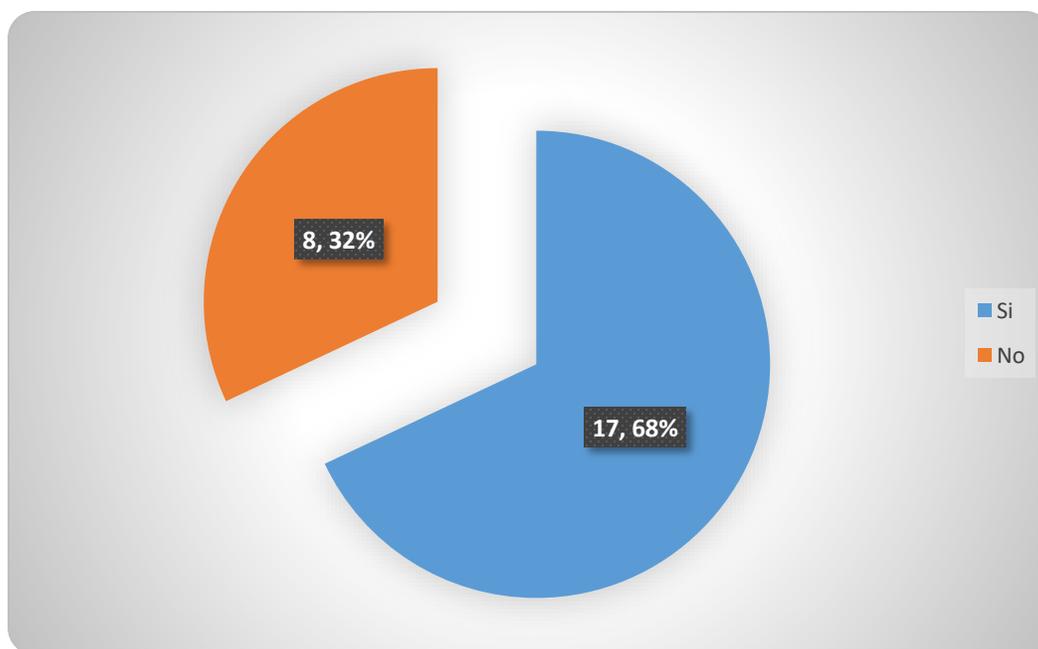
De acuerdo con la muestra utilizada para aplicación del instrumento, la mayoría con un 53% estaría dispuesta a pagar entre 17.000 - 24.000 pesos colombianos por un pollo en un asadero, siendo únicamente el 13% quienes están dispuestos a pagar más de 24.000 por un pollo.



Gráfica 9. Medios de comunicación

Fuente: Elaboración propia

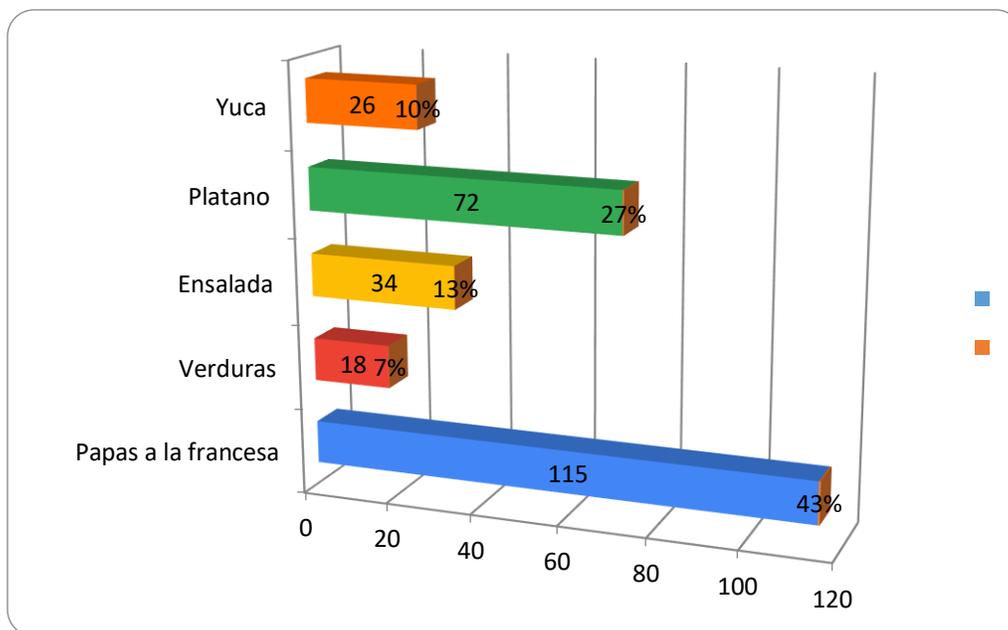
La mayoría de las personas encuestadas (49%) pone más atención en difusión de publicidad a través de redes sociales, con menos porcentaje, pero también importante, el 28% utilizan el voz a voz.



Gráfica 10. Atributos del producto

Fuente: Elaboración propia

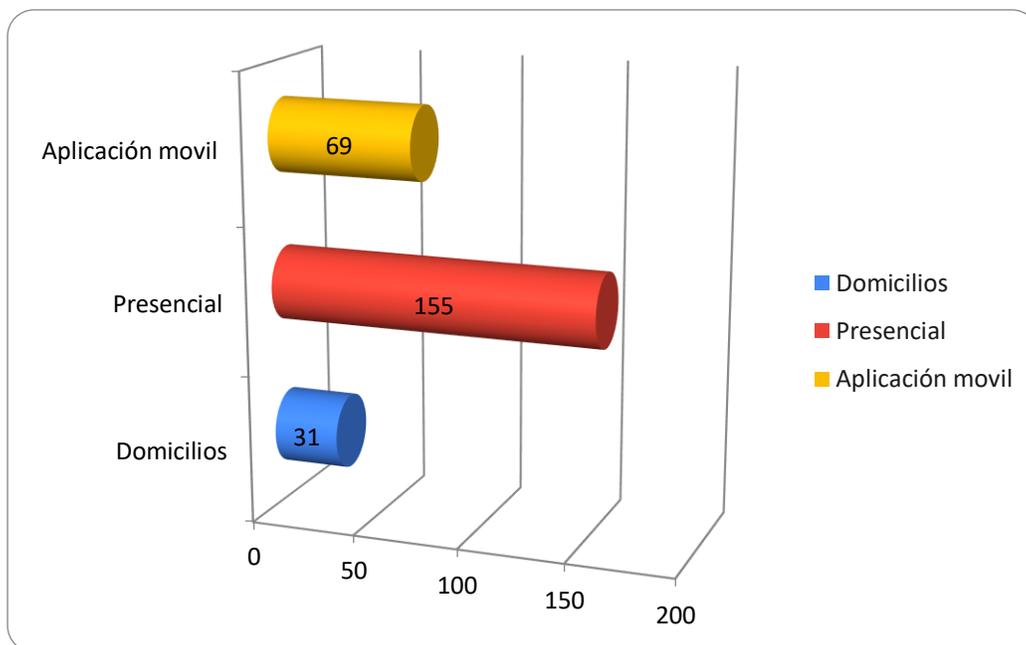
El 68% eligieron que los envoltorios si son muy importantes para el cuidado del medio ambiente y el 32% son personas que no están dispuestos a utilizar estos envoltorios y utensilios.



Gráfica 11. Productos sustitutos

Fuente: Elaboración propia.

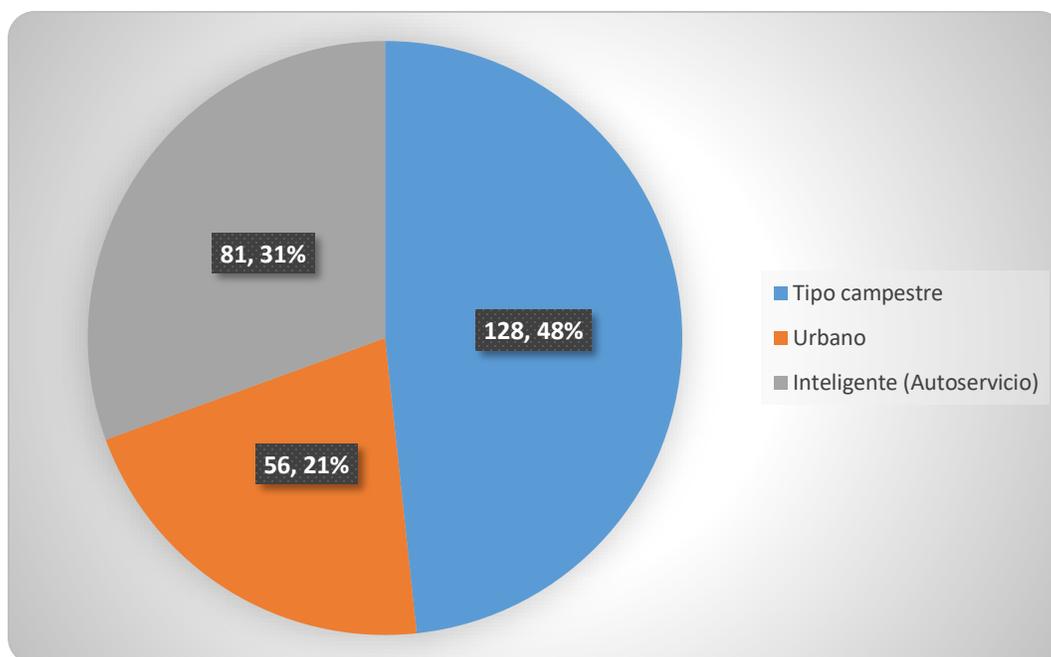
De acuerdo con la información proporcionada por la muestra, se puede interpretar que los productos de acompañamiento del pollo asado presentan una variación amplia, es decir, no hay una opción determinante, a pesar de que el plátano presenta un 32%, no presenta gran ventaja frente a las otras opciones.



Gráfica 12. Canales de comercialización

Fuente: Elaboración propia

El 61% prefieren comprarlo presencialmente pero también ellos le gustaría que nosotros tuviéramos una APP sobre nuestros productos y servicios que le brindamos a este municipio.



Gráfica 13. Atributos del servicio

Fuente: Elaboración propia

El 48% prefieren el tipo campestre ya que el campo significa tranquilidad y confianza a la hora de comer, un número significativo de encuestados, también se guiaron por la opción inteligente (autoservicio), ya que la presencia de asaderos de este tipo es nula en la región.