

**SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DE PRÁCTICAS PROFESIONALES
DEL EMPRENDIMIENTO ALTO DEL MAÍZ**

PROYECTO DE GRADO
PARA OBTENER EL TÍTULO DE
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

PRESENTAN:

KHATERINE ROJAS OLCUNCHE
JAVIER ORLANDO SANTANA ACOSTA

ASESOR:

CARLOS ORLANDO GONZÁLEZ LEÓN.

ZIPAQUIRÁ

2021

DEDICATORIA

Dedico de manera especial este proyecto de grado a Dios y a mi familia quienes han sido mi mayor fuerza y motor en cada paso dado en el desarrollo del programa de admiración de empresas y en el emprendimiento Alto Del maíz, quienes han brindado de su apoyo incondicional.

A mis docentes de la universidad Minuto de Dios, quienes me orientaron en este bonito proceso de formación y de manera especial al profesor Carlos Orlando González León, quien brindo de manera significativa el desarrollo del emprendimiento Alto del Maíz.

Khaterine Rojas Olcunche

Dedico este proyecto de grado a Dios y familia porque son los seres que me han motivado e impulsado para lograr convertir en una realidad este sueño como administrador de empresas y emprendedor.

A mi profesor Carlos Orlando González León por su paciencia y colaboración en el desarrollo de este bonito proceso quien me enseñó a desarrollarme como un profesional y en tener la capacidad de elaborar un plan de negocios para el emprendimiento Alto del Maíz.

Javier Orlando Santana Acosta.

RESUMEN

El siguiente trabajo de grado recapitula la sistematización de las prácticas profesionales en la clasificación de emprendimiento con el proyecto Alto Del Maíz dedicado a la producción y comercialización de productos a base de maíz.

Desglosa los aprendizajes y logros obtenidos en el desarrollo del plan de negocio y la validación del mismo. El emprendimiento Alto del Maíz pretende brindar variedad de productos a base de maíz los cuales sustituyan al trigo ya que sus derivados generan problemas de salud de la población colombiana, cada vez más personas presentan intolerancia al gluten por ello se evidencia que aumenta la cantidad de personas que quieren encontrar productos más saludables.

Potencializar el emprendimiento para generar empleo y que esto aporte al crecimiento económico del país, que el contenido desarrollado en el trabajo de grado sea puesto en marcha, beneficie a la población colombiana y que se convierta en un documento referente para otros emprendedores.

Palabras clave:

Emprendimiento, Crecimiento económico, plan de negocio, Gluten, Estrategias, Maíz, empleo, economía, salud, trigo, producto, salud, país, productor.

ABSTRACT

The following degree project recapitulates the systematization of professional practices in the classification of entrepreneurship with the Alto Del Maíz project dedicated to the production and commercialization of corn-based products.

It breaks down the learnings and achievements obtained in the development of the business plan and its validation. The Alto del Maíz enterprise aims to provide a variety of corn-based products which replace wheat since the products derived from it generate health problems in the Colombian population that have gluten intolerance causing people to want to find a healthier product.

Potentiate entrepreneurship to generate employment and that this contributes to the economic growth of the country, that the content developed in the degree work is launched, benefits the Colombian population and that it becomes a reference document for other entrepreneurs.

Keywords: Entrepreneurship, Economic growth, business plan, Gluten, Strategies, Corn, employment, economy, health, wheat, product, health, country, producer.

Contenido

DEDICATORIA	II
RESUMEN	III
ABSTRACT.....	III
INTRODUCCIÓN	1
1. Antecedentes y contexto de la experiencia.....	2
1.1. Marco contextual.....	2
1.2. Reseña de la experiencia.....	3
2. Descripción del problema necesidad encontrado en la experiencia de práctica.	5
3. Plan de sistematización	6
3.1. Propósito de la sistematización	6
3.2. Alcance	7
3.3. Delimitación temática.....	7
4. formulación del problema de aprendizaje	8
5. Objetivos de la sistematización.	11
5.1. Objetivo general.....	11
5.2. Objetivos específicos.....	11
6. Marco teórico.....	12
7. Planeación y metodología	14
7.1. Soportes y materiales:.....	15
7.2. Identificación de actores e involucrados.....	16
7.3. Herramientas e instrumentos.....	16
7.5. Matriz de actividades y cronograma.....	19
7.6. Reconstrucción de la experiencia.....	20
8. Análisis de la intervención.	20
9. Aprendizajes	25
9.1. Aportes significativos de la experiencia desde lo humano	25
9.2. Aportes significativos en lo profesional.	26
10. Referencias	28
11. Anexos.....	29

Lista de tablas

<i>Tabla 1. Soportes de materiales.....</i>	<i>15</i>
<i>Tabla 2: Identificación de actores involucrados</i>	<i>16</i>
<i>Tabla 3. Herramientas e instrumentos.</i>	<i>16</i>
<i>Tabla 4. Descripción de la fase I de la práctica profesional.....</i>	<i>17</i>
<i>Tabla 5. Descripción de la fase II de la práctica profesional.</i>	<i>17</i>
<i>Tabla 6. Descripción de la fase III de la práctica profesional.</i>	<i>18</i>
<i>Tabla 7. Descripción de las actividades de la sistematización.....</i>	<i>19</i>
<i>Tabla 8. Estudio de la competencia directa e indirecta.</i>	<i>21</i>
<i>Tabla 9. Estudio de la competencia directa e indirecta.</i>	<i>22</i>

Lista de figuras

<i>Figura 1. Planteamiento del problema y necesidad.....</i>	<i>20</i>
<i>Figura 2. Evidencia fotografica de los productos.....</i>	<i>22</i>
<i>Figura 3. Tarjeta digital de contacto del emprendimiento.....</i>	<i>23</i>

INTRODUCCIÓN

El maíz es una de las principales fuentes en la alimentación de América latina y por ende se convierte en una de las más representativas ya que desde la colonia hacia parte de la dieta alimenticia de los indígenas, dando origen a recetas únicas que fueron pasando de generación en generación. En el nuevo milenio, las revoluciones, la entrada de una gastronomía con una producción más industrializada y la implementación en un alto porcentaje del trigo (proveniente de Europa) ha causado que se pierdan las recetas ancestrales de maíz proveniente de los Muisca.

Este emprendimiento se dedica a producir y comercializar productos a base de maíz, busca impulsar el consumo de este cereal, ofreciendo una gran variedad de alimentos a través de recetas ancestrales que le permitan a los comensales disfrutar de sabores tradicionales sin perjudicar su salud, ya que no contienen gluten. Por otra parte, busca rescatar la gastronomía y sabores ancestrales mediante la elaboración de panes, mantecadas, arepas, colaciones, garullas, masato y envueltos de 3 puntas. Este documento pretende sistematizar las experiencias vividas luego de haber desarrollado las prácticas profesionales en la clasificación de emprendimiento, que estuvieron acompañadas por el área de Proyección Social y que permitieron poner en práctica los conocimientos y habilidades adquiridas en el proceso de formación como administradores de empresas.

En primera instancia se diseñó un plan de negocios que muestra la ruta que debe tomar el proyecto en cuanto a su estructura, funcionamiento, viabilidad técnica y financiera.

Para el segundo nivel de la práctica se realiza la validación del modelo de negocio donde tiene como finalidad ver el nivel de aceptación las 4ps (Producto, Plaza, Promoción y Precio) del emprendimiento en el mercado y así mismo definir las actividades principales con las cuales se van impactar en el mercado.

La puesta en marcha es la culminación del proceso de la tercera práctica donde se llevó acabo las estrategias y actividades definidas con anterioridad para así llevar a la realidad el emprendimiento Alto del Maíz con el objetivo de generar ventas y captar nuevos clientes.

1. Antecedentes y contexto de la experiencia

1.1.Marco contextual.

En Colombia el sector de la panadería y la repostería es uno de los negocios más rentables, según la revista semana en una de sus publicaciones menciona que “La producción de la industria panificadora en Colombia registra ventas de más de \$3 billones entre panes industriales, artesanales y productos de pastelería” (Semana, 2014, pág. 2). Evidencia un indicador positivo del sector, y se presenta una gran oportunidad de negocio debido a que las personas recurren con mucha frecuencia a comprar este tipo de productos para incluirlos en su alimentación diaria.

Asimismo, en Colombia aproximadamente hay 25.000 panaderías y repostería, generando 400.000 empleos directos, por lo que es un negocio rentable, facilita un emprendimiento y los resultados financieros se evidencian en un corto y mediano plazo (Semana, 2014, pág. 3). En conclusión, este sector es acogido positivamente en el mercado y aporta a la económica colombiana.

De igual importancia es el impacto que generó la pandemia, donde se evidencio que el 90% de la panaderías y reposterías ya se encuentra operando y tan solo el 10% se encuentra sin operar (Mejia, 2020, pág. 4)., aun así, es un negocio rentable y que lentamente se ha levantado con mayor facilidad a diferencia de otro tipo de negocios donde la reactivación es compleja y lenta.

Los establecimientos de consumo son lugares que actualmente buscan brindar un servicio más cómodo para los clientes, ya que es un momento donde el cliente toma un break o realiza reuniones, por tanto, entre más armonioso el establecimiento es mejor para el consumidor. Luego de una pandemia y el confinamiento por más de un año, muchas personas a través de la virtualidad tomaron la decisión de integrarse nuevamente y utilizar estos puntos para reencontrarse con sus seres queridos, amigos y compañeros, bien sea para tratar temas laborales, cerrar negocios o simplemente para compartir, lo que permite que este tipo de negocios generen consumo masivo y por ende un mayor número de ventas.

1.2. Reseña de la experiencia

Una vez cumplido los créditos académicos necesarios para cursar las prácticas profesionales se presenta el proyecto Alto Del Maíz, al área de Proyección Social que mediante los servicios de emprendimiento que presta el Centro Progresia realiza unas convocatorias para aquellas personas que consideran que tienen una idea de negocio que puedan desarrollar como práctica profesional, seguido de la metodología pitch se eligen los mejores proyectos del semestre, allí fue aceptado el proyecto para iniciar la ruta de emprendimiento productivo.

El primer nivel de práctica profesional consistió en realizar un plan de negocio el cual se desarrolló en seis módulos clasificados de la siguiente manera:

El primer módulo denominado introductorio consistía en definir los objetivos del proyecto, se analizó el entorno a través de la metodología PESTEL, para determinar las amenazas y las oportunidades que traían para Alto del Maíz los aspectos Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ambientales y Legales.

En el módulo dos se realizó un análisis del mercado y la competencia, por medio de encuestas aplicadas de manera digital se logró obtener una muestra de 530 personas a nivel de sabana centro, de este modo se realizó un estudio de los resultados donde se definió la segmentación de mercado, cliente y se establecen las estrategias tanto de producto, plaza, precio y promoción para así mismo diseñar de penetración y comercialización del bien. Finalmente se establece un presupuesto de las estrategias y alternativas definidas.

Por otra parte, se define el precio de venta teniendo en cuenta el estudio de mercado y los costos que conllevan la producción del bien. También se elaboró una estructura de costo total del emprendimiento desde su maquinaria, equipos, utensilios y materia prima acompañada de una respectiva cotización, por último, se realiza el costo de la mano de obra tanto directa e indirecta, una proyección de ventas a cinco años con un crecimiento aproximado del 10% y se establecen políticas de cartera incluyendo a clientes y proveedores.

En el tercer módulo se elaboró la ficha de técnica del producto que contiene la descripción general, materia prima y ciclo de vida. Siguiendo a ello se elaboró un diagrama de flujo que permite identificar el procedimiento de la producción del bien, desde su inicio que es la solicitud del pedido del cliente, hasta su distribución.

Siguiente a ello se enlista organizadamente las necesidades y requerimientos de materia prima, suministros, maquinaria y equipo con sus respectivos proveedores. Después se realiza un plan de producción de ventas que enmarca el inventario inicial, las unidades pronosticadas y el inventario final. Sumado a ello se realiza un costeo por cada producto y un plan de compras para manejar un inventario más preciso y organizado.

En siguiente módulo se elaboró la estructura organizacional, enmarcada en las necesidades de personal del proyecto, se desarrolla el perfil de los diferentes cargos con las funciones y competencias necesarias para su consecución. Adicionalmente se define como se hará la legalización del emprendimiento, definiendo como tipo de sociedad una sociedad por acciones simplificadas S.A.S, ya que facilita su creación, tiene una carga tributaria baja, no posee restricciones en términos de actividades económicas, no está obligada a tener un revisor fiscal y su constitución requiere una documentación mínima.

El módulo financiero permitió conocer la viabilidad del proyecto, se elaboró balance general con relación a las ventas proyectadas, un flujo de caja y un estado de resultados, se determinó el punto de equilibrio del producto para conocer el nivel de ingresos que se deben generar para obtener algún tipo de utilidad y con las conclusiones y aprendizajes se cierra el primer nivel de prácticas.

El segundo nivel de prácticas estaba enmarcado en la validación del plan de negocios, así como de sus estrategias, por tanto, se realiza un segundo pitch donde cada emprendedor define un cronograma de actividades para validar el plan de negocios. Teniendo en cuenta el requerimiento se presenta el emprendimiento Alto del Maíz donde es seleccionado y con la mentoría del primer interlocutor Carlos Orlando González León del primer proceso realiza el acompañamiento nuevamente e inicia el cumplimiento del cronograma planteado.

Para esta segunda práctica se establecen los objetivos de la validación, se realiza la aplicación de un instrumento de recolección de datos (encuestas) para la validar los cuatro aspectos más importantes de las estrategias plaza, producto, precio y promoción.

Una vez realizada la primera validación de estrategias se procede a utilizar la herramienta Google trends y así medir la frecuencia con la que los clientes buscan este tipo de productos y en qué sectores del país es mayor la participación de consultas.

En cuanto a la validación de la planeación estratégica se utilizó la metodología de Canva para desarrollar la propuesta de valor que es la carta de navegación para definir la misión, visión y valores del emprendimiento. Luego se elaboró un diagnóstico organizacional a través de la matriz DOFA que

permitió identificar los aspectos internos de la empresa para hacer frente a las amenazas y aprovechar las oportunidades que se presenten.

Por otra parte, y con el objetivo de atraer nuevos clientes, generar más ventas y darse a conocer Alto del Maíz de apertura sus cuentas de redes sociales (Facebook e Instagram) y página web, generando contenido para la realización de campañas de expectativas y por medio una aplicación en 3D se elabora el diseño de área de producción y consumo.

La última práctica profesional se basa en tres partes: la primera parte es introductoria y la definición de objetivos de la puesta en marcha del emprendimiento, siguiente a ello se inicia la constitución legal del emprendimiento como Alto del Maíz S.A.S (Sociedad por Acciones Simplificada), tipo de empresa seleccionado por las condiciones benéficas nombradas anteriormente y que se encuentran plasmadas en el plan de negocios.

La segunda parte consistió en la compra y adquisición de un vehículo para el transporte de materia prima, suministros y productos. Por consiguiente, se planeó un viaje a Gacheta donde se realizó una investigación de nuevos productos para implementar en el portafolio.

La tercera parte se realizó una sección de fotos de los productos a ofrecer para crear un portafolio y para crear el contenido más actualizado que el anterior creado en la segunda práctica y da inicio con una campaña publicitaria más atractiva teniendo en cuenta las estrategias plasmadas en el plan de negocio con la idea principal de generar ventas y captar nuevos clientes para el Alto el Maíz.

Para culminar el proceso se realiza el informe de los resultados logrados en el cierre final de la tercera práctica profesional.

Las tres prácticas profesionales se realizaron con éxito dejando aprendizajes que permitieron llevar una idea de negocio a un plan y luego a una realidad, donde se aporta a la economía del país y genera oportunidades de empleo para los colombianos.

2. Descripción del problema necesidad encontrado en la experiencia de práctica.

Es importante mencionar que según la revista especializada *Ialimentos* en uno de sus artículos publicados la nutricionista Elisabeth Gómez menciona que se desconoce el porcentaje de la población colombiana que padecen de enfermedades celíacas o intolerantes al gluten sin embargo se estima que tan solo el 2% la padecen, aunque es un porcentaje diminuto, una gran cantidad de personas están buscando cambiar su dieta alimenticia generando una necesidad de nuevos productos. (Gómez, 2019).

De acuerdo con lo anterior Alto del maíz nace para brindar un producto saludable, libre de gluten, y que está dispuesto a ofrecer variedad en productos y recuperar a través de sus sabores la historia ancestral.

Actualmente muchos colombianos están acogiendo las nuevas tendencias de alimentación a base de productos artesanales, ya que identifican que estos traen beneficios para la salud y previenen enfermedades futuras.

Por tanto, Alto del Maíz promete que sus productos son 100% de maíz, materia prima natural conectando con la historia artesanal. Según (Fenalce, 2019) en un informe realizado menciona que un colombiano consume 30kg de maíz en un año y tan solo el 9% lo implementa en su dieta diaria demostrando que es un producto sano y que aporta significativamente nutrientes al organismo mejorando su salud y previniendo enfermedades futuras. Debido a esto se puede establecer que esto genera un indicador positivo ya que la población colombiana se ve interesada en consumir este cereal en beneficio para su salud y están interesados en la variedad de productos que se puede ofrecer.

Según Luz Amparo Urango en un artículo publicado en la revista de alimentos UdeA argumenta que “los nutricionales de composición proximal del maíz y los productos de este contienen un porcentaje de carbohidratos en el rango de 44,8-69,6%, 11,6-20% de humedad, 4,5-9,87% de proteína, 2,17-4,43% de grasa, 2,10-26,77% de fibra y 1,10-2,95% de cenizas” (Urango, 2018, pág. 116). En conclusión, el maíz es un cereal rico en minerales y vitaminas, en comparación con el trigo, el maíz es un sustituto y aporta a la salud del consumidor, adicional es un alimento que en el trascurso de la historia latina fue uno de los principales alimentos de los indígenas, ya que existieron variedad de productos a base de maíz dentro de su gastronomía que con el tiempo tendieron a desaparecer, sin embargo, este emprendimiento llega con el propósito de revivir esas recetas e historias que se han ido perdiendo en el tiempo y adicionalmente contribuir a la sana alimentación de los colombianos.

3. Plan de sistematización

3.1. Propósito de la sistematización

La realización de esta sistematización pretende ser motivo de inspiración para los estudiantes y graduados de la Corporación Universitaria Minuto de Dios con el emprendimiento Alto del Maíz demostrando que sin importar la carrera que haya cursado no necesariamente siendo administración de empresas, puede emprender y creer en sus ideas de negocios, ya que en conjunto con la innovación

pueden dar solución a una necesidad o problema y brindar oportunidades laborales dentro de las comunidades.

También lograr que la comunidad educativa considere en el emprendimiento una opción para generar ingresos y convertirse en empresarios, brindando de esta manera oportunidades de empleo y contribuir al desarrollo de la economía colombiana, se quiere motivar a otros emprendedores para que se empoderen de sus proyectos de vida para llevarlos a la realidad y que estos no queden plasmados únicamente en papel solo por cumplir un currículo.

3.2. Alcance

El emprendimiento Alto del Maíz inicia con la estructuración de un plan de negocio, la validación del mismo, hasta la puesta en marcha, delimitando su operación inicialmente en el municipio de Chía cerca de la avenida Pradilla, actualmente opera de manera digital a través de las redes sociales Facebook, Instagram, página web y en un mediano plazo se proyecta la apertura de un establecimiento físico para la comercialización de los productos.

3.3. Delimitación temática

¿En qué aspectos consideran que, como emprendedores, se vieron más fortalecidos al recibir el apoyo de Proyección Social?

Alto Del Maíz era una idea de negocio básica con productos innovadores, sin embargo, con el acompañamiento de centro progesa se logró ampliar la visión del negocio, lo que permitió convertir este modelo de negocio en una opción para aquellas personas que buscan consumir alimentos libres de gluten, pero rescatando los sabores ancestrales, a través de la venta de productos de maíz. Por otra parte, se innovó en el servicio al cliente ofreciendo practicidad a la hora de realizar el pedido y entrega de los productos, implementando tecnología de punta en el área de consumo.

Dentro de los seis módulos que se debían desarrollar en el plan de negocio y su respectiva validación de producto, precio, plaza y promoción, se crearon estrategias que permitieron validar el producto en el mercado, segmentar el cliente, analizar la competencia y estudiar el mercado para realizar una mejor proyección de ventas basada en datos y estadísticas, se reforzó la toma de decisiones gerenciales, el análisis financiero y conocer la rentabilidad del negocio.

Se potencializan los conocimientos en marketing y formulación de estrategias comerciales que permitieron la consecución de nuevos clientes, se aprendió a utilizar las herramientas tics para la consolidación y fidelización del negocio

4. Formulación del problema de aprendizaje

¿Por qué realizar la sistematización de práctica profesional?

Recopilar todos los aprendizajes importantes de la práctica profesional y sistematizarlos. Que este emprendimiento se convierta en motivo de inspiración para los estudiantes y graduados, impulsando a que se atrevan a trabajar a en sus proyectos de vida sin temor a tener el pensamiento que es inadecuado porque puede tener un potencial alto que genere un gran impacto dentro de una sociedad.

La página Admirals comparte la siguiente frase de motivación del Según Jordán Belfort "Lo único que se interpone entre tú y tu objetivo es la excusa que sigues poniéndote sobre por qué no puedes lograrlo" (Admiral Markets, 2020). El señor Belfort es un referente motivacional ya que sus frases inspiraron al equipo emprendedor a desarrollar como práctica profesional en emprendimiento y luego de ello sistematizarla. Respecto a su frase es comprobar que efectivamente las excusas son el motivo principal del fracaso o de siempre estar en el mismo punto ya que si nunca se toman riesgos en la vida nunca se podrá saber si funciono o que pudo a haber pasado, hoy con gran felicidad Alto del Maíz es una realidad y es un emprendimiento con gran potencial ya que ayudará desde el pequeño productor, las personas que trabajaran en la organización hasta al cliente final.

De todas las frases publicadas por la página Admirals, hay una la cual se identifica Alto del maíz y es donde menciona el señor Belfort que "La forma más fácil de ganar dinero es crear algo de tanto valor que todos quieran salir y dar más valor a esa creación. Después, el dinero llegará automáticamente" (Admiral Markets, 2020). Ahí es donde el emprendimiento toma relevancia, ya que bajo esta premisa nació esta idea y su propuesta de valor es "conecta con la historia, reviviendo el sabor ancestral", es brindar un producto o servicio donde el consumidor sea feliz que ame el producto y desee volver y tanto así que le da un valor tan significativo de seguir recomendando a más personas para que lleguen y consuma tu producto. No es crear un negocio porque si o con objetivo del lucro sino de brindar algo tan bueno que enamore al mercado. La esencia de Alto del Maíz es brindar variedad en productos que se han perdido en el tiempo y quiere recordar por medio de los sabores revivir lo ancestral y ofrecer un producto saludable.

Actualmente el consumo de trigo es alto y esto se evidencia en la gran cantidad de productos que se encuentran disponibles en el mercado, que están afectando significativamente la salud de las personas.

Según Simón Stacy en un artículo publicado en la revista American Cancer Society resalta que “una dieta sin gluten puede ayudar a algunas personas con síndrome de colon irritable, el trastorno neurológico de ataxia por gluten, diabetes tipo 1 y enteropatía asociada al VIH.” Citado por (SIMON, 2019). En concordancia con lo expresado allí, se hizo necesario buscar un producto sustituto del trigo y esto lo logra el maíz ya que es un cereal libre de gluten, que beneficia la salud de las personas y contiene altos niveles de fibra ya que previene las hemorroides, promueve un crecimiento correcto, protege la salud cardiovascular, previene la anemia, mejora la piel y ayuda con el sistema digestivo de las personas. Debido a todos estos beneficios Alto del Maíz ofrece variedad en productos fuera de los más comunes que es la arepa tradicional del maíz, los envueltos, masato, entre otros sino traer productos novedosos para el consumo diario como el pan, la garulla, la mantecada, la colación, todos derivados de este cereal y brindar la variedad necesaria para que las personas puedan escoger como armar sus desayunos, onces y cenas con los productos.

¿Qué aspectos centrales de la experiencia se quiere sistematizar?

El primer aspecto que se quiere sistematizar es la aplicación del proceso administrativo donde lo que se implementó en el proyecto estuvo orientado al desarrollo de un plan de negocios, allí se logró hacer una planeación de objetivos, estrategias, proyecciones de ventas y todo lo que tenía que ver con la estructura organizacional y de operación del negocio.

Las personas, instituciones, emprendimientos y empresas no planean fracasar, pero fracasan por no planear. Es ahí donde elaborar un plan de negocios toma gran importancia, el planificar ayuda a establecer un orden en cada eventualidad, también a definir estrategias y actividades para cumplirlas en un tiempo determinado, apuntando al cumplimiento de las metas, a las que se les debe hacer un seguimiento para llevar un control.

Realizar la planeación estrategia del proyecto permito definir una misión, visión y valores lo que ayudó a proyectar para donde va la organización y en que se quiere convertir, es un aspecto importante en el desarrollo de cualquier proyecto ya que define el rumbo y se convierte en la carta de navegación frente a las necesidades del cliente.

La generación de innovaciones tanto en productos como en servicio al cliente, ya que es importante brindar un producto diferente y que genere experiencias que perduren en el tiempo.

Los números son un factor decisivo a la hora de emprender por eso es importante sistematizar este aspecto en cuanto a la forma adecuada de analizar, verificar y determinar las variables que permitan conocer la viabilidad y rentabilidad del negocio

La importancia de emprender y creer en sus negocios, tomar la decisión de emprender y ser dueños de sus propios negocios es la mejor decisión que puedan tomar. En un seminario del señor Jordán Belfort manifestaba que, si no tienes tiempo para disfrutar la vida, para compartir con su familia y tener tiempo para ti mismo te preguntarías a ti mismo ¿Qué estaba haciendo? Porque esas cosas requerían de tiempo y dinero por tanto si donde estas actualmente no te dan el tiempo ni el dinero necesario entonces ¿Qué haces ahí? entregando la vida a una organización quien no te da para ser realmente feliz. Sí donde hoy estas no te hacen lo suficiente feliz déjalo y busca lo que realmente te guste y te dé para ser feliz. Promover un emprendimiento no va a hacer tarea fácil, pero si estás haciendo lo que te gusta no va a hacer difícil si trabajas en lo que te gusta siempre lograras tus objetivos y adicional a ello el poder generar oportunidades que aporten a la economía de su país ayuda al crecimiento y a que muchas familias se beneficien porque al brindar empleo con un sistema justo y digno ayudara a prosperar a tu negocio.

¿Para qué se quiere sistematizar?

Para ser un referente en emprendimiento y así los estudiantes de las universidades que deseen consultar el documento encuentren en él la inspiración suficiente para desarrollar sus emprendimientos llevándolos a la realidad, que crean en su idea de negocio porque tal vez otra persona con la misma idea si los pueda ejecutar exitosamente y después quede el sinsabor de no haber sido un poco más arriesgado y perder esa oportunidad.

También se sistematiza para cumplir con los requisitos de graduación ya que esta modalidad es viable para el proceso de opción de grado. Adicional a ello poder evidenciar los aprendizajes alcanzados y los logros obtenidos en las últimas tres prácticas realizadas que han permitido subir el nivel y en conjunto lograr un sueño de terminar la carrera profesional como Administradores de Empresas e implementar un negocio propio.

5. Objetivos de la sistematización.

5.1. Objetivo general

Recopilar los aspectos más significativos de la experiencia de cursar la práctica profesional en emprendimiento y el desarrollo del proyecto Alto del Maíz.

5.2. Objetivos específicos

- Describir la experiencia vivida sobre el desarrollo y validación del plan de negocio.
- Identificar como se fortalecieron los aprendizajes del aula y su aplicación en el proyecto.
- Presentar los principales resultados obtenidos en las fases desarrolladas.

6. Marco teórico

Actualmente se evidencia problemas de salud debido a la mala alimentación o al exceso de harinas, calorías y grasas dañinas para el organismo, sin embargo, hoy en día se evidencia graves problemas debido al gluten que es el causante del desarrollo de enfermedades celiaca, según la clínica de la universidad la Navarra menciona que “una proteína llamada gluten, que se encuentra en los cereales (trigo, avena, cebada, Centeno). Cuando toman alimentos que contienen gluten, su sistema inmune responde y se produce el daño en la mucosa del intestino delgado.” (Clinica la Navarra, 2020) por consiguiente el trigo que es un alimento que está presente en todo momento dentro de la alimentación diaria de los colombianos, sin embargo, los médicos recomiendan tratar de reemplazarlo por otras alternativas de alimentación que contengan mayor fibra y sean naturales. Según menciona la página del maíz los principales beneficios al consumir maíz son: más energía, mejor funcionamiento del sistema digestivo, reduce la absorción del colesterol malo y del azúcar, son buenos contra el estrés y la depresión y para las personas que se dedican al deporte les ayuda a recuperar el glucógeno de los músculos (Delmaíz.info).

En los últimos días del mes de octubre del 2021 hay reportes de un alza en los precios del pan de trigo en Colombia, donde indican que se acabara el pan de 300 ya que el precio alto del trigo está obligando a esta alza según el periódico el tiempo resalta que “Colombia importa el 99,7 % del trigo que consume. Estados Unidos y Canadá, principales fuentes.” (El Tiempo, 2021) es una cifra alarmante porque esto traduce que muchas familias colombianas en su mayoría consumen productos derivados al trigo por ende se presentan numerosas enfermedades. Es el momento de crear conciencia y cambiar las tendencias de alimentación y buscar productos sustitutos como el maíz que es un cereal que anteriormente se menciona que aportan beneficios para la salud y adicional que es un producto nacional que desde la prehistoria ha sido una de las primeras fuentes de alimentación y fuentes de ingresos. Entonces porque razón no optar por consumir un producto saludable, de buen sabor y que aporta a los productores nacionales del maíz.

En la página oficial de la universidad Tadeo existe un artículo escrito por estudiantes de periodismo donde hace énfasis en que los colombianos al igual que muchos países latinoamericanos, han creado una cultura alrededor del maíz y por ello reciben el nombre de hijos del maíz, es un legado que dejaron los padres indígenas quienes crearon toda una gastronomía con este cereal y se volvió una fuente de alimentación para muchas familias, actualmente en regiones indígenas y resguardos siguen

consumiendo este alimento como fuente principal de su dieta y aún conservan sus recetas, a pesar que con el paso del tiempo estas se han perdido debido a la industrialización y al alto consumo de trigo.

El maíz es originario de México donde los Mayas lo tenían como su alimento principal y de adoración para sus dioses ya que el maíz era como el oro y su respeto ante este alimento era muy sagrado en las historias ancestrales y con el tiempo lo extendieron por todo Latinoamérica y era el comercio entre los indígenas, los muiscas entre otras tribus encargadas de comercializar este cereal. (Londoño, s.f.)

El maíz tiene un valor muy alto según la Federación Nacional de Cultivadores de Leguminosas, Cereales y Soya. El cultivo de este cereal es el tercero con mayor superficie de siembra seguido del arroz y el café. (Fenalce, 2019, pág. 8). Lo que indica que hay que potencializar el comercio del maíz en Colombia y apoyar a los pequeños productores de maíz quienes generan pocas ganancias ya que el intermediario les compra un precio muy bajo generando pérdidas o en muchas ocasiones no alcanzan a recuperar sus inversiones, por tanto unos de los objetivos de Alto del Maíz es apoyar al pequeño productor comprando la materia prima directamente sin realizar compras de maíz importado por su mala calidad y porque afecta al productor nacional, por otro lado el año 2020 tiempos de pandemia los maiceros sufrieron un golpe bajo ya que según la revista semana público un artículo donde mencionaba que “Campesinos piden derogar decreto que quita aranceles al maíz importado.” (Semana, 2020), es notoria la inconformidad pues esto generaría un impacto negativo para cerca de 390.000 millones de familias que producen este cereal, ya que al cargar 0% de arancel al maíz importado, no permite que la producción nacional no sea rentable. El gobierno no genera subsidios para los productores de este cereal, sin embargo, si existen ayudas para los productores extranjeros.

El emprendimiento colombiano es amplio, según un artículo de la Revista de la EAN “empresarios hechos a pulso” que se encuentra en el repositorio de la biblioteca Rafael García Herreros y que se refiere a una idea de negocio sobre la chucula de maíz resalta que esta “Es una bebida caliente a base de maíz, quinua, avena, ajonjolí, cacao, maní, clavos, panela y canela, que guarda en su interior el secreto de la bebida más espumosa, dulce, espesa y deliciosa que jamás se haya probado, y con el secreto más grande «el sabor de las abuelas»” (Rubio Guerrero & Parra Alviz, 2018) de acuerdo con lo anterior es un chocolate, pero de maíz y es muy interesante para aquellas personas que no le gusta el chocolate y tiene alguna intolerancia, se puede evidenciar que el maíz no solo puede ser un producto comestible sino también bebible tanto en frío, caliente y que hay múltiples de recetas en torno a este cereal hasta las mismas artesanías.

El desarrollo económico del país después de pandemia sufrió en un alto nivel ya que una cantidad de pequeñas empresas o trabajos informales que quebraron y no pudieron seguir trabajando, es importante la llegada de nuevos emprendimientos y el apoyo del gobierno debe ser amplio. En años anteriores según la revista El Heredado dice que “De cada 100 empresas creadas, 34 sobreviven después de cinco años” (Romo, 2019, pág. 3). Esto equivale a un 34% es un preocupante ya que después de 5 años solo se mantengan esa cantidad, tal vez la falta de educación frente a un negocio la falta de conocimiento en ayudas que brinda el gobierno. Por otro lado, es de gran importancia en este momento la ayuda del gobierno para los emprendedores porque si se analiza el impacto de la pandemia fue fuerte, las pymes brindan un aporte a la economía del país según la revista Semana “cerca del 38% del PIB total y solamente el 50% de las mis pymes colombianas sobreviven el primer año y solo el 20% al tercero.” (Semana, 2015, pág. 5). Una de las principales causas por las que las empresas no se sostengan en el tiempo es la falta de conocimiento e innovación, por este motivo es importante resaltar que la implementación de un plan de negocio es fundamental para el desarrollo de los emprendimientos, porque dentro de este es necesario analizar la innovación como el valor diferencial del proyecto y de esa manera permitirá construir las estrategias, actividades y metas para trabajar y lograr un negocio prospero.

7. Planeación y metodología

Fase 1: Descripción de la experiencia vivida sobre el desarrollo y validación del plan de negocio.

Consistió en recopilar cada momento importante en el desarrollo en la práctica profesional en este caso el impacto que se obtuvo al elaborar un plan de negocios, cómo fue creciendo la idea de negocio y la validación del proyecto genero un segundo estudio en cuanto a la aceptación del mercado, todas estas actividades permitieron determinar la viabilidad del negocio.

Fase 2: Fortalecimiento en los aprendizajes del aula y su aplicación en el proyecto.

Dentro de la experiencia vivida se fortaleció los aprendizajes desarrollados en el programa y así mismo aplicarlos en el proyecto para lograr crear un negocio con un gran potencial, el seguimiento por parte de centro progresas implicó tener un resultado óptimo ya que es un emprendimiento que se llevó a la realidad.

Fase 3: Resultados y aprendizajes.

Se resaltan los principales resultados concluyendo los aprendizajes obtenidos en el transcurso del proceso y se resalta la importancia de la investigación, las fuentes consultadas para así construir la sistematización y desarrollar un documento donde se logra reconstruir las vivencias de los últimos

tres semestres en los que se desarrolló las prácticas profesionales en la clasificación de emprendimiento.

7.1. Soportes y materiales:

Tabla 1. Soportes de materiales

Fuentes de información	Descripción.
Revista semana Revista Ialimentos Revista American Cancer Society Revista Udea Revista Heredado Revista el Tiempo	Fuentes de consultas para obtener información del comportamiento del maíz, el impacto económico que aporta este cereal, adicional a ello permitió ver la rentabilidad de las panaderías y reposterías a nivel nacional ya que el emprendimiento va ligado a ese entono y por último se permite estudiar el comportamiento histórico que tiene al desarrollar un emprendimiento en el territorio nacional y sus apoyos por parte del gobierno.
Documento de las tres prácticas profesionales. Documento Fenalco	Permiso recopilar la experiencia vivida. Permiso hacer un análisis del mercado.
Ley 2069 de 2020 Lineamientos para emprendimiento acuerdo 014 de 2018 Ley 1014 de 2006	Investigación de beneficios tributarios, respecto a la legalización del emprendimiento.
Documento del Maíz Artículo de la U Tadeo Biblioteca Padre Rafael García Herreros Página de la Navarra Documentos referenciales de otras instituciones.	Complemento la investigación para el desarrollo teórico del documento de la sistematización.

Fuente: Elaboración equipo emprendedor.

7.2. Identificación de actores e involucrados

Tabla 2: Identificación de actores involucrados

Actores involucrados	Interés	Grado de interés
Clientes.	Adquirir los Productos	Alto
Proveedores.	Brindar las materias primas	Alto
Inversionistas.	Participación en el emprendimiento.	Alto
Universidad.	Apoyo a la estructuración	Alto
Colaboradores.	Oportunidades de ingresos /empleo	Alto
Acreedores.	Obtención de Créditos	Alto
Gobierno municipal.	Crecimiento económico. / Impuestos	Medio
Propietarios	Rentabilidad y generación de empleo	Alto
Comunidad	Producto saludable	Alto
Medios de comunicación.	Publicidad	Alto

Elaboración: Equipo emprendedor.

Las personas interesadas son aquellos quienes van a intervenir en el emprendimiento alto del maíz para consumir el producto, financiarlo o que aporta al entorno económico y como se observa en la fig.1 se detalla en lista cada uno de estos actores, su interés y su grado de importancia que tiene respecto al proyecto. Estos actores ayudaran a hacer crecer el negocio y que pueda desarrollarse exitosamente.

7.3. Herramientas e instrumentos.

Tabla 3. Herramientas e instrumentos.

Herramientas e Instrumentos.	Descripción
Encuestas virtuales	Permitió estudiar y validar las 4ps.
Matriz PESTEL	Permitió Analizar el entorno.
Matriz DOFA	Conocer Debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas, así mismo definir estrategias.
Modelo canva: propuesta de valor	Crear propuesta de valor bajo la definición y segmentación del cliente.
Google trends	Evidenciar el nivel interés de las personas frente a los productos a ofrecer.

Fuente: Elaboración equipo emprendedor.

7.4. Fases y procesos

En la práctica I consistió en la construcción del emprendimiento a través de la elaboración de un plan de negocios que fue dado por las siguientes fases y procesos.

Tabla 4. Descripción de la fase I de la práctica profesional.

Fase	Proceso	Objetivo
Práctica 1	Introducción	Definir los objetivos y estudio del entorno.
	Módulo de mercado	Estudiar las 4ps y definición de las estrategias por medio de la investigación del mercado.
	Módulo operación	Preparar de la organización, estudio de necesidades, requerimientos, definición de costos, proyección en ventas de producto y ficha técnica de los productos.
	Módulo Organizacional	Estructurar emprendimiento en el área de talento humano y estudio tributario más conveniente para la organización.
	Módulo financiero	Definir el plan financiero, es el que soporta como se financiara el plan de negocios.
	Conclusiones y aprendizajes	Analizar de manera global lo elaborado en el plan de negocio. Evaluar los logros y objetivos alcanzados.

Fuente: Elaboración equipo emprendedor.

La práctica II consistió en la validación del plan de negocio permitiendo ver la aceptación de los productos ofrecidos en el mercado su desarrollo fue comprendido de la siguiente manera.

Tabla 5. Descripción de la fase II de la práctica profesional.

Fase	Proceso	Objetivo
Práctica 2	Introducción	Definir los objetivos de la validación del plan de negocio.
	Validación de plan de negocio.	Validar las estrategias definidas y las 4ps
	Diagnostico Organizacional	Construir la propuesta de valor para que bajo ella se definiera la misión y visión del emprendimiento.
	Puesta en marcha estrategias	Diseñar boceto de área de producción y consumo. Adicional la creación de página web y redes sociales.
	Aprendizajes y conclusiones.	Compartir los logros alcanzados y las enseñanzas como administradores y persona.

Fuente: Elaboración equipo emprendedor.

Para la práctica III fue la puesta en marcha del emprendimiento consistió en llevar a cabo el plan de negocio desarrollado en los dos módulos anteriores y se basó en:

Tabla 6. Descripción de la fase III de la práctica profesional.

Fase	Proceso	Objetivo
Práctica 3	Introducción	Definir los objetivos para la puesta en marcha del plan de negocio.
	Legalización del emprendimiento.	Seleccionar el tipo de empresa y oportunidades tributarias.
	Implementación de Estrategias de ventas y fidelización	Realizar campañas de expectativa para llamar la atención del mercado.
	Implementación de la estrategia de Distribución	Obtener medio de transporte para la distribución de materia prima y entrega de producto.
	Investigación de nuevos productos	Implementar nuevos productos novedosos al portafolio de productos de Alto del Maíz.
	Producción y comercialización	Generar ventas y captar nuevos clientes, mediante a las campañas publicitarias.
	Resultados obtenidos y conclusiones	Compartir los logros de los objetivos y compartir la importancia de realizar un plan de negocios.

Fuente: Elaboración propia.

7.5. Matriz de actividades y cronograma.

Tabla 7. Descripción de las actividades de la sistematización.

Cronograma					Diagrama de Gantt																	
Objetivos específicos	Actividades	duración (semanas)	Fecha inicio	Fecha final	semanas de trabajo																	
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16		
1. Describir la experiencia vivida sobre el desarrollo y validación del plan de negocio.	Introducción	1	13-ago	20-ago	X																	
	Antecedentes y contexto de la experiencia																					
	Reseña de la experiencia.	1	16-ago	20-ago		X																
2. Identificar como se fortalecieron los aprendizajes del aula y su aplicación en el proyecto.	Descripción del problema necesidad encontrado en la experiencia de práctica	1	23-ago	27-ago			X															
	Plan de sistematización.	2	27-ago	3-sep				X	X													
	Propósito de la sistematización.																					
	Alcance																					
Delimitación temática.	1	6-sep	10-sep						X													
3. Presentar los principales resultados obtenidos en las fases desarrolladas	Formulación del problema de aprendizaje	1	10-sep	15-sep							X											
	Objetivos sistematización.	2	16-sep	30-sep								X	X									
	Marco teórico.																					
	Planeación y metodología.	1	1-oct	8-oct										X								
Análisis de intervención.																						
4. Resultados y discusión	Aprendizajes personales.	2	22-oct	30-oct											X	X						
6. Revisión final de documento	Entrega de documento terminado.	1	30-oct	26-oct													X	X				
	Sustentación documento.	2	4-nov	15-nov																X	X	

Fuente: Elaboración equipo emprendedor.

7.6. Reconstrucción de la experiencia.

Alto del maíz nace de dos jóvenes universitarios pertenecientes a la Corporación Universitaria Minuto de Dios, del programa de Administración de Empresas, este equipo emprendedor identifica una problemática general sobre la intolerancia al gluten y una carencia en la variedad de productos sustitutos al trigo, por ende, deciden promover productos de maíz ya que es un cereal saludable que aporta a la salud de los colombianos, también evidencian la pérdida de la gastronomía ancestral y deciden revivir mediante los sabores la cultura que se ha perdido con el pasar de los años.

Consecuente a ello toman la decisión de llevarlo a la realidad, desarrollando productos a base de maíz totalmente saludables en Sabana Centro, aprovechando la oportunidad de desarrollar como práctica profesional con emprendimiento permitió diseñar un plan de negocios donde se definieron estrategias y se implementó investigación e innovación a la propuesta de valor, para así establecer una posición en el mercado.

Luego de ello se realizó la validación del mercado en lo que consistió esta segunda parte en validar el plan de negocio para ver el impacto del mercado y su aceptación, para ver su rentabilidad y las acciones a tomar.

Por último, se realiza la puesta en marcha que busca llevar a la realidad el emprendimiento y poner en acción el plan de negocio para lograr en un mediano plazo el reconocimiento por ser una línea artesanal saludable, nutritiva, con alta tecnología y sabor ancestral.

8. Análisis de la intervención.

En la primera práctica se desarrolló del plan negocio donde se identifica la problemática y necesidad del negocio que es la intolerancia al gluten, la falta de variedad en productos de maíz y rescatar la historia ancestral.

Figura 1. Planteamiento del problema y necesidad.



Fuente: Elaboración propia.

Seguido a ellos se realiza unos estudios en mercado mediante la herramienta encuestas donde se lograron definir los siguientes resultados:

Segmentación de clientes: Hombres y mujeres de las edades de 18 años a 65 años, con niveles de ingresos entre 1 y 2 SMLV, pertenecientes a los estratos socio económicos del 1 al 4, estas personas desean consumir un producto natural, artesanal, nacional y llevar un estilo de vida saludable, ubicados en la ciudad de Zipaquirá Cundinamarca.

Análisis de la competencia: Se realizó un análisis de la competencia para determinar sus fortalezas y debilidades y de esta manera competir de una manera leal, sacando el mayor potencial de la propuesta de valor, como resultado de ello se contemplaron las siguientes:

La **Magola** competidor directo se encuentra ubicado en la ciudad de chía en la avenida pradilla junto al jumbo, tiene 57 años en el mercado, maneja unos precios altos frente a los productos que manejan como panes, mantecada y colaciones a base de maíz entre otros, sin embargo el bajo concepto de los clientes que han visitado el sitio han comentado que es un lugar muy básico y que ha ido perdiendo la calidad, los precio muy altos de acuerdo a lo que ofrecen, ya que maneja unos precios altos frente a los productos que manejan como panes, mantecada y colaciones a base de maíz entre otros, sin embargo el concepto que tienen los clientes que han visitado el sitio es muy bajo pues lo identifican como básico y que han ido perdiendo la calidad, los precio muy altos de acuerdo a lo que ofrecen.

Dan a conocer sus productos por medio de redes sociales como Facebook a pesar de que no interactúa mucho en ellas, la Magola se enfoca en el segmento de vender productos artesanales.

Tabla 8. Estudio de la competencia directa e indirecta.

Competidor directo					
Nombre de la Empresa Competidora	Ubicación	Productos o Servicios que Ofrece	Precios de los Productos y Servicios	Medios de Difusión	Imagen y Posicionamiento
LA MAGOLA	Avenida pradilla, al lado del jumbo, en el municipio de chía.	Mantecadas, panes, colaciones, garullas, Arepas de maíz.	Mantecadas de maíz \$15.000 panes de Maíz \$1000 colaciones de maíz \$4000 garullas de maíz \$1500 Arepas de maíz. \$ 3500	Redes sociales	

Fuente: Elaboración equipo emprendedor.

Salto del Horno es un negocio que nació hace 5 meses, maneja unos precios alcanzables frente a los productos que manejan como panes artesanales a base de trigo, según los clientes han visto un producto bueno y artesanal por lo tanto sus clientes dan buenas referencias, sin embargo, hay personas enfermas y no pueden consumir los productos que ofrece ya que les causa daño.

Sus medios de comunicación para llegar a los clientes son por medio de publicidad en redes sociales.

Tabla 9. Estudio de la competencia directa e indirecta.

competidor indirecto					
Nombre de la Empresa Competidora	Ubicación	Productos o Servicios que Ofrece	Precios de los Productos y Servicios	Medios de Difusión	Imagen y Posicionamiento
EL SALTO DEL HORNO	Villa chía, en la ciudad de chía, Cundinamarca.	panes artesanales a base de trigo	Pan integral de semillas: \$8500 pan de frutas \$ 8500 Pan semi integral \$ 500.	Redes sociales	

Fuente: Elaboración equipo emprendedor.

Para la segunda práctica profesional se realizó la validación del mercado para determinar la acogida de los productos por medio 545 encuestas realizadas se obtuvieron los siguientes resultados.

Producto: El grado de interés por los productos a base de maíz es del 80%, se evidencia que el 98,1% califican a los productos como excelentes, se empeñan por encontrar un endulzante natural y el 97% desean poder complementar con bebidas de origen artesanal.

Figura 2. Evidencia fotografica de los productos.



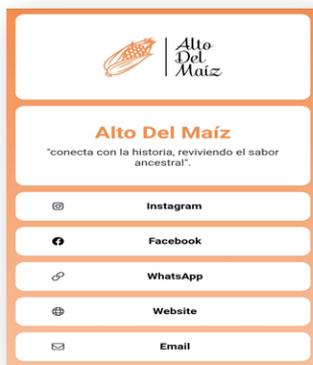
Tomada por: equipo emprendedor.

Plaza: El 32% de los encuestados optan por encontrar a Alto del Maíz en el centro de la ciudad, donde piden contar con un amplio parqueadero. Están de acuerdo en un 58% que el establecimiento

cuenta con un ambiente de temática ancestral y poder contar con mesas inteligente para solicitar su orden y poder pagar de forma digital.

Promoción: El 66% de los encuestados desean que el sistema de los domicilios sean directo de Alto del Maíz, el 89% prefieren poder realizar compras de manera digital y presencial, también desean poder recibir todo tipo de información de los productos por medios de redes sociales.

Figura 3. Tarjeta digital de contacto del emprendimiento.



Fuente: Elaboración publicidad página Tailor brands.

Precio: los clientes de alto del maíz generan ingresos entre 1SLMV a 2 SLMV, por tanto:

El 39% están dispuestos a pagar entre \$8.000 a \$9.500 por unidad de mantecada.

El 44% están dispuestos a pagar entre \$600 a \$800 por unidad de pan.

El 49% están dispuestos a pagar entre \$500 a \$800 por unidad de colación.

En la práctica III consistió en la puesta en marcha para así llevar a la realidad el plan de negocios por tanto se lograron los siguientes resultados.

Proceso de legalidad de Alto del Maíz: realizando la legalización del emprendimiento permitirá la ayuda de financiamiento del proyecto.

Adquisición de vehículo: Permitirá el transporte de materias primas y producto terminado.

Estudio de nuevos productos: Se logra visitar el pueblo Gacheta Cundinamarca donde se descubrieron nuevos productos histórico para implementarlos en el portafolio de Alto del Maíz.

Generar ventas y captar nuevos clientes: Mediante las campañas publicitarias la inversión en marketing digital permitió la realización de ventas y crecer la red de clientes.

Conclusiones y recomendaciones de los resultados obtenidos:

- La innovación es clara en un emprendimiento siempre hay que innovar y la investigación es fundamental ya que permite generar nuevas ideas innovadoras permitiendo que se brinde un mejor producto y servicio para los clientes.
- Construir la misión y visión permite establecer objetivos para la creación de estrategias.
- La evaluación de estrategias permite determinar la pertinencia para el crecimiento del emprendimiento.
- Desarrollo de propuesta de valor busca tener un horizonte para que el cliente se fidelice con la marca.
- Es fundamental tener conocimiento en cuanto a mercadeo, finanzas, impuestos y otros factores que son de vital importancia a la hora de consolidar una empresa, de esta forma lograr competir con productos potenciales en el mercado y ver cuanta rentabilidad que se adquiere sin dejar atrás todas las normas y leyes se debe cumplir en la creación de una empresa.
- En un emprendimiento o un empresario no solo puede dejarse llevar por sus instintos, sino que debe estar en total conocimiento que factores son importantes a la hora de crear una empresa cuáles serán sus riesgos y sus ventajas.
- Realizar un estudio de mercado previo, tomar decisiones y críticas en cuanto al proyecto que se desea iniciar y de esta forma ver que tan viable, tener en cuenta su ubicación y si ese producto de verdad va a satisfacer al consumidor.

9. Aprendizajes

9.1. Aportes significativos de la experiencia desde lo humano

El administrador de empresas debe formarse para dejar un legado y poner en práctica sus conocimientos en las compañías donde labore aportando al crecimiento de estas, al elegir el emprendimiento como una opción de vida, se fortalecen temas en lo personal tales como la disciplina, la constancia, la buena escucha, la resiliencia, llevando con ello un aporte significativo a la sociedad.

La apropiación y pasión al desarrollar un proyecto de vida como es el emprendimiento Alto del Maíz demuestra que se abren puertas alrededor permitiendo conseguir los recursos necesarios para crecer y posicionarse en el mercado, así mismo ser motivo de inspiración para aquellos emprendedores que desean llevar a otro nivel su idea de negocio.

Contribuir a la economía del país desarrollando un emprendimiento desde la generación de empleo, el pago de impuestos y en suplir una necesidad brindando un producto saludable que aporta a la salud del consumidor.

Crear en las capacidades que se tiene como equipo de emprendedor, asumir los roles determinados con respeto, ética y disciplina para así lograr un crecimiento potencial a nivel profesional y empresarial.

Contribución con el medio ambiente, es importante al momento de desarrollar un negocio tener en cuenta el impacto ambiental, por tal motivo como equipo emprendedor trabaja en desarrollar empaques biodegradables y determinan proceso en la elaboración de los productos que no afecten al medio ambiente.

9.2. Aportes significativos en lo profesional.

Ser administrador de empresas requiere tener carácter al momento de tomar decisiones y asumir la responsabilidad, disciplina, constancia e integridad en cada escenario en él se vea expuesto ya una acción determina la prosperidad de un negocio, el desarrollo de este proceso ayudo a los integrantes del equipo emprendedor asumir su rol como administradores y desde ese punto realizar tomas de decisiones dentro del emprendimiento Alto del Maíz para así lograr éxito y hoy ser una realidad.

Por medio de los conocimientos obtenidos en el aula fue lograr desarrollar el emprendimiento Alto del Maíz y así mismo en algún momento de la vida brindar la asesoría a más personas que requieran construir un modelo de negocio donde puedan aprender e inspirarse a creer en sus ideas de negocios y en trabajar por ellas.

La Experiencia como gerentes en el momento de formular un plan de negocios, en consultar en fuentes confiables al realizar un estudio de mercado y usar herramientas como las matrices de planificación en la administración, las cuales permiten estructurar de manera organizada cada factor del entono del mercado, cliente y negocio.

El acompañamiento del docente permitió que guiara al equipo emprendedor a pensar como administradores y trabajar de manera profesional dentro del negocio, ser transparentes en cada decisión que se ejecuta resaltando la ética y el profesionalismo en cualquier escenario.

9.3. Aportes significativos a las líneas de investigación del programa o un área disciplinar del campo profesional

Dentro del programa de administración de empresas cuenta con dos líneas de investigación la cuales son:

- Innovación y desarrollo empresarial.
- Economía Solidaria

Referente la primera línea Innovación y desarrollo empresarial: Aporto de manera significativo hacia el énfasis de la creación de empresas con productos novedosos lo que permite aportar al desarrollo

de la región creando nuevas oportunidades laborales, generación de ingresos y desde luego esto genera la dinamización de la economía.

Economía solidaria: El emprendimiento Alto del Maíz tiene como objetivo tener como su principal proveedor los pequeños productores lo cuales hoy se ven afectados por los tratados de libre comercio y la falta de inversión en el sector agro del país, la idea es apoyar lo nacional y también en brindar empleo aquellas personas quienes hoy en día les cierran las puertas en el sector laboral por su edad, falta de experiencia, nivel educativo o etnia.

10. Referencias

- Admiral Markets. (14 de Abril de 2020). Obtenido de <https://admiralmarkets.com/es/education/articles/trading-psychology/jordan-belfort-frases>
- Clinica la Navarra. (2020). Obtenido de <https://www.cun.es/enfermedades-tratamientos/enfermedades/enfermedad-celiaca>
- Delmaíz.info. (s.f.). Obtenido de <http://delmaiz.info/>
- El Tiempo. (26 de Octubre de 2021). Obtenido de <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/pan-subiria-de-precio-en-los-proximos-meses-por-que-627998>
- Fenalce. (Julio de 2019). *Fenalce.org*. Obtenido de <https://www.fenalce.org/archivos/maiz2030.pdf>
- Gómez, E. N. (22 de Julio de 2019). *Revista Ialimentos*. Obtenido de <https://www.revistaialimentos.com/ediciones/top-200-las-empresas-lideres-en-la-region-andina/sin-adicion-gluten-la-nueva-demanda-los-consumidores/#:~:text=Se%20desconoce%20el%20porcentaje%20de,una%20necesidad%20de%20nuevos%20productos.>
- Londoño, J. C. (s.f.). *UTadeo*. Obtenido de <https://www.utadeo.edu.co/es/articulo/crossmedialab/277626/los-hijos-del-maiz-un-regalo-indigena-que-puede-desaparecer-para-los-campesinos>
- Mejía, R. (13 de Julio de 2020). Obtenido de Mundo noticias: <https://mundonoticias.com.co/la-realidad-del-sector-panadero-en-medio-del-covid-19/>
- Romo, N. (22 de septiembre de 2019). *El Heredado*. Obtenido de <https://www.elheraldo.co/economia/de-cada-100-empresas-creadas-34-sobreviven-despues-de-cinco-anos-667194>
- Rubio Guerrero, G., & Parra Alviz, M. y. (2018). *Biblioteca Padre Herreros*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/206/20657075011/20657075011.pdf>
- Semana. (2014). *Panadería y pastelería, otro oficio en potencia*. Obtenido de <https://www.semana.com/empresas/articulo/estudios-panaderia-pasteleria-colombia/204392/>
- Semana. (09 de septiembre de 2015). Obtenido de <https://www.semana.com/economia/articulo/pymes-colombia/212958/>
- Semana. (11 de 05 de 2020). Obtenido de <https://www.semana.com/impacto/articulo/campesinos-piden-derogar-decreto-que-quita-aranceles-al-maiz-importado/50815/>
- SIMON, S. (21 de Marzo de 2019). *American Cancer society*. Obtenido de <https://www.cancer.org/es/noticias-recientes/debe-evitar-el-gluten.html>
- Urango, L. A. (01 de Octubre de 2018). *Revista UdeA*. Obtenido de [336229-Texto del capítulo-161342-1-10-20181031.pdf](https://www.udea.edu.co/336229-Texto%20del%20capitulo-161342-1-10-20181031.pdf)

11. Anexos
Anexos practica I

11.1. Matriz análisis PESTAL.

FACTOR	ASPECTO	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>POLÍTICO</p>	<p>Tratados de libre comercio.</p> <p>Política de apoyo al consumidor, emprendedor y al productor en cuenta a impuestos y aranceles.</p>	<p>Inversiones del gobierno frente al sector agrícola.</p> <p>Inversiones en investigación en los suelos y mejoramiento en semillas y suelo, lo que genera que el maíz sea de mejor calidad y los productos derivados del maíz sean de mejor calidad.</p> <p>Facilidades de importación de maíz de extranjero.</p> <p>Apoyo financiero por parte del Sena para universitarios y profesionales para proyectos de emprendimientos productivos.</p>	<p>El país no cuenta con la suficiente capacidad para abastecer la demanda, por lo tanto, traen maíz tecnificado (tratado genéticamente).</p> <p>Alto índice desertación de cultivar maíz por parte de los agricultores por falta de un apoyo mayor del estado.</p> <p>El maíz se encuentra a un costo muy alto de producción por lo cual los productos derivados de este sean más altos de lo esperado.</p>

<p>ECONÓMICO</p>	<p>Mejoramiento del maíz, generando un incremento a la Productividad de maíz nacional para el 2030 con el mejoramiento de las semillas integrando la agroindustria con los pequeños productores.</p> <p>El maíz mueve 10 veces más carga que el café.</p> <p>Variedad de clases de maíz para productos derivados de este.</p>	<p>Satisfacer la demanda nacional y lograr reducir las importaciones del cereal.</p> <p>Portafolio de maíz muy amplio para escoger el que mejor se acomode a los productos elaborados a base de este.</p>	<p>La infraestructura que cuentan los productores del maíz no llega ni al 10% de la infraestructura que cuenta los cafeteros.</p> <p>Disminución de medidas económicas de apoyo o subsidios a los productos y productores nacionales especialmente a los pequeños agricultores.</p>
<p>SOCIAL</p>	<p>Priorizar la salud de los consumidores</p> <p>Oportunidades de empleo.</p> <p>Reconocimiento a los cultivadores del maíz.</p>	<p>Se brinda un producto artesanal a base de maíz saludable y natural.</p> <p>Se brindan empleos a persona cuya condición de edad le dificulte la empleabilidad.</p> <p>Se retoman recetas ancestrales de maíz de tal forma tomando como proveedores locales.</p>	<p>Alto consumo de productos de trigo.</p> <p>Mercado cambiante con repercusiones en los productores nacionales.</p>

<p>TECNOLOGICO</p>	<p>Innovación en el servicio a los clientes.</p> <p>Innovación a los productos.</p> <p>La industrialización de los productos derivados del maíz.</p>	<p>Aprovechamiento de las redes sociales que promueven un buen servicio al cliente.</p> <p>Se ofrecen variedad de productos a base de maíz.</p> <p>Facilidad de compra para los clientes por medio de líneas amigas.</p> <p>Productos 100% artesanal y natural.</p>	<p>El presupuesto necesario para inversión en redes.</p> <p>Suplantación de marca u alteraciones en las recetas por parte de un tercero.</p> <p>El alto de los productos al ser de maíz.</p>
<p>ECOLOGICO</p>	<p>Empaques biodegradables.</p> <p>Procesos no industrializados</p> <p>Campañas ecológicas para nuestros clientes.</p>	<p>Al implementar empaques biodegradables se ayudará al medio ambiente.</p> <p>Procesos más amigables tanto para los empleados como para quienes adquieren los productos.</p> <p>Concientizar a los clientes del correcto uso de los empaques en los que adquieren los productos.</p>	<p>Altos costos de adquisición de estos productos biodegradables.</p>

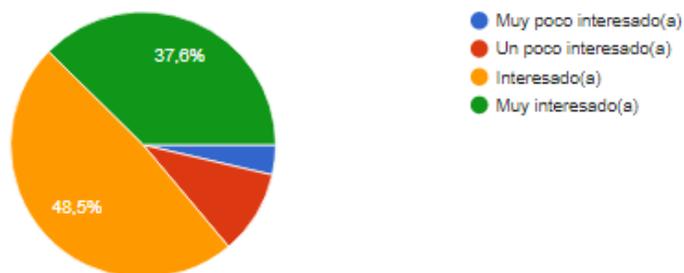
LEGAL	Legalización de los productos.	Al estar en regla y legalizados se permite participar de proyectos y ayudas que brindan el gobierno.	Altos costos en la seguridad social, de los empleados
	Personal capacitado en manipulación de alimentos	Se brinda la seguridad de tener el personal capacitados	
	Adaptación bajo las normas establecidas de salubridad.	Cumplir con las normas que exigen el municipio.	

11.2. Resultados de las encuestas aplicada.

En sabana centro sabana centro tiene 536.947 habitantes, donde se tomó una muestra de 303 habitantes y se aplicó una encuesta sobre los productos a base de maíz, en la siguiente figura se enseña el nivel de interés frente al consumo de los productos de Maíz.

1. ¿Que grado de interés tiene por los productos a base de maíz?

303 respuestas

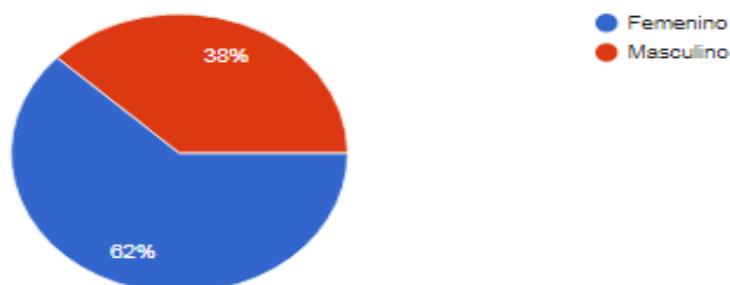


En esta figura representa que el 48,5% se ven interesado y 37,6% se encuentran muy interesados. Donde se ve reflejado que los productos a base del maíz son de gran interés por parte de los habitantes de sabana centro.

En la encuesta aplicada se identificó que el 62% son mujeres y solo el 38% son hombres lo que nos da a concluir que se presenta un consumo alto de maíz dentro de los hogares colombianos ya que quien incluye estos productos en la alimentación diaria son mujeres.

2. Género

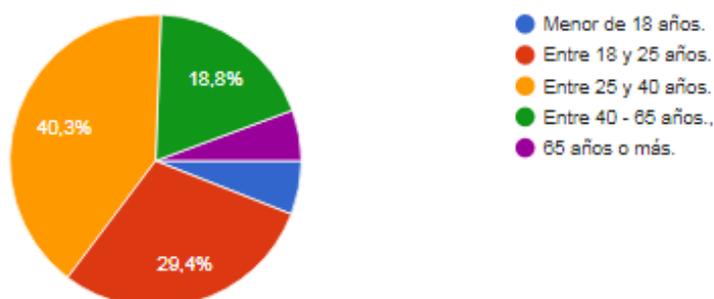
303 respuestas



Consecuente a ello en los encuestados se identifica que en su mayoría presenta un alto porcentaje de rango de edad entre 18 – 25 años con un 29,4% y entre 25 – 40 años en un 40,3%.

3. ¿ En que rango de edad se encuentra?

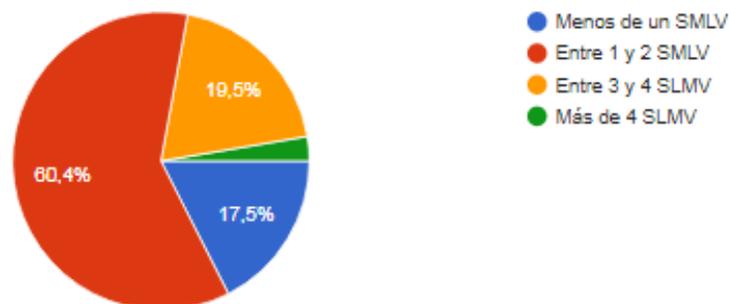
303 respuestas



De los cuales en gran mayoría el 60,4% generan entre 1 y 2 SMLV mensualmente.

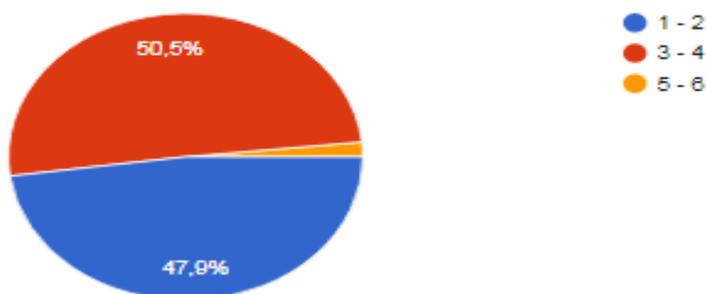
4. ¿Que nivel salarial obtiene mensualmente?

303 respuestas



5. ¿A que estrato Socioeconómico pertenece?

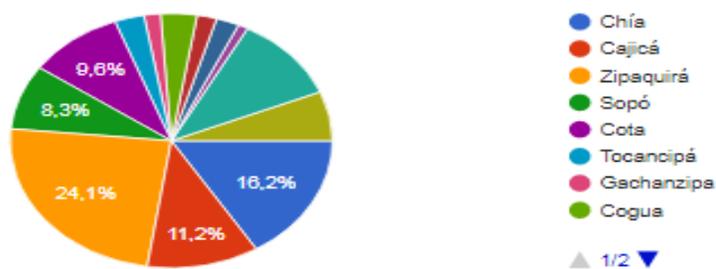
303 respuestas



De los cuales se encuentran en un estrato socioeconómico del 1 y 2 con un porcentaje del 47,9% y un 50,5% entre los estratos 3 y 4.

7. ¿Donde se encuentra ubicado?

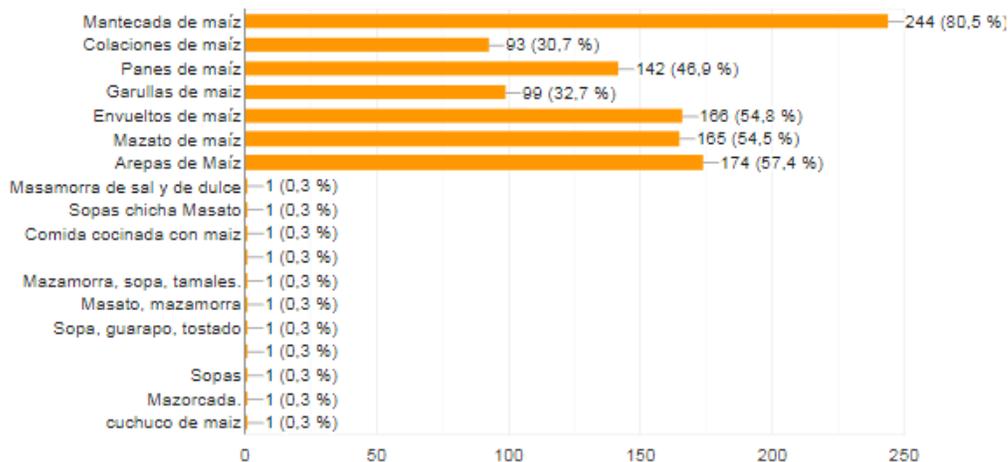
303 respuestas



De la población de sabana centro se concentró un número más alto de encuestas en el municipio de Zipaquirá con un 24,1 %.

8. ¿Cuales de los siguientes productos ha consumido o conoce? Seleccione los que conozca o haya consumido.

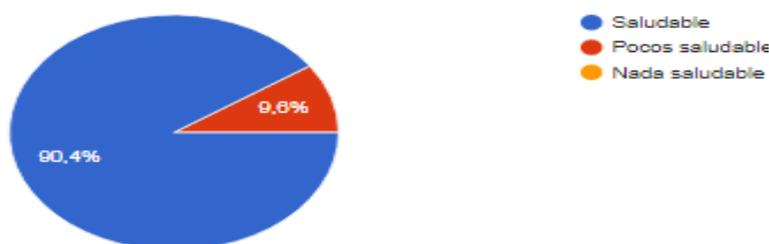
303 respuestas



Según las encuestas aplicadas el producto más conocido y consumido son las mantecadas de maíz en un 80,5% siguiente a las arepas de maíz en 57,4%, envueltos 54,8%, panes 46,9% y colaciones 30,7%.

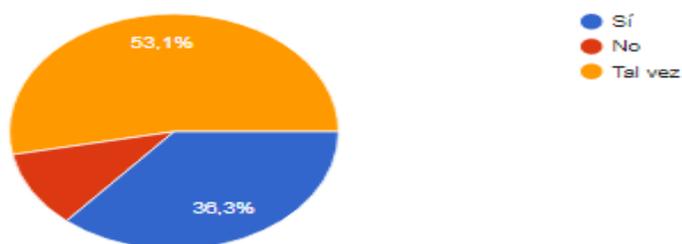
10. ¿ como considera los productos de maíz para su salud?

303 respuestas



11. ¿Implementaría para una dieta saludable los productos a base de maíz?

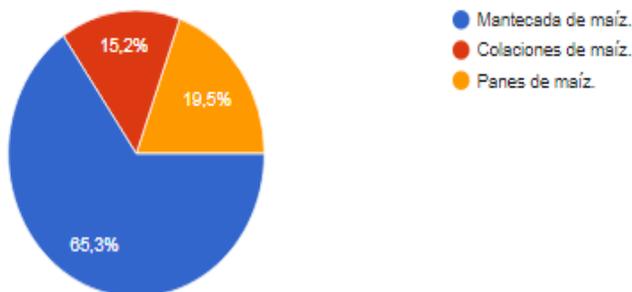
303 respuestas



Por parte de los encuestados consideran los productos de maíz como saludables en un 90,4% y el 36,3% los implantarían en su dieta y el 52,1% tal vez los implementan en ella.

13. De los siguientes productos de maíz ¿Cuál es el de su preferencia?. Seleccione el que mas le guste.

303 respuestas



De la población encuetada el 66,3% es de su preferencia las mantecadas de maíz, el 19,5% los panes de maíz y el 15,2% las colaciones de maíz.

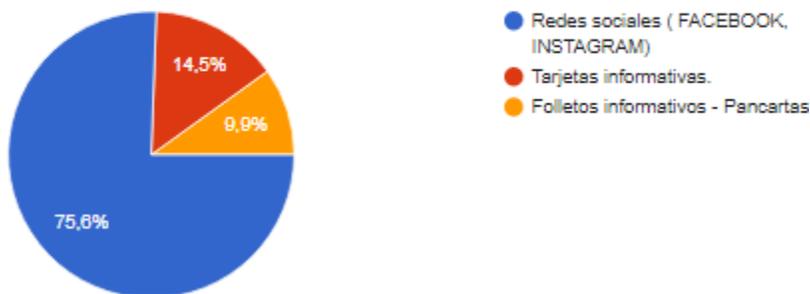
El objetivo principal en el mercado de altos del maíz es impulsar la gastronomía ancestral como también los pequeños productores que cultivan el maíz y crecer en el mercado de la mano.

Para altos del maíz su mercado potencial es presentar una propuesta de fusión donde se produce un alimento artesanal y natural que cuiden la salud del consumidor e identifique sabores históricos.

Alto del maíz identifico los problemas de salud debida a la intolerancia al gluten de los productos a base de trigo, por tanto, se crea un producto sustituto tomando sus mismos productos, pero a base de maíz proporcionando una nueva elección para el consumidor.

14. ¿Por que medio de comunicación te gustaria saber de nosotros?

303 respuestas



Según el estudio de mercado realizado por medio de una encuesta sugiere el 75,6% desea conocer los productos altos del maíz por medio de redes sociales como Facebook e Instagram.

El nicho del mercado el cual se posiciona es vender un producto artesanal saludable, sin ser industrializando garantizando calidad 100% maíz sin ningún conservante o componente que genere intolerancia al consumidor.

11.3. Determinación de costo de producto y proyección en ventas.

COSTOS DE PRODUCCIÓN				
Producto:		MANTACADA DE MAIZ BASE:100		
Componente	Costo *und	Cantidad	Costo total producción	
MATERIA PRIMA	\$ 354.360,00	1	\$	354.360,00
MOD	\$ 7.314,00	2	\$	14.628,00
GASTOS DE VENTAS	\$ 3.657,00	8	\$	29.256,00
GASTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 6.166,00	1	\$	6.166,00
ARRIENDO DE LOCAL	\$ 20.000,00	1	\$	20.000,00
EMPAQUE Y DISTRIBUCIÓN	\$ 7.000,00	1	\$	7.000,00
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 51.604,00	1	\$	57.381,00
Costo total Producto		15	\$	483.014,00

Teniendo en cuenta que base a 100 mantecadas salen a un costo de \$488.791,00 se determina que el costo de una unidad de una mantecada es:

100	→	\$ 483.014,00
1	→	X = \$ 4.830,14

Por tanto, el costo de producción de una mantecada es de: \$ **483.014**

Se determina el costo de venta según

PRECIO DE VENTA
COSTOS + GASTOS
(100%-39,6%)

Por ende: $\frac{\$ 483,014,00}{(100\%-39,6\%)} = \$ 799.999,67$

Las 100 unidades de mantecadas determinan un costo de \$799.999, si se divide el costo por cada unidad nos determina que el costo de una unidad de mantecada debe ser de **\$7.999,67**

FIJACION DE PRECIOS	
Producto: Mantecadas de maíz	
BASE: producto por unidad	
Precio de referencia del mercado	\$ 10.000,00
Mi precio ideal	\$ 8.000,00
Costo total del producto	\$ 4.887,91
Margen de ganancia proyectado	39,6%
Precio de venta	\$ 7.999,67

Generando una utilidad del 39,6%.

proyección de ventas anuales en los siguientes 5 años

Se proyecta según el siguiente estudio: producto mantecada de maíz.

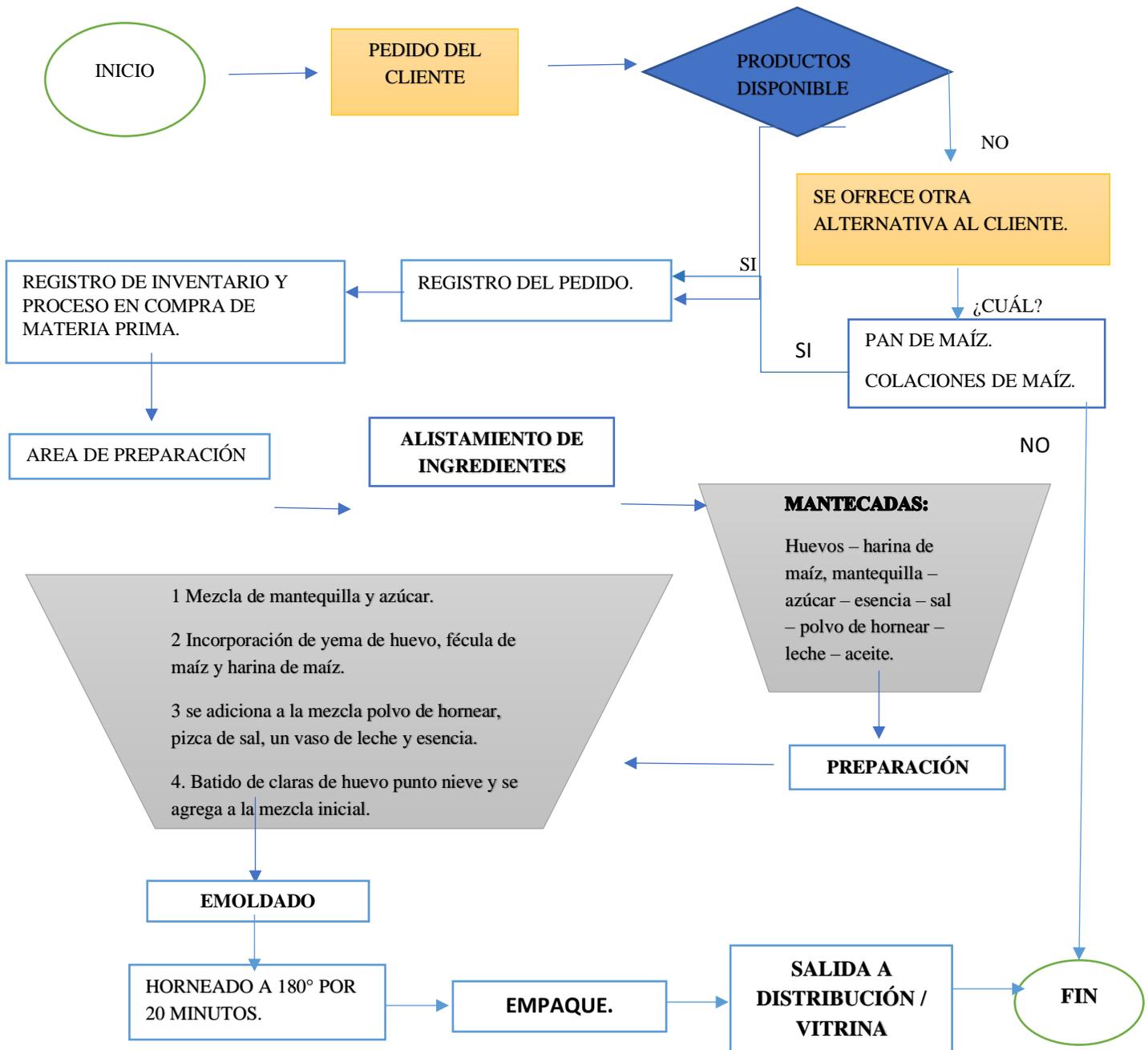
HABITANTES EN SABANA CENTRO	536.947
TOTAL, MUESTRA	303
COMSUMO MAYOR EN GENERO FEMENINO	62%
EDADES DE CONSUMO ALTO	25 Y 40 AÑOS
CANTIDAD DE POTACIALES CLIENTES	187,86
INTERES POR LOS PRODUCTOS DE MAÍZ	65,30%
CLIENTES POTECIALES	197,859
CANTIDAD DE VENTA EN EL AÑO	2374,308

ESTIMACION DE UNIDADES VENDIDAS															
MANTECADAS															
2021															
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOST	SEPT	OCT	NOV	DIC	TOTAL		
Ventas en Cantidades	400	408	416	424	433	442	450	459	469	478	488	497	5.365		
2022															
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT	OCT	NOV	DIC	TOTAL		
Ventas en Cantidades	440	449	458	467	476	486	496	505	516	526	536	547	5.901		
2023															
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT	OCT	NOV	DIC	TOTAL		
Ventas en Cantidades	484	494	504	514	524	534	545	556	567	578	590	602	6.491		
2024 2025															
	2024	2025						Año 4	Año 5						
Ventas en Cantidades	7.141	14.281						crecimiento en cantidades	649	7.141					

11.4. Ficha tecnica y Diagrama de Flujo. Del producto.

		<i>Alto del maíz.</i>	
Versión 01		05 Agosto 2018	
FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO O SERVICIO.			
Fecha de Elaboración:	20 de sept. 2020	Nombre de la Empresa:	Alto del Maíz
NOMBRE DEL PRODUCTO			
Mantecada de maíz.			
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PRODUCTO			
Es un producto de figura rectangular, con 500g de peso, donde salen 6 porciones, es de contextura suave, esponjosa con sabor artesanal a maíz, dulce y fresco.			
MATERIA PRIMA(PRODUCTO)			
- Huevos	- esencia.	- leche.	
- harina de maíz.	- sal, polvo de hornear.		
- mantequilla azúcar.	- aceite.		
CONDICIONES DE CUIDADO			
Se debe conservar en un lugar fresco aproximadamente entre una temperatura de 15°C a 20°C, no debe almacenarse con productos que impregnen un fuerte aroma.			
CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO			
Este producto debe consumirse antes de 3 días.			
GRUPO OBJETIVO			
Determinar el consumo de la población sabana centro frente a los productos derivados del maíz.			
Elaborado por:	Revisado por:	Fecha	
Khaterine Rojas Olcunche	Javier Orlando Santana Acosta	20 sept 2020	

Diagrama de flujo mantecadas



<i>Alto del maíz</i>	PERFILES				
CARGO					
Nombre del Cargo	Administrador/ dueño				
Nivel del cargo	X Nivel 1	__ Nivel 2	__ Nivel 3	__ Nivel 4	__ Nivel 5
Cargo del líder Inmediato					
Misión del cargo					
Formular objetivos determinando los medios para alcanzarlos, monitorear las actividades realizadas, asignar personas responsables, liderar, incentivar y tomar decisiones, así mismo granizando la transparencia y calidad de la compañía.					
Principales funciones y responsabilidades del cargo					
solicitar informes de estados de resultados					
Citar reunión con ejecutivos para realizar proyecciones de ventas cada cierre de mes.					
Atender a potenciales clientes.					
Diseñar plan de trabajo.					
Asignar los recursos y coordinar las actividades.					
Tener control de inventarios					
Selección de proveedores.					
Cumplir con las obligaciones legales en cuanto a salud de los empleados y gestión ambiental.					
Perfil del cargo					
Se requiere con título universitario en administración de empresas con especialización en economía y finanzas.					
FORMACIÓN Y CONOCIMIENTOS					
Nombre	Indispensable	Deseable			
Paquete office medio / avanzado.	X				
Conocimientos Financieros y economista.	X				
Conocimientos básicos en legislación tributaria y comercial.		X			
EXPERIENCIA LABORAL					
Experiencia total	Gerencia y administración				
3 años	1 año				
COMPETENCIAS ESPECIFICAS DEL CARGO					
Competencia	Nivel (Alto; Medio, Aceptable)				
Capacidad de Atención y Concentración	Alto				
Relaciones publicas	Alto				
experiencia en atención al cliente	Alto				

Anexos practica II

11.6. Estudio de tendencias del mercado por Google trends.

Dentro de la investigación por medio de la herramienta Google trends se va estimar el grado de búsqueda de los productos (pan, mantecada y colación) derivador de maíz para así evidenciar el grado de interés.

- Pan de maíz.

Figura 1

Gráfico de búsqueda pan de maíz Google trends.

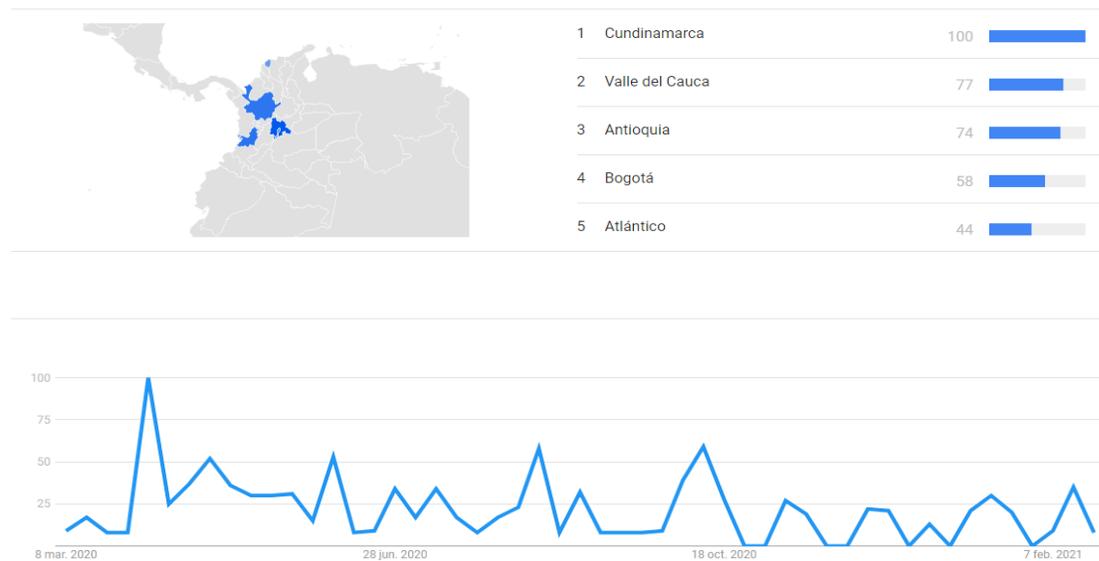


Figura 1. Gráficos que evidencia el comportamiento de búsqueda en Google sobre el producto pan de maíz (2021).

Según lo evaluado se puede identificar que en los últimos 12 meses hubo mayor búsqueda a nivel Cundinamarca marcando como pico en el mes de diciembre 2020 y enero 2021 concluyendo que por la temporada navideña el producto es apetecido y de mayor atención para sus habitantes, de igual forma se observa que en el mes de febrero hay menor búsqueda sin embargo dentro de Cundinamarca es un

sector es muy positivo para la producción del pan de maíz ya que hay un alto interés en conocerlo, probarlo y realizarlo dado por ello es rentable que se produzca.

- Mantecada de maíz.

Figura 2.

Gráfico de búsqueda mantecada de maíz Google trends.

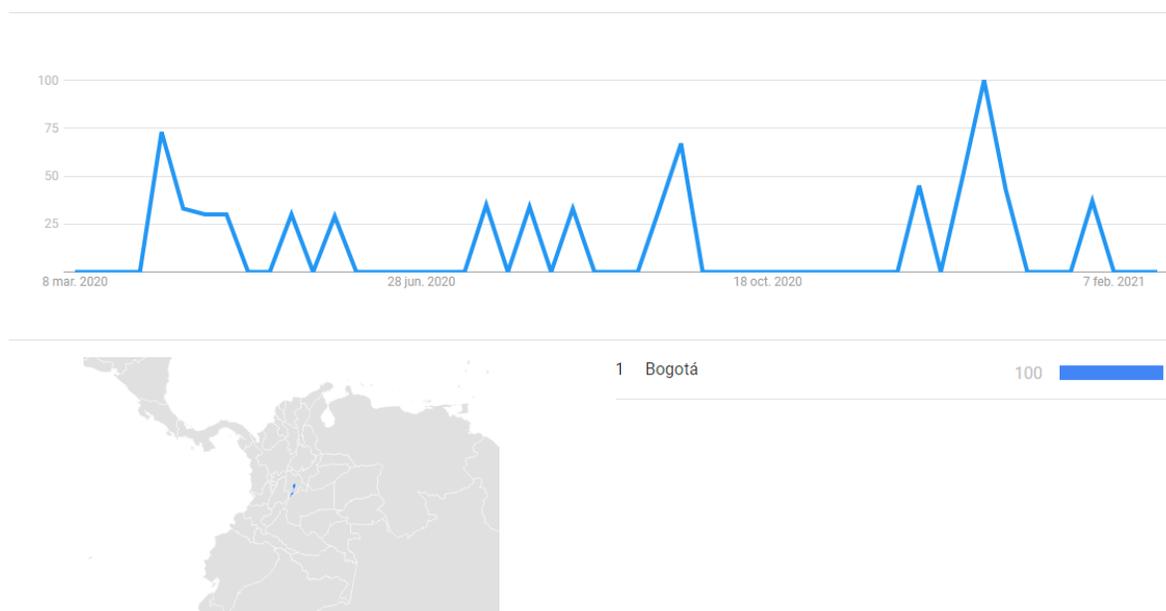


Figura 2: grafico evidencia la búsqueda en Google sobre las mantecadas de maíz.

En los últimos 12 meses se evidencia que en el mes de diciembre 2020 y enero 2021 hay una mayor búsqueda del producto mantecada de maíz dentro de la ciudad de Bogotá, sin embargo, es un aspecto positivo ya que pertenece dentro de sabana centro y es llamativo este producto para esta región.

- Colación de maíz:

Frente a las colaciones de maíz no se evidencia búsqueda ya que es un producto poco común sin embargo demuestra se debe dar a conocer y venderse como un producto novedoso,

saludable y característico por su sabor a maíz artesanal, complementario por cualquier bebida caliente.

11.7. Matriz propuesta de valor.



Propuesta de valor definida: *Conecta con la historia, reviviendo el sabor ancestral.*

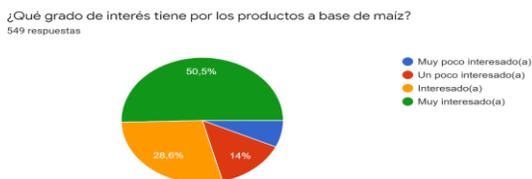
11.8. Encuesta de validación de mercado.

Alto del maíz toma la encuesta como herramienta para validación del mercado de las 4ps, tomando una muestra de 549 habitantes de alrededor de la sabana centro.

Objetivo: validar la percepción del mercado frente a los productos del emprendimiento alto del maíz.

Producto.

Gráfico de resultado sobre interés de producto.



El grado de interés de los productos de maíz en el mercado es de 79,1% y solo un 14% demuestra un bajo interés. Evidenciando que son apetecidos dentro de sabana centro.

Gráfico de resultado frecuencia de compra.

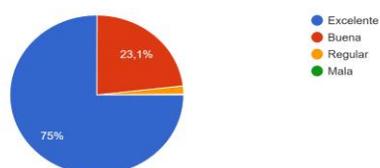
¿Cuál de los siguientes productos de maíz compraría con más frecuencia?
549 respuestas



El 61,2% de los habitantes de sabana centro fija su atención por la mantecada y el 30,2% por el pan de maíz, su interés es bastante grande ya que son productos que son buscados con mayor frecuencia y poco se encuentran, la colación con un 8,6% con un bajo interés en compra, sin embargo, al ser un producto nuevo no es tan conocido en el mercado.

Gráfico de resultado calificación del producto.

¿Cómo califica usted los productos derivados del maíz?
549 respuestas



El 98,1% evidencian que los productos de maíz son excelentes y buenos en el mercado, demostrando que los comprarían y recomendarían los productos y solo el 1,6% lo califica como regular.

Gráfico de resultado tipo de empaque.

¿Qué tipo de empaque le gustaría que tuviera nuestro producto?
549 respuestas

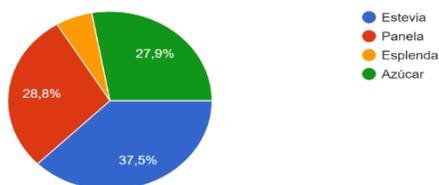


Figura 7: En un 84% desean un empaque amigable con el planeta que sea biodegradable resaltando el cuidado por el medio ambiente de igual forma el 14% optan por un empaque reutilizable y tan solo el 1,6% prefieren un empaque plástico o en icopor, sin embargo, el factor ambiental es importante para alto del maíz al igual que la mayoría de los encuestados.

Gráfico de resultado sobre interés de endulzante.

¿ Que tipo de endulzantes le gustaría que contenga nuestros productos de maíz (Mantecada, Colaciones y Panes).

549 respuestas

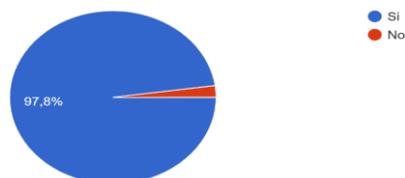


En cuanto al tipo de endulzante que prefieren las personas es variable según cada tipo de cliente muchos optan por un producto más saludable y toman como elección un endulzante más natural sin embargo el 37,5% optaron por la Stevia conocido como un endulzante proveniente de una planta y que es recomendable para aquellas personas con problema de diabetes, el 28% tiene como favorita la panela ya que es saludable y no es refinada en comparación del azúcar y el 27% les interesa el endulzante tradicional que es el azúcar.

Gráfico de resultado en interés de encontrar productos complementarios.

Aparte de encontrar nuestro producto de maíz. ¿le gustaría encontrar otros productos que sea complementario de origen artesanal?

549 respuestas



Se evidencia en la gráfica anterior que el 97,8% de las personas desean que tenga la posibilidad de complementar los productos, siempre y cuando sean de origen artesanal.

Plaza.

Gráfico de resultado de ubicación del establecimiento.

¿En qué puntos les gustaría encontrarnos en su ciudad?
549 respuestas



La ubicación del establecimiento es importante por tanto un 32,4% les interesa encontrarnos en el centro de la ciudad y un 30,6% cerca a los barrios.

Gráfico de resultado sobre ambiente de establecimiento.

Le gustaría que nuestro punto de ventas sea un establecimiento:
549 respuestas



El ambiente es importante y el 58% le gustaría que sea un salón de onces con un ambiente armonioso con temática entre lo artesanal y lo campestre, demostrando que las personas desean revivir historia y aparte de consumir un producto artesanal es sentir conexión con la calidad que encuentren en el producto y la armonía del lugar.

Gráfico de resultado sobre método de pago.

¿Le gustaría que nuestro establecimiento cuente con un método tecnológico donde usted pueda solicitar su orden sin la colaboración de un mesero?
549 respuestas

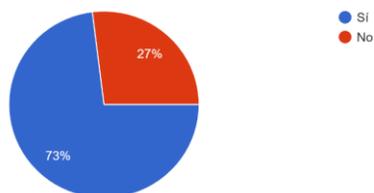
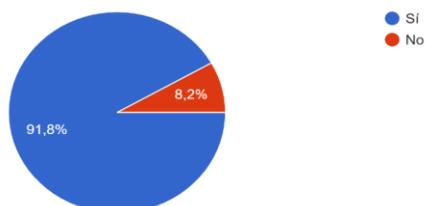


Figura 12: La tecnología está cambiando el mundo y las personas lo están solicitando el 73% les gustaría poder contar con un sistema que les permita tener más practicidad y un buen servicio rápido, sin embargo, el 27% optan por tener la atención de una persona.

Gráfico de resultado en comodidad de contar con un parqueadero.

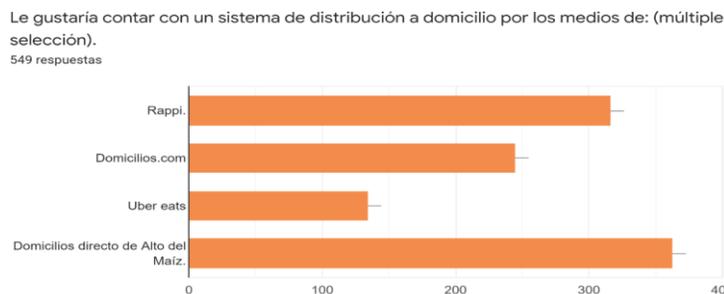
Le gustaría que nuestra ubicación le permitiera poder disfrutar de un amplio parqueadero.
549 respuestas



El 91,8% de los encuestados les gustaría contar con un amplio parqueadero y se puede ver evidenciado que muchos establecimientos no cuentan con uno lo que genera un problema para los consumidores le es incómodo dejar su vehículo lejos del establecimiento o en la calle.

Promoción.

Gráfico de resultado sobre sistema de domicilios preferidos.



El 66,1% le gusta que el sistema de domicilios sea directo con alto del maíz y el 57,7% le gustaría que sea con Rappi ya que cuentan con sistema de bonos y cupones de descuentos por ser usuarios de su empresa de domicilios.

Gráfico de resultado sobre preferencia para recibir información.

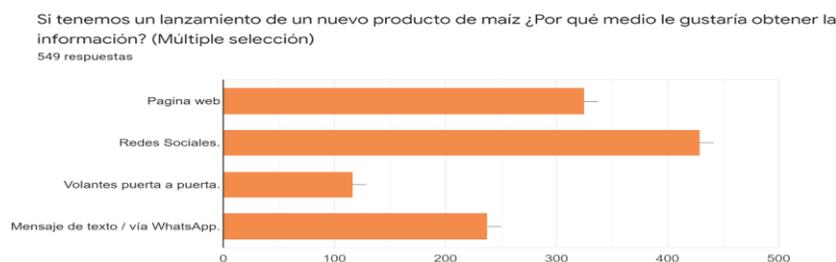


Figura 15: el 78,1% desean recibir información por medio de redes sociales ya que es un sitio visitado constantemente y generan notificaciones de promociones o nuevos lanzamientos y el 59,2% les interesan por medio de la página web directa de alto del maíz.

Gráfico de resultado sobre medios masivos favoritos.

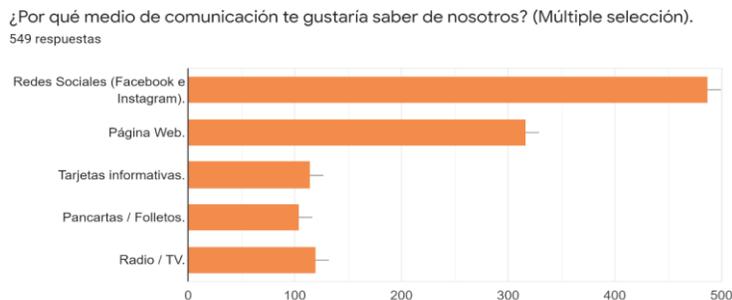


Figura 16: Las redes sociales son el bum y plus en este siglo el 88,7% desean saber de alto del maíz en redes sociales por medio de Facebook e Instagram y el 57,7 por medio de la página web, sin embargo, para poder guiarlos hasta la página es importante que sea promocionada en redes sociales.

Gráfico de resultado sobre interés de medios de compras.

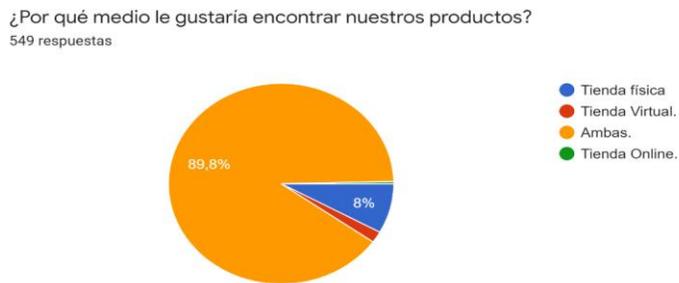


Figura 17: El 89,8% de los encuestados les interesa que tanto tienda física y virtual sean ambas por donde ellos puedan solicitar sus productos, ya que es importante un lugar físico para salir de casa y compartir en familia, sin embargo, la tienda online permite que pueda obtener los productos en tal caso de que no cuente con el tiempo o no quiera salir de casa

Precio.

Gráfico de resultado tipo de precio preferido para mantecada de maíz.

¿Qué valor está dispuesto a pagar por una mantecada de maíz de 8 porciones de un peso 500g?
549 respuestas

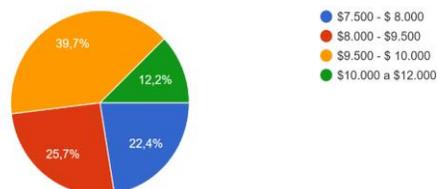


Gráfico de resultado tipo de precio preferido para pan de maíz.

¿Qué valor está dispuesto a pagar por una unidad de pan de maíz de 80 g?
549 respuestas

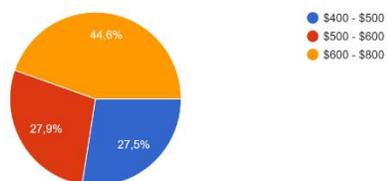
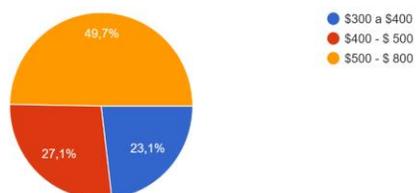


Gráfico de resultado tipo de precio preferido para colación de maíz.

¿Qué valor está dispuesto a pagar por una unidad de colación de maíz de 30g?
549 respuestas



Como anteriormente se nombra los clientes de alto del maíz segmentados generan ingresos entre 1SLMV a 2 SLMV, por tanto:

- El 39% están dispuestos a pagar entre \$8.000 a \$9.500 por una mantecada.
- El 44% están dispuestos a pagar entre \$600 a \$800 por un pan.
- El 49% están dispuestos a pagar entre \$500 a \$800 por una colación.

11.9. Matriz DOFA

Factores Externos	LISTA DE OPORTUNIDADES	LISTA DE AMENAZAS
	Factores Internos.	<p>O1 No existen productos de panadería que no contenga gluten.</p> <p>O2 Poca variedad de productos en la competencia.</p> <p>O3 Desarrollo de tecnología Fintech.</p> <p>O4 Recuperar historia artesanal.</p> <p>O5 Ventas virtuales y entregas a domicilios.</p> <p>O6 Ayudas financieras por parte del estado.</p>
LISTA DE FORTALEZAS	FO	FA
<p>F1 Producto artesanal y natural libre de gluten.</p> <p>F2 Recetas ancestrales originales.</p> <p>F3 Manejo de un rango amplio de precios.</p> <p>F4 Personal capacitado.</p> <p>F5. Buena atención al cliente.</p> <p>F6. Ambiente artesanal.</p>	<p>F1 + O1 + O4: Producir y dar a conocer variedad de productos artesanales.</p> <p>F2 – O2: Crear un portafolio de productos artesanales.</p> <p>F3 – O5: Ofrecer promociones atractivas.</p> <p>F5 – O3: Brindar un servicio óptimo e innovador.</p>	<p>F3 – A6: Alianzas claves con proveedores nacionales.</p> <p>F3 + A2 + A3 + A1: Estimar costos y precios de venta al público.</p> <p>F2 – A4: Fidelizar a los clientes con innovación en servicio, producto y tecnología.</p> <p>F1 – A5: Informar los beneficios de los productos de maíz a través de medios masivos.</p>
LISTA DE DEBILIDADES	DO	DA
<p>D1 Falta de infraestructura y personal.</p> <p>D2 Poca disponibilidad de recursos.</p> <p>D3 Bajo nivel tecnológico.</p> <p>D4 Bajo flujo de caja.</p> <p>D5 Tamaño empresarial reducido.</p> <p>D6 Falta de publicidad</p>	<p>D1 – O3: crear un punto estratégico de ventas físicas en chí.</p> <p>D2 + D3 + O6: Presentar emprendimiento a escenarios donde brindan ayuda con capital semilla.</p> <p>D5 + D4 + O5: Incrementar ventas capacitando e incentivando al personal y creciendo la tienda online.</p> <p>D6+O2: Realizar campañas de expectativa y de lanzamiento de productos.</p>	<p>D3 + D1 + A1: Buscar fondos de apoyo a emprendimientos.</p> <p>D6 – A5: Pagar publicidad masiva a través de redes sociales.</p> <p>D5 – A4: Optimizar producción.</p>

11.10. Diseño de área de producción y de consumo.

Diseño de planta de producción y establecimiento de consumo.



Anexos practica III

11.11. Costo del proyecto.

presupuesto de inversión inicial del emprendimiento Alto Del Maíz.

PRESUPESTO INVERSIÓN INICIAL	
Materia prima	\$ 2.442.240,00
Adaptación del local	\$ 15.000.000,00
Suministros	\$ 14.270.244,00
Distribución	\$ 210.000,00
Publicidad	\$ 2'000.00,00
Vehículo para realiza distribución	\$ 8.500.000,00
Legalización	\$ 850.000,00
Talento humano	\$ 12.060.066,00
Total, inversión	\$ 55.332.550,00

11.12. Productos del emprendimiento.



11.13. Inversión digital.

Dominio del logo y nombre.

Tarjeta de presentación digital.



✚ Creación de página web.

Página web: <https://ye564.github.io/Alto-del-maiz>

11.14. Adquisición de vehículo.



11.15. Proceso de fabricación de producto.

producción de productos a base de maíz.



Tomada por: Equipo emprendedor.