

# EMPRENDIMIENTO EL SEÑOR POLLO

Emprendimiento Productivo

Presentado por.

Karen Yuliet Moreno

Andrés Felipe Laguna

José Orlando Bonilla

Opción de grado:

Sistematización de la práctica emprendimiento

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Centro Regional Girardot

Programa Académico administración de empresas

Unidad Académica de Emprendimiento Centro Progresía E.P.E.

Girardot, Cundinamarca

2020

# EMPRENDIMIENTO EL SEÑOR POLLO

Emprendimiento Productivo

Presentado por.  
Karen Yuliet Moreno  
Andrés Felipe Laguna  
José Orlando Bonilla

Opción de grado:  
Sistematización de la práctica emprendimiento

Tutor Emprendimiento:

Mario Tovar Hernández

Tutor disciplinar:

Luis Alberto Rojas Farfán

Corporación Universitaria Minuto de Dios  
Centro Regional Girardot  
Programa Académico administración de empresas  
Unidad Académica de Emprendimiento Centro Progresía E.P.E.  
Girardot, Cundinamarca

2020

**Dedicatoria:**

Primordialmente dedicamos este trabajo a Dios, quien siempre está con nosotros en los momentos más difíciles y quien fue el causante de unirnos como amigos y como un eficiente equipo de trabajo. Nos encontramos agradecidos con él, ya que sin su ayuda no hubiese sido posible culminar esta etapa.

Seguidamente, le dedicamos este trabajo a nuestra madre y abuela, quien fue nuestro mayor apoyo en tiempos de angustia, y que a pesar de sus preocupaciones logró que nuestro sueño se hiciera realidad.

A nuestra familia, por creer siempre en nosotros.

A nuestro tutor de emprendimiento Mario Hernández Tovar, por su orientación, paciencia y dedicación. Todo el apoyo brindado fue esencial para la culminación de este proyecto.

A nuestro asesor Luis Alberto Rojas Farfán, por todo el compromiso con este proyecto, por estar siempre dispuesto a aclarar dudas y en colaborarnos en terminar este paso con una etapa llena de éxito.

Gracias a la universidad y a los profesores que hacen parte del programa de administración de empresas, los cuales de una u otra forma nos brindaron su apoyo y proporcionaron un entorno propicio para el desarrollo de nuestros cursos.

**Hoja de aprobación**

Nota de aprobación

---

---

---

---

---

Firma del presidente del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

---

## Tabla de contenido

Dedicatoria: .....	3
Hoja de aprobación.....	4
Tabla de contenido.....	5
Resumen: .....	8
Abstract: .....	8
Introducción:.....	9
Objetivos: .....	11
Antecedentes y marco referencial: .....	12
Marco contextual .....	12
Marco teórico:.....	14
Marco legal:.....	17
Planeación y metodología.....	19
Formulación del problema de aprendizaje: .....	21
Identificación de actores involucrados y participantes:.....	24
Variables, indicadores, herramientas e instrumentos: .....	26
Matriz de planeación (Diagrama de Gantt y tabla de recursos): .....	27
Modelo de divulgación de la experiencia: .....	29
Momentos históricos y experiencias.....	31
Reconstrucción de la experiencia: .....	33
Estudio de mercado: .....	39
Estudio técnico: .....	62
<b>“El señor pollo” y sus componentes del estudio técnico: .....</b>	<b>62</b>
Estudio financiero:.....	102
Estudio administrativo:.....	90
Principales hitos o hechos relevantes: .....	123
Aprendizajes: .....	124
Aportes significativos de la experiencia en lo humano .....	124
Aportes significativos de la experiencia en lo social.....	125
Aportes significativos en lo económico o técnico .....	126
Principales aprendizajes para el perfil profesional .....	127
Aprendizajes abordados desde la perspectiva de la socialización de la experiencia..	129
Conclusiones y recomendaciones:.....	130
Bibliografía:.....	131

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 2: Lean canvas .....	33
Ilustración 1: Lean canvas .....	33
Ilustración 3: Formula tamaño de la muestra .....	40
Ilustración 4: Resultados muestra segmento 1 .....	41
Ilustración 5: Resultados muestra segmento 2 .....	42
Ilustración 6: Resultados muestra segmento 3 .....	43
Ilustración 7: Componentes del estudio técnico .....	62
Ilustración 8: Mapa geográfico de la localización de la empresa el señor pollo .....	64
Ilustración 9: Ruta potencial de la empresa el señor pollo .....	65
Ilustración 10: instalaciones potenciales de la empresa el señor pollo.....	65
Ilustración 11: Ficha técnica, maquinaria y equipo .....	68
Ilustración 12: Ficha técnica, maquinaria y equipo .....	69
Ilustración 13: Ficha técnica, maquinaria y equipo .....	70
Ilustración 14: Ficha técnica, maquinaria y equipo .....	71
Ilustración 15: Ficha técnica, maquinaria y equipo .....	72
Ilustración 16: Ficha técnica, maquinaria y equipo .....	73
Ilustración 17: Ficha técnica, maquinaria y equipo .....	74
Ilustración 18: Ficha técnica, maquinaria y equipo .....	75
Ilustración 19: Ficha técnica, maquinaria y equipo .....	76
Ilustración 20: Flujograma de procesos El señor pollo .....	84
Ilustración 21: Flujograma de procesos El señor pollo .....	85
Ilustración 22: Necesidad de producción.....	87
Ilustración 23: Distribución de planta El señor pollo .....	89
Ilustración 24: Plan maquinaria y equipo .....	105
Ilustración 25: Costo de materia prima.....	106
Ilustración 26: costos de materia prima .....	106
Ilustración 27: costos de materia prima .....	107
Ilustración 28: Tabla de amortización anual.....	108
Ilustración 29: Ingresos operacionales .....	108
Ilustración 30: Costos de producción .....	109
Ilustración 31: Total ingresos y costos .....	109
Ilustración 32: presupuesto de gasto de personal .....	110
Ilustración 33: Proyección gastos .....	110
Ilustración 34: Estado de resultados .....	111
Ilustración 35: Utilidad neta .....	112
Ilustración 36: Balance inicial .....	113
Ilustración 37: Balance general .....	114
Ilustración 38: Cuadro de inversión.....	115
Ilustración 39: Flujo de caja proyectado.....	117
Ilustración 40: Ratios de rentabilidad .....	119
Ilustración 41: ROA y ROE.....	119
Ilustración 42: calculo VAN y TIR .....	120

Ilustración 43: VAN Y TIR .....	120
Ilustración 44: Flujo de caja proyectado.....	121
Ilustración 45: Punto de equilibrio .....	122
Ilustración 46: Organigrama de la empresa El Señor pollo.....	93
Ilustración 47: Mapa de procesos de la empresa .....	95

## **INDICE DE TABLAS**

Tabla 1: Análisis PESTEL.....	34
Tabla 2: Matriz de diagnóstico DOFA .....	38
Tabla 3: Relación de personal y horas laborales de la empresa .....	66
Tabla 4: Manual de procesos compra de materia prima necesaria. ....	79
Tabla 5: Manual de procesos Recepción y producción del pollo .....	80
Tabla 6: Manual de procesos en la formalización de la empresa el señor pollo .....	82
Tabla 7: Tiempos de producción .....	86

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

ANEXO 1. 1 Encuesta.....	133
--------------------------	-----

**Resumen:**

El presente documento muestra los sucesos generados a través del tiempo en el proceso de formación practicas 1, practica 2 y practica 3, con la planeación e ejecución del proyecto de emprendimiento el SEÑOR POLLO, dedicado a la cría y comercialización de pollo semi orgánico, idea de negocio que se convirtió en una unidad productiva con el apoyo de centro progresista, Universidad Minuto de Dios, regional Cundinamarca, municipio de Girardot, dentro del documento se proyecta el horizonte a donde debe llegar la organización, de igual manera, mediante la implementación de este proyecto se tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de las personas que directamente o indirectamente hacen parte del proyecto, así mismo, tiene como finalidad exponer los conocimientos adquiridos en el ciclo académico. Por tal motivo, se implementa como trabajo de opción de grado y como fuente de ingresos para las personas que lo conforman, de acuerdo con lo anterior, el presente trabajo realiza una recopilación de datos y experiencia dada en la ejecución del proyecto.

**Abstract:**

This document shows the events generated over time with the planning and execution of the SEÑOR POLLO entrepreneurship project, this initiative is carried out in the progress center of the Minuto de Dios University in the municipality of Girardot, within the document The horizon is projected where the organization must reach, in the same way, through the implementation of this project the objective is to improve the quality of life of the people who directly or indirectly are part of the project, likewise, it aims to expose the knowledge acquired in the academic cycle. For this reason, it is implemented as a degree option work and as a source of income for the people that make it up, in accordance with the above; this work compiles data and experience given in the execution of the project.



## **Introducción:**

El emprender en los últimos años se ha convertido un factor clave dentro de la sociedad para mitigar la desigualdad y el desempleo que tanto agobia al país, a través del emprendimiento se busca dinamizar la economía, por tal motivo, las universidades comienzan a implementar programas o centro de desarrollo de todo tipo de actividad con el fin de incentivar el emprendimiento en los jóvenes.

De acuerdo con lo anterior surge la idea del proyecto el señor pollo, se vincula al centro progresa con la finalidad de estructurar la idea para posteriormente ejecutar este proyecto, dentro de este trabajo se evidenciara el trabajo arduo que se tuvo que realizar y culminar con la estructuración del mismo, de igual manera, se encontraran las herramientas necesarias que se implementaron para analizar el entorno donde se pretende producir y comercializar, una de estas herramientas es la matriz DOFA que permitió identificar las debilidades y fortalezas del proyecto con el objeto de realizar las mejoras y prevenir dichos acontecimientos, así mismo, las oportunidades y amenazas generada por el factor externo, otra de esta herramienta utilizada es el lean canvas que permitió analizar el proyecto desde varios puntos de vista, es importante mencionar que se implementaron otras herramientas relevantes dentro la organización del negocio, de por otro lado, este documento dará a conocer la viabilidad del negocio en determinado tiempo.

De acuerdo con lo anterior, surge la necesidad de realizar una investigación mixta que permita identificar la viabilidad del proyecto en el mercado de Guataqui, Nariño y Girardot Cundinamarca, por medio de la recopilación de datos mediante la aplicación de una encuesta a los habitantes de los Municipios antes mencionados frente al consumo del pollo y otros elementos a indagar.

Por último, se establecerá las experiencias vividas a través del desarrollo del proyecto tanto en la parte de estructuración como la parte de ejecución por cada integrante del proyecto, expresada de forma muy clara y concisa los inconvenientes presentados a través del desarrollo de este, de igual forma, se expresan los aportes generados en la vida personal como profesional.

**Objetivos:**

## General:

- ✓ Sistematizar la experiencia que se generó desde el momento de la ideación hasta convertirla en una unidad productiva con el acompañamiento de Centro-Progresá en la corporación universitaria Minuto de Dios (UNIMINUTO) en los periodos 2019-B, 2020-A y en el transcurso de nuestra última práctica de emprendimiento.

## Específicos:

- ✓ Evidenciar los autores y momentos históricos que permitieron el desarrollo del emprendimiento El señor pollo.
- ✓ Mostrar los diferentes estudios con los cuales se realizó la viabilidad para la creación y puesta en marcha de la empresa El señor pollo (estudio de mercado, técnico, administrativo y financiero).
- ✓ Mostrar los aportes que repercutaron a los estudiantes mediante el desarrollo de dicho emprendimiento.
- ✓ Presentar un documento sistematizado que muestre tanto las experiencias como los aportes significativos que tuvo para la formación de sus autores.

## **Antecedentes y marco referencial:**

### **Marco contextual**

#### Situación actual:

La economía de Colombia ha tenido una decadencia muy significativa a causa de la pandemia por el Covid19, según el DANE (2020), el PIB en el primer semestre del año 2020 tuvo un decrecimiento del 7,4% con respecto al mismo periodo del año anterior, teniendo en cuenta lo anterior, la crisis económica que se está presentando en estos tiempos ha causado que algunas MiPymes hayan tenido que cerrar sus puertas por falta de recursos.

En medio de esta crisis económica el sector avícola también se ha visto afectado por el cierre de algunos establecimientos al iniciar el aislamiento preventivo, Tal como ha informado en sus últimos informes de la Federación Nacional de Avicultores de Colombia (FENAVI, 2020), el cierre de las ciudades ha reducido la demanda entre 35% y 50%. “Se estima que, en el momento actual, el consumo per cápita pase de 3 kilos a un rango entre 1,5 Kg y 2 Kg al mes” (Avicultura.com).

Por otro lado, otro factor que influye directamente en la producción es el incremento en los costos de los insumos debido a que son importados.

De acuerdo con los datos anteriores, esta disminución se deriva por el aumento del desempleo en el país, Para el mes de julio de 2020, la tasa de desempleo del total nacional fue 20,2%, lo que significó un aumento de 9,5 puntos porcentuales frente al mismo mes del año anterior (10,7%).

De acuerdo con el departamento administrativo nacional de estadística, la tasa global de participación se ubicó en 56,5%, lo que representó una reducción de 6,5 puntos porcentuales frente a julio del 2019 (63,0%). Finalmente, la tasa de ocupación fue 45,1%,

presentando una disminución de 11,1 puntos porcentuales respecto al mismo mes del 2019 (56,2%). A través de la apertura económica emitida por el gobierno Nacional a partir del mes de septiembre se prevé que la industria avícola incremente su producción y comercialización en los diferentes sectores, debido a que muchos establecimientos inician sus actividades comerciales y requieren personal para dar cumplimiento a sus objetivos, por tal motivo, el mercado laboral comienza a recuperarse de este impacto generado por la crisis financiera (DANE, 2020) .

El epicentro del proyecto es el municipio de Nariño, lugar donde se produce el pollo semi-orgánico y es distribuido a los municipios de Guataqui y Girardot. Nariño es un municipio perteneciente al departamento de Cundinamarca, tiene una extensión total de 54Km<sup>2</sup>, su área urbana es de 2Km<sup>2</sup> y el área rural es de 52 Km<sup>2</sup>, su población es de 2.042 habitantes. Está conformado por 10 veredas, las cuales son, Buscavida, Reforma, Apauta, Escaños, Juan chiquillo, Mendoza, Sabaneta, Los Mangos, El Buche y Garbanzal (Alcaldía Municipal Nariño, Cundinamarca, 2018).

Sus límites:

Norte: Guataqui

Sur: Girardot

Oriente: Jerusalén, Girardot y Tocaima.

Occidente: Rio magdalena. (Alcaldía Municipal Nariño, Cundinamarca, 2018)

Nariño es un municipio muy acogido por los turistas por su ambiente y diferentes actividades que allí se pueden realizar.

**Marco teórico:**

La unidad productiva se ha basado siempre en teorías que han sido muy relevantes en la historia, una de ellas es la teoría de las necesidades humanas de (Abraham Maslow, 1943), la cual consiste en la existencia de una serie de necesidades que atañen a todo individuo y que se encuentran organizadas de las más urgentes a las que lo son menos. Esto se debe a que, según Maslow, nuestras acciones nacen de la motivación dirigida hacia el objetivo de cubrir ciertas necesidades, las cuales se ordenan según la importancia que tengan para nuestro bienestar.

En continuidad con los procesos productivos también se tiene en cuenta, la Teoría del Consumidor, el cual es parte esencial en nuestro proyecto, ya que esta se encarga de analizar el comportamiento de los agentes económicos como consumidores. Esta teoría del consumidor es observada bajo la microeconomía y actualmente el análisis del consumidor es de vital importancia pues a través de él se puede observar como una persona alcanza su máximo bienestar dado su presupuesto (Mora, 2002).

En cuanto a las teorías que orientan el perfil del emprendedor se tuvo en cuenta el proceso que conlleva emprender, esto ha tenido un proceso de evolución favorable y significativa para el desarrollo de países, ciudades, pueblos y demás. Gracias a su instinto los seres humanos han estado en constante desarrollo con un sinnúmero de herramientas respondiendo a las necesidades del entorno. Según (Lòcde 2003), afirma que “emprendimiento es una manera de ver las cosas y un proceso para crear y desarrollar actividades económicas con base en el riesgo, la creatividad y la innovación, al gestionar una organización o una ya existente”.

Para el desarrollo del estudio de mercado es de gran importancia analizar la oferta y la demanda de un bien o servicio dentro de un mercado, también nos permite conocer las oportunidades y riesgos. Según (Kotler, 2002) , el estudio de mercado “consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización.

Por otro lado, para Malhotra (1997), “consiste en describir el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor”.

Inmerso a la investigación de mercado, se encuentra el tema de comercialización, teniendo en cuenta que es un factor decisivo e importante, el cual se encuentra muy relacionado con los resultados de dicha investigación, para (Kotler, 2002) “es la introducción de un producto nuevo al mercado.” Por otro lado, Según Rondón (2004), "Se refiere a la compraventa de bienes y servicios, que serán utilizados en la fabricación de otros bienes, o servicios".

Posterior al estudio de mercado se debe desarrollar un estudio técnico. Entre las diferentes proponentes y análisis de las metodologías y las técnicas para producir, encontramos:

Que un estudio técnico es aquel que permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita (Rosales, 2005).

En cuanto a temas de distribución, Según (Costa, 2015):

*"hace referencia a los canales a través de los cuales se hace llegar un producto al consumidor, de igual manera, Implica la transferencia de los mismos desde el fabricante al mayorista, y de éste al detallista, que finalmente lo pone al alcance del consumidor"*

Para (Stanton, Etzel, & walker, 2012) distribución es un "movimiento de los productos desde un punto a otro, hasta que llegan al su respectivo mercado".

Y en cuanto a la gran importancia que lleva consigo la competencia, (Kotler, 2002) hace referencia a un mercado en que muchos compradores y vendedores negocian con una mercancía uniforme; no hay un comprador o vendedor que ejerza mucha influencia en el precio corriente del mercado. Así mismo, (Costa, 2015), hace referencia a la situación económica en la cual hay simultáneamente en el mercado varios proveedores de un mismo producto.



**Marco legal:**

Es de gran importancia conocer la normatividad de un sector productivo, en este caso es el sector avícola, el cual se puede distribuir en leyes, decretos o resoluciones, debido a que, permite llevar una vigilancia y control de la empresa en lo que se está ejecutando de acuerdo con la ley. Entre las principales resoluciones para tener en cuenta, encontramos:

- ✓ Resolución 2015025417 de 2015 – INVIMA. Por la cual se adopta y reglamenta el uso de la marca de certificación para distinguir los productos de consumo humano que cuentan con Inspección Oficial Permanente en Plantas de Beneficio Animal.
- ✓ Resolución 2674 de 2013. Las buenas prácticas de Manufactura son una herramienta básica para la obtención de productos seguros para el consumo humano, que se centralizan en la higiene y la forma de manipulación.
- ✓ Resolución 2690 de 2015 – Ministerio de Salud y Protección Social. Por la cual se establecen las directrices para la formulación del Programa de Verificación Microbiológica del Sistema Oficial de Inspección, Vigilancia y Control de la Carne y Productos Cárnicos Comestibles.
- ✓ Ley 1014 de 2006, pretende promover el espíritu emprendedor entre los estudiantes y hacer de ellos personas capacitadas para innovar y generar bienes servicios dirigidos a formar competencias empresariales
- ✓ Resolución 3753 de 2013. Por la cual se definen los lineamientos técnicos para la formulación de planes de acción de inspección, vigilancia y control de

carne y productos cárnicos comestibles a lo largo de la cadena y se dictan otras disposiciones.

- ✓ Resolución 2690 de 2015 – Ministerio de Salud y Protección Social. Por la cual se establecen las directrices para la formulación del Programa de Verificación Microbiológica del Sistema Oficial de Inspección, Vigilancia y Control de la Carne y Productos Cárnicos Comestibles.
- ✓ Resolución 719 de 2015- Ministerio de Salud y Protección Social. Por la cual se establece la clasificación de alimentos para consumo humano de acuerdo con el riesgo en salud pública.
- ✓ Resolución de 242 de 2013- ministerio de salud y protección social. Por la cual se establecen los requisitos sanitarios para el funcionamiento de las plantas de beneficio de aves de corral, desprese y almacenamiento, comercialización, expendido, transporte, importación o exportación de carne y productos cárnicos comestibles.
- ✓ Ley 1333 DE 2009 (infracciones y sanciones en materia ambiental) De acuerdo a esto se tomarán las prevenciones y medidas apropiadas a la operación para evitar incurrir en cualquiera de las infracciones mencionadas en esta ley.
- ✓ Se debe tener un certificado de transito de aves, certificado de calidad e higiene, hay que tener un control de productos y subproductos avícolas, hay que cumplir con normas de control de las técnicas de enriquecimiento, restauración y fortificación de productos y subproductos alimenticios destinados al consumo humano, etc.

## **Planeación y metodología**

La metodología para el desarrollo de la investigación se basó en una investigación aplicada con un enfoque mixto, teniendo en cuenta que se obtuvo información a través de bases de datos, registros de páginas como el DANE & DIAN, acerca de datos de población y comportamientos de consumo, de igual forma se implementaron las encuestas, las cuales permitieron identificar los gustos y variables en el momento de adquirir un pollo.

La gestión del proceso de emprendimiento se desarrolló en las siguientes fases:

1. Identificación de potenciales nicho de mercado, en donde se visualiza los elementos importantes del mercado, las necesidades que no han sido cubiertas por la competencia, la cantidad de demanda en ese entorno emergente , con el fin de garantizar que la propuesta de valor tenga aceptación en el mercado, para ello es indispensable un análisis de este público objetivo, el cual sirva para poder conocer la cantidad de clientes, gustos, preferencias, estilos de vida, capacidad de compra, nivel de ingresos y nivel de aceptación del producto, para ello es necesario implementar una encuesta dirigida a un nicho de mercado en específico, en donde se denote una gran necesidad que no se esté cubriendo y nos pueda generar mayor rentabilidad.

2. Descripción del análisis DOFA de la empresa, en el cual se evidencian los aspectos internos y los externos, en el primero se desea enfocar en aquellas fortalezas y debilidades que posee la organización y en la segunda se destacan las oportunidades y amenazas haciendo referencia al entorno. Dicho diagnostico juega un papel esencial para poder conocer la visión global e integral de la situación de la compañía, en donde se

tiene en cuenta qué es aquello que realmente se necesita mejorar en cuanto a la idea de negocio, hacia donde se debe enfocar los esfuerzos y recursos para poder aprovechar esas oportunidades que se puedan llegar a presentar en el momento. De acuerdo con este diagnóstico, que no es nada más que una tabla en Word, donde es posible diseñar los objetivos de una empresa y las metas propuestas para un periodo largo de tiempo y mitigar aquellas amenazas presentadas.

3. Comprender el estado actual de la competencia, en el que es necesario analizar la misma a través de una MPC (matriz de perfil competitivo), que logre identificar cuáles son sus puntos tanto débiles como fuertes para poder establecer estrategias encaminadas a obtener mayor participación de mercado, debido a que se está presentando un mundo globalizado donde se pueden desplegar constantes cambios en el consumo, gusto y experiencias de los consumidores, por ende, es necesario prepararse para constantes cambios y poder llegar a ser una organización proactiva en busca de alcanzar los objetivos corporativos.

4. Realizar un estudio técnico mediante la identificación de equipos mínimos, cotizaciones, distribución de equipos, características de la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo necesario, este estudio es esencial, teniendo en cuenta que a partir de allí se define la rentabilidad del proyecto, haciendo uso de la tecnología que está al alcance de los recursos disponibles.

5. Establecer un estudio legal, en donde se evidencien las restricciones a la localización del plan en marcha que podría de alguna manera condicionar el tipo de proceso productivo. Este estudio se realiza teniendo en cuenta las novedades acerca de normas, resoluciones y leyes impuestas por entidades que controlan el funcionamiento

normal de una empresa avícola. De igual manera, aspectos ambientales, uso de patentes, legislación tributaria, aspectos laborales y contratación.

6. Definir un estudio financiero que pueda ser determinante en la selección del proyecto, en este estudio se define la imposibilidad o no de obtener los recursos económicos suficientes para la adquisición de la tecnología más adecuada, que sirva de ayuda para el funcionamiento normal de las actividades y el cumplimiento de los objetivos de una compañía, para ello, se maneja un estado de resultados, un balance general, un flujo de caja, ratios financieros para entender el estado actual de la organización, etc.

7. Creación de estrategias de marketing mix dirigidas a los posibles clientes, con el fin de dar a conocer ese producto como tal y lograr los objetivos perseguidos, para ello se diseñan acciones relacionadas al precio, la plaza o distribución y la promoción de este. Así mismo, es importante aclarar que dichas estrategias se diseñan después de establecer el nicho de mercado, debido a que determinan en gran medida las ventas y las utilidades de la empresa.

8. Realización del LEAN CANVAS, con el objetivo de resumir todo lo logrado en la unidad productiva, a partir de allí se identifica el problema, se le da una solución al mismo, se evidencia la propuesta de valor, la ventaja competitiva, los clientes, los canales, las métricas claves, la estructura de costos y la estructura de ingresos.

### **Formulación del problema de aprendizaje:**

Actualmente el emprendimiento se ha convertido en una fuente de desarrollo económico y social, por su generación de empleo tanto formal como informal en diferentes sectores del país donde existen diferentes proyectos de negocio que generan un impacto

dentro de la sociedad, por tal motivo, según un informe de Confecámaras (2019) en Colombia se crearon 309,463 empresas de diferentes sectores presentando un incremento de 2,1% frente al año pasado, el gobierno a través de sus políticas públicas y leyes busca incentivar y fortalecer el desarrollo de nuevos proyectos que beneficien a una comunidad y posteriormente la economía del país, por tal motivo, el presidente Duque aseguro mediante un discurso el apoyo sobre un proyecto de ley que fortalezca e incentive el emprendimiento en Colombia y permita disminuir la tasa de desempleo, En Colombia, Las PYMES (pequeñas y medianas empresas) constituyen la principal fuente de empleo y son una parte fundamental del sistema económico. Según los últimos estudios del DANE (2018) sobre el desarrollo empresarial a nivel nacional, el 80% de la fuerza laboral del país está concentrada en este tipo de compañías (Redacción Nacional, 2018).

A través del tiempo los proyectos emprendimiento sobre la avicultura comienzan a tomar mayor relevancia por la generación de empleo e ingresos que genera, De acuerdo con la revista de los avicultores este sector en el año 2019 genero 356,000 empleos directos como indirectos, este indicador refleja la importancia de esta actividad dentro de la economía, este resultado se presenta debido al incremento de la producción y comercialización de este producto en las zonas rurales ya que es una fuente de ingresos adicionales para suplir diferentes necesidades, estos productores están dejando a un costado la actividad de la agricultura como lo es la siembra de maíz, algodón y sorgo por el cambio climático y los altos costos de la materia prima, según contreras citado por Miguel Ángel Espinosa Borrero (2019) “Hemos tocado las puertas del Ministerio de Agricultura, pero aún no se nos da el apoyo para poder financiar estos cultivos, pasamos en 10 años de producir 43.000 toneladas a menos de 20.000”.

Al iniciar un proyecto de avicultura se requiere de un análisis exhaustivo sobre los factores de su entorno que influyen directamente sobre el proceso de consolidación del negocio, en Colombia muchas organizaciones fracasan en un lapso de tiempo no muy prolongado, de acuerdo con Confecámaras ( 2019) Tan solo el 29.7% de los emprendimientos nuevos en el país sobreviven y el 70% de las empresas fracasan en los primeros cinco años de existencia, es una situación alarmante para los emprendedores por la incertidumbre que ostenta sus negocios en un determinado periodo, este fracaso se produce por varios factores que se tienen que estudiar con exactitud por la complejidad de sus consecuencias, en primer lugar, los fracasos se generan por la informalidad como se desarrolla cada proyecto al no existir un plan de negocio que guie o establezca el horizonte del proyecto, en segundo lugar, las personas que se encuentran a cargo de estos proyectos carecen de conocimientos necesarios para entender la situación del entorno en pro de generar estrategias.

Este año se ha convertido en un desafío para los emprendedores debido a la crisis económica a nivel mundial a causa del COVID 19 que perjudica directamente a las organizaciones presentes y potenciales, por tal motivo, es necesario la implementación de estrategias que permitan seguir a siendo presencia en el mercado.

¿Es viable y factible la producción y comercialización de pollos semi – orgánicos en el Municipio de Girardot, Nariño y Guataqui Cundinamarca?

### **Identificación de actores involucrados y participantes:**

Durante el desarrollo de la unidad productiva, es indispensable nombrar a aquellos actores y participantes que de una u otra forma se involucraron en el proceso de emprendimiento.

Inicialmente la idea surgió mediante una asignatura denominada fundamentos de mercadeo, orientada por el docente Diego Armando Castro Munar, quien con sus orientaciones logró que la idea de negocio fuera más allá de lo teórico y se sustentara como una idea novedosa y rentable, para ello se vio notable la participación en un evento de emprendimiento gestionado por la universidad UNIMINUTO y promovido por el mismo docente, gracias a él, se pudo dar cuenta que la idea era interesante, por ende el proyecto “El señor pollo” fue uno de los mejores proyectos de dicho evento, en donde asistieron como jurados, docentes orientadores de Centro Progresas, los cuales lograron convencer a los actores para que la idea no quedara solo en palabras.

Centro progresas ha sido uno de los mayores participantes e involucrados en el desarrollo de la idea de negocio, gracias a ellos se inicia con unas prácticas de emprendimiento, haciendo presencia con la gran idea, enfocándola primordialmente en mejorarla y fortalecerla como una unidad productiva, generadora de ingresos y grandes utilidades.

Por otro lado, es de tener en cuenta que no solo centro progresas se ha encargado de colaborar en el fortalecimiento de la misma, los docentes que asigna dicho centro han orientado a los autores del proyecto de la mejor forma para que la idea, sea un éxito y pueda llegar a ser uno de las mejores empresas de la región, el docente mencionado es Mario Hernández Tovar, quien con su gran paciencia y conocimientos ha llevado por el camino del éxito a los autores de aquel proyecto, gracias a él, actualmente el proyecto es



una unidad productiva fortalecida de tal forma que ya se está comercializando el producto en los diferentes segmentos de mercado y en donde los clientes se han encontrado muy satisfechos con el mismo.

Así mismo, los docentes que asigna la universidad UNIMINUTO también se han involucrado de una u otra forma al proceso, no solo en el proceso de emprendimiento si no también en el proceso de formación de los autores, gracias a ellos se adquiere nuevos conocimientos en lo que respecta a temas financieros, logísticos, de marketing, de recursos humanos, económicos, contables, administrativos y de ética, aquellos docentes son:

Luis Alberto Rojas Farfán, quien con su carácter ha logrado grandes cosas, una de ellas es fomentar la responsabilidad y puntualidad por parte de los autores, les ha enseñado como enfrentarse a ese entorno tan cambiante, a través de sus conocimientos en logística, enfocados en cómo hacer posible que un producto llegue al consumidor, desde el lugar donde se obtienen las materias primas, pasando por el lugar de la producción, es decir, son todas aquellas operaciones de transporte, almacenamiento y distribución de los productos.

De igual manera, el docente Alexander Beltrán Echeverry, quien motiva a los estudiantes a ser mejores cada día, a llevar consigo los valores y ponerlos en práctica, además de ello es un docente que aporta conocimientos acerca de cómo analizar variables estadísticas y cómo manejar herramientas tan importantes como son los paquetes de Microsoft office para posibles estudios financieros.

Por otro lado, la profesora Mónica Zarta campos, quien con su amabilidad y entrega por el programa ha incentivado a los autores a ser mejores personas tanto profesional como personal, ha compartido sus conocimientos en economía, buscando siempre que los

estudiantes mejoren el análisis de esas variables económicas que se puedan llegar a presentar en un momento dado.

También, la docente Marta García López, la cual forja un lazo de amistad con los estudiantes y logra generar confianza por parte de los mismos, busca fomentar los valores éticos profesionales y ofrece viables herramientas de marketing necesarios para el funcionamiento normal de la idea de negocio.

Por último, la docente Marlen Deyanira Melo, quien con su delicadeza y amabilidad genera confianza y brinda aportes significativos en cuanto al diagnóstico organizacional de una empresa y todo lo que se debe tener en cuenta en el momento de llevar a cabo una idea de negocio.

### **Variables, indicadores, herramientas e instrumentos:**

Un estudio de mercado es necesario para identificar la viabilidad de la idea de negocio, por ende, se quiso aplicar una de las herramientas más utilizadas en lo que concierne a la investigación (encuesta), para poder identificar los gustos, preferencias, nivel de ingresos, hábitos de consumo y opinión de nuestro segmento de mercado y así mismo diseñar nuevas estrategias dirigidas a cada tipo de cliente y poder captar nuevos consumidores que se quieran beneficiar de nuestro producto. La encuesta fue aplicada a 100 personas. Por otro lado, se utilizó el lean canvas, donde este se divide en nueve módulos, el cual parte desde el problema y así mismo buscar su respectiva solución, en donde se busca dar una visión de nuestro modelo de negocio, así mismo, mejorar si se llega a encontrar alguna falencia.





en lo económico o técnico									
Principales aprendizajes en para el perfil profesional									
Aprendizajes abordados desde la perspectiva de la socialización de la experiencia									
Conclusiones y recomendaciones									
Bibliografía									

### **Modelo de divulgación de la experiencia:**

Esta idea de negocio surgió a finales del año 2017 en una asignatura que hace parte del plan académico de la facultad de administración de empresas, a partir del 2018 el proyecto se vincula como alternativa de practica en Centro Progresá con la finalidad de recibir la orientación pertinente para consolidar la idea de negocio que permitiera generar un aporte dentro de la población con la generación de empleos, de igual manera, satisfacer la demanda del mercado objetivo con un pollo semi-orgánicos que contribuya al cuidado de la salud.

Para lograr dicha vinculación fue necesario realizar una ponencia con profesores del programa de administración y de Centro Progresá para poder ser admitidos.

Posteriormente, a la vinculación a Centro Progresia se inicia un plan de trabajo donde se estipula los temas a tratar dentro de este documento, esta estructuración se divide en tres segmentos, por otro lado, las respectivas presentaciones en diferentes eventos que se tienen que realizar como requisito para culminar cada etapa, a finales del año 2018 se asistió a un evento que se llamaba “casa tiburones” que tenía como propósito elegir a los grupos de mayor interés o aquellos que podían perdurar en diferentes mercados, para asistir se debía cumplir con unos requisitos previamente establecidos, de igual manera, el señor pollo asistió en dos ocasiones a la semana del administrador organizado por parte de la Coordinación Académica de Administración de Empresas, donde en el año 2018 esta empresa se posiciono en el tercer lugar por su trabajo arduo y por la viabilidad del proyecto, esta presentación permitió dar a conocer el proyecto frente a la comunidad estudiantil y consolidándola como una empresa prometedora dentro del mercado.

Por otro lado, a comienzos del año 2019 Centro Progresia organizo una rueda de negocios con el objetivo de dar a conocer diferentes proyectos, EL SEÑOR POLLO asistió a este evento para darse a conocer en el mercado y tener mayor probabilidad de cumplir con los objetivos estipulados desde sus inicios, de igual manera, se logró comercializar varios pollos dentro de este espacio demostrando la acogida que puede tener la empresa.

De acuerdo a las presentaciones anteriores EL SEÑOR POLLO ha obtenido mayor reconocimiento y experiencia gracias a las observaciones generadas por los diferentes jurados, por tal motivo, la empresa al consolidar su idea de negocio sustituyo el pollo semicriollo por un pollo semi- orgánico como alternativa de diferenciarse de otras organizaciones que producen y desarrollan el mismo producto, es importante resaltar que la empresa tenía planeado asistir a un concurso de proyectos de emprendimiento en la ferias y fiestas del municipio de Guataqui Cundinamarca, así mismo, a otras series de eventos de

mayor envergadura que le permitiera a la organización obtener mayor participación de mercado, desafortunadamente estos eventos fueron cancelados a causa de la pandemia COVID 19 que se está viendo a nivel mundial.

### **Momentos históricos y experiencias**

Al realizar la estructuración del proyecto se debe establecer las estrategias de mercadeo, todo lo relacionado a la parte administrativa y contable, para ello fue necesario plasmar los conocimientos adquiridos en diferentes áreas en el transcurso del proceso académico como administradores de empresas, en el proceso de la estructuración comienzan a surgir una serie de acontecimientos que contribuyen al desarrollo como profesionales y personas, en primer lugar se comienza a reflexionar sobre la importancia de emprender en nuestro país con ideas de negocio que contribuyan a mejorar la calidad de vida tanto de la persona involucrada como de una sociedad, por otro lado, este proceso fue muy importante debido a que se comienza a manifestar mediante el proceso una serie de falencias en la parte financiera un tema clave en el andamiaje de la organización.

De acuerdo con esta falencia se comienza a trabajar en pro de solucionarla con la finalidad de no cometer errores que conduzca a la empresa EL SEÑOR POLLO al fracaso, gracias al trabajo arduo en acompañamiento del profesor asignado se buscó las respectivas medidas que condujera a mejorar esta falencia, gracias a este acompañamiento por parte de Centro Progresá se mejoró el conocimiento sobre la elaboración de la parte financiera de la empresa, este suceso fue relevante para mejorar nuestras competencias y conocimientos como profesionales, este aprendizaje es muy útil para el futuro de las organizaciones donde desempeñemos nuestras labores profesionales.

De igual manera, en esta etapa gracias al aporte realizado por parte de los profesores del área de emprendimiento (Centro Progresia) se cambia la idea de producir y comercializar un pollo semicriollo por un pollo semi-orgánico debido a que en el mercado objetivo operan varias empresas que se dedican a esta misma actividad, por tal motivo, surge la necesidad de buscar alternativas con el objetivo de diferenciar la organización EL SEÑOR POLLO frente a la competencia, este aporte se convirtió en un acontecimiento muy importante dentro el proceso de estructuración porque se comprendió la importancia de buscar opciones o estrategias de diferenciación que garantice la permanencia en el mercado que ayude a dar cumplimiento con los objetivos corporativos, esta contribución ha logrado que la organización sea reconocida en el mercado objetivo siendo una de las primeras organizaciones en ofrecer este tipo de producto.

Así mismo, este proceso se convirtió en una prueba o examen para aplicar los conocimientos adquiridos, de igual manera permitió identificar las fallas y destrezas que posee cada integrante de la organización EL SEÑOR POLLO, la elaboración y ejecución del proyecto permitió adquirir experiencia frente al manejo de organizaciones avícolas y otras empresas en entornos competitivos donde se requiere de administradores dotados de conocimiento que contribuya a la toma de decisiones, dentro de esta experiencia se adquirieron diversos conocimientos acerca del cómo realizar estudios de mercado para identificar las variables relacionadas con el consumidor, por tal motivo, mejoro la destrezas para formular preguntas asertivas que ayude a recopilar información precisa, así mismo, se adquirió conocimiento frente a la tabulación de la información, esta articulación entre la parte teórica y la práctica permitió conocer las capacidades de cada persona de acuerdo a los resultados obtenidos en la ejecución del proyecto, esta relación contribuyo a mejorar la toma de decisiones en entornos competitivos que no permite margen de error.



## Reconstrucción de la experiencia:

### Ilustración 1: Lean canvas

CENTRO PROGRESA EPE				
UNIDAD DE ASISTENCIA TÉCNICA DE EMPRENDIMIENTO				
FORMATO LEAN CANVAS				
Emprendedor (a): JOSE BONILLA, FELIPE LAGUNA, KAREN MORENO				
<b>2. PROBLEMA:</b> * poca oferta de pollo de calidad con producción limpia, agrícola y alimentación a base de maíz en los municipios de nariño, guataqui y girardot cundinamarca.	<b>4. SOLUCIÓN:</b> * producir pollo, criado a base de maíz implementando sistemas de producción confiables y transparentes, que van en busca de aportar beneficios nutricionales a la salud de los mismos en el municipio de nariño.	<b>3. PROPUESTA DE VALOR:</b> * ofrecer pollo de alta calidad con procesos de producción limpia, agrícola y alimentación a base de maíz.	<b>9. VENTAJA COMPETITIVA:</b> * Alimentación a base de maíz amarillo.	<b>1.SEGMENTO DE CLIENTES:</b> tenderos de los municipios de nariño y guataqui-cund y familias de estratos medios de la ciudad de girardot.
	<b>8. METRICA CLAVE:</b> *Número de clientes por mes. *Numero de pollos producidos por mes. *incremento de utilidad *uso y utilización del maíz, purina y servicios.		<b>5. CANALES:</b> -- comercialización directa a los tenderos de los municipios de nariño y guataqui cundinamarca. -- comercialización con punto de venta a las familias en el municipio de Girardot.	
<b>6. ESTRUCTURA DE COSTO:</b> * Costos de publicidad: 50.000 mensual *materia prima: 5.500.000 cada 45 días para una producción total de 500 pollos *mano de obra: * servicios (agua y luz): 40.000 mensual *transporte: 50.000 mensual			<b>7. FLUJO DE INGRESOS:</b> *venta de número 500 pollos cada mes: \$10.000.000 *venta de 50 viseras por mes: 500.000	

**Tabla 1: Análisis PESTEL**

<b>Factores Externos</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Favorable / Desfavorable</b>
<b>Políticos</b>	<p>1. Resolución 2015025417 de 2015 – INVIMA. Por la cual se adopta y reglamenta el uso de la marca de certificación para distinguir los productos de consumo humano que cuentan con Inspección Oficial Permanente en Plantas de Beneficio Animal.</p> <p>2. Resolución 2674 de 2013. Las buenas prácticas de Manufactura son una herramienta básica para la obtención de productos seguros para el consumo humano, que se centralizan en la higiene y la forma de manipulación.</p> <p>3. resolución 3753 de 2013. Por la cual se definen los lineamientos técnicos para la formulación de planes de acción de inspección, vigilancia y control de carne y productos cárnicos comestibles a lo largo de la cadena y se dictan otras disposiciones.</p> <p>4. Resolución 2690 de 2015 – Ministerio de Salud y Protección Social. Por la cual se establecen las directrices para la formulación del Programa de Verificación Microbiológica del Sistema Oficial de Inspección, Vigilancia y Control de la Carne y Productos Cárnicos Comestibles.</p>	<p>1. Es favorable para la organización, ya que, nos permite diferenciar el producto frente a la competencia.</p> <p>2. Es una resolución que beneficia a las empresas y consumidores, permitiendo la comercialización de un producto en óptimas condiciones, generando confianza entre los clientes.</p> <p>3. Esta resolución dentro del campo empresarial es uno de los ejes fundamentales para producir un pollo con todas las condiciones de higiene que beneficie a los consumidores.</p> <p>4. la resolución 2690 tiene como objetivo vigilar y controlar todo el sistema de producción, con el fin de preservar la salud de los consumidores, así mismo, establece unas condiciones a la hora de exportar nuestro</p>

5. resolución 719 de 2015- Ministerio de Salud y Protección Social. Por la cual se establece la clasificación de alimentos para consumo humano de acuerdo con el riesgo en salud pública.

-- 6. resolución de 242 de 2013- ministerio de salud y protección social. Por la cual se establecen los requisitos sanitarios para el funcionamiento de las plantas de beneficio de aves de corral, desprese y almacenamiento, comercialización, expendido, transporte, importación o exportación de carne y productos cárnicos comestibles.

producto, esta resolución no es tan beneficiosa por las condiciones establecidas para dicha exportación.

5. Es de gran importancia para nuestra organización esta resolución debido a la clasificación de los productos, donde estipulan los lineamientos a seguir referente a cada artículo.

6. Beneficia directamente a los consumidores, ya que, tiene como objetivo garantizar la comercialización de un pollo en óptimas condiciones para el respectivo consumo dentro de los hogares de nuestro segmento de mercado.

## Económicos

1. ---El consumo de carne de pollo también va en aumento. Para el 2017 se logró la cifra récord de 1.563.568 toneladas. “Esto significa un crecimiento del 5.7% en el sector de pollo frente al año anterior”, afirma Andrés Valencia.

El consumo per cápita de pollo fue de 32.8 Kilogramos en el 2017 y se espera que en el 2018 esta cifra siga en aumento. En Colombia todavía hay un margen amplio de crecimiento en cuanto al

1 este crecimiento es beneficioso para todas las empresas del sector avícola, es un resultado producto del incremento de otros tipos de carne, estas cifras generan confianza a la hora de invertir en estas empresas.

consumo de pollo debido a que en países como Chile o Brasil el consumo per cápita supera los 40 kilos. “La cifra de consumo de carne de pollo, consolida a esta proteína como la preferida entre las carnes que consumen los colombianos

### Sociales

1. La avicultura ha tenido un crecimiento por encima del 4%, siendo el pollo la carne más consumida, con un consumo per cápita estimado al cierre de 2019 de 36 kg/año, en 2018 fue de 34,3 Kg y en 2017 fue de 32,2kg.

2 La avicultura es la industria agropecuaria que más empleos formales genera, hay más de 1.000 explotaciones avícolas en todo el país, más de 110 plantas de beneficio de aves produciendo más de 1.6 millones de toneladas de pollo al año

1 De acuerdo a las cifra que entre FENAVI se puede observar que los consumidores buscan un cambio alimenticio, generando una alta demanda de este producto.

2 De igual manera, estas organizaciones están generando un impacto positivo dentro de la sociedad por la generación de empleo formal.

### Tecnológico

1. Desprese automático  
 \*Entradas de aire  
 \* Sistema de túnel.  
 \* Sistema de ventilación mixto túnel-mínimos  
 \* Ventilación  
 \* Sistemas de calefacción  
 \* Sistemas de refrigeración  
 \* Sistemas de alimentación  
 \* Sobre los bebederos

1 estos factores tecnológicos son fundamental dentro cualquier organización, porque permite aumentar la productividad, la eficiencia y eficacia dentro los procesos de producción, por tal motivo, permite

<ul style="list-style-type: none"> <li>* distribución de agua</li> <li>* Iluminación</li> <li>* Bioseguridad</li> </ul>	<p>disminuir los costos de producción.</p>
---	--



**Ecológicos**

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ley 1333 DE 2009 (infracciones y sanciones en materia ambiental)</li> <li>2. aplicación de nuevas leyes políticas ambientales por parte de FENAVI, como son la política nacional de producción y consumo sostenible.</li> </ol>	<p>1 son leyes que benefician a la sociedad en general, porque está previniendo mediante sanciones la contaminación de la media ambiente donde se puede generar daños irremediables.</p>
---	--

**legal**

1. El CONPES se ha enfocado en crear una Política Nacional de Sanidad e Inocuidad para la Cadena Avícola 30 a través del documento 3468 del de abril de 2.007
- 2 se debe tener un certificado de transito de aves, certificado de calidad e higiene, hay que tener un control de productos y subproductos avícolas, hay que cumplir con normas de control de las técnicas de enriquecimiento, restauración y fortificación de productos y subproductos alimenticios destinados al consumo humano, etc.

**Tabla 2: Matriz de diagnóstico DOFA**

<p>FACTORES INTERNOS</p>  <p><b>MATRIZ DOFA</b></p> <p>FACTORES EXTERNOS:</p> 	<p><b>FORTALEZAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Se cuenta con una producción limpia y natural.</li> <li>■ Experiencia en la producción</li> <li>■ Se cuenta con un excelente equipo de trabajo.</li> <li>■ Capacitaciones para mejorar.</li> <li>■ Conocimiento del mercado objetivo.</li> </ul>	<p><b>DEBILIDADES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Falta de apalancamiento financiero para la ejecución del proyecto.</li> <li>■ Ausencia de estrategias de mercado para dar a conocer nuestro producto y captar nuevos clientes.</li> <li>■ No se cuenta con un registro en cámara y comercio, el cual nos permita buscar formas de apalancamiento financiero-</li> <li>■ Aun no estamos legalmente constituidos como una empresa.</li> </ul>
<p><b>OPORTUNIDADES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Alto consumo de pollo en la región debido a la concientización de los problemas de la carne roja.</li> <li>■ La gran cantidad de condominios que consumen el pollo semi-criollo.</li> <li>■ La ruta del sol que por ende aumentara la población.</li> <li>■ Incremento del turismo en la ciudad de Girardot (vereda agua blanca).</li> </ul>	<p><b>FO: (MAXI-MAXI)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Atraer a nuevos clientes mediante estrategias de mercado, resaltando los beneficios de nuestro producto.</li> <li>■ Invertir en publicidad para atraer a clientes potenciales.</li> <li>■ Implementar la estrategia de la venta cruzada en nuestro producto para atraer a nuevos clientes y generar nuevos ingresos.</li> </ul>	<p><b>DO: (MINI-MAXI):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Buscar formas de apalancamiento financiero para ejecutar el proyecto.</li> <li>■ Implementar técnicas de mercadeo que vayan ligadas a incrementar nuestro número de clientes.</li> <li>■ Posicionarnos en el amplio mercado avícola como una empresa con un sistema de producción limpia y natural.</li> </ul>
<p><b>AMENAZAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ El consumidor se encuentra dispuesto a probar nuevos productos.</li> </ul>	<p><b>FA: (MAXI-MINI)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Brindar un producto innovador con unos procesos</li> </ul>	<p><b>DA: (MINI-MINI)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Diseñar estrategias de mercado que resalten nuestra ventaja diferenciadora</li> </ul>

- 
- |  |  |   |
|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Constante cambio climático en la región.</li> <li>■ Entrada de nuevos competidores al mercado.</li> <li>■ Disminución de la oferta existente y el aumento de la demanda.</li> <li>■ creación de nuevas empresas avícolas</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ confiables y transparentes para no perjudicar la salud de los consumidores.</li> <li>■ Generar acciones artificiales que nos ayuden a mitigar los impactos del cambio climático.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>(producción limpia y natural).</li> <li>■ Facilitar la compra del producto, ofreciendo al cliente la venta a domicilio.</li> <li>■ Registrar nuestra marca ante las entidades correspondientes para que esta obtenga beneficios que brinda el estado.</li> </ul> |
|--|--|---|
- 

*Fuente: elaboración propia*

### **Estudio de mercado:**

Para este estudio de mercado, fue necesario realizar un estudio de la población para saber el número de personas que conforman nuestros tres segmentos de mercado, según el censo nacional de población y vivienda realizado por el departamento administrativo nacional de estadística DANE en el año 2018 es de 2540 habitantes para la población objetivo de Nariño Cundinamarca, de 1974 para el segmento de Guataquí Cundinamarca y, por último, 105.379 habitantes para el segmento de Girardot Cundinamarca.

Para este estudio se determinó utilizar una muestra probabilística, en donde cada miembro de la población tiene probabilidades conocidas diferentes de cero de ser incluida en la muestra.

Por otro lado, para determinar el número de encuestas que deben aplicarse para ser representativos de la población se utilizara la siguiente formula:

### Ilustración 3: Formula tamaño de la muestra

**Tamaño de la Muestra.**

- **Fórmula:**  
Población finita:  $n = Z^2 p * q N / e^2 (N-1) + Z^2 p * q$
- **Donde:**  
 n = tamaño de la muestra.  
 N= Población o universo.  
 Z = nivel de confianza.  
 p = probabilidad a favor.  
 q = probabilidad en contra.  
 e = error muestral.

*Fuente:* <http://normasapa.net/formula-muestra-poblacion/>

Pero ¿cuál es el número de unidades muestrales necesarias para asegurar un margen representativo del universo? Para esta investigación se estableció trabajar con un nivel de confianza igual de 95%, una probabilidad a favor del 90% y una en contra del 10% y por último un error muestral del 0.05.

Sustituyendo los valores anteriores en la formula y con nuestras poblaciones objeto, se obtiene:

#### **Muestra definida para el proyecto:**

Dentro de las estrategias del estudio de mercado, necesario para identificar opiniones de una población, costumbres, hábitos de consumo, características, etc., decidimos dividir la investigación por varios segmentos de acuerdo con las necesidades de esta, para la cual la Fase 1 será aplicar un instrumento de investigación (encuesta) en los tres segmentos de mercado, pero para ello, es necesario identificar la muestra de cada población.







### Ilustración 6: Resultados muestra segmento 3

N	105.379								
Z	1,64	2,6896							
p	0,90								
q	0,10								
d	0,1	0,01							
b) Para población finita (cuando se conoce el total de unidades de observación que la integran):									
$n = \frac{N Z^2 pq}{d^2 (N - 1) + Z^2 pq}$									
n	=	105.379,00	*	2,6896	*	0,90	*	0,10	
		0,01	105.378	+	2,6896	*	0,9	*	0,1
n	=	105.379,00	*	2,6896	*	0,09			
		0,01	*	105.378	+	2,6896	*	0,09	
n	=	25.508,46							
		1.054	+	0,242064					
n	=	25.508,46							
		1.054							
n	=	24,20107048							
El Numero de encuestas a realizar son					24				

*Fuente: elaboración propia*

#### Objetivo del instrumento (encuesta):

Obtener información acerca de hábitos de consumo, gustos, preferencias, gastos promedio, nivel de ingresos y demás características de una población; para poder evaluar la viabilidad y factibilidad de ofrecer un producto semi-orgánico al mercado, el cual beneficie la salud de los consumidores.

#### Formato de la encuesta:

En cuanto a la construcción y aplicación de la encuesta, se tuvieron en cuenta diferentes factores: aceptación del proyecto, motivos de compra, atributos del producto, frecuencia de compra, capacidad de compra, productos sustitutos, medios de comunicación y canales de comercialización. Los cuales se verán reflejados en el siguiente formato, el

cual se realizó a través de Google drive en la opción de formularios, para poder facilitar la rápida respuesta de la población con él envío del enlace por medio de redes sociales.

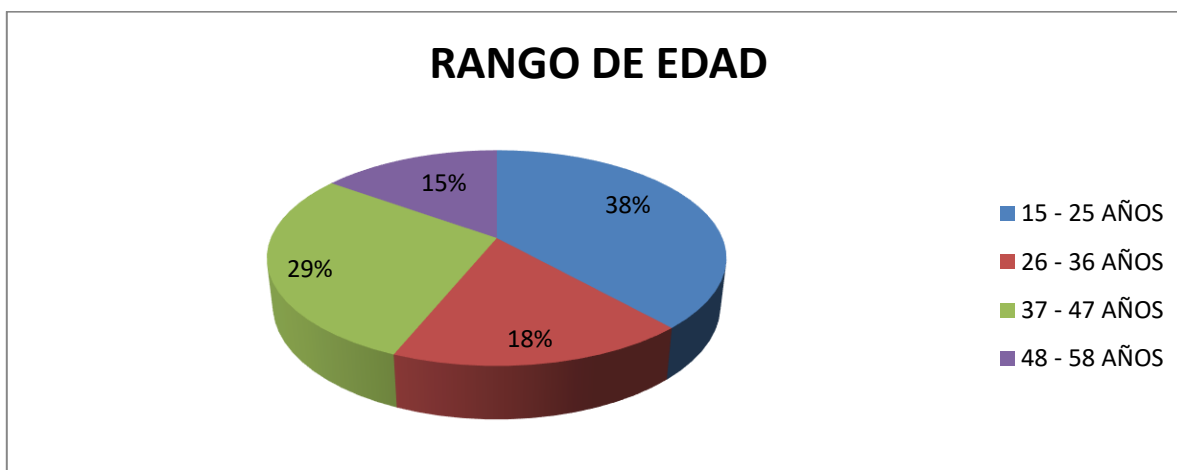
Es de resaltar que la encuesta se realizó a un total de 73 personas, teniendo en cuenta los tres segmentos de mercado y los resultados que nos arrojó la muestra aplicada, dicho formato de encuesta se adjuntara en anexos.

### Presentación de los resultados de la encuesta:

Se decidió utilizar el método de Excel, para la tabulación de las encuestas y el respectivo análisis de los resultados:

#### 1. ¿RANGO DE EDAD?

Valores			
Rótulos de fila	Cuenta de RANGO DE EDAD	Cuenta de RANGO DE EDAD2	
15 - 25 AÑOS		28	38%
26 - 36 AÑOS		13	18%
37 - 47 AÑOS		21	29%
48 - 58 AÑOS		11	15%
<b>Total, general</b>		<b>73</b>	<b>100%</b>
<b>FUENTE:</b>		<b>Grupo investigador</b>	



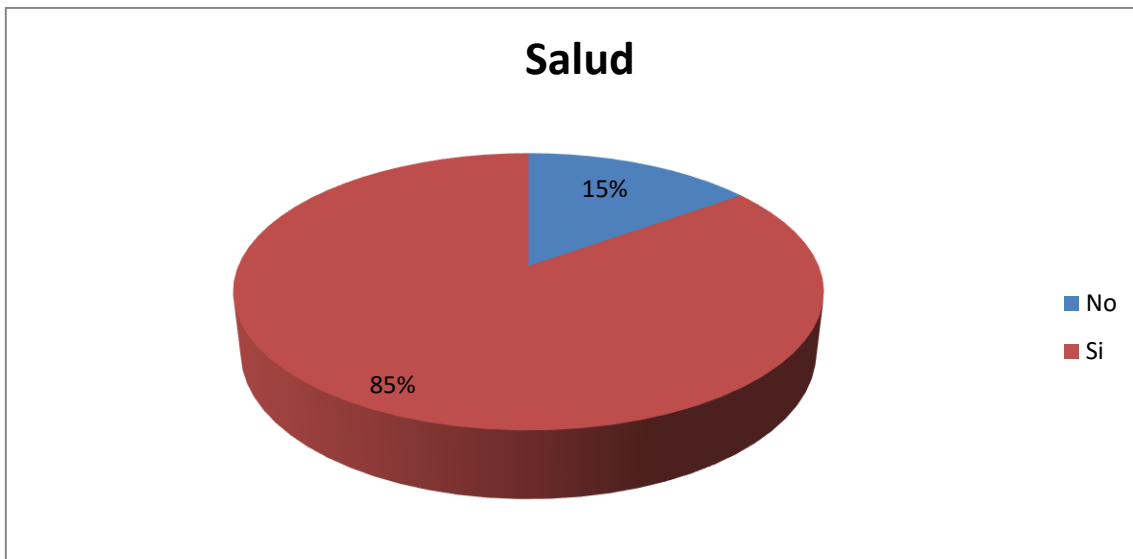
Teniendo en cuenta las muestra definidas a partir de tres poblaciones (nariño 24 habitantes, guataqui 24 habitantes y girardot 24 habitantes), se puede evidenciar que el 38%

de las personas encuestadas se encuentran en un rango de edad de 15 a 25 años, como podemos observar en las posibles combinaciones de las tablas, del porcentaje de estas personas que oxilan entre este rango de edad, el 19% obtienen como ingresos un salario minimo mensual y solo el 1% cuentan con ingresos igual o superior a dos salarios, este resultado nos permite identificar nuestros clientes potenciales, de igual manera como organización debemos buscar estrategias que permitan captar y retener este tipo de clientes, asi mismo, el 29% de las personas encuestadas se encuentra dentro del rango de edad 37 - 47 años donde el 16% tienen como ingresos un salario minimo mensual y solo el 8% de ellas obtiene igual o mayor a dos salarios minimos, es importante mencionar que este es un nicho que es muy importante para nuestro negocio por el nivel de ingresos y la estabilidad economica que presentan.

Tambien es importante mencionar que las personas que se encuentran entre el rango de edad de 15-25 años, son aquellas personas que en gran parte estarian dispuestas a aceptar nuestro producto, es decir, que son consumidores que se preocupan por su salud y por adquirir un producto que cumpla con sus expectativas.

## 2. ¿Considera usted que el consumo de pollo semi-orgánico puede mejorar su salud?

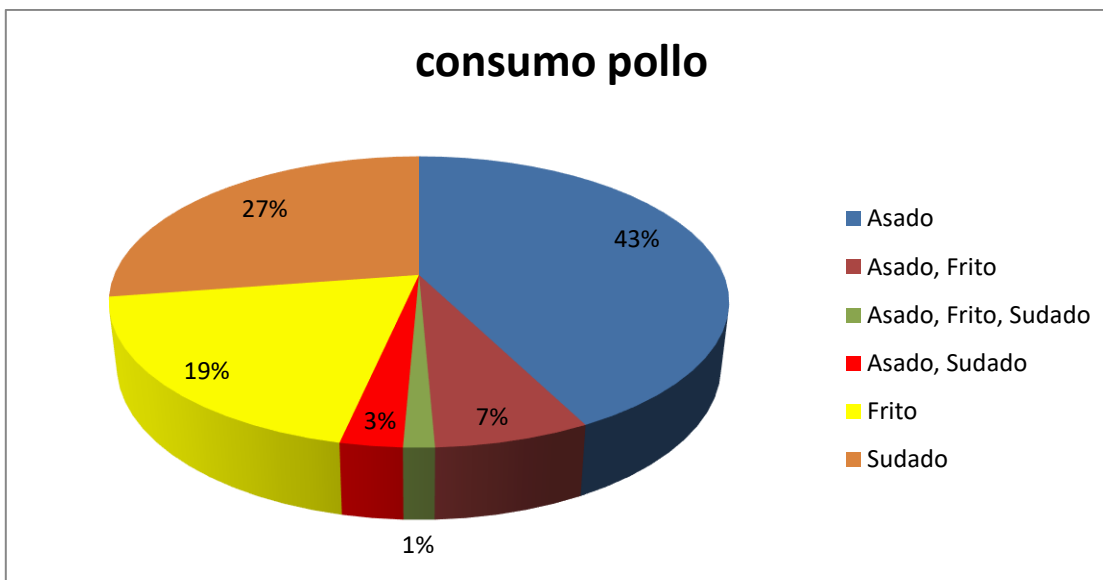
Valores		
Rótulos de fila	salud	salud2
No	11	15%
Si	62	85%
<b>Total general</b>	<b>73</b>	<b>100%</b>
<b>FUENTE:</b>	<b>Grupo investigador</b>	



Según el análisis de los resultados de dicha encuesta, se puede evidenciar que el 85% de las personas encuestadas consideran que el pollo semi-orgánico si puede mejorar su salud, dentro de este porcentaje, el 33% de estas personas oxilan entre el rango de edad 15 a 25 años, de igual manera, de las personas que consideran que este tipo de pollo puede mejorar su salud solo el 27% se encuentra dentro del rango de edad 37 a 47 años, el 14% se encuentran en un rango de edad de 26-37 años y un 11% corresponde a las personas de 48 a 58 años, de acuerdo a estos resultados podemos identificar que el 74% de las personas que respondieron que si, son personas que no superan los 47 años de edad, en donde se reflejan los cuidados de las personas o familias de nuestro segmentos de mercado, los cuales buscan productos alimenticios que sean balanceados para prevenir algún tipo de enfermedad y contar con una mejor calidad de vida, por último, se puede observar que nuestro proyecto puede ser viable dentro del mercado objetivo, ya que la mayoría de las personas independientemente de su rango de edad están de acuerdo que el pollo semi-orgánico puede mejorar su salud en términos de naturalidad.

### 3. ¿Cómo le gusta consumir la carne de pollo?

Valores		
Rótulos de fila	consumo pollo	consumo pollo2
Asado	31	42,5%
Asado, Frito	5	7%
Asado, Frito, Sudado	1	1%
Asado, Sudado	2	3%
Frito	14	19%
Sudado	20	27%
<b>Total general</b>	<b>73</b>	<b>100%</b>
<b>FUENTE:</b>	<b>Grupo investigador</b>	

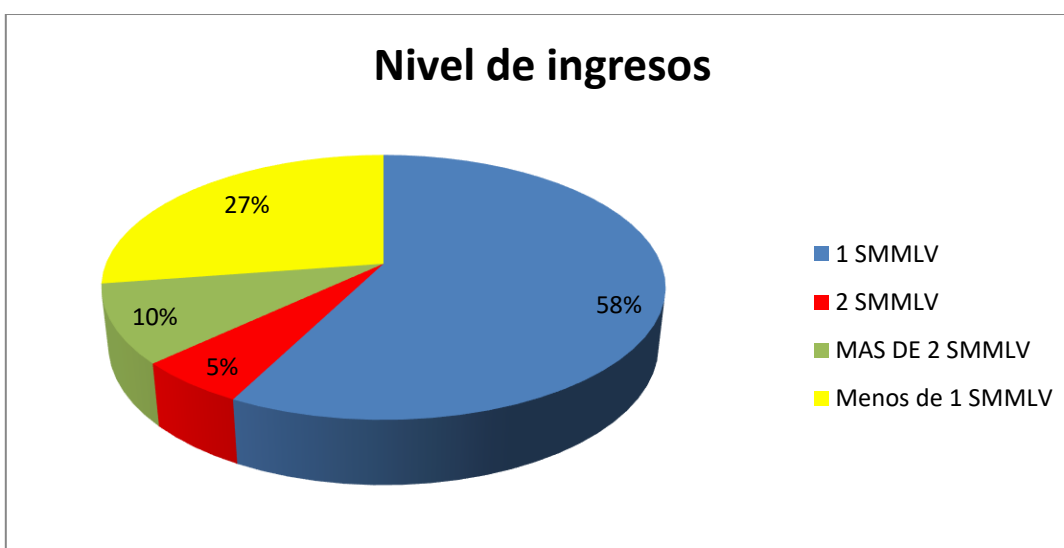


Teniendo en cuenta los resultados arrojados al finalizar la encuesta, del total de las personas encuestas, el 43% de ellas opinaron que les gusta consumir este tipo de carne de forma asada, dentro de este resultado el 18% son personas que se encuentran dentro del rango de edad de 15 a 25 años de edad, de igual manera, el 27% de estas personas consumiría el pollo sudado. De acuerdo a lo anterior, nuestra organización puede ser viable debido a la variedad de formas de preparación del producto, teniendo en cuenta también el tipo de rango de edad de los consumidores, de igual manera, este producto se utiliza para diferentes ocasiones dentro de un contexto, por tal motivo, es importante buscar alternativas de preparación para incentivar la compra y posteriormente comunicarlas al mercado.

objetivo por el medio de comunicacion que ellos mas frecuentan diariamente, como lo son las redes sociales.

#### 4. ¿Cuál es su nivel de ingresos?

Valores			
Rótulos de fila	nivel de ingresos	nivel de ingresos2	
1 SMMLV	42	58%	
2 SMMLV	4	5%	
MAS DE 2 SMMLV	7	10%	
Menos de 1 SMMLV	20	27%	
<b>Total general</b>	<b>73</b>	<b>100%</b>	
<b>FUENTE:</b>		<b>Grupo investigador</b>	



De acuerdo al análisis de la gráfica, se puede evidenciar que el 58% de estas personas tienen un nivel de ingresos igual a un salario mínimo legal vigente, donde el 19% corresponden a personas dentro del rango de edad 15 a 25 años, el 12% entre 26 y 36 años de edad y el 26% entre el rango de 37 a 58 años, teniendo en cuenta estos resultados observados, las personas que actualmente tienen una estabilidad laboral y económica en nuestro mercado son personas jóvenes, de igual manera, el 85% de las personas encuestadas que consideran que adquirir un pollo semi-orgánico puede mejorar o prevenir problemas de salud tienen como base menos de un 1 salario , un salario , dos o más de dos

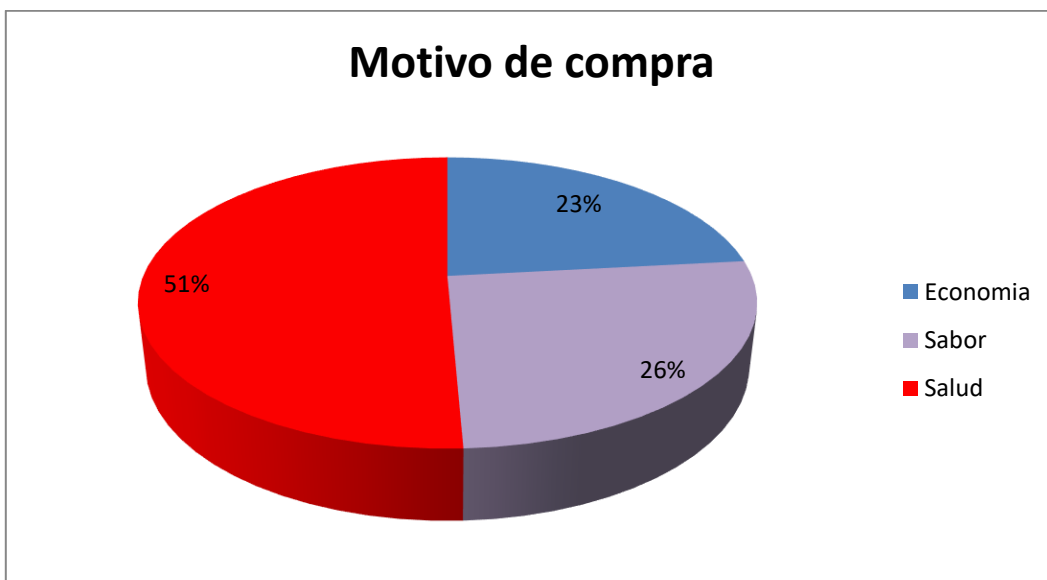


salarios mínimos, por tal motivo, se puede evidenciar la aceptabilidad del proyecto por parte de las personas independientemente de sus ingresos, por último, es importante analizar que del 58% las personas que tienen un nivel de ingresos igual a un salario mínimo solo el 40% compra pollo 3 o 4 veces a la semana.

Para concluir, todos los resultados anteriores, son importantes para nuestra investigación, porque nos permite tener claridad sobre la situación económica y estilo de vida de nuestros clientes potenciales, de igual manera, nos permite crear estrategias que generen buenos resultados para nuestra organización, teniendo en cuenta la frecuencia de compra y el nivel de ingresos de cada una de las personas independientemente de su rango de edad.

#### 5. ¿Cuál es el motivo por el cual le gustaría adquirir un pollo semi-orgánico?

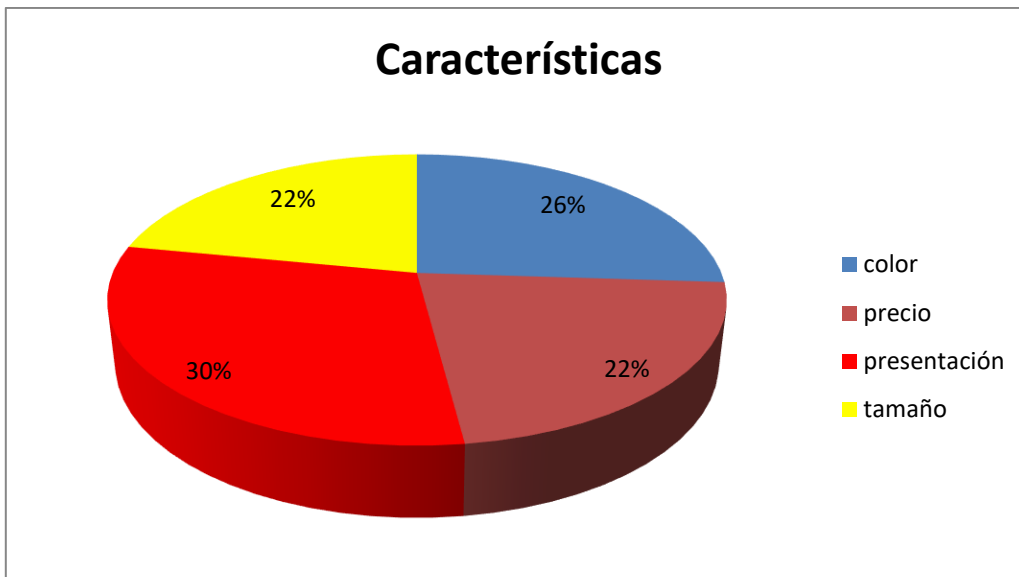
Valores			
Rótulos de fila	Motivo de compra	Motivo de compra2	
Economía	17		23%
Sabor	19		26%
Salud	37		51%
<b>Total general</b>	<b>73</b>		<b>100%</b>
<b>FUENTE:</b>		<b>Grupo investigador</b>	



Teniendo en cuenta los resultados finales de la aplicación de las encuesta, se puede demostrar que el 51% de las personas a las cuales se les realizo la encuesta, le gustaría adquirir un pollo semi-orgánico para prevenir problemas de salud en un futuro y de igual manera tener una mejor calidad de vida, por ende, la mayoría de las personas optan por esta opción (salud). además de ello, el 26% le gusta adquirir este tipo de producto por el sabor que genera el mismo a la hora de preparar cual tipo de comida , y el 23% lo adquiere por economía, donde del 85% de las personas que reciben menos de 1 salario mínimo y un salario mínimo, el 63% de ellos puede adquirir un pollo entre 25000 y 30000 mil pesos, pero, de acuerdo a los posibles análisis estadísticos de las combinaciones de las tablas dinámicas, se puede analizar que del 51% de las personas que comprarían este producto por motivos de salud, el 30% tienen como ingreso base un salario, por tal motivo, es necesario que la organización minimice sus costos de producción sin dejar de lado la naturalidad del producto, para lograr ofrecer el mismo a un precio justo en el mercado competitivo.

**6. A la hora de adquirir carne de pollo ¿En qué características se fija?**

<b>Valores</b>			
<b>Rótulos de fila</b>	<b>características</b>	<b>características 2</b>	
color	19	26%	
precio	16	22%	
presentación	22	30%	
tamaño	16	22%	
<b>Total general</b>	<b>73</b>	<b>100%</b>	
<b>FUENTE:</b>		<b>Grupo investigador</b>	



De acuerdo a la gráfica, el 30% de las personas encuestadas a la hora de adquirir un pollo se fijan en la presentación del producto, debido que son personas que observan cómo y en qué condiciones se comercializa el producto para posteriormente adquirirlo, es un resultado que permite generar las estrategias apropiadas para incrementar las ventas, de igual manera, el 26% de estas personas se fijan en el color del producto, buscan un pollo de color amarillo de acuerdo a sus tradiciones como lo era el pollo criollo, el 22% buscan adquirir un producto a bajo precio debido a sus condiciones económicas y por último, el 22% restante busca comprar el producto por el tamaño del mismo, porque debido a sus tradiciones, a las personas les gusta adquirir un pollo de características grande independientemente de su nivel de ingresos, ya que se pudo llegar a analizar que del 58% de las personas que tienen como base un salario mínimo, el 14% optan por el tamaño del producto, el 19% de las personas lo compran por motivo de presentación y el 24% lo compran por precio y color, los demás porcentajes se encuentran muy divididos de acuerdo al nivel de su salario base, es decir, que los consumidores independientemente de su estrato socioeconómico, ya vienen con costumbres o tradiciones diferentes. Lo que nos deja por

concluir es que todos los tipos de estratos tienen gustos y preferencias diferentes, no todos se fijan en las mismas características de un producto, es por esto que se tienen que diseñar estrategias encaminadas a mover las emociones de cada uno de los clientes, para que vean en nuestro producto, algo diferente a la competencia.

**7. Si el mercado lanzara como producto un pollo semi-orgánico, ¿lo compraría?**

Valores		
Rótulos de fila	Aceptación del producto	Aceptación del producto2
No	6	8,22%
Si	67	91,78%
<b>Total general</b>	<b>73</b>	<b>100,00%</b>
<b>FUENTE:</b>	<b>Grupo investigador</b>	

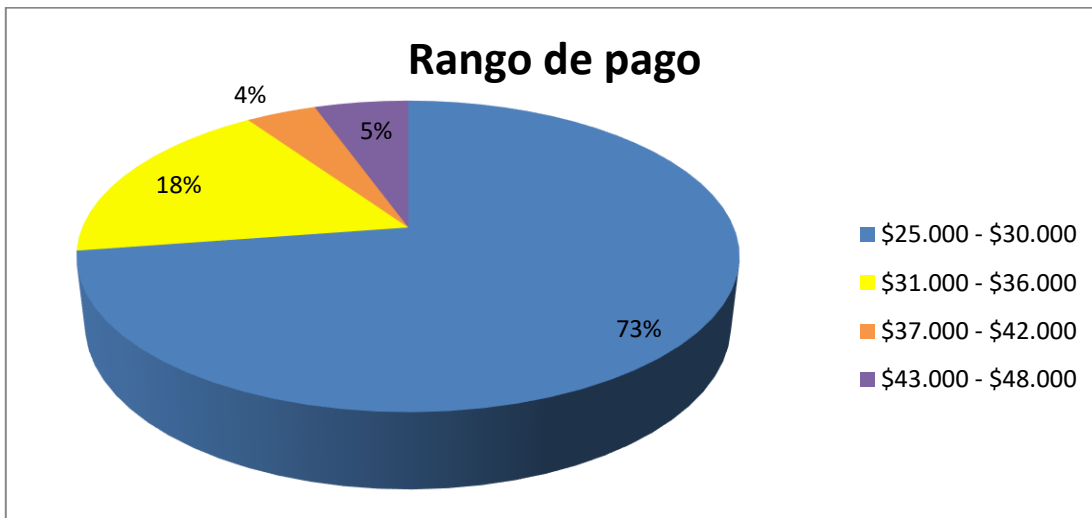


Según los resultados de las encuestas aplicadas a nuestras posibles muestras, se puede analizar que el 92% de estas personas estaría dispuesto a comprar un pollo semi-orgánicos porque es beneficioso para su salud como se pudo evidenciar en las gráficas anteriores. Este resultado nos permite analizar la oportunidad que existe en el mercado ya que la competencia no ha logrado satisfacer este tipo de necesidad, por otro lado, el porcentaje restante no lo compraría, ya sea por motivos de presupuesto o porque piensan que el producto tendría un costo alto. Lo que se puede deducir es que nuestro producto tendría un

alto nivel de aceptación. Pero, para mejorar el porcentaje de no aceptación lo que podemos hacer es tratar de convencer a los consumidores de que si un producto es de calidad y es beneficioso para la salud, esto no quiere decir que tengan que pagar a un precio elevado por adquirirlo, todo esto se podrá hacer a través de diferentes estrategias de comunicación.

**8. Seleccione el rango que usted estaría dispuesto a pagar para adquirir un pollo semi-orgánico de 5 libras.**

Valores			
Rótulos de fila	Rango de pago	Rango de pago2	
\$25.000 - \$30.000		53	73%
\$31.000 - \$36.000		13	18%
\$37.000 - \$42.000		3	4%
\$43.000 - \$48.000		4	5%
<b>Total general</b>		<b>73</b>	<b>100%</b>
<b>FUENTE:</b>		<b>Grupo investigador</b>	



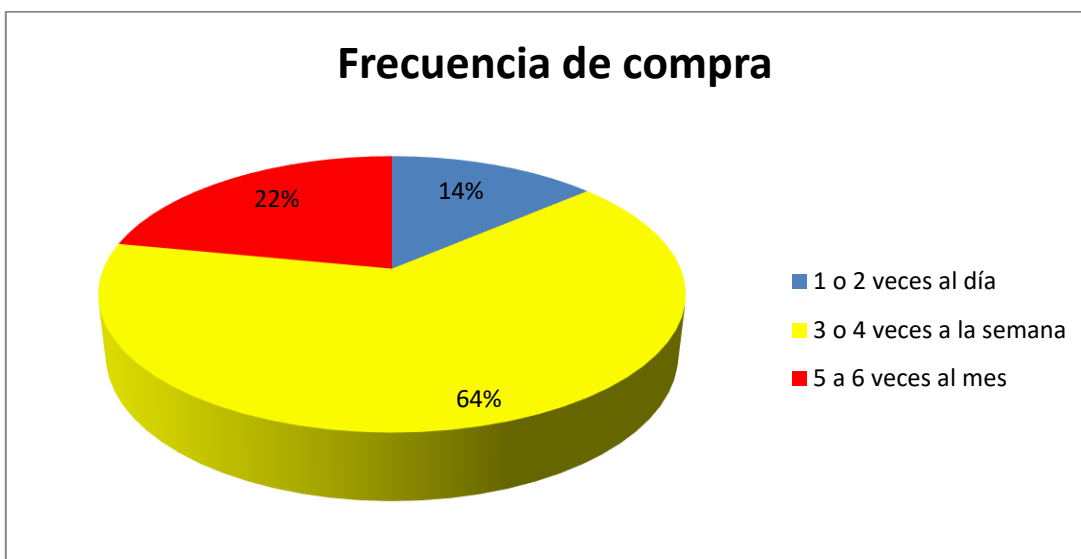
Según los resultados de las encuestas aplicadas a nuestras posibles muestras, se puede analizar que el 73% de las personas encuestadas estarían dispuestos a pagar un rango de 25.000 a 30.000 por adquirir un pollo semi-orgánico de 5 libras, este resultado se genera por el nivel de ingresos de las personas en los segmentos de mercado ( Nariño - Guataqui -

Girardot) y por el tamaño del producto, ya que las personas de estos segmentos están acostumbradas adquirir un pollo de este promedio , mientras que el 18% de los encuestados estarían dispuestos a pagar un rango de 31.000 a 36.000 , estas personas entienden el grado de importancia de consumir productos balanceados , el 5% estarían dispuestos a pagar un rango de 43.000 a 48.000 y solo el 4% estarían dispuestos a pagar un rango de 37.000 a 42.000. de acuerdo a los resultados anteriores, se puede llegar a analizar que del 73% que está dispuesto a pagar por este producto un rango de \$25.000 a \$30.000, el 42% se gana un salario mínimo mensual, el 21% se gana menos de un salario, y el 10% se gana 2 y más de 2 salarios mínimos, porcentajes que dan a entender en gran parte, que hasta el estrato más alto puede ser esquivo a los precios de los productos y que a la vez no tienen en cuenta los beneficios que pueden adquirir al comprar el mismo.

Es de resaltar, que existe algo que llama mucho la atención: del 85% las personas que ganan menos de un salario y un salario como base, el 2% está dispuesto a pagar por adquirir el producto un rango de 43.000 a 48.000, es decir, que son personas consientes de los beneficios que ofrece el producto a la hora de consumirlo y estarían dispuestos a cancelar el precio que se disponga.

### 9. ¿Con qué frecuencia compra usted pollo?

Valores		
Rótulos de fila	frecuencia de compra	Frecuencia compra2
1 o 2 veces al día	10	14%
3 o 4 veces a la semana	47	64%
5 a 6 veces al mes	16	22%
<b>Total general</b>	<b>73</b>	<b>100%</b>
<b>FUENTE:</b>	<b>Grupo investigador</b>	

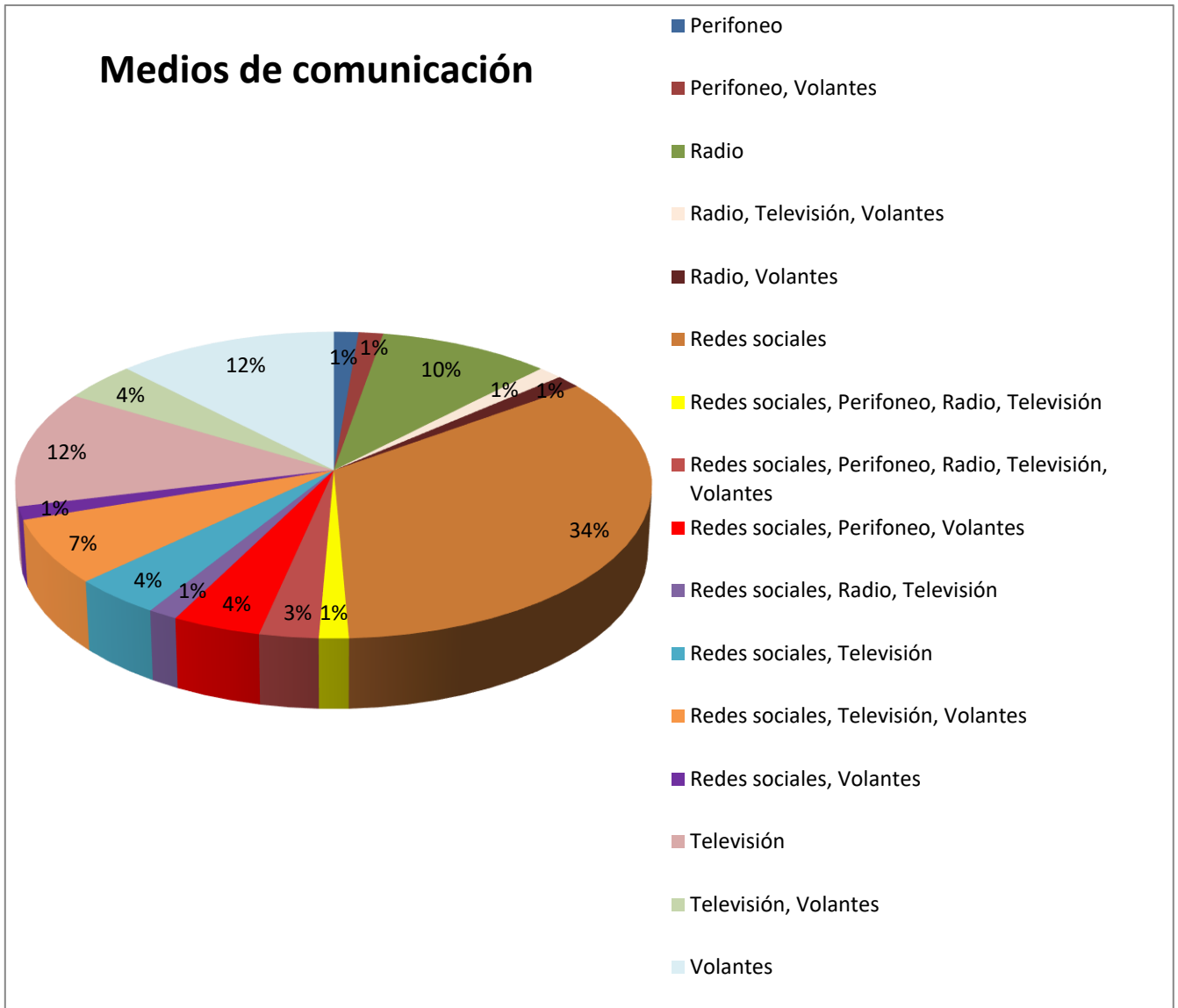


Teniendo en cuenta los resultados arrojados al finalizar la encuesta, del total de las personas encuestadas, el 64% de ellas compra pollo 3 o 4 veces a la semana, lo cual confirma que este producto sigue siendo altamente demandado por las familias colombianas debido a su economía y beneficios, es por esto que del 58% de las personas que tiene como base un salario mínimo, el 40% compran pollo 3 o 4 veces a la semana, por otro lado, el 22% compra 5 o 6 veces al mes, este resultado se genera por las personas que reciben sus salarios quincenalmente y el 14% adquieren el producto diariamente por la facilidad de compra (acceso al sitio), así mismo, porque sus actividades laborales permiten que adquieran sus ingresos diariamente. Pero para ello existe la posibilidad de generar estrategias que sean de ayuda para incrementar las ventas en cuanto a facilidades de pago, crédito, lo cual hace que las personas compren el producto de forma más seguida.

**10. Si usted presentase un grado de interés por la carne de pollo, ¿a través de qué medios le gustaría recibir información de un producto semi-orgánico (pollo)?**

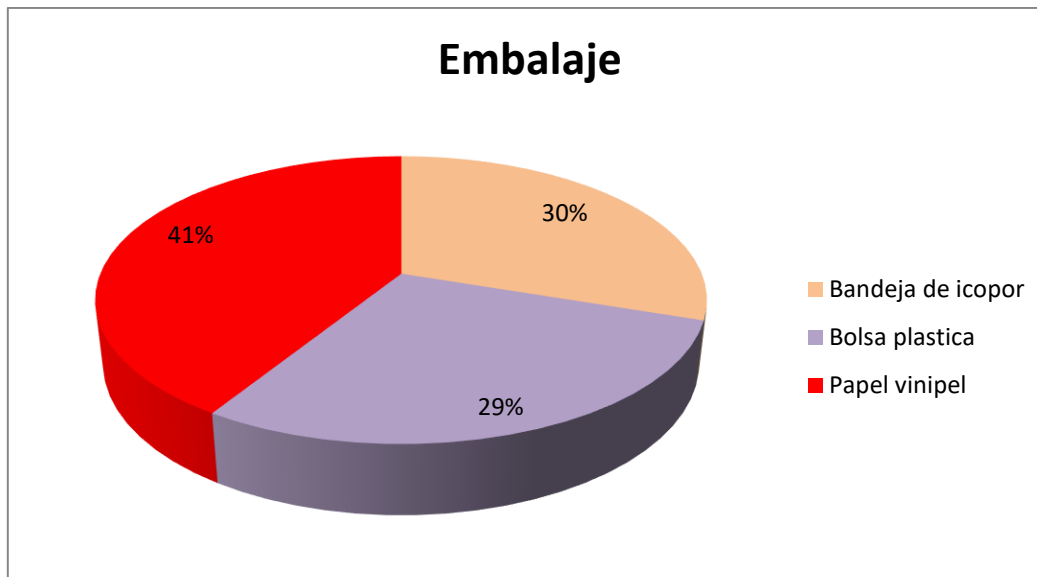
Rótulos de fila	Valores	
	Medios de comunicación	Medios de comunicación <sup>2</sup>
Perifoneo	1	1%
Perifoneo, Volantes	1	1%
Radio	7	10%
Radio, Televisión, Volantes	1	1%
Radio, Volantes	1	1%
Redes sociales	25	34%
Redes sociales, Perifoneo, Radio, Televisión	1	1%
Redes sociales, Perifoneo, Radio, Televisión, Volantes	2	3%
Redes sociales, Perifoneo, Volantes	3	4%
Redes sociales, Radio, Televisión	1	1%
Redes sociales, Televisión	3	4%
Redes sociales, Televisión, Volantes	5	7%
Redes sociales, Volantes	1	1%
Televisión	9	12%
Televisión, Volantes	3	4%
Volantes	9	12%
<b>Total general</b>	<b>73</b>	<b>100%</b>
<b>FUENTE:</b>	<b>Grupo investigador</b>	





11. ¿Cuál cree que sería la forma más indicada de presentar un pollo semi-orgánico?

Rótulos de fila	Valores	
	Embalaje	Embalaje2
Bandeja de icopor	22	30%
Bolsa plastica	21	29%
Papel vinipel	30	41%
<b>Total general</b>	<b>73</b>	<b>100%</b>
<b>FUENTE:</b>	<b>Grupo investigador</b>	



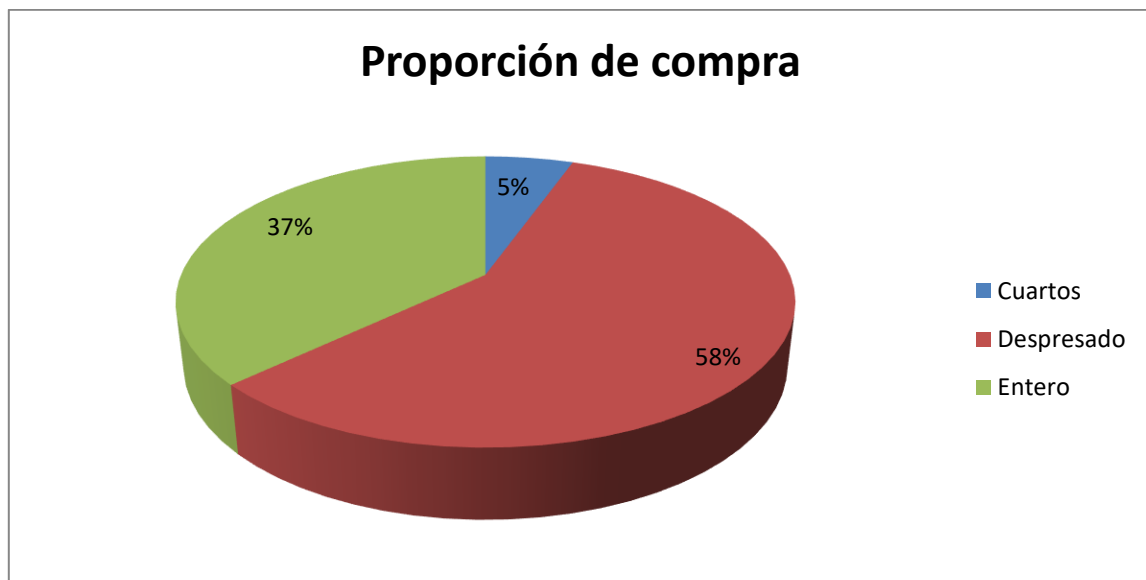
Según el análisis de los resultados de dicha encuesta, se puede evidenciar que el 40% de estas personas opinan que la forma más indicada de presentar un pollo semi-orgánico es en papel vinipel, ya que se produce una mayor protección a la hora de almacenar y transportarlo, pero el 31% opina que la forma más indicada de presentar un pollo semi-orgánico es en bandeja de hicopor, debido a que esta presentación es llamativa en las neveras de los almacenes, porcentajes que serían perfectos para generar una estrategia de presentación de nuestro producto, es decir utilizar el papel vinipel y su bandeja de hicopor para una respectiva conservación en su sistema de refrigeramiento, además de que es una excelente forma de llamar la atención de los consumidores.

Es importante resaltar, que del 38% de las personas que están en un rango de edad de 15-25 años, el 12% dijo que la forma más indicada de presentar un pollo semi-orgánico era en bandeja de hicopor, cifra que es demasiado representativa y que se debe tener en cuenta, ya que este rango de edad es el que más participación tiene en nuestros segmentos de mercados, además, del 38% de las personas de este rango, el 19% opto por el papel vinipel.

Para nuestro concepto, estas dos opciones son muy importantes para el posible embalaje del producto.

## 12. ¿Cuándo compra pollo en qué proporción lo hace?

Valores		
Rótulos de fila	Proporción de compra	Proporción de compra2
Cuartos	4	5%
Despresado	42	58%
Entero	27	37%
<b>Total general</b>	<b>73</b>	<b>100%</b>
<b>FUENTE:</b>		<b>Grupo investigador</b>



De acuerdo con los resultados de la gráfica, se puede observar que el 57% de las personas elegidas en esta muestra compran pollo despresado, debido a las condiciones económicas y el número de personas dentro del hogar, el 37% lo compran entero, puesto que cuenta con el poder adquisitivo y el lugar de venta no es de fácil acceso y el 6% de estas personas lo compra en cuartos, ya que no cuenta con los recursos suficientes para comprar un pollo de grandes proporciones.

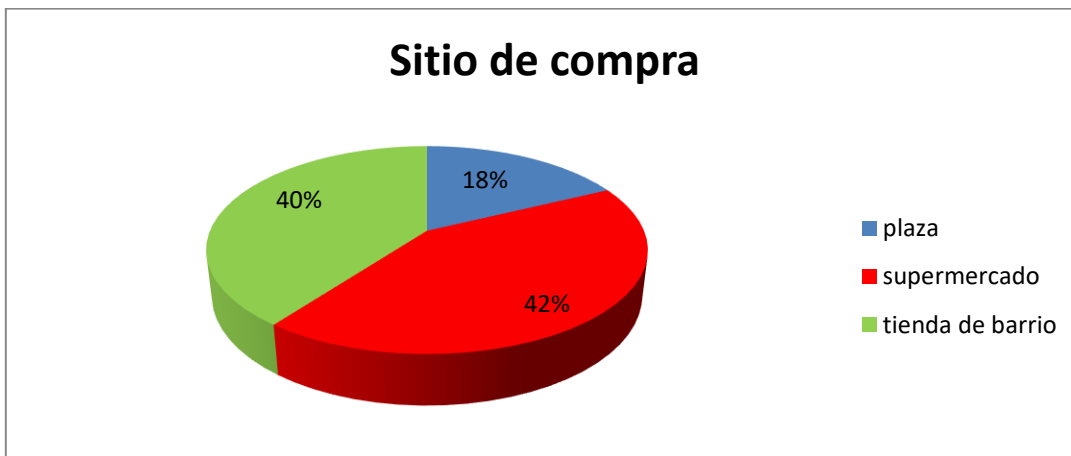
Según los resultados, del 58% de las personas que tienen como base 1 salario mínimo, el 24% lo compra despresado, el 21% lo compra entero y el restante lo compra en cuartos, de

esto, también cabe resaltar que 27% de las personas que ganan menos de un salario, el 19% lo compra despresado, el 5% entero y el restante en cuartos. Estos son resultados que nos refuerzan los argumentos dichos anteriormente, ya que las personas que tienen bajos ingresos buscan comprar este tipo de producto porque lo encuentran más económico que cualquier otra carne y lo consumen de esa forma.

Pero también se tiene en cuenta que del 10% de las personas que tienen como ingresos más de 2 salarios mínimos, el 7% compra el pollo entero, porcentaje que es muy importante para darnos cuenta de que es viable ofrecer el producto de esta forma a aquellas personas de estratos altos, ya que cuenta con los ingresos suficientes para cancelar el producto en su totalidad.

### 13. ¿Qué sitio le da más confianza a la hora de adquirir un pollo?

Valores			
Rótulos de fila	Sitio de compra	Sitio de compra2	
plaza		13	18%
supermercado		31	42%
tienda de barrio		29	40%
<b>Total general</b>		<b>73</b>	<b>100%</b>
<b>FUENTE:</b>		<b>Grupo investigador</b>	



En el momento de observar la gráfica, se puede deducir que el 43% de las personas a las cuales se les realizó la encuesta opinan que el sitio que les genera más confianza a la hora de adquirir un pollo son los supermercados, puesto que aunque es un poco más costoso, son marcas reconocidas y el sitio les brinda mayor seguridad y garantía del producto, mientras que en las plazas ni en las tiendas de barrio no lo hacen, por otro lado, el 39% opina que son las tiendas de barrio, ya que el producto se encuentra más fácilmente y cerca de su casa, sin necesidad de recorrer trayectos largos por conseguir el producto, por último, el 18% opina que es en una plaza de mercado, debido a que el producto es más económico, pero corren el riesgo de que sea a una menor calidad, y no le ofrezcan garantía del mismo.

Es importante aclarar que las personas se pueden ver influidas por muchas cosas a la hora de escoger el sitio donde comprar el producto, es por esto por lo que no importa su nivel de ingresos o su tipo de estrato socioeconómico, como podemos ver en el siguiente análisis:

Del 58% de las personas que obtienen como base 1 salario mínimo, el 27% dijo que el lugar que le generaba más confianza al momento de adquirir el producto son los supermercados, el 23% son las tiendas y el 7% la plaza de mercado, pero, además del 10% de las personas que tienen más de 2 salarios mínimos, el 4% dijo que eran las plazas de mercado, el 3% los supermercados y el 3% las tiendas de barrio. por ende, no es claro el por qué las personas optan por estas opciones, lo único que se tiene claro es que las mismas, pueden buscar economía, seguridad, garantía y facilidad de acceso en el momento de adquirir el producto.

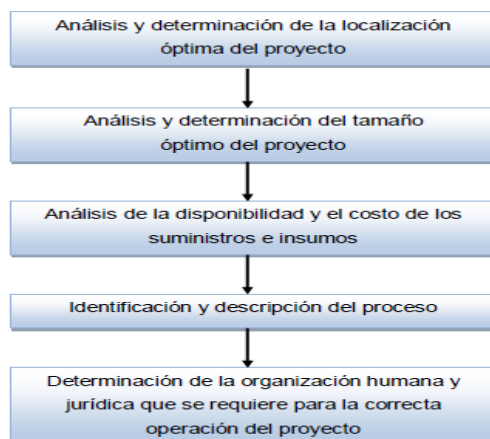
Para concluir con este estudio de mercado, es importante aclarar que gracias a esta valiosa forma de estudiar una población nos sirve sin duda para poder identificar el

potencial de nuestro mercado, para saber si nuestro producto será aceptado por dicha población y sin duda si este proyecto es viable con dicho segmento estudiado, como resultado de este estudio de mercado se quiso hacer un análisis para encontrar la viabilidad de dicho proyecto, se encontró que nuestro producto posee un alto grado de interés por parte de dichos potenciales clientes, debido a que se está comercializando un pollo que no cubre sus expectativas y no satisface una necesidad, teniendo en cuenta que el producto que está comercializando la competencia afecta la salud de los consumidores, por ende nuestro proyecto es viable y genera altos ingresos.

### Estudio técnico:

#### “El señor pollo” y sus componentes del estudio técnico:

**Ilustración 7: Componentes del estudio técnico**



**Figura 1. Partes que conforman un estudio técnico.**

Fuente: Baca, 2010.

*Nota: tomado de elaboración y evaluación de proyectos*

Inicialmente es importante aclarar cuáles son los componentes que conforman el estudio técnico, como se muestra en la imagen anterior, los mismos son indispensables para la empresa EL SEÑOR POLLO a la hora de implementarlos, los cuales son los siguientes:

**La localización del proyecto:**

Esta contribuye en mayor medida a lograr la mayor tasa de rentabilidad sobre capital o a obtener el costo unitario mínimo. El objetivo general de este punto es, llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta. En la localización óptima del proyecto se encuentran dos aspectos: la Macro localización (ubicación del mercado de consumo; las fuentes de materias primas y la mano de obra disponible) y la Micro localización (cercanía con el mercado consumidor, infraestructura y servicios).

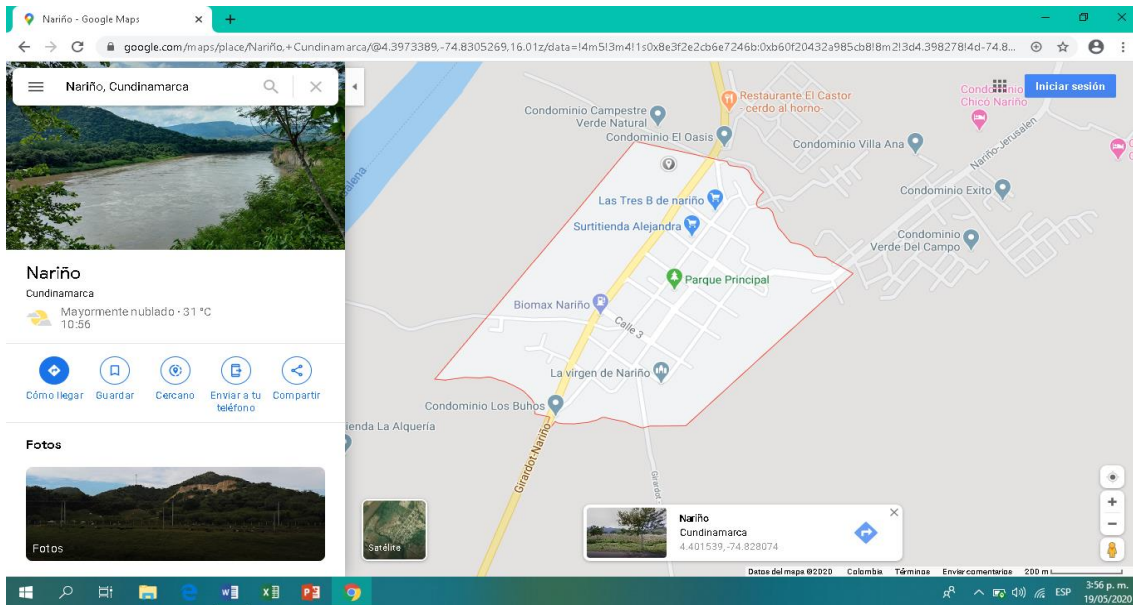
Para el caso de nuestra empresa, el señor pollo se encuentra ubicado en la vereda garbanzal del municipio de Nariño Cundinamarca, cercano al rio magdalena y a la avenida que conduce al municipio de Girardot, por ende, se nos facilita aún más el transporte de este producto, además de ello se encuentra en el campo, es un sitio muy seguro y donde no circulan muchas personas.

A nivel de macro-localizacion nuestro proyecto se lleva a cabo en el municipio de nariño cundinamarca, y a nivel micro en el KM 26 vía Girardot, Guataqui- Nariño Cundinamarca, Vereda Garbanzal.

La organización el señor pollo, lleva a cabo la producción y distribución de su producto desde este punto de la región del alto magdalena, porque es un lugar específico que facilita la venta de este producto en pueblos aledaños, debido al fácil acceso que se tiene.

Macro-localizacion

## Ilustración 8: Mapa geográfico de la localización de la empresa el señor pollo

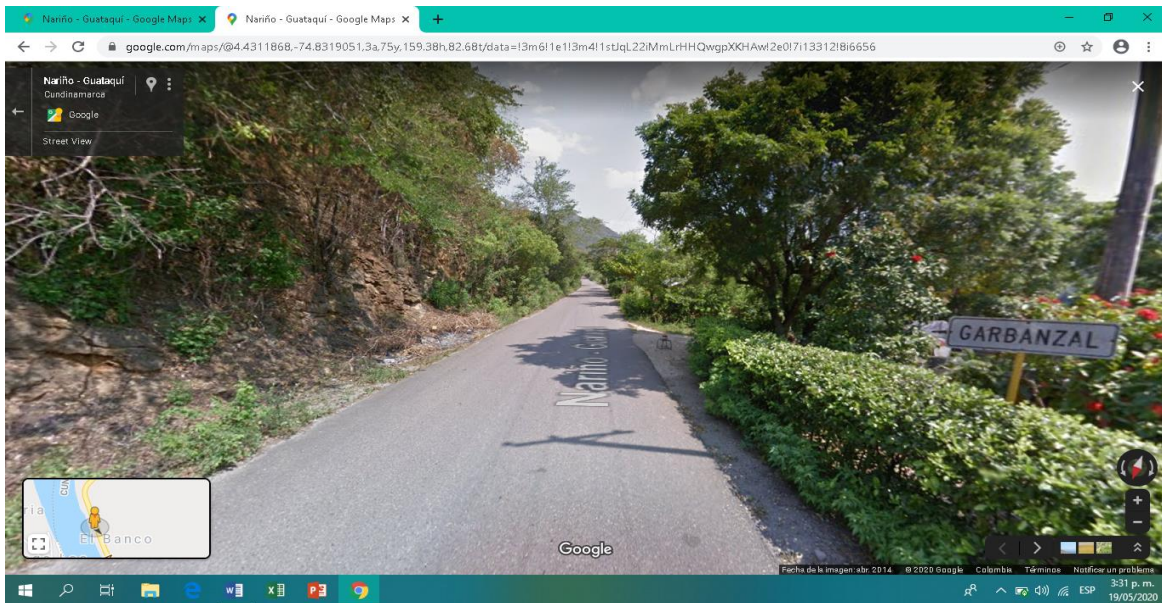


*Fuente: Google Maps*

En cuanto a la microlocalización, es importante resaltar que la empresa el señor pollo limita al norte con la avenida nariño (carretera central directo a girardot), al sur con la vereda- la vega de los padres (tolima) cruzando el rio magdalena, al oriente con la vereda porvenir del municipio de guataquí-cund y al occidente con el municipio de nariño cundinamarca.

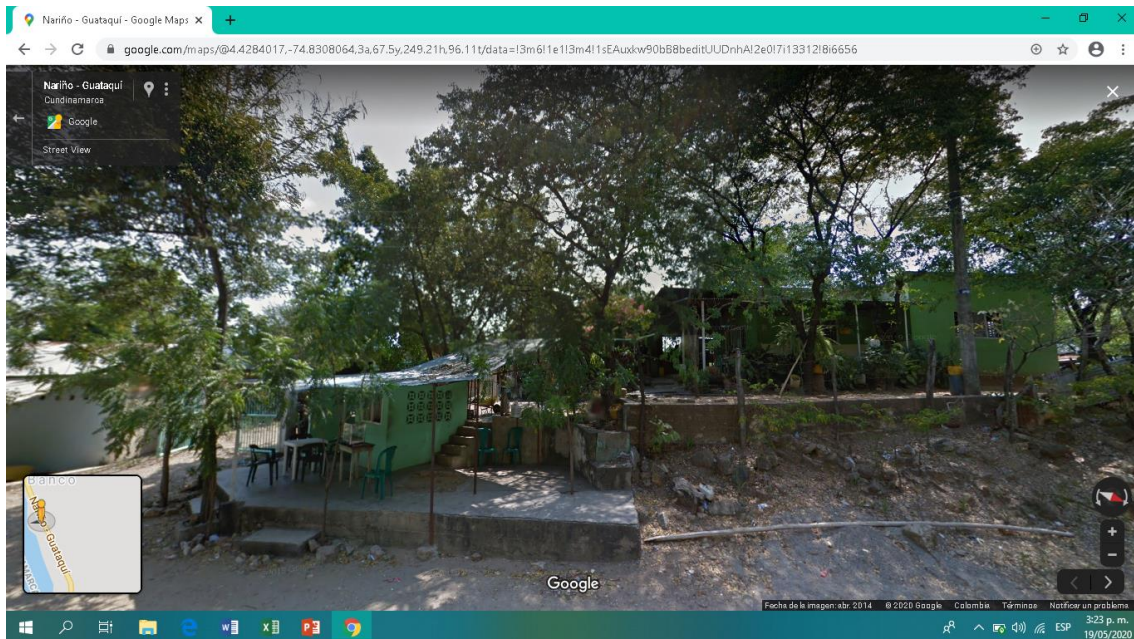


### Ilustración 9: Ruta potencial de la empresa el señor pollo



Fuente: Google Maps

### Ilustración 10: instalaciones potenciales de la empresa el señor pollo



Fuente: Google Maps

Por otro lado, encontramos el segundo componente del estudio técnico:

### **Determinación del tamaño óptimo de la planta**

Este se refiere a la capacidad instalada del proyecto, y se expresa en unidades de producción por año. Existen otros indicadores indirectos, como el monto de la inversión, el monto de ocupación efectiva de mano de obra o algún otro de sus efectos sobre la economía. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.

La empresa el señor pollo diseñó una tabla para evidenciar la capacidad instalada de la misma, en donde se tuvo en cuenta la mano de obra de compras, de producción, de ventas y administrativa y se realizó una operación para hallar el total de horas laboradas por cada semana, cada mes y cada año. Los datos se reflejan a continuación:

**Tabla 3: Relación de personal y horas laborales de la empresa**

<b>PERSONAL</b>	<b>HORAS PARA LABORAR EN LA SEMANA</b>	<b>HORAS PARA LABORAR EN EL MES</b>	<b>HORAS PARA LABORAR EN EL AÑO</b>
<b>ENCARGADO DE PRODUCCION</b>	48	192	2304
<b>OPERARIO DE PRODUCCION</b>	48	192	2304
<b>VENDEDOR O COMERCIALIZADOR</b>	48	192	2304
<b>ADMINISTRADOR</b>	48	192	2304
<b>TOTAL, HORAS</b>	<b>192</b>	<b>768</b>	<b>9216</b>

Fuente: elaboración propia



El tercer componente de este estudio es:

### **La ingeniería del proyecto**

Su objetivo es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso, adquisición del equipo y la maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva. En síntesis, resuelve todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta.

Así mismo para poder adaptarnos a este ítem fue necesario realizar una descripción exhaustiva de la maquinaria y equipo utilizada en nuestro proyecto, el cual se encuentra produciendo, pero a nivel artesanal, es decir, no se requiere del uso de máquinas especializadas, las cuales facilitan el pelado y despiece del pollo. La descripción de cada maquinaria y equipo se detallan en las siguientes imágenes:

Ilustración 11: Ficha técnica, maquinaria y equipo

FICHA TECNICA DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO							
Realizado por		Empresa “el señor pollo”		Fecha		25/05/2020	
Maquina y equipo		Computador portátil avanzado		Precio		\$1.399.000	
Proveedor		Desktop		Marca		HP	
Modelo		14-CK0025LA		Uso		Manejo de documentación pertinente de la empresa	
CARACTERISTICAS GENERALES							
Peso	8LB	Ancho	25cm	color	Negro	línea	4PF29LA
CARACTERISTICAS TECNICAS				FOTO DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pantalla de 12.5 14 pulgadas</li> <li>✓ Procesador Intel celeron</li> <li>✓ 8GB de memoria RAM</li> <li>✓ 50GB de disco duro</li> </ul>							

### Ilustración 12: Ficha técnica, maquinaria y equipo

FICHA TECNICA DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO							
Realizado por		Empresa “el señor pollo”		Fecha		25/05/2020	
Maquina y equipo		Caja registradora		Precio		\$550.990	
Proveedor		Mercado libre		Marca		CASIO	
Modelo		PCR-T273		Uso		Guardar y llevar un control del dinero proveniente de las ventas	
CARACTERISTICAS GENERALES							
Peso	15lb	Ancho	38cm	color	blanca	alto	25cm
CARACTERISTICAS TECNICAS				FOTO DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tipo de impresor: térmico</li> <li>✓ Tipo de papel: térmico 57m</li> <li>✓ Voltaje: 100-220 v</li> <li>✓ Frecuencia: 50/60 Hz</li> </ul>							

<ul style="list-style-type: none"> <li>^ Frecuencia: 20/60 Hz</li> <li>^ Voltaje: 100-220 v</li> <li>^ Tipo de papel: térmico 57m</li> <li>^ Tipo de impresor: térmico</li> </ul>							
CARACTERISTICAS TECNICAS				FOTO DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO			



Fuente: elaboración propia

**Ilustración 13: Ficha técnica, maquinaria y equipo**

FICHA TECNICA DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO							
Realizado por		Empresa “el señor pollo”		Fecha		25/05/2020	
Maquina y equipo		Bascula electrónica		Precio		\$149.990	
Proveedor		Mercado libre		Marca		ICM electrodomésticos	
Modelo		ACS-A9T		Uso		llevar el registro correspondiente del peso de cada pollo	
CARACTERISTICAS GENERALES							
Peso	20LB	Ancho	38cm	color	Naranja oscuro	alto	XXXX
CARACTERISTICAS TECNICAS				FOTO DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 40KG de capacidad</li> <li>✓ Carcasa en abs</li> <li>✓ Bandeja de acero inoxidable</li> <li>✓ Peso minimo:5gr</li> <li>✓ Batería recargable</li> <li>✓ Función de 5 memorias</li> </ul>							



Fuente: elaboración propia

### Ilustración 14: Ficha técnica, maquinaria y equipo

FICHA TECNICA DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO									
Realizado por				Empresa “el señor pollo”		Fecha		25/05/2020	
Maquina y equipo				Refrigerador		Precio		\$799.900	
Proveedor				Homcenter		Marca		Hyundai	
Modelo				ZJQ5116		Uso:		Almacenar el pollo conservar su cader de frio.	
CARACTERISTICAS GENERALES									
Peso	3arrobas	largo	60cm	color	blanco	línea	XXXX		
CARACTERISTICAS TECNICAS					FOTO DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO				
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Bajo consumo de energía: 36.5kwh/mes</li> <li>✓ Gas refrigerante ecológico termostato</li> <li>✓ Canasta extraíble de almacenamiento y corrediza</li> <li>✓ Base con ruedas</li> </ul>									

Fuente: elaboración propia

### Ilustración 15: Ficha técnica, maquinaria y equipo

FICHA TECNICA DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO							
Realizado por		Empresa “el señor pollo”		Fecha		25/05/2020	
Maquina y equipo		Olla para agua caliente y fría		Precio		\$113.900	
Proveedor		Mercado libre		Marca		SANRO	
Modelo		40X40		Uso:		Dar inicio al proce de pelado del pollo esta olla es ideal para quitar el plumaje del pollo con el agua hervid o caliente.	
				Lavar el pollo antes de consumirlo al agua caliente para liberarlo de cualquier virus o suciedad.			
CARACTERISTICAS GENERALES							
Peso	8LB	Ancho	25CM	color	gris	línea	XXXX
CARACTERISTICAS TECNICAS				FOTO DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Capacidad de volumen: 50lt</li> <li>✓ Olla en aluminio</li> <li>✓ Con gran capacidad</li> </ul>							

Fuente: elaboración propia



Ilustración 16: Ficha técnica, maquinaria y equipo

FICHA TECNICA DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO							
Realizado por		Empresa “el señor pollo”		Fecha		25/05/2020	
Maquina y equipo		Cuchillos		Precio		\$59.900	
Proveedor		Homcenter		Marca		Kitchen king	
Modelo		xxxx		Uso:		Despresar el pollo, separarle sus viseras y a su vez para sacrificar el pollo.	
CARACTERISTICAS GENERALES							
Peso	0.5LB	largo	8cm	color	Café	línea	XXXX
CARACTERISTICAS TECNICAS				FOTO DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pelador King gris</li> <li>✓ Cuchillos grandes (set de 6und)</li> <li>✓ Hojas de acero inoxidable</li> <li>✓ Alto contenido de carbón resistente a manchas</li> </ul>							

Fuente: elaboración propia

Ilustración 17: Ficha técnica, maquinaria y equipo

FICHA TECNICA DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO							
Realizado por	Empresa “el señor pollo”	Fecha	25/05/2020				
Maquina y equipo	comedero	Precio	\$18.000				
Proveedor	xxx	Marca	SYPEL				
Modelo		Uso:	Depositar la comida que posteriormente el pollo va a consumir.				
CARACTERISTICAS GENERALES							
Peso	18kg	largo	60cm	color	rojo	capacidad	20 aves
CARACTERISTICAS TECNICAS				FOTO DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Es resistente al peso</li> <li>✓ material de calidad</li> <li>✓ con argollas resistentes</li> <li>✓ alta capacidad</li> <li>✓ Almacenamiento de comida para toda una noche.</li> </ul> <p>VIDA UTIL: 1 año</p>							

Fuente: Elaboración propia

### Ilustración 18: Ficha técnica, maquinaria y equipo

FICHA TECNICA DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO							
Realizado por	Empresa “el señor pollo”	Fecha	25/05/2020				
Maquina y equipo	bebedero	Precio	\$11.000				
Material	Plástico	Marca	SYPEL				
Modelo		Uso:	Depositar el agua que posteriormente el pollo va a consumir.				
CARACTERISTICAS GENERALES							
Peso	7 LT	largo	50cm	color	Blanco	capacidad	15 aves
CARACTERISTICAS TECNICAS				FOTO DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Es resistente al peso</li> <li>✓ material de calidad</li> <li>✓ con argollas resistentes</li> <li>✓ alta capacidad</li> <li>✓ Almacenamiento de comida para toda una noche.</li> </ul> <p>VIDA UTIL: 1 año</p>							

Fuente: elaboración propia

### Ilustración 19: Ficha técnica, maquinaria y equipo

FICHA TECNICA DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO							
Realizado por		Empresa “el señor pollo”		Fecha		25/05/2020	
Maquina y equipo		Mesa		Precio		\$490.000	
Material		Acero inoxidable		Marca		Cycespeciales	
Modelo		M100		Uso:		Sirve de apoyo para el pelado del pollo	
CARACTERISTICAS GENERALES							
Largo	100 cm	ancho	60cm	color	gris	largo	90 cm
CARACTERISTICAS TECNICAS				FOTO DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Entrepaña y patas fabricadas en acero tipo 304</li> <li>✓ calibre 20 con omegas de refuerzo para la superficie de trabajo</li> <li>✓ útil para carnes y pollos</li> </ul> <p>VIDA UTIL: 4 años</p>							

Fuente: elaboración propia

El cuarto componente del estudio técnico es:

**Proceso de producción**, el cual se define como la forma en que una serie de insumos se transforman en productos mediante la participación de una determinada tecnología (combinación óptima de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación, entre otros).

Se define también como un conjunto secuencial de operaciones unitarias aplicadas a la transformación de materias primas en productos aptos para el consumo, es decir, es el conjunto de equipos que realizan todas las operaciones unitarias necesarias para conseguir dicha transformación.

Por ende, es necesario evidenciar nuestro proceso de producción a través de un Flujograma y un manual de procesos que se muestran a continuación:

Es de resaltar que nuestro proceso de producción es netamente artesanal y no se utiliza ningún tipo de máquina para dar por terminado el producto.

Manual de procesos:

### **1. Objetivo del Manual de Procesos**

Determinar y estandarizar los procesos de la empresa EL SEÑOR POLLO para cumplir de manera eficaz la ejecución de las actividades que proponen los diferentes procesos, contribuyendo así a la alineación del actuar de la empresa con los objetivos de la organización.

### **2. Alcance del Manual**

Este manual inicia desde la primera actividad que consiste en la adquisición de la materia prima (pollos) y culmina con la conservación del pollo a una temperatura 0 – 5°C.

### 3. Glosario de Términos

- ✓ Operario en turno: Persona que tiene la tarea de satisfacer los requerimientos del cliente mediante la oferta los productos.
- ✓ pollo de engorde: Es la especie de aves que debido a la técnica de su crianza “engordan” y es así Como abastecen a la alta demanda de carne de pollo.
- ✓ Menudencia: Son las vísceras o partes internas Del pollo las cuales no son partes musculares sino más bien órganos del pollo o secciones con poco musculo.
- ✓ Presas de pollo: Son las diferentes secciones Del pollo, Como, por ejemplo, las piernas, la pechuga y las alas.
- ✓ Galpón: Es el lugar donde se crían algunos tipos de aves de consumo.
- ✓ Bore: El bore es una planta promisoría que posee características especiales para ser utilizada en alimentación ya que durante todo su ciclo de vida (3 años) puede producir hojas que contiene un alto contenido de proteína.

Generalidades: El presente manual tiene como objetivo determinar y estandarizar las actividades de producción para lograr ser eficiente y competitivo dentro del mercado que se compite, de igual manera, mediante este manual se establece las responsabilidades de cada colaborador generando un impacto positivo en el clima organizacional.

<b>MANUAL DE PROCESOS</b>	
<b>DESCRIPCION DE ACTIVIDADES</b>	Fecha: 12/05/2020

**Tabla 4: Manual de procesos compra de materia prima necesaria.**

No.	ACTIVIDAD	ÁREA	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE
1	Compra de pollos de 1 día de nacidos.	Compras	Realizar la respectiva compra o pedido de esta materia prima a nuestros proveedores elegidos con antelación.	Jefe de compras
2	Compra de la materia prima para la alimentación del pollo	Compras	Dirigir o comunicar a los proveedores la compra del alimento del pollo (purina y/o bore) para su respectiva crianza	Jefe de compras
3	Compra de instrumentos necesarios para la construcción de los galpones	Compras	Comunicarnos con nuestros proveedores para detallar la cotización y la posible compra de los materiales necesarios para la construcción de los galpones.	Jefe de compra

*Fuente: elaboración propia*

<b>MANUAL DE PROCESOS</b>	
<b>DESCRIPCION DE ACTIVIDADES</b>	Fecha: 12/05/2020

**Tabla 5: Manual de procesos Recepción y producción del pollo**

No.	ACTIVIDAD	ÁREA	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE
4	Desinfección de los galpones	Producción	Se realiza una desinfección de instalaciones, equipos y utensilios, además se debe hacer un control de plagas de insectos, y crear un tratamiento de la gallinaza/pollinaza para cuando se incorporen los pollos al galpón, este proceso tiene un tiempo de 3 días, con el fin de desinfectar completamente los galpones.	Operarios en turno
5	Conteo y revisión del pollo	Producción	Se cuentan todos y cada uno de los pollos, revisando quienes llegan defectuosos o enfermos.	Operario en turno
6	Cargar los pollos en sus respectivas cajas	Producción	Se procede a incorporar los pollos de 1 día de nacido en sus respectivos galpones.	Operario en turno
7	Disposición de la materia prima	Producción	Se adecua un sitio específico libre de plagas, para almacenar la comida que se va a distribuir en	Operario en turno



			cada uno de los respectivos galpones.	
8	Crianza de los pollos	Producción	Se procede a la primera etapa de la alimentación del pollo, allí se decide darles el tipo de comida llamado INICIACION hasta sus 25 días de vida.	Operario en turno
9	Crianza de los pollos	Producción	Se procede a la segunda etapa de la alimentación del pollo, allí se pasa al tipo de comida llamado LEVANTE y MAIZ PARTIDO AMARILLO desde sus 25 hasta los 45 días.	Operario en turno
10	Crianza de los pollos	Producción	Dentro de la segunda y última etapa se incorpora un tercer alimento llamado BORE, el cual es una planta con un tallo blando que le ayuda al pollo a conservar un excelente color, sabor y textura.	Operario en turno
11	Pesar el pollo	Producción	Se procede a colocar el pollo en una balanza.	Operario en turno
12	Traslado del pollo para su respectivo pelado	Producción	Se transporta los pollos hacia un lugar específico para su pelado	Operario en turno

13	Descarga y almacenamiento del pollo	Producción	Se dejan los pollos en un lugar donde puedan conservar su cadena de frío.	Operario en turno
14	Recepción y traslado del pollo al punto de distribución.	Producción	Se transporta los pollos hacia el punto de distribución	Operario en turno
15	Conteo del pollo	Producción	Se cuentan todos y cada uno de los pollos en el punto de distribución para cumplir con el respectivo pedido.	Operario en turno
16	Registrar la cantidad de menudencia	Producción	Se contabiliza y se registra toda la cantidad de menudencia	Operario en turno
17	Registra cantidad y peso	Producción	Se contabiliza la cantidad del pollo y menudencia por su peso.	Operario en turno
18	Clasificar los pollos que van a cortarse.	Producción	Se seleccionan los pollos que se van a cortar en diferentes presas para su respectiva venta.	Operario en turno

Fuente: elaboración propia

**Tabla 6: Manual de procesos en la formalización de la empresa el señor pollo**

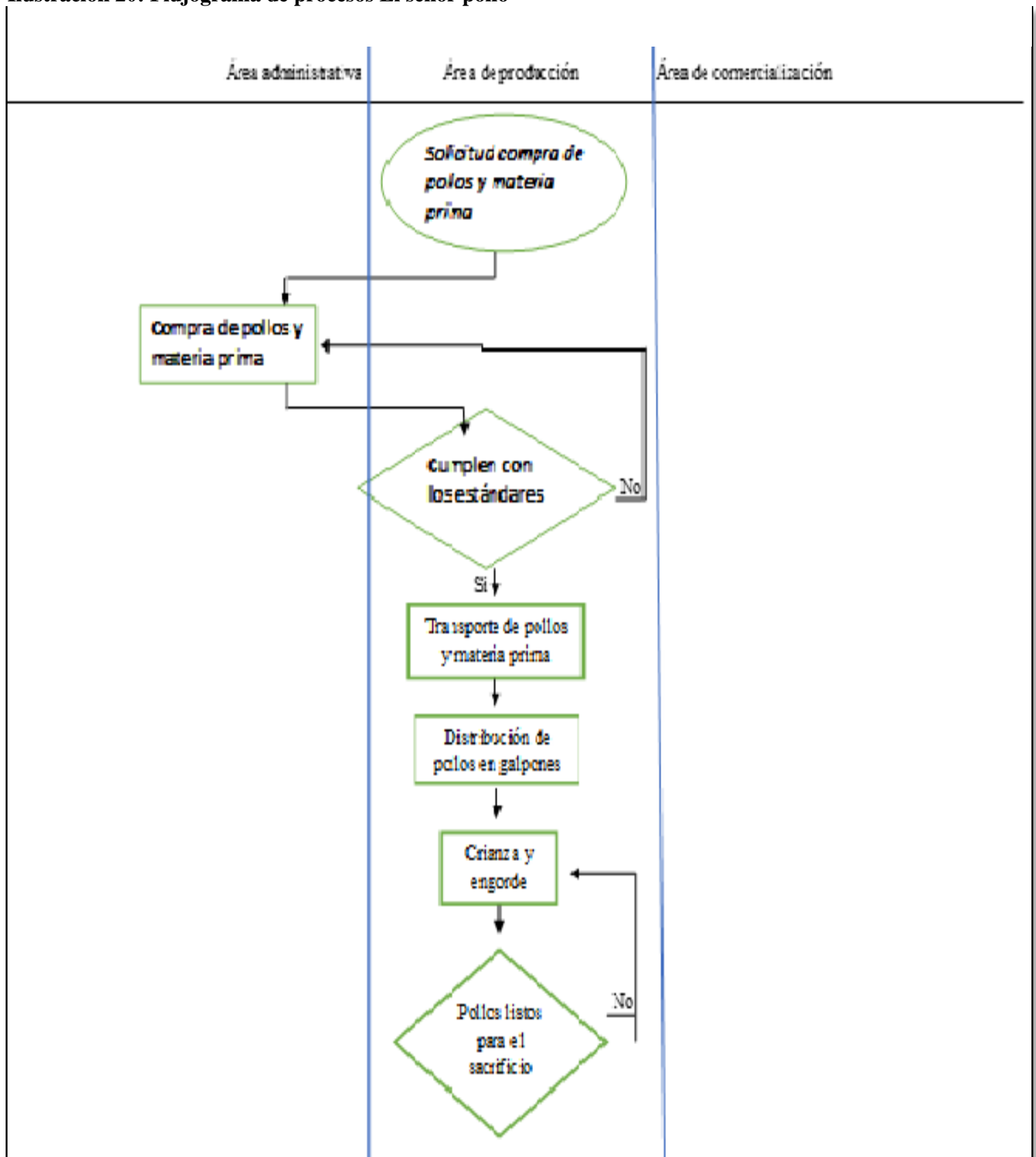
19	Clasificar al pollo de acuerdo a su frescura	Producción	Se ubica el pollo para la venta de acuerdo con su frescura.	Operario en turno
----	--	------------	---	-------------------

20	Corta el pollo en 7 presas	Producción	Se divide el pollo cada uno en 7 presas para venderlo despresado.	Operario en turno
21	Coloca el pollo en los refrigeradores a temperatura 0 – 5 °C.	Producción	Se refrigera el pollo previo a su venta.	Operario en turno

Fuente: *elaboración propia*

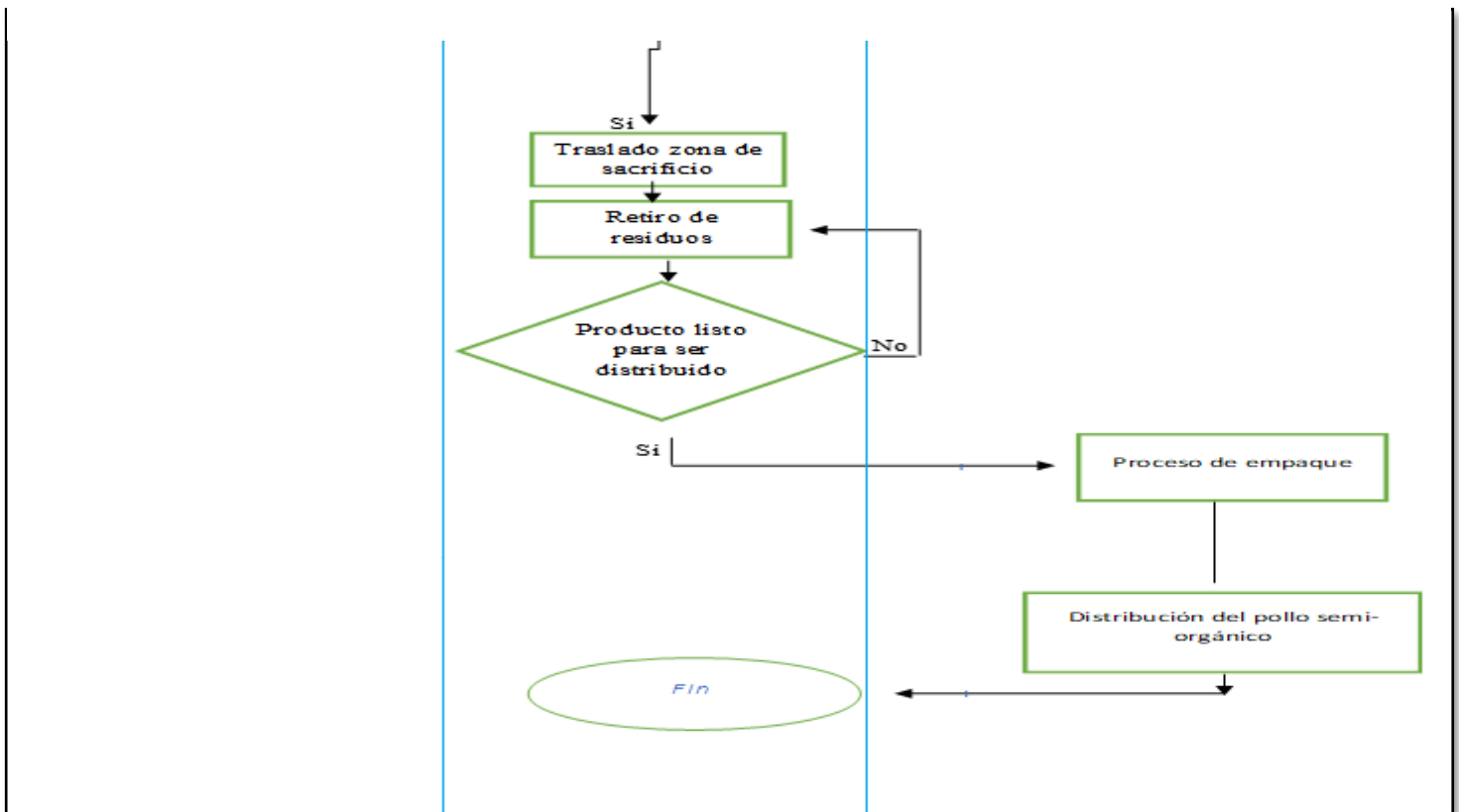
El Flujograma de dichos procesos se evidencia a continuación:

**Ilustración 20: Flujograma de procesos El señor pollo**



Fuente: elaboración propia

### Ilustración 21: Flujograma de procesos El señor pollo



Fuente: elaboración propia

Seguidamente se tiene en cuenta el componente:

#### Capacidad de producción

Este hace referencia al máximo nivel de producción a ofrecer por una estructura económica determinada: desde una nación hasta una empresa, una máquina o una persona. La capacidad de producción indica qué dimensión debe adoptar la estructura económica, pues si la capacidad es mucho mayor que la fabricación real estaremos desperdiciando recursos.

Lo ideal es tener en cuenta si la estructura permite tener una capacidad productiva flexible (minimizando costos fijos e incrementando los variables), lo cual nos permita

adaptarnos a variaciones de los niveles de producción. Esto se puede conseguir con herramientas como la subcontratación.

Para este componente la empresa el señor pollo ideó una tabla donde se muestra los tiempos de producción que tiene cada empleado al momento de realizar las funciones o actividades que les corresponde:

**Tabla 7: Tiempos de producción**

<b>NUMERO DE ACTIVIDAD</b>	<b>DETALLE DE ACTIVIDAD</b>	<b>TIEMPO (MINUTOS)</b>
1	Alistamiento de materiales	3
2	Transporte de materia prima	1
3	Distribución de pollos de pollos en los galpones	1
4	Distribución de comida a los respectivos comederos para la crianza del pollo	3
5	Colgado y sacrificio del pollo	2
6	Desplume	2
7	Desprendimiento de La cabeza, corte de patas, descolgado de patas y lavado	2
8	Evisceración	1
9	Retiro de residuos	1
10	Distribución de pollos para la venta	2
<b>TOTAL, MINUTOS</b>		<b>18</b>

*Fuente: elaboración propia*

8	HORA / DIA
60	MINUTO/ HORA
480	MINUTO/TURNO
18	MINUTO/PRODUCTO
27	PRODUCTO/TURNO

### Ilustración 22: Necesidad de producción

Demanda potencial		375,2	unidades / mes
Tiempo de producción /und producto		18	minutos
Turno laboral (8 horas)		480	minutos
Unidades producidas/ día / trabajador		26,6666667	unidades
Capacidad instalada día		26,6666667	unidades
Capacidad instalada mes		800	unidades
Capacidad instalada quincena		400	
Numero de trabajadores		2	
Numero de trabajadores requeridos		2	

*Fuente: elaboración propia*

La organización el señor pollo estableció 12 actividades para la ejecución del sacrificio del pollo, donde se establece los tiempos máximos para el cumplimiento de cada actividad por parte del colaborador, el tiempo total para sacrificar un pollo empíricamente es de 18 minutos, por tal motivo, diariamente la empresa puede sacrificar 27 pollos en una jornada ordinaria.

Adicionalmente se tiene en cuenta el componente de:

#### **Distribución de planta**

El cual consiste en un sistema ordenado que permita la maximización de beneficios, pero dicha interacción debe tener un soporte físico donde poder realizarse. La distribución en planta es el fundamento de la industria, determina la eficiencia, y en algunos casos, la supervivencia de una empresa. Así, un equipo costoso, un máximo de ventas y un producto bien diseñado, pueden ser sacrificados por una deficiente distribución de planta.

La distribución en planta implica la ordenación física de los elementos industriales. Esta ordenación, ya practicada o en proyecto, incluye tanto los espacios necesarios para el movimiento del material, almacenamiento, trabajadores, como todas las otras actividades o servicios, incluido mantenimiento.

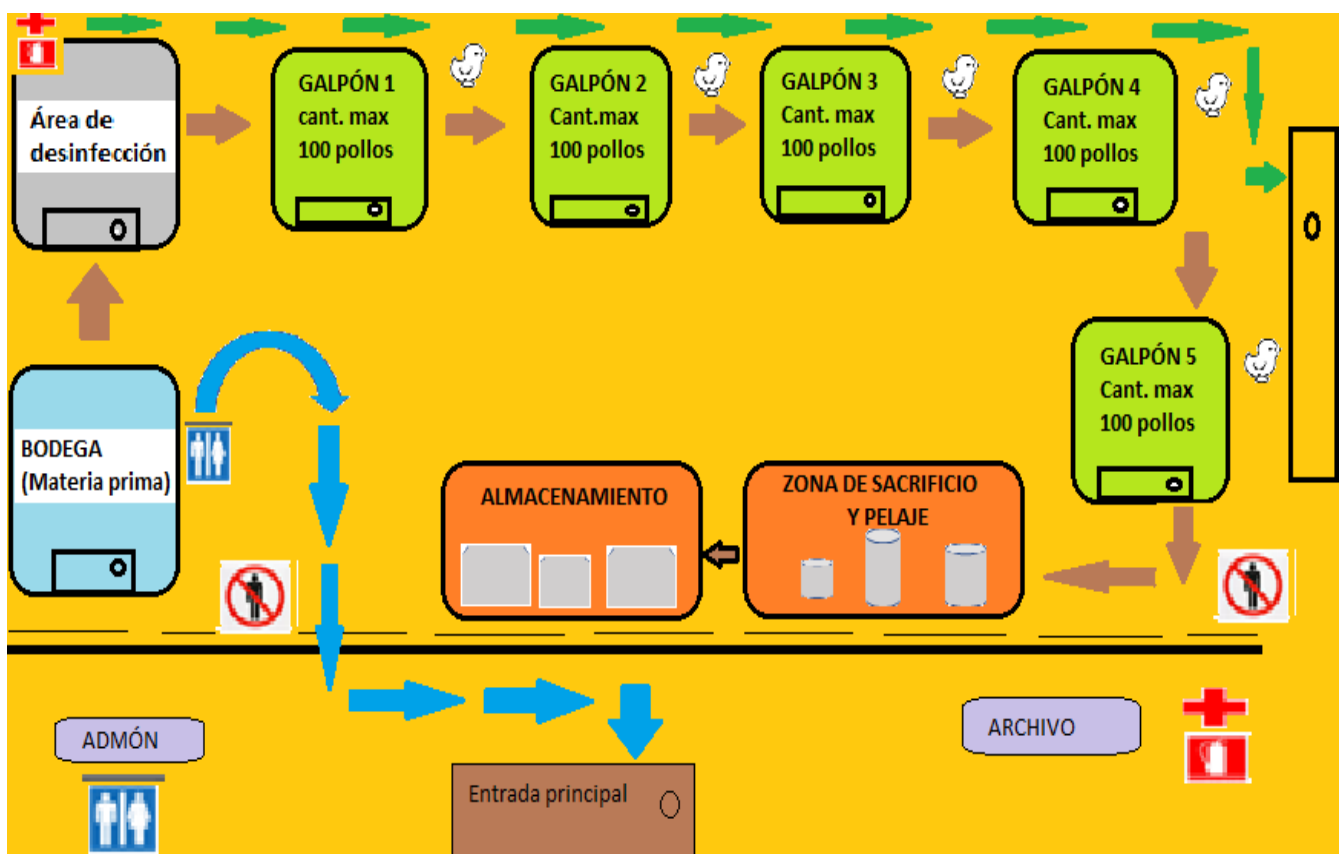
Para la distribución de planta de la empresa el señor pollo se logró realizar un plano que especificara el sitio donde quedara cada área de la empresa, en nuestro caso se evidencia inicialmente las áreas administrativas, seguido de una área restringida, la cual conllevara a la producción total producto, allí se muestra todo lo relacionado con las bodegas donde se almacena la materia prima (comida de los pollos), una área de desinfección, los galpones que cuentan con una capacidad de 100 pollos cada uno, los cuales deben pasar por una desinfección total al terminar la producción e introducir de nuevo otro lote de pollos, esta desinfección tiene un tiempo de 3 días aproximadamente, en donde cada galpón debe pasar por una área de cal viva y limpieza de la gallinaza.

Así mismo, una zona de desprese o sacrificio/beneficio del pollo, en donde se planea manejar este tipo de producto en un sitio cerrado, el cual no este expuesto a diversos contaminantes del mismo, y se desea utilizar una estructura de conos para el desangre del pollo, los cuales se pueden aturdir manualmente, así mismo, se desea utilizar una escaldadora a gas, una peladora centrifuga, un mesón industrial para la evisceración y un tanque plástico para almacenar el agua y poder lavar los pollos. Para poder ingresar a dicho sitio cerrado se requiere que cada colaborador ingrese con su respectiva protección (guantes, overol, botas, gorra, etc.) con el fin de dar cumplimiento a las normas legales vigentes.



Por otro lado, se encuentra una zona de almacenamiento del producto en donde se cuenta con un cuarto de refrigeración con el fin de conservar la cadena de frío del producto, además se muestra una ruta de evacuación y una de emergencia, una zona donde estará ubicado el botiquín de primeros auxilios y dos baños, los cuales van a ser distribuidos de la siguiente manera: un baño para el área administrativa y el otro para el área operativa, el resultado de este plano se expresa a continuación:

Ilustración 23: Distribución de planta El señor pollo



Fuente: elaboración propia

Por último, encontramos el siguiente componente:

De acuerdo con el estudio técnico, es importante concluir que nuestra empresa planea tener una capacidad instalada de 500 pollos cada 45 días o cada ciclo de producción, en donde se requieren de 5 bebederos y 4 comederos por galpón, es decir, se requieren en total

25 bebederos y 20 comederos en toda la planta, recordando que cada bebedero cuesta 11.000 pesos y cada comedero cuesta 18.000 pesos, así mismo, se necesita un computador portátil para el llevar un control del inventario, de la base de datos de nuestros clientes, etc., por otro lado, se requiere de una caja registradora, un balanza o peso, dos mesas en acero inoxidable, dos refrigeradores, dos ollas y un par de cuchillos, etc. todo ello con el fin de cumplir nuestras metas de producción y entregar oportunamente nuestro producto tal y como se planea.

### **Estudio administrativo:**

El estudio administrativo en un proyecto de inversión proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto. Este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que define el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte, se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales. Finalmente se muestra el aspecto legal, fiscal, laboral y ecológico que debe tomar en cuenta toda organización para iniciar sus operaciones o bien para reorganizar las actividades ya definidas.

Su objetivo es realizar un análisis que permita obtener la información pertinente para la determinación de los aspectos organizacionales de un proyecto, los procedimientos administrativos, aspectos legales, laborales, fiscales y ecológicos.

A continuación, se muestran los elementos que conforman el estudio administrativo para el desarrollo de un proyecto de inversión y dentro de los cuales, la empresa el señor pollo desea implementar:

### **La planeación estratégica.**

Esta debe identificar hacia dónde desea la empresa desplazarse en su crecimiento, tomando en cuenta las tendencias tanto del mercado, como las económicas y sociales. Una vez definida la planeación estratégica es necesario conocer de qué manera alcanzará esa visión por lo que deberá preguntarse y responderse ¿quién lo hará?, ¿cuándo se llevará a cabo?, ¿cómo se realizará?, ¿dónde se implementará?, y para lograr esto se recomienda aplicar los componentes de la planeación como son:

#### **Misión:**

La empresa el señor pollo tiene como misión;  
Preservar la salud de las familias mediante un producto seguro y de calidad, beneficiando nuestros clientes, proveedores e impactando positivamente a la comunidad.

#### **Visión:**

La empresa el señor pollo tiene como visión;  
Para el año 2022, ser líderes en el mercado avícola contando con procesos confiables y transparentes, enfocados a la calidad, la satisfacción de nuestros clientes y a las necesidades puntuales del mercado objetivo.

#### **Políticas:**

Por otro lado, la empresa el señor pollo cuenta con una política de vestimenta, que consiste en que los empleados transmitan una buena imagen de la empresa mediante su vestimenta personal.

Algunas de las políticas de vestimenta establecidas, son las siguientes:

- ✓ esta política consiste en que los empleados tengan su vestimenta adecuada, como lo son: las botas de caucho, guantes, bata, tapa bocas y gorros.

- ✓ pantalones largos, tipo agrícola que cubran el tobillo y delantal.
- ✓ camisas manga larga donde se muestre el logo de la empresa
- ✓ todos los empleados deben tener su respectivo carnet dentro de la empresa.

Se piensa estipular a través del tiempo que se tiene planeado, la política de calidad y la política ambiental, que nos caracterice como una empresa responsable tanto en la parte social como en la parte ambiental al mostrar que estamos comprometidos con cada uno de estos factores, en donde prevalece el cliente, ante todo.

Valores y principios:

- ✓ trabajo en equipo
- ✓ respeto mutuo
- ✓ amabilidad
- ✓ honestidad
- ✓ servicio
- ✓ responsabilidad
- ✓ puntualidad

**Organigrama:**

Consiste en recuadros que representan los puestos en una organización y los niveles jerárquicos mediante líneas, canales de autoridad y responsabilidad. Deben ser claros, procurar no anotar el nombre de las personas que ocupan el puesto y no deben ser demasiado extensos ni complicados y mostrar solamente la estructura del cuerpo administrativo de la empresa.

Una vez que se tiene un organigrama se deben definir los puestos ya que ello muestra claridad a la administración del proyecto, pues son las personas las que deberán ejecutar el trabajo para lograr los objetivos empresariales.

El organigrama o estructura organizacional de nuestra compañía es la siguiente:

**Ilustración 24: Organigrama de la empresa El Señor pollo**



*Fuente: elaboración propia*

Así mismo, es importante mencionar dentro de este estudio administrativo, el mapa de procesos de nuestra empresa, por ende, se anexa la imagen respectiva al mismo:

**Ilustración 25: Mapa de procesos de la empresa**



*Fuente: elaboración propia*

Por otro lado, es importante tener en cuenta el manual de funciones de cada trabajador, en este caso es de vital importancia describir el de los siguientes colaboradores:

**Gerente o administrador:**

Planificar, coordinar, dirigir y controlar las diferentes fases productivas del pollo engorde, a fin de proporcionar las condiciones adecuadas de manejo y estatus sanitario, para su recepción, desarrollo, crecimiento, carga y traslados, de acuerdo con los parámetros productivos establecidos en las normas y procedimientos de la empresa.

### Funciones Principales del Cargo:

- ✓ Coordinar la adecuación del área de alojamiento de las aves en cada granja, en cuanto a: confort, temperatura, humedad relativa, ventilación, limpieza y desinfección, como paso previo a la recepción de los pollitos bebes.
- ✓ Planificar juntamente con el Gerente de Producción, la distribución de los pollitos bebes, tomando en consideración la capacidad y disponibilidad de cada granja.
- ✓ Verificar el proceso de evaluación de crecimientos de las aves, con el propósito de garantizar su desarrollo permanente.
- ✓ Controlar el proceso de evaluación de los proveedores, a fin de garantizar la calidad de los servicios prestados.
- ✓ Establecer y mantener una estructura organizativa de su departamento, capaz de cumplir con efectividad los objetivos de la compañía en materia de pollo semi-orgánico.
- ✓ Elaborar los trámites de gestión de personal implementando programas de reclutamiento, selección, contratación, así como de capacitación y motivación del personal, con el fin de lograr los objetivos planteados.
- ✓ Velar por la buena administración de los recursos asignados al departamento.
- ✓ Controlar la ejecución y comparar resultados reales con los planes y estándares de ejecución (autocontrol y Control de Gestión). Esto implica proponer, implantar y propiciar el uso de indicadores de gestión por área y unidad de negocio, orientados a medir la calidad de los servicios prestados y el rendimiento rentable de cada uno.
- ✓ Planificar y coordinar la emisión de informes periódicos contentivos del análisis de la información de pollo semi-orgánico, resultado de indicadores y cuadros



estadísticos, para la adecuada toma de decisiones y proporcionar esta información a la Junta Directiva en las reuniones de gestión.

- ✓ Coordinar la elaboración de informes en relación a la evaluación de la magnitud de riesgos de trabajos ejecutados por el personal, así como emitir reporte de acciones preventivas necesarias y mantener informado al Director de Operaciones.
- ✓ Liderar la emisión de reportes sobre investigaciones de accidentes y/o incidentes ocurridos durante las actividades inherentes al proceso de pollo semi-orgánico, describiendo los problemas y recomendando las acciones correctivas del caso.
- ✓ Participar en la integración del trabajo de las distintas áreas de la empresa, colaborando en el establecimiento y cumplimiento de objetivos comunes.
- ✓ Liderar la elaboración del presupuesto anual de su departamento, administrando correctamente los fondos que le son asignados.
- ✓ Establecer plan de seguimiento a la ejecución de las decisiones de la Junta Directiva en materia de pollo engorde.
- ✓ Verificar los reportes acerca de los controles de parámetros zootécnicos o productivos tales como: peso promedio de las aves, conversión alimenticia, tasa de mortalidad y número de aves liquidadas, para ser reportados a la Dirección de Operaciones.
- ✓ Planificar semanalmente el programa de salida de pollos vivos para los clientes, coordinando la logística de traslado con transportistas externos juntamente con el Supervisor de Acarreo.

**Operario de producción:**

El responsable de ejecutar todas las actividades relacionadas al galpón y la supervisión del cumplimiento de dicha actividad.

**Funciones:**

- ✓ Retirar bebederos, comederos Y demás equipos dentro del galpón para que sean lavados y se le realicen los respectivos mantenimientos.
- ✓ Retirado el alimento del galpón, realizar control de plagas y roedores.
- ✓ Retiro de la gallinaza o pollinaza para ser sometida a un tratamiento por elevación espontanea de temperatura.
- ✓ Flamear piso, paredes, columnas, andenes, bodegas, techos, mallas, área de cargue de gallinaza para esto deberá utilizar la protección adecuada (careta plástica y guantes de carnaza).
- ✓ Ingresar la comida y bebida de los pollos a cada galpón.

**Comercializador:**

Apoyar en el desarrollo de las actividades de su competencia, es decir, cumplir con estrategias de entrega de producto, logística, distribución, marketing, etc.

Funciones específicas:

- a). Desarrollar y ejecutar las campañas de promoción de los diferentes servicios con los diferentes medios de comunicación. (televisión, radio, prensa, otros).
- b) Apoyar en la programación, presupuestar y ejecutar campañas publicitarias permanentes y periódicas, con fines de ventas del servicio postal.

- c) Apoyar en la programación del lanzamiento de publicidad con fines de promoción de venta del servicio y de los valores incorporados al mercado postal.
- d) Apoyar la evaluación de los canjes publicitarios y auspicios a las instituciones solicitantes.
- e) Efectuar el seguimiento y coordinación de campañas y medir la eficacia de estas.
- f) Participar en la promoción y comercialización de los servicios en los eventos especiales que determine la Empresa.
- g) Participar en la elaboración de normas, directivas y procedimientos de procesos técnicos administrativos.
- h) Confeccionar cuadros estadísticos resúmenes y formatos necesarios para las actividades administrativas.
- i) Participar en equipos de trabajo que le sean asignados, así como realizar otras funciones afines al cargo encargadas por el jefe del departamento.

cabe resaltar que nuestra empresa iniciara con una estructura de 4 personas y en 5 años que son los proyectos y teniendo en cuenta los ingresos que se tenga y el nivel de rentabilidad que se tenga se podría llegar a trabajar con 15 personas, enfocándonos en el departamento de marketing o mercadeo, para poder incentivar las ventas online a través de nuestra página web, en donde se planea implementar estrategias de promoción que lleguen al cliente de una manera esporádica, es decir, a un determinado tiempo, a través de esta página se realizaran promociones, premios por mayores compras, premios por la persona que realice mayor Voz a Voz, etc., es allí donde empezaremos a jugar con nuestro personal y nuestros consumidores, para ello se contratara personal con alto autoestima, con un alto nivel de convencimiento, y con habilidades en medios digitales, etc.

Este sería nuestro modelo de negocio, el cual se implementará después de los cinco años proyectados.

Por otro lado, dentro del marco legal, se debe dejar muy claro el tipo de personalidad jurídica que tiene la empresa, pudiendo ser Persona física o Persona moral. En caso de ser persona moral será necesario fundamentar el tipo de sociedad a partir de lo establecido en el código mercantil dentro de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

El tipo de sociedad por el cual la empresa busca constituirse es la SOCIEDAD ANONIMA SIMPLIFICADA, conformada por tres socios o tres integrantes. Nuestra sociedad anónima se formará por la reunión de un fondo social suministrado por accionistas responsables hasta el monto de sus respectivos aportes; será administrada por gestores temporales y revocables y tendrá una denominación seguida de las palabras “sociedad anónima simplificada” o de las letras “S.A.S.

Debemos elaborar estatutos de conformidad con la ley establecida para este tipo societario, los mismo deben presentarse ante notaría para su autenticidad por parte de cada socio accionista si va a constituir el documento de forma privada deberá cumplir con lo establecido en la ley 1014 del 2016 en su artículo 22, debemos presentar copia de las cédulas de ciudadanía para la verificación de identidad SIPREF ante Cámara de comercio, copia de la cédula de las personas que hayan nombrado para ejercer cargos administrativos, como lo pueden ser junta directiva, representante legal.

El modelo de constitución de la sociedad se basa en un documento privado en donde comparecemos:

1.- *José Orlando Bonilla Lozano*, colombiano, mayor de edad, domiciliado en Nariño-Cundinamarca y residente en la vereda garbanzal, e identificado con la cédula de ciudadanía 1.074.486.841 expedida en Nariño-Cundinamarca.

2.- *Andrés Felipe Laguna Franco*, colombiano, mayor de edad, domiciliado en Guataqui-Cundinamarca y residente en el barrio la plazuela, e identificado con la cédula de ciudadanía 1.069.883.883 expedida en Guataqui-Cundinamarca.

3. *Karen Yuliet Moreno Ortiz*, colombiana, mayor de edad, domiciliada en Girardot-Cundinamarca y residente en la vereda agua blanca - vía el arbolito e identificada con la cédula de ciudadanía 1.003.520.462 expedida en Girardot-Cundinamarca.

Así mismo, la sociedad que se constituye mediante el presente documento y se denomina “EL SEÑOR POLLO” S.A.S, por lo cual su régimen será el establecido en estos estatutos y lo no dispuesto en ellos en lo que determina la ley.

La sociedad es de nacionalidad colombiana y su domicilio es en el municipio de Nariño-Cundinamarca República de Colombia, en la vereda garbanzal; pero en desarrollo de su objeto social y con la aprobación de la Junta Directiva podrá abrir sucursales, agencias, filiales o factorías en cualquiera otra ciudad del territorio nacional o en el exterior.

Dirección para notificaciones judiciales y administrativas.

La duración de la sociedad es indefinida, contados a partir de la fecha del presente documento, pero podrá disolverse y liquidarse antes de la expiración del término, si así lo resolviere la Asamblea General de Accionistas; en las mismas condiciones, podrá ser prorrogada su duración. El objeto principal de la sociedad será:

la producción y comercialización de pollos semi-orgánico.

En desarrollo o incremento de su objeto social la sociedad podrá ocuparse válidamente en los siguientes actos: (comprar, vender, ceder, arrendar, dar, recibir dinero en mutuo con

o sin interés, girar títulos valores, etc.) Y En general, desarrollar, impulsar o incrementar cualquier otra actividad lícita de comercio que tienda al mejor logro de su objeto social.

El capital autorizado de la sociedad es de \$6.494.700, dividido en TRES acciones de valor nominal de \$2.164.900 cada una.

El capital suscrito de la sociedad es de \$6.494.700 dividido en TRES acciones de valor nominal de \$2.164.900 cada una.

El capital pagado de la sociedad es de \$6.494.700 dividido en TRES acciones de valor nominal de \$2.164.900 cada una.

### **Estudio financiero:**

El área de finanzas es importante para el estudio y análisis de una empresa a nivel de rentabilidad, para ello es de vital importancia tener en cuenta algunos ítems que se deben estudiar muy detalladamente para no caer en errores financieros, por ende es esencial la comunicación asertiva entre las distintas áreas, como son: contabilidad, producción,

marketing, administrativa, entre otras; y poder iniciar con este análisis o estudio financiero, para ello es necesario hacer énfasis en todo lo relacionado con la inversión de la empresa, el apalancamiento y su vez la amortización, la ejecución del balance inicial y el general, el presupuesto que se lleva en la empresa, el flujo de caja proyectado, la construcción del estado de resultados, el presupuesto de gastos del personal, el punto de equilibrio, el cálculo de la VAN y la TIR y el estudio de dos de los indicadores financieros como son el ROE Y ROA.

Para dar inicio en todo lo que conlleva el estudio financiero de la empresa el SEÑOR POLLO, es de vital importancia explicar cada ítem, por ende, se explicara cada uno a continuación para poder entender más detalladamente cómo se ha construido esta empresa, así mismo para verificar el nivel de utilidad de esta, debido al nivel de demanda proyectado:

La inversión para la empresa el señor pollo significa, en términos sencillos, colocar nuestro capital en una actividad definida, es decir, la producción y comercialización de un pollo semi-orgánico, que en un determinado plazo sea recuperado con intereses, siempre que haya generado una ganancia.

En general, invertir es un acto sencillo y muy importante para todas las finanzas, sean las personales o las de los gobiernos. Uno tiene un capital y busca a través de la inversión que éste crezca. Al invertir podemos hacer que nuestro dinero crezca de una mayor medida, protegernos de los diferentes imprevistos que surjan, cumplir los objetivos económicos que tengamos, y en el mejor de los casos, llegar al retiro o jubilación con una mayor seguridad económica.

La inversión de nuestra empresa consta de lo siguiente:

- ✓ Una inversión inicial para todo lo relacionado con las adecuaciones de la empresa, los implementos necesarios para la ejecución de las actividades productivas, equipo de transporte, entre otros.
- ✓ Una inversión adicional para todo lo concerniente a los aspectos legales de la empresa, el arriendo, los servicios y las estrategias de publicidad
- ✓ Todos los datos anteriores están detallados en cifras en la siguiente imagen extraída de Excel:



Ilustración 26: Plan maquinaria y equipo

<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			
<b>TIPO DE INMUEBLE O ENSERES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
BASCULA ELECTRONICA	1	\$ 149.990	\$ 149.990
OLLAS	2	\$ 113.900	\$ 227.800
CUCHILLOS	3	\$ 25.900	\$ 77.700
REFRIGERADOR	1	\$ 799.900	\$ 799.900
BEBEDEROS	25	\$ 11.000	\$ 275.000
COMEDEROS	20	\$ 18.000	\$ 360.000
MESON INDUSTRIAL	1	\$ 490.000	\$ 490.000
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 2.380.390</b>
IMPREVISTOS ( 10%)			\$ 238.039
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2.618.429</b>
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>			
<b>TIPO DE INMUEBLE O ENSERES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
COMPUTADOR	1	\$ 1.399.000	\$ 1.399.000
CAJA REGISTRADORA	1	\$ 550.991	\$ 550.991
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 1.949.991</b>
IMPREVISTOS (10%)			\$ 194.999
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2.144.990</b>
<b>LINEA TELEFONICA</b>			
<b>TIPO DE LINEA</b>	<b>Nº LINEAS</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR COSTO TOTAL</b>
POSPAGO	1	60000	60000
<b>SUBTOTAL</b>			60000
IMPREVISTOS (10%)			6000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 66.000</b>
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4.829.419</b>

*Fuente: elaboración propia*

En la siguiente gráfica, se evidencia el plan de inversiones en cuanto a la propiedad planta y equipo, con una inversión total de \$4.829.000, constituidas por todas las herramientas necesarias que nos permiten llevar a cabo las actividades económicas de la empresa y cumplir con los objetivos planteados.

**Ilustración 27: Costo de materia prima**

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	VALOR (500) MENSUAL	VALOR (500) ANUAL
pollos	unidades	\$ 1.900	\$ 950.000	\$ 7.885.000
purina inciacion	bultos	\$ 90.000	\$ 1.350.000	\$ 11.205.000
purina levante	bultos	\$ 90.000	\$ 1.800.000	\$ 14.940.000
maiz partido	bultos	\$ 70.000	\$ 770.000	\$ 6.391.000
bore	Bultos	\$ 6.000	\$ 90.000	\$ 747.000
sabila	unidades	\$ 5.000	\$ 75.000	\$ 622.500
limon	libras	\$ 208	\$ 12.480	\$ 103.584
ajos	kilos	\$ 3.000	\$ 9.000	\$ 74.700
mataraton	bultos	\$ 5.000	\$ 15.000	\$ 124.500
residuos organicos	bultos	\$ 15.000	\$ 45.000	\$ 373.500
			\$5.116.480	\$42.466.784

Fuente: elaboración propia

Teniendo en cuenta los objetivos de venta, la organización tiene como finalidad adquirir la materia prima necesaria para poder llevar a cabo las actividades productivas de la empresa, el costo de cada una de ellas se refleja en la imagen tomada de Excel, en donde se evidencian los costos mensuales y anuales, tomando como base una producción de 500 pollos cada 45 días, es decir cada 8,3 veces al año se ordena producir los mismos. los costos del año 2, 3, 4 y 5 se evidencian a continuación, teniendo en cuenta una producción de 612, 734, 881, 1058:

**Ilustración 28: costos de materia prima**

VALOR MENSUAL(612)	VALOR ANUAL (612)	VALOR MENSUAL(734)	VALOR ANUAL (734)
\$ 1.220.940	\$ 10.133.802	\$ 1.464.330	\$ 12.153.939
\$ 1.701.000	\$ 14.118.300	\$ 2.080.890	\$ 17.271.387
\$ 3.496.500	\$ 29.020.950	\$ 4.161.780	\$ 34.542.774
\$ 992.250	\$ 8.235.675	\$ 1.780.317	\$ 14.776.631
\$ 113.400	\$ 941.220	\$ 138.600	\$ 1.150.380
\$ 94.500	\$ 784.350	\$ 115.500	\$ 958.650
\$ 15.943	\$ 132.329	\$ 19.237	\$ 159.664
\$ 12.600	\$ 104.580	\$ 13.873	\$ 115.143
\$ 21.000	\$ 174.300	\$ 23.121	\$ 191.904
\$ 63.000	\$ 522.900	\$ 69.363	\$ 575.713
\$7.731.133	\$64.168.406	\$9.867.010	\$81.896.185

*Fuente: elaboración propia*

Ilustración 29: costos de materia prima

<b>VALOR MENSUAL(881)</b>	<b>VALOR ANUAL (881)</b>	<b>VALOR MENSUAL(1058)</b>	<b>VALOR ANUAL (1058)</b>
\$ 1.673.900	\$ 13.893.370	\$ 2.010.200	\$ 16.684.660
\$ 2.497.635	\$ 20.730.371	\$ 2.999.430	\$ 24.895.269
\$ 4.995.270	\$ 41.460.741	\$ 5.998.860	\$ 49.790.538
\$ 2.136.866	\$ 17.735.984	\$ 2.566.179	\$ 21.299.286
\$ 166.509	\$ 1.382.025	\$ 199.962	\$ 1.659.685
\$ 138.758	\$ 1.151.687	\$ 166.635	\$ 1.383.071
\$ 23.089	\$ 191.641	\$ 27.728	\$ 230.143
\$ 16.651	\$ 138.202	\$ 19.996	\$ 165.968
\$ 27.752	\$ 230.337	\$ 33.327	\$ 276.614
\$ 83.255	\$ 691.012	\$ 99.981	\$ 829.842
<b>\$11.759.683</b>	<b>\$97.605.370</b>	<b>\$14.122.298</b>	<b>\$117.215.076</b>

*Fuente: elaboración propia*

Por otro lado, es importante mencionar que la empresa el señor pollo debe tomar un préstamo como fuente de financiamiento para ejecutar de una manera más completa las actividades propuestas de la misma, en donde se analiza la tasa efectiva anual de cada entidad bancaria y se llega a la conclusión de solicitar un crédito al banco agrario de Colombia, quien ofrece una tasa efectiva anual de 1,10%, con un plazo a cancelar de 5 años, generando una cuota a pagar de 1.3770.553 anualmente. Lo anterior, se evidencia a continuación:

<b>Credito</b>	<b>\$ 5.000.000</b>		
<b>Tasa Efectiva</b>	<b>1,10%</b>	14,00%	1,10%
<b>Numero de cuota</b>	<b>\$ 60</b>		

Ilustración 30: Tabla de amortización anual

RESUMEN TABLA DE AMORTIZACION ANUAL				
No,	Cuota	Intereses	Capital	saldo
-				\$ 5.000.000,00
1	\$1.370.553,83	\$614.136,10	\$756.417,73	\$4.243.582,27
2	\$1.370.553,83	\$508.237,61	\$862.316,21	\$3.381.266,05
3	\$1.370.553,83	\$387.513,34	\$983.040,49	\$2.398.225,57
4	\$1.370.553,83	\$249.887,68	\$1.120.666,15	\$1.277.559,41
5	\$1.370.553,83	\$92.994,41	\$1.277.559,41	\$0,00
		\$1.852.769,14	\$5.000.000,00	

*Fuente: elaboración propia*

Así mismo, en las siguientes imágenes se detallan los ingresos y costos de producción, para el cálculo de los ingresos, se tiene en cuenta el valor unitario o precio de venta, el peso promedio del pollo y la cantidad de unidades a producir cada 45 días, para los costos de producción se tiene en cuenta los costos de materia prima especificados en las tablas anteriores y el número de unidades a producir en cada periodo. Así mismo, se especifican los costos y los ingresos totales, los cuales más adelante se tienen en cuenta para realizar los respectivos cálculos.

Ilustración 31: Ingresos operacionales

INGRESOS OPERACIONALES								
	Detalle	Unid x lote	Libra x und	Total	precio x und	V/Total x lote	Veces Año	Total Ingresos
AÑO 1	Venta de Pollos Por Libras	500	5	2.500	\$ 3.800	\$ 9.500.000	7,6	\$ 72.239.583
AÑO 2	Venta de Pollos Por Libras	612	5	3.060	\$ 3.990	\$ 12.209.400	7,6	\$ 92.842.313
AÑO 3	Venta de Pollos Por Libras	734	5	3.672	\$ 4.190	\$ 15.383.844	7,6	\$ 116.981.314
AÑO 4	Venta de Pollos Por Libras	881	5	4.406	\$ 4.399	\$ 19.383.643	7,6	\$ 147.396.455
AÑO 5	Venta de Pollos Por Libras	1058	5	5.288	\$ 4.619	\$ 24.423.391	7,6	\$ 185.719.534

*Fuente: Elaboración propia*

Ilustración 32: Costos de producción

Costos de produccion					
	Detalle	Unid x lote	costo x unidad	Total Por Los 500	Total Anual
AÑO 1	Costo de Pollos	500	\$ 10.233	5.116.480	\$ 42.466.784,00
AÑO 2	Costo de Pollos	612	\$ 11.256	6.888.829	\$ 57.177.277,98
AÑO 3	Costo de Pollos	734	\$ 12.382	9.093.254	\$ 75.474.006,93
AÑO 4	Costo de Pollos	881	\$ 13.620	12.003.095	\$ 99.625.689,15
AÑO 5	Costo de Pollos	1058	\$ 14.982	15.844.086	\$ 126.752.684,02

*fuelle: elaboración propia*

Ilustración 33: Total ingresos y costos

	Total Ingresos				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 72.239.583	\$ 92.842.313	\$ 116.981.314	\$ 147.396.455	\$ 185.719.534
Contado	\$ 68.627.604	\$ 88.200.197	\$ 111.132.248	\$ 140.026.633	\$ 176.433.557
Credito	\$ 3.611.979	\$ 4.642.116	\$ 5.849.066	\$ 7.369.823	\$ 9.285.977

	e				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Compras	\$ 42.466.784	\$ 57.177.278	\$ 75.474.007	\$ 99.625.689	\$ 126.752.684
Contado	\$ 38.220.106	\$ 54.318.414	\$ 71.700.307	\$ 94.644.405	\$ 120.415.050
Credito	\$ 4.246.678	\$ 5.717.728	\$ 7.547.401	\$ 9.962.569	\$ 12.675.268

*Fuente: elaboración propia*

En la siguiente ilustración se muestra la proyección del gasto de personal, en donde se tiene en cuenta la nómina de dos colaboradores (un operario y un comercializador, quien también cumple las veces de distribuidor, además se tiene en cuenta un contrato por prestación de servicios para el contador, el cual se va a requerir cada 3 meses con unos honorarios de 300.000. Lo demás se refleja en las siguientes imágenes:

Ilustración 34: presupuesto de gasto de personal

SEÑOR POLLO				
PRESUPUESTO GASTO DE PERSONAL OPERATIVO				
CARGO	Nº. TRABAJAD ORES	REMUNERACION MENSUAL	COSTO NOMINA MENSUAL	COSTO NOMINA ANUAL
Operarios -distribuidor	2	\$ 877.803	\$ 1.755.606	\$ 21.067.272
Administrador	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000
AUXILIO DE TRANSP	3	\$ 102.854	\$ 308.562	\$ 3.702.744
Sub-total		\$ 1.877.803	\$ 3.064.168	\$ 36.770.016
	CONCEPTO	%		
	Prima	8,33%	\$ 255.245	\$ 3.062.942
	Cesantias	8,33%	\$ 255.245	\$ 3.062.942
CARGA	Intereses	1,00%	\$ 30.642	\$ 367.700
	Vacaciones	4,17%	\$ 114.909	\$ 1.378.905
PRESTACIONAL	EPS, AFP, Ar	21,00%	\$ 643.475	\$ 7.721.703
			\$ -	\$ -
TOTAL CARGA PRESTACIONAL		42,83%	\$ 1.299.516	\$ 15.594.193
DOTACIONES				\$ 220.000
Contrato conador por Prestacion de Servicios				\$ 300.000
TOTAL GASTO			\$ 4.363.684	\$ 16.114.193

Fuente: elaboración propia

Ilustración 35: Proyección gastos

	Proyeccion Gastos a los 5 años de Estudio				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salarios y prestaciones	\$ 15.814.193	\$ 16.604.903	\$ 17.435.148	\$ 18.306.906	\$ 19.222.251
Sevicios Publicos	\$ 1.260.000	\$ 1.323.000	\$ 1.389.150	\$ 1.458.608	\$ 1.531.538
Arriendos	\$ 2.400.000	\$ 2.520.000	\$ 2.646.000	\$ 2.778.300	\$ 2.917.215
Gastos Legales	\$ 790.000	\$ 514.500	\$ 540.225	\$ 567.236	\$ 595.598
Homorarios	\$ 3.600.000	\$ 3.780.000	\$ 3.969.000	\$ 10.800.000	\$ 11.340.000
Estrategias de Promocion	\$ 1.020.000	\$ 1.050.600	\$ 1.365.780	\$ 1.775.514	\$ 2.308.168
Estrategias de Publicidad	\$ 1.080.000	\$ 1.112.400	\$ 1.446.120	\$ 1.879.956	\$ 2.443.943
Estrategias de Distribucion	\$ 900.000	\$ 927.000	\$ 1.205.100	\$ 1.566.630	\$ 2.036.619
	\$ 26.864.193	\$ 27.832.403	\$ 29.996.523	\$ 39.133.149	\$ 42.395.332

Fuente: elaboración propia

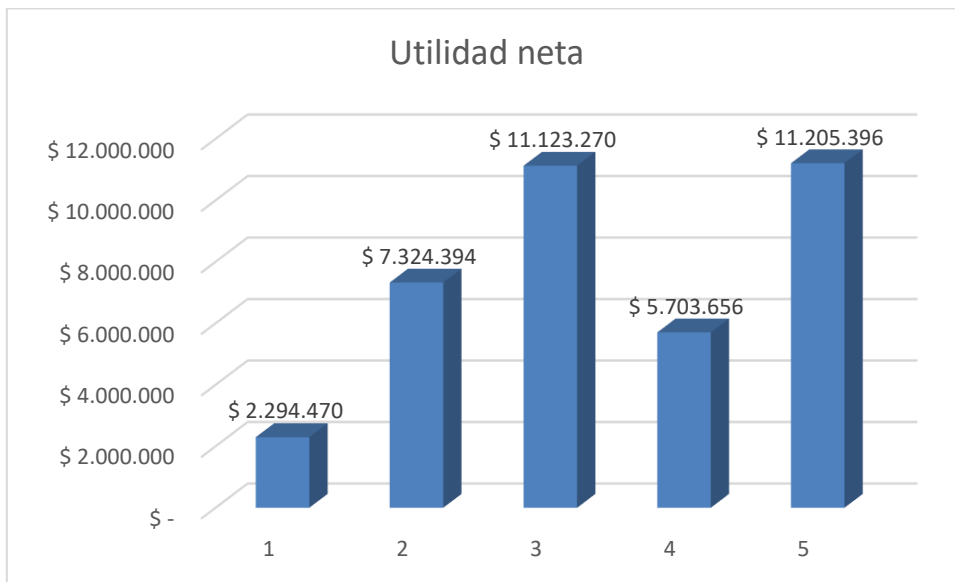
Ilustración 36: Estado de resultados

SEÑOR POLLO					
Estado de Resultados - Proyectado					
Año	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 72.239.583	\$ 92.842.313	\$ 116.981.314	\$ 147.396.455	\$ 185.719.534
Costo de venta	\$ (42.466.784)	\$ (57.177.278)	\$ (75.474.007)	\$ (99.625.689)	\$ (126.752.684)
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 29.772.799</b>	<b>\$ 35.665.035</b>	<b>\$ 41.507.307</b>	<b>\$ 47.770.766</b>	<b>\$ 58.966.850</b>
<b>Gastos</b>					
Salarios y prestaciones	\$ 15.814.193	\$ 16.604.903	\$ 17.435.148	\$ 18.306.906	\$ 19.222.251
Sevicios Publicos	\$ 1.260.000	\$ 1.323.000	\$ 1.389.150	\$ 1.458.608	\$ 1.531.538
Arriendos	\$ 2.400.000	\$ 2.520.000	\$ 2.646.000	\$ 2.778.300	\$ 2.917.215
Gastos Legales	\$ 790.000	\$ 514.500	\$ 540.225	\$ 567.236	\$ 595.598
Homorarios	\$ 3.600.000	\$ 3.780.000	\$ 3.969.000	\$ 10.800.000	\$ 11.340.000
Estrategias de Promocion	\$ 1.020.000	\$ 1.050.600	\$ 1.365.780	\$ 1.775.514	\$ 2.308.168
Estrategias de Publicidad	\$ 1.080.000	\$ 1.112.400	\$ 1.446.120	\$ 1.879.956	\$ 2.443.943
Estrategias de Distribucion	\$ 900.000	\$ 927.000	\$ 1.205.100	\$ 1.566.630	\$ 2.036.619
<b>Total gastos</b>	<b>\$ 26.864.193</b>	<b>\$ 27.832.403</b>	<b>\$ 29.996.523</b>	<b>\$ 39.133.149</b>	<b>\$ 42.395.332</b>
<b>Utilidad operacional</b>	<b>\$ 2.908.606</b>	<b>\$ 7.832.631</b>	<b>\$ 11.510.784</b>	<b>\$ 8.637.617</b>	<b>\$ 16.571.518</b>
Gastos financieros	\$ 614.136	\$ 508.238	\$ 387.513	\$ 249.888	\$ 92.994
<b>utilidad Antes Impuestos</b>	<b>\$ 2.294.470</b>	<b>\$ 7.324.394</b>	<b>\$ 11.123.270</b>	<b>\$ 8.387.729</b>	<b>\$ 16.478.523</b>
Provisión Impuestos				\$ 2.684.073	\$ 5.273.127
<b>Utilidad neta</b>	<b>\$ 2.294.470</b>	<b>\$ 7.324.394</b>	<b>\$ 11.123.270</b>	<b>\$ 5.703.656</b>	<b>\$ 11.205.396</b>

*fuelle: elaboración propia*

En la imagen anterior se detalla con exactitud, aquellos ingresos proyectados, así mismo, el costo de venta, los gastos y una utilidad neta confiable para nuestro proyecto, ya que se puede evidenciar que no se obtienen perdidas iniciando el primer año, sino por el contrario, se genera utilidad a medida que avanzan los periodos productivos. Por otro lado, en este estado de resultados se denota los salarios totales devengados de los dos colaboradores de la empresa, el arriendo, y todo lo relacionado con los gastos de marketing.

Ilustración 37: Utilidad neta



*Fuente: elaboración propia*

Se puede evidenciar que nuestra utilidad neta va aumentando considerablemente hasta el tercer año productivo, en el cuarto reduce por motivos de pago de impuestos, teniendo en cuenta que a medida que aumentan las utilidades y la empresa inicie generando altos ingresos, se debe declarar renta y allí en el estado de resultados se denota un porcentaje para dicho ítem.



Ilustración 38: Balance inicial

BALANCE INICIAL					
SEÑOR POLLO					
Balance Al Inicio					
ACTIVOS			PASIVOS		
<b>Disponibles</b>					
Caja	\$	2.245.000	Largo Plazo		
Semovientes	\$	950.000	Obigaciones Financieras	\$	5.000.000
Materia prima	\$	5.116.480			
<b>Total Activos Disponibles</b>	<b>\$</b>	<b>8.311.480</b>	<b>Total Pasivos largo Plazo</b>	<b>\$</b>	<b>5.000.000</b>
<b>Activos Fijos</b>					
Maquinaria y Equipo	\$	3.364.419	Capital		
Equipos de Computo y Comunicac	\$	1.465.000	Aportes de los Socios		
			karen Yuliet	\$	3.213.633
			Andres felipe	\$	3.213.633
Adecuaciones	\$	1.500.000	Jose orlando	\$	3.213.633
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>\$</b>	<b>6.329.419</b>	<b>Total patrominio</b>	<b>\$</b>	<b>9.640.899</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$</b>	<b>14.640.899</b>	<b>TOTAL PASIVOS + PAT,</b>	<b>\$</b>	<b>14.640.899</b>

*Fuente: elaboración propia*

En el balance inicial fue necesario estipular el aporte que realizamos como inversionistas de la empresa, con un total de \$3.213.633, los cuales fueron obtenidos de recursos propios, así mismo, se evidencia el préstamo que se estipulo inicialmente de \$5.000.000, todo lo relacionado con maquinaria y equipo, la caja, la materia prima y todo lo que hace parte del activo de la empresa

Ilustración 39: Balance general

BALANCE						
ACTIVOS	INICIAL	Años				
		1	2	3	4	5
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>						
EFFECTIVO	2.245.000	4.417.751	7.461.878	14.451.130	10.631.320	11.607.122
CUENTAS POR COBRAR		3.611.979	4.642.116	5.849.066	7.369.823	9.285.977
Semoveinres	950.000	950.000	950.000	950.000	950.000	950.000
Inventario de Concentrado	5.116.480	5.116.480	5.116.480	5.116.480	5.116.480	5.116.480
Ceuntas Por Cobrar accionistas		-	-	-	6.000.000	12.000.000
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 8.311.480</b>	<b>\$ 14.096.210</b>	<b>\$ 18.170.473</b>	<b>\$ 26.366.676</b>	<b>\$ 30.067.622</b>	<b>\$ 38.959.578</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>						
Maquinaria y Equipo	\$ 3.364.419	\$ 3.364.419	\$ 4.364.419	\$ 4.364.419	\$ 5.364.419	\$ 5.364.419
Equipos de Computo y Comunic	\$ 1.465.000	\$ 1.465.000	\$ 1.465.000	\$ 1.465.000	\$ 1.465.000	\$ 1.465.000
		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Adecuaciones	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 6.329.419</b>	<b>\$ 6.329.419</b>	<b>\$ 7.329.419</b>	<b>\$ 7.329.419</b>	<b>\$ 8.329.419</b>	<b>\$ 8.329.419</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 14.640.899</b>	<b>\$ 20.425.629</b>	<b>\$ 25.499.893</b>	<b>\$ 33.696.095</b>	<b>\$ 38.397.042</b>	<b>\$ 47.288.998</b>
<b>PASIVOS</b>						
PROVEEDORES		\$ 4.246.678	\$ 5.717.728	\$ 7.547.401	\$ 9.962.569	\$ 12.675.268
OBLIGACIONES FINANCIEROS	\$ 5.000.000	\$ 4.243.582	\$ 3.381.266	\$ 2.398.226	\$ 1.277.559	\$ -
PROVISION IMPUESTO RENTA		\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.684.073	\$ 5.273.127
	\$ -					
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 5.000.000</b>	<b>\$ 8.490.261</b>	<b>\$ 9.098.994</b>	<b>\$ 9.945.626</b>	<b>\$ 13.924.202</b>	<b>\$ 17.948.396</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
CAPITAL SOCIAL	\$ 9.640.899	\$ 9.640.899	\$ 9.640.899	\$ 9.640.899	\$ 9.640.899	\$ 9.640.899
UTILIDADES ACUMULADAS			\$ 2.294.470	\$ 9.618.864	\$ 20.742.134	\$ 26.445.790
UTILIDAD DEL PERIODO		\$ 2.294.470	\$ 7.324.394	\$ 11.123.270	\$ 5.703.656	\$ 11.205.396
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 9.640.899</b>	<b>\$ 11.935.369</b>	<b>\$ 19.259.763</b>	<b>\$ 30.383.033</b>	<b>\$ 36.086.689</b>	<b>\$ 47.292.085</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 14.640.899</b>	<b>\$ 20.425.629</b>	<b>\$ 28.358.756</b>	<b>\$ 40.328.659</b>	<b>\$ 50.010.890</b>	<b>\$ 65.240.480</b>

*Fuente: elaboración propia*

Para poder realizar el balance de la empresa fue necesario estipular aquellos datos iniciales del balance inicial ilustrado anteriormente, así mismo, se reflejan aquellas obligaciones y el pago de interés que se realiza cada año, la maquinaria y equipo, los equipos de cómputo, entre otros activos fijos y disponibles de la misma. Por otro lado, se pueden evidenciar las proyecciones a los 5 años proyectados, en donde podemos observar que año tras año los activos de esta, aumentan considerablemente, demostrando en definitiva que esta idea, se puede convertir en una empresa muy rentable.

Ilustración 40: Cuadro de inversión

<b>CUADRO DE INVERSION</b>			
<b>SEÑOR POLLO</b>			
<b>Adecuaciones</b>			<b>\$ 1.500.000</b>
<b>Maquinaria y Equipo</b>			<b>\$ 3.364.419</b>
<b>Equipos de Computo y Comunicaicones</b>			<b>\$ 1.465.000</b>
<b>Semovientes</b>			<b>\$ 950.000</b>
<b>inventario</b>			<b>\$ 5.116.480</b>
<b>Total Inversion</b>			<b>\$ 12.395.899</b>
<b>CUADRO DE GASTOS DE INVERSION</b>			
<b>Señor Pollo</b>			
<b>Aspectos legales</b>			
	Camara de comercio	1	\$ 320.000
	Industria y Comercio	1	\$ 110.000
	Bomberos	1	\$ 60.000
	Minuta de Constitucion	1	\$ 300.000
	<b>Total Gastos</b>		<b>\$ 790.000</b>
<b>Gastos operacionales</b>			
	Arriendos	1	\$ 200.000
	<b>Total Gastos</b>		<b>\$ 200.000</b>
<b>Servicios</b>			
	Agua	1	\$ 10.000
	Luz	1	\$ 35.000
	Plan movil	1	\$ 60.000
	<b>Total Gastos</b>		<b>\$ 105.000</b>
<b>Estrategias de Promocion</b>			\$ 85.000
Estrategias de Publicidad			\$ 90.000,00
Estrategias de Distribucion			\$ 75.000,00
	<b>Total Gastos de Estrategias</b>		<b>\$ 250.000</b>
<b>Total Gastos iniciacles mas inversion</b>			<b>\$ 13.740.899</b>

*Fuente: elaboración propia*

Dentro del presente cuadro de inversión fue importante estipular los aspectos legales, los cuales conforman la cámara de comercio, los bomberos y la minuta de constitución. Así mismo, el arriendo, los servicios y el total de las estrategias que se desean implementar para el desarrollo de las actividades para un total de gastos iniciales de inversión de \$13.740.899

Por otro lado, en el análisis de la gestión de las empresas es necesario la determinación del flujo de efectivo, permite establecer el movimiento de las operaciones de explotación y por tanto, permite conocer a corto plazo, la posición específica de la empresa respecto al cumplimiento del objetivo económico dado por la continuidad del propio proceso empresarial que adelanta la compañía en análisis.

Respecto de la generación de riqueza para los dueños de una empresa: Porque permite determina el efectivo al que pueden acceder los dueños y lo que tienen derecho a recibir después de hacer frente a los compromisos adquiridos propios del ciclo de explotación, luego de sufragar las obligaciones financieras y una vez atendidas las necesidades de reinversión.

En cuanto a estimar el valor de un proyecto de inversión: Hace referencia a uno de los principales dilemas de un inversionista, que es el de decidir acerca de la elección de una u otra inversión.

Por ende, al momento de analizar nuestro flujo de caja, vemos que se tienen un saldo final de caja bastante considerable por más de 4.783.897, teniendo en cuenta la inversión inicial, se puede decir que nuestra empresa más adelante contara con los suficientes recursos para poder reinvertir, generar empleo, y buscar nuevos segmentos de mercado. La información se detalla en la siguiente imagen:

## Ilustración 41: Flujo de caja proyectado

**FLUJO DE CAJA PROYECTADO  
SEÑOR POLLO**

Años	0	1	2	3	4	5
<b>Saldo Inicial de Caja</b>	\$ -	\$ 2.245.000	\$ 4.417.751	\$ 7.461.878	\$ 14.451.130	\$ 10.631.320

**FUENTES DE INGRESOS**

Ingresos		\$ 68.627.604	\$ 88.200.197	\$ 111.132.248	\$ 140.026.633	\$ 176.433.557
Recaudos de cartera			\$ 3.611.979	\$ 4.642.116	\$ 5.849.066	\$ 7.369.823
Crédito Bancario	\$ 5.000.000					
Aportes de Los Socios	\$ 9.640.899					
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 14.640.899</b>	<b>\$ 68.627.604</b>	<b>\$ 91.812.176</b>	<b>\$ 115.774.364</b>	<b>\$ 145.875.698</b>	<b>\$ 183.803.380</b>
<b>Total Fuente de Ingresos</b>	<b>\$ 14.640.899</b>	<b>\$ 70.872.604</b>	<b>\$ 96.229.927</b>	<b>\$ 123.236.242</b>	<b>\$ 160.326.828</b>	<b>\$ 194.434.699</b>

**USO DEL CRÉDITO**

Inversión - Activos	\$ 6.329.419		\$ 1.000.000		\$ 1.000.000	
Compra -Inventarios	\$ 6.066.480	\$ 38.220.106	\$ 54.318.414	\$ 71.700.307	\$ 94.644.405	\$ 120.415.050
Pago Proveedores			\$ 4.246.678	\$ 5.717.728	\$ 7.547.401	\$ 9.962.569
Gastos		\$ 26.864.193	\$ 27.832.403	\$ 29.996.523	\$ 39.133.149	\$ 42.395.332
Intereses Bancarios		\$ 614.136	\$ 508.238	\$ 387.513	\$ 249.888	\$ 92.994
Amortización Préstamo		\$ 756.418	\$ 862.316	\$ 983.040	\$ 1.120.666	\$ 1.277.559
Impuesto de renta			\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.684.073
Prestamos a Socios			\$ -	\$ -	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000
<b>Total Egresos Operativos</b>	<b>\$ 12.395.899</b>	<b>\$ 66.454.853</b>	<b>\$ 88.768.049</b>	<b>\$ 108.785.111</b>	<b>\$ 149.695.509</b>	<b>\$ 182.827.578</b>
<b>Saldo Final de Caja</b>	<b>\$ 2.245.000</b>	<b>\$ 4.417.751</b>	<b>\$ 7.461.878</b>	<b>\$ 14.451.130</b>	<b>\$ 10.631.320</b>	<b>\$ 11.607.122</b>

*Fuente: elaboración propia*

Por último, encontramos el análisis de cuatro de los indicadores financieros más importantes - dentro del estado de situación financiera, entre ellos se detalla la VAN, la TIR, el ROE Y el ROA.

La VAN Es un indicador financiero que mide los flujos de los ingresos y egresos futuros que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, queda una ganancia.

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros (ingresos menos egresos). El método, además, descuenta una determinada tasa o tipo de interés igual para todo el período considerado.

La tasa de interés con la que se descuenta el flujo neto proyectado es la tasa de oportunidad, rendimiento o rentabilidad mínima esperada, en nuestra empresa utilizamos una tasa del 9%, por lo tanto, cuando la inversión resulta mayor que el BNA (beneficio neto actualizado), es decir un VAN negativo, es porque no se ha satisfecho dicha tasa. Cuando el BNA es igual a la inversión (VAN igual a cero) es porque se ha cumplido dicha tasa, y cuando el BNA es mayor que la inversión (VAN positivo), es porque se ha cumplido con dicha tasa y, además, se ha generado un beneficio adicional. Por tanto, como podemos ver en la imagen que se anexara más adelante, el VAN para nuestra empresa es positivo y sobraría una ganancia considerable.

Por otro lado, LA TIR (tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) de una inversión sea igual a cero ( $VAN = 0$ ). Recordemos que el VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente (valor actual), aplicando una tasa de descuento en nuestro caso del 9%. Además, se puede decir que La TIR es una herramienta de toma de decisiones de inversión utilizada para comparar la factibilidad de diferentes opciones de inversión. Generalmente, la opción de inversión con la TIR más alta es la preferida. Para la empresa el señor pollo se tiene una TIR del 63%, lo que quiere decir que es una buena opción de inversión.

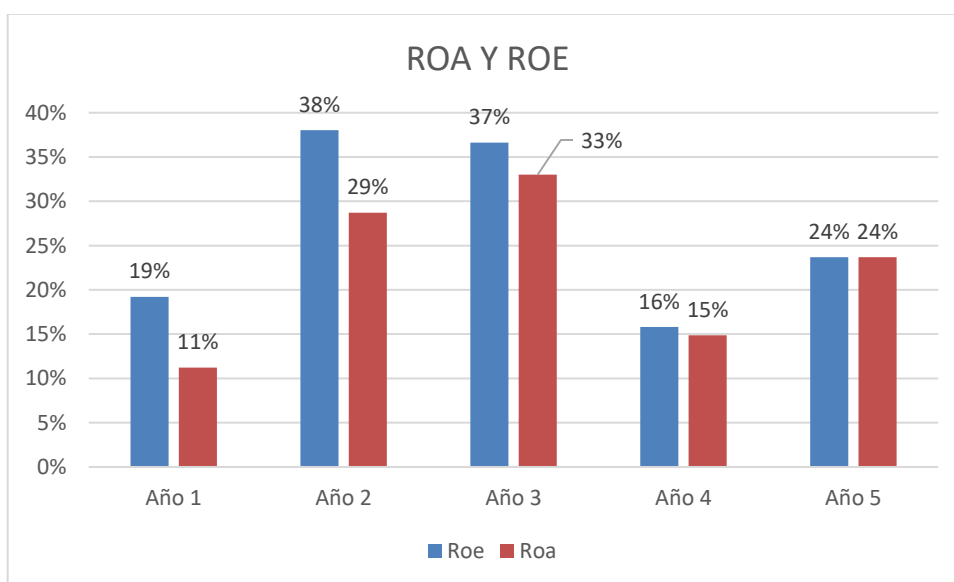
Toda la información detallada se evidencia en la siguiente imagen:

Ilustración 42: Ratios de rentabilidad

Señor Pollo						
RATIOS DE RENTABILIDAD						
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Total de Ventas Anuales	\$ 72.239.583,33	\$ 92.842.312,50	\$ 116.981.313,75	\$ 147.396.455,33	\$ 185.719.533,71	
Utilidad Neta	\$ 2.294.469,81	\$ 7.324.393,81	\$ 11.123.270,22	\$ 5.703.655,78	\$ 11.205.395,90	
Total Activos	\$ 20.425.629,48	\$ 25.499.892,57	\$ 33.696.094,86	\$ 38.397.041,55	\$ 47.288.997,50	
Total Pasivos	\$ 8.490.260,67	\$ 9.098.993,85	\$ 9.945.626,26	\$ 13.924.201,64	\$ 17.948.395,89	
Total Patrimonio	\$ 11.935.368,81	\$ 19.259.762,62	\$ 30.383.032,84	\$ 36.086.688,62	\$ 47.292.084,52	
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Roe	19%	38%	37%	16%	24%	
Roa	11%	29%	33%	15%	24%	
Indicadores Financieros y de Rotacion						
Indicador	Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Liquidez	Liquidez corriente	1,66	2,00	2,65	2,16	2,17
	Prueba acida	1,06	1,43	2,14	1,79	1,89
Solvencia	Endeudamiento del Activo	42%	36%	30%	36%	38%
	Endeudamiento del Patrimonio	42%	32%	25%	28%	28%
	Endudamiento del Activo Fijo	134%	124%	136%	167%	215%

Fuente: elaboración propia

Ilustración 43: ROA y ROE



Fuente: elaboración propia

Ilustración 44: calculo VAN y TIR

CALCULO VAN- TIR- SEÑOR POLLO						
FLUJO DE FONDOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		\$70.872.604	\$96.229.927	\$123.236.242	\$160.326.828	\$194.434.699
Pagos		-\$66.454.853	-\$88.768.049	-\$108.785.111	-\$149.695.509	-\$182.827.578
<b>Flujo de caja del proyecto</b>	<b>-\$14.640.899</b>	<b>\$4.417.751</b>	<b>\$7.461.878</b>	<b>\$14.451.130</b>	<b>\$10.631.320</b>	<b>\$11.607.122</b>
<b>VAN =</b>	<b>\$ 21.926.849</b>	<b>9%</b>				
<b>TIR =</b>	<b>48%</b>					

*Fuente: elaboración propia*

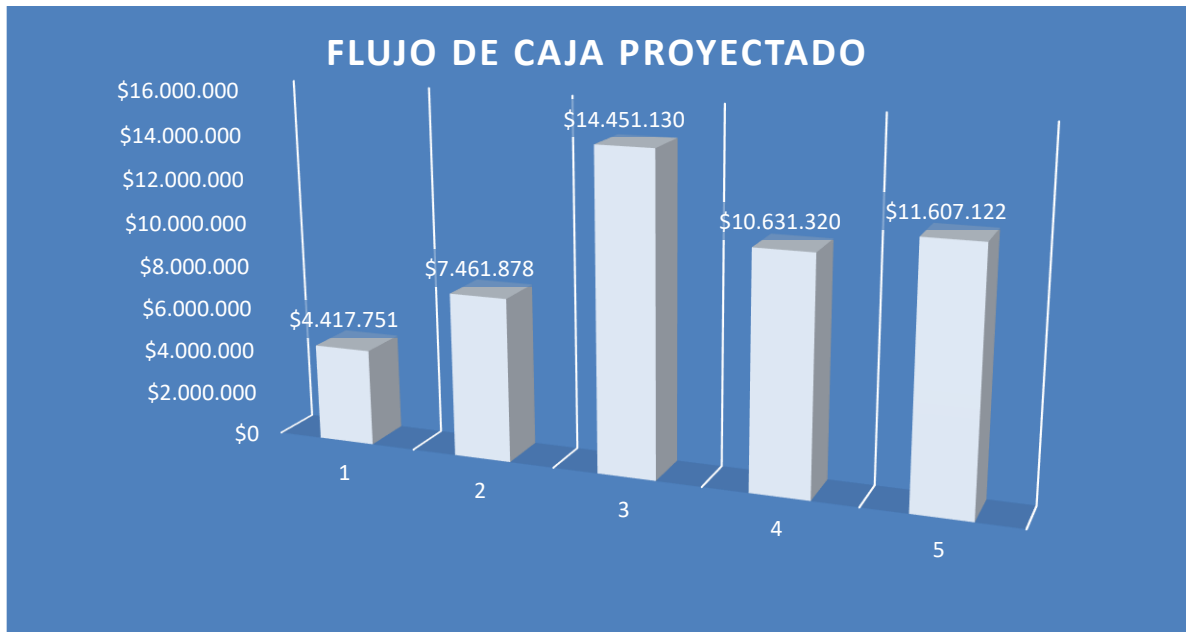
Ilustración 45: VAN Y TIR



*Fuente: elaboración propia*



Ilustración 46: Flujo de caja proyectado



*Fuente: elaboración propia*

Así mismo, para saber en qué momento la empresa inicia generando rentabilidad fue necesario realizar el cálculo del punto de equilibrio, La empresa El señor pollo para poder alcanzar su punto, según el cálculo establecido se deben vender 2697 unidades con un precio de venta de 17.500, Con unos costos fijos de \$19.352.193 y un costo variable unitario de 10.323. A partir de allí, se alcanza la rentabilidad evidenciada en el estado de pérdidas y ganancias. dicha información se detalla a continuación:

### Ilustración 47: Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO		
1. Método de unidades físicas.		
$P.E. = \frac{C.F.}{P_{uv} - C_{uv}}$		
<b>P. E.</b>	<b>Punto de Equilibrio</b>	<b>2.697</b>
C. F.	Costos Fijos	\$ 19.354.193,00
P <sub>uv</sub>	Precio Unitario de Ventas	\$ 17.500,00
C <sub>uv</sub>	Costo Unitario de Variable	\$ 10.323,00
	Unidades a vender	2.696,70

*Fuente: elaboración propia*

Como conclusión, se puede decir, teniendo en cuenta el nivel de aceptación que se obtuvo en el estudio de mercado, la identificación clara y oportuna de los equipos, la disponibilidad en cuanto al arriendo, los elementos, el conocimiento pleno, claro y oportuno de las actividades y cantidades de operarios necesarios y finalmente la viabilidad financiera, en donde se puede llegar a identificar como viable nuestro proyecto de emprendimiento el cual lleva 1 año en marcha.

**Principales hitos o hechos relevantes:**

Partiendo de la experiencia vivida, lo que más enmarcó el desarrollo del emprendimiento fueron aquellas acciones que se decidieron tomar en una asignatura orientada por un docente de mercadeo en la universidad UNIMINUTO, fue ese el momento en el cual se brinda atención al tema de emprender, y con ello el entusiasmo de generar ingresos propios para costear gastos en la universidad, fueron muchas acciones que lograron captar la atención de los autores, dentro de las cuales se encuentra la realización de un estudio de mercado, en donde se interactuó con las personas o aquellos clientes potenciales, se hizo un análisis de sus necesidades, de sus opiniones y de sus expectativas, descubriendo que inicialmente el pollo semicriollo era un producto muy consumido por las personas de los segmentos de mercado de Nariño, Guataquí y deportistas de alto estrato socioeconómico de la ciudad de Girardot y por ende se generarían grandes utilidades en la venta de dicho producto. También, se tiene en cuenta la construcción del history telling de la idea, el plan de marketing mix y el plan de mercadeo, fueron actividades que marcaron la carrera hacia el emprendimiento, sabiendo que con ello se lograrían mejores resultados tanto en lo profesional como personal.

Así mismo, el perder el miedo a enfrentarse a un público para dar conocer la idea de negocio es algo que una persona necesita para llenarse de orgullo, y decir que ya es una/un mejor profesional, que ya se ha superado aquellos miedos que le impedían salir de esa zona de confort y llegar a una zona donde está inmerso el emprendimiento, refiriéndose al apoyo constante que brinda el área de centro progresista en este tema, resaltando que dicha área ha fortalecido el emprendimiento, pretendiendo que los participantes creen en su potencial, en

sus ideas y piensen que si se puede lograr aquello que se cree imposible: “llegar a formalizar una unidad productiva”.

### **Aprendizajes:**

#### **Aportes significativos de la experiencia en lo humano**

Desde la ideación del proyecto el señor pollo siempre ha buscado favorecer tanto a los consumidores como a los colaboradores, teniendo en cuenta que ellos son la razón de ser de una empresa, los actores de este proyecto siempre han buscado ayudar a los demás, a que todos se ayuden mutuamente y a entender las necesidades y problemas personales de cada uno.

La responsabilidad social del señor pollo se basa en ayudar a la otra persona, ya sea ofreciendo empleo o cubriendo esa necesidad que la competencia no ha logrado satisfacer, es decir, que dentro de acciones por las cuales se rige El Señor Pollo esta ayudar a los demás y pensar en que esta persona a la cual ayudemos será de gran ayuda más adelante.

Lo anterior, siempre ha ido inmerso en los autores de esta unidad productiva, debido a que son grandes personas y en ellos esta presentes los valores éticos tanto profesionales como personales, es por ello que se quiso idear este proyecto productivo y de emprendimiento, para poder atender las necesidades de toda la comunidad a la cual se apunta y si es posible a todo el país, todo ello con el fin de contribuir al aumento de la economía, a la disminución del desempleo y a mejorar la calidad de vida de cada uno de los autores de dicho proyecto.

Esta experiencia productiva logra que cada una de las personas que están presentes en ella coloque los pies sobre la tierra y se detenga a pensar que se quiere para la vida, cuáles

son sus metas, sus objetivos y que acciones o estrategias desea implementar para cumplirlos, gracias a esto, es que se tiene en cuenta a las demás personas para poder ejecutar cualquier actividad, porque sin su ayuda no se podría lograr ninguna meta o ningún objetivo, cada persona cumple un papel muy importante en la vida de otra, y es allí donde nos damos cuenta que por más bruscos, intensos, perdedores, ladrones, asesinos, etc., todos son iguales, todos se merecen respeto y todos se deben tener en cuenta para tomar cualquier decisión, debido a que las decisiones que se lleguen a tomar siempre afectan de una manera u otra a las demás seres humanos.

### **Aportes significativos de la experiencia en lo social**

El emprendimiento el “señor pollo” se ha venido transformando de manera positiva para nuestra región, lo cual busca primordialmente es mitigar la pobreza y el desempleo, luego de ello es generar utilidades tanto como para los emprendedores como para sus colaboradores y así poder seguir creciendo como empresa y generar más empleado, por el momento se han beneficiados algunas familias del sector, lo cual evita el desplazamiento de ellas para una ciudad, la idea es seguir creciendo como familia para aumentar el nivel de colaboradores para que tengan un trabajo digno para el sustento de sus familias.

El proyecto cuenta con una gran aceptación por parte de la comunidad, ya que busca satisfacer las necesidades y preservar la salud de nuestros clientes, ya que el producto (pollo) que consumían anteriormente era criado a base de químicos lo cual podía poner en riesgo la salud de las familias, nuestro emprendimiento cuenta con unos procesos confiables y transparentes, por lo cual la comunidad se ha fijado en él ya que se siente confiados y seguros a la hora de consumirlo.

Por otro lado, “el señor pollo” seguirá trabajando arduamente para seguir fidelizando más familias colombianas, la idea es seguir creciendo y penetrar diferentes segmentos de mercado.

### **Aportes significativos en lo económico o técnico**

Este proyecto inicio con una inversión de los tres (3) emprendedores años atrás, se toma la idea de emprender gracias a un estudio que se realiza, iniciando se contaba con poca experiencia sobre el producto, pero gracias a docentes y a la parte de centro progresa, poco a poco se fue adquiriendo conocimiento del cómo llevar a cabo este modelo de negocio. Tiempos después se fue observando utilidad la cual ha sido de gran importancia tanto para nosotros como para nuestros colaboradores.

Este negocio es viable, siempre y cuando se tenga ganas de emprender, tener un excelente equipo de trabajo donde se busca el beneficio de todos y ganas de salir adelante. Ya que es un producto altamente demandado, lo cual significa que es consumido diariamente por las familias.

Por lo tanto, “el señor pollo” seguirá trabajando en conjunto para mantener la estabilidad económica que se ha venido generando a través del tiempo, ya que gracias a este proyecto nos hemos beneficiado para la ayuda de nuestras necesidades básicas y para nuestra universidad.

## **Principales aprendizajes para el perfil profesional**

El emprender siempre ha sido algo significativo para cualquier persona, pero a veces se tiene que pasar por una necesidad muy grande para poder llegar a este nivel, experimentar y vivir el conocimiento de la esencia de este.

Para cualquier persona el emprender no es fácil, un administrador de empresas debe ser un líder estratega, observador y analista para poder alcanzar nuevos retos y tomar decisiones inteligentes, cada administrador tiene una mentalidad diferente, ya sea con el ánimo de dirigir empresas o de conformar las mismas, aunque se reconoce que crear compañía es una de los instintos que tiene hoy en día esta profesión, es necesario pensar que lo más importante es el desarrollo de las habilidades emprendedoras, las cuales también están enfocadas al conocimiento gerencial, por ende el emprendimiento siempre ha sido una parte esencial para poder comprender todo lo relacionado a temas de costos y presupuestos, el manejo de una organización, el diseño de estrategias, el manejo de personal, la importancia de aplicar estrategias de mercadeo al producto para darlo a conocer fácilmente en el mercado, el diseño de encuestas para un posible estudio de mercado, por consiguiente todo ello nos aporta muchos conocimientos en la parte profesional y el emprendimiento es una opción muy valiosa para poner en práctica todo lo que hemos aprendido en el transcurso de la carrera universitaria.

Todas esas experiencias han conllevado a los autores a entender que el emprendimiento no es solo crear nuevas empresas, también es aplicar esas herramientas, ser innovador, entusiasta, líder y emprendedor en una empresa cuando estén en el desarrollo de su profesión.

Con el emprendimiento se ha aprendido a aprovechar esas oportunidades que se presentan para poder hacer un negocio o una idea fructífera, así mismo se ha logrado confiar en las capacidades propias para tomar decisiones firmes e innovar para salir adelante sin necesidad de estar a la defensiva.

Por último, se tiene en cuenta que un administrador no es solo una persona que se encarga de llevar a cabo la contabilidad de un negocio, si no que a través del emprendimiento se encarga de administrar muchas otras funciones que deben servir de apoyo para la mejora en la calidad de los bienes o productos que se ofrecen y el bienestar de sus empleados. Gracias a esta importante rama, es que se ha aprendido a ir más allá de un administrador de empresas y poder ser un personaje muy importante en el desarrollo normal de la misma. De nosotros dependerá que las cosas sigan su cauce natural. Por consiguiente, es a partir de allí que el emprendimiento nos ha aportado grandes cosas en la parte profesional, teniendo en cuenta que ahora somos personas diferentes, somos profesionales en búsqueda de un mejor futuro, con visiones claras y concretas.



### **Aprendizajes abordados desde la perspectiva de la socialización de la experiencia**

Este documento permite conocer el ámbito del emprendimiento y todas sus partes, es un documento que debe realizarse con tiempo. El paso a paso de este trabajo evidencia esfuerzo y dedicación, en donde lo primero que se hizo fue identificar una necesidad a la simple vista y transformarla en un producto novedoso para el segmento de mercado escogido, ello es una experiencia significativa, no solo porque se logra tener un proyecto que generara grandes utilidades a un futuro, sino porque es una idea que fortalece el conocimiento de los autores para poder llevar a cabo la transformación de una empresa, poder generar empleo a aquellas jóvenes que no cuentan con un trabajo estable y tienen las suficientes capacidades para contribuir al desarrollo de la misma, desarrollo que permite también la puesta en marcha de la responsabilidad social, teniendo en cuenta que dentro de los procesos que se realizan actualmente en la empresa El señor pollo se desea plasmar la disminución del impacto ambiental mediante el rehuso de los productos que se desechan en el proceso de crianza del pollo, mediante el compostaje. por otro lado, para la empresa es importante cubrir una necesidad que muy seguramente la población objeto necesita satisfacer, así mismo, lograr tener ideas y hacerlas realidad es una experiencia que debe trascender y transmitir para los demás estudiantes no solo administración de empresas, si no de las demás carreras, en la cuales se pueden encontrar necesidades diferentes en distintos segmentos de mercado.

**Conclusiones y recomendaciones:**

- ✓ El estudio técnico permitió mostrar los diferentes elementos para la puesta en marcha, entre ellos se cuenta con disponibilidad de maquinaria, capacidad instalada, necesidades de producción, distribución y diseño de las instalaciones y el presupuesto de inversión, dentro del cual queden comprendidos los recursos materiales, humanos y financieros necesarios para su operación.
- ✓ Mediante el estudio admirativo se evidencia la necesidad de contratar y/o de contar con 3 empleados, las funciones que cada uno desarrollará, y el papel que desempeñaran dentro de la empresa, además de ello se muestra la constitución y el modelo de negocio por el cual se basara de la misma.
- ✓ Mediante el estudio financiero se logró encontrar una Tasa interna de retorno (TIR) apropiada, teniendo en cuenta el valor neto actual, el cual cumple con Las proyecciones de utilidad presentada por los diferentes socios, generando el aporte apropiado para la organización.
- ✓ Finalmente, gracias al proceso de sistematización se cuenta con un documento que aporta significativamente a poblaciones futuras de estudiantes, que lo puedan tomar como referencia en su deseo de emprender y sacar adelante un proyecto que finalmente pueda servir para ayudar a la comunidad. así mismo, dicho documento es sin duda un aporte para aquellas personas que piensan que no se debe salir de esa

zona de confort porque simplemente van a fracasar, lo que sin duda es un pensamiento erróneo.

### **Bibliografía:**

- Alcaldía Municipal Nariño, Cundinamarca. (3 de abril de 2018). *Alcaldía Municipal de Nariño, Cundinamarca*. Obtenido de Alcaldía Municipal de Nariño, Cundinamarca: <http://www.narino-cundinamarca.gov.co/>
  
- Avicultura.com. (s.f.). *Avicultura.com*. Recuperado el 22 de 09 de 2020, obtenido de Avicultura.com: <https://avicultura.com/colombia-consumo-pollo-cae-35-50-por-cuarentena/>
  
- Costa, J. D. (15 de 03 de 2015). *Marketing en linea*. Recuperado el 25 de 09 de 2020, obtenido de *La distribución*: <http://www.marketingpachano.blogspot.com/2015/04/distribucion-la-distribucion-es.html>
  
- DANE. (01 de JULIO de 2020). *Gran encuesta integrada de hogares (GEIH) Mercado laboral*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>
  
- Gross, M. (16 de 09 de 2010). *Google*. Recuperado el 08 de 03 de 2020, de [https://scholar.google.com.co/scholar?q=investigacion+descriptiva+cuantitativa&hl=es&as\\_sdt=0&as\\_vis=1&oi=scholart](https://scholar.google.com.co/scholar?q=investigacion+descriptiva+cuantitativa&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart)
  
- Kotler, P. (2002). *obtenido de un libro denominado: Dirección de marketing. Conceptos esenciales* (1° ed.). Pearson Prentice Hall.

- Malhotra, N. (1997). obtenido de: *Investigacion de mercados, un enfoque practica (2° edición) (2° edición ed.)*. Pearson.
- Manual de la produccion mas limpia. (s.f.). En ONUDI, obtenido de: *Introducciòn a la producciòn mas limpia* (pág. 29). ONUDI.
- Mora, J. J. (2002).obtenido de: *Introducción a la teoria del consumidor. De la preferencia a la estimación*. Calí, Colombia: Universidad ICESI.
- Redacción Nacional. (29 de OCTUBRE de 2018). *Redacción Nacional*. Obtenido de <https://www.elespectador.com/noticias/economia/por-que-el-70-de-las-empresas-en-colombia-fracasan-en-los-primeros-cinco-anos/>
- Rodriguez Ramirez Nahaman . (07 de julio de 2017). *Google*. Obtenido de [https://kupdf.net/download/la-diferencia-entre-factibilidad-y-viabilidad-trabajo\\_596ed11edc0d60327ba88e76\\_pdf](https://kupdf.net/download/la-diferencia-entre-factibilidad-y-viabilidad-trabajo_596ed11edc0d60327ba88e76_pdf)
- Rosales, I. (2005). *Google*. Recuperado el 22 de 05 de 2020, de <http://www.capitulo-del-estudio-tecnico.1234655>
- Sofía, B. M. (2010). obtenido de: *La agricultura orgánica como parte de una estrategia de mitigación de la pobreza rural en México. Noesis (revista de ciencias sociales y humanidades)*. Recuperado el 20 de Febrero de 2020, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=85919842004>
- Stanton, W., Etzel, M., & walker, B. (31 de 01 de 2012). *Fundamentos de marketing* (Decimo cuarta edición ed.). McGraw-Hill Interamericana.
- Tam Malaga, J., Vera, G., & Oliveros Ramos, R. (2008). obtenido de: *Tipos, Metodos y estrategias de investigación científica. escuela de posgrado*, 10.

**ANEXO 1. 1 Encuesta**

1. ¿Cuál es el motivo por el cual le gustaría adquirir un pollo semiorganico?

*Marca solo un óvalo.*

- Economía
- Salud
- Sabor

2. ¿A la hora de adquirir carne de pollo en que características se fija?

- ✓ Tamaño
- ✓ Precio
- ✓ Color
- ✓ Presentación

3. ¿Si en el mercado se lanzara como producto un pollo semiorganico, lo compraría?

*Marca solo un óvalo.*

- Si
- No

4. ¿Seleccione el rango que usted estaría dispuesto a pagar para adquirir un pollo semiorganico de 5 libras?

- ✓ \$25.000 - \$30.000
- ✓ \$31.000 - \$36.000
- ✓ \$37.000 - \$42.000
- ✓ \$43.000 - \$48.000

5. ¿Con que frecuencia compra usted pollo?

*Marca solo un óvalo.*

- 1 o 2 veces al día
- 3 o 4 veces a la semana
- 5 a 6 veces al mes

6. ¿Si usted presenta un grado de interés por la carne de pollo, a través de que medios le gustaría recibir información de un producto semiorganico (pollo)?

*Selecciona todos los que correspondan.*

- Redes sociales
- Perifoneo
- Radio
- Televisión
- Volantes

7. ¿Cuál cree que sería la forma más indicada de presentar un pollo semiorganico?

- ✓ Papel vinipel
- ✓ Bandeja de icopor
- ✓ Bolsa plástica

8. ¿Cuándo compra pollo en que proporción lo hacen?

- ✓ Entero
- ✓ Despresado
- ✓ Cuartos

9. ¿Qué sitio le da más confianza a la hora de adquirir un pollo?

- ✓ Plaza
- ✓ Tienda de Barrio
- ✓ Supermercado
- ✓ Otra, ¿cuál?