

PROYECTO EMPRESARIAL PARA LA ELABORACIÓN DEL PRODUCTO DE  
AREQUIPE EN EL MUNICIPIO DE PACHO CUNDINAMARCA DE 2015 A 2016

MILK SWEET

JHECIKA JULIANA RIAÑO PAEZ

ELIANA MARCELA COLMENARES ZARATE

INSTITUCION EDUCATIVA DEPARTAMENTAL PIO XII

EDUCACIÓN MEDIA TÉCNICA

EN ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL

PACHO

2016

PROYECTO EMPRESARIAL PARA LA ELABORACIÓN DEL PRODUCTO DE  
AREQUIPE EN EL MUNICIPIO DE PACHO CUNDINAMARCA DE 2015 A 2016

MILK SWEET

JHECIKA JULIANA RIAÑO PAEZ  
ELIANA MARCELA COLMENARES ZARATE

ASESOR  
ALEXANDRA MORALES BAUTISTA  
LICENCIADA

INSTITUCION EDUCATIVA DEPARTAMENTAL PIO XII  
EDUCACIÓN MEDIA TÉCNICA  
EN ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL  
PACHO  
2016

NOTA DE ACEPTACION

---

---

---

JURADOS

---

---

---

---

RECTOR (A)

PACHO, OCTUBRE 25 DEL 2016

## AGRADECIMIENTOS

*A nuestros padres quienes han sido nuestros acompañantes incondicionales, al colegio por abrir sus puertas y haber permitido desarrollar habilidades y destrezas que hoy se pueden evidenciar en este trabajo, a los profesores propiciadores de procesos importantes para la culminación de esta etapa, en especial a las docentes Alexandra Morales y Elena Pinzón por brindarnos su apoyo y su conocimiento.*

*Infinitas gracias a todos aquellos quienes de una u otra forma hicieron parte de este proyecto.*

## DEDICATORIA

*En este momento la puerta que conduce al éxito está a punto de abrirse, pero antes de salir victoriosos por ella quisiéramos dedicar a Dios, como ser supremo y por ser la guía en nuestras vidas.*

*A nuestros padres por el apoyo y la dedicación para que nos formáramos como personas y lográramos salir adelante, por habernos conducido por el camino correcto, por confiar en nuestras capacidades y acompañarnos en la realización de cada proyecto emprendido y en especial de este.*

## **RESUMEN**

La idea empresarial MILK SWEET, es una propuesta donde se produce y comercializa arequipe, se ha creado bajo un conjunto de principios donde el emprendimiento de los socios de esta propuesta, son el motor para que esta cumpla con las tareas propuestas, las que permiten impactar a nuestros clientes con un producto diferente donde la calidad brindada sea la carta de presentación teniendo en cuenta la diversidad de sabores como: coco, fresa, naranja entre otros que deleitan el paladar de quien lo degusta.

Esta idea empresarial se ejecuta teniendo como aspecto relevante la fácil adquisición de la materia prima y la apertura del producto en el mercado, puesto que este es un producto apetecido por el público y más aún por los jóvenes y niños, lo que garantiza una buena comercialización de estos.

A partir de lo vivido durante los dos años de trabajo se puede considerar que este plan de negocio es rentable en un 50%, ya que ha sido muy bien aceptada en el municipio, teniendo unas ganancias aproximadas del 35% en la mayoría de las producciones realizadas durante el tiempo de esta experiencia.

## **ABSTRACT**

The business idea MILK SWEET is a proposal where it is produced and marketed milk sweet, created under a set of principles where venture partners of this proposal are the engine so that it complies with the proposed tasks, which allow impact our customers with a different product where quality is provided the cover letter taking into count the diversity of flavors such as coconut, strawberry, orange and others that delight the palate of whoever tasted.

This business idea runs taking as a relevant aspect easy acquisition of raw materials and opening up the product on the market, since this is a coveted product by the public and even more for young people and children, ensuring good marketing of these

From what lived during the two years of work you can be considered that this business plan is profitable by 50%, as it has been well accepted in the municipality, having a rough gains of 35% in most productions made during the time of this experience

## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	13
1. RAZON SOCIAL .....	14
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	15
3. OBJETIVOS.....	16
3.1 OBJETIVO GENERAL .....	16
3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS .....	16
4. JUSTIFICACIÓN .....	17
5. MARCO TEORICO .....	18
5.1 MARCO HISTORICO .....	18
5.2 MARCO REFERENCIAL .....	18
5.3 MARCO CONCEPTUAL .....	19
5.4 MARCO LEGAL .....	19
6. METODOLOGIA .....	21
6.1 ESTUDIO DE MERCADEO .....	21
6.1.1 Objetivo.....	21
6.1.2 Ubicación geográfica .....	22
6.1.4 Caracterización del producto.....	24
6.1.5 Precio .....	24
6.1.6 Oferta y demanda.....	25
6.1.7 Canales de distribución.....	27
6.2 ESTUDIO TECNICO .....	28
6.2.1 Objetivo.....	28
6.2.2 Localización óptima del proyecto.....	29
6.2.3 Adquisición de la maquinaria .....	29



6.2.4 Descripción del proceso .....	30
6.2.5 Programa de producción .....	31
6.2.6 Filosofía institucional.....	31
6.2.7 Distribución de la planta .....	33
6.2.8 Planta de personal .....	33
6.3 ESTUDIO ECONOMICO.....	39
6.3.1 Objetivo.....	39
6.3.2 Inversión fija.....	40
6.3.3 Capital de trabajo .....	41
6.3.4 Costos de producción .....	41
6.3.5 Gastos .....	43
6.3.6 Punto de equilibrio .....	44
6.3.7 Costo unitario del producto .....	45
6.3.8 Estado de resultados .....	45
7. CRONOGRAMA DE GANTT .....	46
8. CONCLUSIONES .....	47
9. RECOMENDACIONES .....	48
10. BIBLIOGRAFIA .....	49

## **TABLA DE FIGURAS**

<b>Fig.N°1 ESTUDIO DE MERCADEO.....</b>	<b>19</b>
<b>Fig.N°2 UBICACIÓN GEOGRAFICA.....</b>	<b>20</b>
<b>Fig.N°3 CANAL DE DISTRIBUCIÓN.....</b>	<b>25</b>
<b>Fig.N°4 ESTUDIO TECNICO.....</b>	<b>26</b>
<b>Fig.N°5 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.....</b>	<b>31</b>
<b>Fig.N°6 ORGANIGRAMA.....</b>	<b>32</b>
<b>Fig.N°9 CRONOGRAMA DE GANTT.....</b>	<b>46</b>

## **TABLA DE TABLAS**

<b>Tabla N°1 OFERTA.....</b>	<b>25</b>
<b>Tabla N°2 DEMANDA.....</b>	<b>26</b>
<b>Tabla N°3 MAQUINARIA Y EQUIPO.....</b>	<b>28</b>
<b>Tabla N°4 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....</b>	<b>29</b>
<b>MANUAL DE FUNCIONES.....</b>	<b>34</b>
<b>Tabla N°5 GERENTE GENERAL.....</b>	<b>34</b>
<b>Tabla N°6 JEFE DE MERCADO.....</b>	<b>35</b>
<b>Tabla N°7 JEFE DE FINANZAS.....</b>	<b>36</b>
<b>Tabla N°8 JEFE DE RECURSOS HUMANOS.....</b>	<b>37</b>
<b>Tabla N°9 INVERSIÓN FIJA.....</b>	<b>39</b>
<b>Tabla N°10 CAPITAL DE TRABAJO.....</b>	<b>40</b>
<b>Tabla N°11 MATERIA PRIMA.....</b>	<b>40</b>
<b>Tabla N°12 MANO DE OBRA DIRECTA.....</b>	<b>41</b>
<b>Tabla N°13 MATERIALES INDIRECTOS.....</b>	<b>41</b>
<b>Tabla N°14 COSTO DE INSUMO.....</b>	<b>42</b>
<b>Tabla N°15 GASTOS.....</b>	<b>42</b>
<b>Tabla N°16 PUNTO DE EQUILIBRIO.....</b>	<b>43</b>
<b>Tabla N°17 COSTO UNITARIO DEL PRODUCTO.....</b>	<b>44</b>
<b>Tabla N°18 ESTADO DE RESULTADOS.....</b>	<b>44</b>
<b>Tabla N°19 CRONOGRAMA DE GANTT.....</b>	<b>45</b>

## **TABLA DE ANEXOS**

<b>11. ANEXOS.....</b>	<b>50</b>
<b>11.1. ACTA CONSTITUCIONAL DE LA EMPRESA “MILK SWEET” .....</b>	<b>50</b>
<b>11.2 ENCUESTA .....</b>	<b>53</b>
<b>11.3 TABULACIÓN DE LA ENCUESTA.....</b>	<b>56</b>
<b>11.4 DOFA.....</b>	<b>667</b>
<b>11.5 FOLLETO.....</b>	<b>69</b>
<b>11.6 TARGETAS.....</b>	<b>70</b>
<b>11.7 REGISTROS FOTOGRAFICOS.....</b>	<b>71</b>

## **INTRODUCCIÓN**

Este proyecto se realizó con el motivo de aplicar todos los conocimientos adquiridos en la modalidad de gestión empresarial, en donde se estudiaron las diferentes maneras de comenzar un proyecto y poder analizar si la idea es viable o no. También se quiere lograr la satisfacción del sector analizado, brindándole arequipes de gran calidad a cada persona, logrando así, la confianza y el reconocimiento de estos.

La microempresa MILK SWEET se ha mantenido gracias al esfuerzo y el trabajo de las personas que lo integran, pues cada día que pasa se trata de mejorar el producto, haciendo que su calidad sea cada vez mejor y que pueda romper con todos los esquemas ya propuestos y amplié el horizonte a futuros innovadores.

## 1. RAZON SOCIAL

PROYECTO EMPRESARIAL PARA LA ELABORACIÓN DEL PRODUCTO DE  
AREQUIPE EN EL MUNICIPIO DE PACHO CUNDINAMARCA DE 2015 A 2016

### MILK SWEET



## **2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Como estudiantes de la Institución Educativa Departamental Pio XII de Pacho en la modalidad de gestión empresarial, se nos pide trabajar en una idea empresarial donde se apliquen los conceptos estudiados relacionados con la modalidad. Luego de analizar varias ideas se decidió producir y comercializar Arequipes, dulce tradicional de gran aceptación por tener una amplia utilidad en diferentes postres.

Hacer un proyecto empresarial es una oportunidad que nos permite dar a conocer el proceso para crear una empresa, además se recibirán ingresos y sobre todo se tendrá una idea de cómo manejar una pequeña empresa.

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1 OBJETIVO GENERAL**

Comercializar un producto de alta calidad, donde se pongan en práctica los conceptos estudiados en la modalidad de forma que se garantice una adecuada elaboración, presentación y atención al cliente, posicionando el producto en el mercado.

#### **3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Diseñar una campaña publicitaria para dar a conocer el producto.
- Elaborar un estudio de mercado para saber la demanda, la oferta y la comercialización del producto.
- Elaborar y vender arequipes con ingredientes de calidad y buenas prácticas de manufactura
- Elaborar un estudio técnico para averiguar el proceso productivo del arequipe, así como requerimientos de equipos y mano de obra calificada para este producto.



#### **4. JUSTIFICACIÓN**

Con este proyecto se demuestra el interés que tienen sus gestores por aprovechar el currículo que se desarrolla durante el periodo académico de la media técnica de la modalidad técnico en Gestión Empresarial de la Institución PIO XII, usando el arequipes como un producto generador de una idea empresa factible, para esto se diseña un plan de trabajo donde se produce y comercializan los arequipes en el municipio de Pacho donde cada día se evalúan los resultados y se proponen estrategias de mejoramiento para que este modo se logre analizar si está es una actividad rentable, para llegar a esto es necesario una mentalidad empresarial, emprendedora y creativa.

A partir de lo anterior nace la idea empresarial llamada “Milk Sweet”, que tiene como finalidad producir y comercializar arequipe artesanal.

## **5. MARCO TEORICO**

### **5.1 MARCO HISTORICO**

El arequipe es una receta tradicional latinoamericana, en algunos países, como argentina y chile, es conocido con el nombre de dulce de leche y en otros como en México, tiene el nombre de cojeta.

En 1998, el cronista argentino Víctor Ego Ducrot manifestó que el arequipe se originó en la capitanía general de Chile, llegó a Cuyo y a Tucumán, donde se utilizó como relleno para los alfajores, y posteriormente a Buenos Aires. En 2008, durante el primer seminario de patrimonio agroindustrial de Mendoza, el arquitecto argentino Patricio Boyle dio cuenta de que el colegio Mendoza reportó en su libro del gasto y las entregas, entre 1693 y 1712, la importación de varios frascos de arequipe <<se importan en el siglo XVII varios frascos de arequipe, el célebre dulce de leche dio origen chileno y que viajan a través de la cordillera hasta el colegio Mendoza>>. En Chile existen requisitos de su consumo desde la época colonial.

### **5.2 MARCO REFERENCIAL**

Dulce que se elabora cocinando leche y azúcar a alta temperatura durante un largo periodo de tiempo.

**Lactosa:** es el principal carbohidrato de la leche y se forma de la glucosa de la sangre del animal a nivel de la glándula mamaria.

**Endulzantes:** en general los azúcares empleados para la elaboración del arequipe son la sacarosa.

**Glucosa o destroza acides:** uno de los parámetros más importantes a controlar en la leche destinada a la elaboración de dulces de la leche es la acidez.

**Leche:** la leche de vaca varía tanto física como químicamente, según la raza, su procedencia y para un mismo animal.

### 5.3 MARCO CONCEPTUAL

Gracias a su importante aporte en calcio, proteínas de leche y una larga tasa de materias grasas, el arequipe es aconsejable para los niños en periodo de crecimiento, con una porción diaria de 30g los deportistas e incluso para los adultos que sufren de problemas de apetito, pero más que un alimento, es un postre que puede ser degustado en cualquier momento.

### 5.4 MARCO LEGAL

Un marco legal es todo lo que comprende las acciones o disposiciones legales de alguna situación o caso, que regulan las operaciones de una organización, con los cuales se determinan los reglamentos que rigen la empresa, esto indica que la empresa se acoge a la reglamentación establecida por el gobierno y que por esta razón es posible obtener una defensa en caso de que se violen sus derechos, ya sean laborales, profesionales o de carácter de consumo.

En cuanto a la legalización de la empresa se consultó la página web de la cámara de comercio <http://www.ccb.org.co/>.

En cuanto a los beneficios que representa el crear empresa se consultó la ley 1014 de 2006 la cual nos habla sobre las garantías que ofrece el gobierno nacional a los jóvenes emprendedores que desarrollen proyectos productivos, especialmente el artículo 4 “promover en todas las entidades educativas formales y no formales, el vínculo entre el sistema educativo y el sistema educativo para estimular la eficiencia y la calidad de los servicios de capacitación...”

Otro beneficio es la ley 590 de microempresarios artículo 1 “Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos...”

Ley 3075 BPM MATERIAS PRIMAS E INSUMOS- Las condiciones de recepción de la materia prima deben evitar contaminación y alteración o daños físicos. Registro y control de proveedores- Requieren inspección previo a su uso, clasificación y análisis de laboratorio cuando se requiera- Limpieza con agua potable o medio adecuado de descontaminación- Materia prima congelada. Debe descongelarse a velocidad controlada y no podrán ser re congeladas.- Materia prima y producto terminado deben ocupar espacios diferentes

Obligaciones del empleador: Cada vez que se vincule un trabajador al empleador, le corresponde afiliar al trabajador al sistema de seguridad social en:

- Pensiones (Fondo de pensiones)
- Salud (E.P.S)
- Riesgos preferenciales (A.R.P)
- Firma de Contrato
- Abrir una carpeta con la hoja de vida del trabajador

## **6. METODOLOGIA**

Para elaborar este plan de negocio se realizó una encuesta a 100 personas de la zona urbana del municipio, (la cual se encuentra como anexos en este trabajo); luego se hizo un estudio de mercado para indagar acerca de la oferta, la demanda, y el precio que puede tener el arequipe dentro del municipio, de tal manera que se pueda realizar un estudio de aceptación del producto.

Además, en el transcurso de los dos años de trabajo donde se ha comercializado el producto con la comunidad de Pacho Cundinamarca, ha permitido mejorar la calidad, presentación y optimización de la materia prima durante la producción, permitiendo atención al cliente óptimo, generando así un estudio técnico de la idea. Tal como lo requiere cualquier propuesta productiva es importante realizar un seguimiento de pérdidas y ganancias que genera el estudio económico que se reporta en este informe. Con lo anterior se logra garantizar la calidad del trabajo de producción, distribución y comercialización de los arequipes.

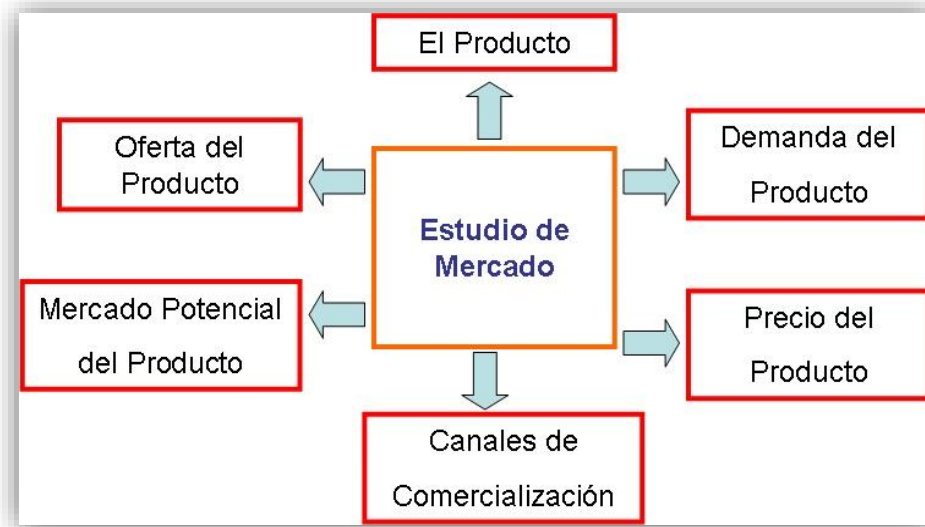
### **6.1 ESTUDIO DE MERCADEO**

Es el conjunto de acciones que se ejecutan para saber la respuesta del mercado (demanda y oferta) ante un producto o servicio. Se analiza la oferta y la demanda, así como los precios y los canales de distribución. Por otra parte sirve para tener una visión clara de las características del producto o servicio que se quiere introducir en el mercado y para tener un conocimiento exhaustivo de los interlocutores del sector, junto con todo el conocimiento necesario para una política de precios y de comercialización.

#### **6.1.1 Objetivo**

Determinar los hábitos de consumo de los arequipes, con el fin de establecer la

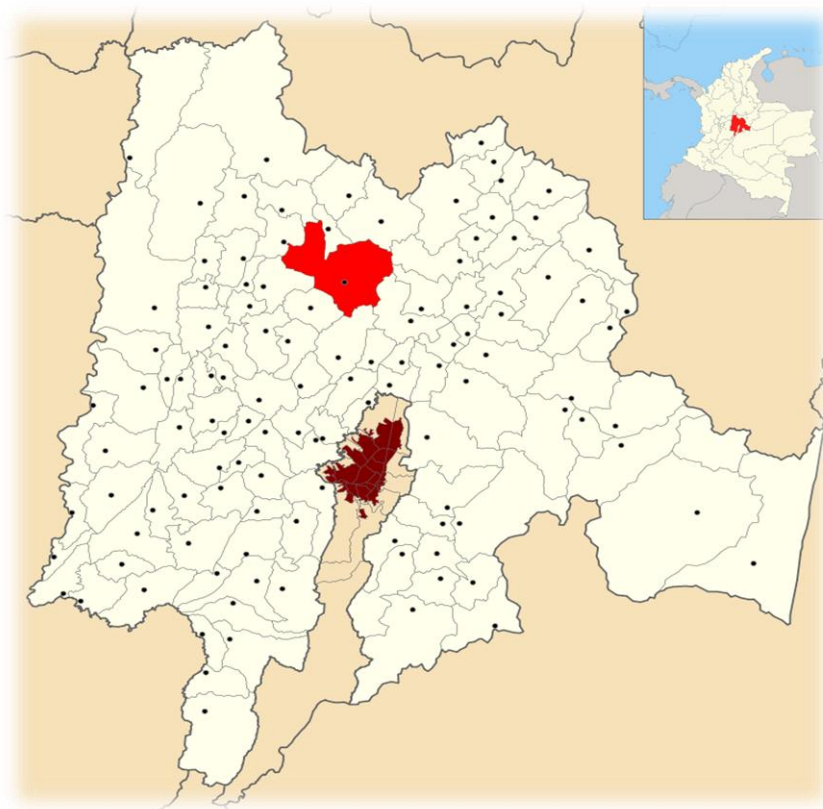
vialbilidad y aceptación del producto en el mercado del municipio de pacho.



**Fig. N°1**

### **6.1.2 Ubicación geográfica**

Pacho es un municipio de Cundinamarca (Colombia), capital de la Negro, su nombre significa Papá Bueno. El municipio de Pacho está dividido en 72 veredas, es uno de los municipios del departamento de Cundinamarca que más posee veredas. Presenta 3 pisos térmicos en todo su territorio, lo cual ocasiona una gran riqueza agropecuaria por la variedad de productos que se cultivan y especies que se crían.



**Fig N°2**

**6.1.3**

### **Características del consumidor**

El arequipe que produce Milk Sweet no tiene ninguna condición económica, social, política, ni religiosa, cualquier persona puede consumirlo porque es un producto 100% natural, los únicos que pueden tener alguna restricción son aquellas personas que tengan problemas de salud relacionados con el azúcar

esto debido a que el arequipe tiene una elevada cantidad de ésta sustancia que genera en ellos una alteración de su condición médica.

Lo cual genera que el estudio de factibilidad para Milk Sweet sea favorable por el elevado número de posibles consumidores.

#### **6.1.4 Caracterización del producto**

Las propiedades del arequipe se deben más que todo a sus aspectos físicos como lo son el aroma, sabor, color y consistencia al término de hacer el producto lácteo. Las cuales se presentan de la siguiente manera:

- Aroma: Es lácteo característico del producto.
- Sabor: Es dulce.
- Color: Es caramelo.
- Consistencia: Es blanda y homogénea.

Gracias a su rico sabor el arequipe es el acompañante de las conocidas obleas, además podemos acompañarlo con galletas, pan, queso o unas ricas arepas las cuales se podrían dar en reuniones familiares u otro tipo de eventos. Este producto puede ser sustituido por alpinitos, mermeladas, miel o gelatina lo cual depende del gusto de cada cliente.

#### **6.1.5 Precio**

El precio del producto es 800 (ochocientos) pesos, este precio se fijó teniendo en cuenta los costos de producción, el precio de los competidores y una margen de



ganancia que estos requieren para poder tener un punto de equilibrio, y que la empresa sea rentable.

#### **6.1.6 Oferta y demanda**

Análisis de la oferta (histórica, actual, futura)

Es primordial dar a conocer un excelente producto a los consumidores ya que estos son quienes lo adquieren, generando a la empresa buenas utilidades para su sostenimiento. Además, la opinión del cliente es lo más importante ya que por medio de él se reciben conceptos valiosos para el reconocimiento de la empresa.

**OFERTA HISTORICA:** El arequipe se ha desarrollado desde hace muchos años mediante comercializaciones en tiendas, supermercados y panaderías.

**OFERTA ACTUAL:** Existe una oferta media por parte del arequipe ya que se detecta la presencia de competidores que poseen alta cobertura a nivel nacional y ha logrado intervenir en todos los sectores, ya que sus productos son muy consumidos. Sin embargo, esto motiva a lograr el reconocimiento local.

**OFERTA FUTURA:** En un futuro se aspira a que la empresa productora y comercializadora de Arequipe MILK SWEET, adquiera una mayor rentabilidad y para ello se requiere las mejores estrategias publicitarias y mayor productividad en el mercado para así superar la competencia.

NÚMERO DE PRODUCTORES	LOCALIZACIÓN	CAPACIDAD INSTALADA	CALIDAD PRECIO		NÚMERO DE TRABAJADORES
EL TORITO	Barrio la Palmita	500	Muy Bueno	\$1200	5-7
EL AGRICOLA	LA CAPILLA	250	Bueno	\$1000	3
COMERCIAL	Al frente de la estación de Policía.	450	Regular	\$1000	2-3

**Tabla N°1**

Análisis de la demanda (histórica, actual, futura)

DEMANDA HISTORICA: Gracias a la excelente calidad se logró demanda en el sector el cual se ha ido incrementando admirablemente siendo apetecido por su sabor y suave textura.

DEMANDA ACTUAL: Actualmente los productos ofrecidos por la empresa presentan una demanda media, ya que son de impacto en la sociedad, en especial para los jóvenes. Además, se puede decir que el precio se acomoda al presupuesto del consumidor en las diferentes categorías.

DEMANDA FUTURA: En el futuro el arequipe ofrecido por la empresa se convertirá como una buena alternativa endulzante que favorecerá a los proveedores y clientes potenciales.

<p>456 Arequipes al mes</p> <p>456 X 12 meses = 5.472 arequipes por año</p> <p>5.472 x 800 valor unitario = 4'377.600</p>			
<b>AÑO</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>PRECIO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>2016</b>	<b>5.472</b>	<b>800</b>	<b>4'377.600</b>
<b>2017</b>	<b>6.095</b>	<b>842</b>	<b>5'131.990</b>
<b>2018</b>	<b>6.789</b>	<b>887</b>	<b>6'021.843</b>
<b>2019</b>	<b>7.562</b>	<b>934</b>	<b>7'062.908</b>

**Tabla N°2**

### **6.1.7 Canales de distribución**



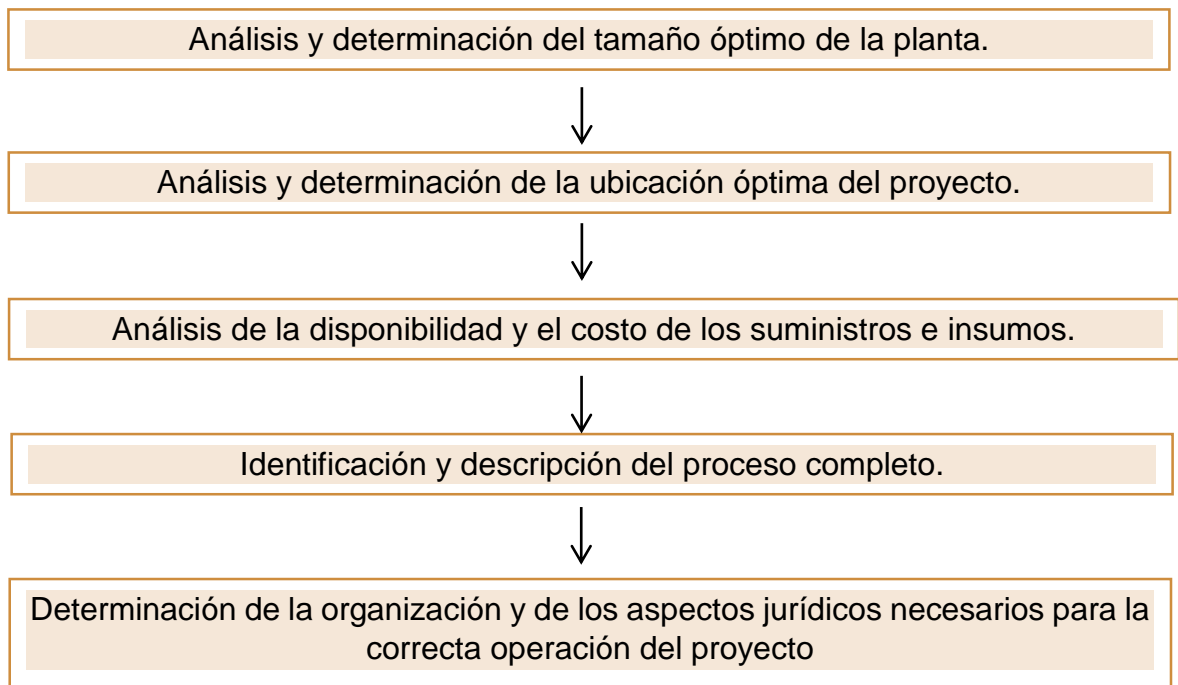
**Fig. N°3**

## **6.2 ESTUDIO TECNICO**

Este estudio se realiza una vez finalizado el estudio del mercado, que permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica de un proyecto a realizar, además sirve para conocer las maneras en las que se puede elaborar un producto o servicio, precisando si proceso de elaboración lo cual permite determinar la maquinaria, equipo de producción y mano de obra calificada. Igualmente ayuda a crear un plan estratégico que orienta el camino a seguir y la capacidad del proceso para lograr satisfacer la demanda estimada en la planeación.

### **6.2.1 Objetivo**

Proyectar y diseñar un plan técnico que analice los aspectos técnicos operativos en la consolidación de la idea empresarial MILK SWEET



**Fig. N°4**

### **6.2.2 Localización óptima del proyecto**

La empresa Milk Sweet quiere proyectarse en el futuro ubicándose en el municipio de Pacho, en el casco urbano (Pacho centro) ya que en este sitio se cuenta con buena prestación de servicios públicos, mano de obra, proveedores y se cuenta con buen reconocimiento por los turistas.

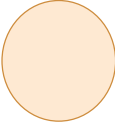
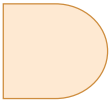
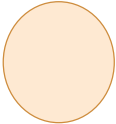


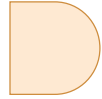

### **6.2.3 Adquisición de la maquinaria**

<b>EQUIPO Y MAQUINARIA</b>	<b>PRECIO</b>	<b>DIMENCIÓN</b>	<b>DEPRECIACIÓN</b>
1 Estufa de mesa	\$ 80.000	1m x 1m	12 años
1 mesa	\$ 100.000	1,20m x 1m	10 años
Menaje de cocina	\$ 150.000		

**Tabla N°3**

## 6.2.4 Descripción del proceso

Ingredientes para la preparación de 38 arequipes de **MILK SWEET**

Convención	Proceso	Tiempo	Gastos
	Se coloca la olla de aluminio grande sobre la estufa la cual debe tener suficiente temperatura. Se agrega (5 Litros) de leche, (5 gramos) de bicarbonato de sodio y un gajo de cebolla.	1 minuto	(5) litros de leche <b>\$ 5.000</b>
	Se espera hasta que hierva la leche, se saca el gajo de cebolla y se agrega el azúcar.	3 minutos	Bicarbonato <b>\$ 100</b>
	Revolver constantemente para que no se pegue en la olla	Cada 5 minutos	2 libras de azúcar <b>\$ 1.600</b>
	Esperar hasta que la leche espese y poder agregar el coco o el saborizante	90 minutos	2 paquetes de coco <b>\$ 4.000</b>
	Revolver la mezcla para que el coco o saborizante no se peguen.	2 minutos	Tapas Vasos <b>\$ 3.600</b>
	Retirar la olla de la estufa y esperar que repose.	2 minutos	1 Gajo de cebolla <b>\$ 300</b>
	Envasar el arequipe	5 minutos	Mano de obra <b>\$ 2.800</b>
<b>TOTAL DE PRODUCCIÓN</b>		<b>108 MINUTOS</b>	<b>\$ 17.400</b>

**Tabla N°4**

### **6.2.5 Programa de producción**

La empresa MILK SWEET adopta el programa de producción constante porque durante todo el año se venden arequipes, teniendo en cuenta que en algunos periodos del año se comercializan y se venden más, lo cual es un muy bueno para poder obtener ganancias y beneficios a la empresa.

### **6.2.6 Filosofía institucional**

#### **6.2.6.1 Misión**

Llegar a hacer una empresa líder en la producción y comercialización de arequipes de alta calidad para los consumidores. Actuando con responsabilidad frente al medio ambiente y a la sociedad.

#### **6.2.6.2 Visión**

Para el 2018 la empresa Milk Sweet buscara ser líder en comercialización de arequipe, siendo reconocida a nivel municipal ofreciendo gran variedad de sabores que agrade a nuestros clientes, donde se demuestre la creatividad que sostiene en la producción.

#### **6.2.6.3 Principios institucionales**

- ❖ Realizar la producción con calidad.
- ❖ Contribuir al desarrollo del municipio garantizando satisfacción al cliente.
- ❖ Transmitir la visión de ser líderes emprendedores en el municipio de Pacho, usando la idea empresarial MILK SWEET con su producto el arequipe como una forma aplicar lo que se sabe y lo que se quiere.

#### **6.2.6.4 Valores institucionales**

- ❖ Respeto: Escuchando y valorando las opiniones y puntos de vista de los clientes, buscando armonía personal y laboral, logrando así un reconocimiento en el municipio.
- ❖ Honestidad: Realizando nuestro trabajo con transparencia y rectitud.
- ❖ Lealtad: Fidelidad ante la microempresa, buscando su perseverancia.
- ❖ Dialogo: mantener la buena comunicación para así poder valorar todo punto de vista.



### 6.2.7 Distribución de la planta

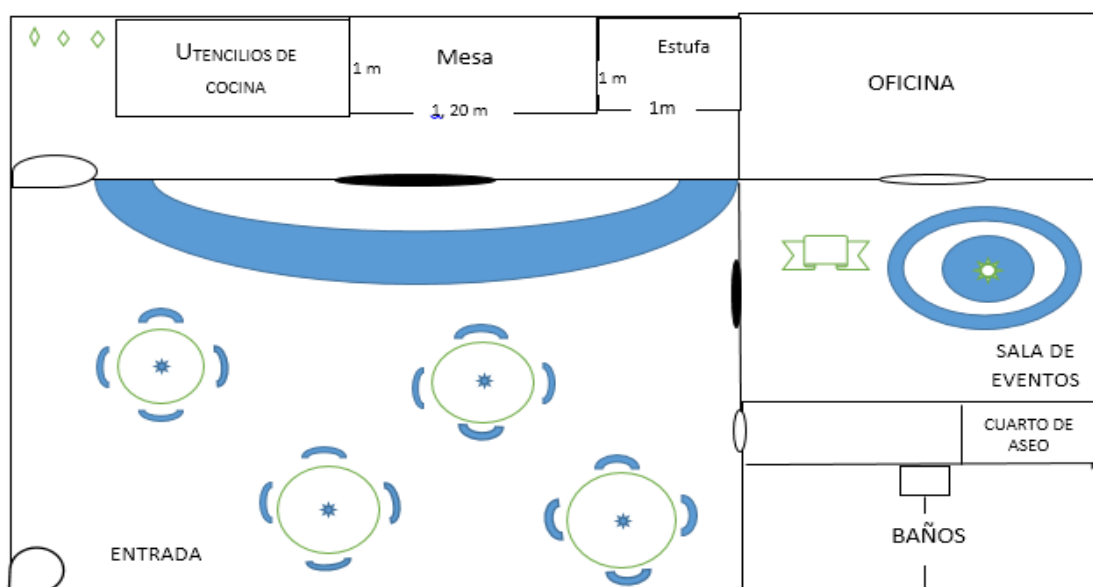


Fig. N°5

### 6.2.8 Planta de personal

**GERENCIA:** Administración de empresas

**JEFE DE MERCADO:**

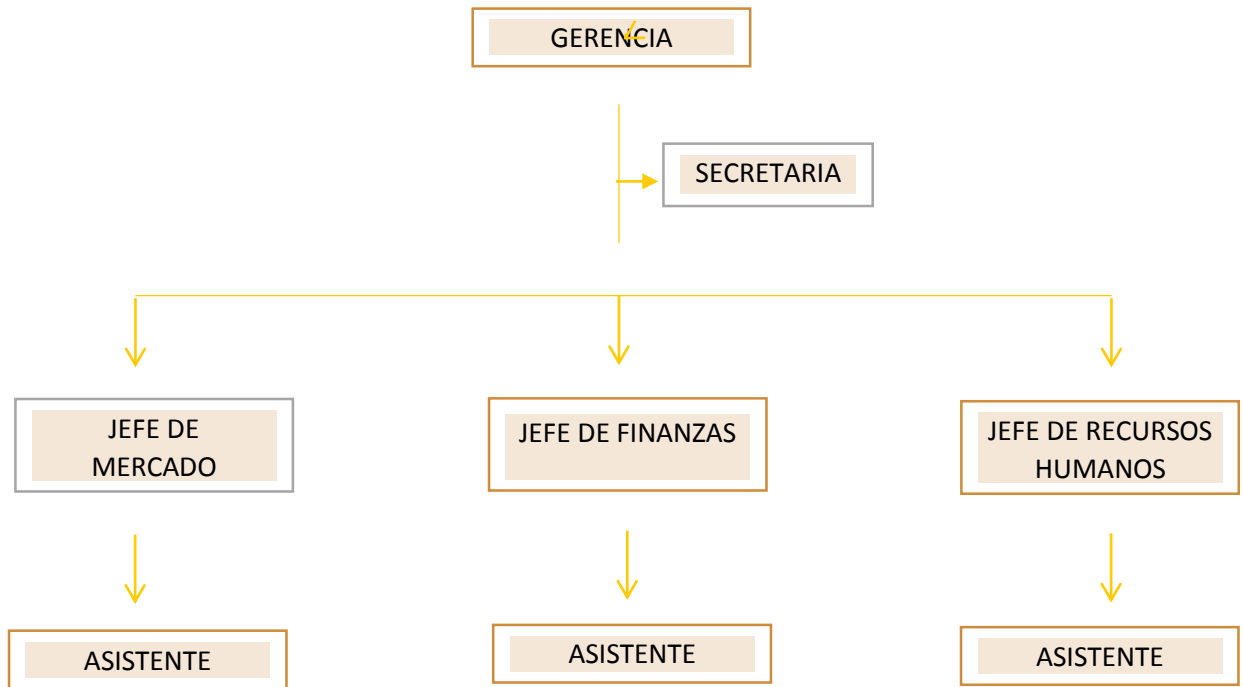
- Coordinar y aumentar el porcentaje de ventas en función del plan estratégico organizacional.

**JEFE DE FINANZAS:** Contador

**JEFE DE RECURSOS HUMANOS:**

- Conocimiento de las labores relacionadas con la administración de recursos humanos, el control y aplicación de acciones políticas del personal.

#### 6.2.8.1 Organigrama



**Fig. N°6**

#### 6.2.8.2 Perfil del empleado

El empleado ideal para la empresa MILK SWEET tiene que tener buenas relaciones, respeto por las leyes y reglamentos, puntualidad, confianza, agilidad en las decisiones, rapidez en la acción y ser preciso a la hora de dialogar con los compañeros. A todos nos gusta llegar a un lugar de trabajo donde reine la armonía y el respeto a las personas, todos debemos de tratar de una manera cordial a nuestros compañeros para poder esperar ser tratados de la misma forma.

### 6.2.8.3 Manual de funciones

#### GERENTE GENERAL

Manual de funciones	
Nombre del cargo:	Gerente general (área: operativa)
Jefe inmediato:	Propietarios o otros
Número de personas en el cargo:	1
<b>Objetivo:</b> Liderar la gestión estratégica, dirigiendo y coordinando a las distintas áreas para asegurar la rentabilidad, sustentabilidad de la empresa.	
<b>Funciones</b>	
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Planeamiento estratégico de actividades</li><li>2. Representación legal de la empresa</li><li>3. Dirigir las actividades generales de la empresa</li></ol>	
Perfil del cargo:	Estudios profesionales en administración o carreras de afines. Experiencia en las actividades del cargo.
Requisitos	<p><b>Requisitos intelectuales</b></p> <p><b>Escolaridad:</b> Estudios profesionales en administración o carreras de afines.</p> <p><b>Experiencia:</b> 1 año</p> <p><b>Habilidades:</b> Destreza, compromiso, fiabilidad, responsabilidad, respeto, autonomía.</p> <p><b>Responsabilidades:</b> Dirigir la gestión estratégica, dirigiendo y coordinando a las distintas áreas para asegurar la rentabilidad, competitividad, sustentabilidad de la empresa.</p> <p><b>Requisitos físicos:</b> resistencia a peso normal y a jornadas un poco extensas.</p>

Tabla N°5

## JEFE DE MERCADO

Manual de funciones	
<b>Nombre del cargo:</b>	Jefe de mercadeo ( <b>área: operativa</b> )
<b>Jefe inmediato:</b>	Propietarios o otros
<b>Número de personas en el cargo:</b>	1
<b>Objetivo:</b> Mantener la presencia de la empresa en el mercado, mediante una efectiva labor de mercadotecnia, orientada a desarrollar nuevos negocios.	
<b>Funciones</b>	
1. Establecer un modelo de evaluación en coordinación con la gerencia de ventas, que permita conocer el avance y los resultados de las ventas. 2. Realizar planes estratégicos de mercadeo. 3. Analizar el comportamiento de la demanda de los diferentes servicios que presta la empresa.	
<b>Perfil del cargo:</b>	Coordinar y aumentar el porcentaje de ventas en función del plan estratégico organizacional.
<b>Requisitos</b>	<b>Requisitos intelectuales</b> <b>Escolaridad:</b> Habilidades clásicas de investigación del mercado, administración y desarrollo del producto. <b>Experiencia:</b> 1 año <b>Actividades:</b> Destreza, compromiso, fiabilidad, responsabilidad, respeto, autonomía. <b>Responsabilidades:</b> Mantener la presencia de la empresa en el mercado, mediante una efectiva labor de mercadotecnia, orientada a desarrollar nuevos negocios. <b>Requisitos físicos:</b> resistencia a peso normal y a jornadas un poco extensas.

**Tabla N°6**

## JEFE DE FINANZAS

Manual de funciones	
Nombre del cargo:	Jefe de finanzas (área: operativa)
Jefe inmediato:	Propietarios o otros
Número de personas en el cargo:	1
<b>Objetivo:</b> Captar los recursos necesarios para que la empresa opere en forma eficiente, asignar recursos de acuerdo con los planes y necesidades de la empresa.	
<b>Funciones</b>	
1 Dirigir la planificación, programación financiera y de caja, ejecución presupuestaria, registro de las operaciones financieras (ingresos y egresos). 2 Autorizar y controlar la remisión en forma mensual de los informes.	
Perfil del cargo:	Conocimientos en unidad en administración y finanzas División de gestión y recursos.
Requisitos	<b>Requisitos intelectuales</b> <b>Escolaridad:</b> título profesional de ingeniero comercial o administradora publica otorgado por una universidad del estado o reconocida por este. <b>Experiencia:</b> 1 año <b>Actividades:</b> Destreza, compromiso, fiabilidad, responsabilidad, respeto, autonomía. <b>Responsabilidades:</b> Captar los recursos necesarios para que la empresa opere en forma eficiente, asignar recursos de acuerdo con los planes y necesidades de la empresa. <b>Requisitos físicos:</b> resistencia a peso normal y a jornadas un poco extensas.

Tabla N°7

## JEFE DE RECURSOS HUMANOS

Manual de funciones	
<b>Nombre del cargo:</b>	Jefe de recursos humanos ( <b>área: operativa</b> )
<b>Jefe inmediato:</b>	Propietarios o otros
<b>Número de personas en el cargo:</b>	1
<b>Objetivo:</b> Garantizar que se realicen eficientemente las labores relacionadas con la administración de recursos humanos, el control y aplicación de acciones políticas del personal así como las operaciones de jubilaciones y pensiones de la organización.	
<b>Funciones</b>	
1 Planifica, dirige y supervisa los programas de los diferentes subsistemas de recursos humanos (reclutamiento, selección y evaluación del desempeño). 2 Coordina con la dirección de gestión de calidad la actualización de la estructura y de puestos de la organización.	
<b>Perfil del cargo:</b>	Conocimiento de las labores relacionadas con la administración de recursos humanos, el control y aplicación de acciones políticas del personal.
<b>Requisitos</b>	<b>Requisitos intelectuales</b> <b>Escolaridad:</b> Licenciatura en administración de empresas, contabilidad, economía y relaciones industriales. <b>Experiencia:</b> 1 año <b>Actividades:</b> Destreza, compromiso, responsabilidad, respeto. <b>Responsabilidades:</b> Captar los recursos necesarios para que la empresa opere en forma eficiente. <b>Requisitos físicos:</b> resistencia a peso normal y a jornadas un poco extensas.

Tabla N°8

## **6.3 ESTUDIO ECONOMICO**

Es un proceso que trata de comparar los flujos positivos (ingresos) con flujos negativos (costos) que genera el proyecto a través de su vida útil, con el propósito de asignar óptimamente los recursos financieros.

### **6.3.1 Objetivo**

Determinar la factibilidad y rentabilidad de la idea empresarial a partir del análisis de la producción y comercialización de arequipe, teniendo en cuenta los gastos, costos e ingresos que estos generaron.

### 6.3.2 Inversión fija

NUMERAL	EGRESO PARCIAL	EGRESO TOTAL
<b>Activos fijos</b>		<b>95´000.000</b>
Terrenos	25´000.000	
Maquinaria	34´000.000	
Instalaciones	15´000.000	
Herramientas	3´000.000	
Muebles de oficina	12´000.000	
Instalaciones	6´000.000	
<b>Gastos preoperativos</b>		<b>53´000.000</b>
Costo de elaboración		
Proyecto	3´000.000	
Costo legal de Constitución	2´000.000	
Costo montajes		
Arriendo (Local y oficina		
Antes de operación)	100.000	
Salarios antes de operación	200.000	

**Tabla N°9**



### 6.3.3 Capital de trabajo

MATERIA PRIMA TRIMESTRAL	CANTIDAD	VALOR
Leche	300 Litros	\$ 300.000
Azúcar	60 Libras	\$ 96.000
Bicarbonato	1 Sobre	\$ 800
Cebolla	1 Atado	\$ 2.500
Coco	120 Sobres	\$ 240.000
	<b>Total</b>	<b>\$ 639.300</b>

**Tabla N°10**

### 6.3.4 Costos de producción

Los costos de producción están formados por los siguientes elementos:

#### 6.3.3.1 Materia prima

Son los materiales que de hecho entran y forman parte del producto terminado (arequipe)

MATERIAS PRIMAS	MES		AÑO
INGREDIENTES	Leche (60 Litros)	\$ 60.000	\$1'584.000
	Azúcar (24 libras)	\$19.200	
	Bicarbonato de sodio (1 paquete de 10g)	\$ 1.200	
	Cebolla (1 gajo)	\$ 3.600	
	Saborizantes (24 coco rallado)	\$ 48.000	
Total		\$132.000	

**Tabla N°11**

#### **6.3.3.2 Mano de obra directa**

Es la que se utiliza para transformar la materia prima en un producto determinado

<b>MANO DE OBRA</b>	<b>MES</b>	<b>AÑO</b>
SUELDOS	\$ 33.600	\$ 403.200

**Tabla N°**

#### **6.3.3.3 Materiales indirectos**

Forman parte auxiliar en la presentación del producto terminado sin ser el producto en sí.

<b>DETALLES</b>	<b>AÑO</b>
Stikers (logotipos de la empresa)	\$ 172.800

**Tabla N°13**

#### 6.3.3.4 Costos insumos

Todo proceso productivo requiere una serie de insumos para su funcionamiento.

INSUMOS	AÑO
Jabón de losa	\$ 25.000
Esponjas	\$ 5.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 30.000</b>

**Tabla N°14**

#### 6.3.5 Gastos

Las empresas deben pagar por servicios y elementos necesarios; esto constituye un gasto, porque estos valores no son recuperables. Ejemplo: pago de sueldos, arrendamiento.

GASTOS	AÑO
Servicios públicos	\$ 28.800

**Tabla N°15**

### 6.3.6 Punto de equilibrio

Es una herramienta para el análisis y decisiones de distintas situaciones de la empresa, entre ellas: el volumen de producción, planteamiento de resultados, niveles de costos, entre otros.

En una empresa el punto de equilibrio, es el punto en el cual el valor de los ingresos por venta es exactamente igual a los costos fijos y variables; en este punto la empresa no obtiene ganancias, ni pérdidas al aumentar el nivel de ventas, por el contrario, al bajar el nivel de ventas la empresa incurre en una pérdida.

También es un instrumento que le permite a la administración de la empresa formular las políticas y formar las decisiones sobre el nivel de producción, cantidades de productos a comercializar a corto tiempo para mantener el nivel de utilidad utilizado, teniendo en cuenta las variables, precios, costos fijos, costos variables y volumen de ventas.

PRODUCCIÓN	\$30.400 (38 arequipes)
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$17.400 (22 arequipes)
UTILIDAD	\$13.000
PORCENTAJE DE UTILIDAD	36%

**Tabla N°16**

### 6.3.7 Costo unitario del producto

<b>MATERIA PRIMA</b>	<b>VAMOR ANUAL</b>
Materia prima directa	\$1'584.000
Materia prima indirecta	\$ 172.800
<b>Total materia prima</b>	<b>\$ 1'756.800</b>

Mano de obra mensual	\$ 33.600
----------------------	-----------

<b>OTROS COSTOS DE FABRICACIÓN</b>	<b>VALOS ANUAL</b>
Servicios públicos	\$ 28.800
Arriendo	\$ 0
<b>Total</b>	<b>\$ 28.000</b>

Tabla N°17

### 6.3.8 Estado de resultados

Venta	
Ingreso operacional	\$ 477.600
Costos de producción	\$ 302.800
Utilidad bruta	\$ 174.200
Gastos de operación	\$0
Utilidad operacional	\$0
Ingresos no operacionales	\$0
Otros gastos no operacionales	\$0
Utilidad neta	\$ 174.200

Tabla N°18

**Utilidad del proyecto es de 36 %**

## 7. CRONOGRAMA DE GANTT

PRODUCCIÓN	FECHAS	CANTIDAD	LUGAR DE VENTA	COSTO DE PRODUCCIÓN	COSTO UNITARIO	INGRESOS
1	21/06/2015	36	CASCO URBANO	\$ 14.800	\$ 800	\$ 28.800
1	08/07/2015	38	CASCO URBANO	\$ 14.800	\$ 800	\$ 30.400
1	02/10/2015	90	FERIA DEL CONOCIMIENTO Y MUESTRA EMPRESARIAL	\$ 72.000	\$ 800	\$ 72.000
1	03/10/2015	90	FERIA DEL CONOCIMIENTO Y MUESTRA EMPRESARIAL	\$ 32.000	\$ 800	\$ 72.000
1	21/10/2015	35	CASCO URBANO	\$ 14.800	\$ 800	\$ 28.000
1	12/03/2016	32	VEREDA LAS PILAS	\$ 15.400	\$ 800	\$ 25.600
1	26/03/2016	40	COLEGIO PIO XII SEDE A	\$ 15.400	\$ 800	\$ 32.000
1	16/04/2016	38	COLEGIO PIO XII SEDE A	\$ 17.400	\$ 800	\$ 30.400
1	27/04/2016	38	CASCO URBANO	\$ 17.400	\$ 800	\$ 30.400
1	05/04/2016	84	FERIA GASTRONOMICA	\$ 54.000	\$ 800	\$ 67.200
1	20/08/2016	38	CASCO URBANO	\$ 17.400	\$ 800	\$ 30.400
1	26/08/2016	38	CASCO URBANO	\$ 17.400	\$ 800	\$ 30.400
			<b>TOTAL</b>	<b>\$ 302.800</b>	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 477.600</b>

Tabla N°19

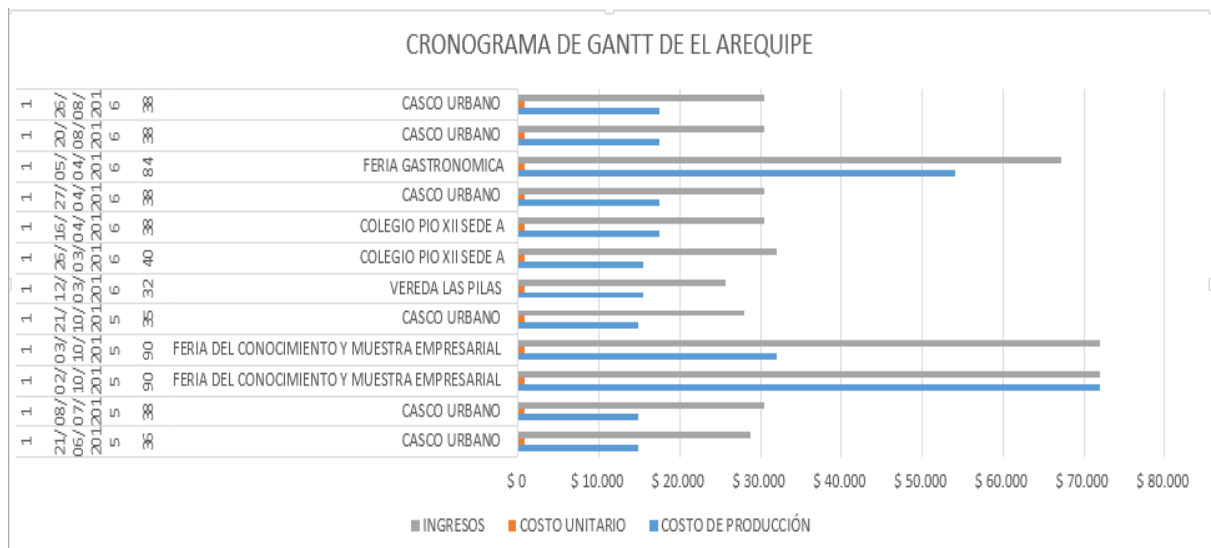


Fig. N°7

## **8. CONCLUSIONES**

- Es importante reconocer que gran parte de los conocedores del arequipe que se elabora ya son clientes permanentes que lo reconocen por su calidad y buena atención.
- La participación en los diferentes eventos institucionales y municipales nos permitieron dar a conocer el producto de tal forma que si se tuviera más tiempo se podría aumentar la producción y así mismo las ventas.
- A partir del estudio técnico la práctica se ha mejorado la calidad del producto e incluso se ha incursionado en la elaboración de arequipas de sabores como coco, naranja, mora entre otros.
- El comercio en Pacho Cundinamarca, con respecto al arequipe artesanal no es muy reconocido, por lo cual ES UNA GRAN OPORTUNIDAD DE NEGOCIO, que brinda una rentabilidad del 50%, por lo cual se debe considerar esta idea empresarial como una gran oportunidad para la generación de una microempresa impulsada por el municipio.
- Por medio de este, se llega a tener grandes conocimientos acerca del mercado Pachuno y de las opciones de empresa que en este municipio hay y que no se han explotado.
- La falta de proyección como microempresa impide que esta se desarrolle como una fuerte idea empresarial, muchos producen pero no hay organización.

## **9. RECOMENDACIONES**

- ❖ Llevar a cabo el proyecto siguiendo las pautas establecidas.
- ❖ Tener claro todo sobre el tema y proyecto de grado.
- ❖ Interesarse por sacar adelante el proyecto de la mejor manera posible.
- ❖ Realizar la producción usando la Buena Práctica de Manufactura.
- ❖ Garantizar la calidad del producto.



## 10. BIBLIOGRAFIA

- [https://es.wikipedia.org/wiki/Dulce\\_de\\_leche](https://es.wikipedia.org/wiki/Dulce_de_leche)
- <http://www.ccb.org.co/>.
- <https://es.wikipedia.org/wiki/Pacho>

## **11. ANEXOS**

### **11.1. ACTA CONSTITUCIONAL DE LA EMPRESA “MILK SWEET”**

#### **Acta 001**

LUGAR: Institución educativa departamental PIO XII, 12 de febrero de 2015.

HORA: 8 de la mañana

ASISTENTES:

- Alumnos grado 10-01
- Padres de familia
- Licenciada Alexandra Morales

REPRESENTANTES:

- Socios de cada empresa

INVITADOS:

- Padres de familia

ORDEN DEL DÍA

1. Revisión y aprobación del acta anterior
2. Saludo y explicación de la actividad
3. Presentación de las empresas
4. Aprobación de los padres
5. Planes para el desarrollo

## DESARROLLO

1. Una vez revisada el acta anterior (con esto nos estamos refiriendo al acta de la constitución de las ideas y los integrantes de las empresas) se procede a iniciar.
2. La licenciada Alexandra Morales saluda a los padres y se dirige a explicarnos la actividad.

Una vez establecidas las ideas empresariales y los integrantes que van a conformar las empresas como fin de que los padres la aprobaran.

3. Una vez finalizada la explicación los integrantes de cada empresa se disponen a exponer sus ideas empresariales frente a los padres de familia para la aprobación.
4. Ya conocedores de las ideas los padres quedaron satisfechos de lo que se estaba realizando y aprobaron sin ningún problema
5. Ya finalizado este proceso los padres expresan sus opiniones al respecto para mejorar o tener unos mejores ideales.

## COMPROMISOS

- Que se trabaje con actas para cada producción, para un mayor orden.
- Que se establezcan verdaderas normas que se deberán cumplir a cabalidad, esto para evitar problemas a futuro.
- Acuerdan total responsabilidad y dedicación con sus empresas.

## CONVOCATORIA

Se pacta realizar reuniones continuas donde se vea el proceso y se encuentren resultados ya sean buenos o malos

Firmas

Licenciada Alexandra Morales

Representante de los padres de familia

---

---

## **11.2 ENCUESTA**

La encuesta nos sirve para obtener, analizar y comunicar información acerca de los clientes, el producto, el precio, el tipo de distribución las promociones los competidores y los proveedores.

Para obtener la información se hizo una encuesta a una muestra de 100 personas.

### **INSTITUCION EDUCATIVA DEPARTAMENTAL PIO XII**

#### **ENCUESTA DE PRODUCCION**

#### **MILK SWEET**

#### **PACHO**

Objetivo: determinar el nivel de aceptación de la empresa Milk Sweet que tiene en el municipio de Pacho Cundinamarca.

Ocupación\_\_\_\_\_ Fecha\_\_\_\_\_

1. ¿Con que frecuencia consume el arequipe?

Semanal\_\_\_ Quincenal\_\_\_ Mensual\_\_\_ No consume\_\_\_

2. ¿En qué lugar le gustaría adquirir el arequipe?

Cafetería\_\_\_ Supermercado\_\_\_ Tiendas\_\_\_ No consume\_\_\_

3. ¿En qué cantidad consume generalmente el arequipe?

Pequeño 50g\_\_\_ Mediano 150g\_\_\_ Grande 300g\_\_\_

4. ¿En qué presentación le gustaría adquirir el producto?

Copas plásticas\_\_\_ Vasija de barro\_\_\_ Totuma\_\_\_ Cono de galleta\_\_\_

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un arequipe?

\$800\_\_\_ \$1000\_\_\_ \$1200\_\_\_

6. ¿Qué sabor de arequipe le agradaría más?

Coco\_\_\_ Natural\_\_\_ Fresa\_\_\_ Natural\_\_\_

7. ¿Qué método de distribución prefiere?

Domicilio\_\_\_ Punto de venta\_\_\_ Venta ambulante\_\_\_

8. De los siguientes acompañantes ¿Cuál le agradaría más?

Galleta\_\_\_ Leche\_\_\_ Queso\_\_\_ Pan\_\_\_

9. ¿Está de acuerdo con el montaje de una empresa productora y

comercializadora de arequipe artesanal en Pacho?

Sí\_\_\_\_ No\_\_\_\_

10. ¿Qué condiciones considera importantes para comprar arequipe a una microempresa que hasta ahora inicia?

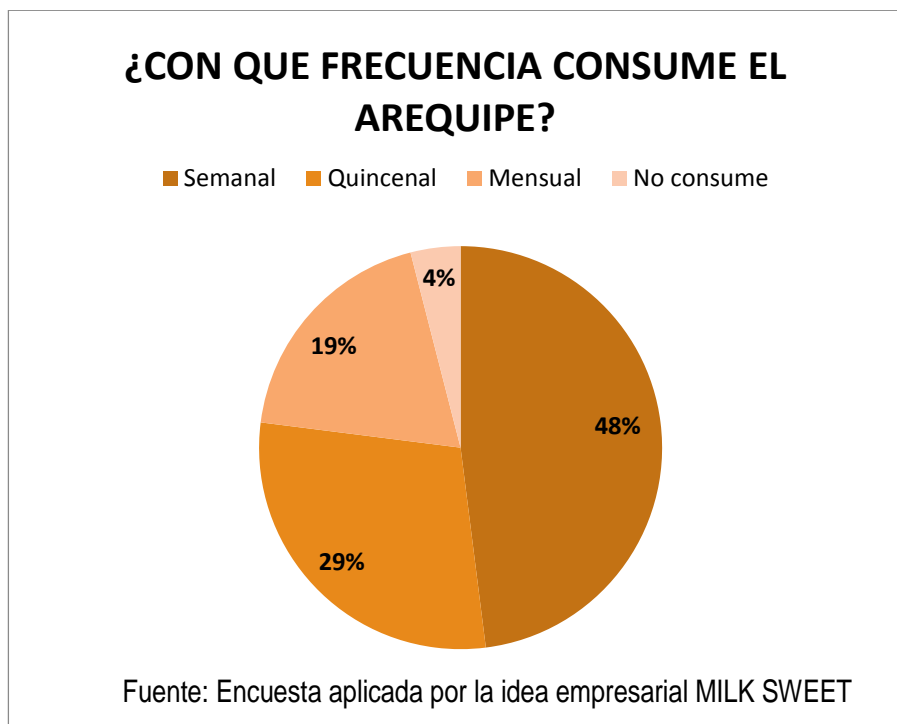
Presentación\_\_\_\_ Sabor\_\_\_\_ Innovación\_\_\_\_

### 11.3 TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

#### 1 ¿Con que frecuencia consume el arequipe?

##### PERSONAS ENCUESTADAS

	F	Fr	%
Semanal	6	0.06	48%
Quincenal	63	0.63	29%
Mensual	27	0.27	19%
No consume	4	0.04	4%
Total	100	1	100%



#### CONCLUSIÓN:

La población del municipio de Pacho está dispuesto a adquirir el producto semanalmente



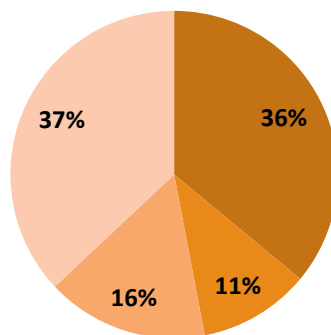
## 2 ¿En qué lugar le gustaría adquirir el arequipe?

### PERSONAS ENCUESTADAS

	F	Fr	%
Cafeteria	36	0,36	36%
Super Mercado	11	0,11	11%
Tiendas	16	0,16	16%
En casa	37	0,37	37%
Total	100	1	100%

### ¿EN QUE LUGAR LE GUSTARIA ADQUIRIR EL AREQUIPE?

■ Cafeteria ■ Super Mercado ■ Tiendas ■ En casa



Fuente: Encuesta aplicada por la idea empresarial MILK SWEET

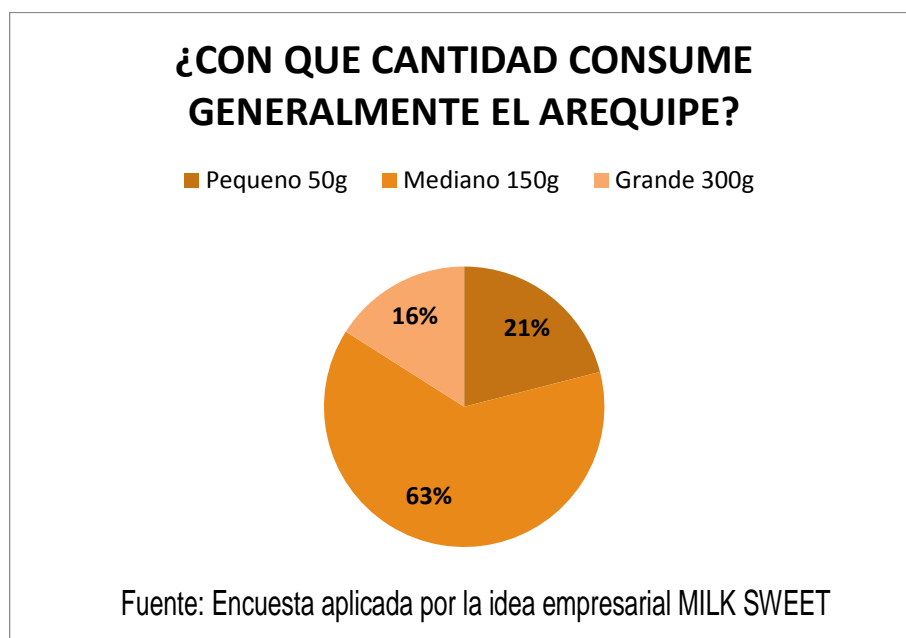
### CONCLUSION:

Según la encuesta en 36% de las personas prefieren la cafetería, el 11% en el súper mercado, el 16% en las tiendas y el 37% en su casa.

### 3 ¿En qué cantidad consume generalmente el arequipe?

#### PERSONAS ENCUESTADAS

	F	Fr	%
Pequeño 50g	21	0,21	21%
Mediano 150g	63	0,63	63%
Grande 300g	16	0,16	16%
Total	100	1	100%



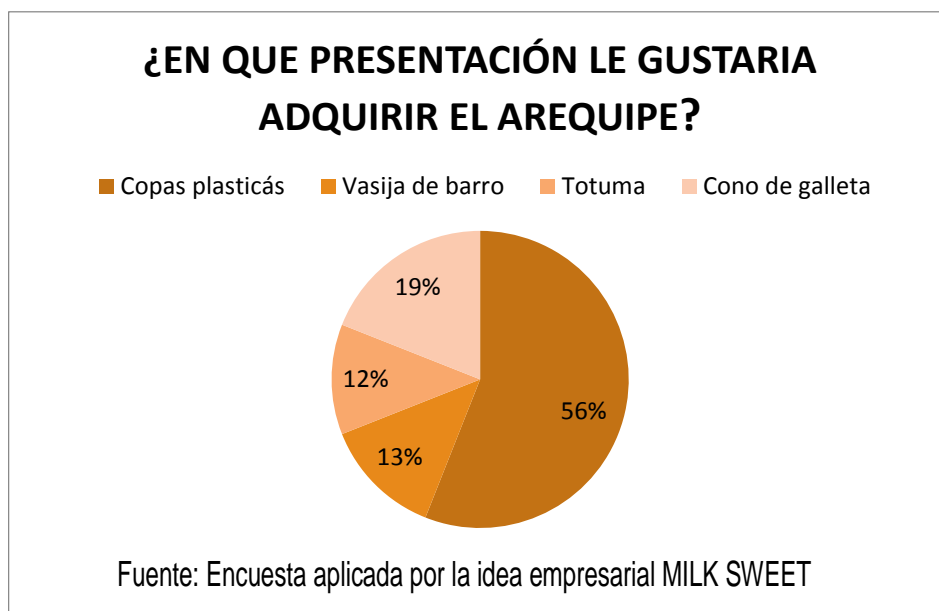
#### CONCLUSION:

La población de Pacho le gustaría comprar el producto en el embace pequeño de 50g por comodidad de cada uno.

#### 4 ¿En qué presentación le gustaría adquirir el producto?

##### PERSONAS ENCUESTADAS

	F	Fr	%
Copas plásticas	56	0.56	56%
Vasija de barro	13	0.13	13%
Totuma	12	0.12	12%
Cono de galleta	19	0.19	19%
Total	100	1	100%



#### CONCLUSION:

En esta encuesta podemos observar que a la mayoría de personas les gusta comprar el arequipe en embaces plásticos ya que les parece más higiénico.

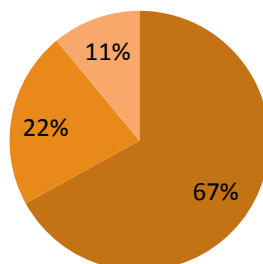
## 5 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un arequipe?

### PERSONAS ENCUESTADAS

	F	Fr	%
800	67	0,67	67%
1000	22	0,22	22%
1200	11	0,11	11%
Total	100	1	100%

### ¿CUANTO ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR UN AREQUIPE?

■ 800 ■ 1000 ■ 1200



Fuente: Encuesta aplicada por la idea empresarial MILK SWEET

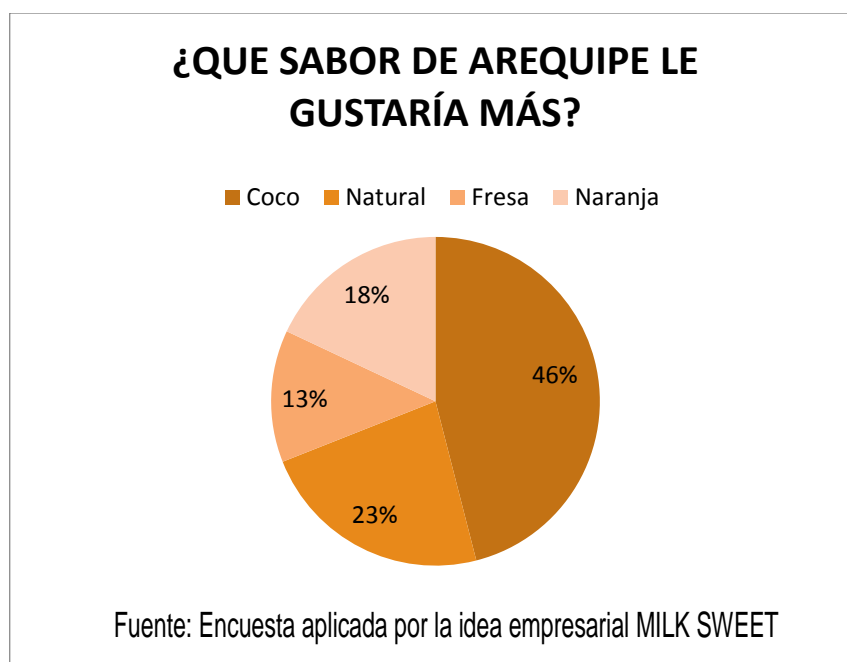
## CONCLUSION:

Podemos ver que la población está dispuesta a dar 800 por unidad entonces es muy accesible para toda clase de personas.

## 6 ¿Qué sabor de arequipe le agradaría más?

### PERSONAS ENCUESTADAS

	F	Fr	%
Coco	46	0,46	46%
Natural	23	0,23	23%
Fresa	13	0,13	13%
Naranja	18	0,18	18%
Total	100	1	100%



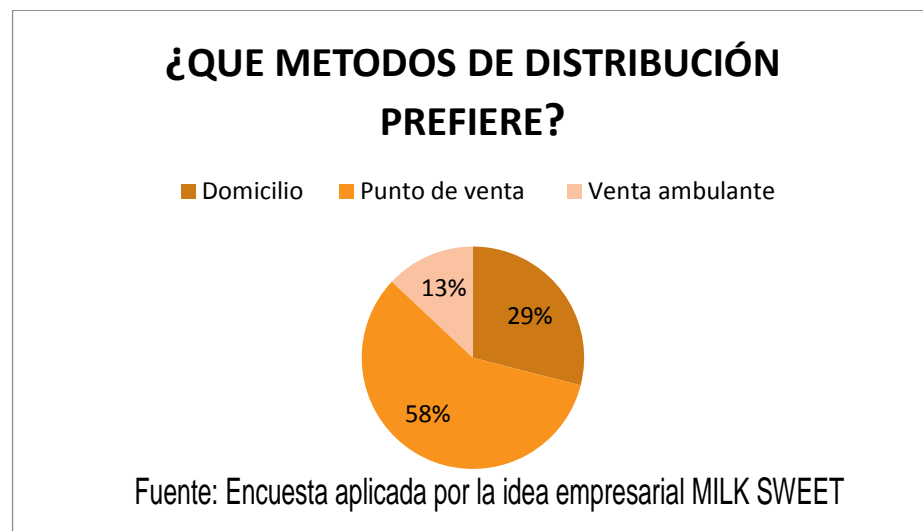
## CONCLUSION:

Con esto podemos decir que a las personas les parece más agradable encontrar un arequipe de coco, ya que en Pacho no hay de estos.

## 7 ¿Que método de distribución prefiere?

### PERSONAS ENCUESTADAS

	F	Fr	%
Domicilio	29	0,29	29%
Punto de venta	58	0,58	58%
Venta ambulante	13	0,13	13%
Total	100	1	100%



### CONCLUSION:

Con esto concluimos que a los clientes les gustaría ver un lugar de venta, para poder adquirir el producto más fácil y seguro.

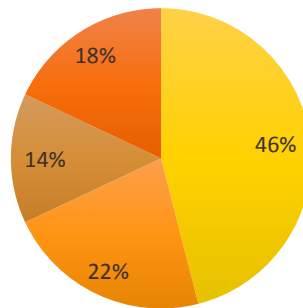
**8 De los siguientes acompañantes ¿Cuál le agradaría encontrar en el producto?**

**PERSONAS ENCUESTADAS**

	F	Fr	%
Galleta	46	0,46	46%
Leche	22	0,22	22%
Queso	14	0,14	14%
Pan	18	0,18	18%
Total	100	1	100%

**De los siguientes acompañantes,  
¿cuál le agradaría encontrar en el  
producto?**

■ Galleta ■ Leche ■ Queso ■ Pan



Fuente: Encuesta aplicada por la idea empresarial MILK SWEET

**CONCLUSION:**

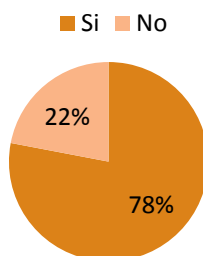
A la mayoría de la población de Pacho les gustaría encontrar nuestro producto con un acompañante como lo son las galletas.

**9 ¿Está de acuerdo con el montaje de una empresa productora y comercializadora de arequipe artesanal en Pacho?**

**PERSONAS ENCUESTADAS**

	F	Fr	%
Si	78	0.78	78%
No	22	0.22	22%
Total	100	1	100%

**¿ ESTÁ DE ACUERDO CON EL  
MONTAJE DE ¿UNA EMPRESA  
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA  
DE AREQUIPE ARTESANAL EN PACHO?**



Fuente: Encuesta aplicada por la idea empresarial MILK SWEET

**CONCLUSION:**

Un 78% de las personas están de acuerdo con que se establezca una microempresa en el municipio.



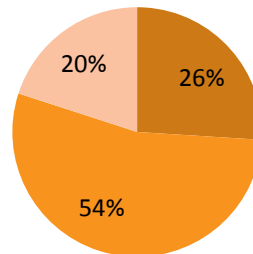
**10 ¿Qué condiciones considera importantes para comprar arequipe a una microempresa que hasta ahora inicia?**

**PERSONAS ENCUESTADAS**

	F	Fr	%
Presentación	26	0,26	26%
Sabor	54	0,54	54%
Innovación	20	0,20	20%
Total	100	1	100%

**¿QUÉ CONDICIONES CONSIDERA  
IMPORTANTES PARA COMPRAR  
AREQUIPE A UNA MICROEMPRESA  
QUE HASTA AHORA INICIA?**

■ Presentación ■ Sabor ■ Innovación



Fuente: Encuesta aplicada por la idea empresarial MILK SWEET

**CONCLUSIÓN:**

A la mayoría de la población de Pacho toma en cuenta más el sabor para empezar a comprar en la microempresa.

## **ANALISIS DE LA TABULACION**

Al finalizar la tabulación hablando generalmente se llegó a la conclusión de la gran mayoría de la población de pacho Cundinamarca le gusta el arequipe, pero hay personas que no la consumen por problemas diabéticos; un 53% d la población no ha probado arequipe de sabores porque no les gusta o por que no los encuentran en pacho, el 94% de las personas les agrada el arequipe artesanal, 84% aprueba el arequipe de sabores.

El consumidor pachuno no consume frecuentemente el arequipe por cuidar su figura y cuando la consume procura consumirla en un horario determinado para aprovechar su contenido nutricional, el consumidor prefiere acompañarla individualmente acompañándola de una bebida deliciosa y nutritiva.

El pueblo pachuno acepta el producto con observando la calidad del producto, la presentación y el sabor.

#### 11.4 DOFA

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"><li>• Competencia</li><li>• Nuevas tecnologías</li><li>• Poca experiencia en el mercado</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Alta adquisición</li><li>• Desarrollo en el mercado</li><li>• Nuevas propuestas</li></ul>
FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Calidad y buen servicio al cliente</li><li>• Publicidad</li><li>• Variedad de productos</li><li>• Evolución del negocio</li><li>• Experiencia en la elaboración de los productos</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Efectos en la economía del país</li><li>• Los posibles falsificaciones de productos</li></ul>

## 11.5 FOLLETO

<p><b>OBJETIVOS</b></p> <p><b>OBJETIVOS GENERALES:</b></p> <p>Comercializar un producto de alta calidad, donde se pongan en práctica los conceptos estudiados en la modalidad de forma que se garantice una adecuada elaboración, presentación y atención al cliente, posicionando el producto en el mercado.</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS :</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Diseñar una campaña publicitaria para dar a conocer el producto.</li><li>• Elaborar un estudio de mercado para saber la demanda, la oferta y la comercialización del producto.</li><li>• Elaborar y vender arequipues con ingredientes de calidad y buenas prácticas de manufactura</li></ul>	<p></p> <p><b>SOCIAS:</b> Jhecca Juliana Riaño Páez Eliana Colmenares Zarate</p> <p><b>Teléfonos</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 302323532</li><li>• 3213575404</li></ul> <p>Jheci_899@hotmail.com</p>	<p><b>IDEA EMPRESARIAL PARA LA ELABORACIÓN Y PRODUCCION DE AREQUIPE EN EL MUNICIPIO DE PACHO CUNDINAMARCA</b></p> <p><i><b>MILK SWEET</b></i></p> <p></p>
---	--	---

### MISIÓN

Llegar a hacer una empresa líder en la producción y comercialización de arequipes de alta calidad para los consumidores. Actuando con responsabilidad frente al medio ambiente y a la sociedad.

### VISIÓN

Para el 2018 la empresa Milk Sweet buscara ser líder en comercialización de arequipe, siendo reconocida a nivel municipal ofreciendo gran variedad de sabores que agrade a nuestros clientes, donde se demuestre la creatividad que sostiene en la producción.

### Principio institucionales

- Realizar la producción con calidad.
- Contribuir al desarrollo del municipio garantizando satisfacción al cliente.
- Transmitir la visión de ser líderes emprendedores en el municipio de Pacho

### VALORES INSTITUCIONALES

**Respeto:** Escuchando y valorando las opiniones y puntos de vista de los clientes,

**Honestidad:** Realizando nuestro trabajo con transparencia y rectitud.

**Lealtad:** Fidelidad ante la microempresa, buscando su perseverancia.

**Dialogo:** mantener la buena comunicación para así poder valorar todo punto de vista.

### PRECIO

El precio del producto es 800 (ochocientos) pesos, este precio se fijó teniendo en cuenta los costos de producción.

### SABORES

La empresa MILK SWEET elabora diferentes sabores de arequipe unos de estos son :

- Fresa
- Naranja
- Coco
- Natural

Pero por petición de nuestros clientes nos enfocamos mas en el de ~~coco~~ y natural.

## 11.6 TARJETAS



## 11.7 REGISTRO FOTOGRAFICO

