

PROYECTO EMPRESARIAL DE ELABORACION Y VENTA DE AREPAS EN
EL MUNICIPIO DE PACHO PARA EL AÑO 2016

“SUPERAREPA”

NUBIA CRISTINA ORJUELA ORJUELA

LEIDY CATALINA ROZO GARNICA

INSTITUCION EDUCATIVA DEPARTAMENTAL PIO XII

EDUCACION MEDIA TECNICA

ADMINISTRACION Y GESTION EMPRESARIAL

PACHO

2016

PROYECTO EMPRESARIAL DE ELABORACION Y VENTA DE AREPAS EN
EL MUNICIPIO DE PACHO PARA EL AÑO 2016

“SUPERAREPA”

NUBIA CTRISTINA ORJUELA ORJUELA
LEIDY CATALINA ROZO GARNICA

ASESOR:
ALEXANDRA CLEMENCIA MORALES BAUTISTA
LICENCIADA

INSTITUCION EDUCATIVA DEPARTAMENTAL PIO XII
MEDIA TECNICA
ADMINISTRACION Y GESTION EMPRESARIAL
PACHO
2016

HOJA DE ACEPTACIÓN

Jurado

Jurado

Héctor Horacio Téllez Gómez

Rector

PACHO, 25 DE OCTUBRE DE 2016

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar agradecemos a Dios por permitirnos llegar hasta este momento, a nuestros padres por apoyarnos y estar con nosotras en todo momento, por su apoyo incondicional, a la docente y directora Alexandra Morales por su esfuerzo y empeño en colaborararnos, por su paciencia y dedicación que tuvo con cada uno de nosotros.

DEDICATORIA

Dedicamos este proyecto a:

Dios porque gracias a él hemos logrado llegar

hasta este punto de nuestra vida,

a nuestros padres porque con ellos superamos todos

los obstáculos que se nos presentan en El camino.

RESUMEN

La idea empresarial SuperArepas surge por medio de un estudiante del grado once el cual la estaba trabajando pero al decidir retirarse de la institución decide dejar en manos de dos de sus compañeras este trabajo para seguir ejecutándolo.

Esta idea empresarial tiene como objetivo presentar una propuesta para crear una microempresa, en la que se ofrecerán deliciosas arepas con dos tipos de relleno los cuales son queso con bocadillo y queso.

Para identificar la factibilidad de esta idea empresarial, se hizo un arduo análisis para obtener un porcentaje, dando un resultado alto ya que este producto es conocido por la mayoría de personas y es un alimento cotidiano en el día a día.

ABSTRACT

The opinion empresarial superArepa appears in one –half of a student of class eleven that was work it but when deciding to withdraw away the institution decides to leave whit hands of two of his girlfriends this occupation to follow executing him.

This impression empresarial must as aim present a proposal to make a sturmarbeiteilung of the microempre in which delicious cornpones are offered by two types of padding that cheese with bite and cheese are.

to identify the practicality of this impression empresarial , he became a difficult analysis to get a percent where an effect high since this produce is know by the majority of the persons and a daily alimony is on the day on the day.

TABLA DE **CONTENIDO**

1. RAZON SOCIAL.....	¡Error! Marcador no definido.
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	¡Error! Marcador no definido.
3. OBJETIVOS.....	¡Error! Marcador no definido.
3.1 OBJETIVO GENERAL.....	¡Error! Marcador no definido.
3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	¡Error! Marcador no definido.
4. JUSTIFICACION.....	¡Error! Marcador no definido.
5 MARCO TEORICO	¡Error! Marcador no definido.
5.1 MARCO HISTORICO	¡Error! Marcador no definido.
5.1.1 LAS AREPAS	¡Error! Marcador no definido.
5.2 MARCO REFERENCIAL	¡Error! Marcador no definido.
5.3 MARCO CONCEPTUAL.....	¡Error! Marcador no definido.
5.4 MARCO LEGAL.....	¡Error! Marcador no definido.
6. METODOLOGIA	¡Error! Marcador no definido.
6.1 ESTUDIO DE MERCADO	¡Error! Marcador no definido.
6.1.1 Objetivo	¡Error! Marcador no definido.
6.1.2 Ubicación geográfica	¡Error! Marcador no definido.
6.1.3 Caracterización del consumidor	¡Error! Marcador no definido.
6.1.4 Caracterización del producto.....	¡Error! Marcador no definido.
6.1.5 Precios	¡Error! Marcador no definido.
6.1.6 Oferta y Demanda	¡Error! Marcador no definido.
6.1.7 Canales de distribución	¡Error! Marcador no definido.
6.2 ESTUDIO TECNICO.....	¡Error! Marcador no definido.
6.2.2 Localización óptima del proyecto	¡Error! Marcador no definido.
6.2.3 Adquisición de maquinaria	¡Error! Marcador no definido.
6.2.4 Descripción del proceso	¡Error! Marcador no definido.
6.2.5 Programa de producción	¡Error! Marcador no definido.
6.2.6 filosofía institucional	¡Error! Marcador no definido.
6.2.7 DISTRIBUCION DE LA PLANTA	¡Error! Marcador no definido.
7.6 PLANTA DE PERSONAL	¡Error! Marcador no definido.
7.7 ORGANIGRAMA	¡Error! Marcador no definido.

7.8 PERFIL DEL EMPLEADO	¡Error! Marcador no definido.
7.9 MANUAL DE FUNCIONES.....	¡Error! Marcador no definido.
6.2.8 Planta de personal.....	¡Error! Marcador no definido.
6.3 ESTUDIO ECONOMICO	¡Error! Marcador no definido.
6.3.1 Objetivo	¡Error! Marcador no definido.
6.3.2 Inversión fija	¡Error! Marcador no definido.
6.3.3 Capital del trabajo	¡Error! Marcador no definido.
6.3.4 Costos de producción.....	¡Error! Marcador no definido.
6.3.4.2 <i>Mano de obra directa</i>	¡Error! Marcador no definido.
6.3.5 Gastos	¡Error! Marcador no definido.
6.3.6 Punto de Equilibrio	¡Error! Marcador no definido.
6.3.7 Costo unitario del producto.....	¡Error! Marcador no definido.
6.3.8 Estado de Resultados	¡Error! Marcador no definido.
7.CRONOGRAMA DE GANT.....	¡Error! Marcador no definido.
8. CONCLUSIONES	¡Error! Marcador no definido.
9. RECOMENDACIONES	¡Error! Marcador no definido.
10. BIBLIOGRAFIA	¡Error! Marcador no definido.
11. ANEXOS	¡Error! Marcador no definido.
11.1 ACTA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	¡Error! Marcador no definido.
11.4 DOFA.....	¡Error! Marcador no definido.
11.5 EVIDENCIAS	¡Error! Marcador no definido.

INTRODUCCION

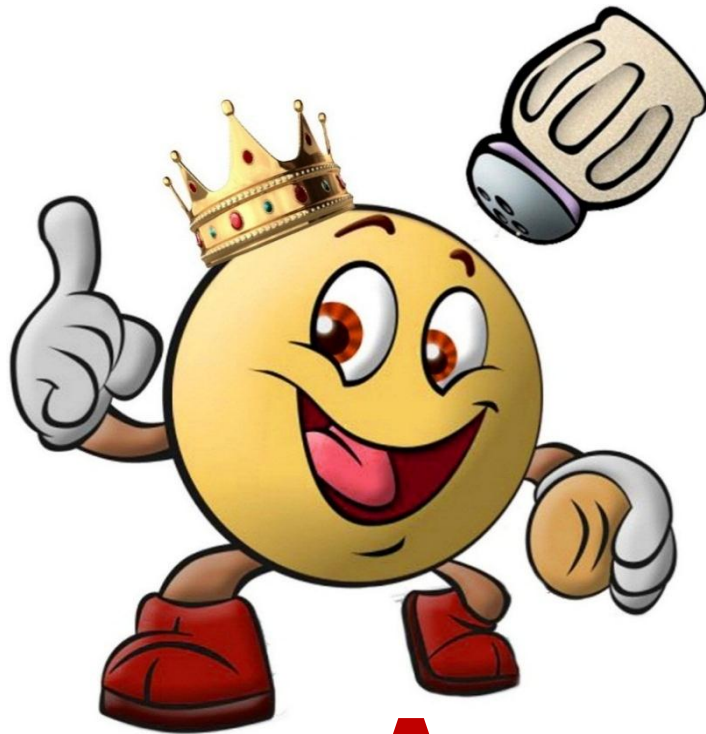
El propósito principal de este proyecto es dar a conocer un producto tradicional del municipio de Pacho derivado del maíz.

La idea es elaborar un producto inocuo dándole una mejor presentación para que sean apreciados por los consumidores y no les causen alteraciones en su organismo.

Las arepas se han venido elaborando desde las más antiguas civilizaciones y con el transcurso del tiempo se han venido mejorando las técnicas de seguridad alimentarias para darles una mejor calidad.

1. RAZON SOCIAL

PROYECTO EMPRESARIAL DE ELABORACION Y VENTA DE AREPAS EN
EL MUNICIPIO DE PACHO PARA EL AÑO 2015 A 2016



SUPERAREPA

SI UN PRODUCTO DELICIOSO
QUIERES PROBAR, SUPERAREPA
DEBES COMPRAR

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La I.E.D PIO XII en la modalidad de administración y gestión empresarial solicita a sus estudiantes proponer una idea empresarial que trabaje un producto con el que se pueda establecer un plan de negocios para determinar la viabilidad de esta, y así poder pensar en constituir una empresa que contribuya en la economía del municipio.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Elaborar un producto con altos estándares de calidad que satisfaga a los consumidores con el fin de llegar a ser una idea empresarial aceptada en el municipio

3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Proyectar a un futuro la idea empresarial, ejecutando un estudio de mercado que permita reconocer el nivel de aceptación del producto, su demanda y oferta, para así plantear un estudio financiero y otro técnico con el cual se puede obtener información de la proyección y factibilidad del producto.
- Aplicar la normatividad para la elaboración de productos comestibles de forma tal que producto elaborado tenga la calidad requerida.
- Diseñar un plan estratégico de ventas que permita posesionarse en el mercado.

4. JUSTIFICACION

En las condiciones del país donde se busca que la mano de obra esté en las zonas rurales para que no allá migración a las grandes ciudades es necesario establecer opciones de negocio que permitan cautivar a los jóvenes que son los primeros en abandonar sus raíces, a causa de esto se planea la idea empresarial denominada SuperArepa cuyo objeto de trabajo son las arepas rellenas de queso con bocadillo o de queso, además de ser un requisito que la institución exige a sus egresados.

5. MARCO TEORICO

5.1 MARCO HISTORICO

5.1.1 LAS AREPAS

La arepa era preparada y consumida por los aborígenes desde tiempos precolombinos en los actuales territorios pertenecientes a Colombia, Panamá y Venezuela. Las costumbres alimentarias indígenas son vistas en platos criollos basados en maíz como la arepa.

La introducción de la arepa a sus pueblos fue un resultado del clima y la producción del maíz. El maíz era un elemento importante en la dieta de los indígenas. En estas regiones, el cultivo del maíz era diverso. En el territorio correspondiente a la actual Venezuela, las tribus cultivaban nueve tipos de maíz “blanca, para asar, blanca y negra, maíz ‘largo,’ color ceniza, y el llamado por los españoles maíz cariaco, mientras que los cumenagotos lo llamaban arepa.

Las mitologías indígenas hacen referencias al maíz o a la mazorca y describen estos como una “ofrenda que los dioses hicieron a los hombres. José de Acosta, un viajero filósofo y jesuita español en el siglo XVI, contrastó al maíz con el trigo,

yuca y cazabe al decir que este es “más grueso y más cálido y engendra sangre.” También menciona que la arepa tiene en forma “de un disco solar” y el budare es como “piedra o arcilla de sacrificio para el rito del primer pan.” Pedro Ruiz de Tapia, el contador del rey en Venezuela en 1548, señala que las arepas eran racionadas al pueblo; cada indio recibía tres arepas de maíz al día para el almuerzo y la cena. Como resultado, la arepa es una conexión del pueblo con su tierra y sus dioses y una representación de la vida agrícola y familiar.

Tradicionalmente, la preparación de arepas era reservada para las mujeres. En primer lugar, remojaban los granos de maíz, quitaban los cascotes de los granos y molían los granos hasta hacer una harina. Luego, la harina era mezclada con agua para crear una masa. Con la masa se creaban bolas, las cuales eran después aplanadas y cocinadas hasta que el exterior de la masa estaba cocido. Las mujeres utilizaban ciertos instrumentos para hacer arepas. Además del fuego, utilizaban metates para moler y triturar el maíz y budares (parrillas de barro cocido) para cocinar las arepas. Hacían arepas de aproximadamente 1.5 centímetros de grosor y de 10 de diámetro y un peso de unos 250 gramos.

Hoy en día, la arepa es considerada un icono gastronómico de Colombia y de Venezuela, y una herencia común compartida por estas naciones. La arepa es un símbolo de la tradición indígena que todavía está presente en estos países. Sin embargo, el modo de preparación cambió en 1960 con la introducción de la harina de maíz pre cocido que simplifica el proceso al hacer innecesario remojar y moler el maíz. La harina de maíz pre cocida ya viene lista para preparar arepas.

Sólo es necesario mezclar agua y un poco de sal para crear la masa. El proceso tarda alrededor de 5 a 10 minutos. Cuando la masa esta suave y moldeable, se puede crear la forma de las arepas y cocinar.

5.2 MARCO REFERENCIAL

VARIEDADES DE AREPAS



Cada región de Colombia tiene sus propios sabores y platos típicos, pero uno de las comidas que se puede encontrar en cualquier lugar del país son las deliciosas arepas. “Aunque existen variaciones por cada región, la receta básica de maíz molido amasado y cocido, creada por los indígenas hace más de 500 años, se mantiene intacta hasta hoy como una tradición gastronómica para el disfrute de toda clase de paladares.”

En Boyacá son famosas las arepas boyacenses, a base de harina de trigo y de maíz, cuajada (tipo de queso) y son un poco dulces, exquisitas



Se consumen mucho las arepas de choclo,



Que se hacen con maíz tierno, son dulces y van rellenas de queso blanco. En la costa preparan por nombrar algunas, las arepas fritas o asadas con queso

costeño y las arepas de huevo. Dependiendo de la zona van variando los rellenos y las preparaciones.

5.3 MARCO CONCEPTUAL

HARINA DE MAIZ

Se denomina harina de maíz al polvo fino que se obtiene moliendo el cereal mediante diferentes métodos, como cultivo tradicional de los pueblos indígenas de América, es en esta parte del mundo donde se consume más asiduamente, especialmente en Iberoamérica donde es parte fundamental de las cocinas de Colombia, México, Perú, Ecuador, Venezuela y Paraguay.

QUESO

Alimento sólido que se obtiene por maduración de la cuajada de la leche una vez eliminado el suero; sus diferentes variedades dependen del origen de la leche empleada, de los métodos de elaboración seguidos y del grado de madurez alcanzado.

MANTEQUILLA

Es la emulsión de grasa, agua y sólidos lácteos, obtenida como resultado del batido, amasado y lavado de los conglomerados de glóbulos grasos, que se forman por el batido de la crema de leche o nata y es apta para el consumo

humano, con o sin maduración biológica producida por bacterias lácticas específicas.

AZUCAR

Se denomina azúcar, en el uso más extendido de la palabra, a la sacarosa.

La sacarosa es un disacárido formado por una molécula de glucosa y una de fructosa, que se obtiene principalmente de la caña de azúcar o de la remolacha.

El 27 % de la producción total mundial se realiza a partir de la remolacha y el 73 % a partir de la caña de azúcar.¹

SAL

Sustancia blanca, cristalina, muy soluble en el agua, que abunda en la naturaleza en forma de grandes masas sólidas o disuelta en el agua del mar y en la de algunas lagunas y manantiales; se emplea como condimento, para conservar y preparar alimentos, para la obtención del sodio y sus compuestos, etc., y generalmente se presenta en polvo de cristales pequeños.

BOCADILLO

Sustancia blanca, cristalina, muy soluble en el agua, que abunda en la naturaleza en forma de grandes masas sólidas o disuelta en el agua del mar y en la de algunas lagunas y manantiales; se emplea como condimento, para conservar y preparar alimentos, para la obtención del sodio y sus compuestos, etc., y generalmente se presenta en polvo de cristales pequeños.

LECHE

La leche es una secreción nutritiva de color blanquecino opaco producida por las células secretoras de las glándulas mamarias o mamas de las hembras de los mamíferos, incluidos los monotremas

ADMINISTRACIÓN

Conjunto de decisiones que se toman para aprovechar los recursos de una empresa.

BIENES

Aquellos productos que satisfacen una necesidad y pueden verse o tocarse dependiendo su clase se dividen en tangibles o intangibles.

CALIDAD

Condiciones que cumple un producto para lograr ser comercializado y adquirido.

CLIENTE

Persona que adquiere continuamente un bien o servicio.

COMERCIO

Negociación que se hace comprando y vendiendo o permutando géneros o mercancía.

COMPRAR

Intercambiar dinero por bienes o servicios.

EMPRESA

Organización conformada por una o más personas que se dedican a la producción, y circulación de bienes servicios de cuales se obtiene una ganancia.

INSUMOS

Ingredientes o implementos necesarios para llevar un proceso productivo.

INVERSIÓN

Cantidad de dinero que se aporta al iniciar el desarrollo de un proyecto.

MANO DE OBRA

Participación de personas que realizan la elaboración del producto de una empresa.

MATERIA PRIMA

Insumo principal para elaborar un producto, generalmente su estado es alterado en el proceso.

MERCADEO

Son estrategias para distribuir un producto creativo que sea de total satisfacción al cliente.

PRECIO

Cantidad de dinero que se debe pagar por la adquisición de un bien o servicio.

PROCESO

Método por medio del cual se obtiene un producto, transformando materia prima y siguiendo instrucciones de elaboración.

RECURSOS

Componentes de un espacio o proyecto con los que se cuenta para su conformación y realización. Pueden ser humanos, financieros, técnicos.

TRABAJO EN EQUIPO

Grupo de personas que persiguen un bien común y todos aportan para alcanzarlo.

VENDER

Prestar un servicio o comercializar un producto para recibir dinero a cambio.

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

El proceso que se va a llevar acabo se da por medio de la implementación de una encuesta a la población que pretende medir el nivel de aceptación que se tiene del producto con la información obtenida, se estandariza el producto según las exigencias del cliente, se realizan producción y comercialización de estas, para tener datos a nivel económico que permita un análisis financiero y de esta manera considerar la probabilidad de establecer esta idea como una empresa real, para esto se diseña un estudio técnico.

6.1 ESTUDIO DE MERCADO

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 las arepas con el fin de establecer la viabilidad y aceptación del producto en el municipio de Pacho.

6.1.2 Ubicación geográfica



Fig. N° 01 Mapa de Pacho

En lengua Chibcha significa Padre Bueno, según Acosta Ortegón, palabra formada de paz, apócope de pava, padre bueno. Los primitivos pobladores de Pacho fueron los Chibchas, cuyos Uzaques tenían el encargo de vigilar la frontera con las colonias. El pueblo aborigen estaba en el sitio hoy llamado Boca de Monte, de donde se trasladó por causa de un incendio.

El nuevo pueblo indio fue fundado por auto del oidor Lorencito de Terrones de 25 de agosto de 1604 en el sitio de cusita. Traslado por el oidor Gabriel de Carvajal por auto de 19 de octubre de 1638. En 1710 se trasladó al sitio de San Antonio hacia la margen izquierda de río Rute, pero el caserío se incendió y la colonia se trasladó más arriba hacia el punto hoy llamado Barrio Nariño. El nombre de Pacho fue inscrito en el movimiento de los comuneros por un contingente de 400 hombres organizado allí el 25 de mayo de 1781 bajo el mando del capitán Javier Florido. Durante la revolución de 1876 en Pacho se formó una guerrilla comandada por Martiniano Rodríguez, Alejandro Bustos, Rogerio Coronado y Rafael Forero que el 22 de abril de 1872 por los lados de La Palma (Cundinamarca) combatió contra una tropa Gubernista a la que derrotó. En 1778 se adjudicó la reconstrucción de la iglesia a Francisco González. El actual pueblo se formó a raíz del incendio, en el sitio que hoy ocupa donde se trasladó en 1807, año en que fue erigido en municipio.

6.1.3 Caracterización del consumidor

El consumidor de las arepas producidas por la idea empresarial superArepa se caracteriza por estar entre un rango de edad entre los 3 a los 90 años los cuales presentan un alto agrado por el producto, las condiciones socio económicas, políticas y religiosas no son impedimento para el consumo de este, además que el servicio a domicilio que presta esta idea permite adquirir el producto fácilmente.

6.1.4 Caracterización del producto

Este producto es crocante en la parte exterior y suave en su parte interior, normalmente lo encontramos a temperatura ambiente.

Los productos complementarios del producto son:

La Almojábana, ya que posee los mismos beneficios del producto, el pan, envueltos inclusive otras arepas con otro tipo de relleno

Sabor del producto:

- Queso
- Queso y Bocadillo

El producto se empaca en un plato desechable acompañado de una servilleta o en bolsas plásticas.

Composición Física (Materia Prima)

- Harina de maíz
- Mantequilla
- Azúcar
- Agua
- Queso
- Bocadoillo
- Sal
- . Leche

El principal uso del producto es el de alimentar y contribuir al buen funcionamiento de la digestión.

6.1.5 Precios

Después de que la empresa SuperArepa sumo costos de los ingredientes utilizados en la producción y todo lo necesario para que el producto llegue al mercado dividió entre la cantidad de producto en cada producción, la empresa

decidió que el precio más favorable y cómodo para el consumidor es de \$1000 a \$1200.

6.1.6 Oferta y Demanda

OFERTA:

La producción mensual de la empresa es de 200 arepas, las cuales se distribuyen directamente a los consumidores o clientes fijos, se venden por paquetes de cinco unidades a \$4000 o si es el caso por unidad a \$1200.

NÚMERO DE PRODUCTORES	LOCALIZACIÓN	CAPACIDAD INSTALADA	PRECIO	NÚMERO DE TRABAJADORES
1 PANADERIA SAN LUIS I	CENTRO PACHO	1500	\$1200	6-8
2 PANADERIA SAN LUIS II	CENTRO PACHO	1700	\$1200	10
3 PANADERIA ALASK	CENTRO PACHO	1000	\$1000	5
4 PANADERIA VILLA HOLANDESA	CENTRO PACHO	1300	\$1200	6

Tabla N° 01 Oferta

DEMANDA:

La demanda del producto está sometida al conocimiento que se tiene del producto y porque es muy tradicional o demasiado consumida por la población.

IPC
5,3

CRECIMIENTO POBLACIONAL
11,39

AÑOS	UNIDAD POR AÑO	VALOR	VENTAS AL AÑO
2016	630	1200	756.000
2017	701	1263	885.363
2018	780	1329	1.036.620
2019	868	1399	1.214.332
2020	966	1473	1.422.918

Tabla N° 02 Demanda

6.1.7 Canales de distribución

El canal de distribución es directo debido a que elaboramos el producto y lo entregamos a los consumidores.



Fig. N° 02 Canal de Distribución

6.2 ESTUDIO TECNICO

Es un estudio que se realiza una vez finalizado el estudio de 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 su 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 que analice los aspectos técnicos y operativos en la consolidación de la idea empresarial SUPERAREPA

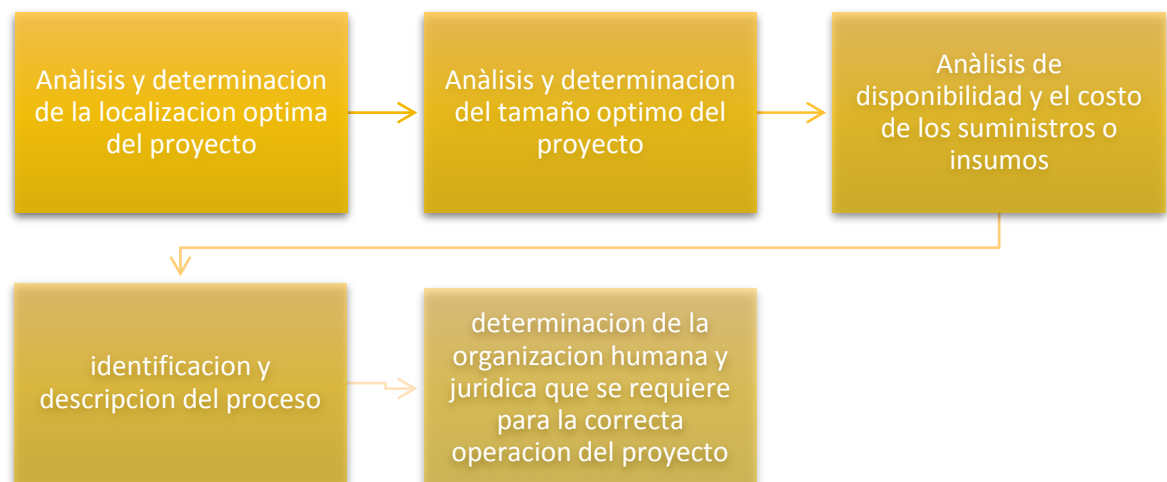


Fig. N° 03 Estudio Técnico

6.2.2 Localización óptima del proyecto

La localización de nuestra idea empresarial SuperArepa estará situada en el centro del municipio de Pacho Cundinamarca, cerca al parque central, ubicada

en la calle Nª8 donde se elaborara y se comercializara el producto, tiene una área aproximada de y el alquiler tiene un costo de \$ 1.500.000.

6.2.3 Adquisición de maquinaria

EQUIPO O MAQUINARIA	FOTO	DESCRIPCION	PRECIO
Parrilla		Parrilla industrial a gas de piso 36	5`000.000
Estufa		Estufa industrial de parrilla a gas	1`100.000
Máquina de hacer arepas		Capacidad de 6 arepas	150.000



Amasadora		Capacidad 20 kg	2"600.000
mesón		Mesón industrial en acero	750.000

Tabla N° 03 Maquinaria y Equipo

6.2.4 Descripción del proceso

CONVENCION	PROCESO	TIEMPO
	<p>Se alistan los ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> -harina -sal -azúcar -queso -mantequilla -leche -bocadillo <p>Utensilios:</p> <ul style="list-style-type: none"> -bol -rayador -asador -molde -espátula de cocina 	5 minutos
	Se derrite la mantequilla, luego se mezcla con la leche, la harina, el azúcar y la sal.	15 minutos
	Se amasa hasta obtener una masa con una textura blanda y suave.	30 minutos
	Se le da forma a la masa en pequeñas cantidades agregándole queso y bocadillo dándole forma con el molde.	30 minutos
	Se empiezan a azar hasta ver que están en su punto de cocción.	45 minutos


	Se empaquen en sus respectivas bolsas.	25 minutos
---	--	------------

Tabla N° 04 Descripción del Proceso

6.2.5 Programa de producción

N° PRODUCCIÓN (MES)	FECHA	CANTIDAD	PRODUCTO
1 MARZO	14-03-2016	50	25 arepas con bocadillo y 50 arepas con queso
2 ABRIL	30-04-2016	100	50 arepas de queso y 50 arepas de queso y bocadillo
3 MAYO	14-05-2016 28-05-2016	120	30 arepas con bocadillo y 90 de queso
4 JUNIO	05-06-2016 11-06-2016	150	125 arepas de queso y 25 con bocadillo
5 JULIO	16-07-2016	70	70 arepas con queso
6 AGOSTO	20-08-2016	50	25 Arepas de queso, 25 Arepas de bocadillo
7 OCTUBRE	08-10-2016	80	Arepas con queso

Tabla N° 05 Programa de Producción

6.2.6 filosofía institucional

Es la que describe la postura y el compromiso que tiene la institución con relación a la educación superior.

6.2.6.1 *Misión*

SuperArepa es una idea empresarial que tiene como misión garantizar la calidad del producto y trabajar día a día con esfuerzo para brindar al consumidor un producto que satisfaga las expectativas de los clientes.

6.2.6.2 *Visión*

SuperArepa desea que para el 2020 se tenga una imagen que muestre que lo que se ofrece al público es un producto con calidad, con buena higiene y agradable para los clientes, siendo una microempresa reconocida.

6.2.6.3 *Principios institucionales*

Honestidad: Cualidad de la persona.

Responsabilidad: valor que está en la conciencia de la persona.

Compromiso: obligación contraída por una persona.

Excelencia: calidad o bondad que hace digna de aprecio y estima una cosa o una persona

6.2.6.4 Valores institucionales

Responsabilidad: lo que suceda depende de nosotras

Calidad: lo que hacemos, lo hacemos bien

Respeto: respeto mutuo, como el respeto que se le debe al cliente

Confianza: cultivamos cada relación con la integridad.

6.2.7 DISTRIBUCION DE LA PLANTA

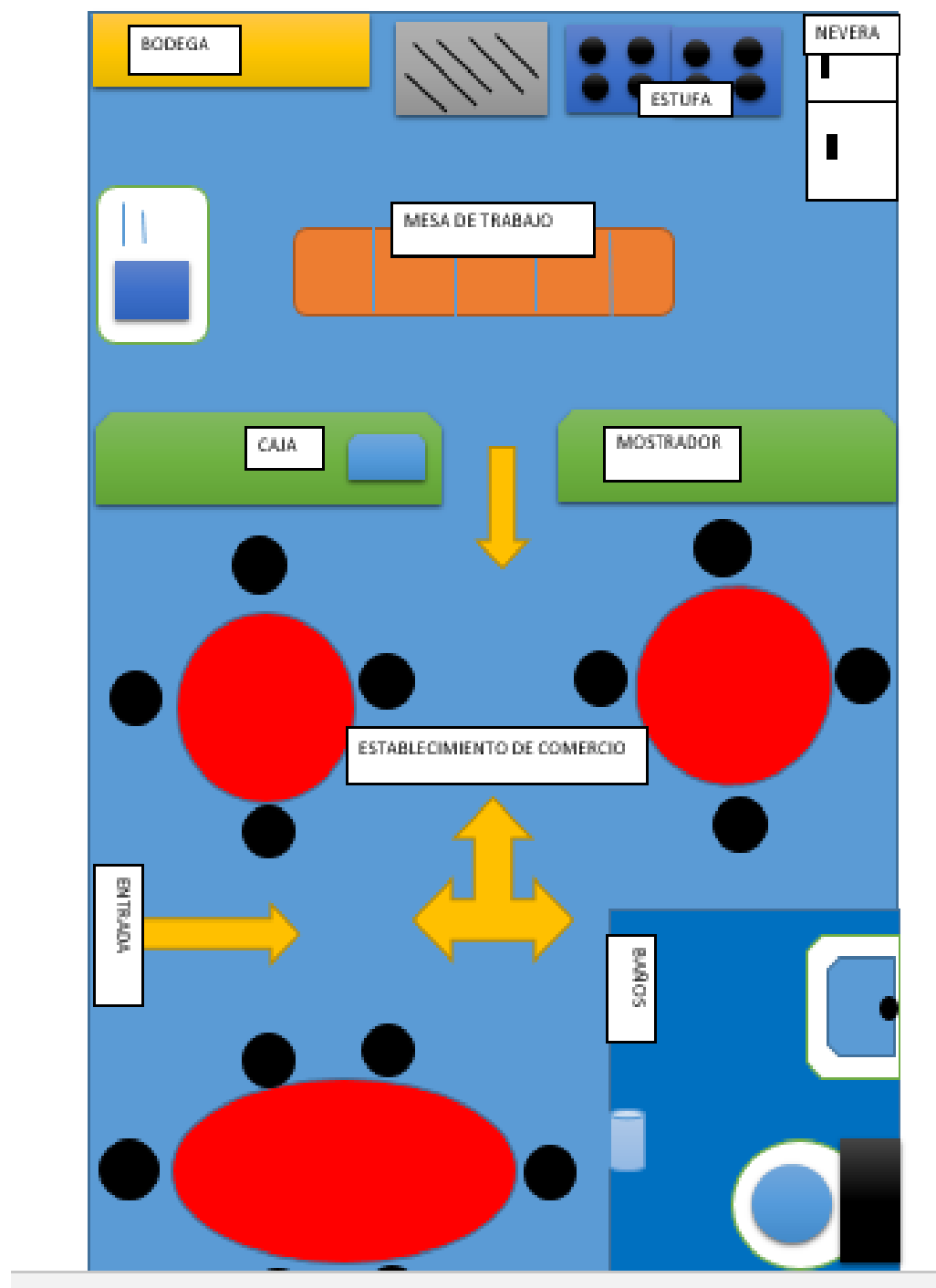


Fig. N° 04 PLANO DE LA PLANTA IDEAL

6.2.8 Planta de personal

Asignación de personal a la empresa.

Gerente general: Administrador

Gerente de Ventas: Asistente administrativo.

Gerente de Finanzas: administrador, asesor contable.

Gerente de Recursos Humanos: Técnico en recursos humanos.

Gerente de Producción: Técnico en manipulación de alimentos.

6.2.8.1 Organigrama



Fig. N° 05 Organigrama

6.2.8.2 Perfil del empleado

CARACTERÍSTICAS	BUSCAN	RECHAZAN
PERSONALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa • Seguridad • Autonomía • Compromiso 	<ul style="list-style-type: none"> • Arrogancia • Inseguridad • Individualismo
FORMACIÓN Y ACTITUD	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de estudio adecuado • Habilidad • Destrezas • Motivación 	<ul style="list-style-type: none"> • Desorden
IMAGEN	<ul style="list-style-type: none"> • Correcto aspecto interno como externo 	<ul style="list-style-type: none"> • Atuendo inadecuado para el puesto de trabajo

Tabla N° 06 PERFIL DEL EMPLEADO

6.2.8.3 Manual de funciones

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO	Gerente general
JEFE INMEDIATO	Propietarias
NUMERO DE PERSONAS EN EL CARGO	1
OBJETIVO: Asesorar a la empresa en las diferentes áreas	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Capacitar a los empleados que se encuentran en el área de producción • Se encarga de que cada empleado cumpla su reglamento interno • Representar a la empresa en los diferentes eventos • Inspeccionar el estado en que se encuentra la empresa • Avisar las necesidades que la empresa presenta 	
Requisitos	<p>Escolaridad: bachiller, estudios en administración de empresas y cursos complementarios</p> <p>Experiencia: 2 años</p> <p>Habilidades: fiabilidad, responsabilidad y compromiso</p> <p>Responsabilidades: responder por el estado de la empresa</p> <p>Riesgo: caídas leves</p> <p>Requisitos físicos: resistencia a jornadas un poco extensas</p>

Tabla N°07 Funciones Gerente General

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO	Gerente de ventas
JEFE INMEDIATO	Propietarias
NUMERO DE PERSONAS EN EL CARGO	1
OBJETIVO:	
Planear estrategias de mercado para la empresa	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Buscar estrategias de mercado que beneficien la empresa • Dar a conocer la empresa por medio de la publicidad • Responder por el estudio de mercado 	
Requisitos	<p>Escolaridad: bachiller, estudios en administración, contabilidad</p> <p>Experiencia: 2 años</p> <p>Habilidades: fiabilidad, responsabilidad, honestidad y compromiso</p> <p>Responsabilidades: responder por el estado contable de la empresa</p> <p>Riesgo: caídas leves</p> <p>Requisitos físicos: resistencia a jornadas un poco extensas y destreza en matemáticas</p>

Tabla N°08 Función de Gerente de Ventas

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO	Gerente de finanzas
JEFE INMEDIATO	Propietarias
NUMERO DE PERSONAS EN EL CARGO	1
OBJETIVO:	
Llevar un arduo análisis contable de la empresa	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Responder por la parte contable de la empresa • Llevar en orden las cuentas • Cobrar cuentas pendientes 	
Requisitos	<p>Escolaridad: bachiller, estudios en administración, contabilidad</p> <p>Experiencia: 2 años</p> <p>Habilidades: fiabilidad, responsabilidad, honestidad y compromiso</p> <p>Responsabilidades: responder por el estado contable de la empresa</p> <p>Riesgo: caídas leves</p>

Tabla N°09 Función de Gerente de Finanzas

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO	Gerente recursos humanos
JEFE INMEDIATO	Propietarias
NUMERO DE PERSONAS EN EL CARGO	1
OBJETIVO:	
Llevar adecuadamente el reglamento interno de la empresa	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • asignar el puesto adecuado a cada empleado • estar pendiente de que los empleados cumplan con el reglamento 	
Requisitos	Escolaridad: bachiller, técnico en recursos humanos
	Experiencia: 6 meses
	Habilidades: fiabilidad, responsabilidad y compromiso
	Responsabilidades: asesorar a cada uno de los empleados en sus funciones
	Riesgo: caídas leves
	Requisitos físicos: resistencia a jornadas un poco extensas

Tabla N° 10 Función de Gerente de Recursos Humanos

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO	Gerente de producción
JEFE INMEDIATO	Propietarias
NUMERO DE PERSONAS EN EL CARGO	1
OBJETIVO:	
Elaborar y preparar el producto con calidad	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> determinar el tiempo necesario para la elaboración del `producto estar al cuidado del producto avisar sobre las necesidades de la materia prima necesaria para la producción 	
Requisitos	<p>Escolaridad: bachiller, curso complementario</p> <p>en manipulación de alimentos</p> <p>Experiencia: 1 año</p> <p>Habilidades: fiabilidad, responsabilidad y compromiso</p> <p>Responsabilidades: entregar el producto en buenas condiciones, respetando la prácticas de seguridad e higiene en la manipulación del producto</p> <p>Riesgo: quemaduras leves</p> <p>Requisitos físicos: resistencia a jornadas un poco extensas</p>

Tabla N°11 Función de Gerente de Producción

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 de la producción y comercialización superArepas, teniendo en cuenta los gastos, costos ingresos que estos generaron.

6.3.2 Inversión fija

INVERSIÓN	VALOR
Estufa	1.100.000
Parrilla	5.000.000
Amasador	2.600.000
Mesón	750.000
Máquina para hacer arepas	150.000
Total	9.600.000

Tabla N° 12 inversión Fija

6.3.3 Capital del trabajo

CAPITAL	VALOR
300 arepas	240.000
Parrilla	5.000.000
Estufa	1.100.000
Máquina para hacer arepas	150.000
Amasador	2.600.000
Mesón	750.000
Total	9.840.000

Tabla N° 13 Capital de Trabajo

6.3.4 Costos de producción

Costo de producción para 100 arepas:

SUPERAREPA	VALOR
Harina de maíz	\$ 13.000
Queso	\$ 26.800
Bocadillo	\$ 1.150
Azúcar	\$ 1.200
Sal	\$ 700
Mantequilla	\$ 5.000
Leche	\$ 4.000
Mano de obra	\$ 27.000
Total	\$ 78.850

Tabla N° 14 costos de producción

6.3.4.1 Materias prima

MATERIAS PRIMAS	MES	AÑO
Harina de maíz	\$26.000	\$ 1.318.200
Queso	\$53.600	
Bocadillo	\$ 1.150	
Azúcar	\$ 2.400	
Sal	\$ 700	
Mantequilla	\$ 10.000	
Leche	\$ 16.000	
Total	\$109.850	

Tabla N°15 Materias Prima

6.3.4.2 Mano de obra directa

MANO DE OBRA	MES	AÑO
sueldos	\$ 54.000	\$648.000

Tabla N°16 Mano de obra directa

6.3.4.3 Materiales indirectos

DETALLES	MES	AÑO
EMPAQUE	5.000	60.000
SERVILLETAS	4.000	48.000

Tabla N°

6.3.4.4 Costos de insumos

INSUMOS	MES	AÑO
Agua	2.000	24.000

Tabla N°17 Costos de Producción

6.3.5 Gastos

FECHAS	MATERIA PRIMA	MANO DE OBRA	SERVICIOS	TOTAL
14-03-2016	27.000	13.500	1.000	41.500
30-04-2016	54.000	27.000	1.000	82.000
14-05-2016	35.000	20.250	1.000	56.250
28-05-2016	27.000	13.500	1.000	41.500
11-06-2016	35.000	20.250	1.000	56.250
05-06-2016	27.000	13.500	1.000	41.500
16-07-2016	35.000	20.250	1.000	56.250
20-08-2016	27.000	13.500	1.000	41500
08-10-2016	40.000	20.750	1.000	61.750

Tabla N°

6.3.6 Punto de Equilibrio

Unidades de producción	50 arepas
Punto de equilibrio	35 arepas
Porcentaje de equilibrio	30%

Tabla N°

6.3.7 Costo unitario del producto

MATERIALES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Harina	5	Libras	1.300	6.500
Queso	2	libras	6.700	13.000
Sal	1	libra	700	700
azúcar	1	libra	1.300	1.200
bocadillo	1	barra	1.150	1.100
leche	2	litros	1.000	2.000
mantequilla	1	libra	2.500	2.500

Tabla N°

Costo unitario de una producción mínima de 50 arepas: \$ 27.000

6.3.8 Estado de Resultados

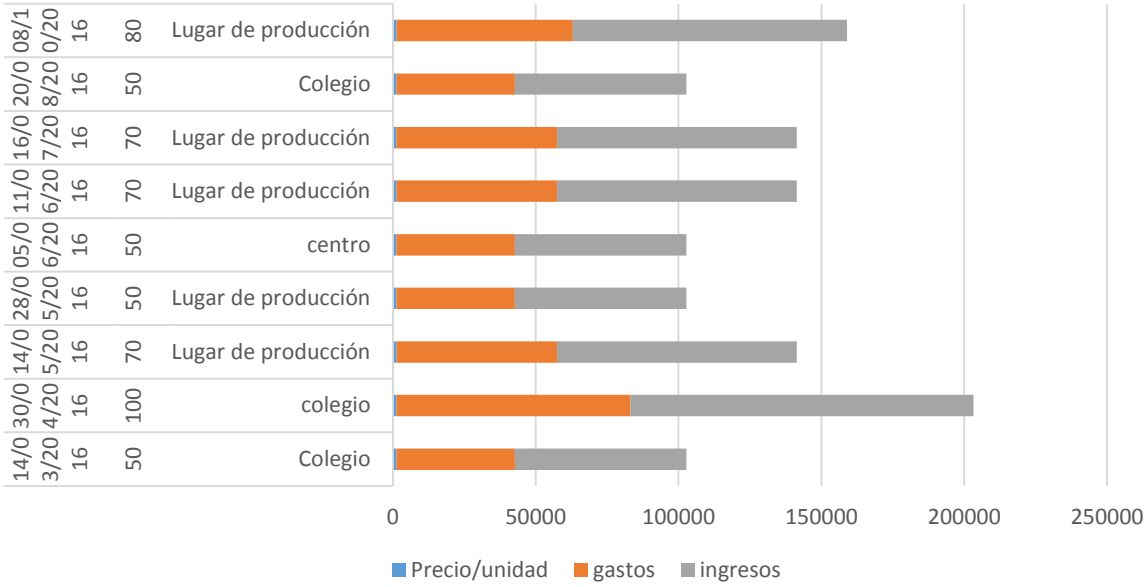
VENTAS	VALORES POR AÑO
Ingresos operacionales	708.000
Costos de producción	478.500
Utilidad bruta	229.500
Gastos operacionales	0
Utilidad operacional	0
Ingresos no operacionales	0
Otros gastos no operacionales	0
Utilidad neta	229.500
% utilidad	32%

7. CRONOGRAMA DE GANT

FECHAS	CANTIDAD	LUGAR DE VENTA	PRECIO/UNIDAD	GASTOS	INGRESOS
14-03-2016	50	Colegio	1200	41500	60000
30-04-2016	100	colegio	1200	82000	120000
14-05-2016	70	Lugar de producción	1200	56250	84000
28-05-2016	50	Lugar de producción	1200	41500	60000
05-06-2016	50	centro	1200	41500	60000
11-06-2016	70	Lugar de producción	1200	56250	84000
16-07-2016	70	Lugar de producción	1200	56250	84000
20-08-2016	50	Colegio	1200	41500	60000
08-10-2016	80	Lugar de producción	1200	61750	96000
				478500	708000

Tabla N°

CRONOGRAMA DE GANT



8. CONCLUSIONES

- Se consiguió elaborar un producto de calidad bajo la normatividad para la elaboración de alimentos, consiguiendo que este fuera aceptado por los clientes y lograr satisfacer los gustos de ellos.
- Al plantear un estudio de mercado y técnico se logró obtener la información de la proyección y factibilidad de la idea empresarial
- Mediante un seguimiento contable se logró obtener un informe financiero real, se obtuvo como resultado que esta idea empresarial a futuro puede ser una empresa factible, ya que con esta experiencia se obtuvo en porcentaje del ¿?? % de rentabilidad.

9. RECOMENDACIONES

- Tener conocimiento sobre la manipulación de alimentos
- Buscar un lugar donde se pueda elaborar y comercializar las arepas para que tengan mayor adquisición
- Conseguir la maquinaria necesaria para elaborar el producto con estándares de calidad
- Tener en cuenta la proyección optima y la producción para generar ganancias
- Cumplir con la normatividad de manipulación de alimentos para que no haya problema con la higiene etc.

10. BIBLIOGRAFIA

1. https://www.google.com.co/?gfe_rd=cr&ei=x_j4V-PvMqXI8AfZ9IDwAQ&gws_rd=ssl#q=valor+nutricional+de+las+arepas+en+wikipedia
2. https://www.google.com.co/?gfe_rd=cr&ei=x_j4V-PvMqXI8AfZ9IDwAQ&gws_rd=ssl#q=caracterizaci%C3%B3n+del+consumidor+de+arepas
3. <http://pyme.lavoztx.com/qu-es-un-canal-directo-de-distribucion-6532.html>

11. ANEXOS

11.1 ACTA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

ASAMBLEA ORDINARIA

ACTA 001

FECHA: Pacho, 12 de febrero de 2015

HORA: De las 08: 00 a las 10:00 horas

LUGAR: I.E.D Pio XII, Sede A

ASISTENTES: Alexandra Clemencia Morales Bautista, Licenciada.

Estudiantes del grado 10-01.

Padres de familia de los estudiantes.

INVITADOS: Alexandra Clemencia Morales Bautista, Licenciada.

Padres de Familia de los alumnos del grado 10-01

ORDEN DEL DIA:

1. Verificación del Quórum
2. Establecer el tema del proyecto empresarial.
3. Acordar la inversión inicial para el inicio de la idea empresarial
4. Instituir normas para el funcionamiento del proyecto empresarial
5. Propositiones y varios.

DESARROLLO:

1. Verificación del Quórum: una vez verificado el Quórum se inició la reunión.
2. Establecer el tema del proyecto empresarial:
Se estableció el tema de la idea empresarial sobre la elaboración y venta de maní a base de soya en el municipio de Pacho.
3. Acordar la inversión inicial para el inicio de la idea empresarial:

Se acordó que la inversión inicial que aportara cada socio es de \$20.000, para un total de \$40.000.

4. Instituir normas para el funcionamiento del proyecto empresarial:

Se instituyeron las siguientes normas para el buen funcionamiento de la idea empresarial:

- Ser honestas en el ingreso del dinero.
- Ser responsables en todo sentido.
- Elaborar un producto de calidad
- Tener buena comunicación con cada uno de los socios.
- Buena presentación personal.

5. Propositiones y varios.

- Abrir una cuenta de ahorros para cada empresa.
- Que los padres de respectivo grupo le hicieran un préstamo a sus hijos para el inicio de la empresa.
- Que cada proyecto pague los servicios según sean los gastos.
- Que cada proyecto lleve la contabilidad.

CONVOCATORIA: La próxima reunión se realizara en la I.E.D Pio XII, Sede A, el 19 de febrero de 2015, a partir de las 14:30 horas.

ALEXANDRA CLEMENCIA MORALES BAUTISTA

Licenciada

PADRES DE FAMILIA

ESTUDIANTES DEL GRADO 10-01

Transcriptor:

Nubia Orjuela

11.2 ACTA 002

FECHA: Pacho, 18 febrero de 2016

HORA: De las 14: 00 a las 16:00 horas

LUGAR: I.E.D Pío XII, Sede A

ASISTENTES: Manuel Esteban Pérez Mahecha

Nubia Cristina Orjuela Orjuela

Leidy Catalina Rozo Garnica.

INVITADOS:

ORDEN DEL DÍA:

1. Verificación del Quórum
2. Establecer el cambio de proyecto empresarial.
3. Propositiones y varios.

DESARROLLO:

1. Verificación del Quórum: una vez verificado el Quórum se inició la reunión.

2. Establecer el cambio de proyecto empresarial:

Se estableció que las integrantes de la empresa SOYIMAX por motivos de experiencia, se deciden unir a la empresa FRITTO TATTOS actualmente llamada SUPERAREPA, lo cual se decide empezar a emprender un solo proyecto que consiste en la elaboración y comercialización de arepas.

3. Propositiones y varios.

- Se propuso que si algún socio de la empresa decidía retirarse, este proyecto seguiría en manos de los demás integrantes con el propósito de sacarla adelante
- Uno de los integrantes llevaría la contabilidad de la idea empresarial

CONVOCATORIA: La próxima reunión se realizara en la I.E.D Pio XII, Sede A, el día 25 de febrero de 2016 a las 14:00 horas

MANUEL ESTEBAN PEREZ MAHECHA

NUBIA ORJUELA

CATALINA ROZO

Transcriptor:

Catalina Roza

11.2 ESTATUTOS

11.3 ENCUESTA

Esta encuesta tiene como objetivo:

Determinar el nivel de aceptación de las arepas que produce la idea empresaria SuperArepas, e identificar los consumidores de este producto en el municipio de Pacho.

Curso: _____ Nombre: _____

1. ¿Le gusta la arepa?
Sí ___ No ___
2. ¿Cada cuánto consume arepa?
Diario ___ semanal___ mensual___
3. ¿Con que producto o adicción _____ prefiere el relleno de una Arepa?
Queso ___ Queso y bocadillo___
4. ¿Qué es lo que busca a la hora de comprar una Arepa?
Sabor___ relleno___ economía___
5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una Arepa?
\$1000___ \$ 1200___ \$1300___
6. ¿Cada cuánto le gustaría consumir Arepas a la semana?
1 a 2 veces___ 3 a 4 veces___ 5 a 7 veces___ 0 veces___
7. ¿Qué prefiere a la hora del desayuno?

Pan__ arepas__ envueltos__

8 ¿Qué bebida puede acompañar una arepa?

Gaseosa__ café__ avena__ jugo__

9 ¿Cómo cree que debe ser la textura de una Arepa?

Blanda__ dura__ crocante __ suave__

10 ¿Cree que para saber sobre la venta de Arepas haría falta?

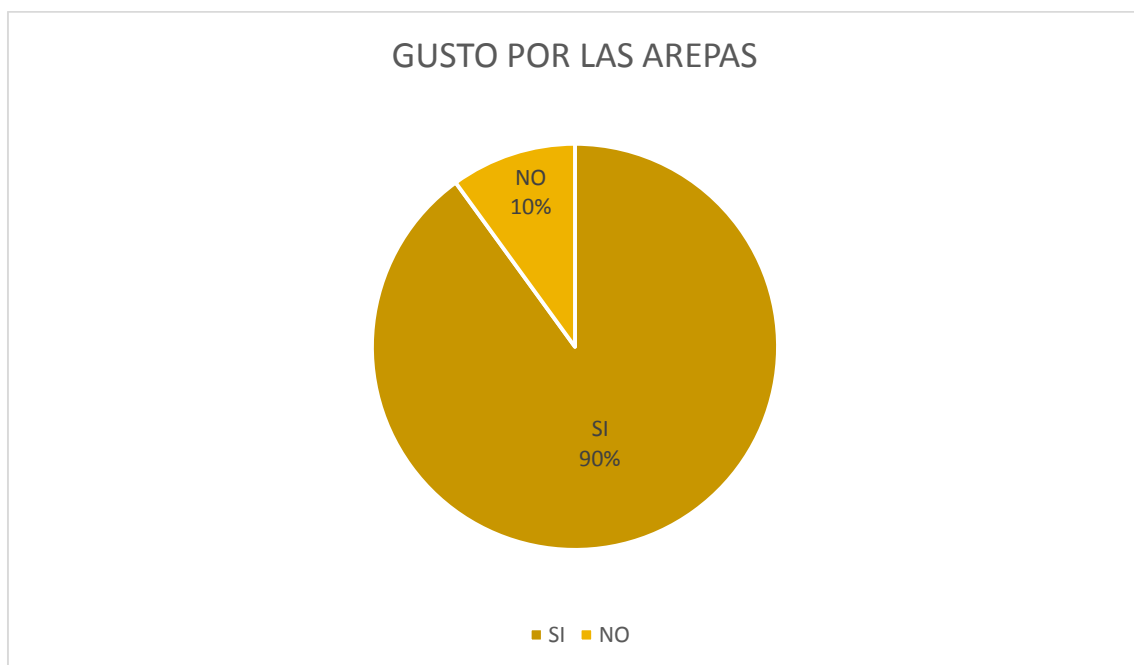
Publicidad__ innovación__ buen servicio__

11.4 TABULACION DE LA ENCUESTA

Los resultados, análisis y conclusiones de la encuesta anterior realizada a 52 personas se presentan a continuación:

1 ¿Le gusta la arepa?

VARIABLES	F	%
SI	90	90
NO	10	10



FUENTE: encuesta aplicada por la idea empresarial SuperArepas

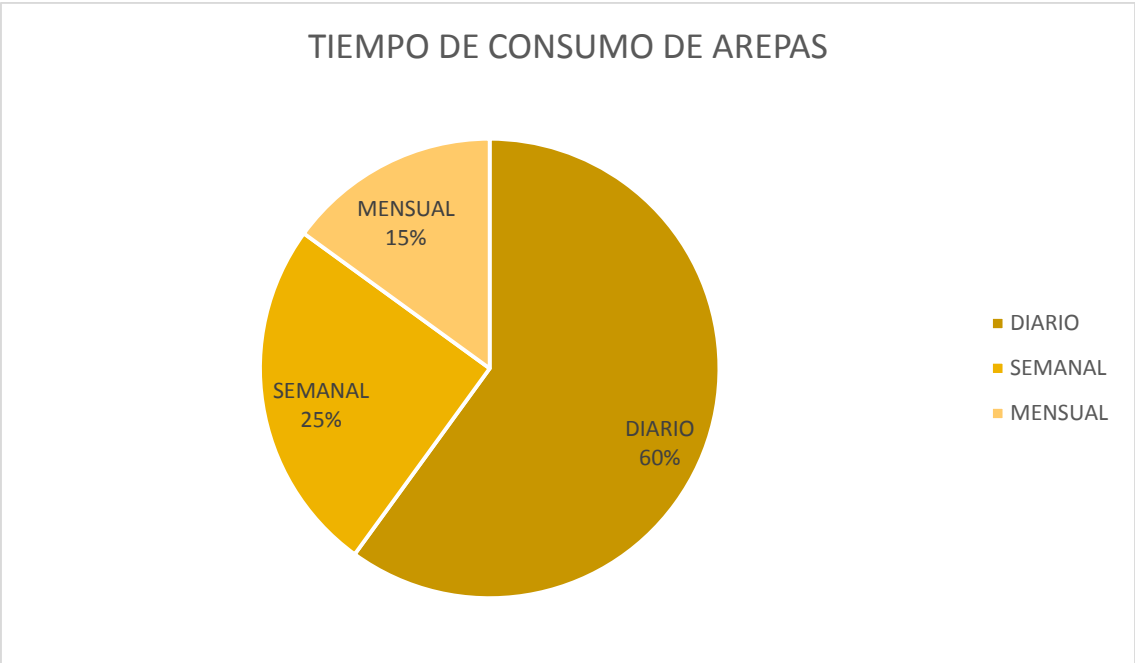
ANALISIS:

De la población encuestada el 90% contestaron que si les gusta la arepa por lo tanto se puede considerar que el producto es muy consumido en este municipio.

2. ¿Cada cuánto consume arepa?

.

VARIABLES	F	%
DIARIO	60	60
SEMANAL	25	25
MENSUAL	15	15



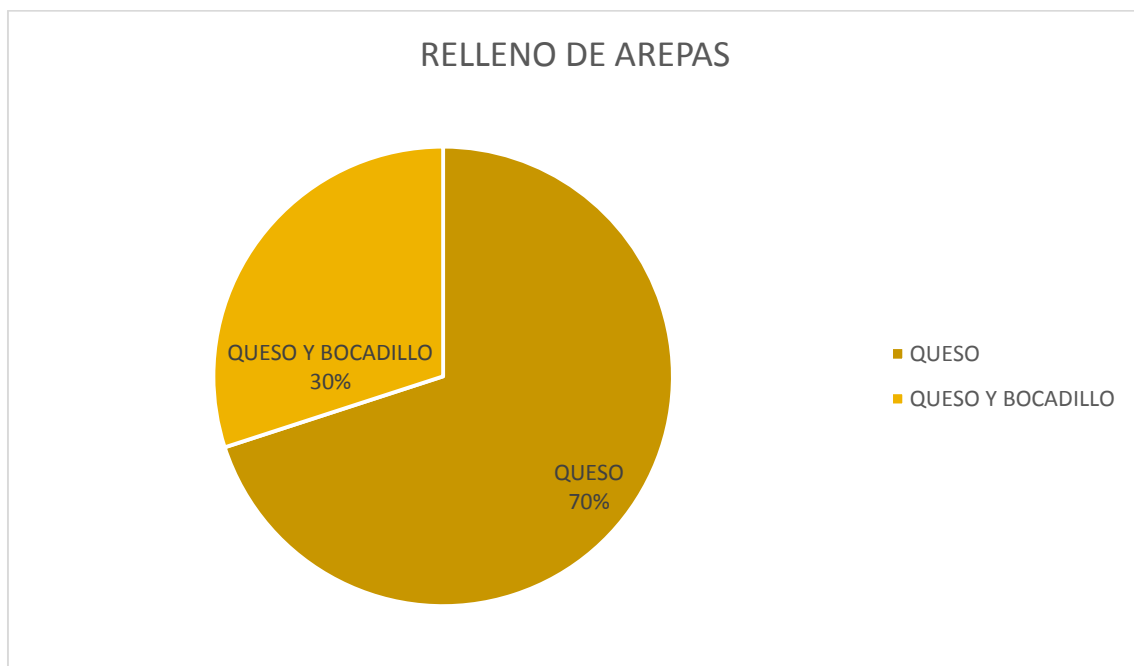
FUENTE: Encuesta aplicada por la idea empresarial
SuperArepa

ANÁLISIS:

El 60% de la población encuestada consume arepas a diario esto quiere decir que debemos aumentar nuestra producción para así tener clientes satisfechos.

3. ¿Con que producto o adicción prefiere el relleno de una Arepa?

VARIABLES	F	%
Queso	70	70
Queso y bocadillo	30	30



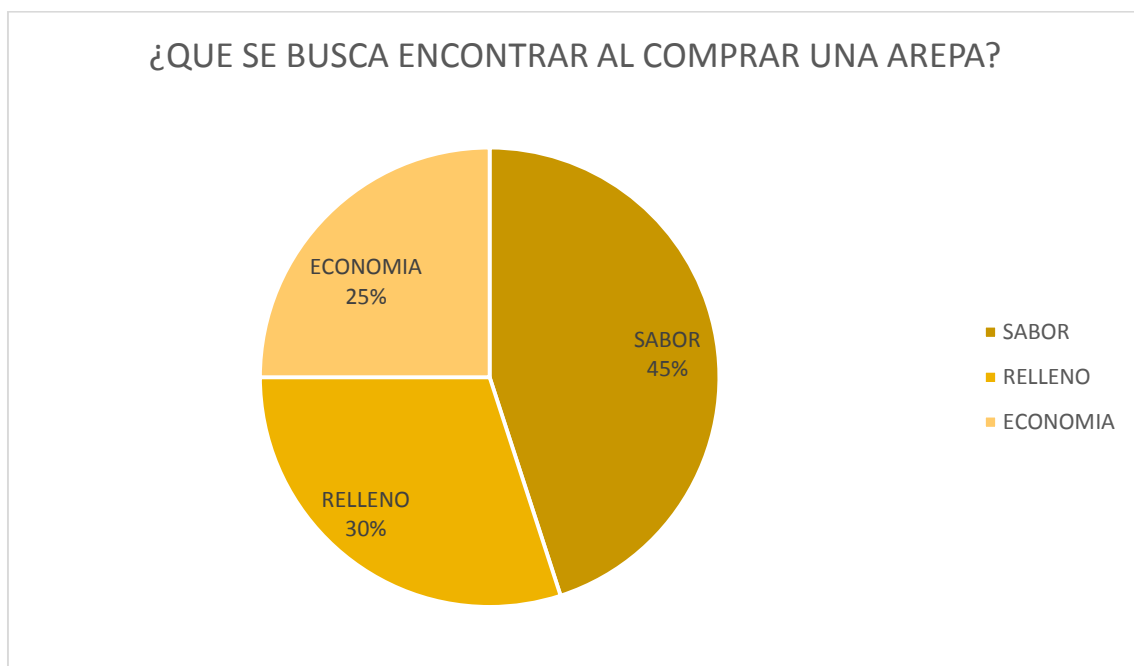
FUENTE: Encuesta aplicada por la idea empresarial
SuperArepa

Análisis:

El 70 % de nuestra población encuestada le gustaría que su relleno fuera de queso.

4 ¿Qué es lo que busca a la hora de comprar una Arepa?

VARIABLES	F	%
SABOR	45	45
RELLENO	30	30
ECONOMIA	25	25



FUENTE: encuesta aplicada por la idea empresarial
SuperArepa

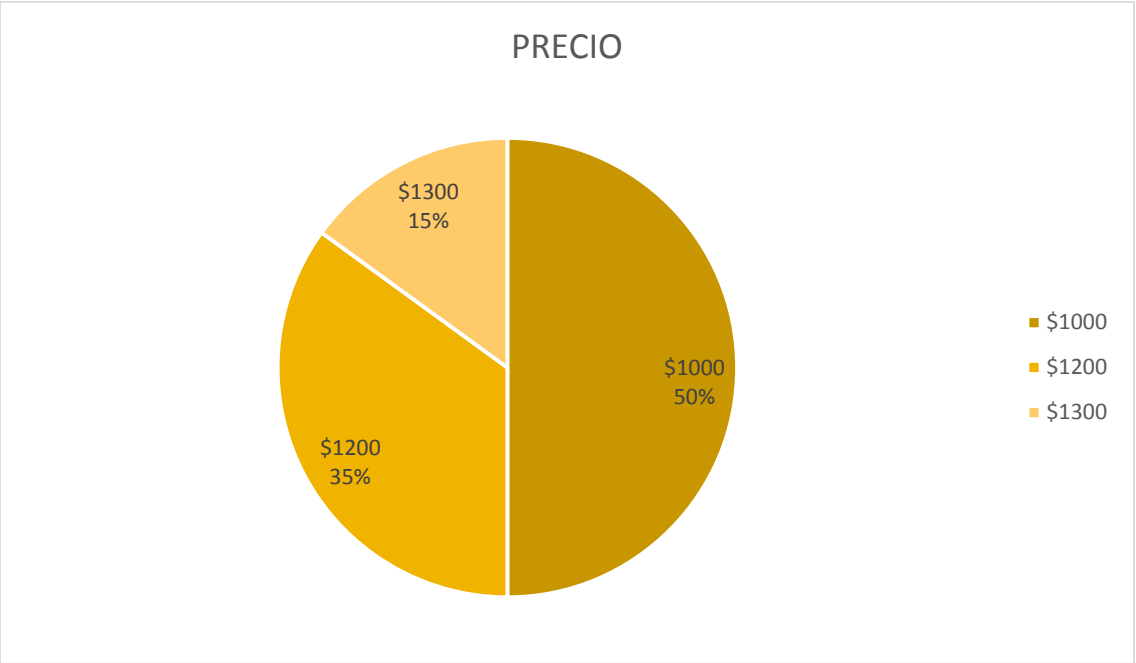
Análisis:

El 45% de la población encuestada busca primero el sabor al comprar una arepa.

5 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una Arepa?

VARIABLES	F	%
\$1000	50	50
\$1200	35	35

\$1300	15	15
---------------	----	----



FUENTE: encuesta aplicada por la idea empresarial
SuperArepa.

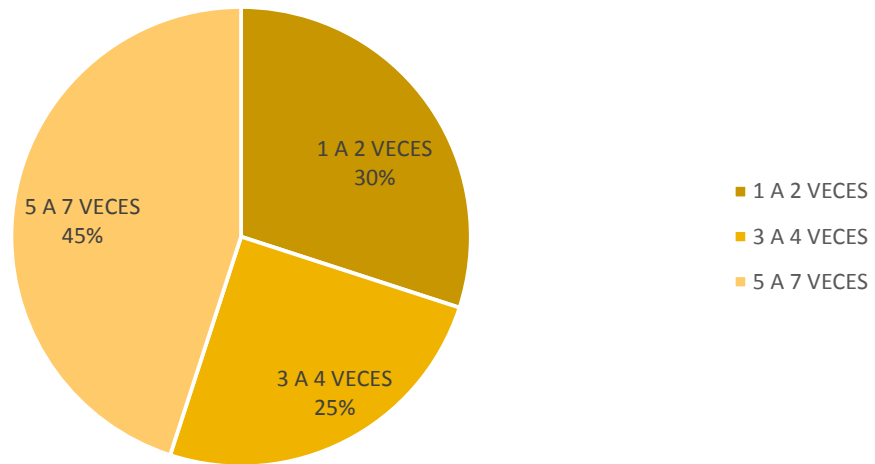
Análisis:

El 50% de la población encuestada estaría dispuesto a pagar \$1000 por una arepa.

6 ¿Cada cuánto le gustaría consumir Arepas a la semana?

VARIABLES	F	%
1 a 2 veces	30	30
3 a 4 veces	25	25
5 a 7 veces	45	45

¿CADA CUANTO CONSUME AREPA?



FUENTE: encuesta aplicada por la idea empresarial SuperArepa.

Análisis: el 45% de la población consume arepas de 5 a 7 veces a la semana.

7 ¿Qué prefiere a la hora del desayuno?

VARIABLES	F	%
pan	45	45
arepas	45	45
envueltos	10	10



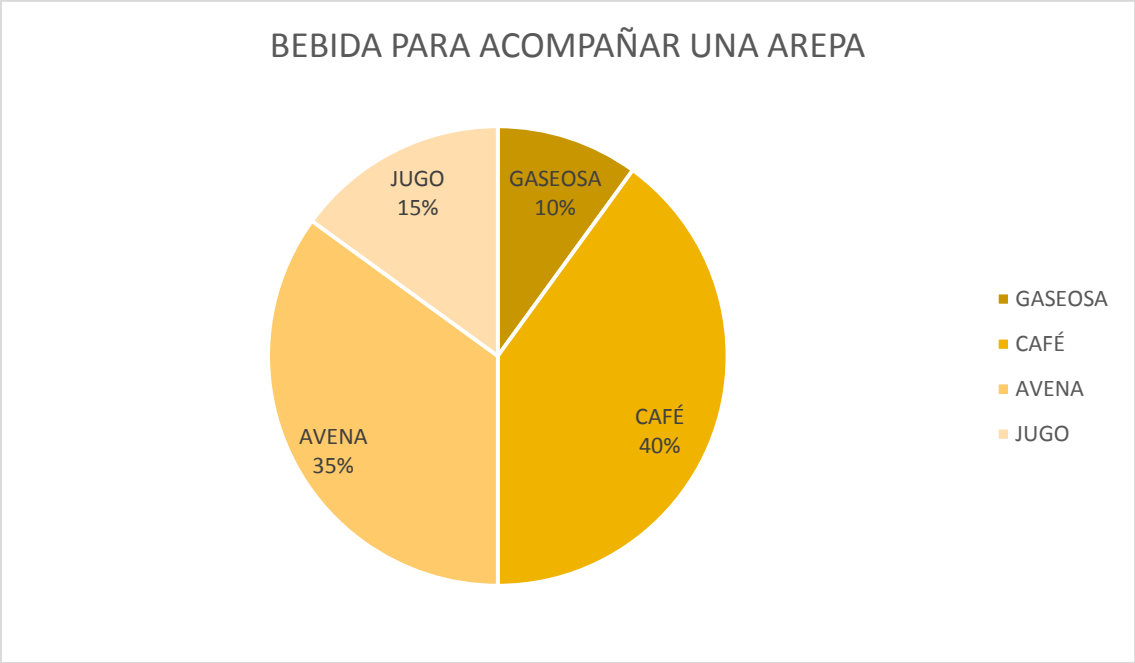
FUENTE: encuesta aplicada por la idea empresarial
SuperArepas

Análisis:

El 45% de la población encuestada prefiere desayunar arepa al igual que el otro 45% que decide comer pan.

8 ¿Qué bebida puede acompañar una arepa?

VARIABLES	F	%
GASEOSA	10	10
CAFE	40	40
AVENA	35	35
JUGO	15	15



FUENTE: encuesta aplicada por la idea empresarial
SuperArepa.

Análisis:

El 40% de la población encuestada prefiere acompañar la arepa con un café.

9 ¿Cómo cree que debe ser la textura de una Arepa?

VARIABLES	F	%
BLANDA	20	20
DURA	5	5
CROCANTE	15	15
SUAVE	60	60



FUENTE: encuesta aplicada por la idea empresarial
SuperArepa.

Análisis:

El 60% prefiere que la textura de las arepas sea suave.

10 ¿Cree que para saber sobre la venta de Arepas haría falta?

VARIABLES	F	%
PUBLICIDAD	35	35
INNOVACION	45	45
BUEN SERVICIO	20	20



FUENTE: encuesta aplicada por la idea empresarial
SuperArepa.

Análisis:

El 45% de la población encuestada dice que para la venta de arepas se necesita innovación.

11.5 DOFA

DEBILIDADES

- FALTA DE CAPITAL
- INEXPERIENCIA

OPORTUNIDADES

- PARTICIPARA EN LOS DIFERENTES
EVENTOS
- NUEVOS CLIENTES

FORTALEZAS

- BUEN SERVICIO AL CLIENTE
- PRODUCTOS DE CALIDAD
- RESPONSABILIDAD
- HONESTIDAD

AMENAZAS

- COMPETENCIA
- DESASTRES LABORALES

11.6 EVIDENCIAS FOTOGRAFICAS



Fotografía N° 01



Fotografía N° 02



Fotografía N° 04