



PROYECTO DE EMPREDIMIENTO PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE
YOGUR NATURAL
LACTEOS Y YOGURES EL MANA

AUTOR

ALEXIS JOEL ARANGO BUENDIA

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
VICERRECTORÍA TOLIMA Y MAGDALENA MEDIO
SEDE PUERTO BOYACA
CIENCIAS EMPRESARIALES
PROGRAMA: CONTADURÍA PÚBLICA
SEPTIEMBRE DE 2021



PROYECTO DE EMPREDIMIENTO PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE
YOGUR NATURAL
LACTEOS Y YOGURES EL MANA

AUTOR

ALEXIS JOEL ARANGO BUENDIA

Trabajo de Grado

Contador Público

Asesor(a)

Diego Fernando Cabezas Rodríguez

Contador Público

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Vicerrectoría Regional Tolima y Magdalena Medio

Sede Ibagué (Tolima)

Programa Contaduría Pública

Octubre de 2021

Dedicatoria

Este trabajo de grado lo dedico primeramente a mi señor Jesucristo quien me ha dado la sabiduría, fortaleza y su bendición para realizar un sueño realidad como es ser un profesional.

A mi madre Sandra Inés Buendía quien me enseñó desde pequeño a trabajar y siempre ha sido mi inspiración para crecer como persona.

A mi amada esposa quien ha sido una persona muy especial a lo largo de mis estudios quien siempre tiene una palabra de aliento y amor incondicional y quien hace parte de este proyecto de emprendimiento creo que sin su participación no hubiese alcanzado este este logro en lo personal y profesionalmente.

Alexis J A Buendía.

Agradecimientos

Agradezco al Dios todo poderoso por regalarme la bendición espiritual, emocional, familiar y económica para llevar a cabo la culminación de este proyecto, a mí esposa Mardely Yulissa Mosquera Moreno quien ha sido esa persona que siempre tiene una palabra de ánimo para seguir avanzando en los momentos difíciles, agradezco a mis padres Sandra Inés Buendía Marín y Alejandro Arango Roso, quienes lucharon para enseñarme que en la vida hay que esforzarse para lograr cumplir los sueños, con esfuerzo y dedicación es posible cumplir las metas propuestas. Agradezco a todos y cada uno de los profesores que aportaron sus conocimientos y experiencias a mi formación como profesional, a los tutores que hicieron parte de la elaboración de este proyecto, también doy agradecimientos a la cooperativa minuto de Dios me brindaron la posibilidad de adquirir una educación superior, puesto que no contaba con los recursos para pagar cada semestre de contado y fueron un gran apoyo a través de sus créditos para lograr financiar de esa manera uno a uno hasta culminar, Finalmente agradezco a la cámara de comercio de puerto Boyacá y empresas aliadas como lo es mansarovar energy, Colciencias quienes han aportado recursos para fortalecer el emprendimiento.

Alexis J A Buendía



Contenido

Lista de ilustraciones	6
Lista de figuras	7
Lista de anexos	8
Resumen	9
Abstract.....	10
Introducción.....	11
<i>Justificación</i>	13
<i>1.1 Objetivo General y Específicos:</i>	15
1.1.1 Marco teórico y legal.	15
CAPÍTULO II.....	26
2 Análisis Pestel.....	26
2.1 <i>Análisis del mercado</i>	28
2.1.1 Proyección a corto, mediano y largo plazo.....	30
Referencias	46
Anexos.....	47

Lista de ilustraciones

Ilustración 1; metodología aplicada en modelo de negocio lácteos el mana	20
Ilustración 2; cronograma de actividades proceso de planeación	22
Ilustración 3; cronograma de actividades proceso de ejecución del proyecto	23
Ilustración 4; información tomada página alcaldía puerto Boyaca	33
Ilustración 5; departamentos aledaños a puerto Boyaca extraída Diagnóstico socioeconómico del Magdalena Medio, Colombia, angelfire.com.....	33
Ilustración 6; canales venta de yogurt	34
Ilustración 7; encuesta propia formulario de google a los clientes	36
Ilustración 8; encuesta propia formulario de google a los clientes	37
Ilustración 9; encuesta propia formulario de google a los clientes	37
Ilustración 10; encuesta propia formulario de google a los clientes	37
Ilustración 11; encuesta propia formulario de google a los clientes	38
Ilustración 12; encuesta propia formulario de google a los clientes	38
Ilustración 13; encuesta propia formulario de google a los clientes	38
Ilustración 14; encuesta propia formulario de google a los clientes	39
Ilustración 15; modelo de plaza extraído de MEZCLA DE MERCADEO La Mezcla de Mercadeo y las cuatro P's Producto Precio Plaza Promoción Calidad Descuentos Canales Publicidad, escolme.edu.co.....	41
Ilustración 16; 17folleto de imágenes extraídas internet plaza actual y futuro	42
Ilustración 17; folleto de imágenes extraídas internet promoción actual y futuro	¡Error!

Marcador no definido.

Ilustración 18; ubicación planta de producción puerto Boyacá	48
--	----





Lista de figuras

Figura 1; diseño propio de acuerdo a los resultados históricos	35
Figura 2; clasificación de los costos origen propio	48
Figura 3; Organigrama lácteos el mana diseño propio	48
Figura 4; Estados Financieros 2020 lácteos el mana	48
Figura 5; Estados Financieros 2021 lácteos el mana	48



Lista de anexos

Anexo 1; ficha tecnica diseño propio	357
Anexo 2; flujo grama del yogurt origen propio	488
Figura 3; Organigrama lácteos el mana diseño propio	48
Figura 4; Estados Financieros 2020 lácteos el mana	48

Resumen

Lácteos el mana es una microempresa dedicada a la producción y comercialización de yogur natural, se originó de un emprendimiento familiar en el cual estoy trabajando desde el año 2018, registrado en cámara de comercio en el año 2020, este proyecto tiene un enfoque y es ofrecer un producto lácteo de calidad, orientados a satisfacer la demanda del consumidor con ingredientes saludables, elaborados a base de leche y generando proceso de transformación natural sin aplicar conservantes. Presentando a nuestros clientes un producto de contextura suave, espesor diferente al tradicional y variedad de sabores. Uno de nuestros propósitos es contribuir a la salud nutricional de la población atacado problemas como la diabetes, el sobre peso y la obesidad, por este motivo damos la posibilidad al cliente de consumir un yogur personalizado de acuerdo a su gusto y necesidad: con o sin fruta, con o sin azúcares agregados, en diferentes presentaciones y precios de acuerdo a la capacidad de compra del cliente, elaboramos un producto que está dirigido a gran parte de la población como lo son los niños, adultos y ancianos, en conclusión podemos decir que cualquier miembro de la familia lo puede consumir.

Palabras clave:

Innovación, yogurt, emprendimiento, posicionamiento, Producción, Comercialización

Abstract

Lácteos el mana is a micro-company dedicated to the production and commercialization of natural yogurt, it originated from a family business in which I have been working since 2018, registered in the chamber of commerce in 2020, this project has a focus and is to offer a quality dairy product, oriented to satisfy consumer demand with healthy ingredients, made from milk and generating a natural transformation process without applying preservatives. Presenting to our clients a product with a soft texture, thickness different from the traditional one and a variety of flavors. One of our purposes is to contribute to the nutritional health of the population affected by problems such as diabetes, overweight and obesity, for this reason we give the customer the possibility of consuming a personalized yogurt according to their taste and need: with or without fruit, with or without added sugars, in different presentations and prices according to the customer's purchasing power, we produce a product that is aimed at a large part of the population such as children, adults and the elderly, in conclusion we can say that Any member of the family can consume it.

Keywords:

Innovation, Yogurt, Entrepreneurship, Positioning, Production, Commercialization.

Introducción

Es muy frecuente ver como miles de personas se preparan a diario en una carrera profesional con el propósito de tener una mejor calidad de vida, con la ilusión de llegar a una empresa para ser contratados por sus conocimientos, pero que pasaría si los estudiantes pensáramos diferente en no ser contratados y por el contrario poder generar empleo a otras personas, si dejáramos de trabajar en los sueños de alguien más y le diéramos vida a nuestros propios sueños...

Esta es la razón que me motivo a emprender en una idea de negocio, todo empezó hace 05 años cuando conocí a la mujer que hoy es mi esposa, yo trabajaba en una compañía y su madre comercializaba productos lácteos artesanalmente en casa, no tenía ni la más mínima idea de cómo hacer un yogurt pero con el acercamiento a la familia aprendí este arte, al paso de dos años mi suegra presento serios problemas financieros yo quede desempleado y es allí donde nace la idea de pasar de una venta casera a la consolidación de una microempresa con la cual podría obtener recursos para suplir las necesidades básicas, ayudar a la familia a solucionar sus problemas financieros y a su vez generar empleo para otras personas que lo necesitaban.

Tome la decisión de buscar financiamiento para la idea de negocio a través de una entidad bancaria, sumado algunos ahorros que tenia de mi anterior empleo. Se destinó parte de la vivienda para crear una planta de producción con las medidas de higiene necesarias para la elaboración de alimentos, se compró algunos activos necesarios para la idea de negocio, y a su vez se abrieron puertas como emprendedores, a través de la cámara de comercio nos dieron la oportunidad de concursar frente a muchos proyectos innovadores de la región y nos otorgaron un premio por \$ 5.000.000 patrocinado por mansarovar energy, también concursamos con nuestro proyecto de emprendimiento en Colciencias nos aportaron \$ 4.000.00 y por la gobernación de

Boyacá nos apoyaron con accesorias técnicas, estos dineros se invirtieron en todo el proceso de toma de muestras, diseño de marca, publicidad, accesorias de ingenieros de alimentos, construcción de un medio de distribución entre otros. Como se proyectó la idea de negocio se generó empleo para 05 personas en el municipio de puerto Boyacá y dos vendedores en otros municipios, el negocio empezó a marchar muy bien, de tal forma que las ventas pasaron de 60 a 600 litros de yogur mensual, este rimo se mantuvo durante 06 meses obteniendo grandes resultados.

Hace un año se presentaron diferentes inconvenientes en el avance del proyecto, la sociedad familiar se liquidó ya que mi suegra se trasladó de ciudad, se presentaron perdidas en la producción y me vi obligado a detener por un tiempo el trabajo en el emprendimiento, y buscar otro tipo de ingresos para mantener los gastos familiares, despidiendo a las colaboradoras que estaban en su momento, junto a mi esposa hemos seguido trabajando en la idea de negocio a menos volumen de producción, siendo afectados por la pandemia del covid -19, una vez regresando la economía a punto estable inyectamos capital de trabajo para fortalecer este emprendimiento aplicando los conocimientos adquiridos en el proceso de formación universitaria, actualmente se está generando dos empleos, la visión avanzar a mayor escala y posesionar el producto en el mercado.

Justificación

Identificación y formulación del problema

¿Cómo mantener una microempresa de lácteos frente a la pandemia?

Dado a que la economía a nivel mundial varia constantemente, en Colombia el sector empresarial se ha visto fuertemente afectado, y en nuestra región hay una gran inclinación al sector petrolero el cual ha decaído en los últimos tiempos, por este motivo es necesario implantar en el mercado nuevas ideas de negocio, emprendedores con ganas de darle vida a sus proyectos.

Realizando un análisis de las materias primas abundantes en el sector, se identifica la leche como un producto abundante en el municipio de puerto Boyacá y teniendo como base la idea de negocio en la producción y comercialización del yogur en un municipio de 55286 habitantes se opta por trabajar con este proyecto, el cual consiste en la producción de yogur natural sin conservantes, con un componente innovador el cual consiste en traer al consumidor sabores no comunes en la región como lo es café, maracuyá, uva, mora, guanábana, piña, arequipe, ron con pasas, entre otros y sabores tradicionales como lo es fresa y melocotón, atendiendo a la necesidad de muchos consumidores que se les han prohibido el consumo de azúcares agregados, a causa de enfermedades como lo es la diabetes, obesidad y sobre peso, les preparamos un yogur natural sin azúcar, en su efecto personalizado sin fruta y/o endulzado con stevia.

De esta manera se puede lograr un impacto económico en el municipio, obtener una fuente de ingresos que benefician a sus propietarios, futuros colaboradores y a la población en general.

▪ *Situación Actual*

“La elaboración de yogur requiere la introducción de bacterias ‘benignas’ específicas en la leche bajo una temperatura y condiciones ambientales controladas (muy cuidadosamente en el entorno industrial). Si no se tiene en cuenta estos aspectos muy posiblemente la textura no quede en el punto adecuado, El yogur natural o de sabores de textura firme, requiere de una temperatura de envasado de aproximadamente 43 °C. en nuestro caso aplicamos cultivo a los 47 °C, Y pasar por un proceso de fermentación en cámaras calientes a 43 °C. Para obtener el grado óptimo de acidez; este proceso puede llegar a durar aproximadamente cuatro horas. Una vez obtenida, debe enfriarse hasta los 5 grados para detener la fermentación. El orden podría variar según sea el clima, el procedimiento y la acidez o PH de la leche. En los yogures batidos, los de textura cremosa, con o sin frutas, con o sin azúcar, el proceso es diferente, en cuanto la fermentación se realiza en depósitos, previo al proceso de envasado, que se realiza en frío, por lo que no necesita de fermentación posterior. Este es nuestro caso y la forma como aplicaría para lácteos el mana. Las bacterias utilizan como fuente de energía la lactosa o azúcar de la leche, y liberan ácido láctico como producto de desecho; este provoca un incremento de la acidez que hace a su vez que las proteínas de la leche precipiten, formando un gel. La mayor acidez (pH 4-5) también evita la proliferación de otras bacterias potencialmente patógenas. Para nuestro yogur se compra con anterioridad todos los ingredientes a acepción de la materia prima fundamental, el día de realizar la producción, una vez se ha realizado el debido mantenimiento de la plata de producción, se hierve la leche, se deja reposar a una temperatura de 47 °C, se le aplica la base de yogur, mientras reposa la leche se realiza el proceso de cocción de las frutas las cuales se agregan al final, luego de pasar entre 7 y 10 horas en fermentación se procede a realizar el batido, empaquetado de los diferente sabores, refrigeración y por ultimo su comercialización.

1.1 Objetivo General y Específicos:

▪ General

Posicionar a Lácteos y yogures el Mana, en el mercado de puerto Boyacá, expandiendo su comercialización a los municipios cercanos y zonas rurales.

▪ Específicos

1. Crear una estructura organizacional identificando las personas responsables de cada proceso.

2. Diseñar manual de operaciones que permitan tener procesos en menor tiempo con mayor efectividad.

3. Proyectar un flujo de efectivo que permita ejecutar operaciones constantes aumentando el porcentaje de ingresos de una manera gradual.

1.1.1 Marco teórico y legal.

▪ Marco Teórico

Son diversas las investigaciones acerca de la producción de lácteos y derivados de la leche, en nuestra zona de puerto Boyacá es uno de los productos que abunda ya que es una región de ganadería y se obtiene la leche como materia prima para luego ser procesada. Como lo dice el marco teórico de blanca patricia medina en proyecto de tesis el cual especifica los “LÁCTEOS Y DERIVADOS. A continuación, se muestra una explicación detallada de la materia prima esencial en la elaboración de los productos lácteos. Según el libro “Biblioteca Agropecuaria Volvamos al campo” (Ramírez, 2006, Pág. 863) La Leche tiene un sabor ligeramente dulce y un aroma delicado. El sabor dulce proviene de la lactosa, mientras que el

aroma viene principalmente de la grasa. La acidez promedio de la leche cruda fresca es de 0.165%. En conclusión, según la investigación realizada en (Wikipedia Enciclopedia Libre) La leche es la base de numerosos productos lácteos, como la mantequilla, el queso, el yogur, entre otros. Es muy frecuente el empleo de los derivados de la leche en las industrias agroalimentarias, químicas y farmacéuticas en productos como la leche condensada, leche en polvo, caseína o lactosa. Está compuesta principalmente por agua, iones (sal, minerales y calcio), hidratos de carbono (lactosa), materia grasa y proteínas. II. La Leche y sus características Según el libro “Lactancia y Ordeño” (Wattiaux, 1996, pág. Pag.17) La leche es una combinación de diferentes suspensiones de materia en agua. Contiene: Suspensiones coloidales de pequeñas partículas sólidas de caseína (micelas), una emulsión de glóbulos de grasa de la leche y de vitaminas liposolubles que se mantienen en suspensión, una solución de lactosa, proteínas solubles en agua, sales minerales y otras sustancias, Las micelas de caseína y los glóbulos de grasa le otorgan a la leche la mayoría de las características físicas (estructura y color) que se ven en los productos lácteos.

Química de la leche: La leche se compone de agua como también de carbohidratos, proteínas, grasas y vitaminas, a continuación, se detalla el porcentaje que contiene la leche de cada uno de estos minerales y vitaminas. Según el libro” Lactancia y Ordeño” (Wattiaux, 1996): Agua (90%), Carbohidratos (lactosa²), Proteínas (3.0 y 4.0% del peso total de la leche o 30-40 gramos por litro), Caseína (80% de la proteína de la leche), Proteínas séricas (afectadas por el calor y menos afectadas por los cambios de acidez), Grasa (3.5 a 5.25 % de la leche) la grasa se encuentra presente en la leche como pequeños glóbulos en suspensión en el agua, Vitaminas (A, D, E y K son transportadas en la leche), Células en la leche (las cantidades mayores de medio millón por mililitro, existe una razón para sospechar de mastitis). El color blanco de la leche se

debe a las micelas de caseína que reflejan luz, lo que otorga el color blanco de la leche. Y el color amarillento de la crema lo dan los carotenos de grasa. En relación al punto de congelamiento se encuentra afectado por los sólidos disueltos, que hacen que la leche se congele cerca de medio grado menos que el agua. Acerca del pH, la leche posee rangos normales entre 6.6 a 6.8 su pH. Si el pH cae a 4.7 a temperatura ambiente, las proteínas se coagulan. 13 III. Calidad y manejo de la leche Según el libro “Lactancia y ordeño” (Wattiaux, 1996) La leche es un producto altamente perecedero. Debe ser manejado correctamente desde el momento del ordeño si va ser enviada a la planta o al consumidor en condiciones óptimas. Desde la vaca a la planta procesadora Según el libro “Lactancia y ordeño” (Wattiaux, 1996) Existen varios pasos antes de que la leche llegue a la planta procesadora esas etapas incluyen: 2 La lactosa es un disacárido constituido por una molécula de galactosa y una molécula de glucosa”

▪ *Marco Legal*

Resolución N° 2652 DE 2004: Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano. En ejercicio de sus atribuciones legales, en especial las conferidas por las Leyes 09 de 1979 y 170 de 1994, el numeral 3 del artículo 2° del Decreto 205 de 2003.

Decreto N° 60 de 2002: Por el cual se promueve la aplicación del Sistema de Análisis de Peligros y Puntos De Control Crítico - Haccp en las fábricas de alimentos y se reglamenta el proceso De certificación.

Decreto N° 616 de 2006: Por el cual se expide el Reglamento Técnico sobre los requisitos que debe cumplir la Leche para el consumo humano que se obtenga, procese, envase, transporte, Comercializa, expendi, importe o exporte en el país.

▪ ***Ministerio de la protección social***

Resolución N° 005109 DE 2005: Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y materias primas De alimentos para consumo humano. El Ministro de la Protección Social, en ejercicio de sus atribuciones legales, en especial las conferidas por las Leyes 9ª de 1979 y 170 de 1994 y el numeral 3 del artículo 2º del Decreto 205 De 2003.

Resolución N° 333 DE 2011 (10 de febrero de 2011): Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o Etiquetado nutricional que deben cumplir los alimentos envasados para consumo humano **EL MINISTRO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL** en ejercicio de sus atribuciones legales, en especial las conferidas en las Leyes 09 de 1979, 170 de 1994, y el Decreto-Ley 205 de 2003 y, **CONSIDERANDO:** Que el artículo 78 de la Constitución Política de Colombia, dispone: Serán Responsables, de acuerdo con la ley, quienes, en la producción y comercialización de Bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovechamiento a Consumidores y usuarios.

Resolución N° 02310 DE 1986 (24 de febrero de 1986): Por la cual se reglamenta parcialmente el Título V de la Ley 09 de 1979, en lo referente a procesamiento, composición, Requisitos, transporte y comercialización de los Derivados Lácteos. Transporte de alimentos Condiciones que deben cumplir los vehículos **Resolución No: 002505, septiembre 06/2004** Ministerio de Transporte.

Ministerio de transporte diario oficial 45.663 RESOLUCIÓN 002505 06/09/2004:

Por la cual se reglamentan las condiciones que deben cumplir los vehículos para Transportar carne, pescado o alimentos fácilmente corruptibles El Ministro de Transporte, en ejercicio de sus atribuciones legales, en especial las conferidas por la Ley 769 de 2002 y el Decreto 2053 de 2003.

Resolución N° 0004142 de 2012: Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que deben cumplir los materiales, objetos, envases y equipamientos metálicos, destinados a entrar en contacto con alimentos y bebidas para consumo humano en el territorio nacional.

1.1.1.1 Metodología

“Business Model Canvas” (BMC) es la metodología aplicada para esta investigación (Alexander Osterwalder/ Yves Pinneur) “modelo de negocio una descripción de como una organización crea, entrega y captura valor.

Lienzo con distintos apartados interrelacionados entre ellos que cubren todos los aspectos básicos de un negocio: para este caso se evidencia la metodología usada en lácteos el mana.



Ilustración 1; metodología aplicada en modelo de negocio lácteos el mana

Tipo y diseño de la investigación o del estudio

El tipo de investigación determinará los pasos a seguir del estudio, sus técnicas y métodos que puedan emplear en el mismo. En general determina todo el enfoque de la investigación influyendo en instrumentos, y hasta la manera de cómo se analiza los datos recaudados. El diseño constituye la estructura de cualquier trabajo científico. Brinda dirección y sistematiza a la investigación de tipo descriptiva y explicativa y el enfoque cuantitativo y cualitativo.

▪ *Población*

Puerto Boyacá cuenta con un número de Habitantes de 55.286 habitantes entre niños, hombres, mujeres cabezas de familia y ancianos. Donde funciona la microempresa de lácteos el mana abarcando la diferente población y su gran número de clientes de acuerdo a los diferentes gustos. Se pueden describir aquí también los criterios inclusivos y exclusivos para la integración de las muestras, si es el caso. Dentro de la población se realiza con base a los diferentes estudios e investigaciones del consumo de los Lácteos. Para este caso se toma la base de clientes consumidores de yogurt natural

Muestra

Para este proyecto la muestra es la misma empresa de lácteos el mana porque es donde se desarrolla todo el emprendimiento, tomando como base los diferentes gustos de cada consumidor.

▪ **Procedimiento**

Indicar el detalle paso a paso del desarrollo propio de la investigación, partiendo desde el diseño experimental hasta la forma de análisis de datos y generación de conclusiones y recomendaciones...

▪ **Cronograma de actividades**

CRONOGRAMA DE INVESTIGACION (MESES SEMANA) 2020																																				
ETAPA	N	ACTIVIDAD	SEPTIEMBRE							OCTUBRE							NOVIEMBRE																			
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
P L A N E A C I O N	1	introduccion a los requerimientos																																		
	2	conformacion de grupos de trabajo																																		
	3	recopilacion dela informacion																																		
	4	definicion de la metodologia de investigacion																																		
	5	selección de la linea de emprendimiento																																		
	6	investigacion del mrco teorico																																		
	7	elaboracion del anteproyecto																																		
	8	tutoria del profesor																																		
	9	revisión del cuerpo de trabajo																																		
	10	revisión del avance del trabajo																																		
	11	definicion de la poblacion y muestra																																		
	12	presentacion del proyecto																																		

Ilustración 2; cronograma de actividades proceso de planeación

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES (MESES SEMANA)																																
ETAPA	N	ACTIVIDAD	MARZO							ABRIL							MAYO							JUNIO								
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
E J E C U C I O N	1	lineamientos opciones de grado																														
	2	ejecucion matriz Flor																														
	3	ejercicio del contadorpublico e investigacion																														
	4	definicion de la metodologia de investigacion																														
	5	avance del plan de trabajo																														
	6	primera parte del informe																														
	7	ejecucion del diseño metodologico																														
	8	Planteamiento del problema																														
	9	Avance en la metodologia de la investigacion																														
	10	ejecucion del segundo informe																														
	11	elaboracion de plantilla																														
	12	modelo y presentacion Final																														

Ilustración 3; cronograma de actividades proceso de ejecución del proyecto

1.1.1.1.1 Resultados

Impacto económico:

Desde el punto de vista de circulación financiera la implementación de este proyecto afecta positivamente a la economía del municipio de puerto Boyacá y sus alrededores, ya que, desde el proceso de compra de la fruta, azúcar, los empaques, la leche, esencias, etiquetas etc... Estamos apoyando a los comerciantes de estos productos, aumentando el porcentaje de sus ventas.

Por otra parte, estamos generando ingresos para otras personas ya que en las diferentes veredas. Contactamos a una persona a la cual le entregamos el producto a un menor precio para su comercialización a un precio mayor generando una utilidad o ganancias.

En el caso personal lograría obtener una independencia económica generando ingresos para el sostenimiento de mi familia y obtener una mejor calidad de vida. Desde el punto de vista del comercio legal se incentiva a las personas a generar proyectos de emprendimiento y nuevas formas de reactivarse económica mente, buscando nuevas formas de sustento

Conclusiones

Uno de los grandes errores de los emprendimientos, es que se plantea una idea de negocio, pero no se realizan estudios de mercado previos a ejecutar la inversión. Se omiten algunos factores importantes como reconocer con exactitud los costos fijos, costos variables. Diferenciar los gastos de los costos, determinar su punto de equilibrio, por lo general el emprendedor o comerciante apunta a obtener una rentabilidad, saca lo que gasta en las compras y lo que le queda lo toma como ganancia, asumiendo que su utilidad es mayor a la real, Este tipo de comportamiento es muy común, dado que microempresario no invierte en educación financiera, y se proyecta es a la producción y comercialización de sus productos. Por lo general este tipo de emprendedor busca recursos de financiación, pero una vez que se le agota el dinero, necesita más para seguir operando, quizás evidenciando buenas ventas, pero no sabe si en realidad está perdiendo o ganando, este desorden lleva al emprendedor o microempresario a tomar malas decisiones.



Por estas razones antes mencionadas es muy importante realizar estudios del mercado y contar con los conocimientos necesarios para ejecutar emprendimientos sólidos con una proyección a largo plazo.

Con la elaboración de este Proyecto me permito, fortalecer mi idea de negocio en la cual he venido trabajando hace un par de años, y que con un poco de dificultades sé que veré mi proyecto ejecutado en su totalidad, con la mentalidad de independizarme y poder generar empleo a varias personas en el municipio de puerto Boyacá y alrededores.

CAPÍTULO II

2 Análisis Pestel

FACTORES EXTERNOS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>FACTORES POLITICOS:</p>	<p>En primer lugar, garantizar la absorción industrial de la leche producida en el país, a través de contratos de proveeduría que fortalezcan el vínculo entre productor e industria. En segundo lugar, y directamente relacionado con el anterior, tener un precio de compra para los volúmenes adicionales de producción, con referencia a los precios internacionales más competitivos. Tanto los volúmenes adicionales de la producción como su precio de compra, deberán ser definidos a través de un estudio técnico económico elaborado por un ente imparcial.</p> <p>En tercer lugar, promover la exportación de los volúmenes de producción adicionales que entren al sistema formal, para consolidar al país como potencia exportadora de leche y derivados lácteos.</p>	<p>Existen amenazas al igual que falencias en competitividad, pero también una cultura ganadera y lechera posicionada a nivel nacional, así como un eslabón industrial que invierte continuamente en tecnología de proceso y desarrollo de productos Lácteos.</p> <p>En medio del proceso de apertura comercial en el que nos encontramos hay riesgos, en los cierres del comercio la decadencia de la economía que se ha visto altamente afectada el Gobierno nacional y local frente a la pandemia de covid-19</p>
<p>FACTORES ECONOMICOS</p>	<p>De 2012-2017 se han atendido cerca de 70.000 productores en 16 Departamentos del país, dentro de los cuales se encuentran las 4 cuencas lecheras (Cundinamarca, Boyacá, Antioquia y Nariño.</p> <p>A nivel nacional Se aumentó a 3.567 millones de litros, el volumen de leche que pasa por control de calidad.</p>	<p>El diseño de instrumentos y acciones para fortalecer el desarrollo de las Mis pymes lácteas, es muy bajo cada vez está más focalizado a atender la transición de las empresas grandes que generan desarrollo sostenible.</p> <p>Poca orientación a generar “valor agregado”, innovación, mayores ingresos y por tanto</p>

	<p>373 familias de pequeños productores de leche atendidas por el programa Alianzas Productivas hasta el 2017.</p>	<p>calidad de vida a la población que tiene definido su desarrollo y bienestar a partir de esta agroindustria como lo es el yogur natural.</p>
<p>FACTORES SOCIALES</p>	<p>Se estima que más de 750 millones de personas en todo el mundo se dedican a la producción de leche. Lo que representa una muy amplia oportunidad de obtener la materia prima para la producción del yogur. El sector lechero proporciona más empleo por unidad de producción de leche en los países en desarrollo que en los países desarrollados. Esto es debido principalmente a que los países desarrollados tienen sistemas de producción con un mayor empleo de tecnología y un menor uso de mano de obra.</p>	<p>Por la restructuración de la sociedad en cuantas nuevas ideas de negocio, se presenta un fenómeno al evidenciar el aumento de personas que están produciendo yogur casero en búsquedas de obtener ingresos para sus familias.</p>
<p>FACTORES AMBIETALES</p>	<p>Dentro de factores ambientales que pueden afectar de manera positiva la producción de yogurt natural de lácteos el mana es la temperatura, la cantidad de oxígeno presente, ya que este tipo de bacterias se desarrollan mejor en ambientes sin o con poca cantidad de oxígeno (anaerobiosis).</p>	<p>Como es bien sabido el proceso de fabricación de Yogurt requiere de una temperatura media -tibia- de unos 40 a 45 °C para facilitar el proceso de acción de los Lactobacillus acidó filos y los Streptococcus Thermophilus, siendo favorecidos además por los espacios oscuros y húmedos</p>
	<p>Lácteos el Mana ha tenido la oportunidad de contar con asesoría legal en cuanto los procedimientos para la elaboración de productos lácteos como lo es el yogur, Dentro esta actividad se rige por algunas leyes como la ley 9 de 1979 que nos habla de las medidas sanitarias, decreto 60 2002,</p>	<p>Como es una microempresa que está empezando, a desarrollarse no contamos con algunos factores regidos por ley como lo es la certificación del invima.</p>

FACTORES LEGALES	por el cual se promueve la aplicación del Sistema de Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico - Haccp en las fábricas de alimentos y se reglamenta el proceso De certificación. Resoluciones como la resolución número 333 de 2011, Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado nutricional que deben cumplir los alimentos envasados para consumo humano.	
-------------------------	--	--

2.1 *Análisis del mercado*

▪ **Análisis del sector**

En el municipio de puerto Boyacá se ha aumentado el consumo de yogur en los últimos años esto ha ocasionado que el número de productores también aumente, En los últimos cinco años este mercado ha tenido un crecimiento de 35,7 %, y mueve más de \$918 mil millones según datos de Investigación Euro monitor International. Entre 2011 y 2016 el consumo de leche UHT creció un 61.8 %, al pasar de 529,5 a 856,8 millones de litros, con un promedio anual del 10,1 %.

En Colombia el mercado lácteo movió \$10,6 billones, esta cifra se debe al alto consumo de este tipo de productos en la canasta familiar. Euro monitor reveló que un colombiano gasta en promedio \$25 mil 625 en yogurt al año, este indicador proyectado a 2021, permitirá que el consumo per cápita llegue a \$28 mil 109. Actualizar años|

Además, las cifras provenientes de la Unidad de Seguimiento de Precios del Ministerio de Agricultura muestran un importante crecimiento en el consumo local de leche y sus derivados.

El consumo de lácteos genera salud y una buena nutrición, por esta razón grandes compañías como El Pomar le apuestan al lanzamiento de nuevos productos como el yogurt ron

con pasas El colombiano destina cerca de \$214 mil anuales a productos lácteos y consume 41,6 kilogramos de esta categoría, incluyendo leche, quesos y yogur.

Según el informe de Euro monitor, además, evidenció que, el mercado en Colombia va creciendo en esta categoría "este incremento es una oportunidad de llegar a nuevos consumidores que están buscando alternativas de sabor diferentes, conservando la calidad de nuestros productos, esperamos vender en el trimestre una cifra cercana a los \$2.000 millones", manifestó Nelson Molano, gerente de El Pomar.

Además, predomina el consumo de productos lácteos frescos. Las leches líquidas –larga vida y pasteurizada– y los quesos frescos como el campesino o la doble crema representan los mayores volúmenes de comercialización de lácteos a nivel nacional.

Entre 2011 y 2016 el consumo de leche UHT creció un 61.8 %, al pasar de 529,5 a 856,8 millones de litros, con un promedio anual del 10,1 %. Se destaca el positivo desempeño de las categorías de leches entera, deslactosada, semidescremada y sus derivados, cifras otorgadas por Asoleche.

▪ ***Comportamiento***

Según recientes estudios de Euro monitor, el yogurt es una línea de negocio que mueve cerca de 470 millones de dólares y facturará 602 millones de dólares en 2023. Sus principales líderes son Alpina, Yogo Yogo y Bon yurt, con participaciones de 18.1%, 17.8% y 14.4%, respectivamente. A estas le siguen Regeneris y Algarra.

▪ ***Tendencia:***

El sector lácteo en Colombia se tiene la participación de casi un cuarto (24.3%) del PIB agropecuario, lo que representa un 1.23% del PIB total nacional. Además, en 2017 la producción de leche tuvo un incremento del 11% respecto al año anterior, evidenciando la mejora de la

industria en sus procesos productivos. Gracias a la implementación de nuevas tecnologías en la cadena productiva. Hasta 2020

2.1.1 Proyección a corto, mediano y largo plazo

▪ *Corto plazo*

Inicialmente en cuanto a la infraestructura se busca instalar unas cortinas que dividan la oficina del área de enfriamiento, realizar adecuaciones frontales del corredor en el mercado establecer contacto fijo con vendedores en los municipios aledaños.

▪ *Mediano plazo*

Crear rutas con tiendas de barrio y ventas fijas en Doradal, puerto triunfo, puerto libre, puerto Gutiérrez, lograr establecer mercado con proveedor de embaces biodegradables (tetra pack), que generen un impacto positivo al medio ambiente.

▪ *Largo plazo*

Registrar nuestra marca a nivel regional y nacional, obtener registró invima, conseguir un medio de transporte adecuado para transportar grandes cantidades de yogur, lograr tener una organización que genere empleo a muchas personas.

2.1.1.1 Mercado

▪ *Mercado Oferta*

La oferta determina la cantidad de un bien que los vendedores ofrecen al mercado en función del nivel de precio.

Lácteos El Mana actualmente por factores externos como la pandemia del covid -19 “bajo el nivel de su oferta” se busca volver a estabilizar un nivel de ventas de 600 litros de yogur

mensual, elevando a un total de 1000 litros por mes alcanzando los 12.000 litros anuales teniendo en cuenta los siguientes factores que tiene la oferta.

A. Precio del bien: Cantidad ofertada y precio se mueven en la misma dirección. Si el precio sube aumentaremos la oferta, en cambio si el precio baja la oferta también disminuirá.

Cuando baja el precio del yogur líquido disminuye la rentabilidad que obtenida también disminuye para mitigar estos procesos estamos creando diferentes productos que satisfagan la necesidad de los clientes como yogur griego, yogur sin dulce, postres de yogur, yogur en bebida personal. Esta relación paralela de cantidad ofrecida y precio determina que la curva de oferta tenga pendiente positiva.

B. Precios de los factores (recursos utilizados en su fabricación): Si sube el precio de los factores aumenta el coste de fabricación con lo que la rentabilidad obtenida por la microempresa se reduce. Por tanto, la relación de esta variable con la oferta es inversa:

Si sube el precio de los factores disminuye la cantidad ofertada y si baja el precio aumenta.

C. Tecnología: tecnología y cantidad ofertada se mueven de forma paralela. Una mejora tecnológica conllevará una disminución del coste de fabricación, aumentando la rentabilidad del producto. Esto impulsará a la microempresa a aumentar su oferta.

D. Las expectativas: su influencia en la oferta es similar a la que se vio al analizar la demanda. Las expectativas, según cual sean (subidas o bajada prevista del precio del bien, cambios de gustos, tendencia al alza o a la baja del coste de los factores, etc.), pueden favorecer o perjudicar la cantidad ofertada.

- ***Mercado la demanda***

La demanda del yogur determina la cantidad del producto que la población desean comprar para cada nivel de precio, para mitigar este fenómeno lácteos el mana tiene yogures en diferentes precios y cantidades con algunos componentes diferenciales frente a la competencia como por ejemplo la variedad de sabores, se da la posibilidad al consumidor de preparar el yogur con el sabor de su fruta favorita, como la maracuyá, uva, borojo, mora, fresa, melocotón, limón, etc., o sabores que las personas tienen por preferencia como el café, arequipe, ron con pasas y frutos rojos, se prepara este tipo de yogur siempre buscando satisfacer al cliente ya que está determinada por una serie de variables:

A. Precio del bien: La cantidad demandada se mueve de forma inversa al precio: si el precio de un bien sube se demanda menos, mientras que si baja su demanda aumenta.

B. Renta: Normalmente si aumenta la renta del consumidor aumenta también la cantidad demandada de un bien. Este es el comportamiento que presenta la mayoría de los bienes, a los que se denomina "bienes normales".

Pero cabe la posibilidad de que al aumentar la renta del consumidor disminuya su consumo de un determinado bien; son los llamados "bienes inferiores". El mayor poder adquisitivo del consumidor le permite sustituirlos por otros de mayor calidad.

C. Precio de los bienes relacionados: distinguiremos entre bienes sustitutivos y bienes complementarios.

Bien sustitutivo es aquel que puede satisfacer la necesidad del consumidor prácticamente igual que el bien en cuestión (por ej. la leche es un bien sustitutivo del yogurt).

- ***Mercado potencial***

En el mercado del yogur natural, lácteos El Mana busca llegar a todas aquellas personas que sean tolerantes a la lactosa, que tengan la capacidad de compra un producto saludable con un precio entre \$ 2.500 a \$ 14.000 especialmente donde hay familias numerosas ya que por la experiencia obtenida en los años de operación se ha identificado que los niños son muy buenos consumidores del producto.

La población en puerto Boyacá es bastante extensa para expandir esta idea de negocio ya que cuenta con más de 55.286, sin contar municipios aledaños de los departamentos vecinos como Antioquia, caldas y Cundinamarca.



Ilustración 4; información tomada página alcaldía puerto Boyacá

Es una excelente población para extender la comercialización del producto

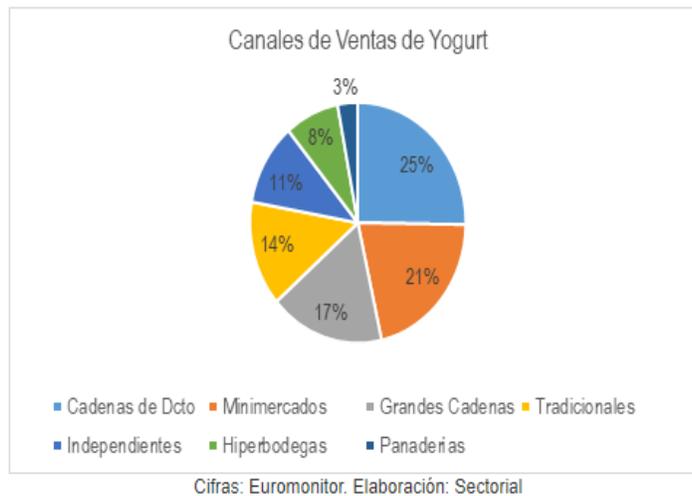


Ilustración 5; departamentos aledaños a puerto Boyaca extraída Diagnóstico socioeconómico del Magdalena Medio, Colombia, angelfire.com

▪ **Consumo aparente**

Según recientes estudios de Euro monitor, el yogurt es una línea de negocio que mueve cerca de 470 millones de dólares y facturará 602 millones de dólares en 2023. Sus principales líderes son Alpina, Yogo Yogo y Bonyurt, con participaciones de 18.1%, 17.8% y 14.4%, respectivamente. A estas le siguen Regeneris y Algarra.

En 2018 el consumo per cápita de yogur en Colombia fue de 3.4 kilogramos, ubicando al país en el puesto 10 del ranking de las naciones con mayor consumo y su principal canal de ventas fueron las cadenas de descuento.



De acuerdo con la investigadora kantar worldpanel "pese a que en el cuarto trimestre de 2018 se recuperó la canasta, los lácteos cayeron y el yogur mostró la mayor contracción".

Ilustración 6; canales venta de yogurt

▪ **Estacionalidad en las Ventas**

Se puede evidenciar variación en las ventas, teniendo en cuenta factores como precios de la materia prima, el nivel de consumo, el comportamiento de la economía, la tasa de desempleo. Estos valores representados en la siguiente grafica son históricos referente al año anterior, y que nos muestran como para el sector de yogur la comercialización puede ser más oportuno en algunos meses en otros no tanto como diciembre y enero. Estacionalidad en ventas: en el

periodo de inicio escolar las ventas aumentan a un nivel mayor ya que muchos padres de familia compran el producto y les sirve de desayuno para los niños. Los mejores meses son febrero, marzo, abril, mayo agosto, septiembre y octubre,

Figura 1



Figura 2; diseño propio de acuerdo a los resultados históricos

2.1.1.1.1 Cliente

1. Segmentación de mercado: con las diversas necesidades que dan a conocer los consumidores; a la vez desarrollan sus actividades en base con los tipos de segmentación por comportamiento ya que ellos analizan los beneficios deseados del producto que ofrecen y a la vez trabajan con la tasa o porcentaje a la que el consumidor utiliza dicho producto y el otro tipo de segmentación es el demográfico en el cuál toman en cuenta la edad, género, raza, etc.

2. Estructura de mercado: en base a los números de productores que existen en el mercado; se busca ofrecer un producto diferenciado; con grado de control del precio y con la existencia de variedad del producto.

3. Tipo de spot: Va enfocado a consumidores de todas las edades ya que este yogurt no está hecho para una edad específica, cualquier miembro de la familia lo puede consumir, ofrecemos diversas presentaciones y variedad de sabores.

4. Necesidades: El consumidor encuentre algo rico, saludable, que satisfaga su necesidad, alimentación y de a su vez ingerir vitaminas.

5. Motivación: Radica en el hecho de que al beber el yogurt natural nos atrevemos a algo diferente, siempre mejor. Motiva a la libertad de escoger lo que realmente queremos tomar y para la salud de nuestro organismo.

6 Aprendizaje: Con lácteos y yogures el mana.

▪ **Investigación nicho del mercado**

Atraves de entrevistas a diferentes clientes de nuestros productos realizamos una encuesta para determinar varios factores como calidad, precio, expectativas del cliente, preferencia en sabores y a través de este estudio podemos tomar decisiones como el lanzamiento de un nuevo producto al mercado.

ENCUESTA: Cantidad total de entrevistados es 35 personas de los diferentes barrios de Puerto Boyacá.



Ilustración 7; encuesta propia formulario de google a los clientes

Ha probado los productos de lácteos el mana?

35 respuestas

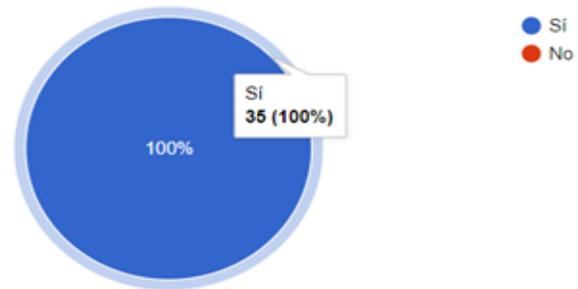


Ilustración 8; encuesta propia formulario de google a los clientes

Conoce los beneficios del yogurt natural

35 respuestas

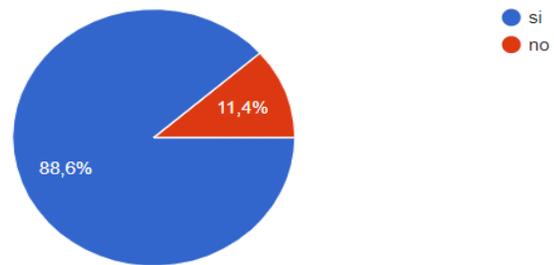


Ilustración 9; encuesta propia formulario de google a los clientes

Si ha consumido nuestros productos han cumplido con sus expectativas ?

35 respuestas

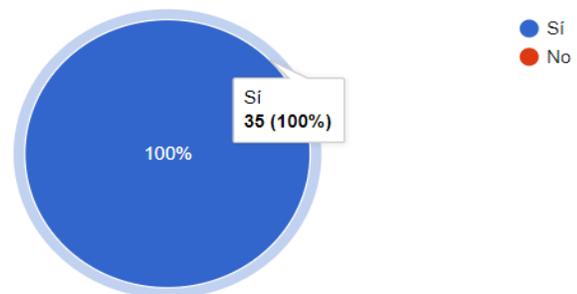


Ilustración 10; encuesta propia formulario de google a los clientes

Recomendaría los productos de lácteos el maná a sus amigos y familiares ?

35 respuestas

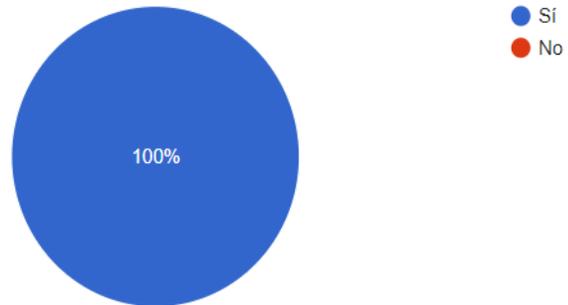


Ilustración 11; encuesta propia formulario de google a los clientes

Está de acuerdo con el precio del producto ?

35 respuestas

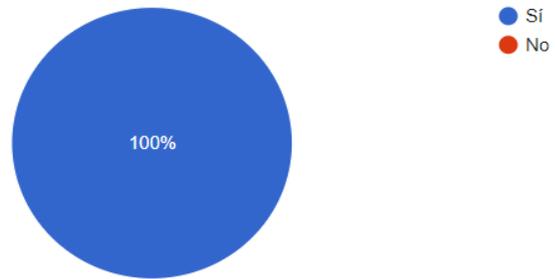


Ilustración 12; encuesta propia formulario de google a los clientes

Cual es el sabor de su preferencia?

35 respuestas

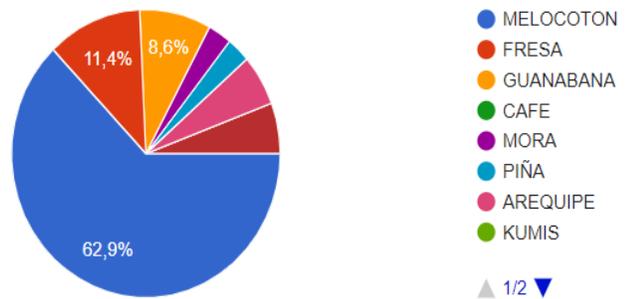


Ilustración 13; encuesta propia formulario de google a los clientes

De los siguientes sabores cuál le gustaría que lancemos al mercado?

34 respuestas

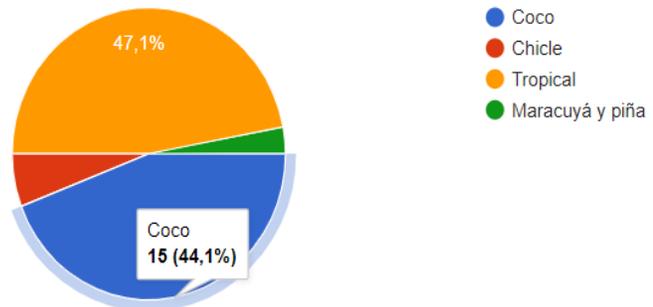


Ilustración 14; encuesta propia formulario de google a los clientes

Perfil del cliente

Rango De Edad: Entre 16 y 50 años

Sexo: Femenino y Masculino

Estado Civil: Casado(a), soltero(a), c/s hijos.

Nivel de Ingresos: de \$ 50.000 en adelante

Nivel de educación: primaria Secundaria completa y estudios superiores

Competencia

Lácteos la María

Lácteos Alpina

Lácteos Dinastía

Alquería

Lácteos Mayita

▪ ***Estrategias del producto***

Nuestra empresa se dedica a innovar con productos naturales derivados de la leche, disminuyendo las estadísticas de enfermedades que producen los conservantes y azúcares agregados al consumidor.



	Bebida Personal x 300ml	Contenido x 1000 ml	Contenido x 2000 ml
PRECIO DE COSTO	\$ 1.700	\$ 4.300	\$ 8.600
PRECIO DE VENTA	\$ 2.500	\$ 8.000	\$ 14.000

Descuentos

- A. 2 yogures x 1000 ml en diferentes sabores por el precio de uno de 2000 ml.
- B. 3 yogures x 300 ml por \$ 6.000.
- C. Por la compra de 5 o más yogures x 2000 ml (2ltrs) se obsequia un yogurt x 1000 ml.

Condiciones de crédito

Pago a 8 días, dependiendo de la antigüedad y el cumplimiento en el pago de sus créditos se otorgará un plazo de hasta 15 días sin interés moratorio.

Estrategia de precio

Aunque que el precio varía con algunas competencias del mercado, se pone el factor costo beneficio, proporcionándole un producto del agrado del consumir, diferente innovador, y dentro del estudio del mercado es el precio establecido ya que los componentes naturales son más costosos, que los artificiales, suele darle degustación al posible cliente cuando no conoce el producto, o cuando se lanza un nuevo sabor al mercado.

Plaza

La plaza no solo significa tus puntos de venta.

CONTENIDO DE LA 4TA UNIDAD PLAZA (DISTRIBUCION) Y PUBLICIDAD (COMUNICACION)



Ilustración 15; modelo de plaza extraído de MEZCLA DE MERCADEO La Mezcla de Mercadeo y las cuatro P's Producto Precio Plaza Promoción Calidad Descuentos Canales Publicidad, escolme.edu.co

También se debe incluir esta estrategia los canales de distribución y tus tiempos de entrega.

Es la variable de la mezcla de mercado que determina:

1. La ubicación del mercado donde se desarrolla toda la acción comercial.
2. Los canales de distribución en ese mercado que mejor llegan al público objetivo.
3. Desarrollo del sistema de transporte de transporte físico de los productos que ciña a los dos puntos anteriores.

Lácteos El Mana actualmente distribuye sus productos en una motocicleta, adecuada con una canasta plástica y dentro de ella

Una cava de icopor con varias pilas refrigerantes, que impiden que pierda su cadena de frío, a esta moto se le adapta un furgón pequeño, llegando de esta manera a los consumidores en

óptimas condiciones de entrega, generalmente se lleva a domicilio a la vivienda del cliente, o donde este lo solicite. La distribución actualmente se realiza dentro del municipio de puerto Boyacá, llegando a hoteles.

Se busca ampliar la cadena de producción, a su vez la cantidad de consumidores y lugares de distribución como tiendas supermercados y regiones aledañas, para ello se necesitaría un vehículo adecuado para el transporte.

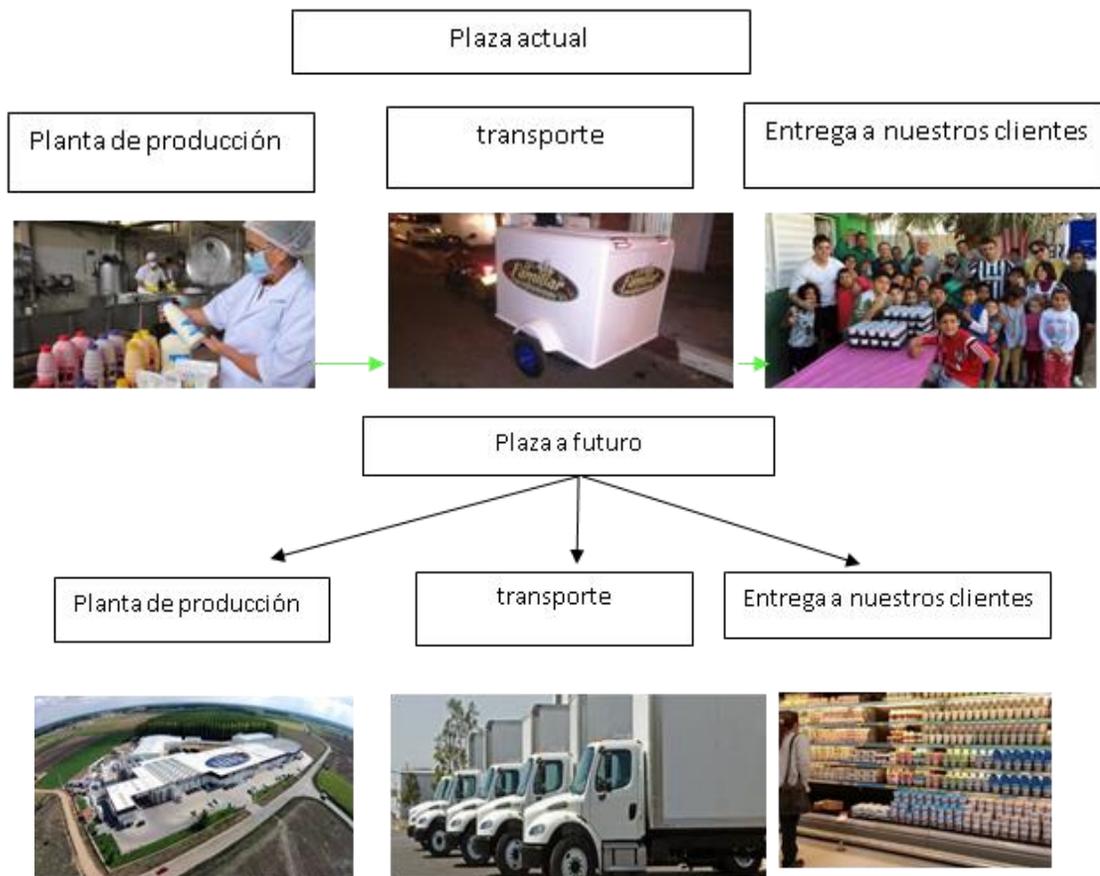


Ilustración 16; 17 folleto de imágenes extraídas internet plaza actual y futuro

Promoción

La promoción es el conjunto de actividades comerciales que la empresa realiza con el objetivo de incrementar las ventas de un producto durante un corto periodo de tiempo. (Regalos, descuentos, promoción entre otras)

Las promociones son esfuerzos no personales, que no están dirigidos a tener un impacto inmediato en las ventas. Están dirigidas a incrementar la demanda del consumidor, a estimular la demanda del mercado o a mejorar la disponibilidad del producto por un periodo de tiempo limitado. La importancia de publicidad es establecer y mantener la comunicación con los consumidores y con los intermediarios por conducto de los diferentes medios de comunicación.

Los objetivos promocionales están dirigidos a cumplir con lo siguiente:

Informar: a los compradores potenciales acerca de la existencia del producto y sus capacidades para satisfacer necesidades y deseos.

Recordar: a los usuarios actuales y anteriores la existencia del producto y sus diversas funciones en el consumo.

Persuadir: a los compradores en perspectiva, de que las cualidades del producto lo hacen digno de que se compre.





Ilustración 17; folleto de imágenes extraídas internet promoción actual y futuro

Estrategias de Aprovisionamiento

1. Elegir Varios proveedores que nos suministre la materia prima en caso de que por alguna razón la fábrica que siempre nos vende no pueda suministrarla.
2. Contar con la asesoría de un ingeniero de alimentos que nos dé necesarias para el desarrollo del proyecto.
3. Contar con apoyo de la cámara de comercio, las accesorias que nos ofrecen como afiliados y los diferentes apoyos que brindan las empresas que apoyan el emprendimiento.

Proyección de Ventas

PROYECCION EN VENTAS					
	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024
INGRESOS	\$ 5.600.000	\$ 25.200.000	\$54.000.000	\$46.400.000	\$63.750.000
PRECIO UNITARIO	\$7.000	\$ 7.000	\$ 7.500	\$ 8.000	\$ 8.500
CANTIDAD VENDIDA LTS	800	3600	7200	5800	7500



PRECIO DE VENTA		PUNTO DE EQUILIBRIO	
	costo de producción		
Precio de venta	unitario		
	<hr/>		
	1-(Margen de utilidad)	PE Unidades	CF
			<hr/>
			Pv unitario-Cv Unitario
Precio de venta	\$ 3.550		
	<hr/>		
	1-(0,49)	PE Unidades	3200
			<hr/>
			6700
Precio de venta	\$ 3.550		
	<hr/>		
	0,51	PE Unidades	0,47761194
Precio de venta	\$ 6.960,78		
			<hr/>

Referencias

- Bogotá, D.C. (2017, abril). *Elementos para la política láctea*. Cluster Lácteo de Bogotá-Región, Cámara de Comercio de Bogotá. <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-Lacteo-de-Bogota-Region/Noticias/2017/Abril-2017/Elementos-para-la-politica-lactea>
- Condorchem Envitech. (2021, 9 agosto). *Tratamiento de aguas residuales de la industria láctea*. <https://condorchem.com/es/blog/tratamiento-de-aguas-residuales-de-la-industria-lactea/>
- Estetic, R. (2018, 8 junio). *La leche, ¿beneficiosa o perjudicial?* Estetic. https://www.consalud.es/estetic/nutricion/la-leche-beneficiosa-o-perjudicial_51457_102.html
- FAO. (2020). *Producción y productos lácteos: Cuestiones sociales y de género*. Fao.org. <http://www.fao.org/dairy-production-products/socio-economics/social-and-gender-issues/es/>
- Lizárraga, S. H. E. Y. L. A. (2016, 9 noviembre). *Análisis del estudio de mercado de yogurt Gloria - Monografias.com*. Monografías. <https://www.monografias.com/docs111/analisis-del-estudio-mercado-yogurt-gloria/analisis-del-estudio-mercado-yogurt-gloria.shtml>
- Minagricultura. (2018, 19 junio). *Industria del yogur sigue creciendo en Colombia*. Agronet. <https://www.agronet.gov.co/Noticias/Paginas/Industria-del-yogur-sigue-creciendo-en-Colombia.aspx>
- Ministerio de la protección social. (2020, 20 agosto). *RESOLUCION NUMERO 2652 DE 2004*. https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/RESOLUCI%C3%93N%202652%20DE%202004.

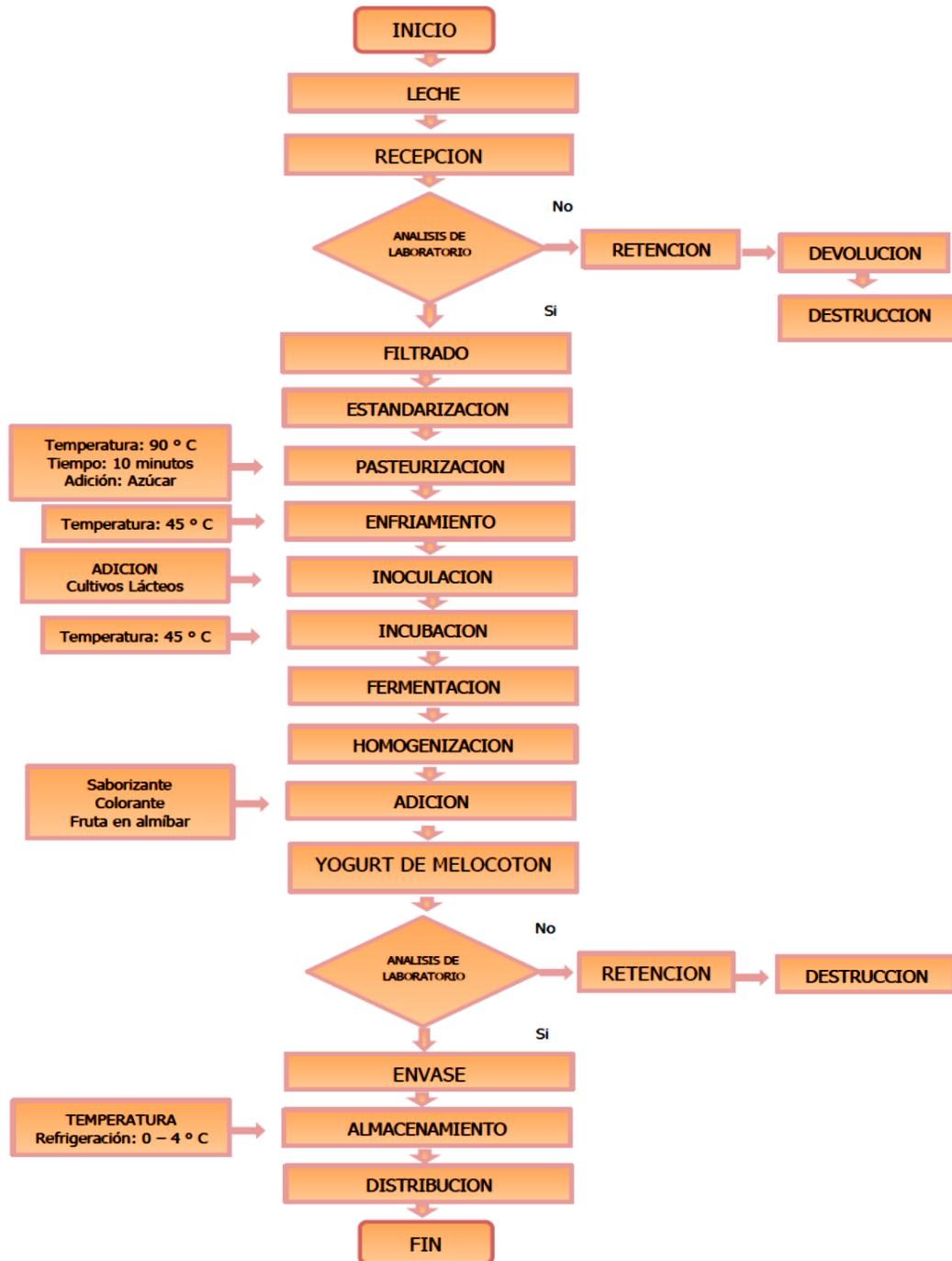
Anexos

Ficha técnica

ELABORADO POR:	LACTEOS EL MANA	FECHA:	
FICHA TECNICA			
NOMBRE DEL PRODUCTO	YOGUR NATURAL		
DESCRIPCION DEL PRODUCTO	El yogur es un producto lácteo de consistencia generalmente cremosa que se obtiene a partir de la fermentación.		
INGREDIENTES	Leche fermentada, azúcar, almidón modificado y cultivo lácteos.		
COMPOSICION NUTRICIONAL DEL PRODUCTO POR CADA 100 gramos	PROTEINAS	10g	
	GRASA	9 g	
	CARBOHIDRATOS	25g	
	CALORIAS POR CADA 100 GRAMOS	60g	
CARACTERISTICAS ORGANOLEPTICAS	OLOR		CARACTERISTICO
	SABOR		DULCE
	COLOR		DEPENDE DEL SABOR
	TEXTURA		LIQUIDA
PRESENTACION Y CONTENIDO NETO DEL PRODUCTO	ENVASE DE PLASTICO 2 LITROS		
CONSERVACION DEL PRODUCTO Y VIDA UTIL	TEMPERATURA DE REFRIGERACION 0c° a 4c°, DE OCHO A DIEZ DIAS		
REQUISITOS Y NORMALIZACION	INVIMA		

Anexo 1; ficha técnica diseño propio

DIAGRAMA DE FLUJO YOGURT



Anexo 2; flujo grama del yogurt origen propio

Necesidades y Requerimientos

De acuerdo a la proyección del negocio se requieren los siguientes equipos y maquinaria para proyectar la idea de negocio en lácteos el Mana.

Tipo de activo	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Requisitos técnicos
Adecuaciones	Planta de producción, con adecuaciones, paredes con pintura epoxica, techo lavable.	1	\$ 25.000.000	Instrucciones, Dirigidas por el invima
Maquinaria y equipo	Estufas industriales	2	\$ 400.000	Industrial
Maquinaria y equipo	Refrigeradores Grandes	2	\$2.000.000	Industrial
Maquinaria y equipo	Ollas para la cocción de la leche	4	\$ 80.000	Industrial
Maquinaria y equipo	Enseres y utensilios de cocina	8	\$ 60.000	Industrial
Equipo de comunicación y computación	computador portátil	1	\$ 800.000	Oficina
Equipo de transporte	Motocicleta	1	\$ 4.000.000	Documentos al día
Muebles y enseres, otros	Sillas, nevera de agua	2	\$ 200.000	N/a
Otros	Papelería y otros	1	\$ 200.000	según Demanda

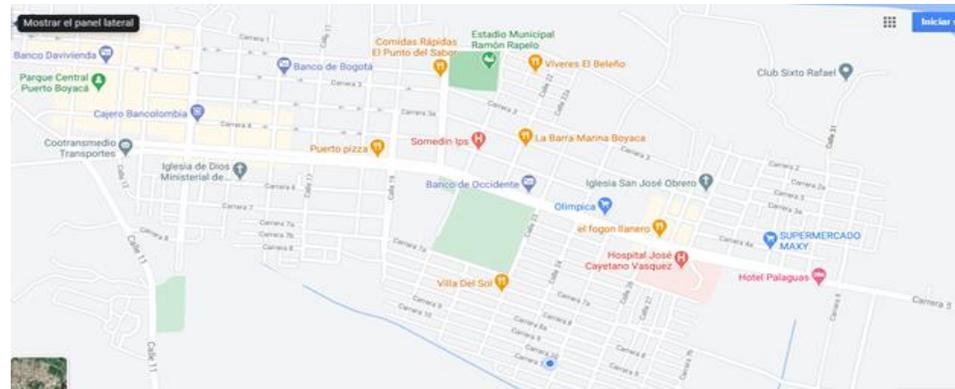


Ilustración 20; ubicación planta de producción puerto Boyacá

Plan de Producción

Para la producción de yogur natural será necesario contar con una serie de recursos importantes para su adecuado funcionamiento Necesitaremos de mano de obra calificada para la ejecutar las proyecciones propuestas y que se esperan alcanzar actualmente contamos con:

1 Líder de producción con la capacidad y la experiencia en el área.

1 estudiante de contaduría con conocimientos financieros y proyecciones de emprendimiento

1 auxiliar de producción y servicios generales

2 vendedoras comerciales.

De igual manera se requieren algunos de algunos recursos tecnológicos como un computador para llevar los registros de operaciones, compras y ventas.

- ***Costos de producción***

Materiales y suministros:

Clasificación de los costos en una producción 160 lts de yogur			
Materia Prima		Mano de Obra Directa	
Leche	\$208.000	Encargada de producción	\$40.000
Frutas	\$30.000		
azucar	\$43.200		
Colorantes	\$2.000		
Yogoyogo	\$40.000		
Esencias	\$8.000		
Total materia Prima	\$331.200		
Materia Prima Indirecta		costos Variables	
Envases Plásticos	\$112.000	Arriendo Instalaciones	\$80.000
Costos Fijos Anuales			
servicios públicos	\$35.000	Gastos de administración y venta variables	
		Publicidad	\$23.000
Gastos de administración Fijos		marketin	\$2.000
encargado de ventas	\$15.000		
auxiliar de servicios generales	\$30.000		
Producción total	160 lts		
Ventas Estimadas	\$1.120.000	TOTAL COSTOS	\$668.200

Figura 3; clasificación de los costos origen propio

▪ *Plan de compras*

Requerimos de una serie de insumos necesarios para la prestación del servicio de nuestro proyecto los cuales se describen a continuación:

DESCRIPCIÓN	DURACION ESTIMADA DEL CONTRATO	MODALIDAD DE SELECCIÓN	FUENTE DE LOS RECURSOS	CANTIDAD	VALOR TOTAL ESTIMADO
-------------	--------------------------------	------------------------	------------------------	----------	----------------------

Contratación vendedoras en diferentes municipios	5 años	privada	propios	1	20 % sobre las ventas individual
Arriendo de planta	5 años	privada	propios	1	\$ 1.300.000
mantenimiento flota de transporte	5 años	privada	propios	1	\$ 200.000
Envases plasticos	5 años	privada	propios	1	\$ 200.000

▪ **Estructura organizacional**

Organigrama

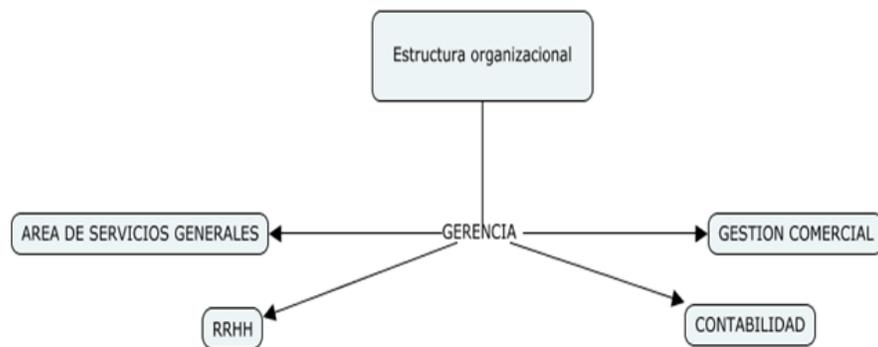


Figura 4; Organigrama lácteos el mana diseño propio

Cargos, perfiles y funciones

En el siguiente documento se relacionan los cargos establecidos según la estructura organizacional de la empresa Lácteos el Mana, la cual tiene su domicilio en el municipio de puerto Boyacá, los perfiles de cargo establecidos son los siguientes:

Gerente: (Alexis Joel Arango Buendía) Encargado del avance del proyecto, estructurar, diseñar, implantar y evaluar los procesos de producción y comercialización de los yogures.

Perfil: Contadores Públicos, Economistas, Abogados o Administradores de Empresas con más de (2) dos años de experiencia en las áreas de administración, gerencia y finanzas.

Encargada de producción: (Mardely yulissa Mosquera Moreno) planeación del proceso productivo, encargada del diseño de cantidades de materia prima, procedimientos de manipulación de alimentos, recepción y cocimiento de la materia prima.

Perfil: ingeniera, tecnóloga en alimentos.

Auxiliar de servicios generales. (Madelem Mosquera Lloreda)

Encargada de apoyar el proceso de producción y aseo en general de la planta y utensilios de cocina.

▪ Costos y gastos administrativos

GASTOS Y COTOS ADMINISTRATIVOS					
ITEM	Cantidades	Valor	MENSUAL	AÑOS	TOTAL
Computador	1	\$ 800.000	\$ 66.000	5	\$ 800.000
Papeleria	1	\$ 240.000	\$ 20.000	5	\$ 240.000
Impresora	1	\$ 700.000	\$ 700.000	5	\$ 700.000
Bombillos	1	\$ 10.000	\$ 2.000	5	\$ 10.000
Guantes	1	\$ 50.000	\$ 5.000	5	\$ 50.000
Tapabocas	1	\$ 60.000	\$ 5.000	5	\$ 60.000
TOTAL		\$ 1.860.000	\$ 798.000	30	\$ 1.860.000



Estados Financieros

LACTEOS Y YOGURES EL MANA NIT. 1054555824-1 ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020		LACTEOS Y YOGURES EL MANA NIT. 1054555824-1 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA A 31 DE DICIEMBRE DE 2020	
INGRESOS		ACTIVO	
Venta de Productos lácteos	11.447.500	DISPONIBLE	
TOTAL INGRESOS	11.447.500	EFFECTIVO	900.000
COSTOS		CUENTAS POR COBRAR	300.000
Compra de Materia Prima	5.609.275	INVENTARIO	200.000
Mano de Obra	480.000	ACTIVO CORRIENTE	1.400.000
TOTAL COSTOS	6.089.275		
UTILIDAD BRUTA	5.358.225	BIENES INMUEBLES	10.000.000
MENOS		VEHICULOS	2.500.000
GASTOS OPERACIONALES		MAQUINARIA Y EQUIPOS	2.500.000
GASTOS DE ADMINISTRACION		ACTIVO NO CORRIENTE	15.000.000
Manutención	0	TOTAL ACTIVOS	16.400.000
Operacionales Administrativos	480.000	PASIVO	
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	480.000	Pasivo Corriente	150.000
PERDIDA /UTILIDAD OPERATIVA	4.878.225	PROVEEDORES	150.000
GASTOS NO OPERACIONALES		PASIVO CORRIENTE	150.000
Financieros	100.000	PASIVO LARGO PLAZO	
TOTAL GASTOS NO OPERACIONALES	100.000	OBLIGACIONES FINANCIERAS	2.000.000
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	4.778.225	TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	2.000.000
IMPUESTOS		TOTAL PASIVOS	2.150.000
UTILIDAD NETA	4.778.225	PATRIMONIO	
		CAPITAL SOCIAL	
		PATRIMONIO	9.471.775
		RESULTADO DEL EJERCICIO	4.778.225
		TOTAL PATRIMONIO	14.250.000
		TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	16.400.000
LACTEOS Y YOGURES EL MANA	RAFAEL ENRRIQUE PATIÑO	LACTEOS Y YOGURES EL MANA	RAFAEL ENRRIQUE PATIÑO
NIT. 1054555824-1	Contador Publico	NIT. 1054555824-1	Contador Publico
	TP 196554-T		TP 196554-T

Figura 5; Estados Financieros 2020 lácteos el mana



LACTEOS Y YOGURES EL MANA
NIT. 1054555824-1
ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL
01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021

INGRESOS	
Venta de Productos lácteos	17.171.250
TOTAL INGRESOS	17.171.250
COSTOS	
Compra de Materia Prima	8.413.913
Mano de Obra	480.000
TOTAL COSTOS	8.893.913
UTILIDAD BRUTA	8.277.338
MENOS	
GASTOS OPERACIONALES	
GASTOS DE ADMINISTRACION	
Manutención	0
Operacionales Administrativos	550.000
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	550.000
PERDIDA /UTILIDAD OPERATIVA	7.727.338
GASTOS NO OPERACIONALES	
Financieros	150.000
TOTAL GASTOS NO OPERACIONALES	150.000
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	7.577.338
IMPUESTOS	
UTILIDAD NETA	7.577.338

LACTEOS Y YOGURES EL MANA
NIT. 1054555824-1

RAFAEL ENRIQUE PATIÑO
Contador Publico
TP 196554-T

LACTEOS Y YOGURES EL MANA
NIT. 1054555824-1
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
A 31 DE DICIEMBRE DE 2021

ACTIVO	
DISPONIBLE	
EFFECTIVO	1.200.000
CUENTAS POR COBRAR	350.000
INVENTARIO	400.000
ACTIVO CORRIENTE	1.950.000
BIENES INMUEBLES	11.000.000
VEHICULOS	2.000.000
MAQUINARIA Y EQUIPOS	2.300.000
ACTIVO NO CORRIENTE	15.300.000
TOTAL ACTIVOS	17.250.000
PASIVO	
Pasivo Corriente	4.800.000
PROVEEDORES	100.000
PASIVO CORRIENTE	3.000.000
PASIVO LARGO PLAZO	
OBLIGACIONES FINANCIERAS	2.000.000
TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	2.000.000
TOTAL PASIVOS	5.000.000
PATRIMONIO	
CAPITAL SOCIAL	
PATRIMONIO	4.672.662
RESULTADO DEL EJERCICIO	7.577.338
TOTAL PATRIMONIO	12.250.000
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	17.250.000

LACTEOS Y YOGURES EL MANA
NIT. 1054555824-1

RAFAEL ENRIQUE PATIÑO
Contador Publico
TP 196554-T