




ecofac linea light

Proyecto De Grado

Aroca Ardila Alizon Dahyan
Pachon Angel Luisa Fernanda
Tovar Morales Michel Zharick

Tutora: Marisol De La Rosa
Tapias

Ciencias Empresariales
Grado 11-01





Contenido

RESUMEN	7
CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	9
1.1 planteamiento del problema	9
1.2 formulación del problema	9
1.3 objetivos	9
1.3.1 Objetivo general	9
1.3.2 Objetivos específicos	10
1.4 justificación.....	10
1.5 cronograma	11
2. CAPITULO II: DISEÑO METODOLÓGICO	14
2.1 Diseño metodológico	14
2.2 enfoque de investigación	14
2.3 tipo de investigación.....	14
2.3.1 Investigación exploratoria	16
2.3.2 Cualitativa	16



2.4 población y muestra	16
2.5 instrumento de recolección de datos	17 3
CAPITULO III: DESARROLLO DEL TEMA	17
3.1 Proceso de elaboración de los productos	17
3.1.1 yogurt light	17
3.1.2 Queso light	18
3.1.3 Mantequilla light	18
3.1.4 Leche light	19
3.2 Esterilización de envases de vidrio	21
.....	21
3.3 Análisis del mercado	21
3.3.1 Geografía	21
3.3.2 Demografía	22
3.3.3 Psicografía	22
3.4 análisis de la competencia	22
3.5 Estrategias de mercado	23
3.5.1 Concepto del producto o servicio	23
3.5.2 Estrategias de distribución	24



3.5.3 Estrategia organizacional	24
3.5.4 Dofa	24
3.6 Misión.....	25
3.6.1 Visión.....	25
3.7 Presupuestos	26
3.7.1 costos y gastos	26
3.7.2 presupuestos de ingresos	26
3.7.3 Definición tipo de sociedad	28
3.7.4 Cargos	29
3.8 Presentación de análisis y encuesta	29
3.9 diseño de logo	36
4.1 Conclusiones	37
4.2 Evidencias	38
4.2 Glosario.....	39
4.4 Bibliografías	40



Tabla de ilustraciones

Ilustración 1.....	1
Ilustración 2.....	13
Ilustración 3.....	17
Ilustración 4.....	18
Ilustración 5.....	18
Ilustración 6.....	19
Ilustración 7.....	21
Ilustración 8.....	23
Ilustración 9.....	23
Ilustración 10	23
Ilustración 11	23
Ilustración 12	23
Ilustración 13	23
Ilustración 14	23
Ilustración 15	37
Ilustración 16	38
Ilustración 17	38
Ilustración 18	38
Ilustración 20	39
Ilustración 21	39
Ilustración 19	39



Contenido de tablas

Tabla 1 cronograma	11
Tabla 2 tipos de investigación	15
Tabla 3 análisis de competencia	23
Tabla 4 dofa	24
Tabla 5 costos y gastos	26
Tabla 6 valores	26
Tabla 7 ventas	27
Tabla 8 cargos	29

Tabla de gráficos

Grafica 1	29
Grafica 2	30
Grafica 3	30
Grafica 4	31
Grafica 5	31
Grafica 6	32
Grafica 7	33
Grafica 8	33
Grafica 9	33
Grafica 10.....	33
Grafica 11.....	34
Grafica 12.....	34
Grafica 13.....	35



Grafica 14.....	35
Grafica 15.....	35
Grafica 16.....	36

RESUMEN

El objetivo de este Proyecto es un plan de negocios para las ventas de la microempresa ECOLAC LINEA LIGTH que se dedica a la producción y comercialización de productos lácteos creando e innovando su recipientes reutilizados, siendo una empresa que se ha venido desarrollando en la ciudad de Bogotá D.C en la localidad de Usme ofreciendo productos como quesos, yogurt, y demás derivados de alta calidad teniendo ingresos y estrategias.

PALABRAS CLAVE

- Lácteos
- Reutilización
- Variedades
- Exploración
- Iniciativa

ABSTRACT



The objective of this Project is a business plan for the sales of the ECOLAC LINEA LIGHT micro-company that is dedicated to the production and commercialization of dairy products creating and innovating its reused containers, being a company that has been developing in the city of Bogotá dc in the town of Usme offering products such as cheese, yogurt, and other high quality derivatives having income and strategies.

KEYWORDS

- dairy products
- reuse
- varieties
- exploration
- initiative

INTRODUCCION

Este proyecto se realizó para cambiar la perspectiva que se tiene sobre los productos light a base de leche; se desea a incentivar a conocer un poco más sobre el desarrollo, nutrientes y beneficios de estos. Que la comunidad freirena salga de su zona de confort e innove su forma de alimentarse sanamente sin necesidad de tanta glucosa en sus alimentos, a las personas hiperglucemias a que dejen un poco de miedo al consentirse con yogures u otros productos ya que los nuestros brindaran nutrientes como el calcio, vitaminas A y D conteniendo propiedades naturales y como antes dicho con una proporción mínima de gluten.



En cuanto a la comunidad freireana aspiramos darles a conocer sobre este tema de manera concisa y así ellos aprenderán un poco más sobre la importancia de consumir alimentos de menor dulce. Realizando test de este proyecto de manera pedagógica y lúdica a los docentes de la institución colegio técnico distrital paulo Freire darles a conocer este proyecto realizando degustaciones a nuestra familia de los productos que se lanzaran de la línea light de una manera casera y nutritiva.

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

1.1 planteamiento del problema

En la actualidad vemos que la comunidad freireana tanto como como en los Padres de familia, estudiantes y docentes, No saben cuáles son los beneficios y nutrientes de los productos light.

1.2 formulación del problema

¿La comunidad freiriana tiene los conocimientos sobre la elaboración, beneficios y nutrientes de los productos derivados de la leche y su elaboración en casa?

1.3 objetivos



1.3.1 Objetivo general

Hacer productos light de buena calidad, que cumplan las Normas establecidas para entregar una mejor opción alimenticia y Nutritiva para los consumidores.

1.3.2 Objetivos específicos

2. Conocer las normas sanitarias que se necesita para realizar los productos Frescos y de calidad.
3. Aprender el proceso técnico y artesanal en la elaboración de los productos light Con leche de vaca.
4. Adquirir los conocimientos básicos del proceso y elaboración de los productos light, su almacenamiento y posteriormente.
5. Definir los elementos empresariales tales como misión, visión y valores corporativos, para identificar y diferenciar nuestro proyecto Ecolac.
6. Realizar un estudio de mercado en el cual se mida la viabilidad de los Productos Ecolac.



1.4 justificación

Este proyecto quiere salir a la luz porque es muy importante conocer Todos estos beneficios que nos ayudan a aportar nutrientes y vitaminas Para ayudar al desarrollo y fortalecer los huesos de nuestro cuerpo y Ayudar a reducir la contaminación por medio de la reutilización de embaces

Este proyecto es especialmente para ayudar a cuidar la salud de los Estudiantes del Paulo Freire con nuestros productos que contienen vitaminas Nutrientes que están envasados en recipientes reutilizables esterilizados.

Si no se considera este tema no entenderíamos porque un producto light hace Tanta nutrición en nuestro cuerpo. Y tampoco reutilizaremos Los recipientes, ni reduciremos la contaminación que hay en toda la Comunidad freireana

Cabe aclarar que ya tenemos los conocimientos contactos y experiencia con estos productos y embaces teniendo la certificación por parte de la secretaria de salud de **el certificado de manipulación de alimentos** siendo un grupo capaz de realizar estos productos y darlos a gustar con excelente calidad.

1.5 cronograma

Tabla 1 cronograma



ACTIVIDADES	RECURSOS NECESARIOS	ABR	MAY	JUN	JUL	AGOS	SEPT	OCT	NOV
presentación	Equipo de proyecto								
Planeamiento del problema	Materiales								
Objetivo general y específico	Conocimiento								
Justificación	Software, Hardware								
Cronograma	Dinero								

LINEA LIGHT

Plan de negocios



Ilustración 2



2. CAPITULO II: DISEÑO METODOLÓGICO

2.1 Diseño metodológico

Ecolac es un grupo de 3 integrantes quienes nos basamos en productos lácteos con el fin de obtener nuestra empresa. Ecolac se viene trabajando desde el año 2021 donde se viene investigando cada detalle para cumplir con un plan de calidad donde se ofrece productos lácteos en material reutilizable apto para alimentos. Nuestro proyecto se destaca por los productos lácteos como la leche, el queso, el yogurt y la mantequilla.

2.2 enfoque de investigación

Ecolac tiene competencia de manera directa e indirecta siendo la directa los proyectos de grado de alimentos o bebidas y de manera indirecta seria la cafetería y los proveedores siendo proyectos innovadores y nuevos, en el caso de la cafetería es directa ya que es un negocio que tiene la experiencia.

Como mercado objetivo se tienen los supermercados y mini mercados en Bogotá en la localidad de Usme; se escogen éstos, precisamente, porque en el desarrollo del proyecto se encontró la manera de tener acceso directo a dos mini mercados en la localidad de Usme, y es a través de estos que se decide comercializar toda la producción.



2.3 tipo de investigación

Tabla 2 tipos de investigación

Alcance	Propósito de las investigaciones	Valor
Exploratoria	Se realiza cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes	Ayuda a familiarizarse con fenómenos desconocidos, obtener información para realizar una investigación más completa de un contexto particular, investigar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras, o sugerir afirmaciones y postulados.



cuantitativa	Se entiende por investigación cualitativa aquella que se basa en la obtención de datos en principio no cuantificables, basados en la observación. Aunque ofrece mucha información, los datos obtenidos son subjetivos y poco controlables y no permiten una explicación clara de los fenómenos. Se centra en	La investigación cualitativa busca obtener datos no cuantificables basados en mucha información que se centra en aspectos descriptivos.
	aspectos descriptivos.	

2.3.1 Investigación exploratoria

Ecolac tiene un enfoque de investigación exploratorio ya que busca estudiar un problema que no está claramente definido en este caso la falta de conocimiento de los productos lácteos light, sabemos que este es un temas que muy pocas personas proporcionan una solución y tienen muy poco conocimiento.

2.3.2 Cualitativa

Nuestro proyecto quiere identificar el problema de investigación y el objetivo qué se quiere investigar y cuáles son los resultados esperados Para ello, es importante verificar primero si se necesita obtener informaciones sobre los productos light.



2.4 población y muestra

Después de un extenso análisis del sector barrio AltaVista zona quinta de Usme el grupo ecológico visitamos puntos de comercio donde manejarían productos lácteos light identificamos que una competencia directa y fuerte en mercadeo será el almacén éxito ubicado dentro del centro comercial AltaVista .pues es un punto muy reconocido y con variedad de clientes .Pero también analizamos que el almacén éxito no enfoca directamente a un solo producto, ni tampoco hacen énfasis especificando productos lácteos para salud, esta competencia directa maneja varias



marcas poco yogurt light maneja varios precios esto según varia por las marcas de donde vienen los productos .

2.5 instrumento de recolección de datos

2.5.1 técnicas de investigación

Las principales técnicas serán el internet y la encuesta digital ya que por medio de esto podemos mostrar dar a conocer e informar la investigación del proyecto que se está llevando a cabo, y la encuesta ya que esta nos permitirá conocer varios puntos de vista y recolectar información para implementar y mejorar en nuestro proyecto.

2.5.2 instrumento de recolección de datos

Los instrumentos que utilizaremos son las fuentes de internet los videos de apoyo ya que de estas nos brindaran más información para la realización de nuestro proyecto.

3 CAPITULO III: DESARROLLO DEL TEMA



3.1 Proceso de elaboración de los productos



17

Ilustración 3

3.1.1 yogurt light

1. Entibiar la leche. No calentar ya que caliente no se hace.
2. Transportar la leche a otro recipiente.
3. Agregarle el yogur y mezclar bien.
4. Dejar reposar bien tapado por 6 horas aproximadamente.
5. Pasadas las seis horas observaremos que está bien espeso e incluso a veces firme. Agregar el endulzante y la esencia de vainilla. Revolver bien.
6. Llevar a la heladera y disfrutar una vez frío Queda súper espeso y con un sabor delicioso y natural.
7. Esta es la versión light Se puede hacer también con leche entera, yogurt entero y azúcar.

3.1.2 Queso light



Ilustración 4

1. Echamos los tres yogures en el escurridor
2. lo metemos en la nevera lo dejamos 24 horas .Pasadas las 24 horas el yogur ha perdido todo el suero y nos queda cremoso.
3. Lo ponemos en un recipiente le echamos un poquito de edulcorante para quitarle el amargor.
4. un poquito de sal al gusto lo movemos todo bien y listo ya tenemos un queso light.



3.1.3 Mantequilla light

1. Vierte la nata líquida para montar en un contenedor grande.
2. A continuación, bate vigorosamente durante unos 10-15 minutos o hasta obtener la textura deseada.



Ilustración 5

3. Al batir vas a notar un líquido de color blanco que se desprende de la crema a medida que esta va obteniendo una textura más firme. Ese líquido es el suero y no lo vamos a necesitar. Sin embargo, si lo prefieres, lo puedes reservar para otras preparaciones.
4. Sigue batiendo con mucho cuidado hasta que la crema elimine la mayor cantidad de suero posible.
5. Cuando hayas eliminado el suero, agrega una pizca de sal y bate un par de minutos más.
6. Luego, cuando ya tenga una textura firme, pasa tu mantequilla casera por agua para facilitar la eliminación del suero restante. Coloca un tamiz fino para facilitar este procedimiento.



7. Tu mantequilla casera y saludable estará lista cuando ya se haya eliminado todo el suero.
8. Finalmente sólo debes poner tu mantequilla en un recipiente y mantenerla en el refrigerador. Bien conservada puede durarte hasta un mes.

3.1.4 Leche light

1. Asegúrate de que la leche no esté homogeneizada. A la leche de este tipo se le dividen las moléculas antes



Ilustración 6

- de enviarla a la tienda. Si la leche proviene directamente de la vaca, sabrás que aún no ha sido homogeneizada. Revisa la etiqueta de la leche comercial y asegúrate de que diga “no homogeneizada”.
2. Vierte la leche en un recipiente transparente y hermético, como un frasco con tapa. Escoge un recipiente que puedas cerrar de manera hermética. Un tarro, un táper o incluso una taza con film plástico encima servirán. Vierte la cantidad de leche que quieras descremar en el recipiente.
 3. Deja que la leche se asiente en el refrigerado por 24 horas. Guarda la leche en el recipiente dentro del refrigerador. La grasa subirá de manera natural hasta arriba y la leche no se alterará. Asegúrate de no agitar la leche o moverla de un lado a otro cuando se esté asentando.



4. Busca la “línea de la crema” en la leche. Una vez que se haya separado, podrás ver una capa de crema o grasa que flota en la parte superior del recipiente. La crema tendrá un color un poco más claro y podría tener burbujas.
5. Abre el recipiente y saca la crema con una cuchara. Saca la capa de crema con cuidado de la superficie de la leche con una cuchara. Puedes guardarla para usarla en una receta o echarla por el drenaje. No vayas a mezclar la crema nuevamente con la leche.
6. Guarda la leche descremada en el refrigerador y úsala antes de que pasen 7 días. Puedes tener la leche descremada en el recipiente que estabas usando o pasarla a uno aparte. Asegúrate de guardar la leche descremada a una temperatura fría en el refrigerador.

3.2 Esterilización de envases de vidrio



Ilustración 7

1. lava perfectamente los envases con el fin de eliminar todos los residuos.
2. Para sellarlos regresa los frascos a la olla y déjalos por 10 minutos bajo el agua caliente y listo.

Durante 24 horas no podrás moverlos, por lo que es necesario que se mantengan en un lugar fresco.



3. Deja los recipientes 10 minutos. Pasado el tiempo ayúdate de unas pinzas para ir sacando los recipientes esterilizados.

3.3 Análisis del mercado

Como mercado objetivo se tienen los supermercados y mini mercados en Bogotá en la localidad de Usme; se escogen éstos, precisamente, porque en el desarrollo del proyecto se encontró la manera de tener acceso directo a dos mini mercados en la localidad de Usme, y es a través de estos que se decide comercializar toda la producción.

3.3.1 Geografía

Ecolac estará enfocado en la localidad 5ta de Usme en el barrio porvenir dentro de la institución educativa paulo Freire en el sur de Bogotá d.c, en este sector de Bogotá no es muy común ver esta clases de producto ni mercado, esta población es de recursos bajos de estratos 1, 2 y 3 esto nos lleva a deducir que i encuentran estos productos eran con un costo muy elevado.

3.3.2 Demografía

Para el año 2019 de acuerdo con los indicadores del sector hábitat la población de la localidad de Usme es de 342.940 habitantes, siendo del El 82% de la población (277.666) menor de 49 años, lo cual beneficia a nuestro proyecto ya que con ese rango de edades trabajamos.



3.3.3 Psicografía

Las Personas interesadas en adquirir nuestros productos lácteos, son personas que quieren comenzar a cuidar un poco de su salud y buscar una manera rica y saludable de consumir productos lácteos. La población con la cual estamos trabajando muestra aceptación por nuestra línea light teniendo en cuenta los ingresos de cada uno que varían dentro de un rango de **(20.000-30.000.-40.000)**








3.4 análisis de la competencia

Ecolac tiene competencia de manera directa e indirecta, siendo la directa los proyectos de grado de alimentos o bebidas y de manera indirecta sería la cafetería y los proveedores siendo proyectos innovadores y nuevos, en el caso de la cafetería es directa ya que es un negocio que tiene la experiencia de manejar productos alimenticios.

Tabla 3 análisis de competencia

Nombre	Ubicación geográfica	Productos que se producen y comercializan	Precios



<p>Cafetería escolar colegio paulo Freire</p>	<p>Carrera 11 No. 65D 50 Sur, Bogotá, Cundinamarca</p>	<div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center;"> <div style="display: flex; justify-content: space-around; width: 100%;"> <div style="text-align: center;">  <p>Ilustración 14</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Ilustración 13</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Ilustración 12</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; width: 100%; margin-top: 20px;"> <div style="text-align: center;">  <p>Ilustración</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Ilustración 10</p> </div> </div> <div style="text-align: center; margin-top: 20px;">  <p>Ilustración 9</p> </div> <div style="text-align: center; margin-top: 20px;">  <p>Ilustración 8</p> </div> </div>	<p>yogurt leches quesos gaseosas paquetes empanadas bom bom bunes</p>
---	--	---	---

3.5 Estrategias de mercado

3.5.1 Concepto del producto o servicio

Unas de las formas de definir las tareas de perspectiva de objetivos también analizamos una forma de adquirir recursos y buscamos estrategias para una competencia con capacidad de asegurar una ventaja competitiva en el mercado donde se quiere lanzar e iniciar el proyecto lácteo light.



3.5.2 Estrategias de distribución

El sistema de distribución con el que vamos a trabajar es interno, ya que ecolac realiza su propio proceso de comercialización. Esta decisión se toma porque contamos con la infraestructura y la logística apropiada para desarrollar el proceso de forma eficiente.

3.5.3 Estrategia organizacional

Unas de las formas de definir las tareas de perspectiva de objetivos también analizamos una forma de adquirir recursos y buscamos estrategias para una competencia con capacidad de asegurar una ventaja competitiva en el mercado donde se quiere lanzar e iniciar el proyecto lácteo light.

3.5.4 Dofa

Tabla 4 dofa

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
<input type="checkbox"/> Efectivo servicio al cliente	<input type="checkbox"/> Ciclo económico creciente	<input type="checkbox"/> Falta de conocimientos de los consumidores	<input type="checkbox"/> Cambios en la tendencia del consumo
<input type="checkbox"/> Excelente comunicación laboral	<input type="checkbox"/> Disminución de la contaminación	<input type="checkbox"/> Falta de publicidad	<input type="checkbox"/> Decrecimiento del mercado



<input type="checkbox"/> Herramienta de trabajo eficientes	<input type="checkbox"/> Conciencia alimenticia y ecológica	<input type="checkbox"/> Falta de recursos	<input type="checkbox"/> Ingreso al mercado de nuevos proyectos o productos
<input type="checkbox"/> Control de productos	<input type="checkbox"/> Población sin conocimiento del producto	<input type="checkbox"/> Falta de estrategias	<input type="checkbox"/> Cambios legales

3.6 Misión

Ecolac es una empresa local y una de las más sobresalientes e innovadoras. Diseña y desarrolla productos lácteos bajos en azúcar gluten y grasas. Ofrecemos productos únicos y así evitar modelos expansionistas, a gusto y petición del cliente. Diferenciándonos por nuestra determinación para eludir la contaminación, realizando productos de empaque ecológicos. Actualmente somos un grupo colaborativo dispuestos a satisfacer las necesidades de nuestros clientes, como productos que evidenciaran la creatividad, la pulcritud y refleja la personalidad de cada uno de nuestros compradores.

3.6.1 Visión

Ecolac en cinco años aspira ser una gran empresa, en la cual se ofrezca unos de los mejores productos del mercado, destacándonos en el ámbito empresarial y con un excelente servicio, innovando con cada uno de los productos que se ofrece al cliente, expandiendo los mercados y aprovisionando enormemente a micro y mediana empresa.

3.7 Presupuestos



3.7.1 costos y gastos

Tabla 5 costos y gastos

COSTOS	GASTOS
COSTOS <ul style="list-style-type: none"> • Mano de obra a destajo • Sueldos y salarios del personal de planta • Materias primas • Materiales de consumo o insumo • Mercancías • -Fletes • Arrendamiento de local de plata • servicios públicos • Depreciación de máquinas y equipos • Daños y reclamos • Otros 	<ul style="list-style-type: none"> • Sueldos • Salarios del personal administrativos: <ul style="list-style-type: none"> • *Gerente • *secretaria • *Aseadora • Vendedores • Arrendamiento de oficina • Transporte • Gastos de publicidad • Correo y teléfono • Capacitación • Depreciación de muebles, enseres de oficina

3.7.2 presupuestos de ingresos

Tabla 6 valores

Ventas por unidad	4.000	4.500	5000	5.500
Precio por unidad	10	10	12	12
Total ventas	40.000	45.000	60.000	66.000
Descuentos de ventas y devoluciones	1.000	1.100	1,240	1,660



Total ingresos	39.000	43.900	58.760	64.340
-----------------------	---------------	---------------	---------------	---------------

Tabla 7 ventas

VENTAS YOGURT: 2021

VENTAS LECHE 2021

unidades 250ml	12.000
precio de venta	1300
unidades de 500ml	12.000
precio venta	2200
unidades 1000ml	21.000

TOTAL VENTA:

unidades 250ml	15.000
precio venta	1000
unidades 500ml	12000
precio venta	1500
unidades 1000ml	21000

TOTAL VENTA: precio venta

4000	3000
126000000	96000000

VENTAS TOTALES 2021

	128500000
TOTAL:	350500000
YOGURT	126000000
LECHE	96000000

QUESO

COSTO DE MATERIA PRIMA

leche	17568000
leche en polvo descremado	10000000
almidón	8000000
saborizante	7500000
gelatina	4600000
estabilizantes	3000000
coagulantes	3000000
sal	2000000
grasa	4000000



agua	4000000
proteínas del suero	2000000
vitamina A y D	6000000
TOTAL COSTO	71668000

GASTOS

sueldos / salarios	70000000	servicios públicos	10000000	
gasto de ventas	8000000	fletes	25000000	arrendamiento
local	4000000	gastos de publicidad	15000000	
Depreciación de muebles, enseres de		oficina	12000000	
daños y reclamos	10000000	mano de obra	30000000	
TOTAL GASTOS	184000000			

COSTOS	71668000
GASTOS	184000000
TOTAL	255668000
VENTAS	350500000
TOTAL	-94832000

3.7.3 Definición tipo de sociedad

El tipo de sociedad de nuestra empresa es S.A (Sociedad Anónima) ya que esta es usada en empresas pequeñas, medianas y grandes. El objetivo de nuestra sociedad será, generalmente reunir dinero procedente de numerosos inversores para acometer grandes proyectos, que de otra manera no se podrían realizar, para cumplimentar esta misión, se divide el capital en acciones que se reparten entre nuestros socios inversores a raíz de la cantidad de dinero aportada por cada uno. De esta manera, cuantas más acciones tenga nuestro socio, mayor su peso será en nuestra compañía

3.7.4 Cargos

Tabla 8 cargos



GERENTE DE RECURSOS HUMANOS	GERENTE DE FINANZAS	GERENTE DE MERCADO
Luisa Fernanda Pachón Ángel	Alizon Dahyan Aroca Ardila	Michel Zharick Tovar Morales
<ul style="list-style-type: none">• selección de personas para cargos solicitados específicos.• Reclutamiento y selección• Capacitación en degustación y publicidad• Sueldos y salarios• Evaluación del desempeño del contratado• Higiene y seguridad• Relaciones laborales	<ul style="list-style-type: none">• contabilidad• registros• nominas• créditos y cobranzas• costos• tesorería• inversiones• gastos	<ul style="list-style-type: none">• publicidad• creatividad• productos• investigación de mercado• análisis de datos• ventas• estadísticas• ventas por mayoreo y por mercadeo <input type="checkbox"/>• ventas nacionales <input type="checkbox"/>• distribución.

3.8 Presentación de análisis y encuesta

Esta encuesta se realizó a 32 estudiantes del colegio paulo Freire, jóvenes entre las edades de 14 a 18 años con el fin de conocer que tanta eficiencia tiene nuestros productos y como lo aceptarían, a continuación los análisis de cada pregunta.

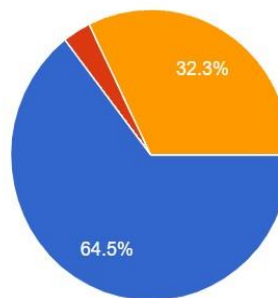
1. ¿Conoces que son los productos light?

Podemos evidenciar que un **64.5%** sabe que es un producto light, un **3.2%** no sabe y un **32.3%** ha escuchado acerca de estos por lo cual concluimos



que falta un poco de información sobre que son los productos light, pero por otro lado nos favorece que gran parte de la población a Trabajar tenga conocimiento de que es la línea light.

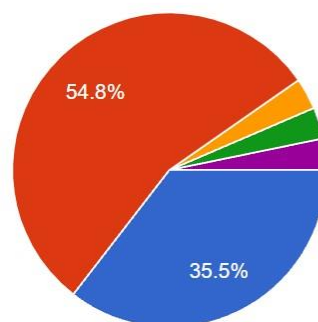
Grafica 1



- Sí
- No
- Lo eh escuchado

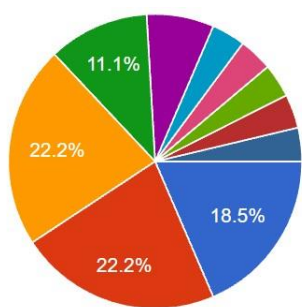
2. ¿Consumes productos light?

De esta pregunta podemos concluir que saben o tiene la idea de que es un producto light pero que un **54.8%** no consumen estos productos y tan solo un **35.5%** los consumen.



- Sí
- No
- A veces
- A veces.
- Pocos

Grafica 2



- Por gusto
- Por cuidado de salud
- Por curiosidad
- No los consumo
- No los consumo
- Aun no los consumo
- No consumo productos light 😊
- no consumo productos
- ▲ 1/2 ▼
- No se que es el producto

Grafica 3

3. ¿Porque los consume?

Podemos ver que que un **22.2%** los consume por cuidado de salud y otro **22.2%** por curiosidad y un

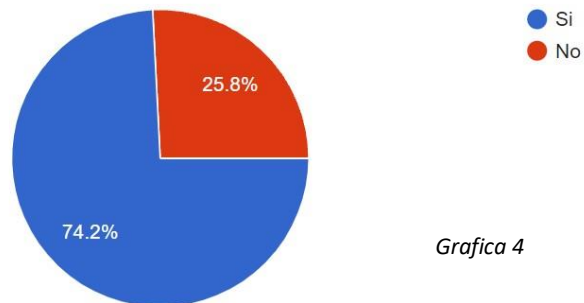
18.5% por gusto a estos productos sin embargo se puede evidenciar que muchos no han probado un producto light.



4. ¿La publicidad influye en su elección?

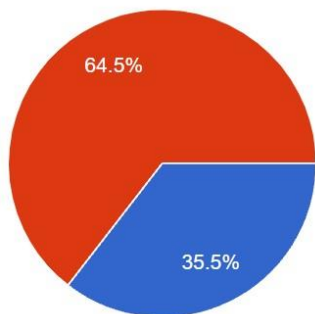
Podemos evidenciar que para un **74.2%** de nuestros consumidores los productos tienen que tener una buena presentación y una buena publicidad para el producto sin

embargo para un **25.8%** de los encuestados no es importante la presentación del producto.



Grafica 4

5. ¿Lees la tabla nutricional del producto?



● Si
● No

Podemos evidenciar que un **64.5%** de los encuestados no leen la tabla nutricional de un producto alimenticio y un **35.5%** si lee la tabla concluimos que la población no sabe la importancia de leer esta tabla del producto ya

Grafica 5 que no sabe que químicos tiene que caloría,

gluten, azúcar etc.



6. ¿Haces comparación de marcas de un mismo producto?

Grafica 6

Podemos concluir que un **32.3%** no hace comparaciones ya que no lo consideran importante o no le ven el sentido y un **29%** si lo hace para mirar que producto puede ser más natural sin menos químicos o porque un producto es más caro que otro.

7. ¿Cómo identificas un producto lácteo y light?

Pudimos observar que muchos tienen claro cómo identificar un producto light de distintas maneras como otros que no tienen idea de cómo identificar un producto light, para nuestro favor la gran mayoría si sabe como identificarlo.



Por sus calorías y beneficios
Porque dice que es light
no se la verdad
Por en algunos productos dice light
Por la tabla nutricional
Por la presentación
Por el embase y por la tabla de nutrición
Porque creo que tren menos calorías
Por la tabla nutricional,ya que muestra los ingredientes

Grafica 8

Leyendo las etiquetas de los productos alimentarios es fundamental para distinguir
Por su sabor
Por la presentación del producto y por su tabal nutricional
no lo diferencio mucho
Bajo en grasa o calorías.
Cada etiqueta o barra de nutrición esta la parte de a atras
Leo el nombre
La identificación es que el lácteo contiene un grado más elevado de grasas y lácteo light contiene pero en una menor cantidad.
Bien

Grafica 7

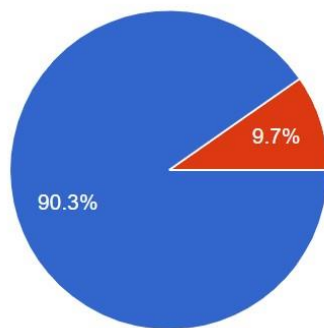
Por medio de la tabla nutricional
Por sus componentes
En la tabla que aparece en cada producto ya sea en la leche o yogurt, muchas veces aparece si es light o no.
Que es bueno para la salud y bajo en grasas, azúcar, etc
Por la fachada, en el frente del empaque indica que es o no light sin necesidad de leer mucho.
Porque contiene casi los mismos ingredientes
No se como identificarlo
Sus nutrientes
Por el nombre

Grafica 10

El paquete o envase dice producto con bajas calorías o producto lighth
Por su nombre
No los identifico bien

Grafica 9

8. ¿Consideras necesario recibir información sobre los productos light?



- Si
- No

Concluimos que a favor de nuestro

Grafica 11 proyecto la población necesita conocer más de estos productos light con un **90.3%** por medio de actividades lúdicas o capacitaciones.

9. ¿Crees que son para todo tipo de persona o es para alguna persona en especial?
(Cual y por qué)

Es apto para todas las personas, depende sus gustos
No pues es por gustos
Pues yo creo que no por que hay personas que no pueden consumir ese tipo de productos por que tienen diabetes alta
para todo tipo de personas
No es para todas las personas ya que algunas están medicadas.
Pues si puede variar en algunas como funcionen para muchas como para otros no tanto
Yo creo que si es para Todas, para cuidar la salud de uno
En unas ocasiones son por el cuidado de salud pero en otros casos son por gusto. Considero que no es para todo tipo de personas.

Pudimos concluir que la gran mayoría de los encuestados piensan que los productos light son aptos para todo tipo de persona ya que son para cuidar la salud.

Grafica 12



En realidad sería bueno que todos cuidáramos nuestra alimentación, y también tengo entendido que es permitido cierto porcentaje de calorías en el día

Son para todos

Para una persona especial por que le ayuda mucho en su salud

Es para todos

No son para todos ya que las personas tiene gustos diferentes

Si son para todo tipo de persona por qué si no tiene una dificultad por no comer saludable puede después tener una dificultad de salud

No ya que todas las personas tienen gustos distintos se creerían que los productos light serían para personas como: personas diabéticas o que quieran adelgazar

Creo que tal vez como para los diabéticos

Activar Windows
Ve a Configuración p

Grafica 13

Yo creería que es para todo tipo de personas ya que creo que puede beneficiar a aquellos que los consuman

Dependiendo con lo que este hecho ya que pueden tener efectos secundarios en personas alérgicas algún producto de su marca

Yo creo que si

Considero que los productos light son para diabéticos pero cualquier persona los puede consumir

Adultos con sobrepeso

Todo tipo

Grafica 14

Creo que va dependiendo de cada persona, puede que en algún caso algún producto lleve un ingrediente que perjudique la salud del comprador

Son para todo tipo de personas ya que esto influye en su bienestar propio.

Estos productos los consume la gente que se quiere cuidar, por lo tanto puede ser para todas las personas por cuidado.

Yo creo que si es para todo el público, aunque la personas que son delicadas en consumir lácteos les suele molestar su salud, pero lo light es una ventaja para que no les haga daño al consumir algún producto light.

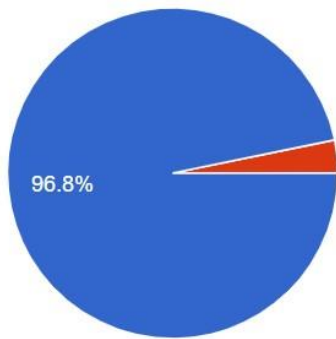
Para todo tipo a menos de que un doctor le diga que no puede consumir esos productos

Para el consumo de todo tipo de personas que gusten del sabor, puede que las personas que intenten de cuidar más su salud los consuman más.

Para todo tipo de persona

Activar Windows
Ve a Configuración p

Grafica 15



- Sí
- No

10. ¿Te gustaría recibir asesorías enfocadas en la elaboración de los productos lácteos light en el colegio Paulo Freire?

Para nuestro favor obtuvimos una respuesta de **96.8%** para realizar asesoría,

Grafica 16

capacitaciones o juegos lúdicos para brindar

más información acerca de la línea light.

Link formato encuesta:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf2V9jKcaZOivOS0ML7C19cSJy3JyK-Q3v2n4B3HJv6gCWDig/viewform?usp=sf_link

Link hoja de cálculo:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/14PEwhafia69s4f3HDXzl-LTq22fEhqfDEvL6_Ax6iVY/edit?usp=sharing

3.9 diseño de logo



Ilustración 15

Elaboración propia

4 CAPITULO III: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

- En el ámbito del comercio se encuentra muchas formas de competencia pero aun así siempre hay un espacio para las nuevas innovaciones y tendencias de trabajo lo contrario te impulsan a innovar cada día estrategias de emplea, análisis de ayuda, hábitos de alimentación y demás, nos gusta el comercio es la forma más impulsado de trabajo y de emprendimiento no solo a nivel nacional de comercio exterior. Así se hacen y crecen los grandes empresarios, lo entendemos y lo disfrutamos.
- La reutilización es un proceso que ayuda a nuestro planeta y su medio ambiente. La elaboración de productos light a base de leche. Aprendimos métodos de desinfección de envases para su reutilización. Se conoció acerca



de la producción y procesamiento de la leche. Que el estado tiene establecido una normatividad para su cumplimiento de la manipulación de alimentos para garantizar la salud de las personas



Ilustración 17



Ilustración 16



Ilustración 18

- En conclusión el objetivo fundamental de este trabajo fue dar a conocer todo acerca de los productos light. El nivel de conocimiento del producto es alto no es muy común verlo como una opción alimenticia pero se puede decir que si hay un espacio para este producto en el mercado, la investigación nos ayudó a profundizar más sobre el tema y conocer más acerca de toda la línea light.

4.2 Evidencias



Ilustración 21



Ilustración 19



Ilustración 20

4.2 Glosario

- **Light:** Calificar a la comida o la bebida que presenta un nivel reducido de calorías en comparación a otro producto de referencia.
- **Almidón:** un carbohidrato que funciona como reserva de energía en la mayoría de los vegetales. Se trata de un polisacárido: un hidrato de carbono que se compone de una cadena extensa de monosacáridos. Los monosacáridos, por su parte, son polialcoholes que tiene un grupo extra cetónico o aldehídico.



- Reutilización: Es cualquier operación mediante la cual productos o componentes de productos que no sean residuos se utilizan de nuevo con la misma finalidad para la que fueron concebidos.
- Innovación: es un concepto muy ligado al ámbito empresarial. Innovar es mejorar lo que existe, aportando nuevas opciones que suplan las necesidades de los consumidores, o incluso crear nuevos productos con el fin de que tengan éxito en el mercado.
- Emprendimiento: la capacidad de una persona de realizar un esfuerzo adicional para alcanzar una meta, aunque en la actualidad se limita su uso para referirse a una nueva empresa o proyecto que inicia una persona o grupo de personas.
- Brochure: es cualquier folleto, tríptico o documento gráfico o digital que hace referencia a los servicios que presta la empresa. Un brochure empresarial abarca desde materiales como trípticos publicitarios de un producto o una carpeta con variedad de productos que se crearon para informar de manera interna o externa.

4.4 Bibliografías

http://repository.lasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/1519/1/PLAN_NEGOCIOS_EM_PRESA_PROCESADORA_LACTEOS.pdf

<https://www.conceptosjuridicos.com/co/sociedad-anonima/>

<https://economipedia.com> www.rediciondeencuestas.es

<https://www.camaraarmenia.rg.com> <https://tesisymasters.com.ar/>

<https://economipedia.com/definiciones/estrategia-de-distribucion.html>



<https://psicologiamente.com/miscelanea/tipos-de-investigacion>

<https://www.comedera.com/wp-content/uploads/2015/01/sara-cervera-4caIPcmVDIIunsplash.jpg>

https://www.lavanguardia.com/files/og_thumbnail/uploads/2019/02/26/5e997da01364e.jpg

https://imagenes.20minutos.es/files/article_amp/uploads/imagenes/2021/07/28/mantequilla.jpeg

https://s1.eestatic.com/2020/04/03/ciencia/nutricion/leche-ganaderiaalimentacion_479713685_149674077_1706x960.jpg

<https://cdn2.cocinadelirante.com/sites/default/files/styles/gallerie/public/images/2019/01/como-esterilizar-envases-de-vidrio.jpg>

https://www.google.com/search?gs_ssp=eJzj4tZP1zcsSTHKyyqqMmC0UjGosEg1Tks0Mr

https://www.google.com/search?gs_ssp=eJzj4tZP1zcsSTHKyyqqMmC0UjGosEg1Tks0MrQ0TUk2M0w0T7MyqEgyNzNPMjRKSTRKTDUwNPESsc7PSU3PzFcoSCzNyVdIK0rNLEoFACCqFsI&q=colegio+paulo+freire&rlz=1C1CHBF_esCO894CO894&oq=colegio+paulo&aqs=chrome.1.69i57j46i131i175i199i433i512j46i175i199i512j0i512i13j46i175i199i512j0i512i13i433i512.6295j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8 <https://s.cornershopapp.com/product-images/1305914.jpg?versionId=2E1VUWAKTB5QBUM8GEGsRkxE1O3gw3cAU>



http://merkeygane.com/2446-large_default/leche-entera-alpina-caja-200-ml.jpg

<https://lh3.googleusercontent.com/Gp3OWmT4JI0TooGvBLexS61knnHLeDr1Abb37cZTQ>

<NWRdOaQP3Bgr6xN1kEz5DdRes62uVKdmTpJWhjQ5vNvxf9xtKYAktIViY2F>

<https://www.mayordomo.com.co/images/products/lgImg1595868938.jpg>

<https://c8.alamy.com/compes/r9t8pn/poznan-polonia-15-jun-2018-paquetes-de-marcaspopulares-de-comida-incluyendo-establece-y-cheetos-crunchips-r9t8pn.jpg> <https://www.campi.com.co/wp-content/uploads/2020/08/empanadas-colombianas-imagendestacada.jpg> [https://cloudfront-us-east-](https://cloudfront-us-east-1.images.arcpublishing.com/semana/DTOL6VZMOZCJJIRQEG5UEIUYT4.jpg)

<1.images.arcpublishing.com/semana/DTOL6VZMOZCJJIRQEG5UEIUYT4.jpg>

<https://definicion.de/light/> <https://definicion.de/?s=almidon>

[https://www.eustat.eus/documentos/opt_0/tema_454/elem_12583/definicion.html#:~:text=](https://www.eustat.eus/documentos/opt_0/tema_454/elem_12583/definicion.html#:~:text=Definici%C3%B3n%20Reutilizaci%C3%B3n&text=Es%20cualquier%20operaci%C3%B3n%20mediante%20la,para%20la%20que%20fueron%20concebidos.)

[Definici%C3%B3n%20Reutilizaci%C3%B3n&text=Es%20cualquier%20operaci%C3%B](Definici%C3%B3n%20Reutilizaci%C3%B3n&text=Es%20cualquier%20operaci%C3%B3n%20mediante%20la,para%20la%20que%20fueron%20concebidos.)

<3n%20mediante%20la,para%20la%20que%20fueron%20concebidos.>

<https://economipedia.com/definiciones/innovacion-2.html>

<https://concepto.de/emprendimiento/> [https://www.zipvisual.com/blog/el-brochure-](https://www.zipvisual.com/blog/el-brochure-empresarial-y-sus-beneficios-para-miempresa/)

<empresarial-y-sus-beneficios-para-miempresa/>