

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE  
QUESILLOS RELLENOS EN EL MUNICIPIO DE CERETÉ-CÓRDOBA**

**MARINELLA ANDRADE CARVAJAL**

**MARINELLA COGOLLO TORRES**

**UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, JURÍDICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**BERASTEGUI- CÓRDOBA**

**2020**

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE  
QUESILLOS RELLENOS EN EL MUNICIPIO DE CERETÉ-CÓRDOBA**

**MARINELLA ANDRADE CARVAJAL**

**MARINELLA COGOLLO TORRES**

**ASESOR:**

**LUIS FERNANDO ALFONSO GARZÓN**

**UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, JURÍDICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**BERASTEGUI- CÓRDOBA**

**2020**

### **Dedicatoria**

*Este trabajo de grado se la dedico principal a mente a Dios, quien me ha dado las fuerzas y la voluntad para seguir adelante en este ciclo de mi formación profesional.*

*A mi madre, Liney Johana Carvajal porque gracias a ella he cumplido todos mis propósitos y metas, es quien me ha ensañado valores, me ha dado su apoyo incondicional, a pesar de todas los obstáculos siempre me enseñó a seguir adelante y no rendirme por las cosas que quiero.*

*También quiero agradecerle a mi padre, Luis Manuel Andrade quien desde un principio me brindo su apoyo incondicional, ha puesto su grano de arena para que todo esto sea posible.*

*Y por último quiero agradecerles a mis abuelos, ellos han sido mi motor para seguir adelante, me dan su apoyo incondicional, por sus consejos de amor y me brindaron motivación en cada uno de los momentos más difíciles.*

### **Marinella Andrade Carvajal**

*Le agradezco a Dios por ayudarme en el camino, por darme la sabiduría, paciencia y fortaleza para culminar este proyecto de vida.*

*A mi madre Nery Isabel Torres Wuarnes quien con sus esfuerzos me lo ha dado todo, ha sido ella mi mayor inspiración para continuar y ser cada día mejor.*

*A mis hermanos Cristina Cogollo y Luis Bolaño quien con su grano de arena han hecho todo esto posible, a mi papá Luis Manuel Cogollo quien me ha apoyado en lo largo del camino y a quien admiro mucho.*

*Por último, quiero dedicar este logro a mi compañera de trabajo Marinella Andrade Carvajal por todas las vivencias compartidas, su tiempo, paciencia y dedicación.*

**Marinella Cogollo Torres**

## Tabla de contenido

	<b>Pág.</b>
1 Introducción .....	17
2 Resumen ejecutivo .....	19
3 Referente teórico y conceptual.....	20
3.1 Marco teórico.....	20
3.1.1 Creación de Empresas: .....	21
3.2 Marco conceptual .....	22
3.2.1 Quesillos rellenos: .....	22
3.2.2 Clasificaciones para entrar al área.....	23
3.2.3 Materias primas para la elaboración.....	23
3.2.4 Equipo y maquinaria del proceso .....	25
3.2.5 Empaque final .....	25
4 Estudio de mercado.....	27
4.1 Análisis del sector.....	27
4.2 Beneficios del quesillo relleno .....	28
4.3 Estudio financiero.....	29
4.4 Plan de negocio.....	29
4.5 Estudio de Factibilidad: .....	30

4.6	Estudio técnico .....	30
4.7	Estudio administrativo.....	31
5	Módulo de mercado .....	32
5.1	Producto.....	32
5.2	Uso del producto.....	32
5.3	Productos sustitutos .....	33
5.4	Consumidor final .....	33
5.5	Delimitación del área geográfica.....	34
6	Análisis de demanda .....	36
6.1	Cálculo del tamaño de la muestra.....	36
6.2	Instrumento para la recolección de datos .....	38
6.3	Análisis de resultados .....	39
6.4	Cálculo de la demanda actual .....	50
6.5	Consumo.....	50
6.6	Proyección de la demanda actual.....	51
6.7	Cálculo de la Oferta Actual .....	52
6.8	Proyección de la Oferta Actual.....	53
6.9	Determinación de la demanda existente .....	54
6.10	Análisis de precios .....	55
7	Canales de comercialización.....	56

8	Imagen corporativa .....	57
9	Estrategias de publicidad .....	58
10	Modulo técnico y organizacional .....	58
10.1	Tamaño del proyecto.....	58
10.2	Localización.....	61
10.3	Macrolocalización.....	61
10.4	Microlocalización .....	63
11	Distribución en planta .....	65
12	Ficha técnica.....	66
13	Proceso de producción o prestación del servicio .....	69
13.1	Descripción del proceso.....	70
13.2	Descripción de las fases del proceso.....	72
14	Estudio organizacional .....	75
14.1	Naturaleza jurídica .....	75
14.2	Misión .....	76
14.3	Visión.....	76
14.4	Organigrama .....	76
15	Manual de funciones .....	78
15.1	Reglamento interno de trabajo .....	86
16	Módulo de impacto social, económico y ambiental.....	87

17	Modulo financiero .....	88
17.1	Inversiones .....	88
17.2	Costos y Gastos.....	91
17.3	Cálculo del punto de equilibrio.....	97
17.4	Proyecciones financieras para el periodo de evaluación.....	99
17.5	Cálculo del capital de trabajo.....	100
17.6	Evaluación financiera.....	106
18	Fuentes de financiación.....	108
19	Conclusiones .....	109
20	Recomendaciones.....	111
21	Bibliografía.....	112
22	Anexos.....	115

## Lista de tablas

	<b>Pág.</b>
Tabla 1 pregunta 1 ¿Ha probado el quesillo relleno?.....	40
Tabla 2 pregunta 2 ¿Compraría este producto?.....	41
Tabla 3 pregunta 3 ¿Cuál sería su relleno favorito para el consumo del quesillo?.....	42
Tabla 4 pregunta 4 ¿Por qué le gustaría consumir quesillos?.....	43
Tabla 5 pregunta 5 ¿Por qué le gustaría consumir quesillos?.....	44
Tabla 6 pregunta 6 ¿Con que frecuencia consumiría usted quesillos rellenos?.....	45
Tabla 7 pregunta 7 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto?.....	46
Tabla 8 pregunta 8 ¿Qué cantidad en gramos le parece más adecuada para comprar?.....	47
Tabla 9 pregunta 9 ¿Qué cantidad comprar?.....	48
Tabla 10 pregunta 10. ¿Apoyaría usted la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de quesillos rellenos en el municipio de Cereté?.....	49
Tabla 11 pregunta 11 ¿Por qué medio le gustaría conocer publicidad de la empresa?.....	50
Tabla 12 Calculo de la demanda.....	51
Tabla 13 Consumo.....	51
Tabla 14 Demanda Proyectada.....	53
Tabla 15. Oferta actual.....	53
Tabla 16 Oferta Proyectada.....	54

Tabla 17. Demanda existente.....	55
Tabla 18 Precio competencia.....	56
Tabla 19. Descripción de maquinaria, y demás elementos.....	60
Tabla 20. Evaluación por puntos para Macrolocalización. ....	63
Tabla 21. Evaluación por puntos para Microlocalización.....	65
Tabla 22. Áreas por departamentos, en la organización.....	66
Tabla 23 Ficha técnica.....	68
Tabla 24 Diagrama del flujo del proceso.....	73
Tabla 25 Manual funciones gerente.....	79
Tabla 26 Manual funciones del jefe de producción.....	81
Tabla 27 Manual funciones del Jefe administrativo y financiero.....	82
Tabla 28 Manual funciones del contador.....	83
Tabla 29 Manual funciones del jefe de mercadeo y ventas.....	84
Tabla 30 Manual funciones del operario.....	85
Tabla 31 Manual funciones de servicios generales.....	86
Tabla 32 Inversión en obras físicas.....	89
Tabla 33 Inversión en maquinaria y equipo.....	90

Tabla 34 Equipo de computación y comunicación.....	90
Tabla 35 Inversión en muebles y enseres.....	91
Tabla 36 Gastos preoperativos .....	91
Tabla 37 Costo de mano de obra.....	92
Tabla 38 Costo de materiales primer año de operación.....	93
Tabla 39 Costo de servicios - primer año de operación.....	94
Tabla 40 Gastos por depreciación .....	95
Tabla 41 Remuneración al personal administrativo.....	96
Tabla 42 Otros gastos administrativos.....	96
Tabla 43 Amortización de gastos diferidos.....	96
Tabla 44 Distribución de costos.....	97
Tabla 45 Punto de equilibrio.....	100
Tabla 46 Programa de inversión fija del proyecto.....	101
Tabla 47 Inversión en el capital de trabajo.....	102
Tabla 48 Programa de inversión.....	102
Tabla 49 Valor residual de activos.....	103
Tabla 50 Flujo neto de inversiones.....	103
Tabla 51 Presupuesto de ingresos.....	104

Tabla 52 Presupuesto de costo de producción.....	104
Tabla 53 Presupuesto de gastos de administración.....	105
Tabla 54 Presupuesto de gastos de venta.....	105
Tabla 55 Presupuesto de costos operacionales.....	105
Tabla 56 Flujo neto de operación.....	106
Tabla 57 Flujo neto del proyecto.....	107
Tabla 58 Valor Presente Neto (VPN).....	107
Tabla 59 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	108
Tabla 60 Relación Beneficio - Costo RB/C.....	108

## Lista de gráficas

	<b>Pág.</b>
Gráfica 1 ¿Ha probado el quesillo relleno?.....	40
Gráfica 2 ¿Compraría este producto?.....	41
Gráfica 3 ¿Cuál sería su relleno favorito para el consumo del quesillo?.....	42
Gráfica 4 ¿Por qué le gustaría consumir quesillos?.....	43
Gráfica 5 ¿Por qué le gustaría consumir quesillos?.....	44
Gráfica 6 ¿Con que frecuencia consumiría usted quesillos rellenos?.....	45
Gráfica 7 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto?.....	46
Gráfica 8 ¿Qué cantidad en gramos le parece más adecuada para comprar?.....	47
Gráfica 9 ¿Qué cantidad comprar?.....	48
Gráfica 10. ¿Apoyaría usted la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de quesillos rellenos en el municipio de Cereté?.....	49
Gráfica 11 ¿Por qué medio le gustaría conocer publicidad de la empresa?.....	50

**Lista de ilustración**

	<b>Pág.</b>
Ilustración 1 Mapa de Córdoba .....	35
Ilustración 2 Logo y eslogan .....	58
Ilustración 3 Distribución en planta.....	67

**Lista de figuras**

	<b>Pág.</b>
Figura 1 Canal de comercialización .....	57
Figura 2 Diagrama de operaciones .....	70
Figura 3 Organigrama .....	78

**Lista de anexos**

	<b>Pág.</b>
Anexo 1 Validación del instrumento de selección de datos .....	116
Anexo 2 Reglamento interno de trabajo.....	120
Anexo 3 Encuesta.....	133

## 1 Introducción

En la actualidad presenciamos una creciente demanda sobre los patrones de consumo alimento en nuestra sociedad, el auge y el crecimiento en el consumo de productos naturales y alternativos, evidencian la tendencia del nuevo mercado mundial hacia elementos que resultan más benéficos para la salud. Hoy en día los consumidores buscan productos saludables que le permitan resaltar todas las cualidades nutritivas que consumen en el producto adquirido por el cual permitimos ofrecer este producto y lograr una la aceptación de las personas.

Este auge se ve representado en el sector cordobés y también en Colombia como podemos ver el consumo de lácteos predomina con un 61.8%, al pasar de 529,5 a 856,8 millones de litros, con un promedio anual del 10,1%. esta cifra se debe al alto consumo de este tipo de productos en la canasta familiar. Agronet reveló que un colombiano gasta en promedio \$25.625.000 en quesos al año, este indicador proyectado a 2021, permitirá que el consumo per cápita llegue a \$28.109.000 (Colanta, 2018).

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 colombiano destina cerca de \$214 mil millones anuales a productos lácteos y consume 41,6 kilogramos de esta categoría, incluyendo leche, quesos y yogur (Agronet, 2018).

Cereté es un municipio colombiano ubicado en el departamento de Córdoba conocido como La capital del Oro Blanco, se ubica en la cuenca hidrográfica del Río Sinú, en la zona denominada Medio Sinú, por su ubicación se constituye como epicentro de intercomunicaciones y centro de interconexión vial de la Troncal de Occidente a escasos 18 kilómetros de la capital del Departamento de Córdoba, la ciudad de Montería. El sector primario es el más importante dentro la actividad económica del Municipio en el cual predomina la agricultura siguiéndole en

importancia la ganadería (Alcaldía Municipal de Cereté, 2020). A pesar de que la agricultura es la actividad económica más importante de la región, mediante la observación fue posible identificar que la producción y venta de productos naturales como el quesillo y sus derivados no ha sido suficientemente promovida.

La industria láctea en Colombia ha venido presentando un incremento en la producción de leche primaria, ascendiendo un 1.68% pasando de 5.790 a 5888 millones de litros. De toda esta cantidad de leche el 12% no paso por ningún tipo de procesamiento industrial, esto quiere decir que se está perdiendo gran oportunidad de transformar esta materia prima (Fuente: Agrocadenas), una empresa productora y comercializadora de yogurt ayudaría a procesar gran parte de la leche que solo se está utilizando para un solo propósito (Agrocadenas, 2017).

Es por este motivo que el presente proyecto pretende resolver la necesidad que existe en el departamento y el municipio con respecto a la transformación de la materia prima que se está desperdiciando y dejando de utilizar para otros propósitos y a la vez brindar a los habitantes del departamento de Cereté- Córdoba de consumir este producto saludable y accesible.

## 2 Resumen ejecutivo

**Empresa:** Quesillos rellenos m&m Ltda

**Ubicación:** Cra 10ª #16- 38 Barrio el edén del municipio de Cereté

**Oportunidad de negocio:** La preocupación por la salud y el interés por lo natural han venido marcando una tendencia en la alimentación de las personas durante los últimos años, lo anterior ha creado la oportunidad de producir y comercializar aquellos productos que, por sus características nutricionales, concedan beneficios a la salud humana. Los quesillos rellenos al ser un alimento natural que otorga considerables beneficios a quien lo consume, se considera que podría ser aceptado y apetecido por el mercado.

**Objetivo:** El propósito principal de este proyecto es realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de quesillos rellenos en el municipio de Cereté- Córdoba; para conseguirlo fue necesario evaluar la factibilidad de mercado, técnica, organizacional de impacto y financiera de la puesta en marcha del proyecto.

**Competidores:** Colanta S.A, Olímpica S.A, Quesos la sinuana, Quesos de Córdoba

**Producto:** Quesillos rellenos.

**Presupuesto de inversión:** La inversión requerida del proyecto es de 146.457.190 que se cubrirá con capital propio.

**Rentabilidad:** El proyecto está elaborado para cinco años, presenta un TIR del 37%; por lo que, a la vista del presente estudio se considera factible su ejecución.

### 3 Referente teórico y conceptual

#### 3.1 Marco teórico

La (FAO, 2016) manifiesta que el desarrollo del sector lácteo es un instrumento sostenible, equitativo y poderoso para lograr el crecimiento económico, la seguridad alimentaria y la reducción de la pobreza debido que la actividad lechera es una fuente regular de ingresos, diversifica riesgos, genera empleos en la explotación y fuera de ella.

Asimismo, la (FAO, 2016) sostiene que “los productores de leche a pequeña escala carecen de las competencias para administrar sus explotaciones como empresa.” Por esta razón, su desarrollo se ve mermado por la carencia de capacidades para gestionar adecuadamente su producción y plantearse una visión como empresa.

Como citan (Jaramillo Londoño & Areiza Segura, 2015) en Colombia, la cadena láctea está compuesta por 3 grandes eslabones, el eslabón primario en el cual se produce la leche cruda, el procesamiento industrial en el cual se producen una amplia gama de derivados lácteos, y la comercialización. Enfocarse en el eslabón industrial facilitaría el aprovechamiento de una amplia gama de productos lácteos por la disponibilidad para producir y diversificar los productos resultantes de la transformación de la materia prima.

El eslabón industrial de la Cadena láctea presenta un desempeño favorable en cuanto a incrementos del número de establecimientos, empleos, valor agregado. (MADR, 2005) Visto de este modo, la cadena láctea preveía desempeño positivo que representaba un crecimiento de este sector.

Los cambios de hábitos e incrementos en la preferencia de los consumidores por los derivados lácteos han permitido que la producción industrial de la cadena esté creciendo, incentivando la dinámica del eslabón industrial, esto ha venido reflejando en un aumento progresivo del nivel de empleos, mayor valor agregado, instalaciones y productividad laboral (MADR, 2005). La cadena láctea presenta un desempeño propicio en productos lácteos, pues los cambios de hábitos han provocado que los derivados lácteos sean preferencia, decisión que ha promovido un crecimiento en el consumo de estos derivados, provocando un incremento en los empleos ofrecido por las empresas dedicadas a la transformación de los lácteos.

Por último, (González Lanzas & Méndez Ríos, 2015) sostienen que “la elaboración de productos lácteos ofrece a los pequeños productores lecheros mayores ingresos en efectivo que la venta de la leche cruda y mayores oportunidades de llegar a los mercados regionales y urbanos.” Observando desde esta perspectiva, una empresa dedicada a la transformación de la materia prima provoca mayores oportunidades, que las dedicadas a las actividades meramente de producción. Los derivados lácteos se convierten así, en una actividad que genera empleos por las actividades de recolección, transformación, transporte y comercialización que acarrea.

### **3.1.1 Creación de Empresas:**

Los proyectos, planes, propuestas de negocio y empresas se destacan, como señala (CEASE, 2011) como “un instrumento de planificación que permite comunicar una idea de negocio para gestionar su financiamiento.” De este modo, la acción de diseñar, bajo una estructura de plan de negocio una idea de negocio se transforma en una especie de estrategia que permite la planificación de negocio mismo.

En este orden de ideas, (Reinversión, 2007) sostiene que un plan de negocio es de utilidad para conocer en detalle un negocio, sus estrategias, metas, antecedentes, factores de éxito o fracaso, y

que al elaborarlo permite conocer el producto o servicio a ofrecer, así como sus objetivos, problemas y necesidades financieras. Por tanto, al plasmar, a través de una estructura de plan de negocio una idea, se traslada el concepto de una idea de negocio sin orden, a una idea organizada, que permite conocer factores internos y externos.

Desde esta perspectiva, focalizar las ideas potenciales en posibles negocios estructurados facilita que un negocio a futuro disminuya el riesgo de fallar, pues conociendo los factores que podrían generar problemas, se plantean soluciones para merarlos.

En adición a esto, tal y como citan (Michalus, Hernández, Hernández, Suárez, & Sarache, 2011) “Es ampliamente reconocido el importante papel que desempeñan las microempresas, pequeñas y medianas empresas (MPyME's) para dinamizar y fortalecer el desempeño de las economías como generadoras de empleo”. Son empresas que, aunque su contribución en materia de cantidad de empleos es baja, promueven el desarrollo empresarial en la economía y facilitan que la calidad de vida de los empleados y sus familias mejore. Por este motivo, la creación de empresas bajo estructuras de negocio organizadas, impulsan la economía local en cierto grado, pues la dinamizan y la fortalecen a través de la generación de empleos.

## **3.2 Marco conceptual**

### **3.2.1 Quesillos rellenos:**

Los quesillos rellenos contienen todos los aminoácidos necesarios para que nuestro organismo funcione correctamente, es una de las principales fuentes de calcio, un mineral fundamental para la salud de los huesos y de los dientes, además la absorción del calcio se ve favorecida por la proteína que contiene el queso, el consumo de queso tiene un efecto positivo en la lucha contra la osteoporosis y otras enfermedades del ser humano (2011).

La formulación del quesillo relleno se basa principalmente de los requerimientos nutricionales de los seres humanos en cuanto a los productos lácteos, este producto no debe exceder las calorías y grasas requeridas en la dieta diaria humana. En su elaboración se integran principalmente las siguientes materias primas e insumos: leche, pasta la cuajada, arequipe, chocolate y mora, es de color blanco, sabor suave y textura blanda y granulosa.

### **3.2.2 Clasificaciones para entrar al área**

Es muy importante que antes de iniciar cualquier proyecto, se cuente con la capacitación y experiencia necesarias para visualizar, de una manera real, las ventajas y problemas que en la misma se pudieran presentar, por lo que básicamente esta sección intenta justificar los elementos que califican al desarrollador del proyecto, para llevarlo a cabo. (Unideg, 2013).

Se cuenta con las siguientes calificaciones para entrar en esta área:

- Conocimientos del área de administración.
- Conciencia de la calidad del producto.
- Conciencia en la higiene y seguridad en el proceso de elaboración del producto.

### **3.2.3 Materias primas para la elaboración**

Se entiende por materia prima a todos aquellos elementos extraídos directamente de la naturaleza, en su estado puro o relativamente puro, y que posteriormente puede ser transformado, a través del procesamiento industrial, en bienes finales para el consumo, energía o bienes semielaborados que alimenten a su vez otros circuitos industriales secundarios. (Raffino, 2020).

- **Leche:** Es la secreción mamaria normal de animales lecheros obtenida mediante uno o más ordeños sin ningún tipo de adición o extracción destinada al consumo en forma de leche líquida o a elaboración ulterior.
- **Suero ácido:** Es el producto obtenido de la coagulación ácida o láctica de la caseína de la leche, o mediante la fermentación ácido láctica de sueros dulces, presentando un Ph cercano a 4,5 (135 – 170°D). La coagulación se produce cuando se alcanza el punto isoeléctrico de la caseína, con anulación de las cargas eléctricas que –por las fuerzas de repulsión que generan mantienen separadas las moléculas entre sí impidiendo la floculación.
- **Sal:** La sal de consumo humano es el producto cristalino que contiene predominantemente cloruro de sodio (NaCl), la cual se emplea en la elaboración y aderezo de los alimentos para consumo humano y en la industria alimentaria como agente conservador, saborizante y en general como aditivo en el procesamiento de los alimentos.
- **Arequipe:** Es un producto de textura blanda y pegajosa de color ámbar brillante elaborado a partir de la concentración de la leche y un porcentaje alto de azúcar hasta un contenido aproximado de sólidos 72 °Brix.
- **Chocolate:** Es un alimento rico en calorías, grasas y azúcares, por tal razón, se localiza en el grupo de alimentos denominados “superfluos”.
- **Mora:** La mora es una fruta rica en fibra, como el resto de bayas silvestres, de forma que facilita el tránsito intestinal, está formada por la unión de pequeñas drupas arracimadas, dentro de las que se halla una semilla diminuta.

### 3.2.4 Equipo y maquinaria del proceso

Las máquinas actualmente se encuentran en todos los ambientes y nos sirven para realizar variedad de tareas, desde las más sencillas hasta las más complejas. Este es un tipo de máquina, que incluye varias máquinas en realidad, que se encuentra disponible con el fin de ayudar en los diferentes procesos manufactureros como de fabricación de productos. (PROYMEC, Julio 2 2014).

- **Marmita Eléctrica:** Es un recipiente u olla que dispone de una tapa para aprovechar el calor, y una o dos asas. Es una olla exclusivamente metálica puede estar hecha de los materiales comunes a dichos útiles de cocina, como las aleaciones metálicas.
- **Tanque de almacenamiento:** El tanque de almacenamiento se usan para almacenar el producto durante un breve periodo de tiempo antes de su posterior etapa en la línea de proceso.
- **Mesones:** Mesas en acero inoxidable, de superficie lisa.
- **Selladora (Empacadora):** Requerida para sellar los empaques que contienen al queso, selladora por calor.
- **Refrigerador industrial:** Cámara fría para la conservación del producto final.
- **Canastillas:** Almacenamiento de productos terminados para poder llevarlo al almacenamiento. Capacidad 25 kg.

### 3.2.5 Empaque final

Es una de las partes fundamentales del producto, porque además de contener, proteger y/o preservar el producto permitiendo que este llegue en óptimas condiciones al consumidor final, es una poderosa herramienta de promoción y venta. (Richard, 2006, Pág. 148)

El empaque final constará de las siguientes descripciones en el mismo:

- Contenido neto aproximado: 210 gramos, 3 unidades por empaque.
- Nombre comercial y genérico del producto.
- Fecha de fabricación.
- Lote.
- Ingredientes.
- Vida útil.
- Logotipo de la empresa fabricante.

## **4 Estudio de mercado**

El estudio de mercado es la primera parte de una creación de empresa; mediante este estudio se pretende averiguar la respuesta del mercado ante un producto o servicio; para su correcta ejecución se debe realizar una investigación que permita obtener resultados validos sobre la demanda y oferta de este producto o servicio que se pretende ofrecer. Saeta, (2009) lo define como una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto o servicio dentro del mercado.

### **4.1 Análisis del sector**

El sector lácteo es un sector donde, basado en los datos citados por (Asoleche, 2017) entre los años 2011 y 2016, en Colombia el consumo leche UHT y de quesos presentaron un aumento. Partiendo desde el año 2011, se consumieron cerca de 529,5 millones de litros de leche y 45.100 toneladas de quesos, comparado con los años 2016 el consumo de lácteos fue de 856,8 millones de litros y de 54.700 toneladas de quesos. Presentando un crecimiento de 61,8% para el caso de la leche, y de 21,6% para los quesos, lo cuales se posicionan como el segundo producto lácteo de mayor consumo.

Es una industria en la que la producción de leche varía con frecuencia, puesto que, (FEDEGAN, s.f) resalta que para los años 2015 y 2016, la producción rondo los 6.623 millones de litros y 6.391 respectivamente, presentando cambios comparados con los años siguientes. Para el año 2017 se produjo aproximadamente 7.094 millones de litros de leche en Colombia, los cuales, comparándola con la producción del año 2018 fue de 7.257 millones de litros de leche a nivel nacional, variaciones que representa un aumento del 2.25%.

Entre los años 2016 y 2017 en Colombia, los quesos frescos tuvieron una tasa anual de crecimiento del 3.9% posicionándose como el segundo producto lácteo de mayor consumo en el país, pasando de 45.100 a 54.700 toneladas de queso comercializado. (Asoleche, 2017).

De acuerdo con la (Cámara de Comercio de Bogotá, 2018) el sector lácteo en Colombia cuenta con una participación de aproximadamente el 24.3% del PIB agropecuario, que representa el 1.23% del PIB nacional, para el año 2017 presentó un crecimiento de cerca del 11% en comparación al año anterior. Información que evidencia el crecimiento de este sector en los 23 últimos años a nivel nacional. Así también, basado en (PROCOLOMBIA, 2019), “El sector de los lácteos en Colombia está en crecimiento. De los países de América Latina, es el cuarto productor de leche, con un volumen aproximado de 6.640 millones de litros anuales.” Demostrando que es un sector que a futuro promete crecimiento.

#### **4.2 Beneficios del quesillo relleno**

“El queso en sí es una de las técnicas de preparación más antiguas. La elaboración de quesos es una forma de conservación de dos componentes de la leche, la caseína (proteína más importante de la leche) y la materia grasa. También los quesos contienen sales minerales a base de calcio y fósforo, vitamina D que ayuda a absorber el calcio y vitaminas B y A.” (GRAFELBERGNOTICIAS, Noviembre 21 2008)

- Es un alimento perfecto para atletas y deportistas.
- Ayuda a prevenir distintos tipos de enfermedades.
- Ayuda durante el embarazo y lactancia.
- Ayuda a mantener sana la piel.
- Previene la aparición de osteoporosis por su contenido en calcio.

- Tiene propiedades antioxidantes que ayuda a prevenir enfermedades degenerativas como el cáncer, y además fortalece el sistema inmunitario.

### **4.3 Estudio financiero**

El estudio financiero cuantifica los recursos monetarios para que el proyecto inicie sus actividades, en relación a inversiones, costos, capital de trabajo, así como sus fuentes, financiamiento y estados financieros, para evaluar la rentabilidad del proyecto; según Horne, (2012), este estudio busca cuantificar el desempeño de la empresa desde el punto de vista financiero, siendo su objetivo principal conocer las fortalezas y debilidades con las que cuenta la empresa en un periodo de tiempo determinado, así como sus operaciones en periodos anteriores; de tal manera que se puedan implementar estrategias financieras.

### **4.4 Plan de negocio**

Un plan de negocio es un documento en el cual se plantea de manera detallada el negocio que se pretende emprender, este documento es de suma importancia porque la sociedad se torna cada vez más exigente y las empresas deben procurar ser competitivas y cumplir con las especificaciones de sus clientes, y la investigación de este plan permite conocer las preferencias y características de estos posibles clientes. “El plan de negocios es un documento escrito de manera clara, precisa y sencilla. Este plan de negocios sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr, hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos” (Weinberger, 2009).

Cruz, (2016) considera que la utilización de un Plan de Negocios trae consigo las siguientes ventajas:

- Obliga al emprendedor a buscar información que puede ser estadística o de la experiencia de la gente para detallar datos.
- Ayuda a conocer el dinero que la empresa necesita para sus diversas actividades
- Establece, por tanto, las necesidades y prioridades financieras.

#### **4.5 Estudio de Factibilidad:**

Un Proyecto de Inversión es una propuesta para el aporte de capital para la producción de un bien o la prestación de un servicio. Consta de un conjunto de antecedentes técnicos, legales, económicos y financieros que permiten juzgar cualitativa y cuantitativamente las ventajas y desventajas de asignar recursos a esa iniciativa. Según (Méndez, 2016), el proyecto de inversión se puede describir como un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general.

#### **4.6 Estudio técnico**

Una vez terminado el estudio de mercado, se procede con la elaboración del estudio técnico del proyecto, dentro de este se identifica el tamaño óptimo, la localización a nivel macro y micro que otorguen mayores beneficios y la distribución en planta adecuada para el eficiente desarrollo de las actividades y la adecuada administración de los recursos que la empresa posee; adicionalmente se provee la información necesaria para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes al área de operación de la empresa.

Rosales, (2008) considera que permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes y servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas.

#### **4.7 Estudio administrativo**

El estudio administrativo en un proyecto de inversión proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto. Este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte, se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales. Finalmente se muestra el aspecto legal, fiscal, laboral y ecológico que debe tomar en cuenta toda organización para iniciar sus operaciones o bien para reorganizar las actividades ya definidas (López & Aceves, 2016).

## 5 Módulo de mercado

### 5.1 Producto

Se ofrecerá un producto lácteo similar al queso, obtenido de un segundo procesamiento del suero lácteo que se obtiene como derivado en la elaboración de quesos de pasta blanda, es de color blanco, sabor suave, textura granulosa y lleva como relleno arequipe, chocolate y mora; este producto tiene como principal componente la leche, proporciona obtención de energía que es necesaria para realizar las funciones vitales y el excedente es aprovechado para el crecimiento, la aplicación del producto es en pasabocas, postres y entre comidas.

“Por este motivo, los expertos recomiendan consumir una media de 2 a 3 raciones diarias de leche y productos lácteos (de ellos, preferiblemente yogures naturales, leches fermentadas, queso fresco u otros quesos) dependiendo de la edad, la actividad física, el estado fisiológico y en el marco de una dieta moderada, equilibrada y de calidad nutricional.” Asimismo, en cada etapa de la vida, los productos lácteos ejercen un papel concreto según el grupo de población. Además, de ser un alimento básico durante la primera etapa de la vida, la infancia y la adolescencia, es recomendable que se tomen entre 3 y 4 raciones al día, ya que las proteínas que contienen son necesarias para el crecimiento y desarrollo normales de los huesos y su grasa particular es esencial para que los minerales y vitaminas sean fácilmente absorbibles y metabolizados apropiadamente. (Tovar, 2019)

### 5.2 Uso del producto

El producto para comercializarse son los quesillos rellenos de arequipe, chocolate y mora; es un producto que nos ayudará a mantener un estado óptimo de salud, ya que contiene diversos nutrientes que ayudan a prevenir el aumento creciente de enfermedades relacionadas con la

nutrición, se comercializará un producto rico en proteínas y de buen sabor. Los quesillos rellenos se producirán en las condiciones técnicas adecuadas con el propósito de obtener un producto de alta calidad, estos se pueden utilizar como pasabocas, postres, entre comidas y también hacer parte de la lonchera escolar.

### **5.3 Productos sustitutos**

El producto que se pretende ofrecer es básicamente nutritivo, ya que proporciona obtención de energía que es necesaria para realizar las funciones vitales y el excedente es aprovechado para el crecimiento del cuerpo humano, por tal razón, también existen productos que pueden llegar a sustituir los quesillos rellenos, entre ellos se encuentran el queso biche, mozzarella, en rodajas, amasado, queso pera, queso trenza, entre otros.

#### **Productos complementarios**

Ahora en cuanto a los productos complementarios podemos encontrar el caso del pan integral, pan blanco, pan con especias o frutos secos, entre otros que son el perfecto acompañante para el quesillo relleno y que le dan un valor agregado al mismo.

### **5.4 Consumidor final**

Los quesillos rellenos se orientan hacia quienes gustan de la alimentación sana, ya sean deportistas, estudiantes, amas de casa y todas las personas que tengan tendencia hacia un estilo de vida saludable acompañado de ejercicio, cuidando su la salud y su aspecto físico.

El producto quesillos rellenos de arequipe, mora y chocolate puede ser consumido por niños, jóvenes y adultos exceptuando a las personas que son intolerantes a la lactosa. La población a la cual ira dirigida nuestro producto será para los estratos 2, 3 y 4 y 5 pertenecientes a la zona urbana del municipio de Cereté-Córdoba, excluyendo a las personas intolerantes a la lactosa. Los posibles

distribuidores en el transcurrir del tiempo son las empresas mayoristas y minoristas de la región que permitan la adecuada comercialización del quesillo relleno de arequipe, chocolate y mora en el municipio de Cereté y sus alrededores, como lo son (supermercados, minimercados y tiendas).

**Geográfica:** Municipio de Cereté- Córdoba

**Nivel socioeconómico:** Estratos 2, 3, 4 y 5 pertenecientes a la zona urbana del municipio de Cereté.

**Género:** Hombres, mujeres, población infantil y adolescente (considerando también los estratos anteriores). Este tipo de clientes prefieren el consumo directo del producto, es decir, dirigirse a los distintos establecimientos y restaurantes que pueden ofrecer este tipo de productos.

Se tomó este segmento, por ser personas con un mayor nivel de concientización y conocimiento de los beneficios del consumo de productos naturales que contengan algún valor agregado que puede mantener el buen estado de salud a base de proteínas y nutrientes.

## 5.5 Delimitación del área geográfica

La región objeto de estudio para la implementación de la empresa productora de quesillos rellenos de arequipe, chocolate y mora es el municipio de Cerete, Córdoba, a continuación, se presentarán todos los datos correspondientes de este municipio.

Superficie 3521 km<sup>2</sup>

Población 93.000 hab.

Densidad 315,17 habitantes/km<sup>2</sup>

Extensión total: 629,3 km<sup>2</sup>

Extensión área urbana: 2,788 km<sup>2</sup>

*Ilustración 1 Mapa de Córdoba 1*



*Fuente basado en (Google maps, 2020)*

Cereté es un municipio del Departamento de Córdoba, es un municipio conocido por ser la capital del oro blanco debido a que su economía gira mayormente alrededor del cultivo de algodón. El municipio de Cereté se encuentra ubicado en el departamento de Córdoba, al norte del país. Se encuentra ubicada a 12 metros sobre el nivel del mar y tiene una temperatura promedio de 29,7 grados centígrados. Cereté está ubicada a 18 kilómetros de Montería capital del departamento de Córdoba, el Municipio limita por el norte con el Municipio de San Pelayo, por el este con el Municipio de Ciénaga de Oro, por el oeste con el Municipio de Montería y por el sur con los Municipios de San Carlos y Montería; su extensión total es equivalente a 629,3 km<sup>2</sup> (Alcaldía Municipal de Cereté, 2020).

## 6 Análisis de demanda

### 6.1 Cálculo del tamaño de la muestra

Determinar el tamaño de la muestra que se va a seleccionar es un paso importante en cualquier estudio de investigación de mercados, se debe justificar convenientemente de acuerdo con el planteamiento del problema, la población, los objetivos y el propósito de la investigación. (Psyma, 2015).

El producto quesillos rellenos de arequipe, chocolate y mora puede ser consumido por niños, jóvenes y adultos exceptuando a las personas que son intolerantes a la lactosa. La población a la cual ira dirigida nuestra encuesta será para los estratos 2, 3, 4 y 5 del municipio de Cereté-Córdoba, excluyendo a las personas intolerantes a la lactosa, para estimación de esto realizamos una encuesta de 100 personas, cuestionando si eran o no intolerantes, de las cuales 5 de estas dijeron que si, es decir, el 5% de nuestro total seria intolerante. El tamaño de la muestra será entonces de 37.504 menos el 5% que serían personas que no podrían consumir este producto por problemas de salud. El total de la muestra seria de 35.628 habitantes de estratos 2,3, 4 y 5 menos 1.875 intolerantes a la lactosa para un total de 35.628 que pueden tener acceso a nuestro producto.

Para el cálculo del tamaño de muestra se utilizó la siguiente fórmula ya establecida:

$$\text{Dónde: } n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N - 1) + (Z^2) \cdot p \cdot q}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

Z = Desviación de la muestra (confianza)

P = Probabilidad a favor

Q = Probabilidad de fracaso

e = Error o margen de muestreo

N = Población

Reemplazamos Valores:

Desviación de la muestra (confianza) = 95% (1,96)

Probabilidad a favor = 0,5

Probabilidad de fracaso = 0,5

Error o margen de muestreo = 0,07

Población = 35.628

$$n = \frac{(35.628) \times (1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5)}{(0,07)^2 \times (35.628 - 1) + ((1,96)^2) \times (0,5) \times (0,5)}$$

$$n = \frac{(35.628) \times 0,9604}{(0,0049 \times 35.628) + 0,9604}$$

$$n = \frac{34.217}{175.537}$$

$$\mathbf{n = 381}$$

## **6.2 Instrumento para la recolección de datos**

El instrumento utilizado para la recolección de la información que determinó la demanda de quesillos rellenos en el municipio de Cereté- Córdoba, fue un cuestionario previamente elaborado que se aplicó a 381 personas por medio del formato que se encuentra en el anexo 3.

### 6.3 Análisis de resultados

Una vez aplicado el instrumento, se procede a realizar el análisis de la información, pieza fundamental en el desarrollo del plan de negocio.

**En cuanto a la primera pregunta se observa el siguiente análisis:**

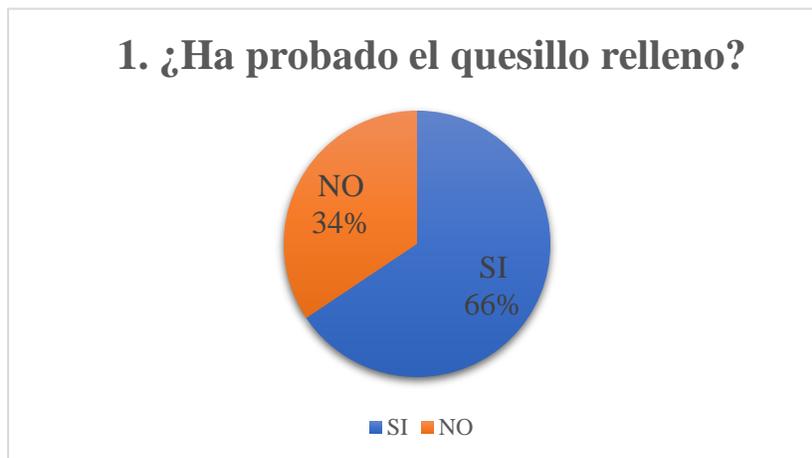
**¿Ha probado el quesillo relleno?**

*Tabla 1 pregunta 1 ¿Ha probado el quesillo relleno?*

SI	NO	TOTAL
250	131	381

*Fuente: Elaboración propia*

*Gráfica 1 ¿Ha probado el quesillo relleno?*



*Fuente: elaboración propia*

En la pregunta número 1 podemos saber qué cantidad de la población ha probado el quesillo relleno, por los resultados obtenidos podemos ver que el 66% de la población ha probado este producto y el otro 34% no lo ha consumido. Con esto llegamos a la conclusión que son más los habitantes que pueden llegar a comprar de nuestro producto.

## ¿Compraría este producto?

*Tabla 2 pregunta 2 ¿Compraría este producto?*

SI	NO	TOTAL
367	14	381

*Fuente: Elaboración propia*

*Gráfica 2 ¿Compraría este producto?*



*Fuente: elaboración propia.*

El gráfico anterior determina la aceptación del producto que se pretende ofrecer en el mercado ceretano; como se evidencia, el 96% de los individuos encuestados afirman que comprarían quesillos rellenos; lo que nos permite tener una visión positiva al innovar con el producto que se pretende ofrecer.

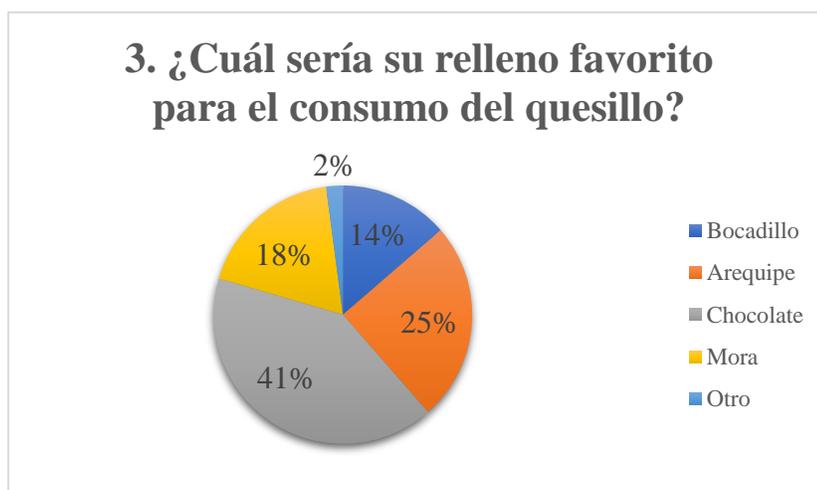
### ¿Cuál sería su relleno favorito para el consumo del quesillo?

Tabla 3 pregunta 3 ¿Cuál sería su relleno favorito para el consumo del quesillo?

Bocadillo	Arequipe	Chocolate	Mora	Otro	Total
52	95	156	70	8	381

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 3 ¿Cuál sería su relleno favorito para el consumo del quesillo?



Fuente: elaboración propia.

Podemos observar que esta encuesta favoreció nuestros tres rellenos seleccionados para el quesillo, es decir, chocolate, arequipe y mora con un total de 84%, el otro 16% escogió rellenos como el bocadillo y otro tipo de sabores.

## ¿Por qué le gustaría consumir quesillos?

Tabla 4 pregunta 4 ¿Por qué le gustaría consumir quesillos?

Sabor	Nutrición	Calidad	TOTAL
135	198	48	381

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 4 ¿Por qué le gustaría consumir quesillos?



Fuente: Elaboración propia.

En el gráfico anterior podemos observar que el 52% de la población prefiere comprar quesillos rellenos por nutrición, ya que, para ellos es importante cuidar su salud, otro 35% prefiere un sabor agradable e innovador y el 13% por su calidad.

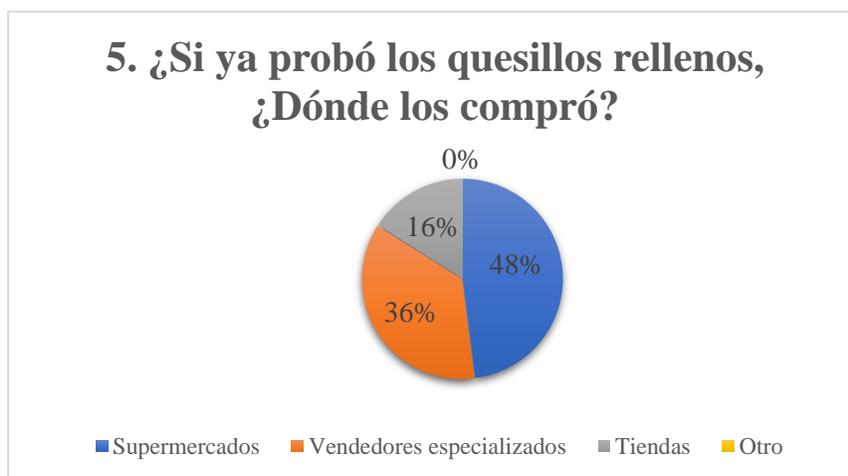
## Si ya probó los quesillos rellenos, ¿Dónde los compró?

Tabla 5 pregunta 5 ¿Por qué le gustaría consumir quesillos?

Supermercados	Vendedores especializados	Tiendas	Otro	TOTAL
183	137	61	0	381

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 5 Si ya probó los quesillos rellenos, ¿Dónde los compró?



Fuente: Elaboración propia.

En el gráfico anterior podemos observar que el 48% de la muestra compra quesillos rellenos en supermercados, el 36% lo adquiere de vendedores especializados y el 16% lo compra en tiendas.

## ¿Con qué frecuencia consumiría usted quesillos rellenos?

Tabla 6 pregunta 6 ¿Con que frecuencia consumiría usted quesillos rellenos?

Mensual	Quincenal	Semanal	Diario	TOTAL
198	92	76	15	381

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 6 ¿Con qué frecuencia consumiría usted quesillos rellenos?



Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con los resultados de la pregunta 6 el 52% de la muestra consumiría quesillos rellenos mensualmente, el 24% lo hace quincenalmente, el 20% semanalmente, y el 4% diariamente.

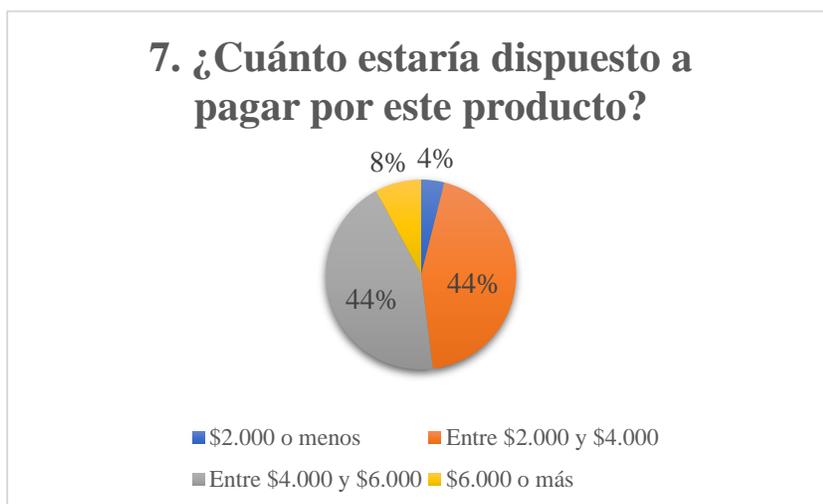
## ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto?

Tabla 7 pregunta 7 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto?

\$2.000 o menos	Entre \$2.000 y \$4.000	Entre \$4.000 y \$6.000	Entre \$6.000 o más	TOTAL
15	168	168	30	381

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 7 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto?



Fuente: Elaboración propia

Las personas encuestadas estarían dispuestas a pagar por nuestro producto, \$2.000 o menos en un 4%, 44% entre \$2.000 y \$4.000, otro 44% pagaría entre \$4.000 y \$6.000 y por último el 8% pagaría \$6.000 o más.

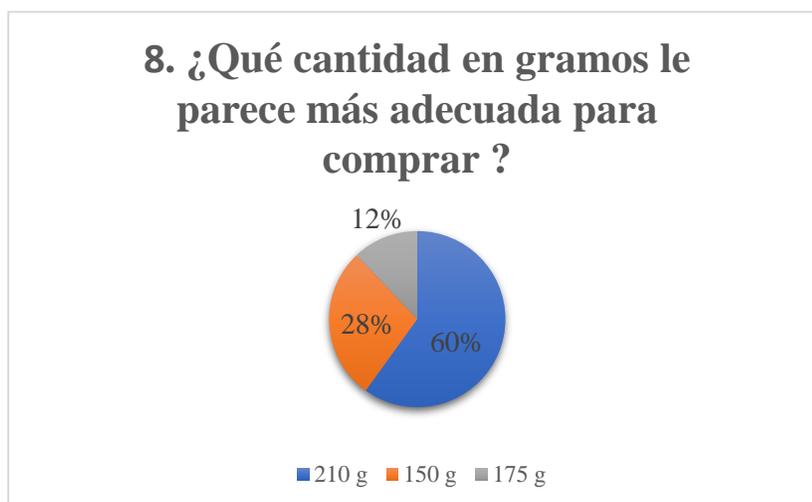
### ¿Qué cantidad en gramos le parece más adecuada para comprar?

Tabla 8 pregunta 8 ¿Qué cantidad en gramos le parece más adecuada para comprar?

150g	175g	210g	TOTAL
107	46	229	381

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 8 ¿Qué cantidad en gramos le parece más adecuada para comprar?



Fuente: Elaboración propia.

Para los encuestados la cantidad más adecuada es en un 60% la presentación de 210g, en un 28% de 150g y el 12% de 175g.

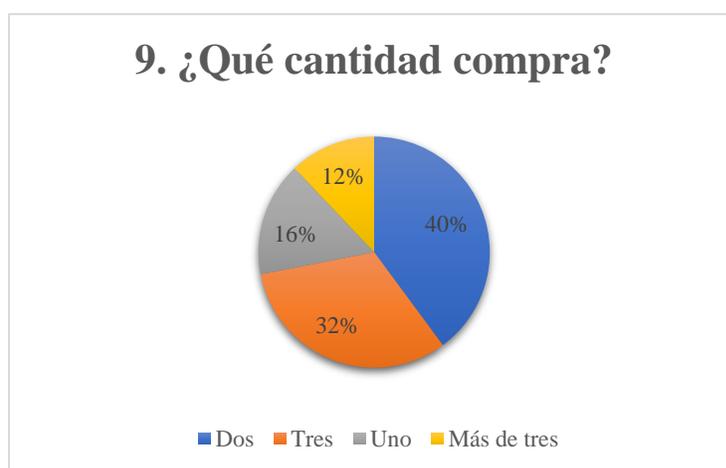
## ¿Qué cantidad compra?

Tabla 9 pregunta 9 ¿Qué cantidad comprar?

Uno	Dos	Tres	Más de tres	TOTAL
152	122	61	46	381

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 9 ¿Qué cantidad compra?



Fuente: Elaboración propia.

Las personas encuestadas están dispuestas a comprar el producto en un 40% de dos unidades, en un 32% compraría tres unidades, el 16% compra una y el 12% más de 3 unidades.

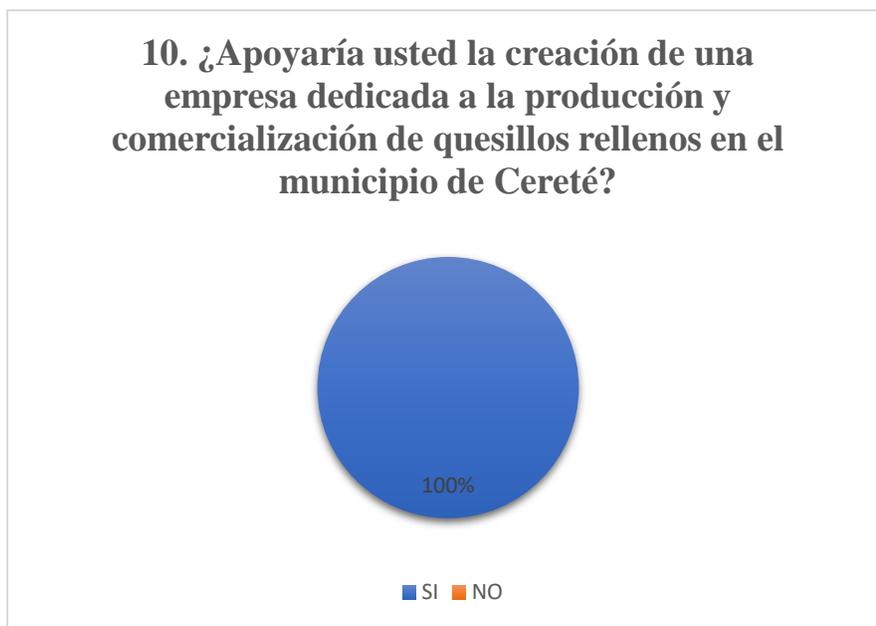
**¿Apoyaría usted la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de quesillos rellenos en el municipio de Cereté?**

*Tabla 20 pregunta 10. ¿Apoyaría usted la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de quesillos rellenos en el municipio de Cereté?*

SI	NO	TOTAL
381	0	381

*Fuente: Elaboración propia.*

*Gráfica 10 Pregunta 10 ¿Apoyaría usted la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de quesillos rellenos en el municipio de Cereté?*



*Fuente: Elaboración propia*

De acuerdo con lo anterior, al 100% de las personas encuestadas están de acuerdo en la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de quesillos rellenos en el municipio de Cereté- Córdoba

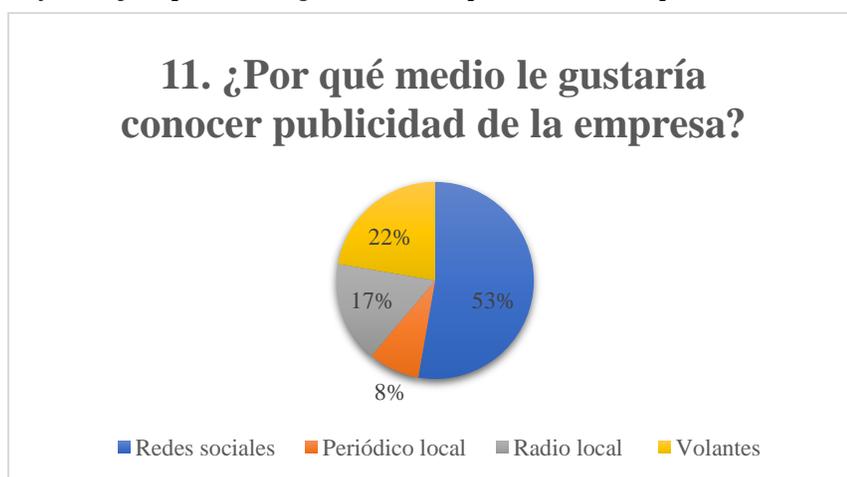
## ¿Por qué medio le gustaría conocer publicidad de la empresa?

Tabla 31 pregunta 11 ¿Por qué medio le gustaría conocer publicidad de la empresa?

Redes sociales	Periódico local	Radio local	Volantes	TOTAL
201	32	63	85	381

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 12 ¿Por qué medio le gustaría conocer publicidad de la empresa?



Fuente: Elaboración propia.

Podemos observar que la mayoría de la población encuestada le gustaría conocer la publicidad de nuestra empresa, a través de las redes sociales, puesto que esta tuvo un mayor porcentaje de la votación con un 53% más de la mitad de los encuestados, el 22% por medio de volantes, el 17% por la radio local y con un 8% el periódico local.

#### 6.4 Cálculo de la demanda actual

En la siguiente tabla mostraremos los indicadores que vamos a utilizar para el cálculo de la demanda existente en el municipio de Cereté- Córdoba, siendo el número de 35.628 habitantes que tiene Cereté en los estrato 2, 3, 4 y 5 en la zona urbana y una vez realizada la fórmula para calcular la muestra esta arrojó como resultado 381, de los cuales fueron escogidos como las personas que pueden consumir nuestro producto para realizar la encuesta, luego está, el indicador de la tasa de crecimiento poblacional que para esta parte del departamento es del 0,82% determinado por él (Poblacion polpulation City, 2017).

*Tabla 12 Calculo de la demanda.*

<b>Población objetivo</b> <b>N= Tamaño de la Población</b>	<b>35.628</b>
<b>n = Tamaño de la muestra obtenida</b>	<b>381</b>
<b>Tasa de crecimiento poblacional (i)</b>	<b>0,82%</b>

*Fuente: elaboración propia.*

#### 6.5 Consumo

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 6 de la encuesta nos muestra los consumidores que tenemos:

*Tabla 13 Consumo.*

<b>CONSUMO UNITARIO APARENTE</b>		
<b>¿Con qué frecuencia estaría dispuesto a consumir queso relleno?</b>	<b>Diario</b>	<b>15</b>
	<b>Semanal</b>	<b>76</b>
	<b>Quincenal</b>	<b>92</b>
	<b>Mensual</b>	<b>198</b>

*Fuente: elaboración propia.*

A continuación, se harán las conversiones del consumo del producto a anual:

$$D = F_c * C * N$$

**Consumo diario:**

$$D = 15 * 1 * 1 * 365 = 5.475 \text{ unidades anuales}$$

**Consumo semanal:**

$$D = 76 * 1 * 1 * 52 = 3.952 \text{ unidades anuales}$$

**Consumo quincenal:**

$$D = 92 * 1 * 1 * 26 = 2.392 \text{ paquetes anuales}$$

**Consumo mensual:**

$$D = 198 * 1 * 1 * 12 = 2.376 \text{ paquetes anuales}$$

$$\text{TOTAL} = 5.475 + 3.952 + 2.392 + 2.376 = \mathbf{14.195} \text{ paquetes anuales}$$

Unidades consumidas por los clientes potenciales anualmente:

$$x = \frac{35.628 * 14.195}{381} = \mathbf{1.327.400} \text{ unidades anuales}$$

- Consumo unitario aparente de **37** unidades por persona aprox.
- Consumo mensual de **110.616** unidades aprox.

## 6.6 Proyección de la demanda actual

La demanda potencial está dada por la siguiente fórmula:

$$\text{Demanda potencial} = D_a * (1 + i)^n$$

Donde:

$D_a = \text{Demanda actual}$

$i = \text{Tasa de crecimiento actual de la población}$

$n = \text{horizonte del proyecto (5 años)}$

$$Df_1 = 1.327.400 * (1 + 0,082)^1 = 1.436.247$$

$$Df_2 = 1.327.400 * (1 + 0,082)^2 = 1.554.019$$

$$Df_3 = 1.327.400 * (1 + 0,082)^3 = 1.681.448$$

$$Df_4 = 1.327.400 * (1 + 0,082)^4 = 1.819.327$$

$$Df_5 = 1.327.400 * (1 + 0,082)^5 = 1.968.512$$

*Tabla 14 Demanda Proyectada.*

<b>AÑO</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Demanda Futura</b>	1.436.247	1.554.019	1.681.448	1.819.327	1.968.512

*Fuente: elaboración propia.*

Cómo podemos observar en la anterior tabla se proyecta la demanda que tendremos de nuestro producto en los próximos 5 años.

## 6.7 Cálculo de la Oferta Actual

Al consultar en algunas de las empresas vendedoras de queso en el municipio de Cereté, se obtuvo el número de productos disponibles para la venta, que se refleja en la siguiente información:

*Tabla 15. Oferta actual.*

<b>COMPETENCIA</b>	<b>Nº DE PRODUCTOS COLOCADOS EN EL MERCADO AL AÑO</b>
Colanta S.A.	460.068
Olimpica S.A.	340.546
Otros productores locales (Quesos la Sinuana, Sabor costeño, Quesos de Córdoba)	205.512
<b>Total, productos colocados en el mercado anualmente</b>	<b>1.006.126</b>

*Fuente: elaboración propia.*

En la anterior tabla se muestra el comportamiento de la oferta de los quesos en el municipio de Cereté; la información se recopiló a través de llamadas telefónicas a las empresas mencionadas. Es válido señalar que, de la información de la oferta de los vendedores locales, no existen registros suficientes, oportunos y claros; pero al existir una oferta por parte de ellos, se asignó el promedio.

## 6.8 Proyección de la Oferta Actual

A continuación, calcularemos la oferta actual a través de la fórmula  $Op = Oa (1 + i)^n$ , con los datos suministrados por la tabla anterior, más el crecimiento del sector lácteo en Colombia que es de 3,5% según (ANeIA, 2017).

$Op = oferta\ potencial$

$Oa = oferta\ actual$

$n = horizonte\ del\ proyecto$

$i = tasa\ de\ crecimiento\ del\ sector\ de\ alimentos$

$$Oferta\ potencial = 1.006.126(1 + 0.035)^1 = 1.041.340$$

$$Oferta\ potencial = 1.006.126(1 + 0.035)^2 = 1.077.787$$

$$Oferta\ potencial = 1.006.126(1 + 0.035)^3 = 1.115.510$$

$$Oferta\ potencial = 1.006.126(1 + 0.035)^4 = 1.154.552$$

$$Oferta\ potencial = 1.006.126(1 + 0.035)^5 = 1.194.962$$

*Tabla 16 Oferta Proyectada.*

AÑO	1	2	3	4	5
<b>Oferta proyectada</b>	1.041.340	1.077.787	1.115.510	1.154.552	1.194.962

*Fuente: elaboración propia.*

## 6.9 Determinación de la demanda existente

Ya determinada la demanda por parte de la población y la oferta por parte de la competencia, logramos determinar la demanda real disponible en este mercado, los resultados pueden ser positivos o negativos, esto nos permitirá realizar operaciones a futuro en el municipio de Cereté, por lo tanto:

*Tabla 17. Demanda existente.*

<b>Año</b>	<b>Demanda potencial</b>	<b>Oferta potencial</b>	<b>Tipo de Demanda</b>	<b>Estado</b>
1	1.436.247	1.041.340	394.907	Insatisfecha
2	1.554.019	1.077.787	476.232	Insatisfecha
3	1.681.448	1.115.510	565.938	Insatisfecha
4	1.819.327	1.154.552	664.775	Insatisfecha
5	1.968.512	1.194.962	773.550	Insatisfecha

*Fuente: elaboración propia*

De acuerdo con los resultados obtenidos de la tabla anterior, se encuentra una demanda insatisfecha tomando como referencia los datos obtenidos del presente año y los próximos 5 años, por lo que se llega a concluir que es viable crear una empresa productora y comercializadora de quesillos rellenos en el municipio de Cereté- Córdoba.

## 6.10 Análisis de precios

Los precios de las marcas que se encuentran en el supermercado se encuentran detallados en la siguiente tabla; así como el precio ofrecido por las personas que comercializan los quesillos rellenos en el mercado y vías principales del municipio.

*Tabla 18 Precio competencia*

<b>QUESILLOS RELLENOS</b>	
<b>Empresas</b>	<b>Precios (unidad)</b>
<b>JUMBO</b>	<b>2.790</b>
<b>CARULLA</b>	<b>3.500</b>
<b>ÉXITO</b>	<b>3.000</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

## 7 Canales de comercialización

La empresa empleará un canal de comercialización indirecto, como señala Rueda (2013) “Un canal de distribución suele ser indirecto, porque existen intermediarios entre el proveedor y el usuario o consumidor final. El tamaño de los canales de distribución se mide por el número de intermediarios que forman el camino que recorre el producto” (p.65). Se utilizará un canal corto, con un único intermediario entre la empresa y el consumidor final, que estará conformado por tiendas de barrio, supermercados y minimercados. Hay que resaltar que las intermediarios son también clientes por lo que es fácil su inclusión al final de la cadena, debido a que este es un producto que se escoge como pasabocas, así pues, entre más corta se escoja la cadena de suministros del producto menos tiempo se tardaran los clientes en obtenerlo.

Resumiendo lo anterior se obtiene lo siguiente:

*Figura 1 Canal de comercialización*



*Fuente: Elaboración propia.*

## 8 Imagen corporativa

La imagen que representará el producto que queremos vender en el municipio de Cereté-Córdoba, llevará como logo el nombre de la empresa que representa la unión y visión de dos personas que establecieron una oportunidad de negocio en la elaboración de quesillos rellenos, además de las imágenes que representan los diferentes rellenos que tendrá nuestro producto, como lo son el arequipe, la mora y el chocolate, este logo representa todo lo que queremos ofrecer.

Nuestro eslogan representa ese plus que nos diferenciaría del resto de quesillos rellenos en el mercado, ya que, va más allá del convencional, quesillo relleno de bocadillo y muestra una variabilidad de sabores para nuestros clientes.

*Ilustración 2 Logo y eslogan*



*Fuente: Elaboración propia.*

## **9 Estrategias de publicidad**

La estrategia publicitaria que utilizaremos en la empresa Quesillos m&m Ltda, será por medio de las redes sociales por ello se hará énfasis en los medios de difusión del producto tales como (Instagram, Facebook, Twitter) y los lugares elegidos en primera instancia en Cerete para las muestras hacia los clientes son el Malecón de los Jugos, y el parque de la Catedral.

Los volantes también serán una estrategia que utilizaremos, ya que por medio de ellos podemos llevar información a cada uno de los hogares, mostrando nuestro producto y sus beneficios, además que son una forma práctica de dar a conocer este novedoso producto y que permite llegar a las personas que no poseen de los medios de comunicación como lo son las redes sociales.

## **10 Modulo técnico y organizacional**

### **10.1 Tamaño del proyecto**

La creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de quesillos rellenos en el municipio de Cereté Córdoba pretende ofrecer una alternativa de alimentación sana, promoviendo en la población el consumo productos saludables como una forma oportuna de prevenir enfermedades y mejorar por tanto la calidad de vida de la población cereteana; para ello contará con el personal capacitado en el tratamiento de este recurso natural y con la maquinaria especializada para el racional y adecuado aprovechamiento de todas las propiedades del queso, como se muestra a continuación:

Tabla 19. Descripción de maquinaria, y demás elementos utilizados en Quesillos m&m Ltda.

Maquinaria y equipo	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Marmita eléctrica	1	8.104.000	8.104.400
Tanque de almacenamiento	1	3.000.000	3.000.000
Mesones	2	720.000	1.440.000
Refrigerador industrial	1	3.218.000	3.218.000
Canastillas	10	10.200	102.000
Báscula	1	204.000	204.000
Lactodensímetro	1	35.000	35.000
Selladora	2	1.700.000	3.400.000
<b>Total</b>			<b>\$19.503.400</b>

Fuente: Elaboración propia.

- Se consideran en el año 295 días hábiles laborables, ya que el año consta de 365 días de los cuales se descuentan 18 festivo, 52 dominicales, 47 semanas, tomando 6 días hábiles por cada una de estos, 2 turnos de 4 horas.
- 1 día de 24 horas, 1 hora de 60min, 1 min de 60 segundos.
- Se consideran eficiencias de 85% a 95% en promedio dependiendo los pedidos que haya, la demanda a cumplir y la utilización de la maquinaria disponible.

### Tanque de almacenamiento

El tanque de almacenamiento tiene una capacidad de 500 Litros y se espera una eficiencia del 95%. Así pues, los cálculos que vienen asociados a la operación descrita se dan de la siguiente manera:

$$\frac{500 \text{ l} * (0,95)}{\text{Litros Almacenados}} \times \frac{\text{Litros Almacenados}}{1 \text{ dia}} = \frac{475 \text{ l}}{\text{dia}} \times \frac{296 \text{ dias}}{1 \text{ año}} = \frac{140.600 \text{ lts}}{\text{año}}$$

### Marmita eléctrica

De acuerdo con la ficha técnica, que brinda el proveedor de la marmita eléctrica esta tiene una capacidad de 560 litros por hora, la eficiencia de la maquina se considera en un 87%.

$$\frac{560 \text{ l} * (0,87)}{\text{Hora}} \times \frac{4 \text{ horas}}{1 \text{ turno}} \times \frac{2 \text{ turnos}}{1 \text{ dia}} = \frac{3.897.6 \text{ l}}{\text{dia}} \times \frac{296 \text{ dias}}{1 \text{ año}} = \mathbf{1.153.689.6 \text{ litros/año}}$$

### Refrigerador industrial

El proveedor, informa en la ficha técnica del producto que la capacidad es de 460 litros, por ende, se establece una eficiencia del 89% del mismo.

$$\frac{460 \text{ l} * (0,89)}{\text{Litros Almacenados}} \times \frac{\text{Litros Almacenados}}{1 \text{ dia}} = \frac{409.4 \text{ l}}{\text{dia}} \times \frac{296 \text{ dias}}{1 \text{ año}} = \frac{\mathbf{121.182.4 \text{ litros}}}{\mathbf{año}}$$

### Canastillas

La capacidad de almacenamiento de las canastillas es de 50 kilogramos, y se espera una eficiencia de un 85%. 51453

$$\frac{50 \text{ kg} * (0,85)}{\text{Kilos Almacenados}} \times \frac{\text{Kilos Almacenados}}{1 \text{ dia}} = \frac{42.5 \text{ kg}}{\text{dia}} \times \frac{296 \text{ dias}}{1 \text{ año}} = \frac{\mathbf{12.580 \text{ kilos}}}{\mathbf{año}}$$

Se considera que para el primer año la empresa debe contar por lo menos con 3 operarios que trabajen de lunes a sábado en el proceso de elaboración de los quesillos; siendo así, la empresa estará en capacidad de elaborar aproximadamente 348 paquetes de quesillos al día, lo que equivale al 26% de la demanda insatisfecha, con 102.660 paquetes en su primer año; y aumentará según lo requerido por el mercado. Para nuestro primer año tenemos pronosticado producir 59.000 paquetes.

## **10.2 Localización**

Para la localización del proyecto es indispensable el análisis de una macro localización y micro localización; esta consiste en la selección de zonas y áreas donde operará el proyecto coordinando con las variables como mano de obra, mercado, servicios básicos, transporte, materiales y entre otros al igual que otros factores geográficos, sociales, económicos, institucionales. De esta manera llegando a una concisa respuesta que nos ayude a tomar la mejor decisión para llegar a una producción efectiva (Trujillo, 2014).

## **10.3 Macrolocalización**

“Este análisis nos indica cuál es la mejor alternativa de instalación del proyecto dentro de la macro localización. En la cual se determinarán todos los aspectos como la cercanía de los proveedores, disponibilidad de los servicios básicos, entre otros” (Mendoza, 2008).

Para definir la Macrolocalización de la empresa se evaluará la ciudad de Montería y los municipios de Cerete y San Pelayo; se evalúa con calificaciones de 0 a 100 en factores geográficos y de infraestructura, económicos, públicos, gubernamentales y comunitarios, por ultimo los factores específicos. Se tendrá dos alternativas que evaluarán ciertos factores que las componen, para esto, utilizaremos el método de puntos que consiste en asignar cierto número de unidades de valor, llamadas punto a cada uno de los factores o subfactores que permiten en alguna medida establecer el ordenamiento de estos, en este caso determinar el lugar óptimo de la ubicación de la empresa. Así pues, se tiene que:

Tabla 20. Evaluación por puntos para Macrolocalización.

Factores relevantes	Peso asignado Escala: 0-1	Montería		Cereté		San Pelayo	
		Calificación Escala	Calificación ponderada	Calificación Escala	Calificación ponderada	Calificación Escala	Calificación ponderada
		0-100		0-100		0-100	
<b>Factores geográficos y de infraestructura</b>							
Ubicación de consumidores	0,08	65	5,2	87	6,96	60	4,8
Ubicación de insumos	0,07	34	2,38	92	6,44	50	3,5
Vías de comunicación	0,03	49	1,47	64	1,92	45	1,35
Medios de transporte	0,03	74	2,22	65	1,95	55	1,65
<b>Factores económicos</b>							
Perspectivas de desarrollo	0,05	64	3,2	40	2	30	1,5
Actividades empresariales conexas	0,04	70	2,8	60	2,4	40	1,6
Servicios auxiliares	0,03	43	1,29	76	2,28	32	0,96
Costos de terreno	0,03	30	0,9	90	2,7	92	2,76
Costo de mano de obra	0,07	65	4,55	85	5,95	90	6,3
<b>Servicios públicos</b>							
Energía eléctrica	0,05	45	2,25	80	4	80	4
Acueducto	0,02	70	1,40	60	1,2	55	1,1
Teléfono	0,01	60	0,60	50	0,50	45	0,45
Facilidades educacionales	0,02	55	1,1	65	1,3	50	1
<b>Factores gubernamentales y comunitarios</b>							
Regulaciones específicas	0,04	60	2,4	60	2,4	60	2,4
Interés del municipio	0,08	70	5,6	80	6,4	75	6
Actitud de la comunidad	0,08	50	4	90	7,2	70	5,6
<b>Factores específicos</b>							
Calidad de sueldos	0,06	65	3,9	75	4,5	67	4,02
Disponibilidad de agua	0,08	45	3,6	86	3,6	35	2,8
Condiciones climáticas	0,07	67	4,69	70	4,9	65	4,69
Consideraciones ecológicas	0,06	43	2,58	50	3	45	2,7
<b>Totales</b>	<b>1</b>		<b>56,13</b>		<b>71,6</b>		<b>43,3</b>

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar en el estudio anterior, la ponderación del municipio de Cereté es de 71,6 de lo cual puede concluirse que es el sitio escogido para la ubicación de la empresa. Muchos de los puntos anteriormente analizados, se escogieron como importantes, puesto que, están contemplados en el plan de desarrollo del municipio, por lo cual se hizo mucho más fácil el proceso de asignación de peso o puntos, de acuerdo con lo que allí se describe.

#### **10.4 Microlocalización**

“Este análisis nos indica cuál es la mejor alternativa de instalación del proyecto dentro de la macro localización. En la cual se determinarán todos los aspectos como la cercanía de los proveedores, disponibilidad de los servicios básicos, entre otros” (Mendoza, 2008).

Posteriormente se deben evaluar dentro del municipio elegido tres localizaciones que tienen características similares; según la ponderación se encontrará un lugar estratégico, pues permitirá realizar un análisis de la ubicación para tomar una decisión, los lugares a analizar son: Afueras del municipio, casco urbano y centro de la ciudad; bajo los siguientes criterios: Costo de insumos, costo de transportes de producto, disponibilidad de mano de obra, disponibilidad de materia prima, costo de vida, tarifa de servicios públicos, facilidades de comunicación, disponibilidad de agua, espacio disponible para expansión, costo de arrendamiento, posibilidades de deshacerse de desechos, actitud de los vecinos frente al proyecto.

**Tabla 21. Evaluación por puntos para Microlocalización.**

Factores relevantes	Peso asignado	Afueras del municipio		Casco urbano		Centro de la ciudad	
	Escala: 0-1	Calificación Escala 0-100	Calificación. Ponderada	Calificación Escala 0 -100	Calificación Ponderada	Calificación Escala 0-100	Calificación Ponderada
Costo de insumos	0,3	50	15	40	12	67	20,1
Costo de transportes de producto	0,2	65	13	35	7	87	17,4
Disponibilidad de mano de obra	0,04	70	2,8	70	2,8	96	3,84
Disponibilidad de materia prima	0,2	30	6	80	16	95	19
Costo de vida	0,04	50	2	95	3,8	64	2,56
Tarifa de servicios públicos	0,02	57	1,14	47	0,94	98	1,96
Facilidades de comunicación	0,01	68	0,68	86	0,86	67	0,67
Disponibilidad de agua	0,03	39	1,17	49	1,47	74	2,22
Espacio disponible para expansión	0,11	20	2,2	20	2,2	73	8,03
Costo de arrendamiento	0,03	30	0,9	45	1,35	59	1,77
Posibilidades de deshacerse de desechos	0,01	50	0,5	67	0,67	84	0,84
Actitud de los vecinos frente al proyecto	0,01	39	0,39	20	0,2	36	0,36
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>45,78</b>		<b>49,29</b>		<b>78,75</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

Del resultado del estudio anterior se puede concluir que la opción óptima para la Microlocalización de la empresa es el Centro de la Ciudad de Cereté con 78,75 debido a que el sector primario es el más representativo en la actividad económica del Municipio. Este sector ha tenido un crecimiento acelerado durante los últimos años y se ha concentrado en la cabecera Municipal, con una fuerte actividad en la comercialización de productos de derivados lácteos.

## 11 Distribución en planta

La distribución de la planta fue diseñada de tal forma que minimice la distancia recorrida entre áreas haciendo posible el adecuado manejo de los materiales, la planta de Quesillos m&m Ltda fue distribuida utilizando el método SLP ya que propone distribuciones con base en la conveniencia de cercanía entre los departamentos, el cual tiene la siguiente simbología:

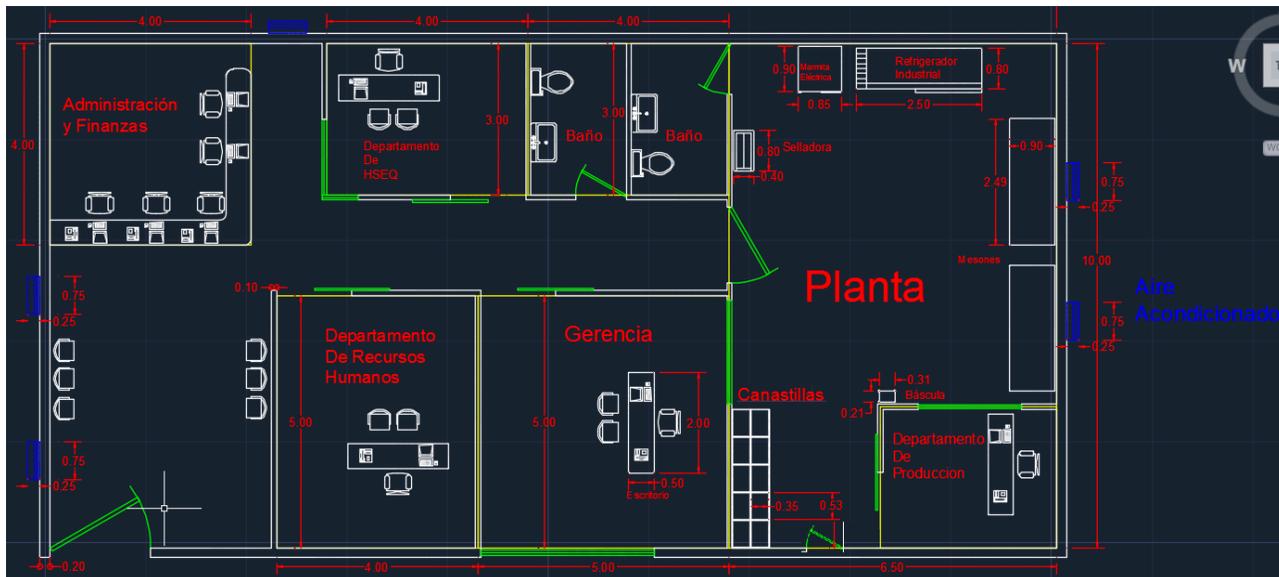
Tabla 22. Áreas por departamentos, en la organización.

<b>AREAS POR DEPARTAMENTOS</b>		<b>TOTAL</b> <b>(mts<sup>2</sup>)</b>
<b>DEPARTAMENTO O DEPENDENCIA</b>	<b>AREA</b>	
<b>Planta</b>	10 m * 6,5 m	65
<b>Gerencia</b>	5 m * 5 m	25
<b>Departamento de producción</b>	3,5 m * 2,8 m	9,8
<b>Baños</b>	3 m * 4 m	12
<b>Pasillos</b>	-	19
<b>Departamento de administración y finanzas</b>	4 m * 4 m	16
<b>Departamento de HSEQ</b>	3 m * 4 m	12
<b>Muros</b>	-	21,2
<b>Departamento de Recursos Humanos</b>	4 m * 5 m	20
<b>TOTAL</b>		<b>200</b>

Fuente: *Elaboración propia.*

De acuerdo con lo anterior al momento de realizar la distribución de la planta de producción y la parte administrativa de Quesillos m&m Ltda, se tuvieron en cuenta las consideraciones de área anteriormente mencionadas con el fin de establecer un espacio óptimo para el correcto desarrollo de la operación del negocio y que vaya acorde con todos los planteamientos organizacionales, técnicos y operativos pertinentes; así pues se utilizó la herramienta de AutoCAD para el diseño descrito de la siguiente manera:

*Ilustración 3 Distribución en planta*



*Fuente: Elaboración propia.*

## 12 Ficha técnica

En resumen, a la información del producto se realizó una ficha técnica la cual “es un documento en él se consolidan las especificaciones técnicas que se requieren para el seguimiento de la producción de algún producto. [...] Así se cumple con las especificaciones de calidad satisfaciendo las necesidades de los clientes finales; siendo una herramienta esencial para la planificación y ejecución del proceso de producción.” (10 Ficha, 2019). En base a este concepto y detallando todos los aspectos que se relacionan para llevar a cabo este producto, se completó una ficha que busca mostrar el producto que se ofrecerá de una manera agradable para la comunidad que se pretende alcanzar, por lo tanto, la ficha técnica de la empresa quesillos m&m Ltda es la siguiente

Tabla 23 Ficha técnica

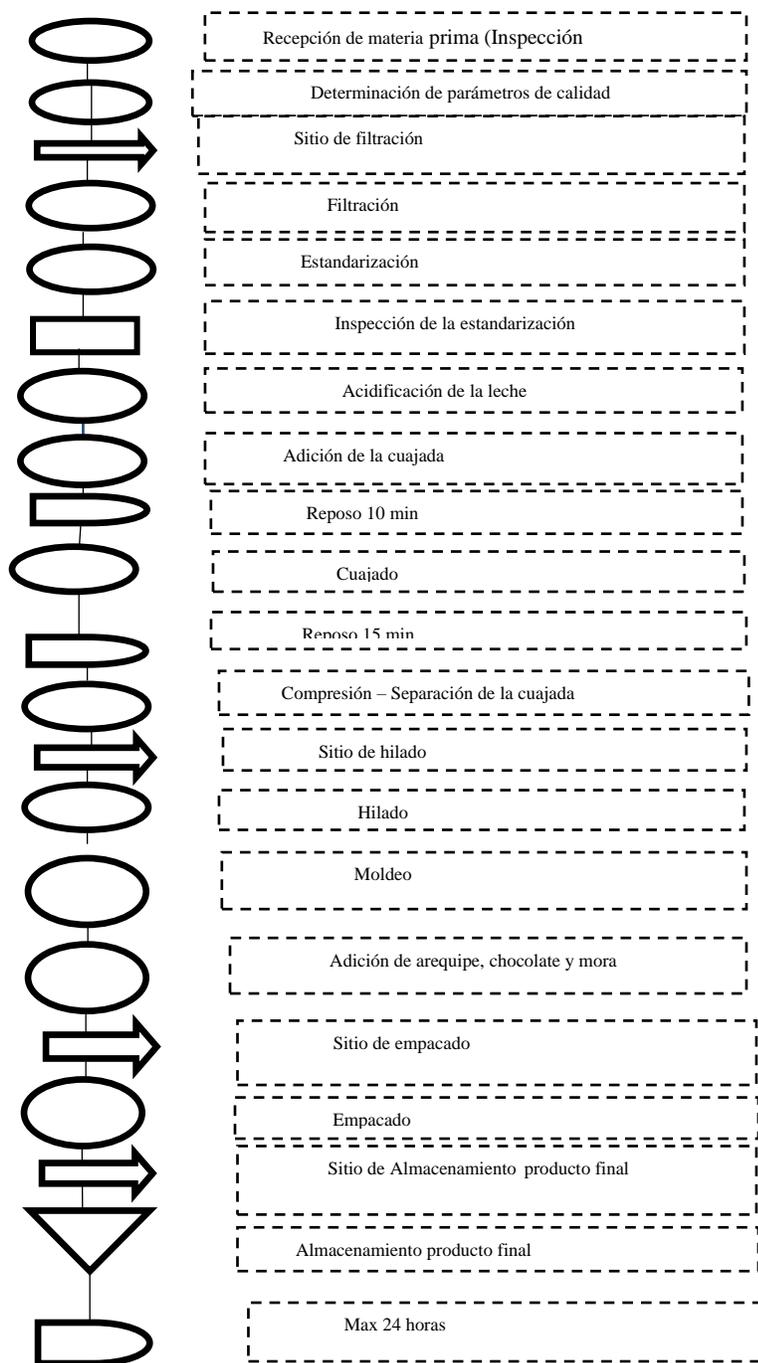
<b>FICHA TÉCNICA DE QUESILLO RELLENO</b>		
<b>EMPRESA:</b> Quesillos m&m Ltda.	<b>PRODUCTO:</b> Quesillo relleno de arequipe, chocolate y mora	
<b>CARACTERÍSTICAS:</b> Apariencia homogénea y textura suave	<b>UNIDAD PRODUCTO</b>	
	<b>INSUMOS PRINCIPALES</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>
	Leche	militros (ml)
<b>REFERENCIA:</b> N° -	Suero ácido	militros (ml)
<b>MEDIDA:</b> -	Sal	Gramos (g)
<b>SABOR:</b> Ligeramente salado por fuera y dulce al contacto con el arequipe, chocolate y mora.	Arequipe, chocolate y mora	Gramos (g)
<b>COLOR:</b> Blanco crema (ligeramente amarillo)	<b>TIPO DE CONSERVACIÓN</b>	Se debe refrigerar a una temperatura de 2 a 6°C en un ambiente seco, limpio y libre de aromas fuertes.
<b>PESO:</b> 210 g		
<b>EMPAQUES:</b> Bolsas individuales de 7 cm de ancho y 10 cm de largo	<b>TEMPERATURA MINIMA</b>	2°C
	<b>SERVICIOS POR INTERNET</b>	Se espera crear una página web en donde se ofrezcan los productos.
<b>USOS O FUNCION:</b> Pasabocas	<b>TIEMPO DE GARANTIA Y POST VENTAS</b>	Por la fecha de vencimiento del producto.
	<b>ENTREGA</b>	Instantánea.
<b>ELEMENTO DIFERENCIADOR:</b> El producto será más económico que el de la competencia.	<b>VIDA UTIL</b>	30 días mientras se mantenga almacenado a una temperatura de 2 a 6°C. En caso de abrirse tiene una vida útil de 15 días almacenado en refrigeración.
	<b>NORMAS TÉCNICAS</b>	<b>NTC-ISO 2200:</b> Sistemas de gestión de inocuidad de los alimentos. Requisitos para cualquier organización en la cadena alimentaria.

	<p><b>NTC 750:</b> Productos lácteos. Queso.</p> <p><b>DECRETO 3075 de 1997:</b> Decreta procesos de inocuidad y demás adscritos a los procesos alimentarios.</p>														
<p><b>DISEÑO:</b></p>	  <table border="1" data-bbox="820 1129 1117 1285"> <thead> <tr> <th colspan="2">Cantidad por porción</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Calorías 180</td> <td>Calorías de grasa 60</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Valor diario</td> </tr> <tr> <td>Grasa total 7g</td> <td>11%</td> </tr> <tr> <td>Carbohidratos 15g</td> <td>25%</td> </tr> <tr> <td>Azúcares 20g</td> <td>3,5%</td> </tr> <tr> <td>Proteína 15g</td> <td>26%</td> </tr> </tbody> </table> <p>Linea de servicio al cliente: 01 8000 94 56 01</p>	Cantidad por porción		Calorías 180	Calorías de grasa 60		Valor diario	Grasa total 7g	11%	Carbohidratos 15g	25%	Azúcares 20g	3,5%	Proteína 15g	26%
Cantidad por porción															
Calorías 180	Calorías de grasa 60														
	Valor diario														
Grasa total 7g	11%														
Carbohidratos 15g	25%														
Azúcares 20g	3,5%														
Proteína 15g	26%														

*Fuente: Elaboración propia.*

### 13 Proceso de producción o prestación del servicio

Figura 2 Diagrama de operaciones, elaboración de quesoillo rellenos



Fuente: Elaboración propia.

### 13.1 Descripción del proceso

**Tratamiento de la leche:** El proceso comienza con la filtración, estandarización (3,3% de contenido graso) y tratamiento térmico de la leche (50°C durante 30 minutos). La leche debe estandarizarse a un valor específico con respecto a la relación proteína/grasa; variaciones en esta relación afectan varias propiedades funcionales, como la firmeza, la capacidad de desmenuzamiento, la derretibilidad y el desprendimiento de aceite.

**Adición de cuajo:** Luego de higienizada, la leche se ajusta a la temperatura de cuajo (30 a 35°C). Se adiciona cuajo, utilizando entre 12 a 14 mg/l de leche se agita por cinco minutos y se deja reposar por diez minutos. El empleo de cuajo comercial debe estar sujeto a las recomendaciones del fabricante para así lograr las mejores características en la cuajada. Si la presentación comercial es sólida es necesario diluir previamente en agua fría.

**Acidificación de la leche:** La adición de suero láctico ácido permite incrementar la acidez de la leche desde, aproximadamente, 18°D hasta 45°D. Al hacerlo es necesario verter lentamente el suero y agitar constantemente la leche, cuando es evidente la separación de las caseínas se detiene la agitación y se deja reposar la cuajada por aproximadamente diez minutos.

**Cuajado:** Después del reposo posterior a la adición de suero ácido y con el fin de inactivar los microorganismos predominantes, inhibir la producción de ácido láctico y producir un correcto desuerado de la cuajada, es recomendable elevar la temperatura hasta 45 o 50°C y agitar constantemente en forma suave.

**Compresión y separación de la cuajada:** Se realiza una compresión parcial de la cuajada mientras está en el suero, posteriormente se la separa del suero fresco y se la pone en mesa de escurrido. Para lograr un correcto desuerado es conveniente cortar la cuajada (15cm x 15cm x

15cm) y ejercer leve presión sobre ella, sin llegar a romperla o desmenuzarla, haciendo volteos periódicos cada dos o tres minutos, hasta obtener las características óptimas de acidez (39,5 a 45°D) y pH (5,2 a 5,3) para iniciar el proceso de hilado.

**Hilado:** El hilado de la pasta se hace mediante la aplicación directa de calor. Para esto se coloca la cuajada en una paila de acero inoxidable u otro recipiente permitido en la industria de alimentos. La sal se agrega al iniciar el hilado en una proporción del 1,5%. Cuando se calienta la cuajada, con ayuda de una pala de madera o teflón se voltea y estira, hasta lograr el punto, esto es cuando se estira uniformemente sin romper dando una gran elasticidad y brillo. El tiempo promedio empleado en esta etapa es de 25 minutos y la temperatura promedio alcanzada al final del hilado del queso es de 77°C, oscilando entre 70°C y 84°C.

**Moldeo, reposo y empacado:** Una vez hilada la cuajada se coloca en un mesón de acero inoxidable y se moldea con la finalidad de dar al queso una forma y tamaño según las exigencias del mercado. Se le adiciona en el centro el relleno de arequipe, chocolate, mora y se empaca, el almacenamiento se realiza en cuarto frío a una temperatura de 3 a 4°C.

### 13.2 Descripción de las fases del proceso

Tabla 24 Diagrama del flujo del proceso.

N.º	DESCRIPCIÓN	SIMBOLO					DISTANCIA (m)	TIEMPO (min)	OBSERVA CIONES
		○	□	⇒	▽	◡			
1	Recepción de la materia prima (leche).	●					3	20	Recepción en volumen.
2	Medición de parámetros de calidad.		●				0	2	Medición de pH, OH.
3	Almacenamiento				●		2	3	Mínimo 4 horas para entrar a proceso.
4	Filtración.	●					2	1	Eliminación de residuos, cuerpos extraños.
5	Estandarización	●					0	30	3,3% de contenido graso y tratamiento térmico de la leche a 50°C
6	Inspección		●				0	12	Verificación de contenido graso de la leche

7	Acidificación de la leche	●					0	5	Acidez de 39,5 a 45°D.
8	Adición de cuajo y Cuajado	●					0	20	Condiciones de acuerdo con la composición del cuajo. Agitar constantemente.
9	Compresión y separación de la cuajada	●					0	15	Eliminación del suero. es conveniente cortar la cuajada (15cm x 15cm x 15cm)
10	Hilado	●					4	30	La sal se agrega al iniciar el hilado en una proporción del 1,5%.
11	Moldeo	●					0	15	Forma ovalada (10 cm largo)
12	Adición de relleno (Arequipe, chocolate o mora)	●					0	2	En el centro 15 g de arequipe, chocolate o mora

13	Empacado	●				3	2	Bolsas herméticas
14	Almacenamiento				●	4		Máximo 24 horas para ir listo a la distribución

*Fuente: Elaboración propia.*

## **14 Estudio organizacional**

En el estudio organizacional se define el marco formal: el sistema de comunicación y los niveles de responsabilidad y autoridad de organización, necesaria para la puesta en marcha y ejecución de un proyecto. Incluye organigramas, descripción de cargos, funciones y los gastos administrativos necesarios para el posterior estudio económico y financiero. (Arroba, 21 noviembre 2016).

### **14.1 Naturaleza jurídica**

La empresa dedicada a la producción y comercialización en el municipio de Cereté-Córdoba, se constituirá como una Sociedad de responsabilidad limitada (SRL), se escogió este tipo de naturaleza jurídica principalmente porque la responsabilidad de los socios es de forma limitada según el monto de capital que hayan aportado a la hora de constituirla. Para su constitución, se deben seguir los lineamientos contenidos en el artículo 110 del código de comercio, que exige que se eleve a escritura pública ante notario, y exprese los siguientes ítems:

- Nombre y domicilio de los socios
- Domicilio social
- Objeto social determinado
- Capital social
- Duración precisa de la sociedad
- Causales de disolución anticipada de la misma.

## 14.2 Misión

Ofrecer a nuestros clientes productos lácteos de altos estándares de calidad, satisfaciendo necesidades alimenticias de la población Cereteana, siendo de fácil acceso, protegiendo el ambiente y siendo competitiva con empresas del mismo sector.

## 14.3 Visión

Quesillos m&m Ltda, se proyecta para el año 2025 como una empresa líder en el sector de derivados lácteos y alimenticio en general, para lograr lo anterior se considera la ampliación de la línea de productos, e innovando el mercado de los derivados lácteos en Colombia.

## 14.4 Organigrama

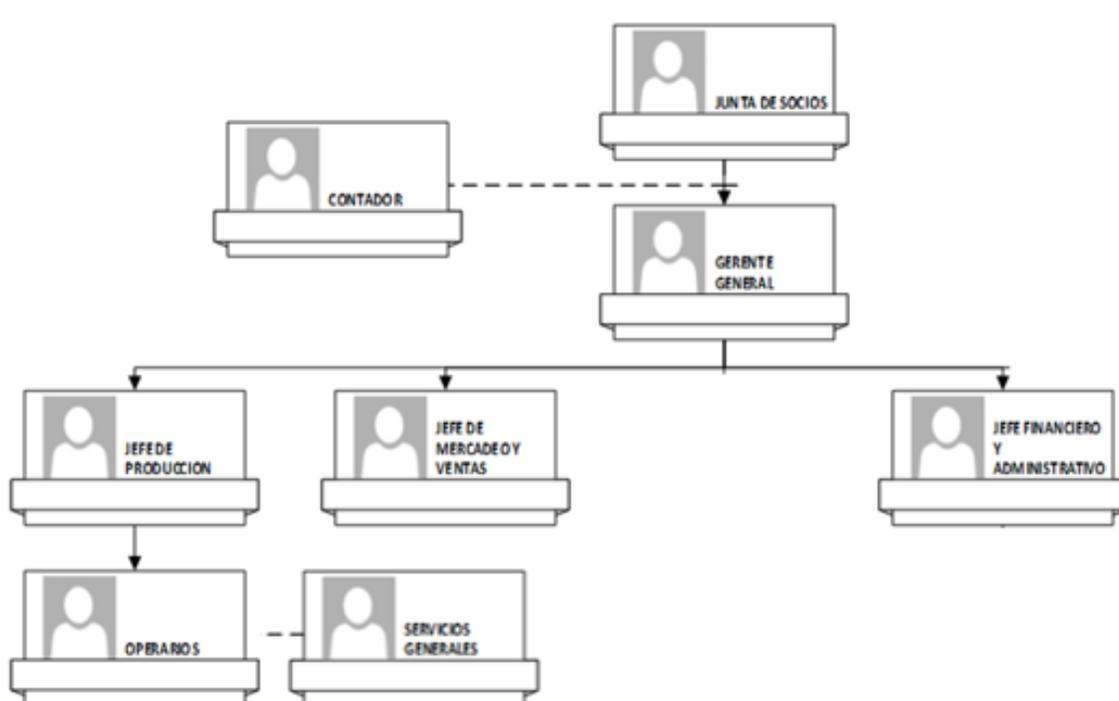
En la estructura organizacional de Quesillos m&m Ltda, se debe tener en cuenta las siguientes restricciones, ítems y consideraciones que definen en alguna medida el porqué de los estudios salariales, y otros que tienen una estrecha relación con el capital humano de la empresa:

- El jefe financiero y administrativo tendrá a cargo el área de su jurisdicción, así como el área de recursos humanos desempeñándose como el jefe del área en cuestión.
- La persona encargada de mercadeo y ventas también tendrá a su cargo la gerencia, y el área de HSEQ.
- La persona encargada de la producción tendrá a su cargo además de esta área, el área de investigación y desarrollo de nuevos productos.
- Es necesario resaltar que las anteriores consideraciones se han realizado, debido a que Quesillos m&m Ltda, una microempresa y debido a que al principio de su funcionamiento y se requerirá poco personal, con el fin de evitar altos costos de mano de obra, debido a que es

de notar que los cargos a desempeñar en una gran empresa requerirían de mano de obra altamente calificada, sin embargo, no es de considerar en este caso.

Así pues, se tiene el organigrama de la siguiente manera:

Figura 3. Organigrama Quesillos m&m Ltda



Fuente: Elaboración propia.

## 15 Manual de funciones

El manual de funciones y responsabilidades es una herramienta que establece las funciones de cada uno de los empleados que formen parte del recurso humano de la empresa; según Japón, (2016) un manual de funciones es un documento que se prepara en una empresa con el fin de delimitar las responsabilidades y las funciones de los empleados, este debe describir con claridad todas las actividades y distribuir las responsabilidades en cada uno de los cargos de la organización. A continuación, se evidencia el manual de funciones de Quesillos m&m Ltda:

### *Manual de funciones del gerente*

Tabla 25 Manual funciones gerente

	<b>FORMATO</b>
	<b>PERFIL Y DESCRIPCION DE CARGOS</b>
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
Nombre del Cargo:	Gerente
Dependencia:	Gerencia
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Socios
<b>Requisitos Mínimos</b>	
Educación:	Profesional en administración de empresas y áreas a fines.
Experiencia:	Un año en cargos administrativos
<b>Objetivo Principal</b>	
Proyectar, planificar y gestionar los procesos de Quesillos m&m Ltda, para alcanzar las metas y objetivos propuestos en materia de finanzas, calidad, seguridad y medio ambiente en la organización, aplicando estrategias que cumplan con las necesidades actuales de la empresa y de sus grupos de interés, velando por alcanzar y mantener altos índices de productividad y sostenibilidad en la empresa	
<b>Funciones del Cargo</b>	

- Realizar la gestión necesaria para lograr el desarrollo comercial, financiero y operacional de la empresa, de acuerdo con los planes y programas establecidos, teniendo en cuenta los perfiles que hay dentro de la organización, las características del entorno y las condiciones internas de la empresa.
- Velar por la utilización eficiente de los recursos técnicos, financieros y humanos, de la empresas y por el cumplimiento de metas y programas aprobados por la Junta de Socios.
- Liderar y velar por el total cumplimiento de los objetivos empresariales, en cada uno de los niveles establecidos de la empresa.
- Ejercer supervisión y control sobre los procesos administrativos y operativos sobre los programas y proyectos de la empresa.
- Dirigir la organización, manteniendo la unidad de procedimientos e intereses en torno a la misión y objetivos.
- Cumplir y hacer cumplir las normas legales, estatutarias y reglamentarias vigentes y ejecutar las decisiones tomadas por la junta de socios.

*Fuente: Elaboración propia.*

**Manual de funciones del Jefe producción**

Tabla 26 Manual funciones del jefe de producción

	<b>FORMATO</b>
	<b>PERFIL Y DESCRIPCION DE CARGOS</b>
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
Nombre del Cargo:	Jefe de producción
Dependencia:	Producción
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Gerente
<b>Requisitos Mínimos</b>	
Educación:	Profesional universitario en ingeniería de alimentos.
Experiencia:	Seis meses de experiencia en cargos similares.
<b>Objetivo Principal</b>	
Controlar los procesos de producción de manera que se dé el correcto aprovechamiento de la materia prima, dando como resultado un producto con los más altos estándares de calidad.	
<b>Funciones del Cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Verificar el correcto cumplimiento de las actividades concernientes a la producción.</li> <li>▪ Gestionar con la gerencia el mantenimiento de las herramientas de trabajo y su respectivo mejoramiento.</li> <li>▪ Consultar con la gerencia las posibles mejoras y adecuaciones del área de producción.</li> <li>▪ Diligenciar las solicitudes de compras, materiales, órdenes de producción entre otras.</li> <li>▪ Realizar los controles pertinentes al control de calidad del producto, desde su recepción hasta su venta.</li> <li>▪ Presentar los informes requeridos a la gerencia.</li> </ul>	

Fuente: *Elaboración propia.*

**Manual de funciones del Jefe administrativo y financiero**

**Tabla 27 Manual funciones del Jefe administrativo y financiero**

	<b>FORMATO</b>
	<b>PERFIL Y DESCRIPCION DE CARGOS</b>
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
Nombre del Cargo:	Jefe administrativo y financiero
Dependencia:	Gestión financiera
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Gerente
<b>Requisitos Mínimos</b>	
Educación:	Profesional universitario en administración de empresas, ingeniería industrial, contaduría pública, y/o carreras afine.
Experiencia:	Seis meses de experiencia en cargos similares.
<b>Objetivo Principal</b>	
<p>Planear, y controlar los procesos administrativos, a fin de lograr la efectiva distribución y utilización de los recursos materiales y financieros disponibles, administrándolos correctamente para el correcto funcionamiento de los servicios y la satisfacción de las necesidades del cliente interno y externo de la organización.</p>	
<b>Funciones del Cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aplicar la documentación de su proceso.</li> <li>▪ Elaborar, analizar el estado de flujo de efectivo de la empresa.</li> <li>▪ Elaborar informes que permitan controlar costos y gastos, de la empresa, para apoyar a la gerencia en la toma de decisiones.</li> <li>▪ Supervisar y asegurar la correcta ejecución de los cierres contables.</li> <li>▪ Realizar los pagos previstos en efectivo, con previa aprobación del gerente.</li> <li>▪ Desembolsar los préstamos autorizados a los trabajadores de la empresa, con previa aprobación del gerente y la jefatura de RRHH.</li> </ul>	

*Fuente: Elaboración propia.*

*Manual de funciones del contador*

Tabla 28 Manual funciones del contador

	<b>FORMATO</b>
	<b>PERFIL Y DESCRIPCION DE CARGOS</b>
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
Nombre del Cargo:	Contador
Dependencia:	Gestión financiera
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Gerente
<b>Requisitos Mínimos</b>	
Educación:	Contador público
Experiencia:	Con un año de experiencia en cargos similares.
<b>Objetivo Principal</b>	
Responder frente a la gerencia, junta de socios y coordinación administrativa y financiera, por actividades de la afectación contable de cuentas y la información financiera generada.	
<b>Funciones del Cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mantener comunicación eficaz con la gerencia y la coordinación administrativa, que garanticen la oportunidad del registro de la contabilidad de la empresa.</li> <li>▪ Atender las solicitudes contables y/o financieras realizadas por la gerencia de manera oportuna.</li> <li>▪ Supervisar y asegurar la correcta ejecución de los cierres contables.</li> <li>▪ Preparar y presentar a la gerencia para la aprobación los informes a los entes de control, con el fin de garantizar la declaración oportuna de los impuestos que la empresa tenga obligación.</li> <li>▪ Responder a las consultas realizadas por la gerencia relacionada a la administración del recurso financiero de la misma.</li> <li>▪ Reportar a la Gerencia de cualquier anomalía relacionada con la gestión contable de la organización y presentar soluciones a la misma.</li> </ul>	

*Fuente: Elaboración propia.*

*Manual de funciones del jefe de mercadeo y ventas*

*Tabla 29 Manual funciones del jefe de mercadeo y ventas*

	<b>FORMATO</b>
	<b>PERFIL Y DESCRIPCION DE CARGOS</b>
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
Nombre del Cargo:	Jefe de mercadeo y ventas
Dependencia:	Mercadeo
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Gerente
<b>Requisitos Mínimos</b>	
Educación:	Profesional en ingeniería industrial, administración de empresas o áreas relacionadas con el mercadeo.
Experiencia:	Seis meses de experiencia en cargos similares.
<b>Objetivo Principal</b>	
Diseñar planes que permitan dar a conocer los productos de la empresa a los consumidores, así como también atender y aumentar el nivel de ventas que genere incremento en los ingresos de la empresa.	
<b>Funciones del Cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Realizar planes que permitan vender los productos de la empresa, al mayor número de clientes posibles.</li> <li>▪ Brindar información al cliente, y a los posibles clientes acerca de los descuentos y promociones de los productos ofrecidos por la empresa.</li> <li>▪ Coordinar junto a gerencia las estrategias de marketing enfocadas al producto.</li> <li>▪ Promocionar los productos de la empresa en cada uno de los establecimientos mayoristas.</li> <li>▪ Dar a conocer los productos que ofrece la empresa.</li> <li>▪ Brindar un servicio eficiente al cliente.</li> </ul>	

*Fuente: Elaboración propia.*

*Manual de funciones del operario*

*Tabla 30 Manual funciones del operario*

	<b>FORMATO</b>
	<b>PERFIL Y DESCRIPCION DE CARGOS</b>
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
Nombre del Cargo:	Operario
Dependencia:	Producción
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Jefe de producción
<b>Requisitos Mínimos</b>	
Educación:	Bachiller académico
Experiencia:	Un año en manipulación de alimentos.
<b>Objetivo Principal</b>	
Realizar de manera correcta y ordenada, todos los procesos de producción referentes al bien producido de acuerdo con la ficha técnica del mismo, identificando puntos críticos, de inspección y control del proceso, así como identificación de características de calidad de las materias primas.	
<b>Funciones del Cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ No permitir la entrada a personas particulares a la planta de producción sin previo aviso a los directivos.</li> <li>▪ Colaborar con las actividades que realiza la organización.</li> <li>▪ Manejar y velar la adecuada utilización de la maquinaria a su cargo.</li> <li>▪ Entregar oportunamente los elementos solicitados por las diferentes dependencias.</li> <li>▪ Suministrar los elementos que le sean requeridos por el personal autorizado.</li> <li>▪ Recibir e inventariar los materiales y elementos que ingresen al almacén.</li> </ul>	

*Fuente: Elaboración propia*

Tabla 31 Manual funciones de servicios generales

	<b>FORMATO</b>
	<b>PERFIL Y DESCRIPCION DE CARGOS</b>
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
Nombre del Cargo:	Servicios generales
Dependencia:	Gestión del recurso humano
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Gerente
<b>Requisitos Mínimos</b>	
Educación:	Bachiller académico
Experiencia	Capacidad de organización, comunicación efectiva.
<b>Objetivo Principal</b>	
Contribuir con los programas de orden y aseo de la empresa, así como su ejecución, implementación y control.	
<b>Funciones del Cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mantener limpias las áreas de producción y administración de la empresa.</li> <li>▪ Contribuir al programa de orden y aseo establecido por la empresa.</li> <li>▪ Realizar inventario de implementos de aseo y solicitar oportunamente al área encargada los mismos.</li> <li>▪ Cumplir con las todas las normas de seguridad y medio ambiente establecidas por la empresa.</li> <li>▪ Identificar los peligros e impactos ambientales de su sitio de trabajo.</li> <li>▪ Realizar las demás funciones asignadas por su jefe inmediato y que sean de la competencia y naturaleza del cargo.</li> </ul>	

Fuente: Elaboración propia.

### **15.1 Reglamento interno de trabajo**

El conjunto de reglamentos, disposiciones, y demás normas emitidas por las autoridades competentes, y cuya aplicación se relaciona con la creación, ejecución, operación y puesta en marcha de la empresa dedicada a la producción y comercialización de quesillos rellenos en el municipio de Cereté- Córdoba se encuentra contenido en el anexo 2 del presente documento.

## **16 Módulo de impacto social, económico y ambiental**

Desde un primer punto de vista social este proyecto se convierte en una oportunidad para el desarrollo de nuevas tendencias en el consumo y la productividad del quesillo relleno en nuestra región, ofreciendo así un producto con altísimos estándares de calidad que saca a relucir lo mejor del sabor y la tradición de la región cordobesa mostrando la capacidad de innovación y de creación de empresas que se puede dar en el departamento incentivando así a muchos más emprendedores que buscan oportunidades de negocios.

En cuanto a lo económico la creación de una empresa permite la generación de empleo y dinamiza la economía del sector donde esta se encuentre ubicada, es así entonces que la empresa permite la integración de mano de obra local que se beneficiara tanto de manera directa como indirecta de los diversos procesos que esta adelante contribuyendo así al mejoramiento continuo de la economía del departamento de Cereté y sus alrededores.

Así mismo se busca una dignificación del trabajo y de los precios a la hora de la compra de materia prima a los distintos productores locales, la empresa será un polo de desarrollo económico que ira permitiendo que poco a poco muchas más personas se integren a está encontrando así una oportunidad de empleo que ayude a mejorar su calidad de vida.

Finalmente, en cuanto a lo ambiental la empresa estará orientada al cuidado y uso racional de los recursos naturales a través del aprovechamiento de todas las propiedades de este recurso natural, se espera con ello, contribuir a minimizar el impacto ambiental, también se capacitará al personal operativo sobre el uso adecuado de las materias primas e insumos, la energía y el agua.

## 17 Modulo financiero

### 17.1 Inversiones

Para la creación de una empresa dedicada a la comercialización y distribución de quesillo rellenos, es necesario contar con la siguiente inversión; en la que se encuentran los activos fijos y activos diferidos. Los activos fijos están conformados por la maquinaria necesaria para el procesamiento de la materia prima, los equipos de cómputo y los muebles y enseres necesarios para el funcionamiento de la empresa; mientras que los activos diferidos son aquellos pagados por anticipados para su constitución y puesta en marcha.

*Tabla 32 Inversión en obras físicas.*

<b>Detalle de Inversión</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>	<b>Vida Útil Años</b>
<b>Construcciones y edificaciones</b>	1	90.000.000	90.000.000	20
<b>Total</b>			<b>90.000.000</b>	

*Fuente: Elaboración propia.*

Para el almacenamiento y conservación de los productos que comercializará la empresa se invertirá en un cuarto frio; de igual manera se adquirirán construcciones y edificaciones, para un total de obras físicas de \$ 90.000.000.

*Tabla 33 Inversión de maquinarias y equipo.*

<b>Maquinaria y equipo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Marmita eléctrica</b>	1	8.104.000	8.104.400
<b>Tanque de almacenamiento</b>	1	3.000.000	3.000.000
<b>Mesones</b>	2	720.000	1.440.000
<b>Refrigerador industrial</b>	1	3.218.000	3.218.000
<b>Canastillas</b>	10	10.200	102.000
<b>Báscula</b>	1	204.000	204.000
<b>Lactodensímetro</b>	1	35.000	35.000
<b>Selladora</b>	2	1.700.000	3.400.000
<b>Total</b>			<b>\$19.503.400</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

La maquinaria y equipo está conformada por todas las herramientas e implementos que permitirán desarrollar procesos eficientes para la elaboración del producto, para la suma de \$19.503.400.

*Tabla 34 Inversión de equipo de computación y comunicación*

<b>Detalle de Inversión</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>	<b>Vida Útil Años</b>
<b>Computador Portátil</b>	2	1.200.000	2.400.000	5
<b>Impresora laser</b>	1	650.000	650.000	5
<b>Caja registradora Casio pcr t280</b>	1	570.000	570.000	5
<b>Calculadora sencilla</b>	1	34.900	34.900	1
<b>Teléfono</b>	1	130.000	130.000	5
<b>Total</b>			<b>3.784.900</b>	

*Fuente: Elaboración propia.*

El equipo de cómputo y comunicación permitirá a la empresa realizar las actividades relacionadas con el área administrativa y de ventas, ascendiendo a una inversión de \$3.784.900.

*Tabla 35 Inversión en muebles y enseres*

<b>Detalle de Inversión</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>	<b>Vida Útil Años</b>
<b>Escritorio</b>	2	370.000	740.000	5
<b>Silla ergonómicas</b>	4	215.000	860.000	5
<b>Ventilador de techo</b>	4	180.000	720.000	3
<b>Aire acondicionado</b>	1	1.200.000	1.200.000	3
<b>Archivador</b>	1	600.000	600.000	5
<b>Total</b>			<b>\$ 4.120.000</b>	

*Fuente: Elaboración propia.*

El mobiliario que se utilizará para las oficinas de la empresa se detalla en la tabla anterior.

*Tabla 36 Gastos preoperativos*

<b>Detalle de Inversión</b>	<b>Costo total</b>
<b>Estudio de prefactibilidad</b>	300.000
<b>Estudio de factibilidad</b>	600.000
<b>Licencias y tramites</b>	1.000.000
<b>Montaje y puesta en marcha</b>	1.200.000
<b>Gastos de organización</b>	550.000
<b>Imprevistos</b>	500.000
<b>Total: Inversión en Activos Intangibles</b>	<b>4.150.000</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

Los activos diferidos se generan al constituir la empresa; están conformados por los estudios que permitirán conocer la factibilidad se su puesta en marcha y los trámites requeridos para este proceso, con un total de \$4.150.000.

## 17.2 Costos y Gastos

En las siguientes tablas se determinan los costos necesarios para la producción y comercialización del el producto quesillos rellenos, en los que se considera: mano de obra, materiales, servicios, depreciación, remuneración al personal administrativo, gastos de venta y demás gastos administrativos.

Tabla 37 Costo de mano de obra

<b>COSTO DE MANO DE OBRA</b>				
<b>Cargo</b>	<b>Remuneración mensual</b>	<b>Remuneración anual</b>	<b>Sobrecostos (52,33%)</b>	<b>Costos total</b>
<b>Mano de Obra Directa</b>				
<b>Jefe de producción</b>	1.300.000	15.600.000	8.163.480	23.763.480
<b>Operarios (3)</b>	3.000.000	36.000.000	18.838.800	54.838.800
<b>Total, mano obra directa</b>				<b>78.602.280</b>
<b>Mano de Obra Indirecta</b>				
<b>Servicios generales</b>	980.657	11.767.884	6.158.134	17.926.018
<b>Contador</b>	1.300.000	15.600.000	8.147.880	23.747.880
<b>Gerente general</b>	1.500.000	18.000.000	9.419.400	27.419.400
<b>Jefe de mercadeo y ventas</b>	1.250.000	15.000.000	7.849.500	22.849.500
<b>Jefe financiero y administrativo</b>	1.300.000	15.600.000	8.147.880	23.747.880
<b>Total: Mano obra indirecta</b>				<b>115.690.678</b>

Fuente: *Elaboración propia*

La mano de obra considera las personas que participa en el proceso de producción, comercialización de los quesillos y en el buen funcionamiento de la empresa; dicho proceso será realizado por 4 operadores de planta y supervisado por un jefe de producción, donde podemos observar que la mano de obra anual es de **\$78.602.280**, en los gastos del personal administrativo

están incluidos los salarios y prestaciones sociales del gerente, el asistente administrativo y el vendedor, que desempeñarán sus funciones en el área administrativa de la empresa, siendo la mano de obra indirecta, con un total de **\$115.690.678**.

*Tabla 4 Costo de materiales*

<b>COSTO DE MATERIALES</b>					
<b>Materiales directos</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>de</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costos total</b>
<b>Materiales directos</b>					
<b>Leche</b>	Litros		36.100	1.000	36.100.000
<b>Cuajada</b>	Gramos		180.000	130	23.400.000
<b>Arequipe</b>	Gramos		300.167	20	6.003.340
<b>Chocolate</b>	Gramos		300.167	23	6.903.841
<b>Mora</b>	Gramos		300.167	14	4.202.338
<b>Sal</b>	Gramos		437.351	1.55	677.894
<b>Etiqueta</b>	Unidad		59.000	100	5.900.000
<b>Empaque</b>	Unidad		59.000	100	5.900.000
<b>Total</b>					<b>89.087.413</b>
<b>Materiales indirectos</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>de</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costos total</b>
<b>Agitadores</b>	Unidad		3	16.000	48.000
<b>Coladores</b>	Unidad		3	3.000	9.000
<b>Cucharones</b>	Unidad		4	2.500	10.000
<b>Cuchillos</b>	Unidad		3	10.000	30.000
<b>Embudos</b>	Unidad		4	1.500	6.000
<b>Recipientes</b>	Unidad		5	3.500	17.500
<b>Total</b>					<b>120.500</b>

*Fuente: Elaboración propia*

Para la transformación de la materia prima al producto final, en el proyecto propuesto se requiere como materia prima: la leche, la cuajada, el arequipe, el chocolate, la mora y la sal, para la elaboración de nuestros quesillos y las bolsas y etiquetas necesarias para el empaque de nuestro producto.

*Tabla 59 Costo de servicios - primer año de operación*

<b>Servicios</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo total</b>
<b>Energía</b>	KW/HORA	700.000	8.400.000
<b>Gas natural</b>		300.000	3.600.000
<b>Internet Wifi</b>	IMPULSO	50.000	600.000
<b>Telefonía</b>	PLAN	43.000	516.000
<b>Total</b>			<b>13.116.000</b>

*Fuente: Elaboración propia*

Los servicios indispensables para la elaboración del producto final y que permitirán el funcionamiento de la maquinaria y equipo se encuentran en la anterior tabla generando un costo de \$ 13.116.000.

Tabla 60 Gastos por depreciación

Activos	Vida Útil	Costo	2020	2021	2022	2023	2024	Valor Residual
Construcciones y edificaciones	20	90.000.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	67.500.000
Marmita eléctrica	10	8.104.400	810.440	810.440	810.440	810.440	810.440	4.052.200
Tanque de almacenamiento	10	3.000.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	1.500.000
Mesones	10	1.440.000	144.000	144.000	144.000	144.000	144.000	7.200.000
Refrigerador industrial	10	3.218.000	321.800	321.800	321.800	321.800	321.800	1.609.000
Canastillas	5	102.000	20.400	20.400	20.400	20.400	20.400	-
Báscula	7	204.000	29.142	29.142	29.142	29.142	29.142	58.290
Lactodensímetro	10	35.000	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	17.500
Selladora	8	3.400.000	425.000	425.000	425.000	425.000	425.000	1.275.000
Computador portátil	5	2.400.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	-
Impresora laser	5	650.000	130.000	130.000	130.000	130.000	130.000	-
Caja registradora	5	570.000	114.000	114.000	114.000	114.000	114.000	-
Calculadora sencilla	1	34.900	34.900	-	-	-	-	-
Teléfono	5	130.000	26.000	26.000	26.000	26.000	26.000	-
Escritorio	5	740.000	148.000	148.000	148.000	148.000	148.000	-
Silla ergonómicas	5	860.000	172.000	172.000	172.000	172.000	172.000	-
Ventilador de techo	3	720.000	240.000	240.000	240.000	-	-	-
Aire acondicionado	3	1.200.000	400.000	400.000	400.000	-	-	-
Archivador	5	600.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	-
<b>TOTAL</b>			<b>8.419.182</b>	<b>8.384.282</b>	<b>8.384.282</b>	<b>7.744.282</b>	<b>7.744.282</b>	<b>83.211.990</b>

Fuente: Elaboración propia

La depreciación de los activos fijos de la empresa se calculó de acuerdo con la naturaleza de los bienes y la duración de su vida útil. El cálculo se realizó bajo el método de depreciación lineal, en otras palabras, el valor que pierde el activo es exacto en cada uno de los años evaluados.

*Tabla 41 Otros gastos administrativos*

<b>Detalle</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo Anual</b>
<b>Elementos de aseo y cafetería</b>	250.000	3.000.000
<b>Útiles y Papelería</b>	130.000	1.440.000
<b>TOTAL</b>		<b>4.440.000</b>

*Fuente: Elaboración propia*

El total de otros gastos administrativos será de \$ 4.440.000, incluyendo los gastos relacionados con los elementos de aseo, cafetería, útiles y papelería.

*Tabla 42 Gasto de venta*

<b>Detalle</b>	<b>Costo anual</b>
<b>Publicidad</b>	2.000.000
<b>TOTAL</b>	<b>2.000.000</b>

*Fuente: Elaboración propia*

Los gastos de venta se originan por las estrategias de marketing que se utilizarán para dar a conocer el producto, tales como: anuncios en la radio, tarjetas de presentación, volantes, redes sociales, entre otros.

*Tabla 43 Amortización de gastos diferidos*

<b>Activos</b>	<b>Plazo de Amortización</b>	<b>Costo</b>	<b>Valor Anual Para Amortizar</b>				
			<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
<b>Gastos Preoperativos</b>	5	4.150.000	830.000	830.000	830.000	830.000	830.000
<b>VALOR PARA AMORTIZAR</b>							

*Fuente: Elaboración propia*

Como se mencionó con anterioridad los gastos diferidos son los que se realizan al constituir la empresa; es por ellos que la legislación permite amortizarlos en un período de 5 años, como se muestra en la tabla anterior.

*Tabla 44 Distribución de costos*

Detalle	Costos Totales		
	Costos	Costos Fijos	Costos Variables
<b>Costos de Producción.</b>			
<b>M de O. Directa</b>	78.602.280		78.602.280
<b>Materia Prima Directa</b>	89.087.413		89.087.413
<b>Servicios</b>	13.116.000		13.116.000
<b>Depreciación</b>	8.419.182	8.419.182	
<b>SUBTOTAL</b>	189.224.875	8.419.182	180.805.693
<b>Gastos de Administración</b>			
<b>M de O. Indirecta</b>	115.690.678	115.690.678	
<b>Otros Gast. Adm.</b>	4.440.000	4.440.000	
<b>Amortización.</b>	830.000	830.000	
<b>SUBTOTAL</b>	120.960.678	120.960.678	
<b>Gastos de ventas</b>			
<b>Publicidad</b>	2.000.000	2.000.000	
<b>SUBTOTAL</b>	2.000.000	2.000.000	
<b>TOTAL</b>	312.185.553	131.379.860	180.805.693

*Fuente: Elaboración propia*

En la tabla anterior observamos la respectiva distribución de los diferentes costos en los que se infringen para el desarrollo del proyecto, ya sea en costos de producción, gastos de administración o de venta. Se obtuvo un costo total de \$312.185.553

### 17.3 Cálculo del punto de equilibrio

A continuación, se calculará el punto de equilibrio en cantidades, es decir, el número de unidades que se deben vender para que los ingresos sean iguales a los egresos. Para calcular el punto de equilibrio se utilizaron las siguientes formulas:

$$Pe = \frac{CT}{Pvu - Cvu}$$

$$Cvu = \frac{Cv}{Q}$$

$$Pvu = Cu + \frac{Cu}{100 - m}$$

$$Cu = \frac{CT}{Q}$$

Dónde:

Pe = Punto de equilibrio

CT = Costos Totales

PVU = Precio de Venta Unitario

Cvu = Costo Variable Unitario

Cf = Costos fijos

$Cv$  = Costos Variables

$Q$  = Cantidad

Reemplazando valores:

Reemplazando valores:

$$Cu = \frac{312.185.553}{59.000}$$

$$Cu = 5.291$$

$$Pvu = 5.291 + \frac{5.291 \times 30}{100 - 30}$$

$$Pvu = 6.848$$

$$Cvu = \frac{180.805.693}{59.000}$$

$$Cvu = 3.064$$

$$Pe = \frac{312.185.553}{6.848 - 3.064}$$

$$Pe = 42.523 \text{ Quesillos rellenos}$$

Este valor representa el mínimo total de unidades anuales que debería vender la empresa para no presentar ni pérdidas ni ganancias.

#### 17.4 Proyecciones financieras para el periodo de evaluación

Las proyecciones están realizadas a 5 años, con base en el índice de inflación para diciembre de 2020, equivalente a 2%.

*Tabla 45 Programa de inversión fija del proyecto*

Concepto	Años					
	2020	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Activos fijos tangibles</b>						
<b>Construcciones y edificaciones</b>	90.000.000					
<b>Maquinaria y equipo</b>	19.503.400					
<b>Equipo de comunicación y computación</b>	3.784.900					
<b>Muebles y enseres</b>	4.120.000					
<b>Subtotal</b>	117.408.300					
<b>Activos Diferidos</b>						
<b>Gastos Preoperativos</b>	4.150.000					
<b>Subtotal</b>	4.150.000					
<b>Total, Inversión Fija</b>	<b>121.558.300</b>					

*Fuente: Elaboración propia*

La inversión fija que se requiere para la puesta en marcha del proyecto tanto en activos tangibles como intangibles es igual a \$ 121.558.300. Aquí se contempla el movimiento o flujo de capital enfocado a la inversión del proyecto, pero no se tienen en cuenta las inversiones adicionales, que puedan llevarse a cabo luego de puesta en marcha de la empresa.

### 17.5 Cálculo del capital de trabajo

Para que la empresa pueda operar de manera correcta necesita un capital de trabajo, es decir, requiere de recursos económicos que cubran materia prima, mano de obra, insumos, entre otros. Dicho capital debe estar disponible o ser recuperable a corto plazo para cumplir con las compras, pagos y demás obligaciones a tiempo.

Por lo tanto:

*Tabla 46: Inversión en capital de trabajo*

<b>Costo de producción</b>	–	<b>180.805.693</b>
<b>depreciación</b>		
<b>Gastos de administración</b>	–	120.130.678
<b>amortización</b>		
<b>Gastos de venta</b>		2.000.000
<b>Total: Costo de operación anual</b>		<b>302.936.371</b>

*Fuente: Elaboración propia*

$COPD = \text{Costo de operación anual} / 365$

$COPD = 302.936.371 / 365$

$COPD = 829.963$

$ICT = CO \times COPD$

Dónde:

$ICT = \text{Inversión de capital de trabajo.}$

$CO = \text{Ciclo operativo.}$

$COPD = \text{Costo de operación diaria.}$

$$\text{ICT} = 30 \times 829.963$$

$$\text{ICT} = 24.898.890$$

*Tabla 47 Inversión en el capital de trabajo*

Detalle	Años				
	2020	2021	2022	2023	2024
<b>Capital de trabajo</b>	24.898.890	497.978	507.937	518.096	528.458
<b>Valor residual Capital de trabajo</b>		25.396.868	25.904.805	26.422.901	<b>26.951.359</b>

*Fuente: Elaboración propia*

El capital de trabajo requerido será de \$26.951.359, para los 30 días laborales durante los cuales se llevará a cabo el proyecto.

Obtenida la proyección del Capital de Trabajo es posible hacer la inversión por año de este:

*Tabla 48 Programa de inversión*

Concepto	Años				
	2020	2021	2022	2023	2024
<b>Inversión fija</b>	121.558.300				
<b>Capital de trabajo</b>	24.898.890	497.978	507.937	518.096	528.458

*Fuente: Elaboración propia*

El programa de inversión estima los valores que se deben añadir año tras año al proyecto para su eficiente funcionamiento.

En la siguiente tabla se verá reflejado el valor residual de los activos.

*Tabla 79 Valor residual de activos*

Detalle	Años				
	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Activos de producción</b>					83.211.990
<b>Subtotal activos de producción</b>					83.211.990
<b>Vr. Residual Capital de Trabajo</b>					26.951.359
<b>Total, vr. residual</b>					<b>110.163.349</b>

*Fuente: Elaboración propia*

El valor residual de los activos después de los 5 años estudiados es de \$ 110.163.349

Se puede determinar el flujo neto de la inversión, dando como resultado:

*Tabla 80 Flujo neto de inversiones*

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Inversión fija</b>	121.558.300					
<b>Capital de trabajo</b>	24.898.890	497.978	507.937	518.096	528.458	
<b>Valor residual</b>						110.163.349
<b>Inversiones</b>	146.457.190	497.978	507.937	518.096	528.458	110.163.349

*Fuente: Elaboración propia*

El flujo neto de inversión considera las inversiones fijas, el capital de trabajo y les adiciona el valor residual de los activos al final del quinto año.

Tabla 51 Presupuesto de ingresos

Detalle	Años				
	2021	2022	2023	2024	2025
Ingresos por ventas	404.032.000	412.112.640	420.354.893	428.761.991	437.337.231
<b>TOTAL, INGRESO</b>	404.032.000	412.112.640	420.354.893	428.761.991	437.337.231

Fuente: Elaboración propia.

Para calcular los ingresos que se obtendrán durante los 5 años estimados, se multiplica el precio de venta calculado con anterioridad por el tamaño del proyecto; su proyección se hace con referencia al crecimiento de la inflación.

Tabla 52 Presupuesto de costo de producción

Detalle	Años				
	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Costos directos</b>					
Mano de obra directa	78.602.280	80.174.325	81.777.811	83.413.367	85.081.634
Materia Prima Directa	89.087.413	90.869.161	92.686.544	94.540.275	96.431.080
Depreciación	8.419.182	8.384.282	8.384.282	7.744.282	7.744.282
<b>Subtotal costo directo</b>	176.108.875	179.427.768	182.848.637	185.697.924	189.256.996
<b>Gastos generales de fab.</b>					
Servicios	13.116.000	13.3578.320	13.645.886	13.918.804	14.197.180
<b>SUBTOTAL</b>	13.116.000	13.3578.320	13.645.886	13.918.804	14.197.180
<b>TOTAL</b>	189.224.875	193.006.088	196.494.523	199.616.728	203.454.176

Fuente: Elaboración propia

El presupuesto de costos de producción se determina tomando como referencia el índice de crecimiento de la inflación.

Tabla 53 Presupuesto de gastos de administración

Detalle	Años				
	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Sueldos y prestaciones</b>	115.690.678	118.690.678	121.064.491	123.485.781	125.955.497
<b>Otros gastos de administración</b>	4.440.000	4.528.800	4.619.376	4.711.763	4805998
<b>Amortización</b>	830.000	830.000	830.000	830.000	830.000
<b>TOTAL</b>	120.960.678	124.049.478	126.513.867	129.027.544	131.591.495

Fuente: Elaboración propia

Los gastos administrativos destinados para pagar sueldos y otros gastos relacionados con el área administrativa fueron proyectados con el índice de crecimiento de la inflación.

Tabla 54 Presupuesto de gastos de venta

Detalle	Años				
	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Publicidad</b>	2.000.000	2.040.000	2.080.800	2.122.416	2.164.864
<b>TOTAL</b>	<b>2.000.000</b>	2.040.000	2.080.800	2.122.416	2.164.864

Fuente: Elaboración propia

Los gastos de ventas, específicamente dirigidos al marketing de la empresa, se limitan al gasto de publicidad por medio de volantes, radio y redes sociales.

Tabla 55 Presupuesto de costos operacionales

Detalle	Años				
	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Costos de producción</b>	189.224.875	193.006.088	196.494.523	199.616.728	203.454.176
<b>Gastos de administración</b>	120.960.678	124.049.478	126.513.867	129.027.544	131.591.495
<b>Gastos de ventas</b>	2.000.000	2.040.000	2.080.800	2.122.416	2.164.864
<b>TOTAL, COST. OPER.</b>	312.185.553	319.095.566	325.089.190	330.766.688	337.210.535

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se totalizan los costos en que se incurren para el sostenimiento de la operación de la empresa durante los cinco años evaluados.

Tabla 56 Flujo neto de operación

Detalle	Años				
	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Ingresos operacionales</b>	404.032.000	412.112.640	420.354.893	428.761.991	437.337.231
<b>Egresos operacionales</b>	312.185.553	319.095.566	325.089.190	330.766.688	337.210.535
<b>Utilidad operacional</b>	91.846.447	93.017.074	95.265.703	97.995.303	100.126.696
<b>Impuestos</b>	29.390.863	29.765.464	30.485.025	31.358.497	32.040.543
<b>UTILIDAD NETA</b>	62.455.584	63.251.610	64.780.678	66.636.806	68.086.153
<b>Más depreciación</b>	8.419.182	8.384.282	8.384.282	7.744.282	7.744.282
<b>Más amortización</b>	830.000	830.000	830.000	830.000	830.000
<b>BENEFICIO NETO</b>	71.704.766	72.465.892	73.994.960	75.211.088	76.660.435

Fuente: Elaboración propia

El flujo neto de operación se determina mediante la diferencia entre el presupuesto de ingresos y egresos operacionales en los que se incurre durante los 5 años evaluados; a lo que posteriormente se restan los impuestos y la pérdida de valor por concepto de amortización y depreciación de los activos de la empresa.

Tabla 57 Flujo neto del proyecto

Detalle	Años					
	2020	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Flujo neto de inversión.</b>	-146.457.190	-497.978	-507.937	-518.096	-528.458	-110.163.349
<b>Flujo Neto de Operación.</b>		71.704.766	72.465.892	73.994.960	75.211.088	76.660.435
<b>Total, Neto del Proyecto</b>	(-146.457.190)	71.206.788	71.957.955	73.476.864	74.682.630	33.502.914

Fuente: Elaboración propia

El flujo neto del proyecto se determina mediante la diferencia del flujo neto de operación y de inversión.

## 17.6 Evaluación financiera

Los siguientes indicadores financieros permitirán determinar si la creación de empresa dedicada a la comercialización y fabricación de quesillos rellenos es factible en términos financieros.

Tabla 58 Valor Presente Neto (VPN)

<b>Total, neto del proyecto</b>	<b>(-146.457.190)</b>
<b>2021</b>	71.206.788
<b>2022</b>	71.957.955
<b>2023</b>	73.476.864
<b>2024</b>	74.682.630
<b>2025</b>	33.502.914
<b>VPN</b>	<b>\$ 67.427.343</b>

Fuente: Elaboración propia.

Para su cálculo se utilizó una tasa mínima de rentabilidad esperada por los inversionistas del 15%; cómo se puede notar la anterior tabla arroja un valor superior a cero, indicando la factibilidad del proyecto y que el valor de los flujos futuros, en el presente equivalen a \$ **67.427.343**.

*Tabla 59 Tasa interna del retorno (TIR)*

<b>Total, neto del proyecto</b>	<b>(-146.457.190)</b>
<b>2021</b>	71.206.788
<b>2022</b>	71.957.955
<b>2023</b>	73.476.864
<b>2024</b>	74.682.630
<b>2025</b>	33.502.914
<b>TIR</b>	<b>37%</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

Esta tasa representa la rentabilidad o interés que se puede obtener al realizar la inversión, el criterio de aceptación es que sea superior a la tasa de oportunidad; como lo muestra la tabla anterior la TIR es igual a 37% superando la tasa de oportunidad del 15%; por lo que se infiere que la inversión es viable en términos financieros.

*Tabla 60 Valor Presente Neto (VPN)*

<b>71.206.788</b>	
<b>71.957.955</b>	
<b>73.476.864</b>	
<b>74.682.630</b>	
<b>33.502.914</b>	
<b>324.827.151</b>	146.457.190
<b>RB/ C</b>	<b>2,21%</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

La relación beneficio costo se halló mediante la división de los ingresos y los egresos netos; arrojando un valor de 2,21; lo que quiere decir que por cada peso que se invierta en la creación de empresa dedicada a la producción y comercialización de quesillos rellenos, se recuperarán 2,21 pesos.

## **18 Fuentes de financiación**

Los recursos necesarios para la creación y puesta en marcha de la empresa dedicada a la producción y comercialización de quesillos rellenos en el municipio de Cereté serán propios, los dos socios aportarán dichos recursos en igualdad de condiciones.

## 19 Conclusiones

- El módulo de mercado reveló que el número de clientes potenciales que puede tener en sus inicios la empresa sería de 34.203 que corresponde al 96% de la población objetivo, estos individuos afirman que comprarían quesillos rellenos; lo que nos permite tener una visión positiva al innovar con el producto que se pretende ofrecer. El precio que estarían dispuestos a pagar por este producto está en el rango de \$0 a \$6.000; los clientes estarían dispuestos a pagar altos precios. El tipo de demanda detectada para este producto es: insatisfecha, esto se debe tal vez a que son pocas las empresas localizadas en el sector o a la falta de innovación y variedad en este tipo de alimentos.
- A través del módulo técnico se determinaron las necesidades técnicas de la empresa, la localización estratégica y el tamaño óptimo que le permitirá generar los ingresos operacionales necesarios para cubrir los costos y gastos asociados al procesamiento y generar utilidades a los accionistas; luego del análisis de los factores técnicos que intervienen en el procesamiento, se infiere que la empresa estaría en capacidad de producir 59.000 paquetes de quesillos anualmente.
- Mediante el módulo organizacional, se estableció el personal requerido para conformar la empresa, los cargos, perfiles, relaciones y funciones que deben desempeñar, acorde a las necesidades operativas y administrativas de esta; de manera que se pueda garantizar el correcto funcionamiento de sus operaciones. Partiendo de la base que el mundo empresarial está constantemente en movimiento, se hizo énfasis, en que Quesillos rellenos m&m requiere un personal capacitado, con adaptación al cambio, que apunte a la mejora continua y al posicionamiento en el mercado; pero, principalmente que desempeñe procesos y procedimientos de calidad que permitan ofrecer un producto inocuo a la población cereteana.

- En el estudio financiero se determinó la factibilidad del proyecto en base a las inversiones, los costos operacionales, las proyecciones de venta, el capital de trabajo, remuneraciones, gastos administrativos, entre otros. También se puede resaltar que la creación de nuestra empresa es rentable, ya que nos genera utilidad y se hace una proyección a 5 años mostrándonos un VPN, una TIR y un C/B factibles y beneficioso con los recursos genera la misma empresa.
- Este proyecto no genera ningún impacto ambiental y social, siempre y cuando se cumpla con todas las medidas legales en el tema ambiental y social, y este también tendrá un impacto positivo en el municipio, ya que, con este proyecto pretendemos generar empleo, cubrir una necesidad y una demanda que es alta, pero con pocas ofertas. En otras palabras, consideramos que es viable la creación de una empresa de producción y comercialización de Quesillos rellenos en el municipio de Cerete.

## 20 Recomendaciones

- Primeramente, tenemos que mirar la entrada en el mercado, por estar en una etapa inicial, es indispensable que la empresa priorice promocionar su imagen aplicando las estrategias de publicidad mencionadas anteriormente, con muestras gratis a la población objetivo y periódicamente realizar actividades diferentes con el objetivo de generar una imagen de recordación de la empresa.
- Se sugiere que la empresa sostenga buenas relaciones con sus proveedores y clientes. Por el lado de los proveedores debería buscar el modo de pactar que los precios de la materia prima sean constantes, incluso en épocas difíciles, para esto es necesario que a través de un trabajo mutuo se busquen soluciones para mantener una producción estable de la materia prima, es decir, incentivar a que los pequeños productores hallen alternativas de alimentación para el ganado, por el lado de los clientes se pueden realizar periódicamente evaluaciones que permitan conocer las opiniones de la población, de modo que, los productos puedan adaptarse a los gustos y preferencias de los clientes.
- La capacitación de la mano de obra es el elemento principal para que la empresa ofrezca un producto de calidad y en condiciones inocuas para el consumo humano; es por ello por lo que la empresa debe diseñar campañas de capacitación de manera frecuente.
- Se debe supervisar estrictamente el cumplimiento de la normatividad aplicable en lo referente a todas las actividades que puedan generar factores de riesgo en el proceso de elaboración de quesillos rellenos, teniendo en cuenta que es un producto que debe recibir todas las certificaciones de buenas prácticas e inocuidad al ser comercializado para el consumo humano.

## 21 Bibliografía

*10 Ficha.* (2019). Obtenido de 10 Ficha: <https://10ficha.com/tecnica>

(2011).

Alcaldía Municipal de Cereté. (2020). *Alcaldía Municipal de Cereté*. Recuperado el 25 de Marzo de 2020, de Alcaldía Municipal de Cereté: <http://www.cerete-cordoba.gov.co/municipio/nuestro-municipio>

ANeIA. (22 de Septiembre de 2017). *Sector lechero en Colombia*. Obtenido de Sector lechero en Colombia: <https://agronegocios.uniandes.edu.co/2017/09/22/sector-lechero-en-colombia-potencial-desperdiciado/>

Arroba, J. I. (21 noviembre 2016). *Estudio organizacional* .

ASOLECHE. (04 de 2017). *Asoleche*. Obtenido de Asoleche: <https://asoleche.org/2017/06/12/consumo-de-lacteos-en-colombia/>

Battaglino, R. (05 mayo 2017). Los quesos cordobeses, una revolucion de buena leche. *el doce tv*.

*Dinero*. (26 de Julio de 2019). Obtenido de *Dinero*: <https://www.dinero.com/economia/articulo/porque-el-banco-mantuvo-inalterada-su-tasa-de-interes-en-julio/274860>

*Google maps*. (19 de Abril de 2020). Obtenido de *Google maps*: <https://www.google.com/maps/place/Montelibano,+Montel%C3%ADbano,+C%C3%B3rdoba/@7.9768021,->

75.4347187,14z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e5b13e9d760822f:0xdd8f64174d10e856!8m2!  
3d7.976803!4d-75.417209

GRAFELBERGNOTICIAS. (Noviembre 21 2008). *Los beneficios de los lácteos bajos en grasas*.  
Diario chileno auto alemán. Obtenido de <http://grafelbergnoticias.blogspot.com/2008/11/los-beneficios-de-los-lcteos-bajos-en.html>

López, M., & Aceves, J. (2016). *Estudio administrativo. un apoyo en la estructura organizacional del proyecto de inversión*. Obtenido de: <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudioadmtivo.pdf>.

Mendoza, A. (2008). *Financiamiento y Fundamentos de Finanzas Corporativas*. México: Editorial Mc Graw Hill.

*Poblacion polpulation City*. (2017). Obtenido de Poblacion polpulation City: [http://poblacion.population.city/colombia/cerete/#:~:text=Responder%3A%20Ceret%C3%A9%20Colombia%20\(unidad,2020%20ser%C3%ADa%3A%2095%20357\\*](http://poblacion.population.city/colombia/cerete/#:~:text=Responder%3A%20Ceret%C3%A9%20Colombia%20(unidad,2020%20ser%C3%ADa%3A%2095%20357*).

PROYMEC. (Julio 2 2014). *Maquinaria industrial*.

Psyma. (04 de Noviembre de 2015). *Pysma*. Obtenido de Psyma: <https://www.psyma.com/company/news/message/como-determinar-el-tamano-de-una-muestra>

Raffino, M. E. (20 de Julio de 2020). *Materia prima*. *Concepto.de*. Obtenido de *Concepto.de*: <https://concepto.de/materia-prima/>

Richard, M. G. (2006, Pág. 148). *El Empaque Visionario*. Compañía Editorial Continental.

Romano, B. (31 de 05 de 2018). ¿Por qué es tan importante consumir leche para la salud humana? *Campo Galego* .

SAMPIERI, S. (1998). Obtenido de <https://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/7841/5/362.829%202-B467f-CAPITULO%20IV.pdf>

Tovar, J. (28 de 05 de 2019). *EFE SALUD*. Obtenido de *EFE SALUD* : <https://www.efesalud.com/importancia-lacteos-nutricion/>

Trujillo, C. (2014). *Estudio de factibilidad para creación de una microempresa en procesamiento y comercialización de agua de coco embotellada en la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas – Ecuador*: Universidad Tecnológica de Equinoccial.

Unideg, A. d. (01 de Febrero de 2013). *Tareasuniversitarias.com*. Obtenido de *Tareasuniversitarias.com*: <https://tareasuniversitarias.com/calificaciones-para-entrar-al-area-de-la-industria.html>

Weinberger, K. (2009). *Plan de negocios*. Perú: USAID.

## 22 Anexos

### **Anexo 1 Constancia de validación del instrumento para la recolección de datos**

**Montería, Octubre 2020**

**Constancia de validación**

**Universidad de Córdoba**

**Facultad de ciencias Económica, Jurídicas y Administrativas**

Cordial saludo, nos dirigimos a usted, en la oportunidad de solicitar su colaboración, dada su experiencia en el área temática, en la revisión, evaluación y validación del presente cuestionario que será aplicado para realizar un trabajo de investigación titulado: **creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de quesillos rellenos en el municipio de Cereté-Córdoba**, el cual será presentado como trabajo de grado para optar al título de Administradoras en Finanzas y Negocios Internacionales, en la Universidad de Córdoba.

Para efectuar la validación del instrumento, usted deberá leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, de acuerdo con su criterio personal y profesional, le agradecemos cualquier sugerencia relativa a la redacción, el contenido, la pertinencias y congruencia u otro aspecto que considere relevante para mejorar el mismo.

**Cordialmente:**

Marinella Cogollo Torres

C.C: 1007584513

Marinella Andrade Carvajal

CC: 1.1193.116.148

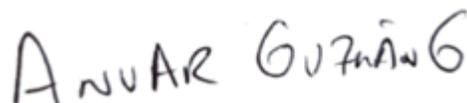
Quien suscribe, Anuar Yuseth de Jesús Guzmán Gallo

Con documento de identidad N° 1.067.880.219, de profesión Ingeniero Industrial

con Grado de Magister, ejerciendo actualmente como PROFESIONAL III

en la Institución Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales

Por medio de la presente carta hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento (encuesta).



A handwritten signature in black ink that reads "ANUAR GUZMÁN". The signature is written in a cursive style with some capitalization. Below the signature is a horizontal line.

Firma

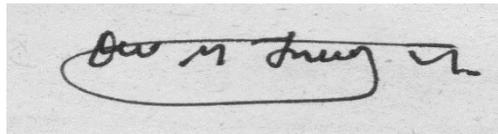
CC: 1.067.880.219

Quien suscribe, Orlando Lorduy Herrera

Con documento de identidad N° 78713683, de profesión Economista

con Grado de Maestría en ciencias Económicas, ejerciendo actualmente como docente en la Institución Universidad de Córdoba

Por medio de la presente carta hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento (encuesta).

A rectangular box containing a handwritten signature in black ink. The signature is cursive and appears to read "Orlando Lorduy Herrera".

---

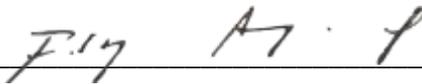
Firma

CC: 78713683

Quien suscribe, Freddy Anaya Yances

Con documento de identidad N° 73.093.812, de profesión Administrador de Empresas con Grado de Maestría en Administración, ejerciendo actualmente como docente catedrático en la Institución Universidad de Córdoba

Por medio de la presente carta hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento (encuesta).

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'F.17 A.Y.', is written above a solid horizontal line.

Firma

CC: 73.093.812

## **Anexo 2 Reglamento interno del trabajo**

### **CAPITULO I**

**Artículo 1.** OBJETO GENERAL. DELAC E.U., tiene como objetivo principal la producción y comercialización de derivados lácteos, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 1 del del contrato de constitución; objeto que lo realiza acatando estrictamente todas las disposiciones legales vigentes.

**Artículo 2.** El presente es el reglamento interno de trabajo suscrito por la empresa QUESILLOS RELLENOS M&M LTDA, Ubicada en la Cra 10ª #16- 38 Barrio el edén del municipio de Cereté, y a sus disposiciones quedan sometidas tanto la empresa, como todos sus trabajadores. Este Reglamento hace parte de los contratos individuales de trabajo, celebrados o que se celebren con todos los trabajadores, salvo estipulaciones en contrario que sin embargo solo pueden ser favorables al trabajador.

### **CAPITULO II**

#### **CONDICIONES DE ADMISION**

**ARTICULO 3.** Quien aspire a desempeñar un cargo en la empresa debe hacer la solicitud por escrito para su registro como aspirante y acompañar los siguientes documentos:

- Hoja de Vida.
- Cédula de Ciudadanía o tarjeta de identidad según sea el caso.
- Autorización escrita del Ministerio de Trabajo o en su defecto la primera autoridad local, a solicitud de los padres y a falta de éstos, el Defensor de Familia, cuando el aspirante sea menor de dieciocho (18) años.

- Certificado del último empleador con quien haya trabajado en que conste el tiempo de servicio, la índole de la labor ejecutada y el salario devengado.
- Certificado de personas honorables sobre su conducta y capacidad y en su caso del plantel de educación donde hubiere estudiado.

**PARAGRAFO:** El empleador no podrá exigir como requisito de ingreso, ni durante la vigencia del contrato, la libreta militar ni la prueba de embarazo, solo que se trate de actividades catalogadas como de alto riesgo, así como tampoco el examen del sida o documentos o certificaciones que contengan datos acerca del estado civil de las personas, números de hijos que tenga, la religión que profesan o el partido político al cual pertenezca.

### **CAPÍTULO III**

#### **VIGENCIA, CONOCIMIENTO, DIFUSIÓN, ALCANCE Y AMBITO DE APLICACIÓN**

**Artículo 4. CONOCIMIENTO Y DIFUSIÓN.** La Empresa dará a conocer y difundirá este Reglamento Interno a todos sus trabajadores, para lo cual colocará un ejemplar en un lugar visible de forma permanente dentro de cada una de sus dependencias, cargará el texto en la internet y entregará un ejemplar del referido Reglamento a cada uno de sus trabajadores. En 99 ningún caso, los trabajadores, argumentarán el desconocimiento de este Reglamento como motivo de su incumplimiento.

**Artículo 5. ORDENES LEGÍTIMAS.** Con apego a la ley y dentro de las jerarquías establecidas en el organigrama de la Empresa, los trabajadores deben obediencia y respeto a sus superiores, a más de las obligaciones que corresponden a su puesto de trabajo, deberán ceñirse a las instrucciones y disposiciones legítimas, sea verbales o por escrito que reciban de sus jefes inmediatos.

**Artículo 6. ÁMBITO DE APLICACIÓN.** El presente Reglamento Interno es de aplicación obligatoria para todos los ejecutivos, empleados y trabajadores, que actualmente o a futuro laboren para la empresa.

#### **CAPÍTULO IV**

#### **DE LOS TRABAJADORES, SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DE PERSONAL**

**Artículo 7.** Se considera empleados o trabajadores de Quesillos m&m a las personas que, por su educación, conocimientos, formación, experiencia, habilidades y aptitudes, luego de haber cumplido con los requisitos de selección e ingreso, establecidos en la ley, reglamentos, resoluciones del Ministerio de Relaciones Laborales, manuales o instructivos de la Compañía, presten servicios con relación de dependencia en las actividades propias de la empresa.

**Artículo 8.** La admisión e incorporación de nuevos trabajadores, sea para suplir vacantes o para llenar nuevas necesidades de la Empresa es de exclusiva potestad del Representante Legal o su delegado. Como parte del proceso de selección, la empresa podrá exigir a los aspirantes la rendición de pruebas teóricas o prácticas de sus conocimientos, e incluso psicológicas de sus aptitudes y tendencias, sin que ello implique la existencia de relación laboral alguna. El contrato de trabajo, en cualquiera de clases, que se encuentre debida y legalmente suscrito e inscrito, será el único documento que faculta al trabajador a ejercer su puesto de trabajo como dependiente de la Empresa, antes de dicha suscripción será considerado aspirante a ingresar.

## **CAPÍTULO V**

### **DE LOS CONTRATOS**

**Artículo 9. CONTRATO ESCRITO.** Todo contrato de trabajo se realizará por escrito; y, luego de su suscripción, deberá ser inscrito ante el Inspector de Trabajo, en un plazo máximo de treinta días contados a partir de la fecha de suscripción.

**Artículo 10. PERIODO DE PRUEBA.** Con los aspirantes seleccionados que ingresen por primera vez a la Empresa, se suscribirá un contrato de trabajo sujeto a las condiciones y período de prueba máximo fijado por el Código Sustantivo del Trabajo.

**Artículo 11. TIPOS DE CONTRATO.** De conformidad con sus necesidades, la Empresa celebrará la modalidad de contrato de trabajo que considere necesaria, considerando aspectos técnicos, administrativos y legales.

## **CAPÍTULO VI**

### **JORNADA DE TRABAJO, ASISTENCIA DEL PERSONAL Y REGISTRO DE ASISTENCIA**

**Artículo 12.** De conformidad con la ley, la jornada de trabajo será de 8 horas diarias y 48 horas semanales a las que deben sujetarse todos los trabajadores de la Empresa, en los centros de trabajo asignados. Sin embargo, respetando los límites señalados en el Código Sustantivo del Trabajo, las jornadas de labores podrán variar y establecerse de acuerdo con las exigencias del servicio o labor que realice cada trabajador y de conformidad con las necesidades de los clientes y de la Empresa.

**Artículo 19.** Los trabajadores tienen la obligación personal de registrar su asistencia utilizando los sistemas de control que sean implementados por la Empresa. La falta de registro de asistencia al

trabajo se considerará como falta leve. Si por fuerza mayor u otra causa, el trabajador no puede registrar su asistencia, deberá justificar los motivos por escrito ante su Jefe Inmediato y dar a conocer a la Gerencia o quien hiciere sus veces.

**Artículo 13.** El trabajador que requiera ausentarse de las instalaciones de la empresa durante la jornada de trabajo deberá solicitar el permiso respectivo de su superior inmediato. La no presentación del permiso al Departamento de Recursos Humanos o a su Representante por parte del trabajador, será sancionada como falta leve.

**Artículo 14.** Si por enfermedad, calamidad doméstica, fuerza mayor o caso fortuito, debidamente justificado, el trabajador no concurre a laborar, en forma obligatoria e inmediata deberá comunicar por escrito el particular al Departamento de Recursos Humanos o quien hiciera sus veces. Superada la causa de su ausencia, deberá presentar los justificativos que corresponda ante el Departamento de Recursos Humanos o quien hiciere sus veces. El Departamento de Recursos Humanos procederá a elaborar el respectivo formulario de ausencias, faltas y permisos, con el fin de proceder a justificar o sancionar de conformidad con la ley y este reglamento.

**Artículo 15.** Las faltas de asistencia y puntualidad de los trabajadores de la compañía serán sancionadas de acuerdo con las disposiciones legales y reglamentarias vigentes, los valores recaudados por este concepto serán entregados a un fondo común de la Caja de Ahorros de la empresa.

**Artículo 16.** Debido a la obligación que tienen los trabajadores de cumplir estrictamente los horarios indicados, es prohibido que se ausenten o suspendan su trabajo sin previo 105 permiso del Jefe Inmediato y conocimiento del Departamento de Recursos Humanos o quien hiciera sus veces.

**Artículo 17.** A la hora exacta de inicio de funciones, el trabajador deberá estar listo con el uniforme adecuado y los artículos de seguridad a su cargo, de ser el caso.

**Artículo 18.** Las alteraciones del registro de asistencia constituyen falta grave al presente Reglamento y la serán causal para solicitar la terminación de la relación laboral, previa solicitud de visto bueno de conformidad con la ley.

**Artículo 19.** No se considerarán trabajos suplementarios los realizados en horas que exceden de la jornada ordinaria, ejecutados por los trabajadores que ejercen funciones de confianza y dirección por así disponerlo el artículo, así como también los trabajos realizados fuera de horario sin autorización del jefe inmediato, por lo que para el pago de horas extras se deberá tener la autorización del jefe inmediato.

**Artículo 20.** No se entenderá por trabajos suplementarios o extraordinarios los que se realicen para: A. Recuperar descansos o permisos dispuestos por el gobierno, o por la Empresa. B. Recuperar por las interrupciones del trabajo.

**Artículo 21.** La Empresa llevará el registro de asistencia de los trabajadores por medio de un sistema escrito, o la que creyere conveniente para mejorar el registro de asistencia de los trabajadores.

En este sistema el trabajador marca el inicio y la finalización de la jornada de trabajo y durante la salida e ingreso del tiempo asignado para el almuerzo. Si por cualquier razón no funcionare este sistema, los trabajadores notificarán este particular a su Jefe Inmediato, al departamento de Recursos Humanos y/o a su Representante, el mismo que dispondrá la forma provisional de llevar el control de asistencia mientras dure el daño.

En el caso de Asesores Comerciales que se encuentren fuera de la ciudad, sin Supervisor de Ventas en la zona, tienen la obligación de reportarse telefónicamente con la persona designada para el efecto, quien deberá llevar el registro correspondiente de dichos reportes.

**Artículo 22.** El trabajador que tenga la debida justificación por escrito de su Jefe Inmediato y de Recursos Humanos o su Representante, para ausentarse en el transcurso de su jornada de trabajo, deberá marcar tanto al salir como al ingresar a sus funciones.

## **CAPÍTULO VII**

### **DE LAS VACACIONES, LICENCIAS, FALTAS, PERMISOS Y JUSTIFICACIONES DE LAS VACACIONES**

**Artículo 23.** Los trabajadores tendrán derecho a gozar anualmente de un período ininterrumpido de quince días de vacaciones, las fechas de las vacaciones serán definidas de común acuerdo entre el jefe y trabajador, en caso de no llegar a un acuerdo el jefe definirá las fechas a tomar.

**Artículo 24.** Las vacaciones solicitadas por los trabajadores serán aprobadas por los jefes inmediatos, o Gerencia de Recursos Humanos.

**Artículo 25.** Para hacer uso de vacaciones, los trabajadores deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- Cumplir con la entrega de bienes y documentación a su cargo a la persona que suplirá sus funciones, con el fin de evitar la paralización de actividades por efecto de las vacaciones, cuando el caso así lo amerite.
- El trabajador dejará constancia de sus días de vacaciones llenando el formulario establecido para este caso.

## **DE LAS LICENCIAS**

**Artículo 26.** Sin perjuicio de las establecidas en el Código Sustantivo del Trabajo, serán válidas las licencias determinados en este Reglamento, que deberán ser solicitadas por escrito y llevar la firma del Jefe Inmediato o de Recursos Humanos o de la persona autorizada para concederlos.

Se concederá licencias con sueldo en los siguientes casos:

- Por motivos de maternidad y paternidad.
- Por matrimonio civil del trabajador, tendrá derecho a tres días laborables consecutivos, a su regreso obligatoriamente el trabajador presentará el respectivo certificado de matrimonio.
- C. Para asistir a eventos de capacitación y/o entrenamiento, debidamente autorizados por la Empresa.
- Tres días por calamidad doméstica, debidamente comprobada, por ejemplo: incendio o derrumbe de la vivienda, que afecten a la economía de los trabajadores.
- Cualquier otra licencia prevista en el Código Sustantivo del Trabajo.

**Artículo 27.** La falta de justificación en el lapso de 24 horas de una ausencia podrá considerarse como falta injustificada, haciéndose el trabajador acreedor a la sanción de amonestación por escrito y el descuento del tiempo respectivo.

## **DE LOS PERMISOS**

**Artículo 28.** Se concederá permisos para que el trabajador atienda asuntos emergentes y de fuerza mayor, hasta por tres horas máximo durante la jornada de trabajo, en el periodo de un mes, que serán recuperadas en el mismo día o máximo en el transcurso de esa semana; y, en el evento de no

hacerlo, descontará el tiempo no laborado, previa autorización del Gerente, Recursos Humanos o de la persona autorizada

## **CAPÍTULO VIII**

### **DE LA REMUNERACIÓN Y PERÍODOS DE PAGO**

**Artículo 29.** Para la fijación de las remuneraciones de los trabajadores, la Empresa se orientará por las disposiciones o normas establecidas en el mercado laboral relativo a la clasificación y valoración de puestos, aprobados por la Presidencia que estarán siempre en concordancia con la ley; y no podrán ser inferiores a los mínimos sectoriales determinados para esta empresa.

**Artículo 28.** La empresa pagará la remuneración mensual directamente a sus trabajadores mediante el depósito en una cuenta bancaria, u otros mecanismos de pago permitidos por la ley.

**Artículo 29.** La Empresa efectuará descuentos de los sueldos del Trabajador solo en casos de:

- Dividendos de préstamos hipotecarios o quirografarios, conforme las planillas.
- Ordenados por autoridades judiciales.
- Valores determinados por las Leyes o autorizados expresamente por el trabajador, así como por compras o préstamos concedidos por la empresa a favor del trabajador.
- Multas establecidas en este Reglamento.
- Descuentos autorizados por consumos del trabajador, cancelados por la empresa como seguro médico privado, consumo de celulares, repuestos, servicios, mantenimiento, etc.

**Artículo 30.** Cuando un trabajador cesare en su trabajo por cualquier causa y tenga que realizar pagos por cualquier concepto, se liquidará su cuenta; y antes de recibir el valor que corresponde

se le descontará todos los valores que esté adeudando a la Empresa, como préstamos de la Empresa debidamente justificados y los detallados en el artículo anterior para el efecto.

**Artículo 31.** Los beneficios voluntarios u ocasionales de carácter transitorio que la Empresa otorgue al trabajador pueden ser modificados o eliminados cuando a juicio de ella hubiese cambiado o desaparecido las circunstancias que determinaron la creación de tales beneficios.

## **CAPÍTULO IX**

### **ÍNDICES MÍNIMOS DE EFICIENCIA**

**Artículo 32.** Los trabajadores deberán cumplir estrictamente con la labor objeto del contrato, esto es dentro de los estándares de productividad establecidos en las caracterizaciones de cada proceso; caso contrario la Empresa determinará las medidas a efectuar según lo determinado en el Código Sustantivo del Trabajo.

**Artículo 33.** Todos los trabajadores de la Empresa precautelarán que el trabajo se ejecute en observancia a las normas técnicas aplicadas a su labor específica y que redunde tanto en beneficio de la Empresa, como en el suyo personal.

## **CAPÍTULO X**

### **DE LAS PERSONAS QUE MANEJAN RECURSOS ECONÓMICOS DE LA**

### **EMPRESA**

**Artículo 34.** Los Trabajadores que tuvieren a su cargo activos de la Empresa, como: dinero, accesorios, vehículos, valores o inventario de la Empresa; como el personal de tesorería, repuesto, bodega, agencias y cualquier otra área que estén bajo su responsabilidad dinero, valores, insumos, cajas chicas entre otros, son personalmente responsables de toda pérdida, salvo aquellos que provengan de fuerza mayor debidamente comprobada.

**Artículo 35.** Todas las personas que manejan recursos económicos estarán obligadas a sujetarse a las fiscalizaciones o arqueos de caja provisionales o imprevistos que ordene la Empresa; y suscribirán juntamente con los auditores el acta que se levante luego de verificación de las existencias físicas y monetarias.

## **CAPITULO XI**

### **OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES PARA LA EMPRESA**

**Artículo 36.** Son obligaciones de la empresa, a parte de las establecidas en el Código Sustantivo de Trabajo, Ministerio de Salud, INVIMA o cualquier otra norma aplicable, las siguientes:

- Mantener las instalaciones en adecuado estado de funcionamiento, desde el punto de vista higiénico y de salud.
- Llevar un registro actualizado de los datos del trabajador y, en general de todo hecho que se relacione con la prestación de sus servicios.
- Proporcionar a todos los trabajadores los implementos e instrumentos necesarios para el desempeño de sus funciones.

- Tratar a los trabajadores con respeto y consideración.
- Atender, dentro de las previsiones de la Ley y de este Reglamento los reclamos y consultas de los trabajadores.
- Facilitar a las autoridades de Trabajo las inspecciones que sean del caso para que constaten el fiel cumplimiento del Código Sustantivo del Trabajo y del presente Reglamento.
- Difundir y proporcionar un ejemplar del presente Reglamento Interno de Trabajo a sus trabajadores para asegurar el conocimiento y cumplimiento del mismo.

## **CAPITULO XII**

### **SEGURIDAD E HIGIENE**

**Artículo 37.** Se considerará falta grave la transgresión a las disposiciones de seguridad e higiene previstas en el ordenamiento laboral, de seguridad social y Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional de la empresa, quedando facultada la compañía para hacer uso del derecho que le asista en guardar la integridad de su personal.

### **DISPOSICIONES GENERALES**

**Artículo 38.** Los trabajadores tienen derecho a estar informados de todos los reglamentos, instructivos, disposiciones y normas a los que están sujetos en virtud de su Contrato de Trabajo o Reglamento Interno.

**Artículo 39.** La Empresa aprobará en el ministerio de trabajo, en cualquier tiempo, las reformas y adiciones que estime convenientes al presente Reglamento. Una vez aprobadas las reformas o adiciones. La Empresa las hará conocer a sus trabajadores en la forma que determine la Ley.

**Artículo 40.** En todo momento la Empresa impulsará a sus Trabajadores a que denuncien sin miedo a recriminaciones todo acto doloso, daño, fraudes, violación al presente reglamento y malversaciones que afecten económica o moralmente a la Empresa, sus funcionarios o trabajadores.

**Artículo 41.** En todo lo no previsto en este reglamento, se estará obligado a lo dispuesto en el Código Sustantivo del Trabajo y más normas aplicables, que quedan asociadas al presente Reglamento Interno de Trabajo.

## Anexo 3 Encuesta

## RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

## ENCUESTA A LOS HABITANTES DEL MUNICIPIO DE CERETÉ- CÓRDOBA

Edad: \_\_\_\_\_

Género: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

Estrato: 

2	3	4	5
---	---	---	---

Buenos días (tardes o noches) somos estudiantes del programa Administración en Finanzas y Negocios Internacionales de la Universidad de Córdoba, estamos realizando una encuesta para conocer cuál es la factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de quesillos rellenos en el municipio de Cereté- Córdoba, gracias por su tiempo.

**1. ¿Ha probado el quesillo relleno?**

Si  No

**2. ¿Compraría este producto?**

Si  No

**3. ¿Cuál sería su relleno favorito para el consumo del quesillo?**

- Bocado
- Arequipe
- Chocolate
- Mora
- Otro ¿Cuál?

**4. ¿Por qué le gustaría consumir quesillos?**

- Por sabor
- Por nutrición
- Por calidad

**5. Si ya probó los quesillos rellenos, ¿Dónde los compró?**

- Supermercados
- Vendedores especializados
- Tiendas
- Otro ¿Cuál?

**6. ¿Con que frecuencia consumiría usted quesillos rellenos?**

- Mensual
- Quincenal
- Semanal
- Diario

**7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto?**

- 2.000 o menos
- Entre \$2.000 y \$4.000
- Entre \$4.000 y \$6.000
- Entre \$6.000 o más

**8. ¿Qué cantidad en gramos le parece más adecuada para comprar?**

- 150g (Pequeño)
- 175g (Mediano)
- 210g (Grande)

**9. ¿Qué cantidad compra?**

- Uno
- Dos
- Tres
- Más de tres

**10. ¿Apoyaría usted la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de quesillos rellenos en el municipio de Cereté?**

Si  No

**11. ¿Por qué medio le gustaría conocer publicidad de la empresa?**

- Redes sociales
- Periódico local
- Radio local
- Volantes